

تحلیل بُعد فردی کنش مخاطب معاصر
در میدان هنرنگارگری سنتی و نوین ایران
بر مبنای نظریه سرمایه فرهنگی یوردیو
۱۵۱/ ۱۶۵ - زهره طاهر - زهرار هیرنیا



عجایب المخلوقات قزوینی (۱۷۰۰ م)،
زبان: ترکی، مأخذ:
Staatsbibliothek zu Berlin



تحلیل بُعد فردی کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری سنتی و نوین ایران بر مبنای نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو

زهره طاهر* زهرا رهبرنیا**

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۶/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۹/۱

صفحه ۱۶۵ تا ۱۵۱

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

بی‌تردید عوامل متعددی در نحوه تعامل مخاطب معاصر با هنر نگارگری ایران مؤثرند، اما در این میان، عوامل فرهنگی به عنوان یکی از ابعاد مهم اجتماعی نقش پررنگ‌تری ایفا می‌کنند. به عقیده بوردیو، درک آثار کلاسیک تاریخی به اکتساب مهارت‌های ادراکی شناخت بستگی دارد که آن نیز به بهره‌مندی از سرمایه فرهنگی وابسته است. با این حال، تاکنون مطالعات اندکی در تحلیل میدان‌های مختلف، به ویژه میدان هنر انجام شده است؛ در حالی که یافته‌های چنین مطالعاتی می‌تواند در حوزه‌های فرهنگی، هنری و اجتماعی جامعه و نیز در فرایند سیاست‌گذاری‌های مرتبط، نقشی راهبردی و مرجع ایفا کند. بر همین اساس، پژوهش حاضر با هدف تحلیل سرمایه فرهنگی نهادینه و بررسی رابطه آن با کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری ایران، می‌کوشد به این سؤال پاسخ دهد که چگونه می‌توان بر مبنای نظریه سرمایه فرهنگی نهادینه بوردیو، بُعد فردی کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری سنتی و نوین ایران را تحلیل کرد؟ روش تحقیق در این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده و در بخش کیفی، اطلاعات از طریق مطالعه کتابخانه‌ای - اسنادی گردآوری شده است. در بخش کمی نیز داده‌ها به صورت میدانی و از طریق پیمایش الکترونیکی جمع‌آوری شده‌اند. تجزیه و تحلیل بخش کیفی بر پایه نظریه سرمایه فرهنگی نهادینه بوردیو انجام گرفته و در بخش میدانی داده‌های آماری به وسیله پرسشنامه برخط طراحی شده توسط نگارندگان گردآوری و سپس تجزیه تحلیل داده‌ها و تحلیل همبستگی با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۷ و در سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ انجام شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که به طور کلی، بر اساس بررسی‌های کیفی و کمی یافته‌های پژوهش می‌توان گفت بُعد فردی کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری ایرانی - چه در نحوه گزینش آثار و چه در شیوه تعامل با آن‌ها - با شاخص‌های نظریه سرمایه فرهنگی نهادینه بوردیو همخوانی دارد. بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت افزایش سطح آگاهی و اطلاعات هنری جامعه را مهم‌ترین عامل مؤثر بر این نوع کنش دانست.

واژگان کلیدی

بوردیو، سرمایه فرهنگی نهادینه، کنش مخاطب معاصر، نگارگری سنتی و نوین.

* دانشجوی دکتری پژوهش هنر، گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. Email: Z.Taher@alzahra.ac.ir

** زهرا رهبرنیا، دانشیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

Esmail: z.rahbarnia@alzahra.ac.ir

مقدمه

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های جامعه هنری امروز، حفظ روند رو به رشد تعامل مخاطب معاصر با متن هنری است؛ تعاملی که از رموز حیات و بقای هنر معاصر به شمار می‌آید. از سوی دیگر، عدم این تعامل یا نقص در آن می‌تواند یکی از عوامل انزوای هنرهای سنتی محسوب شود. از این رو، مطالعه عواملی که بر کیفیت تعامل مخاطب معاصر با هنرهای اصیل و سنتی جامعه تأثیر می‌گذارند، از رسالت‌های مهم پژوهشگران حوزه هنر و فرهنگ و اندیشمندان جامعه در حفظ ارزش‌ها و بن‌مایه‌های هنری اصیل و عرضه آن در قالب هنر نوین، با توجه به میزان اهمیت و جایگاه مخاطبان در روند تولید و شکل‌دهی آثار هنری در جامعه است. معضلی که در هنرنگارگری ایران نیز به‌طور جدی مطرح می‌باشد و نیازمند پژوهش‌های بیشتری در این زمینه است. بی‌تردید عوامل بسیاری بر نحوه تعامل مخاطب معاصر با هنرنگارگری سنتی و نوین ایران تأثیر دارند، اما در این میان، عوامل فرهنگی به‌عنوان یکی از ابعاد مهم اجتماعی مؤثر در این زمینه مطرح‌اند. به باور بوردیو،^۱ درک آثار کلاسیک و تاریخی به اکتساب مهارت‌های ادراکی شناخت بستگی دارد که آن نیز به بهره‌مندی از سرمایه فرهنگی^۲ وابسته است. سرمایه فرهنگی، سهم افراد جامعه از فرهنگ متعالی آن جامعه است که بر تعامل آن‌ها با آثار هنری مؤثر است. بوردیو سرمایه فرهنگی را به سه حوزه تقسیم می‌کند: سرمایه فرهنگی درونی^۳، سرمایه فرهنگی بیرونی^۴ و سرمایه فرهنگی نهادینه^۵. با وجود این که بسیاری از مطالعات بر توانایی بالای نظریه بوردیو در تبیین کنش مخاطب در مواجهه با میدان‌های مختلف و با استفاده از الگوی سرمایه فرهنگی او و کلمات کلیدی چون عادت‌واره^۶، موقعیت^۷ و میدان^۸ تأکید کرده‌اند، اما هنوز هم به‌ویژه در ایران، مطالعات اندکی مبتنی بر این نظریه در تحلیل کنش فرد در میدان‌های مختلف به‌ویژه میدان هنر انجام شده است. درحالی که یافته‌های چنین مطالعاتی می‌تواند در عرصه‌های فرهنگی، هنری و اجتماعی جامعه و تبیین سیاست‌گذاری‌های حوزه فرهنگی و هنری مفید و مرجع عمل و تصمیم‌گیری باشد. هدف تحلیل سرمایه فرهنگی نهادینه و رابطه آن با کنش مخاطب معاصر در میدان هنرنگارگری سنتی و نوین ایران است، سؤال پژوهش عبارتست از اینکه چگونه می‌توان با اتکا بر نظریه سرمایه فرهنگی نهادینه بوردیو، بُعد فردی کنش مخاطب معاصر در میدان هنرنگارگری سنتی و نوین ایران را تحلیل کرد؟ **ضرورت و اهمیت** این پژوهش در این است که یافته‌های آن می‌تواند به ارائه راهکارهای کاربردی برای ارتقای کیفیت و میزان تعامل مخاطب معاصر با هنرنگارگری ایران منجر شود و در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های صحیح و هدفمند حوزه فرهنگی هنری کشور، بر پایه تحلیل علمی و کمی داده‌ها مؤثر واقع شود.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با رویکرد جامعه‌شناسی هنر و به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده و رهیافت پژوهش، از زاویه دید نظریات بوردیو درباره سرمایه فرهنگی است. گردآوری اطلاعات در بخش کیفی به روش کتابخانه‌ای-اسنادی و با استناد به متون مرجع به زبان اصلی و در بخش کمی، به روش پیمایش الکترونیک و با استفاده از پرسشنامه برخط و به‌صورت میدانی صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل بخش کیفی بر مبنای نظریه سرمایه فرهنگی نهادینه بوردیو و تحلیل آن در میدان هنرنگارگری ایران است و در بخش میدانی، ابتدا داده‌های آماری به‌وسیله پرسشنامه برخط تهیه شده توسط نگارندگان جمع‌آوری شد. سؤالات پرسشنامه برخط، بر اساس نظریه سرمایه فرهنگی نهادینه بوردیو و پرسش مطرح شده در پژوهش، طراحی شده است. چنان‌که بوردیو معتقد است: «سرمایه فرهنگی می‌تواند به حالت «نهادینه‌شده» در جامعه و به‌صورت عناوین، مدارک تحصیلی، موفقیت در مسابقات ورودی و غیره که به استعداد فرد عینیت می‌بخشد؛ نمود یابد» (شوبره و همکاران، ۱۳۸۵: ۹۷). بنابراین، پرسشنامه مذکور باهدف سنجش سرمایه فرهنگی نهادینه مخاطب و نحوه تعامل او با هنرنگارگری سنتی و نوین ایران طراحی شد و شامل سؤالات نوشتاری و تصویری از انواع دوگزینه‌ای، چندگزینه‌ای، طیفی و ترتیبی، باز پاسخ، کوتاه پاسخ و پاسخ مشروح است. جامعه آماری این پژوهش شامل مخاطبان معاصر در رده‌های سنی و طبقات اجتماعی مختلف، ساکن مناطق گوناگون ایران است. چراکه پرسشنامه برخط دارای نسخه الکترونیک و قابل انتشار در بین جوامع مختلف تحصیلی و ساکن در نقاط مختلف کشور از جمله استان‌های شرقی، غربی، شمالی، جنوبی و نیز استان‌های واقع در بخش مرکزی ایران بوده و البته در این نقاط به‌صورت میدانی و با انتشار نسخه الکترونیک در بین اقشار مختلف جامعه اجرا و نتایج گردآوری و دسته‌بندی شده است. برای محاسبه حجم نمونه آماری، از روش نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی شده استفاده شده است. در استان‌های شمالی شامل گلستان، گیلان و مازندران؛ استان‌های جنوبی شامل خوزستان، هرمزگان و بوشهر؛ در استان‌های شرقی شامل خراسان رضوی، شمالی و جنوبی؛ در استان‌های غربی شامل کردستان، کرمانشاه و لرستان و در استان‌های مرکزی شامل تهران، قزوین و سمنان و در بین اقشار مختلف تا سقف مشخصی (۲۰ نفر) پیگیری و اجرا شده است تا بتوان به نتایج دقیق‌تری دست یافت. بنابراین، درمجموع در پژوهش حاضر، حجم نمونه آماری ۱۰۰ نفر بود. روایی پرسشنامه نیز بر اساس نظریات متخصصین رشته هنر بررسی شد و بازطراحی

1. Pierre Bourdieu
2. Cultural capital
3. Embodied capital
4. Objectified capital
5. Institutionalized Capital
6. Habi
7. Position
8. Field



داده است. بخش دوم: مطالعات اجتماعی و فرهنگی درباره نگارگری ایران؛ شاکری و همکارانش (۱۴۰۱) نیز به «تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر جنبش مشروطه بر شکل‌گیری میدان مستقل تولید نقاشی در ایران (با نگاه به نقش کمال‌الملک)» پرداخته‌اند که این مقاله در شماره ۳۷ نشریه نامه هنرهای تجسمی و کاربردی منتشر شده است و در نهایت تغییر نگرش کمال‌الملک با وقوع جنبش مشروطه و گذر او از «هنرمند قطب وابسته» به «هنرمند قطب مستقل» را بررسی کرده‌اند. همچنین محمدزاده و همکارانش (۱۴۰۰) نیز در شماره ۱۳ نشریه جامعه‌شناسی تاریخی به «تحلیل عملکرد صادقی‌بیگ افشار در میدان هنر صفوی بر اساس رابطه دوسویه منش و میدان (نیمه دوم سده دهم هجری)» بر اساس نظریه جامعه‌شناسی رابطه‌گرایانه بوردیو پرداخته‌اند و روابط موجود در میدان هنر و فرهنگ صفوی و کنشگران حاضر در آن را بررسی کرده‌اند. باین‌حال، مطالعات جامعه‌شناختی درباره نگارگری سنتی ایران بسیار اندک است. ضمن این‌که در پژوهش‌های موجود نیز به سرمایه فرهنگی و تعامل مخاطب با آثار نگارگری توجه چندانی نشده است. پژوهش حاضر با رویکردی نو، به بررسی کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری ایرانی می‌پردازد.

مبانی نظری پژوهش

معرفی نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو

پیر بوردیو (۱۹۳۰-۲۰۰۲) بی‌تردید یکی از تأثیرگذارترین جامعه‌شناسان هنر در نیمه دوم قرن بیستم بود. او تحت تأثیر سنت نئومارکسیستی-ساختارگرایی فرانسه در دهه ۱۹۶۰، فعالیت پژوهشی خود را با مطالعه نظام آموزشی و نحوه بازتولید تمایزات طبقاتی آغاز کرد. اثر شاخص او کتاب «تمایز» نخست در سال ۱۹۷۹ به زبان فرانسوی و سپس در سال ۱۹۸۴ به انگلیسی منتشر شد. در این اثر، بوردیو نشان می‌دهد که چگونه ذائقه زیبایی‌شناختی مرتبط با سطوح تحصیلی و طبقه اجتماعی افراد، متفاوت است و به‌نوعی توسط آن‌ها تعیین می‌شود (مانن، ۲۰۰۹: ۵۳). جامعه‌شناسی هنر بوردیو را می‌توان در سه بُعد به‌هم‌پیوسته بررسی کرد: ۱. خود هنرمند و آثار هنری؛ تولیدات ملموسی که در شرایط تاریخی خاصی توسط هنرمندان خلق می‌شوند؛ ۲. چیزی که به‌طور گسترده می‌توان آن را فضای اجتماعی نامید، دامنه‌ای گسترده از محیط‌های محلی که آثار هنری در آن شکل می‌گیرند؛ مانند موزه‌ها، آکادمی‌ها، گالری‌ها تا مجموعه‌های هنری که در آن مجموعه فراگیری از کشمکش‌ها بر سر هنر رخ می‌دهد؛ میدان‌های بوردیو؛ ۳. مخاطب با سرمایه فرهنگی و اقتصادی متنوع که نگرش‌ها، ترجیحات هنری، عادات بدنی و شایستگی‌های شناختی او و به‌طور خلاصه، عادت‌واره‌های او را جهت می‌دهد. درحالی‌که هر بُعد در

و اصلاح سؤالات به‌صورت تخصصی زیر نظر اساتید محترم پژوهش هنر انجام گرفت. همچنین، قبل از انتشار پرسشنامه، نسخه آزمایشی آن تهیه و با روش آزمون-بازآزمون و مقایسه داده‌های دو نمونه، پایایی آزمون سنجیده شد. همبستگی بالای نتایج آزمون و باز آزمون حاکی از پایایی بالای پرسشنامه بود. افزون بر این، برای دسترسی به نمونه‌ها در طبقات جغرافیایی مدنظر، کد دیجیتال (QR) پرسشنامه الکترونیک تهیه شد و بدین ترتیب امکان گردآوری اطلاعات سریع‌تر و با ضریب امنیت بالاتر از نظر مخاطب، فراهم گردید. پیکره مطالعاتی هنری پژوهش حاضر نیز متمرکز بر آثار نگارگری ایران است که منطبق بر اهداف پژوهش حاضر، چنان‌که در ادامه به تفصیل آمده است، تعداد چهار نگاره در دو دسته نگارگری سنتی و نگارگری نوین ایرانی انتخاب شده و با کیفیت بسیار خوب در پرسشنامه الکترونیک بارگذاری گردید.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش نظری، کیفی و در تحلیل یافته‌های میدانی، کمی است که پس از جمع‌آوری داده‌ها، برای تعیین رابطه بین متغیرهای رتبه‌ای مطرح شده در پرسشنامه و تحلیل همبستگی آن‌ها از نرم‌افزار SPSS (نسخه ۲۷) و آزمون کندال بی در سطح معناداری ۰۰۵ استفاده شد.

پیشینه تحقیق

به دلیل ماهیت بین‌رشته‌ای پژوهش حاضر، پیشینه تحقیق در دو بخش بررسی می‌شود: بخش اول: مطالعات بوردیو و دیگران درباره سرمایه فرهنگی؛ مهم‌ترین اثر بوردیو در زمینه سرمایه فرهنگی در دو کتاب در دسترس است: پرایر در پژوهشی (۲۰۰۵) در شماره ۵۶ نشریه بریتانیایی جامعه‌شناسی، با عنوان «پرسشی از ادراک: بوردیو، هنر و پست‌مدرن» نگاه جامعی به نظریه سرمایه و میدان بوردیو داشته و پس از بررسی ابعاد مختلف آن، به بیان محدودیت‌های این نظریه در میدان هنر مدرن می‌پردازد. کتاب «حوزه تولید فرهنگی» (۱۹۹۳) که مجموعه‌ای از ترجمه‌های مقالات مختلف اوست که بین سال‌های ۱۹۶۸ تا ۱۹۸۳ منتشر شده و کتاب «قواعد هنر» (۱۹۹۶). بوردیو در این دو کتاب بر اساس واژگان نظری مشخص خود، یک نظریه فرهنگی ارائه می‌کند: عادت‌واره، سرمایه و میدان. همچنین، مطالعه کلاسیک بوردیو و داربل درباره مخاطبان موزه هنر اروپایی، «عشق هنر» (۱۹۹۱)، یکی از تأثیرگذارترین مطالعات آکادمیک در زمینه اجتماعی است. همچنین در کتاب «تمایز» (۱۹۸۴)، بوردیو به بررسی نقش فرهنگ در بازتولید روابط قدرت و تحلیل رفتار مخاطبان هنر در بسترهای مختلف می‌پردازد. مانن (۲۰۰۹) نیز در فصلی از کتاب خود با عنوان «چگونه دنیای هنر را مطالعه کنیم؟» برخی از مهم‌ترین دیدگاه‌های انتقادی دیگر جامعه‌شناسان در مورد نظریه میدان بوردیو را مورد بحث قرار

۱. QR cod رمزینه پاسخ سریع (Quick Response Code) یا کیو آر کد، یک رمزینه ماتریسی (یا بارکد دو بُعدی) است که می‌توان آن را با پویندهای کیو آر، تلفن همراه دوربین‌دار و تلفن هوشمند بازخوانی کرد. این کیو آر دربردارنده چیدمانی از نقطه‌های مربع شکل سیاه‌رنگ (با نام ماژول) روی زمینه سفید است. داده نهفته می‌تواند نوشته، نشانی وب، پیامک، شماره تلفن، اطلاعات کارت ویزیت یا داده دیگری باشد (URL). (ه)

رابطه با دیگر ابعاد عمل می‌کند، بوردیو احساس می‌کند که می‌تواند آن‌ها را برای اهداف تحلیل فرهنگی متمایز کند (پرایر، ۲۰۰۵: ۱۲۵).

انواع سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو

بوردیو استدلال می‌کند که اصطلاح سرمایه باید بازتعریف شود و تنها شامل تقلیل جهان اجتماعی به «توالی از موقعیت‌های در دسترس کوتاه‌مدت» نباشد (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۲۰). بوردیو سرمایه فرهنگی را به سه حوزه تقسیم می‌کند: سرمایه فرهنگی درونی، سرمایه فرهنگی بیرونی و سرمایه فرهنگی نهادینه (رهبرنیا، ۱۳۹۶: ۱۰۰). اولین شکل سرمایه، حالت درونی یا ذهنی آن است که به عنوان مجموعه‌ای از تمایلات و عادات یک فرد است (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۳۰). تصاحب سرمایه فرهنگی درونی در درازمدت، اغلب ضمنی و پنهان صورت می‌گیرد؛ فرایندی که با جامعه‌پذیری به عنوان یک کل مطابقت دارد و اساس آن را سرمایه فرهنگی خانواده و شبکه روابط در طول سالیان و در محیط خانواده، مدرسه و غیره شکل می‌دهد (مانن، ۲۰۰۹: ۵۸). دومین شکل، سرمایه فرهنگی بیرونی است که آن را می‌توان در حامل‌های مادی، مانند کتاب، نقاشی، آهنگ، فیلم، آلات موسیقی یا لباس، عینیت بخشید (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۳۴). درواقع حضور و استفاده از سرمایه فرهنگی بیرونی به منظور ایجاد امکان درک زیبایی‌شناختی در افراد است (مانن، ۲۰۰۹: ۵۹). سومین شکل سرمایه فرهنگی، شکل نهادینه است که شامل مدارک، عناوین و سایر اشکال شناسایی سازمانی است و مربوط به حصول سرمایه فرهنگی توسط مدارک تحصیلی تضمین شده قانونی است.

برای افراد مختلف، داشتن مدرک دارای ارزش مضاعف است. اول اینکه، فرد دیگر نیازی به اثبات وجود سرمایه فرهنگی کافی ندارد زیرا این امر توسط مؤسسه آموزشی تضمین شده است. دوم، مدارک تحصیلی و حرفه‌ای دارای ارزش اقتصادی هستند؛ زیرا امکان پذیرش در بخش‌های خاصی از کار و بازار را فراهم آورده و به این ترتیب، فرد به زمینه‌ای از مشاغل و درآمد دسترسی خواهد یافت (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۳۹). به‌ویژه در میدان هنر، سرمایه فرهنگی نهادینه و تخصص فرد در زمینه هنر، یک عامل تعیین‌کننده مهم موقعیت او در این میدان است که نه تنها به دلیل تأثیر آن بر درک هنری، دارای ظرفیت انباشتنی است، بلکه در تبدیل به سرمایه اقتصادی بسیار مهم و تعیین‌کننده است. بنابراین، در میدان هنر نیز، به‌ویژه در حوزه‌های تخصصی خاصی مانند هنر نگارگری که از جمله هنرهای اصیل جامعه ایرانی به شمار می‌رود، جایگاه فرد در میدان، تابع متغیرهای مختلفی از جمله سرمایه نهادینه اوست.

زیبایی‌شناسی ناب از دیدگاه بوردیو

بوردیو معتقد است توانایی بینندگان برای رسیدن به درک هنر به مثابه جهانی از الگوهای تقسیم‌بندی شده، ویژگی‌ها، مکاتب و دوره‌ها، زمانی امکان دارد که آن‌ها توانش فرهنگی کافی در رمزگشایی آثار داشته باشند. این همان چیزی است که بوردیو در «پیدایش تاریخی زیبایی‌شناسی ناب» (۱۹۶۸) می‌نویسد و آن را «نگاه ناب» می‌نامد: جهت‌گیری کاملاً مدرن نسبت به هنر که زیبایی‌شناختی را از غیر زیبایی‌شناختی جدا و ممتاز می‌کند. از این رو، «مقوله‌هایی که درک آثار هنری به کار می‌روند، رابطه‌ای دوگانه با بافت تاریخی جامعه دارند، زیرا که خود از نظر اجتماعی با موقعیت اجتماعی کاربران که در انتخاب‌های زیبایی‌شناختی، تمایلات سازنده عادت‌واره خود را به کار می‌گیرند، امکان‌پذیر می‌شوند» (بوردیو، ۱۹۶۸: ۲۶۳). بوردیو از «زیبایی‌شناسی ناب»^۱ سخن می‌گوید و آن را به‌روشنی از زیبایی‌شناسی عامیانه متمایز می‌کند. وجوه این تمایز در جدول ۱ خلاصه شده است. البته این امر باعث تقویت شکاف طبقاتی به عنوان تقسیمات طبیعی مخاطبان با سرمایه‌های فرهنگی متفاوت و مشروعیت بخشیدن به الگوهای نابرابری اجتماعی و فرهنگی می‌شود (پرایر، ۲۰۰۵: ۱۲۸).

درواقع، دارندگان حجم بالای سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو معادل یک اشراف‌زاده هستند، یک «اشراف‌زاده فرهنگی»^۲ که هستی اجتماعی آن‌ها بر اساس یک ذات: نه از خویشاوند، خون، دارایی یا سنت، بلکه از شایستگی‌های زیبایی‌شناختی که به عنوان هدیه‌های طبیعت از آن برخوردارند، تعریف شده است (بوردیو، ۱۹۸۴: ۲۹). درواقع، به همین دلیل است که بازدیدکنندگان پرورش‌یافته و دارای سرمایه فرهنگی بالا در موزه‌ها تا حد زیادی با ارائه اطلاعات و ابزار دسترسی مانند فلش‌ها، تابلوهای راهنما و برچسب‌های بزرگ‌تر خصوصیت دارند، زیرا برنامه ادراک پرورش‌یافته آن‌ها با خود یک هدیه طبیعی دارد و آن‌ها را از نظر سرمایه فرهنگی متمایز می‌سازد (پرایر، ۲۰۰۵: ۱۲۷).

میدان هنر نگارگری ایرانی

نگارگری ایرانی به نوعی نقاشی ظریف و ریزنقش ایران است که درگذشته بیشتر برای کتاب‌آرایی ادبی، علمی و پزشکی و یا به گونه جداگانه (مربع) ساخته می‌شده است (پاکباز، ۱۳۹۰: ۵۹۸). نگارگری سنتی پیشینه دیرینه‌ای در تاریخ هنر ایران دارد و شاید بتوان از سنگ‌نگاره‌های هخامنشی تا پیدایی هنر مانوی و کتاب مصور ارژنگ، همه را پایه و اساس نگارگری ایرانی در دوره اسلامی دانست (پاکباز، ۱۳۹۶: ۴۳). در دوره اسلامی نیز، با تغییر حکومت‌ها و تحولات مذهبی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی حاکم در هر دوره، تغییر پایتخت و در نتیجه تغییر مکان کارگاه‌های هنری تحت حمایت حکمرانان، مکاتب متعدد نگارگری شکل گرفته و متناسب با این تحولات، ویژگی‌های

جدول ۱. تفاوت بین زیبایی‌شناسی ناب و عامیانه بر اساس آرای بورديو، مأخذ: راو دراد، ۱۳۹۲: ۴۳

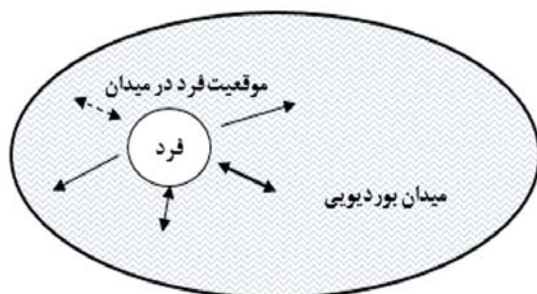
زیبایی‌شناسی ناب	زیبایی‌شناسی عامیانه
توانش فرهنگی بالا	فقدان توانش فرهنگی
شناخت خواص سبک گرایانه	شناخت خواص ملموس
اولویت به سبک و شکل	اولویت به موضوع و مصداق
قضاوت بر اساس شکل	قضاوت بر پایه اخلاق
همدلی با اثر بر پایه شناخت	توجه به دلالت‌های عاطفی
کشف لایه‌های جدید معنایی	محدود ماندن در لایه اول معنایی
اولویت شکل بر کارکرد	اولویت کارکرد بر شکل

خواهد بود، ضمن اینکه در این بررسی به ویژگی‌های سبکی و درک تمایز آن در نگارگری سنتی و نوین ایرانی توسط مخاطب توجه شده است.

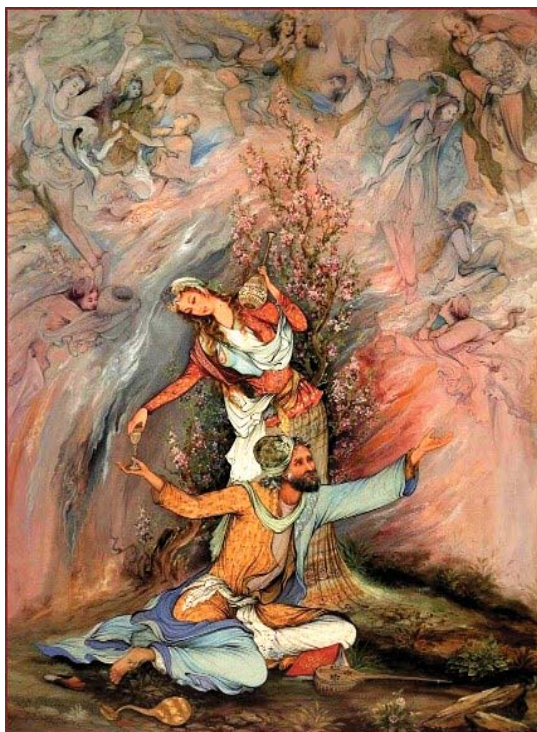
بررسی بُعد فردی کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری ایران

بر پایه نظریه سرمایه فرهنگی بورديو، سرمایه فرهنگی نهادینه، بُعد دیگری از وجود افراد است که قابلیت تغییر و پیشرفت دارد و در دنیای رو به رشد کنونی و با افزایش دسترسی به اطلاعات و روابط گسترده انسانی در جوامع، چه بسا دچار تغییرات بسیاری شود که البته به شرایط اختصاصی افراد نیز بستگی دارد. اگر بتوان برون‌داد سرمایه فرهنگی درونی را شکل‌گیری ذائقه و علاقه فردی دانست، برون‌داد سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده نیز، همان‌طور که بورديو معتقد است، مشتمل بر مدارک تحصیلی، حرفه‌ای و آموخته‌های فرد است. درواقع، بر اساس نظریه بورديو، باید کنش مخاطب در میدان را حاصل برآیند سه عامل متمایز

سبکی خاصی در هر مکتب بروز و ظهور یافته و «همپای زندگی مردم ایران دگرگون می‌شود» (آژند، ۱۳۹۹: ۲). از سویی، نگارگری نوین ایران و تحولات و دگرگونی‌ها و اساساً روند هنر ایران در یک‌صد سال اخیر بر بستر چهار جریان موازی شکل گرفت: نقاشی آکادمیک، نگارگری جدید، نقاشی قهوه‌خانه و نقاشی نوگرا (پاکباز، ۱۳۹۶: ۱۹۷). از نظر بورديو، میدان‌ها فضاهای زندگی اجتماعی‌اند که به تدریج از یکدیگر مستقل شده‌اند و در فرایند تاریخی بر محور روابط اجتماعی و نتایج ویژه شکل پیدا کرده‌اند. افراد در اجتماع در میدان‌های متفاوتی فعالیت می‌کنند و توان و استعداد‌های خود را به نمایش می‌گذارند. میدان در وهله اول فضای ساخت‌مندی از جایگاه‌هاست. قدرتی است که تصمیمات مشخص خود را بر کسانی که وارد آن می‌شوند، تحمیل می‌کند. از این رو، هرکسی که می‌خواهد وارد میدان شود، باید دارای حداقلی از سرمایه باشد (توسلی، ۱۳۸۳: ۲۳). میدان هنر نگارگری سنتی و نوین ایران، مبتنی بر نظریه بورديو فضایی اجتماعی است که افراد در آن بر اساس سرمایه فرهنگی خود، موقعیتی ویژه دارند که مبتنی بر آن کنش‌هایی را نشان می‌دهند. درواقع با توجه به نقش زمینه‌ای میدان در بروز کنش‌ها، مبتنی بر نظریه بورديو، معرفی مختصر آن به درک بهتر مفهوم سرمایه و کنش از جمله مفاهیم اصلی در نظریه بورديو کمک می‌کند اما بررسی جریان‌های هنری و سایر جریان‌ها و تحولات اجتماعی، فرهنگی و غیره که به نوعی در میدان هنر نگارگری ایرانی مؤثر بوده‌اند، خارج از حوزه پژوهش حاضر بوده و به مطالعات بیشتری در این زمینه نیاز است. بنابراین پژوهش حاضر، منطبق با هدف آن، روی تحلیل بُعد فردی کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری ایران متمرکز



تصویر ۱. کنش فرد در میدان منطبق با نظریه بورديو، مأخذ: نگارندگان



تصویر ۲. نگاره‌های تشکیل‌دهنده پیکره مطالعاتی پژوهش،



ب. تمنای بخشش، محمود فرشچیان، ۱۳۸۲ ه.ق (۱۳۴۲ ش)،
مأخذ:
<https://www.carpetmaster.ir/cm/wp-content/uploads/prod41021.jpg> (access date: 2023/2/12).

الف. دادخواهی پیرزن از سلطان سنجر، علی اسفراجانی، ۱۳۸۶ ه.ق (۱۳۴۶ ش)، مأخذ:
https://wikijoo.ir/images/c/cb/11297500-_3.jpg (access date: 2023/2/12).

و نوین ایرانی، از میان هزاران نمونه موجود، تحقق یافت. در این راستا، چهار نگاره، شامل دو نگاره از هر دسته، به عنوان پیکره مطالعاتی منتخب در میدان هنر نگارگری و در قالب سرمایه فرهنگی عینی و تجسم یافته برای عرضه به مخاطب انتخاب شد. مبنای گزینش این نگاره‌ها این موارد بود: ۱. از آنجاکه مخاطبان پژوهش طیف وسیعی از افراد با سطوح مختلف آگاهی و تخصص درباره هنر نگارگری را در برمی گرفت، نگاره‌هایی انتخاب شدند که حتی برای مخاطبان متخصص نیز کمتر آشنا بودند. از این رو، آثار مبتنی بر روایت‌های شناخته شده‌ای چون شاهنامه یا داستان‌های مشهور ادبی حذف گردیدند؛ ۲. از آنجاکه پیش‌متن‌های ذهنی مخاطب در کنش او در میدان نگارگری مؤثر بودند، نگاره‌های خاص دوره معاصر مانند نگاره «ظهر عاشورا» از استاد فرشچیان و دیگر نگاره‌های نام‌آشنای معاصر نیز کنار گذاشته شدند؛ ۳. نگاره‌هایی که دارای رنگ‌های خاص، بناهای غالب یا نشانه‌گذاری‌های برجسته بودند و یافتن نمونه نوین هم‌تراز با آن‌ها دشوار بود، نیز حذف شدند؛ ۴. در نهایت، نگاره‌های منتخب با رعایت نوعی هم‌ترازی ناملوس در موضوع، برای حذف تأثیر یکجانبه روایت یا داستان و یا به‌طور کلی موضوع

بدانیم که در تصویر ۱ نمایش داده شده است: ۱. فرد حاوی بارهای اختصاصی عادت‌واره؛ ۲. میدان: نیروهای متغیر متأثر از جریان‌های متغیر اجتماعی، فرهنگی، هنری و غیره؛ ۳. موقعیت یا جایگاه اولیه در میدان که وابسته به سرمایه نهاده در افراد متفاوت است. بنابراین، منطبق با هدف پژوهش، در بررسی بُعد فردی کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری ایران در پژوهش حاضر، برونداد سرمایه فرهنگی نهاده و رابطه آن با کنش مخاطب در میدان هنر و بررسی سایر ابعاد این کنش، با توجه به گستردگی این مبحث در مطالعات دیگری بررسی خواهد شد.

تحقیق میدانی درباره آرای مخاطبان معرفی پیکره مطالعاتی منتخب

در راستای بررسی شیوه کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری و تبیین عواملی چون ملاک‌های زیبایی‌شناختی موردنظر مخاطب، میزان تعامل و نحوه تعامل او با آثار نگارگری، نیاز به انتخاب هدفمند پیکره مطالعاتی بر اساس معیارهایی برای خنثی‌سازی عوامل جهت‌دهنده به پژوهش وجود داشت. این مهم از طریق طراحی سؤالات تصویری در قالب پرسشنامه و انتخاب نمونه‌هایی از نگاره‌های سنتی



د. سلامان و آيسال، كتاب داستان، ۹۷۳ ه.ق، كتابخانه بادليان آكسفورد، مأخذ:

URL4. <https://digital.bodleian.ox.ac.uk/objects/9d7d382f-9ea8-42e3-bd86-5ccb1bde5854> (access date: 2023/2/12).



ج. شيرين تصوير خسرو را به شاپور نشان مي‌دهد، خمسۀ نظامي، ۹۳۷ ه.ق، كتابخانه بریتانیا، مأخذ:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/3/3c/Nushabe_Iskander.jpg/800px-Nushabe_Iskander.jpg (access date: 2023/2/12).

آيسال به‌دوران طعنه و منع ديگران، در قالب عشقي ممنوعه و در مكاني چون بهشت برين نشان داده‌شده كه به‌نوعی دارای هم‌ترازی ظاهري با هبوط از بهشت در نگاره ب و داستان آدم و حوا است.

تبیین مؤلفه‌های کنش مخاطب

منظور از کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری، رفتار و واکنش او بر مبنای شاخص‌های پیش‌بینی‌کنندهٔ بورديو است. این شاخص‌ها، مبتنی بر نظریهٔ سرمایه فرهنگی نهادینه‌شدهٔ بورديو و آرای او دربارهٔ زیبایی‌شناسی ناب مرتبط با سرمایه فرهنگی نهادینه هستند و شامل مواردی چون مدرک و رشته تحصیلی، سطح رفاه و درآمد ماهانه و میزان اطلاعات غیررسمی فرد از هنر نگارگری (مانند مدارک تخصصی و فنی از مؤسسات غیردولتی و غیره) می‌شود. در این پژوهش، رابطهٔ این شاخص‌ها با نحوهٔ و معیار گزینش آثار نگارگری توسط مخاطب و نیز میزان تمایل او به تعامل بیشتر با اثر منتخب، موردبررسی و تحلیل قرار گرفته است. بنابراین، اولین مؤلفه کنش مخاطب در بُعد فردی، رابطهٔ بین شاخص‌های مذکور و شیوهٔ و

اثر، ترکیب‌بندی و شکل، رنگ و با نزدیک‌ترین مشابهت‌های ممکن در همهٔ موارد یادشده، بدین‌صورت انتخاب شدند: دو اثر مبتنی بر روایت مشخص: از کتاب خمسۀ نظامی در هر دو بخش نگارگری سنتی و نوین. دو اثر مبتنی بر فضای مرقعات و تکه‌نگاره‌ها: با شکل‌های انسانی کمتر و هم‌ترازی ظاهري در هم‌نشینی دلدادگان. در دسته هنر نگارگری نوین: نگاره الف (تصویر ۲. الف) با عنوان «دادخواهی پیرزن از سلطان سنجر»، از آثار علی اسفراجانی (۱۳۸۴-۱۲۹۹) است. نگاره ب (تصویر ۲. ب) با عنوان «تمنای بخشش» از جمله آثار استاد محمود فرشچیان است که در آن صحنه هبوط آدم و حوا از بهشت و تضرع آن دو و طلب بخشش از خداوند را به تصویر کشیده است. نگاره ج (تصویر ۲. ج) با عنوان «شيرين تصوير خسرو را به شاپور نشان مي‌دهد». نگاره‌ای از ميرزاعلی از پنج گنج نظامی است که بین سال‌های ۱۵۳۹ تا ۱۵۴۳ میلادی ترسیم‌شده و اکنون در کتابخانهٔ بریتانیا در لندن نگهداری می‌شود. نگاره د (تصویر ۲. د) با عنوان «سلامان و آيسال» از «كتاب داستان» متعلق به مکتب مشهد، محفوظ در کتابخانه بادليان آكسفورد، انتخاب‌شده است که در آن لحظه دیدار سلامان و

چینش اجزای نگاره و یا سایر تغییرات مدنظر مخاطب؛ راهکار تعاملی پیشنهادی مخاطبان شامل: افزایش مطالب آموزشی با موضوع نگارگری در کتب درسی ابتدایی تا متوسطه؛ ارائه یک درس اختیاری در دانشگاه درباره هنر نگارگری؛ استفاده بیشتر نگارگری در طراحی‌های سطح شهرها؛ تولید کالاها و پوشاک دارای نقوش نگارگری؛ برپایی نمایشگاه‌ها و کارگاه‌های آموزشی در سطح شهر؛ افزایش آگاهی عموم جامعه از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی.

در نهایت، گزینه‌ای نیز برای اظهار نظر خنثی در نظر گرفته شد: «نیازی به افزایش تعامل مخاطب با هنر نگارگری در جامعه معاصر وجود ندارد.»

تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از پژوهش

تحلیل کمی مؤلفه‌های فردی کنش مخاطب

چنان‌که در بخش روش پژوهش اشاره شد، تعداد ۱۰۰ نفر در این پژوهش شرکت کردند که ۵۷ درصد آنان زن و ۴۳ درصد، مرد بودند. تعیین درصد فراوانی سنی شرکت‌کنندگان از دامنه سنی زیر ۱۸ سال تا ۶۰ سال و بالاتر، نشان می‌دهد که بیشتر افراد بین ۴۰ تا ۵۰ سال داشتند و در مجموع، ۷۸ درصد آن‌ها در رده سنی ۲۳ تا ۵۰ سال قرار گرفتند که گستره طیف سنی مخاطبان معاصر را در برمی‌گیرد. درصد مشارکت مخاطبان با مدارک تحصیلی متفاوت شامل ابتدایی، متوسطه، دیپلم، فوق دیپلم، کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکتری و بالاتر؛ در نمودار ۱ آمده است. بر اساس این نمودار، بیشتر افراد شرکت‌کننده در پژوهش دارای مدرک تحصیلی کارشناسی (۴۰ درصد) بودند و در مجموع، ۲۲ درصد افراد مدرک تحصیلی پایین‌تر از کارشناسی و ۷۸ درصد مدرک تحصیلی کارشناسی و بالاتر داشتند.

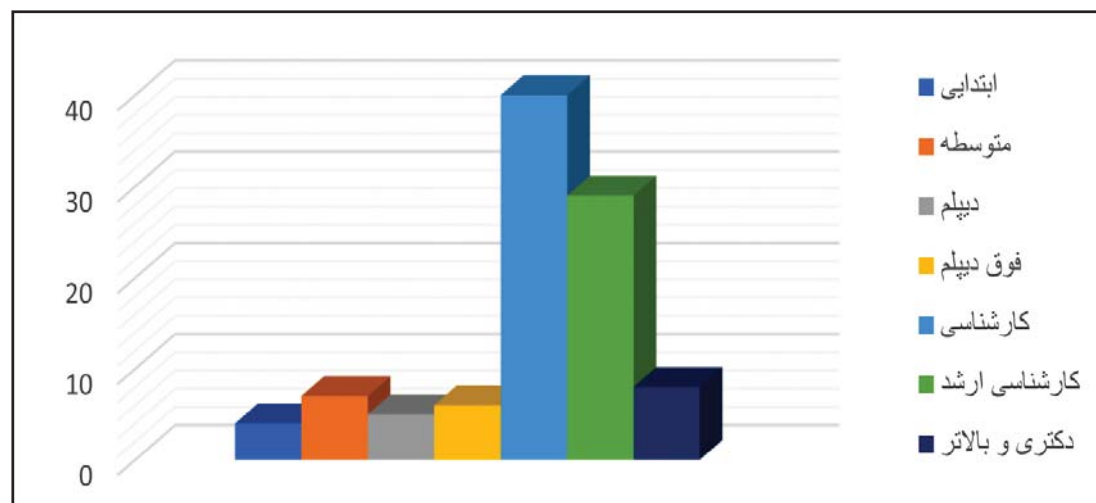
ملاک گزینش آثار توسط مخاطبان است. دومین مؤلفه تعیین‌کننده، رابطه بین این متغیرها با تمایل مخاطب به تعامل بیشتر با آثار نگارگری در میدان این هنر سنتی است. افزون بر این، از مخاطبان خواسته شده است تا در صورت تمایل، راهکارهایی برای افزایش تعامل مخاطب معاصر با هنر نگارگری سنتی و نوین ایرانی ارائه دهند. مشارکت مخاطبان در این بخش، نه تنها نشان‌دهنده تمایل بیشتر آنان به تعامل با آثار نگارگری است، بلکه راهکارهای ارائه شده نیز می‌تواند قابل تأمل و بررسی باشد.

به طور خلاصه در تجزیه تحلیل آماری داده‌ها، این موارد بررسی شده‌اند: درصد مشارکت زنان و مردان؛ دامنه سنی شرکت‌کنندگان (از زیر ۱۸ سال تا ۶۰ سال و بالاتر)؛ درصد مشارکت مخاطبان با مدارک تحصیلی متفاوت شامل ابتدایی، متوسطه، دیپلم، فوق دیپلم، کارشناسی، فوق کارشناسی، دکتری و بالاتر؛ درصد توزیع مخاطبان دارای رشته‌های مختلف تحصیلی، شامل افرادی که در رشته خاصی تحصیل نکرده‌اند، رشته‌های علوم انسانی، علوم تجربی، ریاضیات و هنر؛ درصد فراوانی درآمد ماهیانه افراد در دامنه بدون درآمد تا بالای ۲۰ میلیون تومان؛ درصد اطلاعات هنری مخاطبان از طیف بسیار کم تا بسیار زیاد. در ادامه، روابط زیر بررسی شده‌اند:

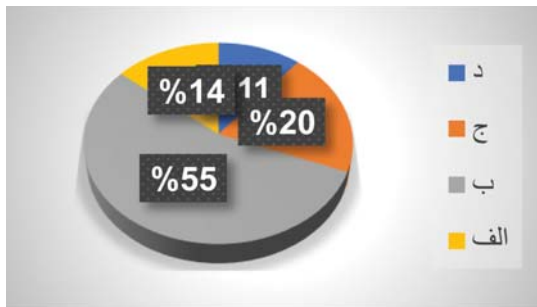
۱. رابطه مدرک، رشته تحصیلی و درآمد ماهیانه و میزان اطلاعات هنری مخاطب با گزینش نگارگری سنتی یا نوین ایرانی و معیارهای زیبایی‌شناسی ناب (جدول ۱) شامل: توانش فرهنگی در قالب توجه به شکل و رنگ؛ توجه به معیارهای سبکی؛ حس تعلق و همدلی با اثر و شناخت موضوع اثر نگارگری.

۲. نحوه تعامل مخاطب با اثر هنری، شامل:

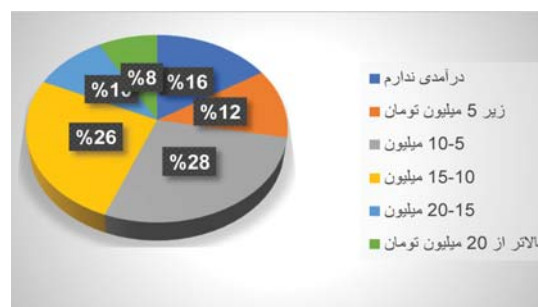
تمایل به اعمال تغییرات در نگاره مانند حذف یا افزودن اجزا؛ افزودن یک شکل به نگاره؛ تغییر رنگ؛ جابجایی و تغییر



نمودار ۱. توزیع فراوانی نمونه آماری بر اساس مدرک تحصیلی، مأخذ: نگارندگان



نمودار ۳. درصد گزینش نگاره‌ها توسط مخاطبان، مأخذ: همان.



نمودار ۲. درصد توزیع نمونه آماری مبتنی بر درآمد ماهیانه، مأخذ: همان.

بسیار کم تا بسیار زیاد نیز نشان می‌دهد که بیشتر افراد (۳۸ درصد)، اطلاعات کمی درباره هنر نگارگری دارند. این داده‌ها نشان می‌دهد در مجموع، ۷۴ درصد مخاطبان، اطلاعات متوسط تا بسیار کمی درباره هنر نگارگری دارند. همچنین، ۷ درصد مخاطبان با معرفی نگارگران بیشتری چون عیسی بهادری، رضا بدر السماء، امیر هوشنگ جزی‌زاده، مجید مهرگان، مهین افشان‌پور، اردشیر مجرد تاکستانی و محمدباقر آقامیری، سهراب سپهری، سلطان محمد و محمدی هروی، در پاسخ به سؤال اختیاری در این مورد، نشان دادند که دارای اطلاعات تخصصی در زمینه هنر نگارگری هستند.

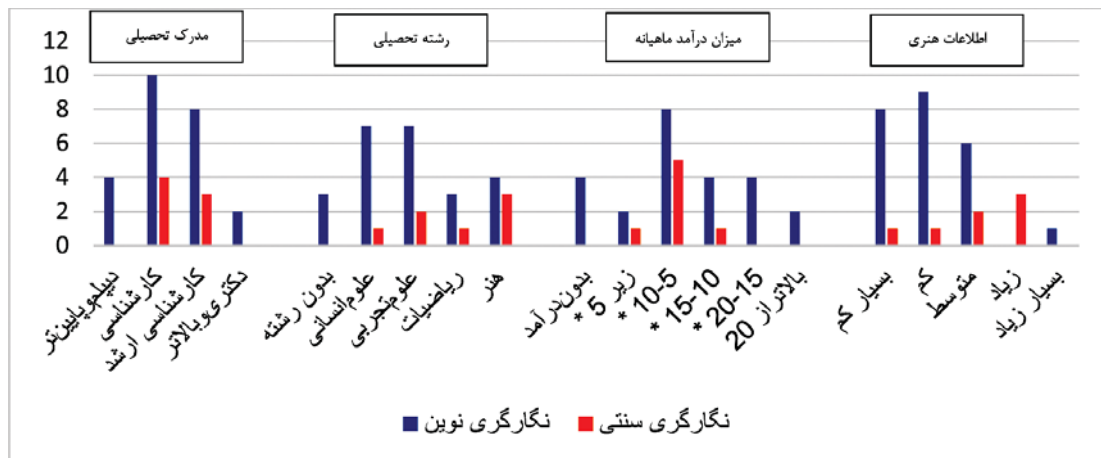
تحلیل کمی روابط بین مؤلفه‌های سرمایه فرهنگی و میزان تعامل مخاطب

نتایج حاصل از تحلیل آماری یافته‌های مربوط به نحوه گزینش آثار نگارگری سنتی و نوین ایران در جدول ۲، آمده

درصد توزیع مخاطبان بارشته‌های تحصیلی مختلف، شامل افرادی که هنوز انتخاب رشته نکرده‌اند و نیز رشته‌های علوم انسانی، علوم تجربی، ریاضیات و هنر، تعیین گردید. بر اساس نتایج به‌دست آمده، بیشترین افراد (۲۹ درصد) در رشته علوم انسانی تحصیل کرده‌اند. همچنین، ۲۳ درصد از مخاطبان، در رشته هنر مشغول به تحصیل هستند و در مجموع ۷۳ درصد در رشته‌های غیر هنری تحصیل کرده‌اند. از سوی دیگر، درصد فراوانی درآمد ماهیانه افراد در دامنه‌ای از «بدون درآمد» تا «بالای ۲۰ میلیون تومان» در نمودار ۲ نشان داده شده است. بر اساس این نمودار، بیشترین افراد نمونه آماری دارای درآمد ماهیانه بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان هستند و به‌طور کلی، ۲۸ درصد درآمدی کمتر از ۵ میلیون تومان، ۵۴ درصد بین ۵ تا ۱۵ میلیون تومان و ۱۸ درصد بالاتر از ۱۵ میلیون تومان درآمد ماهیانه دارند. تعیین توزیع فراوانی اطلاعات هنری مخاطبان از طیف

جدول ۲. درصد توزیع و نمودار نحوه گزینش آثار نگارگری توسط مخاطب معاصر، مأخذ: همان

هنر نگارگری سنتی ایران		هنر نگارگری نوین ایران		پیکره مطالعاتی پژوهش
				
نگاره د	نگاره ج	نگاره ب	نگاره الف	
۱۱ درصد	۲۰ درصد	۵۵ درصد	۱۴ درصد	انتخاب مخاطب
۳۱ درصد		۶۹ درصد		مجموع



نمودار ۴. رابطه بین متغیرهای مدرک و رشته تحصیلی، میزان درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری مخاطبان با نحوه گزینش آثار نگارگری، مأخذ: همان.

با دومین مؤلفه کنش مخاطب شامل میزان و نحوه تعامل مخاطبان با اثر هنری و ارائه راهکار به منظور افزایش این تعامل، محتمل است.

نمودار ۴، رابطه بین متغیرهای مدرک و رشته تحصیلی، میزان درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری مخاطبان را با شیوه گزینش آثار نگارگری توسط آنان نشان می‌دهد. نمودار ۴، رابطه بین متغیرهای مدرک و رشته تحصیلی، میزان درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری مخاطبان با نحوه گزینش آثار نگارگری، مأخذ: همان.

گرچه سنجش ذائقه هنری مخاطبان از اهداف پژوهش حاضر نیست، اما بررسی رابطه میان نحوه گزینش آثار و معیارهای انتخاب آن‌ها، با متغیرهایی مطرح شده از عوامل تعیین‌کننده در نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو است و بررسی آن‌ها نشان می‌دهد که مخاطبان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد، در گزینش‌های خود به آثار نگارگری سنتی نیز توجه داشته‌اند، اما در بیشتر موارد، افراد با سطوح مختلف تحصیلی، تمایل بیشتری به انتخاب آثار نگارگری نوین نشان داده‌اند. همچنین، مخاطبانی که در رشته هنر تحصیل کرده‌اند، بیش از دیگران به انتخاب نگارگری سنتی گرایش داشته‌اند. باین‌حال، در میان مخاطبان با رشته‌های تحصیلی گوناگون، آثار نگارگری نوین به‌طور قابل‌توجهی بیش از نگارگری سنتی انتخاب شده‌اند. افزون بر این، مخاطبانی با درآمد ماهیانه بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان نیز، به‌مراتب بیش از سایر گروه‌ها، آثار نگارگری سنتی را برگزیده‌اند. باین‌وجود، در میان افراد با هر سطحی از درآمد، تمایل به گزینش نگارگری نوین ایرانی بیشتر به چشم می‌خورد. همچنین، درحالی‌که سطح بالای آگاهی هنری، مخاطبان را به‌سوی انتخاب نگاره‌های سنتی سوق داده است،

است.

بر اساس داده‌های جدول ۲، در گزینش اختیاری مخاطب، درصد فراوانی انتخاب اثر نگارگری منتخب نشان می‌دهد که ۳۱ درصد افراد، یکی از آثار نگارگری سنتی و ۶۹ درصد افراد، یکی از آثار نگارگری نوین را بر اساس معیارهای زیبایی‌شناختی بوردیو، برگزیده‌اند. نمودار ۳ نیز درصد تفکیکی انتخاب هر نگاره را نشان می‌دهد که بر اساس آن، بیش از نیمی از مخاطبان معاصر (۵۵ درصد) نگاره ب را به‌عنوان اولین نگاره مدنظر خود انتخاب کرده‌اند. برای تحلیل دقیق‌تر این یافته‌ها، به تعیین روابط همبستگی بین متغیرهای موردنظر پژوهش نیاز است. بنابراین، فرضیه‌های آماری زیر را مطرح کرده و بدان پاسخ خواهیم داد.

همچنین، برای استفاده از آزمون همبستگی کندال، در همه موارد زیر، فرضیه صفر را عدم وجود رابطه بین دو متغیر ($H_0 = 0$) و فرضیه یک را وجود همبستگی مستقیم یا معکوس ($H_1 \neq 0$) در نظر می‌گیریم؛ که در صورت وجود رابطه بین دو متغیر، میزان همبستگی عددی بین مثبت و منفی یک ($-1 < X < 1$) خواهد بود که مقادیر مثبت، رابطه مستقیم و مقادیر منفی، رابطه معکوس را نشان می‌دهند.

برای جلوگیری از اطناب متن، فرضیه‌های پژوهش، مطابق سؤالات مطرح شده در پژوهش، خلاصه شده‌اند: ۱. احتمالاً بین شاخص‌های سرمایه فرهنگی نهاده‌ی بوردیو شامل مدرک و رشته تحصیلی افراد، درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری آنان و اولین مؤلفه کنش مخاطب شامل گزینش آثار نگارگری سنتی و نوین ایرانی و ملاک قرار دادن معیارهای زیبایی‌شناسی بوردیو توسط مخاطبان رابطه‌ای وجود دارد. ۲. وجود رابطه بین شاخص‌های سرمایه فرهنگی نهاده‌ی بوردیو شامل مدرک و رشته تحصیلی افراد، درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری آنان،

در مجموع، فراوانی انتخاب نگارگری نوین در میان تمامی سطوح آگاهی هنری، بیش از نگارگری سنتی بوده است. داده‌های آماری حاصل از پژوهش، درباره بررسی رابطه میان ملاک‌های مخاطبان در گزینش آثار نگارگری با متغیرهای مدرک و رشته تحصیلی، میزان درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری آنان در نمودار ۵، ارائه شده است. تحلیل این نمودار نشان می‌دهد که افراد دارای مدرک کارشناسی و کارشناسی ارشد، مخاطبانی که در رشته هنر و علوم انسانی تحصیل کرده‌اند، افرادی با درآمد ماهیانه ۵ تا ۱۵ میلیون تومان و همچنین کسانی با اطلاعات هنری کم تا متوسط، در انتخاب‌های خود به عوامل زیبایی‌شناختی مانند شکل و رنگ توجه بیشتری داشته‌اند. همچنین معیارهای سبکی بیشتر مورد توجه مخاطبانی بوده که دارای مدرک بالاتر از کارشناسی، تحصیلات در رشته هنر، درآمدی بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان و سطح اطلاعات هنری متوسط هستند. علاوه بر این، مخاطبان دارای مدرک کارشناسی و بالاتر، رشته تحصیلی علوم انسانی، درآمد ماهیانه ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان و اطلاعات هنری کم تا متوسط، در انتخاب آثار، حس تعلق و همدلی را نیز مدنظر قرار داده‌اند. در نهایت، شناخت موضوع اثر از جمله ملاک‌های انتخاب برای مخاطبانی با مدرک تحصیلی کارشناسی، رشته علوم تجربی و درآمد ماهیانه ۵ تا ۱۰ میلیون تومان و اطلاعات هنری اندک بوده است.

تحلیل یافته‌ها

بررسی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در نمونه آماری ۱۰۰ نفری از مخاطبان معاصر ایرانی، ساکن در نقاط جغرافیایی مختلف کشور و تقریباً با درصد مشابه شرکت‌کنندگان زن و مرد که بیشتر آنان در دامنه سنی ۲۳ تا ۵۰ سال قرار داشتند و دارای مدرک کارشناسی و بالاتر بودند، بیشتر این افراد دارای سطح اطلاعات هنری کم تا متوسط بودند و تمایل آنان به انتخاب آثار نگارگری نوین، بیش از نگارگری سنتی بوده است. اگرچه بررسی ذائقه هنری مخاطبان از اهداف پژوهش حاضر نیست، اما لااقل بخشی از بُعد فردی کنش مخاطب معاصر را در میدان هنر نگارگری ایران نشان می‌دهد. مخاطبانی که اغلب اطلاعات کمی درباره هنر نگارگری دارند، اما کنش آنان در گزینش نگارگری نوین بر اساس ملاک گزینش آثار، منطبق با معیارهای زیبایی‌شناسی ناب بورديو (جدول ۱)، نشان می‌دهد توجه به شکل و رنگ اثر، مهم‌ترین ملاک گزینش بیشتر مخاطبان بوده است که حاکی از توانش فرهنگی بالای آنان در سوگیری معین و جایگاه ویژه آنان در میدان هنر نگارگری است. در واقع در مورد اولین مؤلفه تعیین‌کننده کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری، یافته‌های پژوهش حاضر همسو با نظریه سرمایه فرهنگی بورديو، بر رابطه مستقیم بین مدرک تحصیلی و توانش فرهنگی بالای مخاطبان دلالت دارد. از سویی بنا بر همین نظریه، بیشترین انتخاب آثار نگارگری سنتی توسط مخاطبانی که در رشته هنر تحصیل کرده‌اند، چنان‌که در نمودار ۵ نیز مشاهده می‌شود، می‌تواند نشان‌دهنده تأثیر آگاهی بیشتر

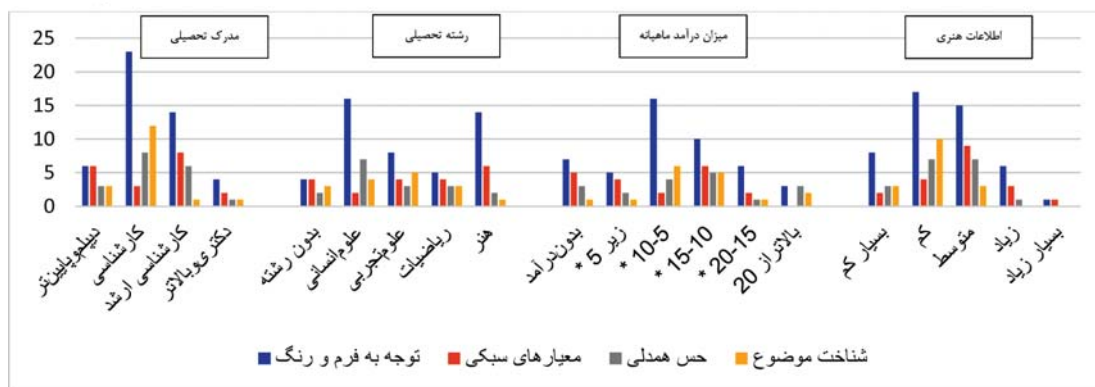
در مجموع، فراوانی انتخاب نگارگری نوین در میان تمامی سطوح آگاهی هنری، بیش از نگارگری سنتی بوده است. داده‌های آماری حاصل از پژوهش، درباره بررسی رابطه میان ملاک‌های مخاطبان در گزینش آثار نگارگری با متغیرهای مدرک و رشته تحصیلی، میزان درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری آنان در نمودار ۵، ارائه شده است. تحلیل این نمودار نشان می‌دهد که افراد دارای مدرک کارشناسی و کارشناسی ارشد، مخاطبانی که در رشته هنر و علوم انسانی تحصیل کرده‌اند، افرادی با درآمد ماهیانه ۵ تا ۱۵ میلیون تومان و همچنین کسانی با اطلاعات هنری کم تا متوسط، در انتخاب‌های خود به عوامل زیبایی‌شناختی مانند شکل و رنگ توجه بیشتری داشته‌اند. همچنین معیارهای سبکی بیشتر مورد توجه مخاطبانی بوده که دارای مدرک بالاتر از کارشناسی، تحصیلات در رشته هنر، درآمدی بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان و سطح اطلاعات هنری متوسط هستند. علاوه بر این، مخاطبان دارای مدرک کارشناسی و بالاتر، رشته تحصیلی علوم انسانی، درآمد ماهیانه ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان و اطلاعات هنری کم تا متوسط، در انتخاب آثار، حس تعلق و همدلی را نیز مدنظر قرار داده‌اند.

در نهایت، شناخت موضوع اثر از جمله ملاک‌های انتخاب برای مخاطبانی با مدرک تحصیلی کارشناسی، رشته علوم تجربی و درآمد ماهیانه ۵ تا ۱۰ میلیون تومان و اطلاعات هنری اندک بوده است.

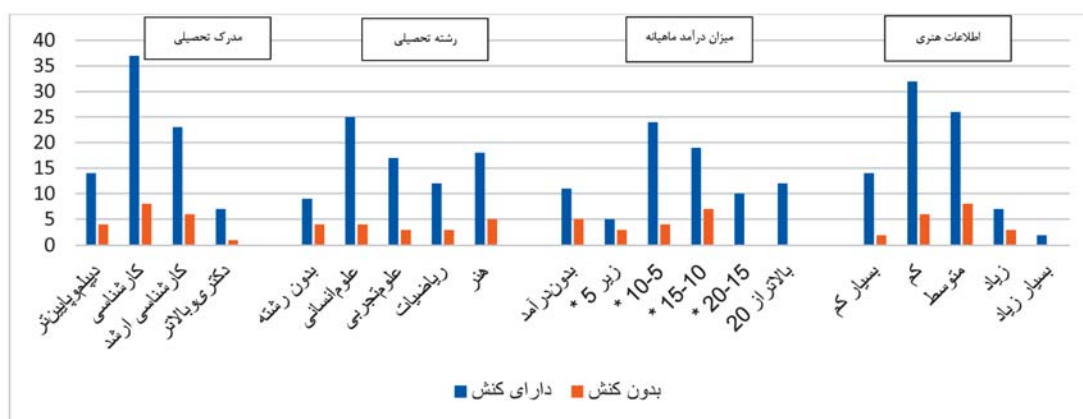
تمایل مخاطب به تعامل با آثار نگارگری ایرانی با استفاده از دو سؤال اصلی در پرسشنامه - که پاسخ به آن‌ها اختیاری بود- موردسنجش قرار گرفت. سؤال اول درباره تمایل مخاطب به تغییر در نگاره‌ها شامل کاهش، افزایش، تغییر رنگ، جابجایی و یا سایر تغییرات اجزای نگاره‌ها اختصاص داشت. نتایج نشان داد که در مجموع ۸۱ درصد مخاطبان تمایل به تعامل بیشتر از طریق اعمال تغییر در نگاره‌ها داشتند. خلاصه اطلاعات در نمودار ۶ ارائه شده است. بر اساس این نمودار، مخاطبان با مدرک کارشناسی و بالاتر، رشته علوم انسانی و هنر، با درآمد ماهیانه ۵ تا ۱۵ میلیون تومان و سطح اطلاعات هنری کم یا متوسط دارای بیشترین تمایل به تعامل با اثر نگارگری و اعمال تغییرات در آن بوده‌اند.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهد که ۹۲ درصد مخاطبان، پیشنهادی برای افزایش تعامل با هنر نگارگری ایرانی ارائه کرده‌اند که از میان این افراد ۳۶ درصد راهکارهای خود را به صورت تقضیلی یا در قالب پاسخ‌های کوتاه و کلیدی، در بخش پرسش باز مطرح کرده‌اند؛ موضوعی که گویای تمایل چشمگیر مخاطب معاصر به تعمیق تعامل با این هنر است. در مقابل، ۴ درصد مخاطبان نیازی به ارائه راهکار در این زمینه ندیدند و ۴ درصد دیگر نیز در این بخش شرکت نکرده بودند.

علاوه بر این، تحلیل رابطه همبستگی بین شاخص‌های



نمودار ۵. رابطه میان متغیرهای مدرک و رشته تحصیلی، میزان درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری مخاطبان با ملاک گزینش مخاطبان، مأخذ: همان.



نمودار ۶. رابطه میان متغیرهای مدرک و رشته تحصیلی، میزان درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری مخاطبان با تمایل آن‌ها به تعامل با نگاره‌ها، مأخذ: همان.

که با توجه به شرایط محیطی متفاوت جامعه معاصر ایرانی و جوامع غربی مورد مطالعه بوردیو و مشخصه‌های میدان هنر نگارگری ایرانی چندان دور از انتظار نیست. برتری توانش فرهنگی بالای مخاطبان معاصر ایرانی فارغ از میزان رفاه اقتصادی آنان، در انتخاب آثار نگارگری نوین، شاید حاصل سنت‌های نهادینه فرهنگی جامعه ایرانی و برخورداری از اصالت هنری در طول سالیان متمادی باشد که در هر دوره و با وجود شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مختلف بر شکل‌گیری میدان هنر نگارگری ایرانی مؤثر بوده و ارزش‌های اصیلی را در جامعه ایرانی نهادینه کرده است. البته، این موضوع نیازمند پژوهش‌های بیشتری است.

دومین مؤلفه تعیین‌کننده در بُعد فردی کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری ایرانی، میزان تمایل او به تعامل با آثار نگارگری است. یافته‌های پژوهش (نمودار ۶) نشان می‌دهد که درصد

آنان و بهره‌مندی از دیگر معیارهای زیبایی‌شناسی ناب بوردیویی همچون معیارهای سبکی باشد که در این افراد با توجه به سطح اطلاعات هنری بالای آنان و مدرک و رشته تحصیلی، نهادینه شده است.

از سوی دیگر، یافته‌های مربوط به نمودار ۵، نشان می‌دهد افراد با درآمد ماهیانه بالاتر از ۱۵ میلیون تومان، علاوه بر توجه به شکل و رنگ، معیارهایی چون حس تعلق و همدلی با اثر را نیز در انتخاب خود دخیل دانسته‌اند که این امر می‌تواند رابطه سطح رفاه اقتصادی را با نحوه گزینش آثار نشان دهد. مطابق نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو، افراد با رفاه اقتصادی بالاتر، توانش فرهنگی بیشتری نیز دارند و رفتارهای پرورش یافته فرهنگی آن‌ها، زبان بدن و کنش‌شان را در مواجهه با آثار هنری، به طرز معناداری تحت تأثیر قرار می‌دهد. با این حال، نتایج این پژوهش، رابطه بین میزان درآمد ماهیانه و توانش فرهنگی مخاطبان را تأیید نمی‌کند

جدول ۳. روابط همبستگی میان شاخص‌های سرمایه فرهنگی نهاده و مؤلفه‌های کنش مخاطب در میدان هنر نگارگری، مأخذ: همان.

روابط همبستگی					
			مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی	ملاک گزینش
کندال تاو بی ^{۱۲}	مدرک تحصیلی	ضریب همبستگی	۱،۰۰۰	*۰،۲۵۱	*-۰،۳۱۴
		معناداری دوسویه	-	۰،۰۰۳	۰،۰۰۲
		تعداد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
	رشته تحصیلی	ضریب همبستگی	*۰،۲۵۱	۱،۰۰۰	*-۰،۲۰۱
		معناداری دوسویه	۰،۰۰۳	-	۰،۰۱۶
		تعداد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
	ملاک گزینش	ضریب همبستگی	*-۰،۳۱۴	*-۰،۲۰۱	۱،۰۰۰
		معناداری دوسویه	۰،۰۰۲	۰،۰۱۶	.
		تعداد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
** همبستگی در سطح ۰،۰۱ (دوسویه) معنادار است.					
* همبستگی در سطح ۰،۰۵ (دوسویه) معنادار است.					

داشته و پیشنهادهایی نیز در این زمینه ارائه کرده‌اند. آنان بر ضرورت اتخاذ راهکارهایی چون استفاده از رسانه و فضای مجازی برای افزایش آگاهی عمومی مخاطبان درباره هنر نگارگری، افزایش حجم و کیفیت مطالب کتب درسی ابتدایی و متوسطه درباره هنر نگارگری و استفاده بیشتر از هنر نگارگری در طراحی و زیباسازی فضاها و مبلمان شهری را مطرح کرده‌اند.

بالایی از مخاطبان معاصر ایرانی خواهان تعامل بیشتر با این آثار هستند. تمایل به تغییر در آثار و ارائه راهکارهایی برای افزایش این تعامل، از سوی بسیاری از مخاطبان در پژوهش حاضر، به‌خوبی ضرورت توجه به این مسئله را در عرصه فرهنگ و هنر کشور نشان می‌دهد. به‌ویژه افرادی با تحصیلات کارشناسی و دانش‌آموختگان رشته‌های هنر و علوم انسانی، تمایل بیشتری به تعامل با آثار نگارگری

نتیجه

در این پژوهش، بُعد فردی کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری ایرانی، بر اساس مطالعات میدانی مبتنی بر نظریه سرمایه فرهنگی نهاده بورديو، مورد بررسی قرار گرفت. دو مؤلفه تعیین‌کننده در این کنش مخاطب در میدان شناسایی شد و دو پرسش اصلی مطرح گردید: ۱. چه رابطه‌ای میان شاخص‌های سرمایه فرهنگی نهاده بورديو، شامل مدرک و رشته تحصیلی افراد، درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری آنان با گزینش آثار نگارگری ایرانی (سنتی و نوین) و ملاک‌های زیبایی‌شناختی بورديو وجود دارد؟ در پاسخ به این پرسش مبتنی بر داده‌های آماری و تجزیه تحلیل یافته‌ها، می‌توان گفت همسو با نظریه سرمایه فرهنگی نهاده بورديو، افراد با تحصیلات بالاتر دارای توانش فرهنگی بیشتر در گزینش آثار نگارگری با اولویت قرار دادن مشخصه‌های شکلی و رنگی همراه بوده، اما بین درآمد ماهیانه افراد و

سطح اطلاعات هنری آنان با نحوه گزینش آثار نگارگری، رابطه معناداری یافت نشد. ۲. در پاسخ به پرسش دوم، شاخص‌های سرمایه فرهنگی نهاده بوردیو، شامل مدرک و رشته تحصیلی افراد، درآمد ماهیانه و سطح اطلاعات هنری آنان، چه رابطه‌ای با دومین مؤلفه کنش مخاطب شامل میزان و نحوه تعامل مخاطب با اثر هنری و ارائه راهکار در جهت افزایش این تعامل، وجود دارد؟ بر اساس یافته‌های پژوهش، بین شاخص‌های سرمایه فرهنگی نهاده بوردیو، میزان و نحوه تعامل مخاطب با هنر نگارگری ایرانی رابطه‌ای یافت نشد؛ اما تعداد افراد زیادی که تمایل به تعامل بیشتر با آثار نگارگری داشتند، نشان می‌دهد مستقل از شاخص‌های مطرح شده بوردیو، جامعه مخاطبان معاصر ایرانی تمایل زیادی به تعامل مؤثر با هنر نگارگری اصیل ایرانی دارند، به طوری که ۹۲ درصد شرکت‌کنندگان در پژوهش، راهکاری برای ارتقا این تعامل در قالب پرسش باز پاسخ، ارائه داده‌اند. به طور کلی، با بررسی کیفی و کمی یافته‌های پژوهش می‌توان بُعد فردی کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری ایرانی را چه در نحوه گزینش آثار و چه در شیوه تعامل با آن، متأثر از شاخص‌های نظریه سرمایه فرهنگی نهاده بوردیو دانسته و با توجه به آن، افزایش اطلاعات هنری جامعه را دارای بیشترین تأثیر بر این کنش دانست. بنابراین، راهکارهایی چون افزایش مطالب درسی دوره ابتدایی تا متوسطه یا ارائه واحدهای اختیاری دانشگاهی برای همه رشته‌ها، افزایش کارگاه‌های آموزشی و نمایشگاه‌ها برای مشارکت عموم جامعه، استفاده بیشتر از هنر نگارگری در طراحی فضاها و مبلمان شهری، تهیه پوشاک و کالاهایی با تأکید بر عرضه این هنر اصیل ایرانی و مهم‌تر از همه، به عقیده تحصیل‌کردگان در رشته‌های هنری، استفاده از هنر نگارگری نوین و سنتی در رسانه‌ها و فضای مجازی، می‌تواند در افزایش آگاهی و اطلاعات عموم جامعه نسبت به هنر نگارگری ایرانی کارآمد باشد؛ چنان‌که یافته‌های ما ضرورت این افزایش آگاهی را تأیید می‌کند. بر اساس یافته‌های این مطالعه، شاخص‌های رفاه اقتصادی و میزان درآمد ماهیانه افراد شاید بخش کوچکی از نحوه تعامل مخاطب را در اولویت قرار دادن ملاک‌هایی چون حس تعلق و همدلی در گزینش آثار و تعامل با آن‌ها متأثر سازد. در واقع، همان‌طور که بوردیو بیان داشته افرادی که دغدغه ضرورت‌های مادی زندگی را ندارند و از سطح رفاه نسبی برخوردارند، کنش متفاوتی از خود نشان داده و مطابق یافته‌های این پژوهش، ملاک‌های دیگری در گزینش و تعامل با آثار نگارگری داشته‌اند، اما همچنان ارائه راهکارهای ارتقای تعامل مخاطب با این هنر، مورد توجه بخش کثیری از افراد جامعه، از هر سطح رفاه اقتصادی و تحصیلات بوده که نشان از اهمیت پرداختن جدی علمی و عملی به آن دارد. به طور کلی، با بررسی کیفی و کمی یافته‌های پژوهش می‌توان بُعد فردی کنش مخاطب معاصر در میدان هنر نگارگری ایرانی را چه در نحوه انتخاب آثار و چه در شیوه تعامل با آن، منطبق با شاخص‌های نظریه سرمایه فرهنگی نهاده بوردیو دانست و با توجه به این موضوع، افزایش اطلاعات هنری جامعه را دارای بیشترین تأثیر بر این کنش دانست.

منابع و مآخذ

- آژند، یعقوب. (۱۳۹۹)، نگارگری ایران (پژوهشی در تاریخ نقاشی و نگارگری ایران)، تهران: سمت.
افتخاری، سید محمود. (۱۳۸۱)، نگارگری ایران. تهران: انتشارات زرین و سیمین.
توسلی، غلام عباس. (۱۳۸۳). تحلیلی از اندیشه پیربوردیو درباره فضای منازعه آمیز اجتماعی و نقش جامعه‌شناسی. نامه علوم اجتماعی، ۱۱(۳) (پیاپی ۲۳)، ۱-۲۵.
پاکباز، روئین. (۱۳۹۰)، دایره المعارف هنر، تهران: فرهنگ معاصر.
پاکباز، روئین. (۱۳۹۶)، نقاشی ایرانی از دیرباز تا امروز، تهران: زر و سیمین.
راوودر، اعظم. (۱۳۹۲). ویژگی‌های اجتماعی مخاطبان نقاشی‌های مردم‌پسند و مدرن در ایران، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، ش ۱، ۳۹-۶۴.

AF(access date: ۲.۲۳/۲/۱۲).

The Individual Dimension of the Action of the Contemporary Audience in the Field of Traditional and Modern Painting Art of Iran based on Bourdieu's Theory of Cultural Capital

Zohreh Taher, Ph.D. candidate in Research of Art, Department of Research of Art, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.
Zahra RahbarNia, Associate Professor, Department of Research of Art, Faculty of Art, Alzahra University. Tehran. Iran.

Received: 2023/12/18 Accepted: 2023/11/22



Introduction: The necessity of studying possible factors involved in the quality of interaction of the contemporary audience with the traditional arts, including the important missions of artists, researchers and thinkers of the society in preserving the values and fundamentals of the original art works, considering the importance and position of the audience in the process of producing and shaping artworks. This problem is seriously discussed in Iranian painting and makes more research in this field necessary. There are many factors involved in the interaction of the contemporary audience with the art of painting, but among these, cultural factors are so important and effective. According to Bourdieu, the perception of historical classic arts depends on the acquisition of perceptual skills, which also depends on the benefit of cultural capital. Cultural capital is the contribution of society's people to the sublime culture of that society, which affects their interaction with artworks. Bourdieu divides cultural capital into three areas: internal cultural capital, external cultural capital and institutional cultural capital. **Aim:** the aim of this study is analyzing the institutional cultural capital and its relationship with the action of the contemporary audience in the field of traditional and modern painting art. **Main Question:** how, based on Bourdieu's theory of institutional cultural capital, can the individual dimension of the action of the contemporary audience be analyzed in the field of traditional and modern painting art of Iran? **The sub-questions** are: 1- What is the relationship between Bourdieu's institutional cultural capital indicators, including people's degree and field of study, their monthly income, and the level of their artistic knowledge, and the first component of the audience's action, including choice of traditional and modern Iranian paintings and the criterion of applying Bourdieu's aesthetic criteria by the audience? 2- What is the relationship between Bourdieu's institutional cultural capital indicators, including people's degree and field of study, their monthly income, and the level of their artistic knowledge, with the second component of audience's action, including the extent and manner of audience's interaction with the work of art and providing solutions to increase this interaction? **Method:** The current research was carried out with a descriptive-analytical method and with the approach of artistic sociology based on Bourdieu's theories about cultural capital. In the qualitative part, the information was collected by the library-



document method and in the quantitative part, by the electronic survey method and by using an online and field questionnaire. The analysis of the qualitative part is based on Bourdieu's theory of institutionalized cultural capital and its analysis in the field of Iranian painting art and in the field section, statistical data was collected by an online questionnaire prepared by the authors, and then data analysis and correlation analysis were performed using SPSS 27 software, and the significance level of the data was considered less than 0.05. The questions of the online questionnaire are designed based on Bourdieu's theory of institutionalized cultural capital and the questions raised in the research. The statistical population of the current research includes all classes of contemporary audiences, including people in different age ranges, different social classes and living in different parts of Iran. In total, the statistical sample size was 100 people. The validity of the questionnaire was also checked based on the opinions of experts in the field of art, and the redesign and modification of the questions were carried out under the supervision of respected professors of art research. Kendall's B&C test was used to determine the relationship between the rank variables mentioned in the questionnaire and the correlation analysis in SPSS 27 software at a significance level of 0.05. **Findings:** According to our findings, indicators of economic well-being and monthly income of people may affect a small part of how the audience interacts, prioritizing criteria such as a sense of belonging and empathy in selecting works and interacting with them. In fact, as Bourdieu believes in this regard, people who are not concerned about the material necessities of life and have a relative level of well-being, have shown different actions and according to the findings of this research, they have other criteria in selecting and interacting with paintings. However, providing solutions to improve the interaction of the audience with this art has attracted the attention of many people from all levels of economic well-being and education, which shows the importance of serious scientific and practical attention to it. In general, with the qualitative and quantitative analysis of research findings, the individual dimension of the contemporary audience's action in the field of traditional and modern painting art of Iran, both in the way of selecting works and in the way of interacting with them, was in accordance with the indicators of Bourdieu's theory of institutionalized cultural capital, and we found the increase of artistic information of the society has the greatest impact on their action.

Keywords: Bourdieu, Institutional Cultural Capital, Contemporary Audience's Action, Traditional and Modern Painting

References:

- Azhand, Yaghoub. (2019), *Painting of Iran (A Research on Persian Painting and Miniatur)*, Tehran: Samt.
- Bourdieu, Pierre. 1968 'The Historical Genesis of the Pure Aesthetic', reprinted in P. Bourdieu 1993 *The Field of Cultural Production*, Cambridge: Polity.
- Bourdieu, Pierre. 1984 *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge and Kegan Paul.
- Bourdieu, Pierre. and Darbel, A. 1991 *The Love of Art*, Cambridge: Polity
- Bourdieu, Pierre. 1993 *The Field of Cultural Production*, Cambridge: Polity.
- Bourdieu, P. 1996 *The Rules of Art*, Cambridge: Polity.
- Chauvire, Christian. Fontaine, Olivier. (2012). *Bourdieu's Vocabulary*, Tanslated into Persain by Morteza Kotobi, Tehran: Nay Publication.
- Eftekhari, Seyyed Mahmoud. (1381), *Iranian Painting*. Tehran: Zarin and Simin Publications.
- Maanen, Hans van (2009), *How to Study Art Worlds: On the Societal Functioning of Aesthetic*



Negareh

Values, The Netherlands, Amsterdam: Studio Jan de Boer.

Mohammadzadeh Mehdi, Sadeghpour Meisam, Ghadimi Gheidari Abas. "Analysis of Sadiqi Beg Afshar's Function in Safavid Art Field Based on the Reciprocal Relationship between Habitus and Field". JHS 2022; 13 (2) :347-384.

Pakbaz, Ruyin. (2016). Iranian Painting: from Prehistoric Era to the Present Day. Tehran: Zarin and Simin.

Pakbaz, Ruyin. (2011), Encyclopaedia of Art, Tehran: Contemporary Culture.

Prior, Nick (2005). "A Question of Perception: Bourdieu, Art and the Postmodern". The British Journal of Sociology 2005 Volume 56 Issue 1.

Rahbarnia, Zahra, Yaghooti, Sepideh, & Morsali Tohidi, Fatemeh. (2017). "Aesthetic Analysis of Photography in the Context of Fine Arts with an Approach to Bourdieu's Cultural Capital Theory". Journal of Theoretical Principals of Visual Arts, (3), 93-106.

Ravadrad, Azam. (2013). "The Characteristics of Audiences of Modern and Popular Painting in Iran". Sociology of Art and Literature, 4(2), 39-64.

Shakeri, Hamid., Shariati Mazinani, Sara., & Navabakhsh, Mehrdad. (2022). "Sociological Analysis of the Impact of the Constitutional Movement on the Formation of an Independent Field of Painting Production in Iran (Looking at the role of Kamal-ol-Molk)". Journal of Visual and Applied Arts, 15(37).

Tavasli, Gholam Abbas. (1383). "An Analysis of Pierre Bourdieu's Thought about the Conflicting Social Space and the Role of Sociology". Journal of Social Sciences, 11(3 (23)), 1-25.

URL 1. https://wikijoo.ir/images/c/cb/11297500-_3.jpg (access date: 2023/2/12).

URL 2. <https://www.carpetmaster.ir/cm/wp-content/uploads/prod41021.jpg> (access date: 2023/2/12).

URL 3. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/3/3c/Nushabe_Iskander.jpg/800px-Nushabe_Iskander.jpg (access date: 2023/2/12).

URL 4. <https://digital.bodleian.ox.ac.uk/objects/9d7d382f-9ea8-42e3-bd86-5ccb1bde5854> (access date: 2023/2/12).

URL 5: https://fa.wikipedia.org/wiki/%DA%A9%DB%8C%D9%88%D8%A2%D8%B1_%DA%A9%D8%AF(access date: 2023/2/12).