

## دیدگاه مخاطب گالری هنری نسبت به مفهوم هنرمند براساس نظریه‌ی انواع سرمایه‌ی بورديو (مطالعه‌ی موردی: گالری‌های شیراز، ۱۳۹۹)<sup>۱</sup>

فاطمه رادنیا<sup>۱</sup>، فتح الله زارع خلیلی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد پژوهش هنر دانشگاه شیراز

<sup>۲</sup> استادیار دانشکده هنر و معماری دانشگاه شیراز

### چکیده

در نظریه تمایز بورديو، منشأ تفاوت‌های سلیقه‌ای مخاطبان هنر، تفاوت در میزان سرمایه‌های گوناگونی است که کسب می‌کنند. پژوهش حاضر، تحقیقی میدانی در حوزه مخاطبان گالری‌های شیراز است که مسأله مخاطبان گالری‌ها و نظر آنان نسبت به ویژگی‌های هنرمند را مورد پرسشگری قرار می‌دهد. از حیث روش، توصیفی-تحلیلی، بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای (مطالعه منابع و تهیه پرسشنامه مرتبط و یافتن چارچوب نظری بحث) و به روش میدانی (توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری اطلاعات پایه) و مشاهده‌ی مستقیم انجام گرفته است. جامعه آماری صد نفر (۵۰ زن - ۵۰ مرد) در سال ۱۳۹۹ از مخاطبان گالری‌های شیراز به صورت تصادفی انتخاب شده است. سوالات در قالب پرسشنامه (۲۴ سوال) در بین چهار گالری با رعایت پراکندگی جغرافیایی، طرح و توزیع شده و نتایج گردآوری شده است. هدف کلی در انجام پژوهش، یافتن نسبت میان سرمایه‌های افراد (بر اساس نظریه‌ی انواع سرمایه بورديو) و میزان بازدیدشان از گالری‌های هنری و در مرحله بعد مطالعه‌ی دیدگاه مخاطبان نسبت به مفهوم ذهنی هنرمند است. نتایج نشان می‌دهد که مخاطبین گالری‌های شیراز را بیشتر افراد تحصیل کرده دارای سرمایه‌ی تقریباً بالایی (بر اساس نظریه‌ی انواع سرمایه بورديو) تشکیل می‌دهند. نتایج به دست آمده بازتابی از طبقه متوسط ایران کنونی است. (۱۳۹۹). با این حال نگاه مخاطب طبقه متوسط جامعه ایران به هنرمند، تحت تاثیر نگاه کلیشه‌ای هنرمند باهوش، فقیر، دارای اعتیاد، معتمد در دوستی و جذاب در روابط عاشقانه است که آشکارا دارای مفهومی کلاسیک است و این نگاه نقش زیادی را برای مبارزات مدنی و رهبری در جامعه برای هنرمند متصور نیست.

**واژه‌های کلیدی:** جامعه‌شناسی هنر، پیر بورديو، انواع سرمایه، دیدگاه مخاطب، هنرمند، گالری هنری.

<sup>۱</sup> گالری آب: آب‌انبار وکیل.

گالری وصال: چهارراه پانزده خرداد. ابتدای خیابان انقلاب.

گالری پیرسوک: خیابان زند، کوچه بانک کشاورزی.

گالری تارو بود: چهارراه حافظیه. مرکز اسناد.

## ۱- مقدمه

پیر بوردیو<sup>۲</sup>، یکی از تاثیرگذارترین جامعه‌شناسان قرن بیستم است. او مفاهیم متنوع و پیچیده‌ای چون میدان، سرمایه، تمایز، خشونت نمادین، منش عادت واره را مطرح می‌کند. او مفهوم سرمایه را به گونه متفاوتی مطرح می‌کند. در واقع، تحلیل مارکسیستی سرمایه اقتصادی را به انواع دیگر تبادلات اجتماعی تعمیم می‌دهد و انواع دیگر سرمایه‌ها از جمله سرمایه فرهنگی، اجتماعی و نمادین را برمی‌شمرد که با هم رابطه دینامیک دارند و قابل تغییر و تبدیل به یکدیگر هستند.

هدف کلی در انجام پژوهش حاضر، یافتن نسبت میان سرمایه‌های افراد (بر اساس نظریه انواع سرمایه بوردیو) و میزان بازدید آنان از گالری‌های هنری و در مرحله بعدی مطالعه‌ی دیدگاه آنان نسبت به مفهوم ذهنی هنرمند است. در این راستا می‌توان پرسید آیا نسبت معناداری بین انواع سرمایه مخاطبان (بر اساس نظریه‌ی انواع سرمایه بوردیو) و میزان بازدیدشان از گالری‌های هنری وجود دارد؟ در مرحله دوم دیدگاه مخاطبان مورد بحث نسبت به مفهوم هنرمند چگونه است؟

پژوهش از حیث روش، توصیفی تحلیلی، بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای (مطالعه منابع و تهیه پرسشنامه مرتبط و یافتن چارچوب نظری بحث) و به روش میدانی (توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری اطلاعات پایه) و مشاهده‌ی مستقیم انجام گرفته است. جامعه آماری شامل ۱۰۰ مورد (۵۰ زن - ۵۰ مرد) است که به صورت تصادفی از میان گالری‌های مورد بحث انتخاب شده است. ابتدا سوالات (در مجموع ۲۴ سوال) در گالری‌های منتخب، توزیع و جمع‌آوری شد. پژوهشگر در این مرحله از مشاهده میدانی نیز سود جست. در مرحله بعد، پاسخ‌های جمع‌آوری شده، دسته‌بندی شدند و اطلاعات آماری از طریق ترسیم نمودار دایره‌ای (برای اطلاعات شخصی مخاطبان) و نمودار ستونی (برای سوالات طیفی که دیدگاه مخاطبان نسبت به هنرمند را می‌سنجد) نوشته شدند. سوالات نوع اول به گونه‌ای طراحی شده‌اند که هر کدام مبین یکی از انواع سرمایه از نظر بوردیو باشند. پس از این مرحله، تجزیه و تحلیل نتایج بدست آمده از نمودارها، انجام پذیرفت و نتیجه‌گیری را ممکن ساخت. معیار انتخاب گالری‌ها، توزیع گالری‌های نمونه در سطح شهر شیراز متناسب با توزیع کل گالری‌ها بود.

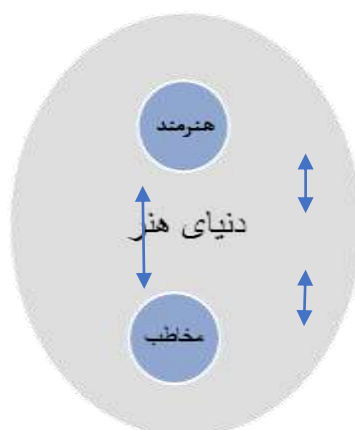
پیشینه پژوهش، در چند محور مورد نیاز است، محور اول، مطالعات مخاطب‌شناسی است. *راودراد و شایگان* در «ویژگی اجتماعی مخاطبان نقاشی مدرن و مردم‌پسند در ایران» (۱۳۹۱) معتقدند مخاطبان علاوه بر تفاوت در میزان سرمایه مرتبط با میدان، از حیث مشخصات جمعیت‌شناسی مانند منزلت شغلی پدر و سبک زندگی نیز تفاوت معناداری با یکدیگر دارند. *شاه حسینی* (۱۳۹۰) ویژگی‌های کلی مخاطبان سینما را با استفاده از روش تحقیق پیمایشی مطالعه کرده است. او نشان می‌دهد که اکثر مخاطبان سینمای ایران جوانان با تحصیلات لیسانس و از رشته‌های علوم انسانی‌اند و بیش از هر ژانری به سینمای کم‌دی علاقمندند. محور دوم، مطالعات در حوزه‌ی جامعه‌شناسی بوردیو با تاکید بر انواع سرمایه از نظر *اوست. حسینی و گلمرادی* در «نقد جامعه‌شناسانه‌ی سرمایه‌های شخصیت‌های زن در رمان نیمه غایب» (۱۳۹۵) با استفاده از روش تحلیل محتوای فکری و روایت‌شناسی نشان می‌دهند که در این رمان، زنان چه استراتژی‌هایی برای تولید و بازتولید، انباشت و حفظ سرمایه‌ها برمی‌گزینند و در چه مواردی سرمایه‌های منفی، حفره‌های ساختاری و تله‌های اجتماعی، مانع قدرت گرفتن آنان در میدان رقابت می‌گردند. *روحانی* در «درآمدی بر نظریه‌ی سرمایه فرهنگی» (۱۳۸۸) به زمینه و زمانه ظهور نظرات سرمایه اجتماعی و فرهنگی توسط پوتنام و بوردیو می‌پردازد. در باب ضرورت پژوهش حاضر،

<sup>2</sup> Pierre Bourdieu(1930-2003)

باید گفت تاکنون پژوهشی درباره‌ی دیدگاه مخاطبان هنری نسبت به مفهوم هنرمند و نیز در جامعه موردی گالری‌های شیراز صورت نگرفته است و نتایج می‌تواند تازه و موثر باشند.

## ۲- ادبیات تحقیق

جامعه‌شناسی هنر یکی از حوزه‌های جامعه‌شناسی است که خود مشتمل بر محورهای مطالعاتی چندی است. این محورها عبارتند از مطالعه هنرمندان، آثار هنری، مخاطبان هنر، آثار هنری و بالاخره سیاست‌گذاریهای فرهنگی و هنری. برای بررسی دقیق‌تر موضوع مورد بحث باید توجه خود را به سه مقوله متمرکز کنیم. مخاطب / هنرمند / دنیای هنر. در واقع این سه از مفاهیم در هم تنیده‌ای هستند که بدون درک جایگاه هر کدام و ارتباط با یکدیگر بحث کاملی شکل نمی‌گیرد. این ارتباط به صورت شماتیک به صورت زیر نمایش داده می‌شود.



طرح شماتیک ارتباط بین هنرمند و مخاطب و دنیای هنر. منبع: نگارنده

از بین مفاهیم مطرح شده توسط بوردیو «میدان» کلیدی‌ترین نقش را دارد. بوردیو معتقد است میدان‌ها، فضاها، زندگی اجتماعی‌اند که بر محور روابط اجتماعی شکل گرفته‌اند. میدان، فضا یا پهنه اجتماعی محدودی است که قوانین و منطق خاص خود را دارد و عاملان اجتماعی که در این میدان‌ها جایگاه‌های خاصی را تصرف کرده‌اند بایستی این قوانین را فرا گرفته باشند؛ زیرا هر میدان در صورتی می‌تواند کار کند که عاملان اجتماعی حاضر باشند از لحاظ اجتماعی به عنوان کنشگران مسئول در آن میدان فعالیت کنند. (Bourdieu, 2014, P.44)

«منش» مفهوم دیگری در نظریات اوست و شامل مجموعه‌ای از قابلیت‌هاست که فرد در گذر زمان، آن‌ها را درونی می‌کند و برای به دست آوردن و زیاد کردن آن‌ها سرمایه‌ها از آن استفاده می‌کند. بوردیو همچنین مفهوم «تمایز» را مطرح می‌کند و آن را عبارت از مجموعه تفاوت‌هایی می‌داند که در رفتارهای افراد، به دلیل جایگاه‌های متفاوتشان از لحاظ سرمایه و نحوه قرار گرفتنشان در میدان‌های مختلف، به وجود می‌آید. «خشونت نمادین» نیز، به سلطه طبقاتی از طریق تحمیل فرهنگی، یعنی تحمیل ارزش‌های یک طبقه خاص به تمامی طبقات جامعه، در میدان‌های مختلف تعبیر می‌شود.

«سرمایه» مفهوم کلیدی دیگری در اندیشه بوردیو است. او معتقد است نظام مبادله و سرمایه، صورت‌های گوناگونی دارد. نظام مبادله، نظام گسترده‌ای است که در آن انواع گوناگون سرمایه‌ها در شبکه‌های پیچیده‌ای منتقل شده یا در درون و بین میدان‌های گوناگون گردش می‌کنند. بوردیو سرمایه را بسته به عرصه عملش به چهار نوع کلی تقسیم می‌کند:

- سرمایه اقتصادی: مبادله‌ای است که از جهات عینی و واقعی در راستای حداکثرسازی سود یا به عبارت دیگر به لحاظ اقتصادی مبتنی بر منافع شخصی است. (بورديو، ۱۳۸۹: ۱۳۴)

- سرمایه اجتماعی: مجموع منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که حاصل شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه شده‌ی آشنایی، شناخت متقابل، عضویت در یک گروه، طبقه، طایفه، مدرسه و مواردی از این دست است. (بورديو، ۱۳۸۹: ۱۴۹-۵۰). بورديو سرمایه اجتماعی را به عنوان ابزاری معرفی می‌کند که می‌تواند به دستیابی سرمایه اقتصادی منجر شود و شامل ارتباطات و مشارکت اعضای یک سازمان است. (صالحی امیری، ۱۳۹۲، ۱۵)

- سرمایه فرهنگی: به تمایزات فرهنگی و موقعیت‌های اجتماعی افراد در نتیجه این تمایزات اطلاق می‌شود. براساس تقسیم‌بندی بورديو، سرمایه فرهنگی به سه نوع سرمایه فرهنگی متجسد، عینیت‌یافته و نهادینه‌شده تقسیم می‌شود. سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته<sup>۳</sup> (یا درونی شده عبارت است از خصایص دیرپای فکری و جسمی که در وجود افراد متبلور می‌شود. در واقع این نوع سرمایه برای فرد حالتی درونی شده دارد و به توانایی فرد برای انجام برخی از امور (انواع تخصص‌ها و مهارت‌های هنری، فنی، تسلط بر زبان خارجی) اشاره دارد. سرمایه فرهنگی عینیت یافته<sup>۴</sup> (صورت مادی سرمایه متجسد است و به شکل کالاهای فرهنگی مثل تصاویر، کتاب‌ها، انواع ماشین و ابزار قابل انتقال مشاهده می‌شود). سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده<sup>۵</sup> (شکلی از عینیت‌یافتگی است که به مدارج آموزشی و امتیازات ضمانت شده مانند مدارک تحصیلی متکی است. (همان ۱۳۷-۱۴۷)

- سرمایه نمادین: در میدان اجتماعی، بخشی از سرمایه نمادین ابعادی معنوی است که در کنار جنبه‌های مادی دیگر انواع سرمایه کسب می‌شود و باید آن را اثرات نمادین اشکال گوناگون سرمایه بنامیم. شویره و فونتن. (۱۳۸۵: ۹۹-۱۰۰). گونه دیگر این سرمایه حاصل میدان‌هایی است که فارغ از هر گونه نفع مادی، هدف اصلی خود را تولید ثروت نمادین؛ همچون میدان هنر می‌دانند. (همان) در واقع سرمایه نمادین؛ احترام و منزلتی است که افراد در ارتباط با سایر سرمایه‌ها کسب می‌کنند. از مصادیق سرمایه نمادین، عضویت و در ارتباط بودن با افرادی است که به عنوان نماد در جامعه به کار می‌روند و در ارتباط بودن با این افراد، برای شخص احترام به دنبال خواهد داشت.

مفهوم هنرمند، یکی از محورهای اصلی در بحث حاضر است. از گذشته‌های دور در جوامع مختلف تعاریف متفاوتی از هنرمند ارائه شده است؛ اما سوال مهم در باب مفهوم هنرمند در جامعه‌شناسی این است که آیا کسانی که آن‌ها را هنرمند می‌شناسیم فقط به سبب برخورداری از خلاقیت و استعداد ذاتی هنری به جرگه هنرمندان پیوسته‌اند یا عوامل اجتماعی نیز در هنرمند شدن آن‌ها نقش داشته است؟ و نیز می‌توان پرسید مفهوم هنرمند چگونه در ذهن افراد یک جامعه شکل گرفته است؟ آیا نقش‌ها و تصورات سنتی درباره هنرمند در جامعه امروزی تغییر یافته است؟

<sup>3</sup> Embodied Cultural Capital

<sup>4</sup> Objectified Cultural

## ۳- یافته های پژوهش

سوالات پرسش نامه را می توان به دو دسته کلی «اطلاعات عمومی مخاطبان» و سوالات درباره ی دیدگاه مخاطبان نسبت به مفهوم هنرمند (سوالات طفی) تقسیم کرد. لازم به توضیح است که سوالات در هر دو گروه به گونه ای تنظیم شده اند تا بتوانند بیشترین جوانب مسأله را دربرگیرند. سوالات نوع اول نشان دهنده وجود یا عدم وجود سرمایه (متناسب با نظریه ی انواع سرمایه بوردیو) در مخاطبان هستند. البته حوزه سوالات را می توان تا مباحث زیادی گسترش داد؛ اما به دلیل محدودیت فرایند پژوهش، به چند سوال مهم اکتفا می شود. جدول ۱ نسبت میان اطلاعات عمومی مصاحبه شونده گان (سوالات نوع اول) و انواع سرمایه از نظر بوردیو را به اختصار نشان می دهد. به این ترتیب پرسش از مدارک تحصیلی مخاطب می تواند مبین وجود یا عدم وجود سرمایه اقتصادی و فرهنگی در مخاطب باشد. در مورد باقی سوالات نیز به همین ترتیب عمل شده است.

جدول ۱- نسبت میان سوالات اطلاعات عمومی مصاحبه شونده گان (سوالات نوع اول) و انواع سرمایه از نظر بوردیو، منبع: نگارنده.

انواع سرمایه (بر اساس نظریه انواع سرمایه بوردیو)				سوالات مربوط به اطلاعات عمومی آزمون شونده
اقتصادی	فرهنگی	اجتماعی	نمادین	
		*		۱- وضعیت تاهل
	*			۲- مدرک تحصیلی
				۳- شغل
				۴- مسافرت داخلی
				۵- مسافرت خارجی
*	*			۶- سابقه فراگیری هنر در خانواده مصاحبه شونده
*	*			۷- سابقه فراگیری هنر توسط مصاحبه شونده
		*		۸- بیشترین منبع کسب اطلاعات و اخبار

## ۳-۱- تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از اطلاعات عمومی مخاطبان

سوالات نوع اول، اطلاعات پایه را در مخاطبان جمع آوری می کند و نتایج توسط نمودار دایره ای نشان داده می شود. این سوالات مواردی چون جنسیت، وضعیت تاهل، مقطع تحصیلی، شغل، مسافرت داخلی و خارجی، سابقه فراگیری هنر در خانواده، سابقه فراگیری هنر توسط آزمون شونده و بیشترین منبع کسب اطلاعات را بررسی می کند.

سوال اول و دوم مربوط به اطلاعات جنسیت و سن آزمون شونده است و نتایج حاصل از آن نشان می دهد که ۷۷ درصد از بازدیدکنندگان از گالری ها در گروه سنی ۲۰-۳۵ قرار دارند. مرد ۳۶ درصد و زن ۴۱ درصد از کل آمار را به خود اختصاص می دهد. بر طبق این نتایج، بیشتر افراد بازدیدکننده در محدوده گروه سنی جوان قرار گرفته اند. اختلاف اندک زن و مرد در این مورد، احتمالاً به دلیل فراغت بیشتر زنان در آن محدوده زمانی است.

سوال سوم مربوط به وضعیت تأهل است و همان‌گونه که نشان داده شده است ۶۱ درصد از آزمون‌شوندگان را افراد مجرد تشکیل می‌دهند. زنان ۲۷ درصد و مردان ۳۴ درصد این آمار را تشکیل می‌دهند. به نظر می‌رسد افراد مجرد در نتیجه فراغت بیشتر، فرصت بیشتری برای پرداختن به مقوله هنر دارند. همچنین فراغت بیشتر، شانس فرد را در آموزش، بیشتر می‌کند. می‌توان به صورت ضمنی نتیجه گرفت که اگرچه تاهل امتیاز فرد در داشتن سرمایه اجتماعی را زیاد می‌کند اما در مقابل امکان استفاده از امکانات هنری را در فرد کم می‌کند. از سویی از آنجا که بیشترین افراد بازدیدکننده در گروه سنی بسیار جوان قرار گرفته‌اند، سابقه تاهل کمتر می‌شود.

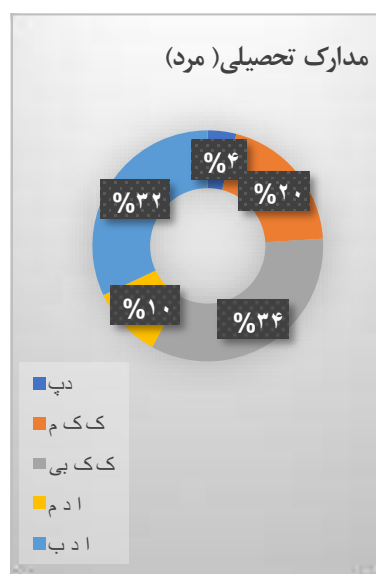
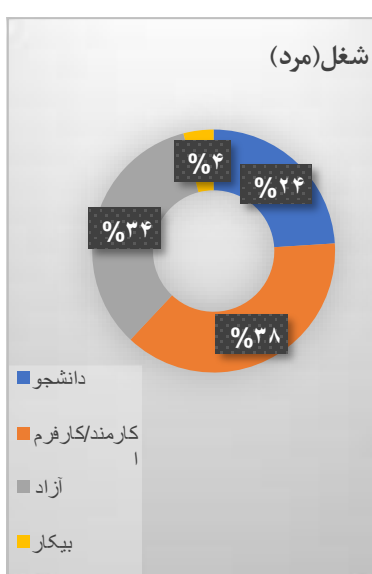
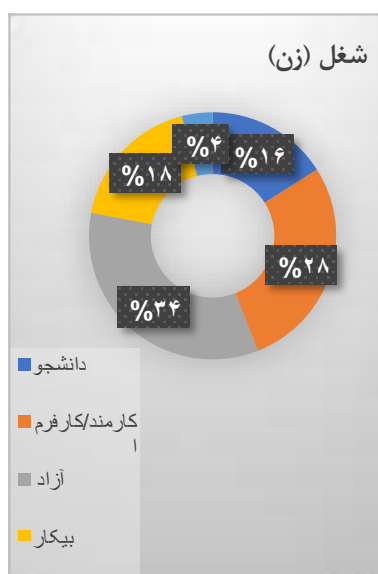
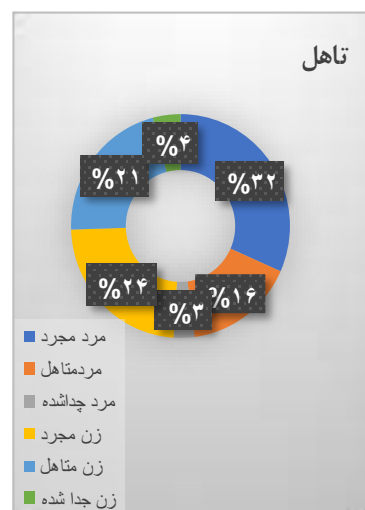
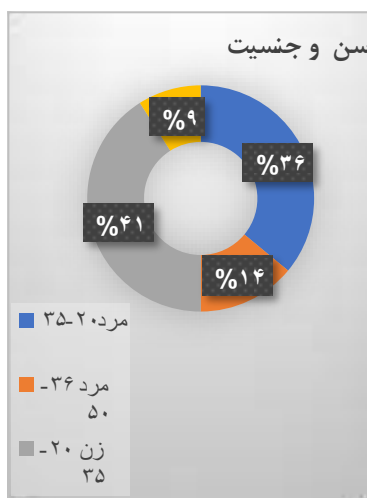
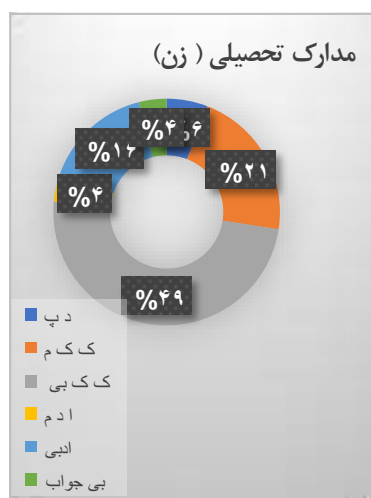
سوال چهارم مربوط به وضعیت تحصیلی مخاطب است و نتایج نشان می‌دهد که ۹۴ درصد از مخاطبان را افراد دارای تحصیلات آکادمیک تشکیل می‌دهند. از این بین ۶۶ درصد افراد دارای تحصیلات بی‌ارتباط با هنر هستند و ۲۸ درصد را افراد دارای تحصیلات مرتبط با هنر تشکیل می‌دهند. افراد دارای مدارک تحصیلی دارای سرمایه فرهنگی و به صورت ضمنی اقتصادی بالاتری هستند و همین افراد، بیشترین تعداد مراجعان به گالری‌ها را به خود اختصاص می‌دهند. نکته جالب توجه این است که افراد دارای تحصیلات آکادمیک هنری درصد بسیار کمتری از مراجعان را نسبت به افراد دارای تحصیلات بی‌ارتباط با هنر تشکیل می‌دهند. در توضیح این مساله می‌توان به نقش پررنگ‌تر تحصیلات غیرهنری در تصاحب شغل و در نتیجه ایجاد سرمایه اقتصادی بالاتر در ایران کنونی دانست. از سویی این مساله می‌تواند نقش آموزش‌های هنری خارج از دانشگاه را پررنگ کند؛ در نتیجه باید در محاسبات خود سهم زیادی را به آموزش‌ها و آشنایی هنری خارج از دانشگاه بدهیم.

سوال پنجم مربوط به شغل آزمون‌شونده است و نتایج نشان می‌دهد که در مورد مردان بیشترین آمار مربوط به کارمند و کارفرما (۲۸) درصد و شغل آزاد (۳۴) درصد است. در مورد زنان نیز بیشترین آمار مربوط به شغل آزاد با ۳۴ درصد و در جایگاه دوم کارمند و کارفرما با ۲۸ درصد است. به نظر می‌رسد سطح اقتصادی فرهنگی بالاتری که در نتیجه شغل فرد ایجاد می‌شود، می‌تواند نقش مهمی در بالاتر بردن آمار مربوط به بازدید از گالری‌ها داشته باشد.

سوال ششم و هفتم، مسافرت داخلی و خارجی را مورد پرسش قرار می‌دهد که می‌تواند نمایی از وضعیت اقتصادی فرد آزمون‌شونده را به نمایش بگذارد. همان‌طور که مشاهده می‌شود در بین مردان مسافرت داخلی ۸۸ درصد و مسافرت خارجی ۷۶ درصد است و در بین زنان این آمار برای مسافرت داخلی ۹۲ درصد و برای مسافرت خارجی ۶۷ درصد است. تحلیل نتایج نشان می‌دهد که افراد زیادی در طول یکسال گذشته دست به مسافرت (داخلی- خارجی) زده‌اند. این شاخص که خود نمایانگر سرمایه اقتصادی و فرهنگی بالاتر در فرد است، نقش مثبتی در تعداد مراجعه به مراکز هنری ایفا می‌کند.

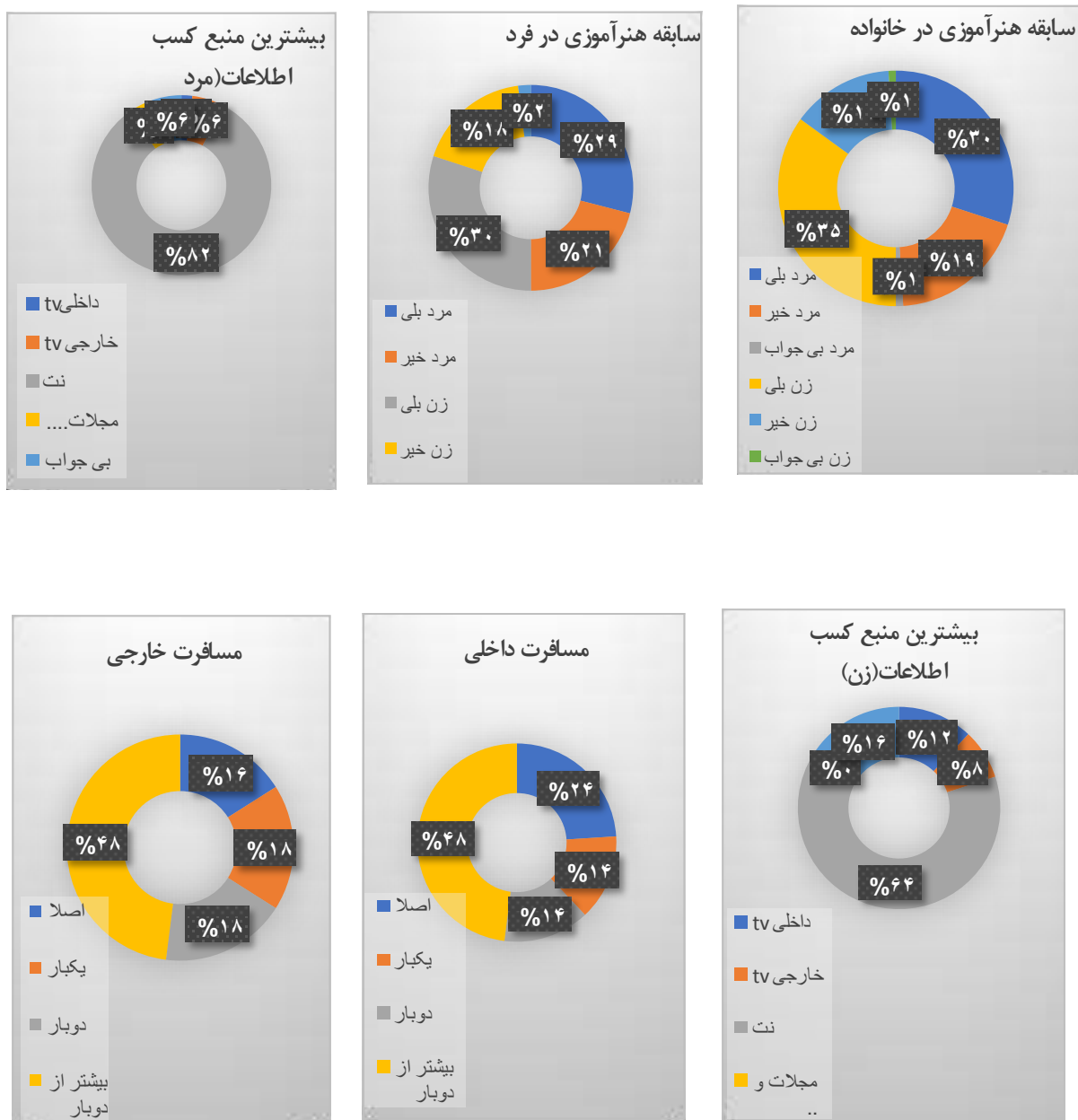
سوال هشتم و نهم، آزمون‌شونده را در مورد سابقه فراگیری هنر در خانواده و نیز توسط خودش مورد آزمون قرار می‌دهد. این فاکتور، وجود سرمایه فرهنگی و به صورت ضمنی، اقتصادی و نمادین را فرد نشان می‌دهد. نتایج بیان می‌دارد که سابقه فراگیری هنر در مردان ۵۸ درصد و سابقه فراگیری هنر در خانواده ۶۰ درصد است و در مورد زنان تجربه یادگیری هنر ۶۰ درصد و سابقه فراگیری هنر در خانواده ۷۰ درصد آمار را به خود اختصاص می‌دهند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود این آمار در هر دو جنس بالاتر از متوسط است و این نشان‌دهنده‌ی تأثیری‌گذاری سطح فرهنگی فرد و خانواده‌اش (سرمایه فرهنگی از نظر بورديو) در ایجاد مخاطب فعال دارد.

سوال دهم بیشترین منبع کسب اطلاعات روز و نیز سرگرمی را مورد پرسش قرار می‌دهد که آمار به صورت واضحی، اینترنت را در جایگاه اول قرار می‌دهد. این آمار در مورد مردان ۸۴ درصد و در مورد زنان ۶۴ است. این نتایج آشکارا اهمیت نقش اینترنت را در سبک زندگی امروزی مخاطبان نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد تغییر در سبک زندگی افراد، دلیل تغییر در منابع کسب اطلاعات و اخبار از روش سنتی به مدرن‌تر در جامعه است. شکل ۱ و ۲ نتایج حاصل از اطلاعات عمومی مخاطبان را به اختصار نشان می‌دهد.



شکل ۱- مجموع نمودارهای اطلاعات عمومی مخاطبان (تاهل / جنسیت / مدارک تحصیلی / شغل)

لازم به توضیح است که در سوالات مربوط به مدرک تحصیلی: (د پ: دیپلم و پایین‌تر/ ک ک م: کاردانی و کارشناسی مرتبط با هنر/ ک ک بی: کاردانی و کارشناسی بی ارتباط با هنر/ د م: کارشناسی ارشد و دکتری مرتبط با هنر/ اد بی: کارشناسی ارشد و دکتری بی ارتباط با هنر) است.



شکل ۲ - مجموع نمودارهای اطلاعات عمومی مخاطبان (سابقه هنرآموزی در خانواده / سابقه هنرآموزی در فرد / بیشترین منبع کسب درآمد / مسافرت داخلی و خارجی)



#### ۴-۱-۱-۴ سوالات طیفی (دیدگاه مخاطب نسبت به هنرمند)

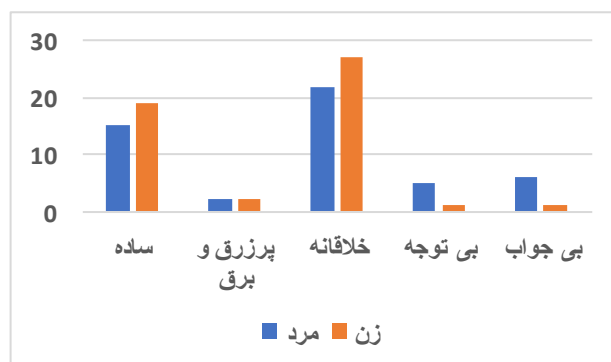
سوالات نوع دوم به بررسی دیدگاه مخاطبان نسبت به «مفهوم ذهنی» هنرمند می‌پردازد و نتایج، به اختصار و جهت سهولت مطالعه و مقایسه، به وسیله نمودار ستونی نشان داده می‌شود. این سوالات، طیفی‌اند و از ۱-۷ ارزش‌گذاری شده‌اند. لازم به توضیح است که در تمام نمودارهای ستونی، اعداد ضمیمه شده، تعداد پاسخ‌ها را از کل پرسش‌ها نشان می‌دهد. (به این ترتیب ۲/۱ به این معناست که یک پاسخ در محدوده ۲ از طیف ۱-۷ ثبت شده است) و با توجه به این که این سوالات به صورت طیفی از ۱ تا ۷ مطرح شده‌اند، عدد ۱ کمترین و عدد ۷ بیشترین درصد را به خود اختصاص می‌دهد.

#### ۴-۱-۱-۴-۱ پوشش و ظاهر هنرمند از نظر مخاطب

در این پرسش، گزینه‌ها به این صورت تنظیم شده‌اند: ۱- ساده با آرایش متعارف و متناسب با عرف جامعه ۲- پر زرق و برق و نامتعارف ۳- خلاقانه (به کارگیری خلاقیت فردی هنرمندانه) ۴- بی‌توجه به ظاهر و لباس. با توجه به نتایج، بیشترین آمار مربوط به آرایش خلاقانه است که در بین مردان ۴۴ درصد و در بین زنان ۵۴ درصد است. بعد از آن، نحوه آرایش و پوشش ساده و متعارف بیشترین آمار را دارد که در مورد مردان ۳۰ درصد و زنان ۳۸ درصد بوده است. پس ظاهر هنرمند از نظر مخاطب بیشتر در محدوده ساده و یا همراه با خلاقیت هنری قرار می‌گیرد. زنان بیشتر از مردان، هنرمند را با ظاهر ساده و خلاقانه تصور می‌کنند؛ هرچند این دو گزینه در بین هر دو گروه زنان و مردان درصد بالاتری را به خود اختصاص داده است و اختلاف آن با دیگر گزینه‌ها (پر زرق و برق و بی‌توجه) فاحش است. به نظر می‌رسد در دیدگاه سنتی به ظاهر هنرمند از گذشته تا کنون تغییراتی به وجود آمده است. نمودار ۱- دیدگاه مخاطب نسبت به ظاهر هنرمند را نشان می‌دهد.

#### نمودار ۱ - دیدگاه مخاطب نسبت به ظاهر هنرمند

زن: (ساده ۱۹ / پر زرق و برق ۲ / خلاقانه ۲۷ / بی‌توجه ۱ / بی‌جواب ۱)  
مرد: (ساده ۱۵ / پر زرق و برق ۲ / خلاقانه ۲۲ / بی‌توجه ۵ / بی‌جواب ۶)



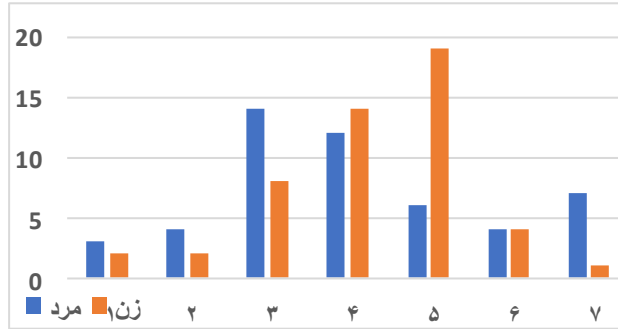
#### ۴-۱-۲-۲ دیدگاه مخاطب نسبت به تعادل روانی هنرمند

بر طبق نتایج، بالاترین فراوانی پاسخ‌ها در محدوده ۲-۵ قرار می‌گیرد. طبق نمودار ترسیم شده بیشترین حد تعادل روانی را زنان در محدوده ۵ می‌دانند که ۱۹ درصد آمار و مردان در محدوده ۲ که ۱۴ درصد را شامل می‌شود. (این اختلاف قابل توجه است). با توجه به این که بیشترین افراد بازدیدکننده از گالری‌ها را افراد دارای تحصیلات آکادمیک تشکیل می‌دهند (بر اساس نتایج مرحله قبل که توسط نمودار دایره‌ای نمایش داده شد)، در نتیجه بیشتر افراد تحصیل‌کرده، هنرمندان را در محدوده متوسط سالم (ویژگی‌های روانی) ارزیابی می‌کنند. با توجه

به این که هنرمند معمولاً همواره با ویژگی‌های روانی نامتعارف به تعریف درآمده است، این نتایج می‌تواند تغییر در دیدگاه مخاطب (به خصوص در قشر تحصیلکرده) نسبت به تعادل روانی هنرمند از گذشته تاکنون و در جامعه‌ی آماری مورد بحث (ایران کنونی) را نشان دهد که در نوع خود جالب توجه است. نمودار ۲- دیدگاه مخاطب نسبت به تعادل روانی هنرمند را نشان می‌دهد.

**نمودار ۲- دیدگاه مخاطب نسبت به تعادل روانی هنرمند**

زن: (۱ / ۲,۳ / ۲,۲ / ۱) / ۸,۴ / ۱۴,۵ / ۱۹,۶ / ۴,۷ / ۱ / ۴,۳ / ۳,۲ / ۱ / مرد:  
 (۷ / ۴,۷ / ۶,۶ / ۱۲,۵ / ۱۴,۴

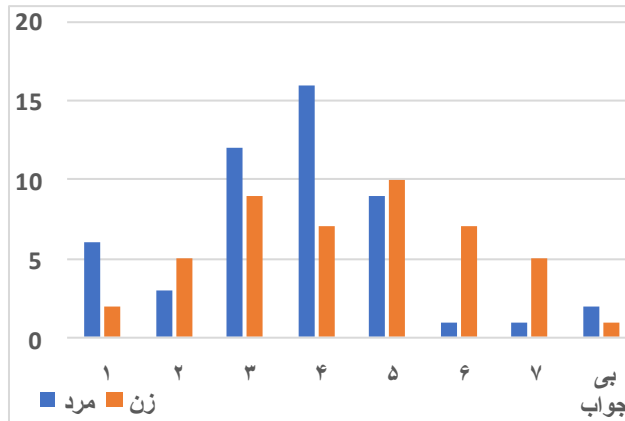


**۴-۱-۳- دیدگاه مخاطب نسبت به پایبندی هنرمند به ارزش‌های اجتماعی**

این پرسش، درجه پایبندی هنرمند به ارزش‌های جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند را می‌سنجد. این ارزش‌ها، عرف جامعه‌اند که در جوامع متعادل توسط عموم مردم رعایت می‌شوند. نتایج به صورت زیر قابل مشاهده است:  
 بیشترین پاسخ‌ها در محدوده ۲-۵ است. از این میان بالاترین پاسخ مربوط به مردان در محدوده ۴ است که ۱۶ درصد را به خود اختصاص می‌دهد. از دیدگاه زنان، بالاترین درجه پایبندی به ارزش‌های اجتماعی در هنرمندان را محدوده ۵ تشکیل می‌دهد که ۱۰ درصد پاسخ‌ها را شامل می‌شود. به این ترتیب اگرچه بیشترین پاسخ‌ها در محدوده متوسط و (با پیک از ۵/۳ بالاتر) هستند اما تفاوت دیدگاه مردان و زنان قابل توجه است. نمودار ۳- دیدگاه مخاطب نسبت به پایبندی هنرمند به ارزش‌های اجتماعی را نشان می‌دهد.

**نمودار ۳- دیدگاه مخاطب نسبت به پایبندی هنرمند به ارزش‌های اجتماعی**

زن: (۱ / ۲,۲ / ۲,۳ / ۵,۳ / ۹,۴ / ۷,۵ / ۱۰ / ۶ / ۶ / ۵ / ۷ / بی جواب: ۱)  
 مرد: (۱ / ۲,۶ / ۳ / ۳ / ۱۲ / ۴ / ۱۶,۵ / ۹,۶ / ۱,۷ / ۱ / بی جواب: ۲)



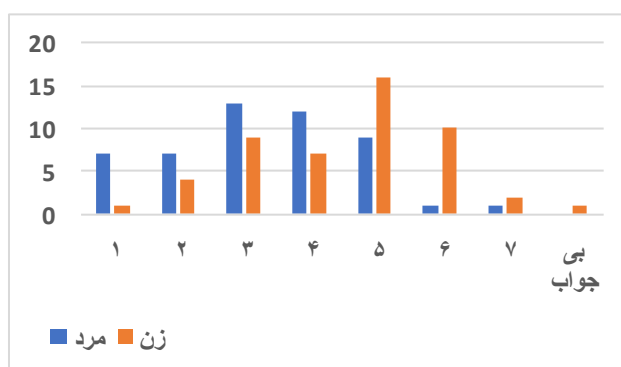
#### ۴-۱-۴ دیدگاه مخاطب نسبت به پایبندی هنرمند به خانواده

همان‌گونه که از نمودار مشخص است، بیشترین پاسخ‌ها مربوط به محدوده ۲-۶ است. از این میان مردان در محدوده ۳ بالاترین آمار را دارند. پاسخ مردان در این محدوده ۱۳ درصد است و زنان در محدوده ۵ بالاترین آمار را با ۱۶ درصد تشکیل می‌دهند. در نتیجه از نظر مخاطبان (زن و مرد) هنرمند به صورت متوسط به ارزش‌های خانوادگی پایبندی دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که مخاطب، در مورد مفهوم پایبندی به خانواده، تفاوت معناداری بین هنرمند و مردم معمولی متصور نیست. نمودار ۴- دیدگاه مخاطب نسبت به پایبندی هنرمند به خانواده را نشان می‌دهد.

#### نمودار ۴- دیدگاه مخاطب نسبت به پایبندی هنرمند به خانواده

زن: (۱ / ۱,۲ / ۴,۳ / ۹,۴ / ۷,۵ / ۱۶,۶ / ۱۰,۷ / ۲ / بی جواب / ۱)

مرد: (۱ / ۲,۷ / ۳,۷ / ۱۳,۴ / ۴ / ۱۲,۵ / ۹,۶ / ۱ / بی جواب / ۱)

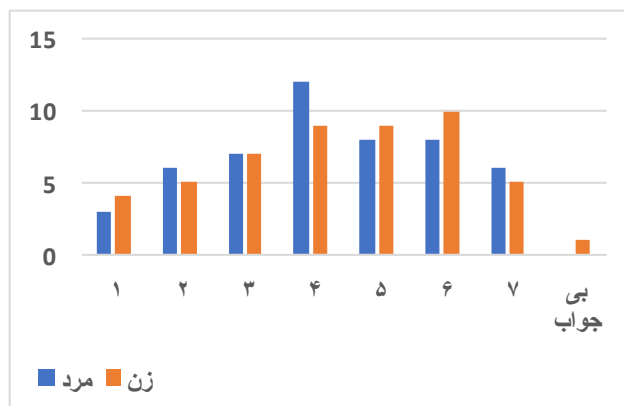


#### ۴-۱-۵ دیدگاه مخاطب نسبت به توجه هنرمند به مسائل روز

این پرسش، میزان مطالعه و پیگیری هنرمند نسبت به مسائل روز و اخبار سیاسی را بررسی می‌کند. برطبق نتایج بدست آمده، بیشترین آمار، در محدوده ۳-۶ قرار می‌گیرد. در مورد مردان محدوده ۴ با ۱۲ درصد و در مورد زنان محدوده ۶ با ۱۰ درصد، بالاترین پاسخ‌ها را شامل می‌شود. میانه (متوسط پاسخ‌ها) و نما (بالاترین حد پاسخ‌ها) نسبتاً همسو هستند، با این توضیح که پاسخ مردان در محدوده ۴ پیک بالاتری نسبت به باقی پاسخ‌ها را به خود اختصاص می‌دهد. مخاطبین معتقدند که هنرمند در حد متوسطی از اخبار روز مطلع است. این پاسخ، نقش آوانگاردی و پیشتازی هنرمند در جامعه را مورد تردید قرار می‌دهد. نمودار ۵- دیدگاه مخاطب نسبت به توجه هنرمند به مسائل روز را نشان می‌دهد.

**نمودار ۵- دیدگاه مخاطب نسبت به توجه هنرمند به مسائل روز**

زن: (۱ / ۴,۲ / ۵,۳ / ۷,۴ / ۹,۵ / ۹,۶ / ۱۰,۷ / ۵ / بی جواب ۱) / مرد: (۱ / ۳,۲ / ۳,۶ / ۷,۴ / ۱۲,۵ / ۸,۶ / ۸,۷ / ۶)

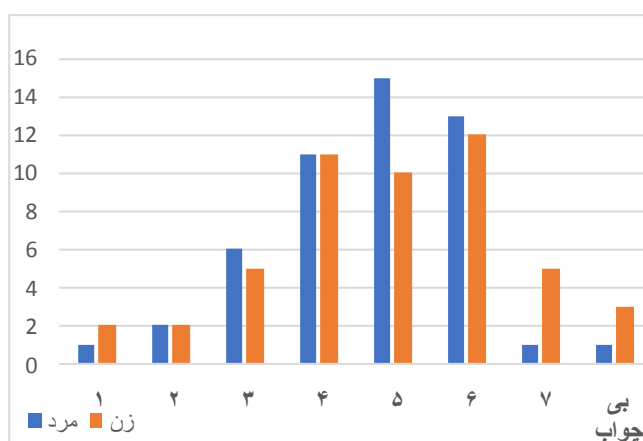


**۴-۱-۶- دیدگاه مخاطب نسبت به قابل اعتماد بودن هنرمند در دوستی**

بالاترین پاسخ‌ها، بین محدوده ۴-۶ (حد متوسط) است. در بین مردان بالاترین پاسخ‌ها، محدوده ۵ با ۱۵ درصد و زنان در محدوده ۶ با ۱۲ درصد است. از نظر مخاطب، به طور متوسط اکثریت هنرمندان در دوستی قابل اعتمادند. نکته جالب توجه این است که این قابل اعتماد بودن در دوستی با درصد بالایی ثبت شده است. البته مردان در مقایسه با زنان درصدهای بالاتری را نشان می‌دهند. نمودار ۶- دیدگاه مخاطب نسبت به قابل اعتماد بودن هنرمند در دوستی را نشان می‌دهد.

**۶- دیدگاه مخاطب نسبت به قابل اعتماد بودن هنرمند در دوستی**

زن: (۱ / ۲,۲ / ۲,۳ / ۴,۵ / ۵,۱۱ / ۵,۱۰ / ۶,۱۲ / ۷,۵ / بی جواب ۳) / مرد: (۱ / ۱,۲ / ۲,۳ / ۶,۴ / ۱۱,۵ / ۱۵,۶ / ۱۳,۷ / ۱ / بی جواب ۱)



#### ۴-۱-۷- دیدگاه مخاطب نسبت به حساسیت هنرمند به فساد اجتماعی

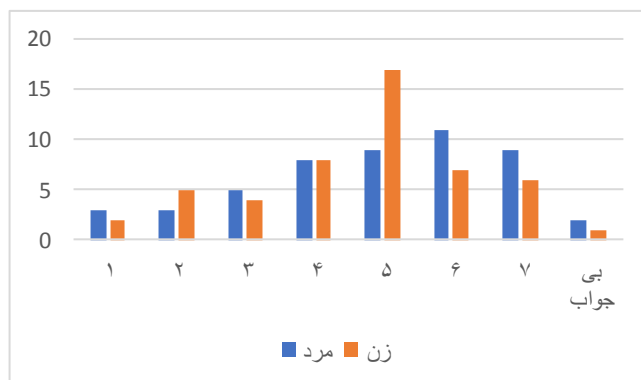
بیشترین پاسخها در محدوده ۵-۷ است، هر چند متوسط پاسخها در کل درصد بالایی را نشان نمی‌دهد که با دقت در جزییات نمودار زیر مشخص است. پاسخ در میان مردان در محدوده ۶ و با ۱۱ درصد بیشترین آمار و در مورد زنان در محدوده ۵ با ۱۷ درصد را شامل می‌شود. نکته جالب توجه در این نمودار درصد بالای پاسخ در زنان در محدوده ۵ از طیف ۱-۷ است. این به این معناست که درصد بسیار بالایی از زنان و با پیک بالا، هنرمندان را نسبت به فساد اجتماعی دارای حساسیت و توجه می‌دانند که نتیجه جالبی است. این در حالی است که مردان کماکان پاسخ‌هایی در محدوده متوسط دارند. نمودار ۷ دیدگاه مخاطب نسبت به حساسیت هنرمند به فساد اجتماعی را نشان می‌دهد.

#### نمودار ۷- دیدگاه مخاطب نسبت به حساسیت هنرمند نسبت به فساد

##### اجتماعی

زن: (۱ / ۲,۲ / ۵,۳ / ۴ / ۸,۵ / ۱۷,۶ / ۷ / ۶ / بی جواب / ۱)

مرد: (۱ / ۳ / ۲ / ۳,۳ / ۵,۴ / ۸,۵ / ۹,۶ / ۱۱,۷ / ۹ / بی جواب / ۲)



#### ۴-۱-۸- دیدگاه مخاطبان هنر نسبت به موفقیت هنرمند در روابط عاطفی و عاشقانه

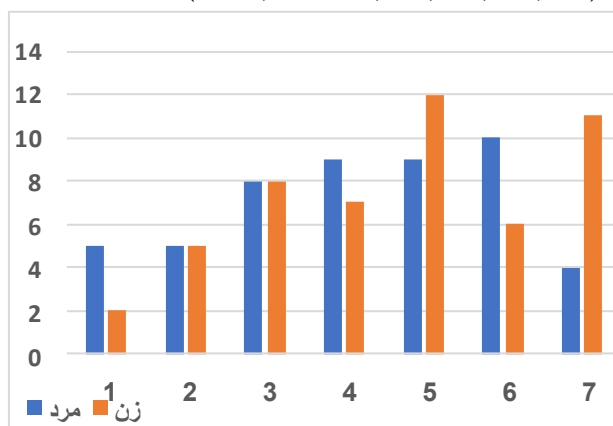
نمودار بیشترین آمار را در محدوده ۵-۷ نشان می‌دهد. در مورد مردان، بیشترین پاسخها در محدوده ۶ و با ۱۰ درصد و در مورد زنان بیشترین پاسخها در محدوده ۶ و با ۱۲ درصد است. در این نمودار، زنان در محدوده بالاتری از طیف به هنرمند امتیاز داده‌اند. این بدان معناست که زنان، هنرمند را در رابطه عاطفی جذاب و موفق ارزیابی می‌کنند. پاسخ مردان نیز در محدوده بالایی قرار می‌گیرد، اما به متوسط نزدیک‌تر است. در نتیجه از نظر کل مخاطبان جامعه آماری منتخب به طور متوسط هنرمند رابطه عاطفی موفق دارد. این نتیجه به خصوص وقتی در کنار پاسخ‌های مربوط به اهمیت نقش هنرمند در رهبری سیاسی و فرهنگی جامعه قرار گیرد، نشان‌دهنده‌ی تصور رمانتیک‌تر مخاطب از هنرمند است. نمودار ۸ دیدگاه مخاطبان هنر نسبت به موفقیت هنرمند در روابط عاطفی و عاشقانه را نشان می‌دهد.

نمودار ۸- دیدگاه مخاطبان هنر نسبت به موفقیت هنرمند در روابط

عاطفی

زن: (۱ / ۲ / ۳ / ۴ / ۵ / ۶ / ۷ / ۸ / ۹ / ۱۰ / ۱۱ / ۱۲ / ۱۳ / ۱۴ / ۱۵ / ۱۶ / ۱۷ / ۱۸ / ۱۹ / ۲۰)

مرد: (۱ / ۲ / ۳ / ۴ / ۵ / ۶ / ۷ / ۸ / ۹ / ۱۰ / ۱۱ / ۱۲ / ۱۳ / ۱۴ / ۱۵ / ۱۶ / ۱۷ / ۱۸ / ۱۹ / ۲۰)



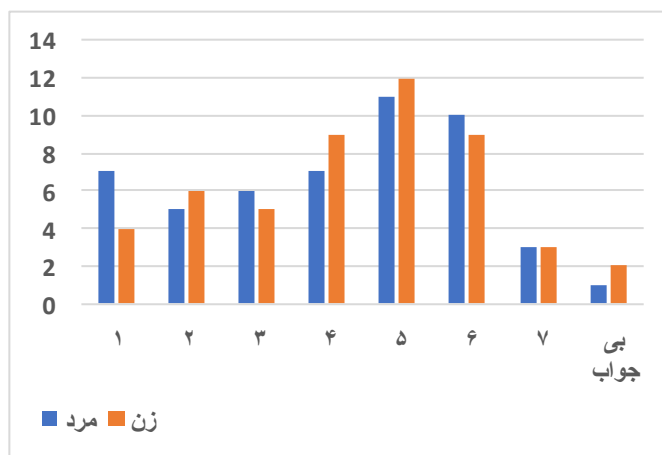
۹-۱-۴ دیدگاه مخاطب نسبت به اعتیاد به مواد مخدر در هنرمند

بالاترین محدوده پاسخها بین ۴-۶ است که آمار بالایی را به خود اختصاص می‌دهد. در میان مردان بیشترین پاسخها در محدوده ۵ و با ۱۱ درصد و در میان زنان در محدوده ۵ و با ۱۲ درصد است. این آمار به وضوح نشان می‌دهد که اکثریت مخاطبان، هنرمند را دارای مشکل اعتیاد به مواد مخدر تصور می‌کنند که آمار قابل توجه و پرسش برانگیزی است. نمودار ۹ دیدگاه مخاطب نسبت به اعتیاد به مواد مخدر در هنرمند را نشان می‌دهد.

نمودار ۹- دیدگاه مخاطب نسبت به اعتیاد به مواد مخدر در هنرمند

زن: (۱ / ۲ / ۳ / ۴ / ۵ / ۶ / ۷ / ۸ / ۹ / ۱۰ / ۱۱ / ۱۲ / ۱۳ / ۱۴ / ۱۵ / ۱۶ / ۱۷ / ۱۸ / ۱۹ / ۲۰)

مرد: (۱ / ۲ / ۳ / ۴ / ۵ / ۶ / ۷ / ۸ / ۹ / ۱۰ / ۱۱ / ۱۲ / ۱۳ / ۱۴ / ۱۵ / ۱۶ / ۱۷ / ۱۸ / ۱۹ / ۲۰)



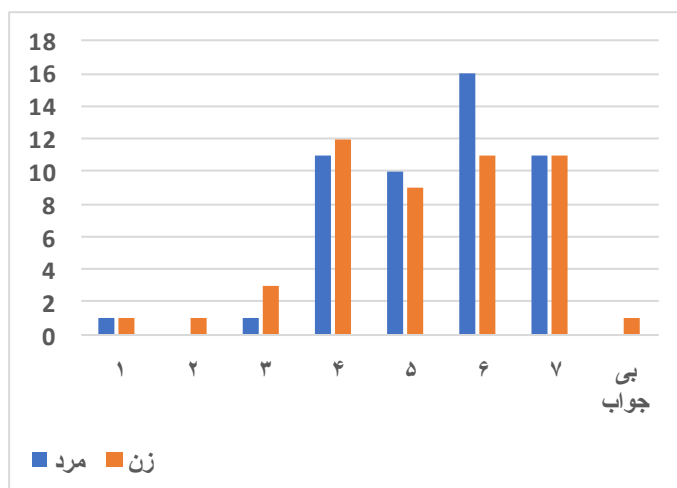
#### ۴-۱-۱۰- دیدگاه مخاطب نسبت به جسارت هنرمند در بیان نظر شخصی

بیشترین پاسخ‌ها در محدوده ۴-۷ است. در بین مردان بیشترین پاسخ‌ها در محدوده ۶ و با ۱۶ درصد و زنان در محدوده ۴ و با ۱۲ درصد ثبت شده است. در نتیجه اکثریت مخاطبان، هنرمند را در بیان نظر شخصی موفق ارزیابی می‌کنند و این به معنی موفقیت هنرمند در بیان خود به واسطه بیان هنری و در واقع پر رنگ بودن نقش هنر در بیان و اظهار نظر افراد در جامعه است. متوسط پاسخ مردان در محدوده ۶ است که تفاوت آن نسبت به زنان نیز جالب توجه است. نمودار ۱۰ دیدگاه مخاطب نسبت به جسارت هنرمند در بیان نظر شخصی را نشان می‌دهد.

#### نمودار ۱۰- دیدگاه مخاطب نسبت به جسارت هنرمند در بیان نظر شخصی

زن: ۱ / ۱,۲ / ۱,۳ / ۳,۴ / ۱۲,۵ / ۹,۶ / ۱۱ / ۷ / ۱۱ / بی جواب / ۱

مرد: (۱ / ۱,۲ / ۰,۳ / ۱,۴ / ۱۱,۵ / ۱۰,۶ / ۱۶,۷ / ۱۱)

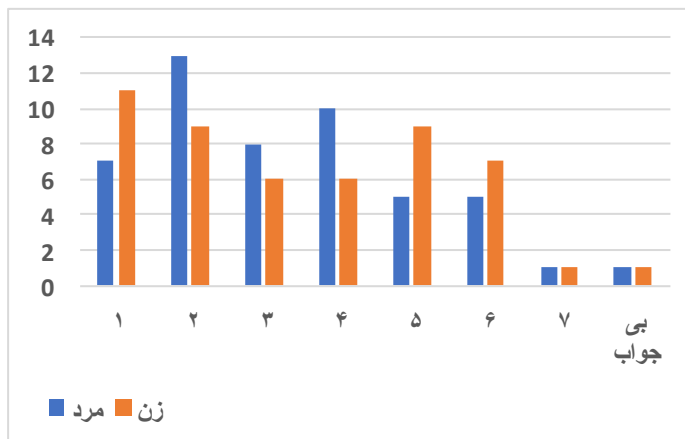


#### ۴-۱-۱۱- دیدگاه مخاطب نسبت به توانایی هنرمند در تأمین اقتصادی خویش

بیشترین پاسخ‌ها در محدوده ۱-۴ و از این میان، بیشترین پاسخ مردان در محدوده ۲ با ۱۳ درصد و زنان در محدوده ۱ با ۱۱ درصد است. نتایج آشکارا هنرمند را در تأمین معاش خود دارای توان اقتصادی پایین ترسیم می‌کند که به گونه‌ای بازتاب جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کند. این بدان معناست که از نظر مخاطبان، هنر نقش اقتصادی مهمی را در معادلات بازار بازی نمی‌کند. وزن نمودار آشکارا در محدوده پایین طیف قرار می‌گیرد و از بین پاسخ‌ها، مردان به صورت معناداری درصد بالاتری را ثبت کرده‌اند. این نتیجه می‌تواند نقش اقتصادی فعال تر مردان و در نتیجه آگاهی بیشتر آنان از معادلات بازار را نشان دهد. هر چند زنان نیز با اختلاف کمی این نتایج را ثبت کرده‌اند. نمودار ۱۱ دیدگاه مخاطب نسبت به توانایی هنرمند در تأمین اقتصادی خویش را نشان می‌دهد.

**نمودار ۱۱- دیدگاه مخاطب نسبت به توانایی هنرمند در تامین اقتصادی خویش**

زن: (۱ / ۱۱,۲ / ۹,۳ / ۶,۴ / ۶,۵ / ۹,۶ / ۷,۷ / ۱ / بی جواب / ۱)  
 مرد: (۱ / ۷,۲ / ۱۳,۳ / ۸,۴ / ۱۰,۵ / ۵,۶ / ۵,۷ / ۱ / بی جواب / ۱)

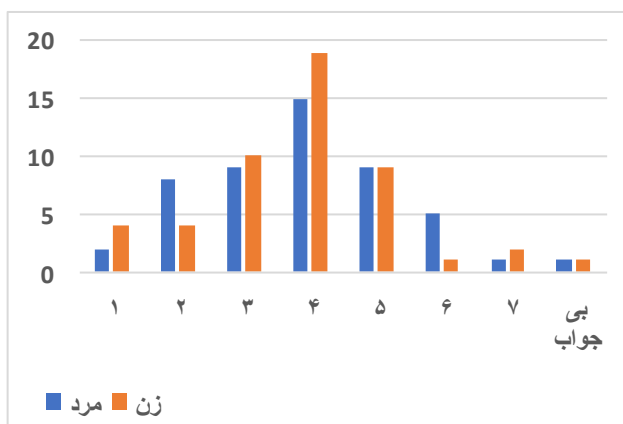


**۴-۱۲- دیدگاه مخاطب نسبت به وضعیت اقتصادی خانواده هنرمند**

بیشترین پاسخ‌ها در محدوده ۳-۵ است. این آمار برای مردان در محدوده ۴ و با ۱۵ درصد و برای زنان در محدوده ۴ و با ۱۹ درصد است. این نتایج بدان معناست که بیشتر مخاطبان وضعیت اقتصادی خانواده هنرمند را متوسط ارزیابی می‌کنند. البته در همین محدوده، پاسخ زنان تفاوت معناداری با پاسخ مردان دارد. در نتیجه زنان نقش اقتصادی خانواده هنرمند را با درصد بالاتری در محدوده متوسط ارزیابی می‌کنند. نمودار ۱۲ دیدگاه مخاطب نسبت به وضعیت اقتصادی خانواده هنرمند را نشان می‌دهد.

**نمودار ۱۲- دیدگاه مخاطب نسبت به وضعیت اقتصادی خانواده هنرمند**

زن: (۱ / ۴,۲ / ۴,۳ / ۱۰,۴ / ۱۹,۵ / ۹,۶ / ۷,۱ / ۲ / بی جواب / ۱)  
 مرد: (۱ / ۲,۲ / ۸,۳ / ۹,۴ / ۱۵,۵ / ۹,۶ / ۵,۷ / ۱ / بی جواب / ۱)



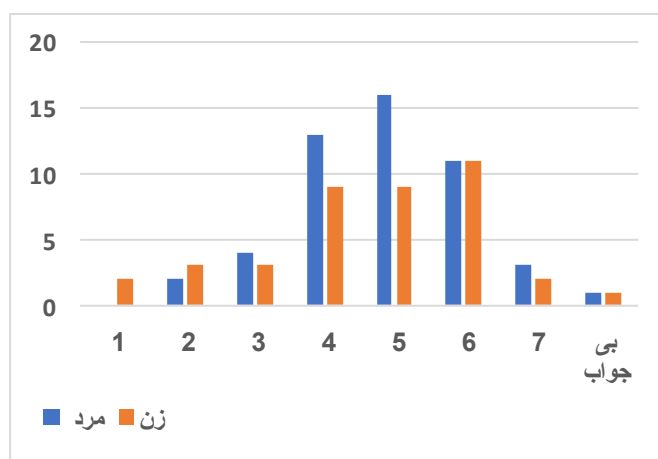


#### ۴-۱-۱۳- دیدگاه مخاطب نسبت به وضعیت فرهنگی خانواده هنرمند

بیشترین پاسخ‌ها در محدوده ۴-۶ است. مردان بیشترین پاسخ را در محدوده ۵ و با ۱۶ درصد و زنان در محدوده ۶ و با ۱۱ درصد ثبت کرده‌اند. وزن نمودار به سمت بالاتر از متوسط است. این بدان معناست که بیشترین افراد وضعیت فرهنگی خانواده هنرمند را متوسط به بالا ارزیابی می‌کنند. این پاسخی وقتی در کنار پاسخ مربوط به وضعیت اقتصادی خانواده هنرمند قرار بگیرد جالب توجه است؛ در نتیجه خانواده هنرمند از دیدگاه مخاطب دارای توان اقتصادی متوسط رو به پایین و وضعیت فرهنگی متوسط رو به بالاست. نمودار ۱۳ دیدگاه مخاطب نسبت به وضعیت فرهنگی خانواده هنرمند را نشان می‌دهد.

#### نمودار ۱۳- دیدگاه مخاطب نسبت به وضعیت فرهنگی خانواده هنرمند

زن: (۱ / ۲ / ۳ / ۳ / ۳ / ۳ / ۴ / ۹ / ۵ / ۹ / ۶ / ۱۱ / ۷ / ۲ / بی جواب / ۱)  
 مرد: (۱ / ۰ / ۲ / ۲ / ۳ / ۴ / ۴ / ۵ / ۱۳ / ۵ / ۱۶ / ۶ / ۱۱ / ۷ / ۳ / بی جواب / ۱)



#### ۴-۱-۱۴- دیدگاه مخاطب نسبت به اهمیت هنرمند در تعیین سرنوشت کشور

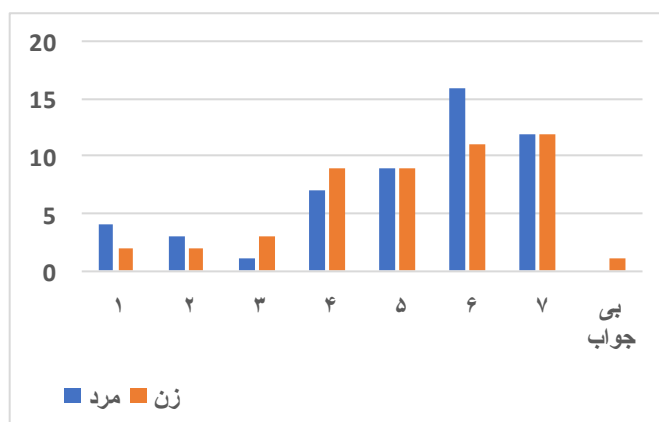
بیشترین پاسخ‌ها در محدوده ۵-۷ است. مردان پاسخی با ۱۶ درصد، در محدوده ۶ و زنان با ۱۲ درصد در محدوده ۷ ثبت کرده‌اند. به این ترتیب بیشتر مخاطبان، هنرمند را در تعیین سرنوشت کشور موثر ارزیابی می‌کنند که با توجه به نتایج به دست آمده از سوالات مربوط به وضعیت اقتصادی هنرمند و عدم توانایی‌اش در تأمین مالی خود و نیز درصد بالای اعتیاد در بین هنرمندان و در عین حال اهمیت او در تعیین سرنوشت کشور بسیار جالب توجه است. در این میان، پاسخ زنان در محدوده متوسط تری نسبت به مردان قرار گرفته است. نمودار ۱۴ دیدگاه مخاطب نسبت به اهمیت هنرمند در تعیین سرنوشت کشور را نشان می‌دهد.

دوره ۹، شماره ۱، بهار ۱۴۰۳، صفحات ۴۲-۶۳

نمودار ۱۴- دیدگاه مخاطب نسبت به اهمیت هنرمند در تامین سرنوشت کشور

زن: (۱ / ۲,۲ / ۳,۳ / ۳,۴ / ۹,۵ / ۹,۶ / ۱۱,۷ / ۱۲ / بی جواب / ۱)

مرد: (۱ / ۲,۳ / ۴,۲ / ۱,۴ / ۷,۵ / ۹,۶ / ۱۶,۷ / ۱۲)



### نتیجه گیری

مشاهدات میدانی پژوهش نشان داد که چگونگی توزیع گالری‌ها و مغازه -گالری‌ها در سطح شهر و تراکم و تجمع آن‌ها در نقاط خاصی از شهر معنادار است. بدین ترتیب که اکثر آن‌ها از نظر موقعیت جغرافیایی به سمت مرکز و بالای شهر گرایش دارند.

در پاسخ به سوال اول (آیا نسبت معناداری بین انواع سرمایه مخاطبان (بر اساس نظریه‌ی انواع سرمایه بورديو) و میزان بازدیدشان از گالری‌های هنری وجود دارد؟) و با استناد به موارد زیر، نسبت میان سرمایه بالاتر بر اساس نظریه انواع سرمایه پیر بورديو و میزان پرداختن به مقوله هنر (در این مورد بازدید از گالری‌های هنری) با تفاوت اندکی اثبات می‌شود:

بیشتر افراد بازدیدکننده در محدوده گروه سنی جوان قرار گرفته‌اند به نظر می‌رسد افراد مجرد در نتیجه فراغت بیشتر، فرصت بیشتری برای پرداختن به مقوله هنر دارند. همچنین فراغت بیشتر، شانس فرد را در آموزش، بیشتر می‌کند.

۹۴ درصد از مخاطبان را افراد دارای تحصیلات آکادمیک تشکیل می‌دهند. افراد دارای مدارک تحصیلی دارای سرمایه فرهنگی و به صورت ضمنی اقتصادی بالاتری هستند و همین افراد، بیشترین تعداد مراجعان به گالری‌ها را به خود اختصاص می‌دهند. افراد دارای تحصیلات آکادمیک هنری درصد بسیار کمتری از مراجعان را نسبت به افراد دارای تحصیلات بی‌ارتباط به هنر تشکیل می‌دهند. در توضیح این مساله می‌توان به نقش پررنگ‌تر تحصیلات غیرهنری در تصاحب شغل و در نتیجه ایجاد سرمایه اقتصادی بالاتر در ایران کنونی دانست.

سطح اقتصادی فرهنگی بالاتری که در نتیجه شغل فرد ایجاد می‌شود، می‌تواند نقش مهمی در بالاتر بردن آمار مربوط به بازدید از گالری‌ها داشته باشد (بیشترین آمار شغل مراجعه‌کنندگان در مرتبه اول مربوط به مرتبه شغلی کارمند و کارفرما است).

افراد زیادی در طول یک‌سال گذشته دست به مسافرت (داخلی - خارجی) زده‌اند. این شاخص که خود نمایانگر سرمایه اقتصادی و فرهنگی بالاتر در فرد است، نقش مثبتی در تعداد مراجعه به مراکز هنری ایفا می‌کند.

سابقه فراگیری هنر در فرد و خانواده او، در هر دو جنس بالاتر از متوسط است و این نشان‌دهنده تأثیری‌گذاری سطح فرهنگی فرد و خانواده‌اش (سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو) در ایجاد مخاطب فعال دارد.

آمار به صورت واضحی، اینترنت را در جایگاه اول کسب اطلاعات قرار می‌دهد. این نتایج آشکارا اهمیت نقش اینترنت را در سبک زندگی امروزی مخاطبان نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد تغییر در سبک زندگی افراد، دلیل تغییر در منابع کسب اطلاعات و اخبار از روش سنتی به مدرن‌تر در جامعه است.

پژوهش در مورد سوال دوم (دیدگاه مخاطبان مورد بحث نسبت به مفهوم هنرمند چگونه است؟) که بدنه اصلی کار را به خود اختصاص می‌دهد به نتایج زیر دسترسی پیدا کرده است:

ظاهر و آرایش هنرمند از نظر مخاطب بیشتر در محدوده ساده و یا همراه با خلاقیت هنری قرار می‌گیرد. زنان بیشتر از مردان، هنرمند را با ظاهر ساده و خلاقانه تصور می‌کنند؛ هرچند این دو گزینه در بین هر دو گروه زنان و مردان درصد بالاتری را به خود اختصاص داده است و اختلاف آن با دیگر گزینه‌ها (پرزرق و برق و بی‌توجه) فاحش است. به نظر دیدگاه افراد درباره‌ی ظاهر هنرمند از گذشته تا کنون تغییراتی یافته است.

بیشتر افراد تحصیلکرده، هنرمندان را در محدوده متوسط سالم (ویژگی‌های روانی) ارزیابی می‌کنند. با توجه به این که هنرمند معمولاً از گذشته با ویژگی‌های روانی نامتعارف به تعریف درآمده است، این نتایج می‌تواند تغییر در دیدگاه مخاطب (به خصوص در قشر تحصیلکرده) نسبت به تعادل روانی هنرمند و در جامعه‌ی آماری مورد بحث (ایران کنونی) را نشان دهد که در نوع خود جالب توجه است.

در مورد درجه پایبندی به ارزش‌های اجتماعی اگرچه بیشترین پاسخ‌ها در محدوده متوسط هستند اما تفاوت دیدگاه مردان و زنان قابل توجه است. با این توضیح که مردان در محدوده متوسطی، به این فاکتور پاسخ بالاتری دادند.

از نظر مخاطبان، هنرمند به صورت متوسط به ارزش‌های خانوادگی پایبندی دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که مخاطب، در مورد مفهوم پایبندی به خانواده، تفاوت معناداری بین هنرمند و مردم معمولی متصور نیست.

در مورد آگاهی از اخبار و مسایل روز، مخاطبین معتقدند که هنرمند در حد متوسطی از اخبار روز مطلع است. این پاسخ، نقش آوانگاردی هنرمند و رهبری او در مسایل اجتماعی در جامعه را مورد تردید قرار می‌دهد.

از نظر مخاطبان، به طور متوسط اکثریت هنرمندان در دوستی قابل اعتمادند. نکته جالب توجه این است که این قابل اعتماد بودن در دوستی با درصد بالایی ثبت شده است. البته مردان در مقایسه با زنان درصدهای بالاتری را نشان می‌دهند

در پاسخ به پرسش درباره حساسیت نسبت به فساد اجتماعی، درصد بسیار بالایی از زنان، هنرمندان را نسبت به فساد اجتماعی دارای حساسیت و توجه می‌دانند. این در حالی است که مردان کماکان پاسخ‌هایی در محدوده متوسط دارند.

زنان، هنرمند را در رابطه عاطفی جذاب و موفق ارزیابی می‌کنند. پاسخ مردان نیز در محدوده بالایی قرار می‌گیرد، اما به متوسط نزدیک‌تر است. در نتیجه از نظر کل مخاطبان جامعه آماری منتخب به طور متوسط هنرمند رابطه

عاطفی موفق دارد. این نتیجه به خصوص وقتی در کنار پاسخ‌های مربوط به اهمیت نقش هنرمند در رهبری سیاسی و فرهنگی جامعه قرار گیرد، نشان‌دهنده‌ی تصور رمانتیک‌تر مخاطب از هنرمند است و

اکثریت مخاطبان، هنرمند را دارای مشکل اعتیاد به مواد مخدر تصور می‌کنند که آمار قابل توجه و پرسش‌برانگیزی است.

از نظر مخاطب، به طور متوسط اکثریت هنرمندان در دوستی قابل اعتمادند. نکته جالب توجه این است که این قابل اعتماد بودن در دوستی با درصد بالایی ثبت شده است. البته مردان در مقایسه با زنان درصدهای بالاتری را نشان می‌دهند.

اکثریت مخاطبان، هنرمند را در بیان نظر شخصی موفق ارزیابی می‌کنند و این به معنی موفقیت هنرمند در بیان خود به واسطه بیان هنری و در واقع پر رنگ بودن نقش هنر در بیان و اظهار نظر افراد در جامعه است.

از نظر مخاطبان، هنر، نقش اقتصادی مهمی را در معادلات بازار بازی نمی‌کند. وزن نمودار آشکارا در محدوده پایین طیف قرار می‌گیرد و از بین پاسخ‌ها، مردان به صورت معناداری درصد بالاتری را ثبت کرده‌اند. این نتیجه می‌تواند نقش اقتصادی فعال‌تر مردان و در نتیجه آگاهی بیشتر آنان از معادلات بازار را نشان دهد. هر چند زنان نیز با اختلاف کمی این نتایج را ثبت کرده‌اند.

بیشتر مخاطبان وضعیت اقتصادی خانواده هنرمند را متوسط ارزیابی می‌کنند. البته در همین محدوده، پاسخ زنان تفاوت معناداری با پاسخ مردان دارد. در نتیجه زنان نقش اقتصادی خانواده هنرمند را با درصد بالاتری در محدوده متوسط ارزیابی می‌کنند

بیشترین افراد وضعیت فرهنگی خانواده هنرمند را متوسط به بالا ارزیابی می‌کنند. این پاسخ وقتی در کنار پاسخ مربوط به وضعیت اقتصادی خانواده هنرمند قرار بگیرد جالب توجه است؛ در نتیجه خانواده هنرمند از دیدگاه مخاطب دارای توان اقتصادی متوسط رو به پایین و وضعیت فرهنگی متوسط رو به بالاست. با عنایت به پاسخ‌های به دست آمده از سوالات مربوط به وضعیت اقتصادی هنرمند و عدم توانایی‌اش در تأمین مالی خود و نیز درصد بالای اعتیاد در بین هنرمندان، اهمیت او در تعیین سرنوشت کشور بسیار جالب توجه است.

در جمع‌بندی نهایی باید گفت که مخاطبین گالری‌های شیراز را بیشتر افراد تحصیل‌کرده دارای سرمایه تقریباً بالایی تشکیل می‌دهند. نتایج به دست آمده، بازتابی از طبقه متوسط ایران کنونی است (۱۳۹۹). به نظر می‌رسد نگاه مخاطب طبقه متوسط جامعه ایران هنوز تحت تاثیر نگاه کلیشه‌ای هنرمند باهوش، فقیر، معتاد، معتمد و جذاب است و نقش زیادی را برای مبارزات مدنی و رهبری در جامعه برای هنرمند متصور نیست. در تحلیل این مساله علاوه بر مطالعات مخاطب‌شناسی، نیازمند مطالعاتی در حوزه جامعه‌شناسی با تاکید بر نقش هنرمند در ایران کنونی هستیم که بی شک با مطالعات علوم سیاسی و تاریخی هم‌پوشانی خواهند داشت.

## منابع

۱. باینگانی، بهمن. کاظمی، علی (۱۳۸۹). بررسی مبانی تئوریک مفهوم سرمایه فرهنگی. فصلنامه برگ فرهنگ. شماره ۲۱.
۲. بیی، ارل (۱۳۸۱). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.
۳. بوردیو، پیر (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه. تهران: شیرازه پاکباز، روئین (۱۳۷۹).
۴. پاکباز، روئین (۱۳۸۱)، نقاشی ایران از دیرباز تا امروز تهران: زرین و سیمین.
۵. پاکباز، روئین (۱۳۷۸). دائرةالمعارف هنر، تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.
۶. جلائی‌پور، حمیدرضا. محمدی، جمال، (۱۳۸۷). نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی، تهران: نشر نی.
۷. حجتی سعیدی، منیره (۱۳۹۴). هنر از منظر مکتب فرانکفورت و نسبت آن با هنر پست‌مدرن. کنفرانس بین‌المللی، شهرسازی، عمران، هنر و محیط‌زیست: افق‌های آینده. نگاه به گذشته.
۸. راوودراد، اعظم. شایگان، خشایار (۱۳۹۱). ویژگی اجتماعی مخاطبان نقاشی مدرن و مردم پسند در ایران. جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال ۴. شماره ۲. پاییز و زمستان ۱۳۹۱. ۶۴-۳۹.
۹. راوودراد، اعظم (۱۳۸۷). ویژگی‌های اجتماعی فیلمسازان ایرانی. نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۴. ۲۲-۱.
۱۰. ریتزر، جورج (۱۳۸۶). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
۱۱. شاه حسینی، سعید (۱۳۹۰). مخاطب شناسی سینما، ارائه مدلی برای استفاده و رضایت مندی مخاطب ایرانی از سینمای ایران، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
۱۲. شویره، کریستین. فونتن، اولیویه، (۱۳۸۵). واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نی.
۱۳. صالحی امیری، سیدرضا. (۱۳۹۲). مجموعه مقالات سرمایه اجتماعی. تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، گروه پژوهشی فرهنگی و اجتماعی
۱۴. قدیمی، راضیه. حسنونند، محمد کاظم (۱۳۸۷). بررسی جایگاه هنرمند (نقاش) در جامعه و نسبت آن با واقعیت‌های اجتماعی. مطالعه موردی: ایران معاصر. دانشکده تربیت مدرس.
۱۵. کشمیرشکن، عبدالحمید (۱۳۷۳). بررسی رابطه هنرمند و مخاطب و جایگاه مخاطب در هنر معاصر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده هنر.
۱۶. گرنفل، مایکل (۱۳۹۸). مفاهیم کلیدی پیر بوردیو. ترجمه محمد مهدی لیبیبی چاپ اول، تهران: نقد افکار.
۱۷. مریدی، محمدرضا. (۱۳۹۲). پارادایم هنرجهانی: تحلیل جامعه‌شناختی از چهار مدل تحلیلی هنر جهانی. نامه هنرهای تجسمی و کاربردی، دوره ۶. شماره ۱۱، ۵-۲۰.
۱۸. ولف، جانث (۱۳۶۷). تولید اجتماعی هنر، ترجمه نیره توکلی، تهران: مرکز.

هاوزر، آرنولد (۱۳۷۵) تاریخ اجتماعی هنر، ترجمه ابراهیم یونسی، تهران: شرکت سهامی انتشارات خوارزمی.

هینیک، ناتالی (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی هنر، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: آگه.

19. Bourdier,P. (2014).Lecon sur lecon. (N. Fakohi,Trans.)Tehran: nay. (in Persian)

20. Lamont, Michele.Annette Lareau,Journal of Sociological Theory, vol.6.No2,155

# The view of the audience of the art gallery towards the concept of the artist based on the theory of Bourdieu's types of capital (Case study: Shiraz galleries, 2019)

Fatemeh Raadniya<sup>1</sup>, Fatholla Zare Khalili<sup>2</sup>

*1. Master of Art Research, Shiraz University*

*2. Assistant Professor, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University*

---

## Abstract

In Bourdieu's differentiation theory, the source of the differences in the tastes of art audiences is the difference in the amount of various capitals they acquire. The current research is a field research in the field of Shiraz galleries' audience, which questions the issue of gallery audiences and their opinion about the artist's characteristics. In terms of the method, it is descriptive-analytical, based on library studies (studying sources and preparing related questionnaires and finding the theoretical framework of the discussion) and field methods (distributing questionnaires and collecting basic information) and direct observation. The statistical population of one hundred people (50 women - 50 men) was randomly selected from the audience of Shiraz galleries in 2019. The questions in the form of a questionnaire (24 questions) have been designed and distributed among the four galleries with respect to geographical distribution and the results have been compiled. The general purpose of the research is to find the ratio between people's capital (based on the theory of Bourdieu's types of capital) and the amount of their visits to art galleries, and in the next step, to study the audience's view of the artist's mental concept. The results show that the audiences of Shiraz galleries are mostly educated people with relatively high capital (based on the theory of Bourdieu's types of capital). The obtained results are a reflection of the average level of Iran today. (2019). However, the view of the audience of the middle class of Iranian society towards the artist is influenced by the stereotypical view of the artist as intelligent, poor, addicted, confident in friendship and attractive in romantic relationships, which obviously has a classical concept And this view does not envisage a great role for civil struggles and leadership in society for the artist.

**Keywords:** Sociology of art, Pierre Bourdieu, types of capital, audience's point of view, artist, art gallery.

---