

## بازآفرینی هنر نگارگری ایرانی در منظر شهری و نقش سرمایه فرهنگی شهروندان

زهره طاهر<sup>۱</sup>؛ زهرا رهبرنیا<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول، دانشیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

Email: z.rahbarnia@alzahra.ac.ir

### چکیده

**مقدمه:** امروزه مهمترین آسیبی که هنرهای سنتی چون نگارگری ایرانی را تهدید می‌کند، انزوا و عدم شناخت آن‌ها توسط مخاطبین جدیدی است که ادراک آنان از هنر، به‌نظر بورديو، جامعه‌شناس فرانسوی، تابعی از سرمایه فرهنگی آن‌هاست. منظر شهری به‌عنوان یکی از مهمترین ابزار تعامل مخاطب معاصر با هنر، می‌تواند راهی برای بازآفرینی و احیای هنرهای سنتی جامعه باشد. منظر شهری که مشتمل بر چشم‌اندازی با ویژگی‌های کالبدی، عملکردی و فرهنگی - معنایی است، بستر مناسبی برای بازآفرینی هنر شهری و به‌نظر، واجد کارکردی مهم در بازآفرینی نگارگری ایرانی خواهد بود. این نوشتار بر آن است که با هدف بررسی این کارکرد جدید، بدین پرسش پاسخ دهد که چه رابطه‌ای بین سرمایه فرهنگی شهروندان و کارکرد بازآفرینی هنر سنتی نگارگری در منظر شهر از دیدگاه آنان وجود دارد؟

**روش پژوهش:** روش پژوهش توصیفی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها به دو روش پیمایش الکترونیک و با استفاده از پرسش‌نامه برخط بوده و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Spss 27 در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده شد.

**یافته‌ها:** بررسی رابطه همبستگی متغیرهای سرمایه فرهنگی شهروندان و کارکرد بازآفرینی نگارگری در منظر شهر، نشان می‌دهد بین رشته تحصیلی شهروندان و علاقه آنان به هنر، رابطه معناداری وجود دارد.

**نتیجه‌گیری:** تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد همسو با نظریات بورديو، شهروندانی که از علاقه و آگاهی بیشتری نسبت به هنر برخوردار بودند و در واقع توانش فرهنگی بالاتری داشتند، معتقد بودند منظر شهر بستر مناسبی برای احیا و بازآفرینی هنر نگارگری ایرانی است. به‌ویژه در ادراک منظر شهری چه در قالب ویژگی‌های کالبدی و عملکردی و چه در قالب ویژگی‌های فرهنگی - معنایی و از دید شهروندان معاصر، منظر شهر می‌تواند کارکرد جدیدی در پاسداشت هویت ملی و هنرهای سنتی جامعه داشته باشد. در واقع افزایش آگاهی مخاطبین معاصر با ارتقای ویژگی‌های کالبدی، عملکردی و فرهنگی - معنایی منظر شهری راهکار مهمی در حفظ و احیای هنر سنتی نگارگری است.

### کلیدواژه

نگارگری ایرانی، بازآفرینی، منظر شهر، سرمایه فرهنگی، بورديو

## مقدمه و بیان مسئله

یکی از مهمترین دغدغه‌های امروز جامعه هنری، حفظ روند رو به رشد تعامل مخاطب معاصر با متن هنری است که از جمله رموز حیات و بقای هنرهای معاصر و از زاویه‌ای دیگر، نقص در آن، یکی از عوامل انزوای هنرهای سنتی محسوب می‌شود. ضرورت مطالعه عوامل احتمالی دخیل در کیفیت تعامل مخاطب معاصر با هنرهای اصیل و سنتی جامعه و فرآیند تطبیقی آن در ارایه به صورت هنر معاصر، از جمله رسالت‌های مهم هنرمندان، پژوهشگران و اندیشمندان جامعه در حفظ ارزش‌ها و بن‌مایه‌های هنری آن، با توجه به میزان اهمیت و جایگاه مخاطبان در روند تولید و شکل‌دهی آثار هنری در جامعه است. معضلی که در هنر نگارگری ایران نیز به طور جدی مطرح است و پژوهش بیشتر در این زمینه را ضروری می‌نماید. مهمترین آسیبی که هنرهای سنتی چون نگارگری ایرانی را تهدید می‌کند، انزوا و عدم شناخت آن توسط نسل آینده و مخاطبین جدیدی است که ادراک آنان از هنر، به نظر بوردیو<sup>۱</sup> جامعه‌شناس فرانسوی، تابعی از سرمایه فرهنگی<sup>۲</sup> آن‌هاست. منظر شهر به عنوان یکی از مهمترین ابزار تعامل مخاطب معاصر با هنر، می‌تواند راهی برای بازآفرینی و احیای هنرهای سنتی جامعه باشد. منظر شهری مشتمل بر چشم‌اندازی است با ویژگی‌های فیزیکی، کاربردی و معنایی که از فضای شهری و از طریق ادراک احساسی و بصری قابل درک است؛ در واقع منظر شهری یک کلیت پیچیده و در برگیرنده ابعاد وسیعی از محیط پیرامون شهروندان است که بستری مهم برای فعالیت‌های انسانی بوده و از این جهت از دیرباز مورد توجه و نظرگاه انسان متمدنی بوده است که تلاش کرده است هویت وجودی خود را بدان القا کند؛ بنابراین شاید بتوان منظر شهری را در طول تاریخ، نمایشگاه بزرگی از هنر، ادبیات، فرهنگ و تاریخ هر ملت دانست. رشد و توسعه شهرها نیز البته نه تنها از این کارکرد منظر شهری نکاسته، بلکه به نوعی ابعاد جدیدی را بدان افزوده است؛ از جمله کارکرد بازآفرینی هنرهای سنتی و حفظ و احیای آن‌ها در راستای پاسداشت هویت ملی جامعه. این نوشتار بر آن است که با هدف بررسی این کارکرد جدید، بدین پرسش پاسخ دهد که چه رابطه‌ای بین سطح سرمایه فرهنگی شهروندان و کارکرد بازآفرینی هنر سنتی نگارگری در منظر شهر از دیدگاه آنان وجود دارد؟ باید دید بررسی رابطه ابعاد مختلف ادراک منظر و ادراک هنری مخاطبین معاصر با دیدگاه آنان در این باره، چگونه می‌تواند در بازآفرینی نگارگری سنتی ایرانی دخیل باشد. اهمیت این پژوهش در این است که در واقع با بررسی و تحلیل این روابط می‌توان بر اساس روش‌های علمی، راهکاری در جهت استفاده کاربردی از منظر شهر در حفظ و احیای هنرهای سنتی جامعه چون نگارگری ارائه داد که خود سهم ضروری و حیاتی در حفظ و انتقال هویت ملی به نسل جدید شهروندان و مخاطبین معاصر هنری خواهد داشت.

## روش پژوهش

در پژوهش حاضر، برای بررسی رابطه سرمایه فرهنگی شهروندان در درک منظر شهر با تأکید بر بررسی دیدگاه آنان درباره کارکرد منظر شهر در بازآفرینی نگارگری ایرانی از روش پیمایش الکترونیک استفاده شد. تحقیق پیمایش عبارت است از اجرای پرسشنامه‌ها روی نمونه‌ای از پاسخگويانی که مطابق با روش‌های آماری، از میان جمعیتی انتخاب می‌شوند و به عبارتی پیمایش مجموعه‌ای از روش‌های منظم و استاندارد است که برای جمع‌آوری اطلاعات درباره افراد، خانواده‌ها و یا مجموعه‌های بزرگتر مورد استفاده قرار می‌گیرد (جمالی و همکاران، ۱۳۸۷، ۷۸). در پژوهش حاضر، گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه برخط و به صورت میدانی صورت گرفته و سپس برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تعیین رابطه بین متغیرهای رتبه‌ای مطرح شده در پرسش‌نامه و تحلیل همبستگی در نرم

افزار Spss27 از آزمون کندال بی<sup>۳</sup> در سطح معناداری ۰.۰۵ استفاده شد. سؤالات پرسش‌نامه<sup>۴</sup>، با هدف سنجش سرمایه فرهنگی شهروندان، مشتمل بر متغیرهای مربوط به مخاطب و متغیرهای مرتبط با دیدگاه او درباره بازآفرینی نگارگری در منظر شهر طراحی شده (نمودار ۱) و شامل سؤالات تصویری و نوشتاری از انواع دوگزینه‌ای، چندگزینه‌ای، طیفی و ترتیبی، بازپاسخ، کوتاه پاسخ و پاسخ مشروح بود؛ به‌علاوه جهت دسترسی به نمونه‌ها در طبقات جغرافیایی مدنظر، کد دیجیتال (کد کیو آر) پرسش‌نامه<sup>۴</sup> الکترونیک تهیه شد و بدین ترتیب امکان گردآوری اطلاعات سریع‌تر و با ضریب امنیت بالاتر از نظر مخاطب، فراهم شد. روایی پرسش‌نامه نیز بر اساس نظریات متخصصین رشته هنر بررسی شد و بازطراحی و اصلاح سؤالات به‌صورت تخصصی زیر نظر استادان محترم پژوهش هنر انجام گرفت؛ همچنین قبل از انتشار پرسش‌نامه نسخه آزمایشی آن تهیه و با روش آزمون-بازآزمون و بررسی رابطه همبستگی داده‌های دو نمونه، پایایی آزمون سنجیده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر مشتمل بر تمام طبقات مخاطبین معاصر اعم از افراد در محدوده سنی متفاوت، طبقات اجتماعی مختلف و ساکن در نقاط مختلف ایران از جمله استان‌های شرقی، غربی، شمالی، جنوبی و نیز استان‌های واقع در بخش مرکزی ایران است. بر اساس مطالعه حافظ نیا (۱۳۸۹)، چنانچه حجم جمعیت از ۱۰۰ هزار نفر تا ۳۰۰ میلیون نفر باشد، حجم نمونه بر اساس جدول مورگان برابر با ۳۸۴ نفر است. اما مشکل این روش در این است که جامعه آماری را بدون توجه به طبقه‌بندی خاص و به صورت یک کل در نظر می‌گیرد. در حالی که مبتنی بر پیشینه پژوهش و محدودیت‌های نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو، نیاز است در کاربرد این نظریه به طور جدی به مکان زندگی افراد به عنوان یکی از متغیرهای تاثیرگذار در نتایج مطالعه توجه شود. بنابراین در مطالعه حاضر برای محاسبه حجم نمونه آماری، از روش نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی‌شده استفاده شده و چون در تحقیقاتی که نیاز به طبقه‌بندی جامعه برای نمونه‌گیری است، حداقل نمونه هر طبقه باید بین ۲۰ تا ۵۰ نفر باشد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۹، ۱۶۵)، مقرر شد تا 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 (۶۵ نفر) پیگیری و اجرا شود تا بتوان به نتایج دقیق‌تری دست یافت؛ بنابراین در مجموع در پژوهش حاضر، حجم نمونه آماری ۳۲۵ نفر بود.

متغیرهای سرمایه فرهنگی بوردیو

سن

جنس

تحصیلات

رفاه اقتصادی

آگاهی و علاقه فرد

منطقه زندگی

نمودار ۱. متغیرهای سرمایه فرهنگی شهروندان در رابطه با کارکرد بازآفرینی منظر شهر. منبع: نگارندگان.

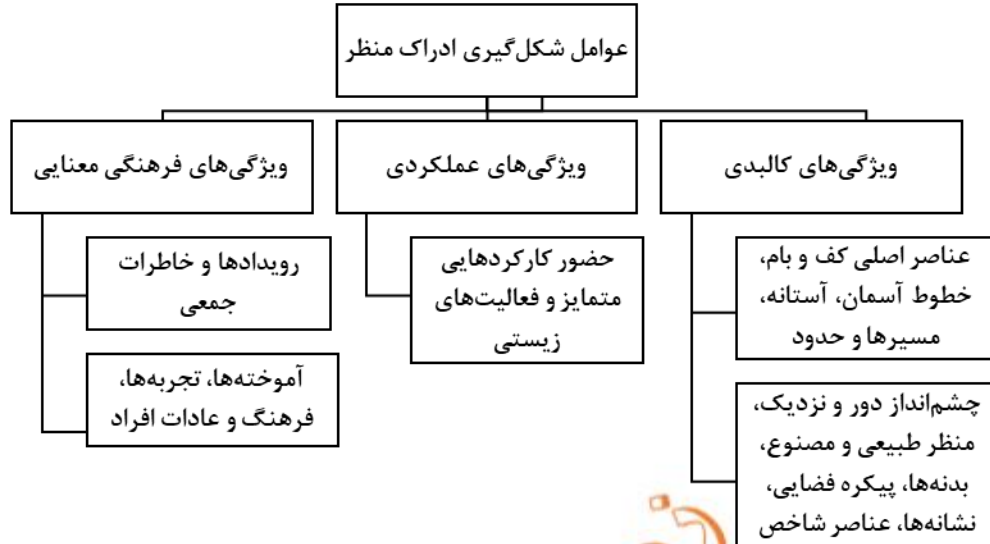
## پیشینه پژوهش

مطالعات جدیدی درباره کارکردهای مختلف منظر شهر صورت پذیرفته است؛ از جمله «فارسی‌آستانه، حقیقت‌بین و رهبرنیا» (۱۴۰۱) از «رخداد تعامل در منظر و اثرگذاری مؤلفه‌های انسانی و محیطی بر آن» سخن گفته و نتیجه می‌گیرند «تحریک حواس پنجگانه، ایجاد تعلق خاطر و توجه به تجربه‌های فردی و جمعی مخاطب در طراحی منظر شهری، به افزایش تعامل انسان با آن منجر خواهد شد». نتایج حاصل از این بررسی از آن جهت در این پژوهش سودمند است که بازآفرینی هنرهای سنتی و افزایش تعامل مخاطب معاصر با آن مهمترین هدف مطالعه حاضر است؛ اما در این مطالعه، توجه به تعامل صرف با منظر شهری مدنظر بوده است. «کفشچیان مقدم و عموئیان» (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان «تعامل هنرهای تجسمی شهری با مخاطب»، با بررسی رویداد هنرهای شهری بهارستان در سال ۹۵، بر لزوم استفاده از قابلیت‌های فرمی و محتوایی مفهوم‌دار نمادها در طراحی فضای شهری امروز در فرآیند طراحی برای کاربر ایرانی تأکید می‌کنند. «واعظی و علی‌مردانی» (۱۳۹۷) در مقاله‌ای به «مفهوم هویت و رویکرد فلسفی به هویت و ماهیت شهر» پرداخته و با تأکید بر اهمیت منظر شهر، معتقدند «شهر بدون زمینه‌های هویتی، مانند جسم بدون روح است و روح نیز قابل‌تقریر نخواهد بود مگر در قالب جسم و تجسم در ظاهری هم‌سنخ که همان ماهیت یا کیفیت شهر است». همچنین «ایتر» (۲۰۱۰) در مقاله خود به بررسی کاربرد فضا و نوع فعالیت در ارزش‌گذاری منظر شهری از دیدگاه مخاطبان پرداخته است. امری که به‌نظر می‌رسد توجه بدان می‌تواند راهگشای ارتقای کارکرد منظر شهری از دید شهروندان باشد. «مجیدی، منصوری و صابرنژاد» (۱۴۰۰) نیز در مقاله «ظرفیت‌های منظر در تحقق مفهوم مشارکت در طرح‌های شهری» به نگاه مخاطب به‌عنوان اساسی‌ترین رکن در ادراک منظر اشاره کرده و مواردی چون تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستمر مخاطب از منظر و نقش فعالانه مخاطب در ساخت منظر را در درجات بعدی اهمیت ظرفیت‌های منظر می‌دانند. پیداست که در این مطالعات توجه به مخاطب، تعامل او با منظر شهر و دیدگاه او در این باره مورد توجه قرار گرفته است. از سویی در پیوند منظر شهر و نگارگری، «جانی‌پور، محمدی و رضائی‌میرقاند» (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به بررسی «همگرایی معماری ایرانی با هنر نگارگری» پرداخته و معتقدند که نگارگری ایرانی همگرا و منطبق با اصول معماری سنتی ایران در خلق فضاهای نگاره پیش‌رفته است. این مطالعه با بررسی فضاهای به‌تصویر کشیده شده در نگاره‌ها در تطبیق با اصول معماری ایرانی صورت گرفته است؛ حال آنکه هدف مقاله پیش‌رو، بررسی کارکرد منظر شهری در احیای نگارگری در قالب منظر شهر است؛ در واقع مطالعه‌ای که به بررسی رابطه منظر شهر و احیای هنرهای سنتی به‌ویژه نگارگری بپردازد، یافت نشد. بنابراین پژوهش حاضر از زاویه دیدی جدید و مبتنی بر نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو به بررسی کارکرد مهمی از منظر شهر در احیای نگارگری ایرانی خواهد پرداخت.

## مبانی نظری

**منظر شهری و ادراک آن توسط مخاطب:** اصطلاح منظر شهری در قرن نوزدهم در آثار «جان‌نش»<sup>۲</sup> و در دیدگاه‌های «کامیلو زیتته»<sup>۳</sup> استفاده شد؛ اما «توماس شارپ»<sup>۴</sup> بود که برای اولین بار در سال ۱۹۴۸ م از آن استفاده کرد. چنانکه رویکرد زیبایی‌شناسی به شهر با نظریات «زیتته»<sup>۵</sup>، زمینه لازم برای طرح مباحث بصری در فضای شهری را فراهم آورد؛ اما در نهایت بنیان‌گذار تئوری سیمای شهر، «کالن»<sup>۶</sup> بود. از دیدگاه او، منظر شهری، هنر انسجام بخشیدن بصری و ساختاری به مجموعه ساختمان‌ها، خیابان‌ها و مکان‌هایی است که محیط شهری

را می‌سازند و به عبارتی چشم‌اندازی است که از فضای شهری رویت می‌شود (گلستانی، خاک‌زند، فیضی و کریمی، ۱۳۹۹، ۳۷).



تصویر ۱. مؤلفه‌های ادراک منظر توسط مخاطب منبع: گلستانی و همکاران، ۱۳۹۹، ۴۰.

پیداست که در تعریف و شکل‌گیری ادراک منظر همواره ویژگی‌های کالبدی، عملکردی و فرهنگی - معنایی اهمیت داشته است (گلستانی و همکاران، ۱۳۹۹، ۳۹) (تصویر ۱). کالبد مصنوع یا طبیعی هر مکان شامل بدنه‌ها، چشم‌اندازهای دور و نزدیک، پیکره فضایی، عناصر شاخص و غیر شاخص کالبدی، خطوط آسمان، آستانه، حدود، مسیرها، مرز و عواملی از این دست است که شناخت هر مکان بدون آن‌ها میسر نیست (پاکزاد، ۱۳۸۵، ۱۱۸). ویژگی‌های عملکردی مشتمل بر کارکردهای متمایز و فعالیت‌های زیستی مشخصی است که به مکان ویژگی منحصر به فردی می‌بخشد و در نهایت ویژگی‌های فرهنگی - معنایی که حاصل چیزی است که در آموخته‌ها، تجربه‌ها، فرهنگ و عادات افراد ریشه دارد و ادراک، تصویر ذهنی و برخورد فرد را در ارتباط با فضا و فعالیت‌های رایج در آن رقم می‌زند (فلاح، ۱۳۹۱، ۵۴). بررسی ویژگی‌های کالبدی، عملکردی و فرهنگی - معنایی در ادراک منظر توسط مخاطب می‌تواند به یافتن راهکارهای دقیق‌تری برای کارکرد مورد نظر آن در پژوهش حاضر، یعنی بازآفرینی هنرهای سنتی جامعه، به‌ویژه نگارگری ایرانی، منجر شود.

## هنر شهری

با توجه به تعاریفی که ارائه شد، منظر پدیده‌ای است که از یک سو از تعامل انسان و محیط خلق می‌شود و از سوی دیگر، رویکردی است که رابطه انسان با محیط را تفسیر می‌کند. هنر شهری نیز به‌عنوان یک پدیده منظرین به انسان وابسته است؛ در واقع هنر شهری مخاطب‌محور است و مخاطبین آن جامعه شهروندان هستند (عادلون، موسوی‌لر و منصور، ۱۳۹۵، ۴۱). آثار هنر شهری نمودی از بیان گرافیکی فرهنگ و سنت یک ملت است که در قالب نقاشی‌های دیواری، مجسمه و یا پوستر بیان می‌شود (Strike, 2005, 20). هنر شهری علاوه بر عینیت، برای داشتن کیفیت محیطی به شهروند و ادراک او وابسته است. شهروند هم می‌تواند در خلق هنر شهری سهیم باشد

و هم در درک و تفسیر آن. بنابراین کیفیت هنر شهری زمانی پدیدار می‌شود که شهروندان به‌عنوان مخاطبان با آثار هنر شهری تعامل برقرار کنند؛ همچنین به‌نظر می‌رسد مناسب‌ترین بستر حضور و ظهور هنر شهری، فضاهای جمعی است (عادلون و همکاران، ۱۳۹۵، ۴۲). البته کیفیت‌های بصری محیط که عبارتند از شرایط اقلیمی، فضای فرهنگی و هویتی، موقعیت جغرافیایی هر کدام ویژگی‌ها و محدودیت‌های مختص به‌خود را داشته که تأثیراتی تعیین‌کننده بر فرآیند طراحی و اجرای هنرهای شهری مانند دیوارنگاری دارد (کشیر و کفشچیان‌مقدم، ۱۳۹۹، ۵۴). اما آنچه بیش از ابعاد کالبدی در حضور و تعامل اجتماعی افراد در فضاهای عمومی شهر دخیل است، پیش‌بینی و خلق رویدادهای اجتماعی است که می‌تواند زمینه‌ساز ارتقای حس تعلق به مکان باشد (دانشپور و چرخچیان، ۱۳۸۶، ۲۰). بنابراین لازمهٔ خلق هنر شهری موفق، توجه به جلب تعامل مخاطبین در فضاهایی عمومی است که حس تعلق به مکان را در شهروند ایجاد کند. بدین ترتیب ابتدای هنر شهری بر سنت‌های هنری جامعهٔ مخاطبین و شهروندان، می‌تواند راهکشی دست‌یابی به تجربیات موفق در این زمینه باشد.

### سرمایه فرهنگی شهروندان و ادراک منظر شهر

یکی از مهمترین جامعه‌شناسان هنری قرن بیستم، «بورديو» (۱۹۳۰-۲۰۰۲) معتقد است که توانایی مخاطبین برای رسیدن به درک هنر و تمایز ویژگی‌ها، مکاتب و دوره‌های هنری، زمانی امکان دارد که آن‌ها توانش فرهنگی کافی در رمزگشایی آثار هنری داشته باشند (Bourdieu, 1984, 20). او سرمایه فرهنگی را به سه حوزه تقسیم می‌کند: سرمایه فرهنگی درونی، سرمایه فرهنگی بیرونی و سرمایه فرهنگی نهادینه (رهبرنیا، یاقوتی و مرسلی‌توحیدی، ۱۳۹۶، ۱۰۰). اولین شکل سرمایه، حالت درونی یا ذهنی آن است که تصاحب آن در دراز مدت، اغلب ضمنی و پنهان صورت می‌گیرد؛ فرآیندی که اساس آن را سرمایه فرهنگی خانواده و شبکه روابط در طول سالیان و در محیط خانواده، مدرسه و ... شکل می‌دهد (Maanen, 2009, 58). دومین شکل، سرمایه فرهنگی بیرونی است که آن را می‌توان در حامل‌های مادی، مانند کتاب، نقاشی، آهنگ، فیلم، آلات موسیقی یا لباس، عینیت بخشید و بالاخره سومین شکل سرمایه فرهنگی، شکل نهادینه است که شامل مدارک، عناوین و سایر اشکال شناسایی سازمانی است (Bourdieu, 1984, 134 & 39) بنابر نظر «بورديو»، به‌نظر می‌رسد بتوان گفت توانش فرهنگی شهروندان در درک منظر شهر دخیل خواهد بود که البته نیاز به مطالعهٔ بیشتری دارد؛ بنابراین سرمایه فرهنگی مخاطبین، بر اساس پژوهش‌های متعدد جامعه‌شناسان هنر در این زمینه (Prior, 2005; Prasiata, 2022; Bourdieu & Darbel, 1991)، مشتمل بر متغیرهایی چون مدرک و رشته تحصیلی، سن، مکان زندگی، حتی جنسیت، سطح اطلاعات هنری، میزان علاقه به هنر و در مطالعه حاضر، میزان علاقه به نگارگری و سطح رفاه اقتصادی مخاطبین، می‌تواند در درک اثر هنری و نحوه کنش و تعامل مخاطبین با آن مرتبط باشد.

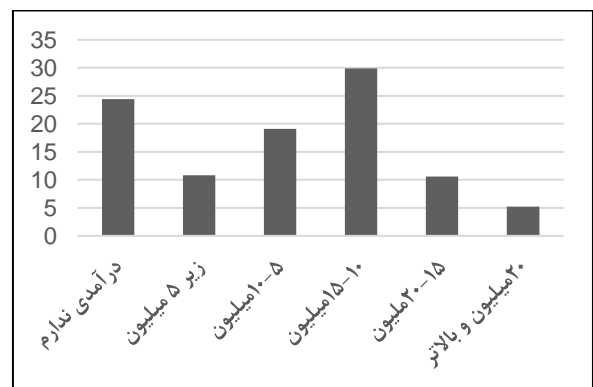
### تحلیل متغیرهای مرتبط با سرمایه فرهنگی شهروندان

تعداد افراد شرکت‌کننده در این پژوهش، ۳۲۵ نفر بودند که ۵۹.۴ درصد آن‌ها زن و ۴۰.۶ درصد آن‌ها مرد بودند. درصد فراوانی سن، مدرک و رشته تحصیلی و مکان زندگی مخاطبین در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی نمونه آماری بر اساس سن، مدرک و رشته تحصیلی و مکان زندگی. منبع: نگارندگان.

درصد توزیع مخاطبین							متغیر
بالتر از ۶۰ سال	۵۰-۶۰ سال	۴۰-۵۰	۳۰-۴۰	۲۳-۳۰	۱۸-۲۳	زیر ۱۸ سال	سن (سال)
۲.۸	۷.۷	۲۹.۲	۲۳.۱	۱۲.۹	۱۲.۶	۱۱.۷	درصد فراوانی
دکتری و بالاتر	کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	دیپلم	سیکل	ابتدایی	مدرک تحصیلی
۴.۶	۲۶.۸	۴۱.۸	۷.۴	۶.۱	۱۰.۸	۲.۵	درصد فراوانی
هنر	ریاضی	علوم تجربی	علوم انسانی	بدون رشته			رشته تحصیلی
۲۶.۵	۱۱.۴	۱۷.۵	۳۰.۵	۱۴.۲			درصد فراوانی
مرکز	غرب	شرق	جنوب	شمال			مکان زندگی در ایران
۱۹.۳	۱۷.۵	۲۳.۷	۲۰.۷	۱۸.۸			درصد فراوانی

بر اساس داده‌های این جدول، بیشتر افراد شرکت کننده در پژوهش در دامنه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال قرار دارند و در مجموع ۶۵.۲ درصد آن‌ها در رده سنی ۲۳ تا ۵۰ سال هستند که طیف سنی گسترده‌ای از مخاطبین معاصر را در بر می‌گیرد. همچنین بیشتر افراد (۴۱.۸ درصد) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بوده و در مجموع ۲۶.۸ درصد افراد مدرک تحصیلی پایین‌تر از کارشناسی و ۳۱.۴ درصد مدرک تحصیلی کارشناسی و بالاتر دارند. رشته تحصیلی بیشتر مشارکت‌کنندگان در پژوهش، علوم انسانی است و به‌طور کلی ۲۶.۵ درصد مخاطبین در رشته هنر و ۵۹.۳ درصد مخاطبین در رشته‌های تحصیلی غیرهنری تحصیل نموده‌اند؛ همچنین در نمودار ۲، درصد فراوانی درآمد ماهیانه افراد در دامنه بدون درآمد تا بالای ۲۰ میلیون تومان نشان داده شده است که بر اساس آن بیشتر مخاطبین دارای درآمد ماهیانه بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان بوده و در مجموع ۳۵ درصد زیر ۵ میلیون تومان، ۴۹ درصد بین ۵ تا ۱۵ میلیون تومان و ۱۶ درصد بالاتر از ۱۵ میلیون تومان درآمد ماهیانه داشتند.



نمودار ۲. درصد توزیع نمونه آماری مبتنی بر درآمد ماهیانه. منبع: نگارندگان.

بیشتر مخاطبین (۴۰.۳ درصد) علاقه زیادی به هنر داشتند و در مجموع ۶۶.۱ درصد مخاطبین علاقه زیاد و بسیار زیادی به هنر داشته و ۶.۵ درصد افراد کم یا بسیار کم به هنر علاقه‌مند بودند؛ همچنین ۴۷.۱ درصد مخاطبین علاقه متوسطی به نگارگری داشتند، ۳۵.۳ درصد علاقه زیاد و بسیار زیاد و مابقی افراد یعنی ۱۷.۶ درصد علاقه کم و بسیار کمی به هنر نگارگری داشتند. از سویی بیشتر افراد (۴۰ درصد)، سطح اطلاعات متوسطی درباره هنر نگارگری داشته و در مجموع ۸۹.۹ درصد مخاطبین، اطلاعات متوسط تا بسیار کمی درباره هنر نگارگری داشتند.

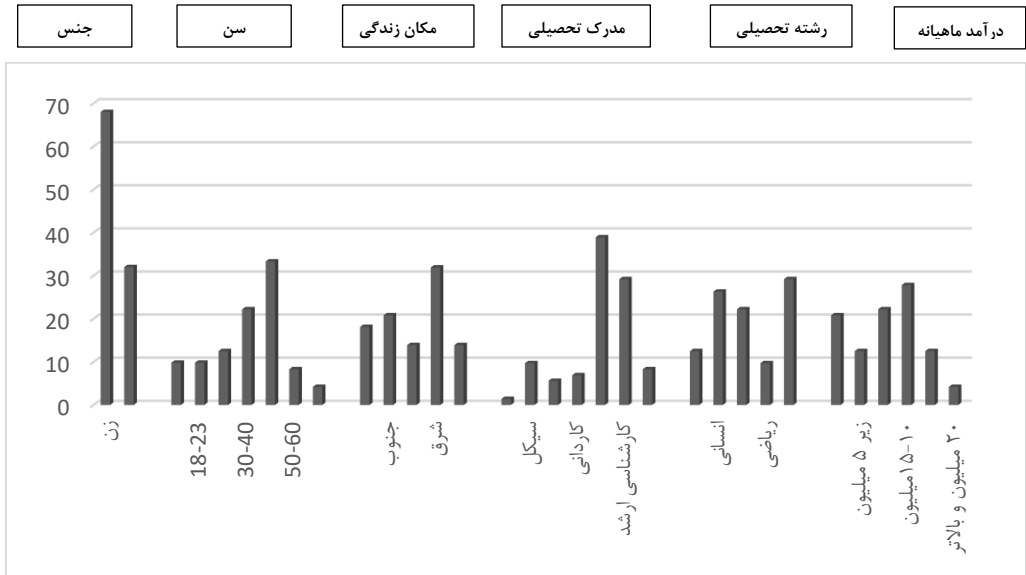
## نگارگری ایرانی در جایگاه هنر شهری

نگارگری ایرانی به نوعی نقاشی ظریف و ریزنقش ایران گفته می‌شود که در گذشته بیشتر برای کتاب‌آرایی ادبی، علمی و پزشکی و یا به‌گونه جداگانه (مرقع) ساخته می‌شده است (پاکباز، ۱۳۹۰، ۵۹۸). این هنر سنتی ایرانی که اکنون در قالب نگارگری نوین به حیات خویش ادامه داده است، دو ویژگی عمده و لازم برای استفاده در هنر شهری را دارد: اول اینکه برآمده از سنت‌ها و هویت ملی ایرانی است که نه تنها ریشه در فرهنگ و سنت ایرانی دارد، در حافظه مشترک ایرانیان و در سلايق آنان جایگاه ویژه‌ای دارد. دوم اینکه طیف وسیعی از موضوعات و مفاهیم هنری را در بر می‌گیرد که به‌ویژه در شکل نوین و معاصر آن و در تلفیق با ذائقه مخاطبین معاصر، توانایی رشد و تکامل دارد؛ اما مهمترین مسئله‌ای که این هنر ارزشمند ایرانی را تهدید می‌کند، انزوای و عدم تعامل مخاطب معاصر با آن است. همچون بسیاری از هنرهای سنتی ایرانی، نگارگری نیز در مواجهه با جریان‌های مدرنیته و جریان نقاشی نوگرایی ایرانی در دهه‌های اخیر دستخوش فراز و فرودهایی شد که حاصل آن مسیری ناهموار در بقا و مسیری بسیار دشوارتر در اعتلای این هنر ناب ایرانی بود. از این دیدگاه استفاده از نگارگری در هنر شهری می‌تواند یکی از راهکارهای حفظ و بقای این هنر سنتی ملی باشد و چنانچه در دستیابی به تجربیات موفق هنر شهری آورده شد، بررسی دیدگاه مخاطبین معاصر به‌عنوان شهروندان و مخاطبین اصلی هنر شهری درباره این کارکرد جدید منظر شهری، حائز اهمیت بوده و نیاز به بررسی علمی و دقیق‌تری دارد.

## تحلیل رابطه بین متغیرهای سرمایه فرهنگی شهروندان و کارکرد بازآفرینی منظر شهر

داده‌های حاصل از پرسش‌نامه الکترونیک نشان می‌دهد که حدود ۳۶ درصد شهروندان با سطح مدرک تحصیلی، رفاه اقتصادی و آگاهی و علاقه متفاوت به هنر و نگارگری، معتقد بودند بهترین راهکار بازآفرینی نگارگری، توجه به کارکرد منظر شهر و کاربرد نگارگری در قالب هنر شهری است. در مجموع ۲۲/۲ درصد شهروندان، معتقد بودند که کاربرد نگارگری در هنر شهری می‌تواند راهکار مناسبی در حفظ و احیای این هنر سنتی باشد و ۱۳/۹ درصد آنان به برپایی نمایشگاه‌ها و کارگاه‌ها در سطح شهر به‌عنوان راهکار مهمی در بازآفرینی نگارگری معتقد بودند. نمودار ۳ خلاصه داده‌های مرتبط با متغیرهای سرمایه فرهنگی این شهروندان را نشان می‌دهد. بر اساس داده‌های نمودار ۲، زنان (۶۸٪) نسبت به مردان (۳۲٪) بیشتر موافق کارکرد منظر شهر در احیای نگارگری بودند؛ همچنین افراد بین ۳۰ تا ۵۰ ساله (۵۸.۵٪)، شهروندانی که ساکن شهرهای شرق کشور هستند و آنان که مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی‌ارشد دارند (۶۸.۲٪) بیشتر از سایرین کارکرد منظر شهر را در احیای نگارگری مفید دانسته‌اند؛ همچنین مخاطبین تحصیل کرده در رشته‌های هنری (۲۹.۲٪)، بیشتر از سایرین، کارکرد منظر شهر را در بازآفرینی نگارگری مهم دانسته و افرادی که سطح رفاه اقتصادی متوسطی دارند، افراد دارای درآمد بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان، نیز معتقد بودند کاربرد نگارگری در هنر شهری می‌تواند راهکاری برای حفظ و احیای این هنر سنتی ایرانی باشد.





**نمودار ۳.** درصد فراوانی نسبی شهروندان بر اساس متغیرهای جنس، سن، مکان زندگی، مدرک و رشته تحصیلی و درآمد ماهیانه. منبع: نگارندگان.

داده‌های مربوط به علاقه به هنر، علاقه به نگارگری و اطلاعات هنری این شهروندان در نمودار ۴ آمده است. با توجه به داده‌های این نمودار، از نظر شهروندانی که علاقه زیاد و بسیار زیادی به هنر و علاقه متوسط یا زیادی به نگارگری داشتند و اطلاعات هنری آنان متوسط یا کم بود، یکی از راهکارهای احیای نگارگری استفاده بیشتر از آن در منظر شهر بود؛ در واقع بنا به یافته‌های ما شهروندان ۳۰ تا ۵۰ ساله که دارای سطح تحصیلات بالاتری بودند و از رفاه اقتصادی و اطلاعات هنری متوسطی برخوردار بوده و بیشتر آنان علاقه زیادی به هنر داشتند؛ اما در رشته‌های غیر هنری تحصیل کرده بودند معتقد به کارکرد بازآفرینی نگارگری در منظر شهر بودند؛ همچنین تحصیل‌کردگان در رشته هنر، این راه را به‌عنوان دومین راهکار و به‌عنوان تابعی از افزایش اطلاعات و آگاهی شهروندان در نظر گرفته و معتقد بودند استفاده از نگارگری در هنر شهری و برگزاری نمایشگاه‌ها و کارگاه‌های هنری در سطح شهر پس از افزایش آگاهی عموم افراد جامعه، چه از طریق افزودن مطالبی در این باره در کتب درسی و دانشگاهی و چه از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی، می‌تواند راهکار مؤثری در کنار استفاده از کالا و پوشاک با نقوش نگارگری در بازآفرینی هنر نگارگری باشد.



**نمودار ۴.** درصد فراوانی اطلاعات هنری، علاقه به هنر و نگارگری شهروندان. منبع: نگارندگان.

برای تحلیل دقیق تر یافته‌ها، تعیین روابط همبستگی بین متغیرهای مورد نظر پژوهش نیاز هست؛ بنابراین فرضیه‌های آماری زیر را مطرح کرده و بدان پاسخ خواهیم داد: به نظر می‌رسد بین متغیرهای سرمایه فرهنگی شهروندان، شامل سن، مکان زندگی، مدرک و رشته تحصیلی، علاقه به هنر و نگارگری و اطلاعات هنری آنان با دیدگاه آنان درباره کارکرد بازآفرینی نگارگری در منظر شهر رابطه مستقیمی وجود دارد.

جدول ۲. رابطه همبستگی متغیرهای سرمایه فرهنگی شهروندان و دیدگاه آنان درباره کارکرد بازآفرینی منظر شهر. منبع: نگارندگان.

جنس	سن	مکان زندگی	تحصیلات	رشته تحصیلی	درآمد ماهیانه	علاقه به هنر	اطلاعات هنری	علاقه به نگارگری	راهکار
ضریب همبستگی	۰.۱۲۲°	۰.۰۴۹	۰.۰۶۰	۰.۰۲۴۷°	-۰.۳۳۸°	۰.۲۷۶°	۰.۱۷۰°	۰.۱۱۸°	۰.۰۶۹
ضریب معناداری	۰.۰۲۸	۰.۲۷۷	۰.۲۷۷	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۰۰۲	۰.۰۳۳	۰.۲۱۳
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
سن	ضریب همبستگی	۰.۱۲۲°	۰.۰۶۴	-۰.۵۱۱°	۰.۱۰۷	-۰.۶۴۳°	۰.۰۴۸	۰.۰۵۶	۰.۰۸۱
ضریب معناداری	۰.۰۲۸	۰.۲۴۸	<۰,۰۰۱	۰.۰۵۴	<۰,۰۰۱	۰.۰۹۴۱	۰.۳۹۰	۰.۳۱۱	۰.۱۴۳
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
مکان زندگی	ضریب همبستگی	۰.۰۴۹	۰.۰۶۴	۰.۰۵۴	۰.۱۴۶°	-۰.۰۶۷	۰.۰۲۰	-۰.۰۳۵	-۰.۰۲۷
ضریب معناداری	۰.۰۲۸	۰.۲۴۸	۰.۲۳۵	<۰,۰۰۱	۰.۲۲۹	۰.۸۴۱	۰.۷۲۱	۰.۵۱۳	۰.۶۲۷
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
تحصیلات	ضریب همبستگی	۰.۰۶۰	-۰.۵۱۱°	۰.۰۵۴	۰.۰۴۴°	۰.۴۵۹°	۰.۱۴۲°	۰.۱۶۹°	۰.۰۰۶
ضریب معناداری	۰.۰۲۷	<۰,۰۰۱	۰.۲۳۵	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۳۳۸	۰.۹۱۷
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
رشته تحصیلی	ضریب همبستگی	۰.۰۲۴۷°	۰.۱۰۷	۰.۰۴۴°	۱	-۰.۰۰۲	۰.۲۳۳°	۰.۳۰۳°	-۰.۱۲۳°
ضریب معناداری	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۹۷۷	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۱۴۶	۰.۰۱۲
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
درآمد ماهیانه	ضریب همبستگی	-۰.۳۳۸°	-۰.۶۴۳°	۰.۴۵۹°	-۰.۰۰۲	۱	-۰.۱۳۴°	-۰.۰۱۷	۰.۰۸۶
ضریب معناداری	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۹۷۷	<۰,۰۰۱	۰.۲۲۹	۰.۷۶۰	۰.۱۲۳
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
علاقه به هنر	ضریب همبستگی	۰.۲۷۶°	۰.۰۰۴	۰.۱۴۲°	۰.۲۳۳°	۱	۰.۴۶۰°	۰.۴۹۶°	-۰.۱۲۷°
ضریب معناداری	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۰۲۳
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
اطلاعات هنری	ضریب همبستگی	۰.۱۷۰°	۰.۰۴۸	۰.۱۶۹°	۰.۳۰۳°	۰.۴۶۰°	۱	۰.۴۰۱°	-۰.۰۷۶
ضریب معناداری	۰.۰۰۲	۰.۳۹۰	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۱۷۴
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
علاقه به نگارگری	ضریب همبستگی	۰.۱۱۸°	۰.۰۵۶	-۰.۰۳۵	۰.۰۸۱	-۰.۰۱۷	۰.۴۰۱°	۱	-۰.۱۰۵
ضریب معناداری	۰.۰۲۳	۰.۳۱۱	۰.۵۱۳	۰.۳۳۸	۰.۱۴۶	۰.۷۶۰	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	۰.۰۵۸
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵
راهکار	ضریب همبستگی	۰.۰۶۹	۰.۰۸۱	-۰.۰۲۷	۰.۰۰۶	-۰.۱۲۳°	۰.۰۸۶	-۰.۱۲۷°	۱
ضریب معناداری	۰.۲۱۳	۰.۱۴۳	۰.۶۲۷	۰.۹۱۷	۰.۰۱۲	۰.۱۲۳	۰.۰۲۳	۰.۰۲۳	۰.۰۵۸
تعداد	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵	۳۲۵

همچنین با استفاده از آزمون همبستگی کندال تای بی، 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 خواهد بود ( $-1 < X < +1$ ) که مقادیر مثبت، رابطه مستقیم و مقادیر منفی، رابطه معکوس را نشان می‌دهند. بررسی رابطه همبستگی متغیرهای سرمایه فرهنگی شهروندان و کارکرد بازآفرینی نگارگری در منظر شهر در جدول ۲ آورده شده است. تحلیل داده‌های این جدول نشان می‌دهد تنها بین رشته تحصیلی شهروندان و علاقه آنان به هنر، رابطه معناداری ( $\alpha \leq 0/05$ ) وجود دارد؛ بدین ترتیب که

افرادی که در رشته هنر تحصیل کرده‌اند و علاقه زیادی به هنر دارند، معتقدند منظر شهر می‌تواند کارآیی مؤثری در بازآفرینی هنر نگارگری ایرانی داشته باشد. به نظر می‌رسد این شهروندان به‌واسطه آگاهی و علاقه هنری، بیشتر از سایرین متوجه ضرورت استفاده از کارکرد منظر شهر در احیای هنر سنتی نگارگری هستند. نمونه دیوارنگاره مبتنی بر نگارگری سنتی ایرانی با موضوع استاد سخن، سعدی، در خیابان امیرکبیر تهران، قلب گردشگری تهران، در شهریور ماه ۱۴۰۲ رو نمایی گردید (تصویر ۲). این کاربرد نگارگری در کالبد شهر، به‌ویژه در مسیرهای هدف اصلی می‌تواند نقش منظر شهری را در بازآفرینی نگارگری دوچندان کند.



تصویر ۲. دیوارنگاره خیابان امیرکبیر تهران با موضوع «استاد سخن سعدی». منبع: <https://media.ibna.ir/old/docs>

همچنین بررسی نظرات طیف وسیع شهروندان که با میزان علایق و اطلاعات مختلف و در سنین نیروی فعال جامعه، نشان می‌دهد آنان افزایش آگاهی درباره این هنر سنتی را مهم دانسته و منظر شهر را نیز در این راستا بستر مناسبی برای احیای نگارگری می‌دانند. حال اگر ادراک شهروندان از منظر شهری را در سه ویژگی کالبدی، عملکردی و فرهنگی - معنایی با هدف بازآفرینی نگارگری در منظر شهر بررسی کنیم، پیداست که می‌توان راهکار مناسبی در استفاده از این کارکرد منظر شهر ارائه داد. نمودار ۵ خلاصه کارکرد مورد نظر را نشان می‌دهد. کارکرد بازآفرینی نگارگری در ویژگی کالبدی منظر، می‌تواند بخش مناسبی از منظر مصنوع شهر را به‌خود اختصاص دهد.

عوامل شکل‌گیری ادراک منظر

ویژگی‌های فرهنگی - معنایی

پیوند معنایی فرهنگی با هنر شهری در قالب نگارگری سنتی و نوین ایرانی

ویژگی‌های عملکردی

توجه ویژه به کارکرد بازآفرینی نگارگری در منظر شهری

ویژگی‌های کالبدی

استفاده از نگارگری در منظر مصنوع، نشانه‌ها، نمادها، بدنه و دیوارها

**نمودار ۵.** ویژگی‌های ادراک منظر و کارکرد منظر شهر در بازآفرینی نگارگری ایرانی. منبع: نگارندگان.

نمونه جدیدی از کاربرد نگارگری در منظر شهری که در بیستم شهریورماه ۱۴۰۳ در میدان ونک تهران رونمایی گردید؛ ترکیب زیبایی از اثر «یوسف و زلیخا» از آثار استاد کمال‌الدین بهزاد در مکتب هرات و حکایتی از سعدی به تحریر امیرعباس نصیری یزدی با ابیات: «نیاید همی شرمتم از خویشتم/ که حق حاضر و شرم‌داری زمن؟ نیاسایی از جانب هیچ کس/ برو جانب حق نگه‌دار و بس/ چنان شرم‌دار از خداوند خویش/ که شرمتم ز بیگانگانست و خویش» مشاهده می‌شود (تصویر ۳). بدین ترتیب نشانه‌ها، نمادها، بدنه و دیوارهای عناصر شهر می‌تواند بستر مناسبی برای طرح‌های مختلف موضوعی نگارگری سنتی یا نوین باشد و بخش مهمی از ویژگی عملکردی منظر

شهر را به حفظ هویت ملی از طریق حفظ و احیای هنرهای سنتی به‌ویژه نگارگری به‌خود اختصاص دهد. به‌ویژه با توجه به‌ویژگی فرهنگی - معنایی منظر شهری، و قابلیت تلفیق آن با موضوعات مدرن معاصر، بستر مناسبی برای القای معانی فرهنگ ایرانی در قالب هنر شهری نگارگری در قالبی نوین وجود خواهد داشت.



تصویر ۳. دیوارنگاره میدان ونک تهران با موضوع «نگاره یوسف و زلیخا» از استاد کمال الدین بهزاد.  
منبع: <https://media.khabaronline.ir/d>

### نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر ضمن پژوهش میدانی و تحلیل آماری آرای شهروندان درباره کارکرد منظر شهر، مبتنی بر نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو، رابطه متغیرهای سرمایه فرهنگی شهروندان و دیدگاه آنان در این باره بررسی شد. تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد همسو با نظریات بوردیو، شهروندانی که از علاقه و آگاهی بیشتری نسبت به هنر برخوردار بودند؛ در واقع توانش فرهنگی بالاتری داشتند، معتقد بودند منظر شهر بستر مناسبی برای احیا و بازآفرینی هنر نگارگری ایرانی است؛ به‌ویژه در ادراک منظر شهری چه در قالب ویژگی‌های کالبدی و عملکردی و چه در قالب ویژگی‌های فرهنگی - معنایی، و از دید شهروندان معاصر، هنر شهری دارای چنین مضامینی می‌تواند کارکرد جدیدی در پاسداشت هویت ملی و هنرهای سنتی جامعه داشته باشد. این مهم نه تنها به‌عنوان یک راهکار، بلکه به‌عنوان حقیقتی مبتنی بر یافته‌های علمی حاصل از پژوهش میدانی حاصل شده است و می‌تواند زیربنای مناسبی برای برنامه‌ریزی حوزه فرهنگی هنری و سرمایه‌گذاری فرهنگی باشد. پژوهش حاضر رابطه بین سرمایه فرهنگی شهروندان به‌عنوان مخاطبین هنر شهری و ادراک آنان از منظر شهری را نیز تأیید می‌کند؛ در واقع افزایش توانش فرهنگی شهروندان، به‌ویژه با استفاده از کارکرد منظر شهر در بازآفرینی هنر نگارگری ایرانی، مهمترین راهکار در احیای این هنر ارزشمند و در عین حال ارتقای سلیقه بصری شهروندان و گامی در زیباسازی شهری است.

### مشارکت‌های نویسنده

این مقاله، مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول با عنوان «تحلیل نحوه تعامل مخاطب معاصر با هنر نگارگری نوین و سنتی ایران مبتنی بر نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو» است که در دانشکده هنر دانشگاه الزهرا (س) به راهنمایی نویسنده دوم انجام گرفته است.

### تقدیر و تشکر

فاقد قدردانی و تشکر است.

## تضاد منافع

نویسنده (نویسندگان) هیچ تضاد منافع احتمالی پیرامون تحقیق، تألیف و انتشار این مقاله را اعلام نکردند.

## منابع مالی

نویسنده (نویسندگان) هیچ گونه حمایت مالی برای تحقیق، تألیف و انتشار این مقاله دریافت نکردند.

## پی‌نوشت

1. Bourdieu
2. Cultural Capital

۳. در آمار، ضریب همبستگی رتبه‌ای کندال که به تای کندال مشهور است و با حرف یونانی  $\tau$  نمایش داده می‌شود یک آماره ی ناپارامتری است که برای سنجش همبستگی آماری میان دو متغیر تصادفی به کار می‌رود. کندال (M. Kendall 1907-1983) در حدود سال ۱۹۳۰ به مطالعه یک نوع ضریب همبستگی پرداخت که به نام او شهرت دارد. در سال ۱۹۴۸ رساله ای در این باره منتشر کرد که محتوی تئوری این ضریب همبستگی می باشد.

۴. لینک پرسشنامه برخط پژوهش:

[https://docs.google.com/forms/d/1HCMomlik5pZrNKR\\_HSj1HqrUwvBWs0LmsH73TGX2XNU/edit](https://docs.google.com/forms/d/1HCMomlik5pZrNKR_HSj1HqrUwvBWs0LmsH73TGX2XNU/edit)

5. Eiter
6. John Forbes Nash
7. Camillo Sitte
8. Thomas Sharpe
9. Gordon Cullen

## منابع

- پاکباز، روئین. (۱۳۹۰). *دایره‌المعارف هنر*. تهران: فرهنگ معاصر.
- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۵). *سیمای شهر*، آنچه کوین لینچ از آن می‌فهمید. *نشریه آبادی*، (۵۳)، ۲۰-۲۵.
- جانی‌پور، بهروز، محمدی، نیلوفر و رضایی میرقائد، گلشن. (۱۳۹۹). *همگرایی معماری ایرانی با هنر نگارگری*. *باغ نظر*، ۱۷(۹۰)، ۸۱-۹۲. DOI:10.22034/bagh.2020.229615.4532.
- جمالی، حمیدرضا، صراف‌زاده، مریم و اسدی، سعید. (۱۳۸۷). *پیمایش الکترونیک*. *ماهنامه کتاب ماه علوم اجتماعی*، ۱۲(۱۲)، ۷۸-۸۸.
- رهبرنیا، زهرا، یاقوتی، سپیده و مرسلی توحیدی، فاطمه. (۱۳۹۶). *تحلیل زیباشناسانه عمل عکاسی در بستر هنرهای زیبا با رویکردی به نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو*. *مبانی نظری هنرهای تجسمی*، ۱(۲)، ۹۳-۱۰۷.
- DOI:10.22051/jtpva.2017.3981
- دانشپور، سید عبدالهادی و چرخچیان، مریم. (۱۳۸۶). *فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات جمعی*. *مجله باغ نظر*، ۷(۴)، ۱۹-۲۹.
- عادلوند، پدیده، موسوی لر، اشرف السادات و منصور، سیدامیر. (۱۳۹۵). *هنر شهری به مثابه پدیده منظرین در جامعه امروز*. *باغ نظر*، ۱۳(۳۹)، ۳۹-۴۴.
- کشیر، ملیحه، کفشچیان مقدم، اصغر. (۱۳۹۹). *بررسی تأثیر کیفیت‌های بصری محیط بر نقاشی دیواری*. *پیکره*، ۹(۱۹)، ۴۲-۵۵. DOI:10.22055/pyk.2020.15951.
- کفشچیان مقدم، اصغر، عموثیان، فروغ. (۱۳۹۷). *تعامل هنرهای تجسمی شهری با مخاطب: مطالعه موردی: سالانه هنرهای شهری بهارستان تهران سال ۱۳۹۵*. *پیکره*، ۷(۱۳)، ۷۲-۵۱. DOI:10.22055/pyk.2018.14469.
- گلستانی، نفیسه، خاک زند، مهدی، فیضی، محسن و کریمی، باقر. (۱۳۹۹). *تبیین ارتباط دوسویه ادراک منظر و مشارکت در فرآیند توسعه منظر مشارکتی*. *باغ نظر*، ۱۷(۹۰)، ۳۵-۵۴. DOI:10.22034/bagh.2019.202680.4320.
- فارسی آستانه، ندا، حقیقت‌بین، مهدی و رهبرنیا، زهرا. (۱۴۰۱). *رخداد تعامل در منظر و اثرگذاری مولفه‌های انسانی و محیطی بر آن*. *منظر*، ۱۴(۶۱)، ۷۶-۸۹. DOI:10.22034/manzar.2022.325091.2177.

- فلاحت، محمد صادق. (۱۳۹۱). مفهوم حس مکان و عوامل تشکیل دهنده آن. هنرهای زیبا، ۱(۲۶)، ۵۱-۵۹.
- مجیدی، مریم، منصوری، سید امیر و صابر نژاد، لاله. (۱۴۰۰). ظرفیت‌های منظر در تحقق مفهوم مشارکت در طرح‌های شهری. مجله منظر، ۱۳(۵۴)، ۲۷-۱۸. DOI:10.22034/manzar.2020.242196.2077
- واعظی، مهدی و علیمردانی، مسعود. (۱۳۹۷). مفهوم هویت و رویکردی فلسفی به هویت و ماهیت شهر. باغ نظر، ۱۵(۶۲)، ۴۷-۵۶.

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Bourdieu, P. & Darbel, A. (1991). *The Love of Art*. Cambridge: Polity.
- Eiter, S. (2010). Landscape as an Area Perceived through Activity: Implications for Diversity Management and Conservation. *Landscape Research*, 35(3), 339-359.
- Maanen, H. (2009). how to study art worlds: On the Societal Functioning of Aesthetic Values, *Studio Jan de Boer*, Amsterdam, The Netherlands.
- Prasiata, D P O. (2022). Mural Art as a Media for Social Criticism: Perspective Structuralist-Constructivism. *MUDRA Jurnal Seni Budaya*, 37(2), 203-211. DOI:10.31091/mudra.v37i2.1985
- Prior, N. (2005). A question of perception: Bourdieu, art and the postmodern. *The British Journal of Sociology*, 56(1), 123-139. DOI: 10.1111/j.1468-4446.2005.00050.x
- Strike, Ch. & Rose, A. (2005). *Beautiful Losers: Contemporary Art and Street Culture*. New York: Distributed Art Publishers.