

The Role of Television Programs in Promoting or Transforming Contemporary Poetic Style through Reception Theory: A Case Study of the Program Sarzamin-e She'r (The Land of Poetry)

Dariussh Zolfaghari*

Mansour Nikpanah**

Abstract

This article investigates how television programs can promote or transform contemporary poetic style in Iran, using reception theory as the main theoretical framework and the television program *Sarzamin-e She'r* as a case study. The study argues that television is not merely a neutral channel for transmitting poetry; rather, it actively participates in shaping poetic taste, legitimizing certain aesthetic forms, and redefining the public visibility of contemporary Persian poetry. Drawing on qualitative methods, the research combines content analysis of the program with in-depth interviews with viewers. The findings suggest that the program encodes specific poetic values through its selection of poets, competitive format, judging style, and visual-musical presentation. At the same time, audience interpretations vary across preferred, negotiated, and oppositional readings, showing that meaning is produced through interaction between media text and audience horizons of expectation. Overall, the study shows that *Sarzamin-e She'r* contributes to the movement of contemporary poetry from elite literary circles into broader public discourse and plays an active role in shaping the aesthetics of poetry in the media environment.

* Assistant Professor of Persian Language and Literature, Research Institute of Cultural Heritage and Tourism, Tehran, Iran, d.zolfaghari@richt.ir

** Associate Professor, Persian Literature Department, University of Saravan, Saravan, Iran
(Corresponding Author), m.nikpanah@saravan.ac.ir

Date received: 20/10/2025, Date of acceptance: 18/04/2026



Keywords: Reception theory, television and poetry, contemporary Persian poetry, *Sarzamin-e She'r*, audience interpretation, encoding/decoding, media and literature.

Introduction

Contemporary Persian poetry is characterized by diversity in form, language, and aesthetic orientation. However, its social reception does not depend solely on literary quality; it is also shaped by the ways in which poetry is represented and circulated through media. Among media institutions, television has a particularly important role because of its wide reach and cultural authority. In recent years, television programs devoted to poetry have become influential spaces in which poetic taste is introduced, organized, and evaluated for a broad audience.

This article examines how television may promote or modify contemporary poetic style through the lens of reception theory. The central concern is not only what kind of poetry appears on screen, but also how audiences interpret and respond to it. The case study of *Sarzamin-e She'r* provides a useful context for analyzing the relationship between media form, poetic representation, and audience reception. The study asks how the program represents contemporary poetic styles, which aesthetic tendencies it privileges, and how viewers decode its messages.

Materials & Methods

This research uses a qualitative design. The data are drawn from two main sources: first, content analysis of the television program *Sarzamin-e She'r*; second, in-depth interviews with audiences and viewers of the program. The analysis focuses on several dimensions of the program, including the types of poems presented, thematic choices, the mode of performance, the role of judges and critics, and the overall visual and auditory framing.

Theoretical interpretation is based on reception theory, particularly the ideas of Hans Robert Jauss and Stuart Hall. Jauss's concept of the "horizon of expectation" is used to explain how audiences bring prior assumptions to their engagement with poetry. Hall's encoding/decoding model is used to classify audience responses into preferred, negotiated, and oppositional readings. This framework makes it possible to examine poetry not as a fixed meaning, but as a mediated cultural product whose significance is shaped through interpretation.

Discussion & Result

The analysis shows that **Sarzamin-e She'r** is not simply a poetic competition, but a media event that organizes and legitimizes a particular view of contemporary poetry. The program gives special prominence to modern poetic forms, especially Nimaic and free verse, while classical forms are less central or appear in more limited contexts. This suggests that the program promotes a contemporary poetic taste aligned with modern literary developments rather than reproducing a strictly traditional canon.

Several features of the program contribute to this effect. The selection of poets, the competitive structure, the language of evaluation, and the combination of visual and musical signs all work together to encode a particular aesthetic message. Poetry is not presented as an abstract literary object, but as a public and performative cultural practice. In this sense, the program helps move poetry out of elite literary spaces and into a broader social arena.

At the same time, audience reception is not uniform. Interviews indicate that viewers do not all interpret the program in the same way. Some accept its poetic values and approve of its aesthetic direction, corresponding to preferred readings. Others partially accept its message but also question some of its choices, which reflects negotiated readings. A smaller group resists or challenges the program's implicit hierarchy of poetic forms, representing oppositional readings. This diversity supports the reception-theory claim that meaning is not fixed by the media text alone.

The main result of the study is that television can function as an active producer of cultural meaning. **Sarzamin-e She'r** does not merely reflect contemporary poetry; it helps define which poetic styles are visible, legitimate, and desirable in the public sphere. In doing so, it contributes to the reconfiguration of Persian poetic aesthetics in contemporary media culture.

Conclusion

The findings show that television can play a significant role in shaping the development and reception of contemporary poetry. Through its structure, selection criteria, and presentation style, **Sarzamin-e She'r** promotes modern poetic tendencies and encourages the public visibility of poetry. Reception theory helps explain why the effects of the program are not identical for all audiences: viewers interpret its messages in different ways depending on their expectations, experiences, and cultural positions.

Overall, the article concludes that television is not a passive intermediary in literary culture. Rather, it is an active institution that can influence poetic taste, establish aesthetic hierarchies, and transform the relationship between poetry and its audience. The case of *Sarzamin-e She'r* demonstrates that media can reshape the social life of poetry by bringing it into new forms of public circulation and cultural recognition.

Bibliography

- Ahmadi, B. (2021). *Structure and Interpretation of Text* (22nd ed.). Tehran: Markaz Publications. [in Persian]
- Abada, N. E. (2025). *Rethinking Reception: Epistemological Shifts from Literary Studies to Media Research*.
- Alexanian, J. (2008). Poetry and polemics: Iranian literary expression in the digital age. *MELUS*, 33(2), 129–152.
- Barker, C. (2022). *Cultural Studies: Theory and Practice* (M. Nafisi & N. Hamidi, Trans.). Tehran: Qoqnoos Publications. [in Persian]
- Barbatsis, G. (2004). Reception theory. In *Handbook of Visual Communication* (pp. 293–316). Routledge.
- Batstone, W. W. (2006). Provocation: The point of reception theory. In *Classics and the Uses of Reception* (pp. 14–26).
- Bashir, H., & Koohi, A. (2013). Television and the culture of media convergence. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 2(2), 83–107. [in Persian]
- Bahar, M. (2015). *Cultural Studies: Principles and Foundations*. Tehran: SAMT Publications. [in Persian]
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (2022). *Reproduction Theory, Society and Culture*. Tehran: Andisheh Ehsan Publications. [in Persian]
- Culler, J. (2010). *Literary Theory: A Very Short Introduction* (F. Taheri, Trans., 3rd ed.). Tehran: Markaz Publications. [in Persian]
- Eagleton, T. (1989). *An Introduction to Literary Theory* (A. Mokhber, Trans.). Tehran: Markaz Publications. [in Persian]
- Eagleton, T. (2023). *An Introduction to Ideology* (A. Masoumi Beigi, Trans.). Tehran: Ban Publications. [in Persian]
- Hall, S. (1997). The spectacle of the other. In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (pp. 223–290).
- Hall, S. (2006). Cultural studies and its theoretical legacies. In *Stuart Hall* (pp. 272–285). Routledge.
- Hall, S. (2006). The meaning of new times. In *Stuart Hall* (pp. 233–247). Routledge.

109 Abstract

- Hill, A. (2018). Media audiences and reception studies. In *Reception Studies and Audiovisual Translation* (pp. 3–19). John Benjamins Publishing Company.
- Holly, M. A. (2002). Reciprocity and reception theory. In *A Companion to Art Theory* (pp. 448–457).
- Kinoshita, Y. (2004). Reception theory. University of California, Santa Barbara, Department of Art. Retrieved July 7, 2015, from <http://www.yumikinoshita.com/receptiontheory.pdf>
- Middeke, M. (2012). Reception theory. In *English and American Studies: Theory and Practice* (pp. 191–196). Stuttgart: JB Metzler.
- Mohammadi, J. (2018). *On Cultural Studies / Stuart Hall et al.* Tehran: Cheshmeh Publications. [in Persian]
- Mehdizadeh, S. M. (2020). *Media Theories: Dominant Ideas and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri Publications. [in Persian]
- Namvar Motlagh, B. (2008). Jauss and Iser: Reception theory. *Art Academy Journal*, 11, 93–111. [in Persian]
- Payne, M. (2003). *The Critical Thought Dictionary: From Intellectualism to Postmodernism* (P. Yazdanjoo, Trans.). Tehran: Markaz Publications. [in Persian]
- Reinhard, C. (2007). Three approaches to media reception and audience reception studies. Academia.edu.
- Rezaei, M. (2007). *Cultural Studies: Perspectives and Debates / Stuart Hall et al.* Tehran: Academic Center for Education, Culture and Research Publications, Tehran Branch. [in Persian]
- Selden, R., & Widdowson, P. (1998). *A Reader's Guide to Contemporary Literary Theory* (A. Mokhber, Trans.). Tehran: Tarh-e No Publications. [in Persian]
- Selden, R., & Widdowson, P. (2013). *A Reader's Guide to Contemporary Literary Theory* (A. Mokhber, Trans.). Tehran: Tarh-e No Publications. [in Persian]
- Semati, M. (Ed.). (2007). *Media, Culture and Society in Iran: Living with Globalization and the Islamic State* (Vol. 5). Routledge.
- Sheibani, K. (2006). Kiarostami and the aesthetics of modern Persian poetry. *Iranian Studies*, 39(4), 509–537.
- Shi, Y. (2013). Review of Wolfgang Iser and his reception theory. *Theory and Practice in Language Studies*, 3(6), 982–986.
- Thompson, M. P. (1993). Reception theory and the interpretation of historical meaning. *History and Theory*, 248–272.
- Willis, I. (2021). Reception theory, reception history, reception studies. In *Oxford Research Encyclopedia of Literature*.

Websites

- Young Journalists Club. (2024, May 10). "A poem that gained ten million views." Retrieved from <https://www.yjc.ir/fa/news/8723047/> [in Persian]

- Islamic Republic of Iran Broadcasting News Portal. (2024, April 6). "Introducing 80 contemporary poetic figures to audiences in 'Sarzamin-e She'r'." Retrieved from <https://www.irna.ir/news/85436703/> [in Persian]
- Islamic Republic of Iran Broadcasting News Portal. (2025, January 25). "Ahram-e Ehsas in 'Sarzamin-e She'r'." Retrieved from <https://www.priib.ir/portal/newsview/108840> [in Persian]
- Young Journalists Club News Agency. (2024, April 9). "The diversity of poets and themes is an advantage of 'Sarzamin-e She'r'." Retrieved from <https://www.yjc.ir/fa/news/8708287/> [in Persian]
- Student News Agency. (2024, April 8). "'Sarzamin-e She'r' is a response to the issue of poetry's position in national media." Retrieved from <https://snn.ir/fa/news/1139762/> [in Persian]
- Student News Agency. (2024, April 7). "A television land where poets have the final word; ghazal is the most popular form." Retrieved from <https://www.irna.ir/news/85436517/> [in Persian]
- Mehr News Agency. (2024, April 16). Davoudi, A. "In the land of poetry, from Hafez to Feyz!" Retrieved from <https://www.mehrnews.com/news/6079650/> [in Persian]
- Mizan News Agency. (2024, October 21). "'Sarzamin-e She'r' has presented different dimensions of poetry to audiences." Retrieved from <https://www.mizanonline.ir/fa/news/4799583/> [in Persian]
- Javan Daily. (2024, April 16). "A major step by national media in 'Sarzamin-e She'r'." Retrieved from <https://www.javanonline.ir/fa/news/1224302/> [in Persian]
- Kazemi, S. A. "A look at 'Sarzamin-e She'r'." Gozaare Website. Retrieved from <https://gozaare.com/نگاهی-به-سرزمین-شعر/> [in Persian]
- Shahrara News. (2025, April 6). "Poetry is not merely a side element of television programs." Retrieved from <https://shahraranews.ir/fa/news/325048/> [in Persian]
- Mohaddesi Khorasani, M. (2024, April 21). "The absence of 'Sarzamin-e She'r' on television." Iranian Students News Agency (ISNA). Retrieved from <https://www.isna.ir/news/1403020201220/> [in Persian]

نقش برنامه‌های تلویزیونی در ترویج یا تغییر سبک شعری معاصر با رویکرد نظریه دریافت (مطالعه موردی برنامه سرزمین شعر)

داریوش ذوالفقاری*

منصور نیک‌پناه**

چکیده

در دهه‌های اخیر، تلویزیون در ایران به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر، نقشی اساسی در شکل‌دهی به فرهنگ عمومی و سلیقه‌ی هنری ایفا کرده‌است. برنامه‌های ادبی تلویزیون، به‌ویژه آن‌هایی که به شعر فارسی اختصاص دارند، می‌توانند جریان‌های شعری معاصر را ترویج یا دگرگون سازند. هدف پژوهش حاضر، تحلیل نقش برنامه‌ی تلویزیونی «سرزمین شعر» در ترویج یا تغییر سبک‌های شعری معاصر با تکیه بر نظریه‌ی دریافت است. این تحقیق با رویکرد کیفی و در چارچوب نظریه‌ی دریافت انجام شده است. داده‌ها از طریق تحلیل محتوای برنامه و مصاحبه‌های عمیق با گروهی از مخاطبان گردآوری شد. در تحلیل محتوایی، ساختار، زبان، سبک شعری، شیوه‌ی داوری و بازنمایی تصویری و موسیقایی برنامه بررسی گردید. مصاحبه‌ها نیز برای ارزیابی نحوه‌ی رمزگشایی مخاطبان و تأثیر برنامه بر ذائقه‌ی شعری آن‌ها انجام شد. نتایج نشان داد که برنامه تلویزیونی «سرزمین شعر» در لایه‌های مختلف خود، معنا را از طریق انتخاب شاعران، ساختار رقابتی، لحن داوری و نشانه‌های بصری رمزگذاری کرده و در نتیجه نوعی ذائقه‌ی مشروع در عرصه‌ی شعر معاصر ایجاد نموده‌است. این ذائقه عمدتاً بر ارزش‌گذاری شعرنیمایی و سپید مبتنی است

* استادیار، زبان و ادبیات فارسی، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران، ایران، d.zolfaghari@richt.ir

** دانشیار، زبان و ادبیات فارسی، گروه ادبیات فارسی، دانشگاه سراوان، سراوان، ایران (نویسنده مسئول)،
m.nikpanah@saravan.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۱/۲۹



و از نوگرایی ادبی دفاع می‌کند، درحالی‌که همچنان پیوندی نمادین با سنت شعری حفظ می‌نماید. واکنش مخاطبان متنوع بوده و در سه گونه‌ی «خوانش ترجیحی»، «مذاکره‌ای» و «مخالف» قابل طبقه‌بندی است. از منظر نظریه‌ی دریافت، این تنوع خوانش‌ها نشان‌دهنده‌ی پویایی فرآیند معناسازی و تغییر تدریجی افق انتظار فرهنگی مخاطبان است. برنامه‌ی «سرزمین شعر» توانسته است شعر معاصر را از محافل نخبه‌گرای ادبی به عرصه‌ی عمومی منتقل کرده و زمینه‌ی گفت‌وگوی میان سنت و مدرنیته را در ذوق شعری جامعه فراهم آورد. تلویزیون در این زمینه نه صرفاً ابزار انتقال پیام است، بلکه به عنوان کنشگری فعال در تولید معنا و بازتعریف زیبایی‌شناسی شعر فارسی عمل کرده است.

کلیدواژه‌ها: تلویزیون، نظریه دریافت، شعر معاصر فارسی، ذائقه هنری، سرزمین شعر.

۱. مقدمه

تلویزیون به عنوان رسانه‌ای فراگیر در ایران، از آغاز تأسیس تاکنون همواره یکی از ابزارهای مهم در شکل‌دهی به فرهنگ عمومی و هدایت افکار جمعی بوده‌است. این رسانه با توجه به گستره‌ی نفوذ و قابلیت دسترسی آسان، نقشی پررنگ در جهت‌دهی به سلیقه‌ی مخاطبان ایفا می‌کند. برنامه‌های فرهنگی و هنری تلویزیون، به‌ویژه آن دسته که به شعر و ادبیات اختصاص دارند، هم می‌توانند زمینه‌ی ترویج سنت‌های ادبی گذشته را فراهم کنند و هم بستری برای معرفی و تثبیت جریان‌های نوین ادبی ایجاد نمایند. در واقع شعر فارسی، به عنوان مهم‌ترین گونه‌ی ادبیات در تاریخ فرهنگی ایران، همواره نقشی بنیادین در انتقال مفاهیم، ارزش‌ها و زیبایی‌شناسی هنری ایفا کرده‌است. از اشعار حماسی فردوسی تا غزل‌های عاشقانه حافظ و مولوی و از نوآوری‌های نیمایی تا جریان‌های متکثر شعر معاصر، این هنر دیرینه همواره بازتاب‌دهنده‌ی تحولات فکری و اجتماعی جامعه ایرانی بوده‌است. در این میان، تحولات معاصر در سبک‌های شعری — اعم از شعر نیمایی، سپید، پست‌مدرن و جریان‌های میان‌ژانری نه تنها در عرصه‌ی ادبی بلکه در سطح جامعه فرهنگی نیز بازتابی گسترده یافته‌است. بر این اساس پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که:

۱. در دنیای رسانه‌ای امروز، مخاطبان شعر فارسی چگونه و تحت چه شرایطی با این تحولات آشنا می‌شوند و ذائقه‌ی هنری آن‌ها به چه شیوه‌ای شکل می‌گیرد یا تغییر می‌کند؟

ضرورت انجام این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که شعر معاصر فارسی، اگرچه از حیث تولید و خلاقیت در سطحی متنوع و گسترده در جریان است، اما میزان و شیوه‌ی دریافت آن از سوی مخاطبان تابع مسیرهای انتقال و بازنمایی است. تلویزیون به دلیل دامنه‌ی وسیع مخاطبانش می‌تواند بر این مسیر اثرگذار باشد و حتی جریان‌های شعری خاصی را برجسته یا کم‌رنگ کند. در این راستا این تحقیق در چارچوب نظریه دریافت (Reception Theory) صورت می‌گیرد؛ نظریه‌ای که بر نقش فعال مخاطب در تولید معنا تأکید دارد. این رویکرد به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که تلویزیون را نه تنها به مثابه یک ابزار انتقال محتوا، بلکه به عنوان بستری برای تعامل میان پیام رسانه‌ای و افق انتظارات مخاطب تحلیل کند. بر این اساس هدف اصلی تحقیق حاضر شناسایی شیوه‌های بازنمایی سبک‌های شعری معاصر در برنامه‌های تلویزیونی و تحلیل میزان تأثیر این بازنمایی‌ها بر ذائقه‌ی هنری مخاطبان است.

۱.۱ روش پژوهش

نوع پژوهش در این مطالعه کیفی است. در این راستا محتوای برنامه‌های مختلف «سرزمین شعر» از جنبه‌های مختلف (موضوعات شعری، نوع اشعار، نحوه ارائه آن‌ها، نحوه داوری و بازخوردها) مورد بررسی قرار گرفت. روش‌های جمع‌آوری داده‌ها شامل تحلیل محتوای برنامه به منظور بررسی نحوه بازنمایی شعر معاصر و مصاحبه‌های عمیق با مخاطبان برای شناسایی تأثیرات برنامه بر دیدگاه‌ها و ذائقه‌های هنری است. در این مصاحبه‌ها، به واکنش‌های مختلف مخاطبان در مواجهه با اشعار و ارزیابی‌های داوران پرداخته می‌شود. سوالات شامل موارد زیر بود:

- چه نوع اشعاری بیشتر توجه شما را جلب کرده است؟
- آیا برنامه «سرزمین شعر» باعث تغییر در دیدگاه شما نسبت به شعر معاصر شده است؟
- چه ویژگی‌هایی در نحوه ارائه اشعار و داوری‌ها تأثیرگذار بوده است؟
- چگونه برنامه‌های تلویزیونی مثل «سرزمین شعر» بر انتخاب یا علاقه شما به شعر معاصر تأثیر می‌گذارند؟

سوالات فوق برای جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل تأثیرات برنامه بر ذائقه هنری، از گروه‌های مختلف مخاطبان که به این برنامه علاقه‌مند بوده‌اند پرسیده شده است. این گروه‌ها

شامل بینندگان فعال برنامه شاعران و علاقه‌مندان به شعر معاصر، دانشجویان و پژوهشگران ادبیات و مخاطبان عمومی و غیرحرفه‌ای بودند.

۲.۱ پیشینه پژوهش

در دهه‌های اخیر، توجه به تأثیرات رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون، از مباحث مورد توجه پژوهشگران بوده است. نیک پناه منصور (۱۴۰۱) در تحقیق خود با عنوان «نوستالژی برنامه‌های کودکان تلویزیون در شعر شاعران معاصر» به تحلیل نوستالژی برنامه‌های کودکان تلویزیون در اشعار شاعران معاصر پرداخته است. این پژوهش نشان می‌دهد کارتون‌ها، انیمیشن‌ها و شخصیت‌های تلویزیونی به عنوان نشانه‌های نوستالژیک در اشعار شاعران معاصر حضور دارند و بازتاب آن‌ها در این آثار، نگاهی متفاوت به دوران کودکی را به نمایش می‌گذارد. قاسمی پیربلوطی (۱۴۰۳) در مقاله خود با عنوان «تولید و ترویج محتوای ادبی برای کودک و نوجوان؛ واکاوی سیاستی و راهکارهای تقنینی» بر اهمیت تولید محتوای ادبی برای کودکان و نوجوانان تأکید کرده است و می‌گوید که این محتوا نقش اساسی در شکل‌گیری هویت، شخصیت و سبک زندگی افراد دارد. با این حال، او اشاره می‌کند که سیاست‌ها و راهبردهای مشخص و عملی برای تولید محتوای ادبی برای این گروه سنی وجود ندارد و این حوزه نیازمند تدوین استراتژی‌های روشن و کاربردی است. شوهانی و حسینی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی وجوه تأثیر فضای مجازی بر زبان و ادبیات فارسی معاصر» به نقش فضای سایبری در ظهور اشکال جدیدی از ادبیات، مانند شعر دیجیتال و وب‌نوشت‌ها، اشاره کرده و تأثیر آن بر تولیدات ادبی معاصر را مورد بحث قرار داده‌اند. به گفته این پژوهشگران، هرچند فضای مجازی زمینه‌های تعامل و تبادل اطلاعات را تسهیل کرده است، اما مشکلاتی مانند سطحی شدن نقدها و عدم توجه به ویرایش و نظم آثار نیز به همراه داشته است. صادقی تحصیلی و امیدی مفر (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «زبان فارسی و رسانه‌ها» بر اهمیت حفظ زبان فارسی به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر هویت ایرانی تأکید کرده‌اند و در عین حال، به مشکلات و آسیب‌هایی که این رسانه‌ها می‌توانند به زبان فارسی وارد کنند، اشاره کرده‌اند. در تحقیق اسحاق سازمند و مصطفی دشتی آهنگر (۱۴۰۱)، «تأثیر آگهی‌های تلویزیونی با تکیه بر صناعات شبه بلاغی» مورد بررسی قرار گرفته است. هدف این مطالعه، بازتعریف و شناسایی شگردهای بلاغی به کاررفته در این متون برای اثرگذاری بر مخاطب است. پژوهشگران به این نکته اشاره

کرده‌اند که آگهی‌های تلویزیونی به عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین انواع متون، در مدت زمان کوتاه، توانایی ایجاد تأثیرات عمیق بر بیننده را دارند. در این میان، پورشکوری (۱۴۰۳) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی تطبیقی عوامل مؤثر بر مدیریت توجه مخاطب در هنرهای تصویری و در شعر فارسی» به تحلیل عواملی پرداخته‌است که توجه مخاطب را در مواجهه با تصاویر و متون شعری مدیریت می‌کنند. براساس یافته‌های این پژوهش، تجسم و ماندگاری تصویر ذهنی از مهم‌ترین عواملی است که موجب انتقال بهتر و تأثیرگذارتر پیام در ذهن مخاطب می‌شود.

۳.۱ مبانی نظری پژوهش

۱.۳.۱ نظریه دریافت

نظریه دریافت (Reception Theory) یکی از جریان‌های مهم در حوزه مطالعات ادبی و نظریه‌های ارتباطی است که در نیمه دوم قرن بیستم، به‌ویژه در بستر مکتب کنستانس (Konstanz) آلمان شکل گرفت و بعدها در مطالعات رسانه و فرهنگ نیز گسترش یافت. (محمدی، ۱۳۹۷: ۱۱۴) این نظریه به‌عنوان واکنشی در برابر دیدگاه‌های سنتی نقد ادبی و نظریه‌های کلاسیک ارتباطات مطرح شد؛ دیدگاه‌هایی که متن یا پیام را امری ثابت، مستقل و واجد معنای از پیش تعیین شده می‌پنداشتند. (Abada, 2025: 9) در مقابل، نظریه دریافت بر نقش فعال مخاطب در فرآیند معناسازی تأکید می‌کند و معتقد است که معنا نه صرفاً در متن یا پیام، بلکه در تعامل میان متن، زمینه تاریخی - اجتماعی و افق انتظارات مخاطب شکل می‌گیرد. (Willis, 2021: 299) نظریه دریافت در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی در بستر مطالعات ادبیات آلمان پدید آمد. (مهدی‌زاده، سیدمحمد، ۱۳۹۹: ۲۲۷) هانس روبرت یائوس (Hans Robert Jauss) و ولفگانگ آیزر (Wolfgang Iser) دو متفکر شاخص مکتب کنستانس، بنیان‌گذاران اصلی این رویکرد به شمار می‌آیند. یائوس در سخنرانی مشهور خود با عنوان «تاریخ ادبیات به‌مثابه چالشی برای علم ادبیات» (۱۹۶۷) بر این نکته تأکید کرد که تاریخ ادبیات تنها از رهگذر مطالعه‌ی دریافت آثار ادبی توسط مخاطبان قابل فهم است. (نامورمطلق، ۱۳۸۷: ۹۵) او مفهوم «افق انتظار» را مطرح کرد که بیانگر نظامی از معیارها، هنجارها و تجربه‌های پیشینی است که خوانندگان با آن‌ها به سراغ یک متن می‌روند. (احمدی، ۱۴۰۰: ۶۷) بر این اساس، معنا و ارزش یک اثر ادبی نه تنها در خود اثر بلکه در نحوه مواجهه و دریافت خوانندگان در طول تاریخ شکل می‌گیرد. (کالر، ۱۳۸۹: ۲۱) آیزر

نیز با تمرکز بر فرآیند خوانش، مفهوم «خواننده ضمنی» را معرفی کرد. منظور او خواننده‌ای است که متن در ساختار خود به‌گونه‌ای طراحی کرده تا او را فعالانه در فرآیند معناسازی درگیر کند. (احمدی، ۱۴۰۰: ۷۱) بدین ترتیب، خواننده واقعی هنگام مواجهه با متن، در گفت‌وگویی پویا با متن قرار می‌گیرد و بر اساس پیش‌فرض‌ها، دانش و تجربه شخصی خویش معنای اثر را می‌سازد. (پین، ۱۳۸۲: ۴۱) اصول بنیادین نظریه دریافت به شرح زیر است:

فعال بودن مخاطب: برخلاف نظریه‌های پیشین که مخاطب را منفعل و پذیرنده معنا می‌دانستند، نظریه دریافت او را موجودی فعال می‌شناسد که در تعامل با متن به بازتولید معنا می‌پردازد.

افق انتظار: خوانندگان بر اساس تجربه‌های پیشین، دانش ادبی، هنجارهای اجتماعی و شرایط فرهنگی خود، انتظاری از متن دارند. هرچه متن بتواند این افق را تأیید یا نقض کند، تجربه‌ی متفاوتی از دریافت شکل می‌گیرد.

تاریخ‌مندی معنا: معنا ثابت و تغییرناپذیر نیست، بلکه در بستر زمان و با تغییر مخاطبان و شرایط اجتماعی، دگرگون می‌شود. به همین دلیل یک اثر ادبی یا هنری می‌تواند در دوره‌های مختلف، معانی متفاوتی داشته باشد.

گفت‌وگو میان متن و مخاطب: متن ظرفیت‌های معنایی گوناگونی دارد، اما این ظرفیت‌ها تنها در مواجهه با مخاطب بالفعل می‌شوند. بنابراین، فرآیند خوانش نوعی گفت‌وگوی دوسویه است. (رضایی، ۱۳۸۶: ۵۱-۵۳)

اگرچه نظریه دریافت در ابتدا برای تحلیل متون ادبی مطرح شد، اما به سرعت راه خود را به حوزه مطالعات رسانه و فرهنگ باز کرد. در دهه ۱۹۸۰، پژوهشگران ارتباطات و مطالعات فرهنگی این رویکرد را برای تحلیل رابطه مخاطبان با محصولات رسانه‌ای به کار گرفتند. (بارکر، ۱۴۰۱: ۷۸) یکی از برجسته‌ترین نمونه‌ها، کار استوارت هال در مرکز مطالعات فرهنگی بیرمنگام است. او در مدل رمزگذاری — رمزگشایی (*Encoding/Decoding*) نشان داد که پیام‌های رسانه‌ای گرچه توسط تولیدکنندگان رمزگذاری می‌شوند، اما مخاطبان می‌توانند آن‌ها را به شیوه‌های متفاوت ترجیحی، مخالف یا مذاکره‌ای رمزگشایی کنند. (Hall, 2006: 272)

۲.۳.۱ نظریه دریافت در مطالعات رسانه

نظریه دریافت (Reception Theory) که در ابتدا برای تحلیل متون ادبی به کار می‌رفت توسط متفکرانی چون هانس روبرت یائوس (Hans Robert Jauss) و ولفگانگ آیزر (Wolfgang Iser) مطرح شد و از آن پس به سرعت از مرزهای نقد ادبی فراتر رفت و در حوزه‌های گوناگون علوم انسانی، به ویژه مطالعات رسانه، جایگاهی مهم پیدا کرد. (بارکر، ۱۴۰۱: ۵۵) این نظریه با تأکید بر نقش فعال مخاطب در فرآیند معناسازی، پاسخی بود به رویکردهای پیشین در نظریه ارتباطات که پیام رسانه‌ای را پدیده‌ای یک‌سویه و خطی تلقی می‌کردند. (بهار، ۱۳۹۴: ۵۹) از آن پس، مطالعات رسانه با استفاده از این نظریه توانستند دریافت مخاطبان را به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از چرخه ارتباطی تحلیل کنند و تصویر تازه‌ای از رابطه میان رسانه و جامعه ارائه دهند. مدل‌های کلاسیک ارتباطات، مانند الگوی شانون و ویور (Shannon and Weaver)، فرآیند ارتباط را انتقال پیام از فرستنده به گیرنده می‌دانستند و نقش مخاطب را به دریافت منفعلانه محدود می‌کردند. (Willis, 2021: 30) در چنین مدلی، رسانه قدرت یک‌جانبه‌ای در شکل‌دهی به افکار عمومی داشت. اما نظریه دریافت با تغییر این نگاه، نشان داد که مخاطبان صرفاً مصرف‌کننده منفعل پیام نیستند، بلکه در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای دست به رمزگشایی فعال می‌زنند. (Abada, 2025: 33) آنان بسته به زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و تجربی خود، معنایی متفاوت یا حتی متضاد از یک پیام برداشت می‌کنند. این چرخش، نقطه عطفی در مطالعات رسانه بود و راه را برای رویکردهای مخاطب‌محور هموار ساخت. (محمدی، ۱۳۹۷: ۱۰۳) یکی از مهم‌ترین نمودهای گسترش نظریه دریافت در مطالعات رسانه را می‌توان در کار هال (Hall) مشاهده کرد. او در مدل مشهور رمزگذاری-رمزگشایی (Encoding/Decoding) توضیح داد که پیام رسانه‌ای در مرحله تولید با مجموعه‌ای از رموزها و کدهای فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیک رمزگذاری می‌شود. اما در مرحله دریافت، مخاطبان الزاماً این رموزها را به همان شکلی که تولیدکننده قصد کرده رمزگشایی نمی‌کنند. هال سه گونه رمزگشایی را معرفی کرد:

خوانش ترجیحی (Dominant Reading)، خوانش ملأ/کره‌ای (Negotiated Reading)، خوانش مخالف (Oppositional Reading)؛ این تقسیم‌بندی به خوبی نشان داد که فرآیند ارتباط رسانه‌ای نه خطی و یک‌طرفه، بلکه پویا، چندلایه و وابسته به بافت اجتماعی است. (Hill, 2018: 5) در رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو و مطبوعات، نظریه دریافت کمک

کرد تا پژوهشگران دریابند که میزان تأثیر رسانه‌ها بر افکار عمومی همیشه مستقیم و یک‌سویه نیست. برای نمونه، برنامه‌های خبری ممکن است در ظاهر با هدف اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه تهیه شوند، اما مخاطبان با توجه به افق انتظار خود — شامل گرایش‌های سیاسی، میزان اعتماد به رسانه و تجربه‌های زیسته — تفاسیر مختلفی ارائه دهند. (Abada, 2025: 70)

بدین ترتیب، رسانه‌ها نه تعیین‌کننده مطلق، بلکه یکی از بازیگران صحنه پیچیده ارتباطات اجتماعی‌اند. (بارکر، ۱۴۰۱: ۴۸) با ظهور رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، نظریه دریافت بیش از پیش اهمیت یافته است. در این فضاها مخاطب نه تنها دریافت‌کننده، بلکه تولیدکننده محتوا نیز هست. (Hill, 2018: 4) کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در لحظه به پیام‌ها واکنش نشان دهند، آن‌ها را بازنشر کنند یا معنای تازه‌ای به آن‌ها ببخشند. در این شرایط، افق انتظار مخاطب به صورت جمعی بازتولید می‌شود و فرآیند دریافت به پدیده‌ای چندوجهی بدل می‌گردد. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای نظریه دریافت در مطالعات رسانه، توجه به «تجربه مخاطب» است. به جای آنکه پرسش شود «رسانه چه می‌گوید؟»، این رویکرد می‌پرسد «مخاطب چگونه می‌شنود؟» (Abada, 2025: 15) این تغییر زاویه دید، روش‌های تحقیق را نیز دگرگون کرده است. روش‌های کیفی مانند مصاحبه‌های عمیق، گروه‌های متمرکز و قوم‌نگاری رسانه‌ای، جایگاه ویژه‌ای در این نوع مطالعات پیدا کرده‌اند، زیرا به پژوهشگر اجازه می‌دهند به درک واقعی از شیوه‌های دریافت و معناسازی مخاطبان دست یابد. (Ibid: 17)

۲. بحث و بررسی

مسابقه «سرزمین شعر» که اولین رقابت جدی و مبتنی بر نقد و نظر تخصصی در حوزه شعر معاصر ایران بود که در دو فصل و از شبکه‌های دو و چهار سیما پخش شد. در این برنامه اشعار شاعران شرکت‌کننده توسط کارشناسان متخصص و بنام حوزه شعر و ادبیات فارسی مورد داوری قرار گرفته و در نهایت یک نفر به عنوان نفر اول از میان شرکت‌کنندگان انتخاب شده است. علی زارعان تهیه‌کننده برنامه «سرزمین شعر» از تهیه‌کنندگان با تجربه صداوسیما است. ناصر فیض، علیرضا قزوه، محمدکاظم کاظمی و علی محمد مؤدب داوران برنامه هستند و محمد مهدی سیار اجرای برنامه را به عهده دارد. در ساختار این برنامه، ۶۴ شاعر در هشت گروه دوره‌های رقابتی را پشت سر می‌گذارند و آثار آن‌ها توسط داوران نام‌آشنا در حوزه شعر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (محدثی خراسانی، مصطفی

۲ اردیبهشت ۱۴۰۳) مجری و میزبان برنامه که ترکیبی از اجرا و گفت‌وگوست می‌کوشد مخاطب را در پشت صحنه زندگی شاعرانه وارد کند و نه فقط به برنامه به چشم سرگرمی نگاه کند. این رویکرد، برنامه «سرزمین شعر» را از دیگر برنامه‌های شعری متمایز می‌کند؛ زیرا هم به تولید محتوا (انتخاب شعر، داوری، نقد) توجه دارد و هم دریافت مخاطب و بازتاب آن در فضای عمومی شعر ایران را هدف گرفته است. به عبارت دیگر، «سرزمین شعر» خود را میان دو قطب انتخاب ادبی و گفتمان مخاطب‌شناسی قرار داده است.

۱.۲ بازنمایی سبک‌های شعری معاصر در برنامه «سرزمین شعر»

بازنمایی سبک‌های شعری معاصر یکی از موضوعات کلیدی این برنامه است که تعیین می‌کند چه نوع شعری قابل دیده شدن است و چه نوع تفاسیری از شعر نو به مخاطب منتقل می‌شود. در این بخش تحلیل ما بر سه محور اصلی تمرکز دارد: الف) فراوانی اشعار برحسب سبک، ب) حذف یا کمرنگ شدن برخی سبک‌ها، ج) لحن و زبان مجری و داوران در بازنمایی سبک‌های نو.

الف) فراوانی سبک‌های شعری در برنامه

با بررسی بخش‌هایی از آرشیو منتشر شده و فهرست شاعران شرکت‌کننده، می‌توان گفت که گرایش غالب برنامه به سبک‌های نیمایی و سپید معاصر است. در اکثر قسمت‌ها، شاعرانی که شعر نیمایی یا سپید می‌سرایند، فرصت بیشتری برای ارائه اثر دارند؛ این بدان معناست که سازندگان برنامه تمایل دارند قالب‌های کلاسیک سخت‌تر را محدود کنند یا تنها در موارد خاص وارد کنند. به عنوان مثال، در قسمت ۳۲ این برنامه، تمرکز بر اشعاری بود که از لحاظ ساختاری آزاد هستند و کمتر به وزن و قافیه متکی‌اند. همچنین در معرفی برنامه‌ها، خود «سرزمین شعر» تبلیغ می‌شود به عنوان میدان رقابت تخصصی در شعر معاصر، نه بازپخش شعر کلاسیک. در اطلاعاتی که در سایت شبکه چهار منتشر شده، آمده است که این برنامه در ۲۶ قسمت ۷۰ دقیقه‌ای به رقابت شاعران معاصر می‌پردازد و هدف آن برآوردن عرصه‌ای برای نقد ادبی است. این مدت زمان طولانی امکان نمایش چند نمونه شعر از شاعران را فراهم می‌سازد، اما نوع گزینش این نمونه‌ها نشان می‌دهد که عمدتاً شعرهایی با ساختار آزاد و زبان معاصر انتخاب می‌شوند. همچنین تعداد شاعران شرکت‌کننده (۶۴ شاعر در هشت گروه) نشان‌دهنده تنوعی است که امکان ورود

شاعران با گرایش‌های متفاوت را می‌دهد؛ اما آنچه در اجرا دیده می‌شود این است که اشعاری که بیشتر به جریان اصلی شعر معاصر نزدیک‌اند (سپید، نیمایی مدرن) بیشتر برجسته می‌شوند.

ب) سبک‌هایی که حذف یا کم‌رنگ می‌شوند

در مقابل گرایش به شعر نیمایی و سپید، می‌توان گفت برخی سبک‌های کلاسیک‌تر یا سبک‌هایی که دارای ساختار سخت وزن و قافیه هستند، در این برنامه کمتر به چشم می‌آیند. شعر کلاسیک (مثلاً غزل سستی یا قصیده سستی) به ندرت در قالب رقابتی اصلی وارد می‌شود و اگر هم باشد، معمولاً به عنوان چالشی ویژه یا در بخش ویژه جنبی ظاهر می‌شود. این امر به دلایل مختلف است: یکی اینکه مدیوم تلویزیون برای مخاطب عام بهتر است از قالب‌های آزاد استفاده کند چون فهم و پذیرش آن برای مخاطبان غیرمتخصص آسان‌تر است؛ دوم اینکه ساختارهای کلاسیک ممکن است نیاز به تحلیل مفصل داشته باشند که در زمان محدود برنامه تلویزیونی نمی‌گنجد. همچنین پیداست که اشعار پست‌مدرن یا گرایش‌هایی که تأکید بر تجربه‌گرایی، گسست زبانی و فرم‌های چندمنظوره دارند، در بخش رقابتی کمتر دیده می‌شوند یا اگر حضور دارند، نقش جنبی دارند؛ چرا که بازنمایی آن‌ها نیازمند بستر تحلیلی پیچیده‌تری است که ممکن است با قالب مسابقه و زمان محدود همخوانی نداشته باشد. به این ترتیب، سبک‌هایی که به‌طور جدی آسیب می‌بینند شامل اشعاری هستند که در مرز تجربه‌گرایی قرار دارند و نیاز به تفسیر گسترده دارند. این حذف یا کم‌رنگی به معنای حذف کامل نیست، اما مخاطب عادی کمتر با آن‌ها مواجه می‌شود و این ممکن است به تقلیل تنوع شعری در ذهن مخاطب انجامد (برای مثال نک خبرگزاری دانشجو، ۱۹ فروردین ۱۴۰۳).

ج) لحن و زبان مجری و داوران در بازنمایی سبک‌های نو

یکی از نقاط قوت و در عین حال چالشی «سرزمین شعر» در بازنمایی سبک‌های نو، لحن و زبان گفتگو میان مجری، داوران و شاعران است. در بسیاری از قسمت‌ها، مجری و داوران از زبان تخصصی ادبی استفاده می‌کنند؛ به گونه‌ای که مخاطب علاقه‌مند به ادبیات می‌تواند تحلیل‌ها را دنبال کند، ولی ممکن است برای مخاطب عادی بخش‌هایی دشوار شود. برای مثال، در قسمت ۳۲، داوران در نقد بعضی اشعار به بحث درباره تلمیح، تصویر نوین و آرایه‌های زبانی پرداختند که جز برای

شنوندگان آشنا به مفاهیم ادبی دشوار بود. مجری نیز گاهی برای ارتباط بهتر با مخاطب، از واژگانی عام‌تر استفاده می‌کند و تلاش می‌کند بین زبان تخصصی نقد و زبان عام گفت‌وگو پل بزند. همچنین، داوران معروف برنامه مانند ناصر فیض، علیرضا قزوه، محمدکاظم کاظمی و علی‌محمد مودب، با سابقه شعر معاصر، در نقدها به گرایش‌های نو در شعر اشاره می‌کنند و لحن آن‌ها عمدتاً تأییدی است که از ارزش‌های نوآورانه در شعر دفاع می‌کند. به عبارتی، آن‌ها نه تنها نقد می‌کنند بلکه نقش راهنما را نیز دارند و این راهنمایی در جهت تشویق گرایش به سبک‌های معاصر دیده می‌شود. زبان گفت‌وگو معمولاً رسمی و محترمانه است، اما در لحظاتی - به ویژه در بخش‌های مکالمه آزاد با شاعران - گفتگو به زبان نزدیک‌تر به مخاطب عمومی تبدیل می‌شود. این انعطاف در لحن باعث می‌شود برنامه هم قواعد تخصصی را حفظ کند و هم برای دسته‌ای از مخاطبان غیرمتخصص جذاب باشد. در نقدهای داوران، اغلب تأکید بر خلاقیت، نوآوری در تصویرپردازی یا زبان، حذف کلیشه، و بازخوانی معنا است. ویژگی‌هایی که به سبک‌های معاصر شعر نسبت داده می‌شوند. در برخی موارد، داوران به مقایسه با شعر کلاسیک یا اشعار گذشته می‌پردازند تا نشان دهند چه وجه تمایزی بین نو و سنت وجود دارد و چرا گزینش به سمت نو مطلوب است. تحلیل محتوایی برنامه «سرزمین شعر» نشان می‌دهد که این برنامه گرایش روشنی به بازنمایی سبک‌های نیمایی و سپید معاصر دارد و نسبت به قالب‌های کلاسیک دشوار کمتر فضا می‌دهد.^۱ (خبرگزاری دانشجو، ۱۹ فروردین ۱۴۰۳) سبک‌های پست‌مدرن یا تجربه‌محور نیز اگر حضور دارند، غالباً در حاشیه قرار می‌گیرند. در حوزه زبان و لحن، مجری و داوران با تعاملی بین زبان تخصصی نقد و زبان عمومی گفت‌وگو سعی می‌کنند هم جامعه ادبی را حفظ کنند و هم مخاطب عام را وارد گفتگو کنند. این انتخاب‌ها در قالب «رمزگذاری» برنامه تصویرگر تلقی از شعر معاصر هستند. اینکه چه ویژگی‌هایی از شعر به مخاطب عرضه شود و کدام ویژگی‌ها کم‌رنگ بمانند. در ادامه، در بخش دریافت مخاطبان، بررسی خواهیم کرد مخاطبان چگونه این ساختار رمزگذاری شده را رمزگشایی می‌کنند.

۲.۲ شیوه‌های رمزگذاری معنایی در برنامه تلویزیونی

۱.۲.۲ گزینش شاعران و اشعار

یکی از اصلی‌ترین ابزارهای رمزگذاری در برنامه، انتخاب شاعران و اشعار است. بر اساس داده‌های منتشر شده در سایت شبکه چهار، در فصل نخست این برنامه ۶۴ شاعر از نسل‌های مختلف (دهه‌های ۶۰ تا ۸۰) شرکت کرده‌اند که آثارشان عموماً در قالب شعر آزاد، نیمایی و سپید بوده‌است. این انتخاب به‌خودی‌خود حامل پیامی فرهنگی است. تلویزیون قصد دارد از شعر به‌عنوان رسانه‌ای مدرن و در ارتباط با زمانه امروز یاد کند، نه صرفاً به‌عنوان میراث کلاسیک ادبیات فارسی (خبرگزاری دانشجو، ۲۰ فروردین ۱۴۰۳). به عبارت دیگر، برنامه از طریق این گزینش، ایدئولوژی نوگرایی ادبی را رمزگذاری می‌کند؛ نوگرایی‌ای که ضمن احترام به گذشته، به دنبال بازنمایی چهره تازه‌ای از شعر فارسی است. به تعبیر هال، تولیدکنندگان در اینجا معنا را از موضع «خوانش ترجیحی» سازمان‌دهی کرده‌اند؛ به‌گونه‌ای که مخاطب پیام برنامه را به‌صورت طبیعی و بدیهی بپذیرد. (Hall, 2006: 234)

۲.۲.۲ ساختار رقابتی و روایت رسانه‌ای از خلاقیت

دومین شیوه رمزگذاری معنا در «سرزمین شعر»، ساختار رقابتی برنامه است. در این ساختار، شاعران در قالب گروهی با یکدیگر رقابت می‌کنند و داوران امتیاز می‌دهند. این الگوی رقابتی، که مشابه قالب‌های استعدادیابی مانند «شب شعر» یا «هنرستان» طراحی شده، درواقع نوعی روایت رسانه‌ای از خلاقیت ادبی است. در این چارچوب، شعر نه فقط به‌عنوان هنر والا بلکه به‌عنوان عمل اجتماعی قابل ارزیابی بازنمایی می‌شود. همان‌گونه که تری ایگلتون (Eagleton, 1983) در تحلیل ایدئولوژی فرهنگی اشاره می‌کند، رسانه‌های مدرن اغلب با صورت‌بندی رقابت و ارزیابی، هنر را از فضای نخبه‌گرا به فضای عمومی منتقل می‌کنند. (ایگلتون، ۱۴۰۲: ۱۰۸) «سرزمین شعر» نیز با رمزگذاری رقابت، شعر را از برج عاج روشنفکری به میدان گفت‌وگو و داوری عمومی می‌آورد. این رمزگذاری به تلویزیون امکان می‌دهد تا مخاطب عام را وارد گفتمان ادبی کند و از شعر به‌عنوان ابزاری برای مشارکت فرهنگی استفاده نماید.

۳.۲.۲ لحن و گفتار مجری: رمزگذاری هیجانی و فرهنگی

مجری برنامه در «سرزمین شعر» نقشی دوگانه دارد: از یک سو رابط میان شاعر و داور است و از سوی دیگر نماینده مخاطب تلویزیونی. لحن مجری معمولاً رسمی اما صمیمی است؛ او تلاش می‌کند مفاهیم فنی داوران را برای بیننده عمومی قابل درک سازد و در عین حال از زبان نمادین و شاعرانه استفاده کند. این امر خود نوعی رمزگذاری هیجانی است - یعنی معنا از طریق تَن گفتار، زبان استعاری و موسیقایی، و ریتم بیان منتقل می‌شود. (Barbatsis, 2004)

این رمزگذاری، به لحاظ فرهنگی نیز حامل معناست: در بافت فرهنگی ایران، شعر همواره با احساسات جمعی، زیبایی‌شناسی و اخلاق اجتماعی گره خورده است (Sheibani, 2006:514). بنابراین، مجری با انتخاب واژگان نرم، پر استعاره و تأکید بر واژه‌هایی چون «احساس»، «درون‌مایه»، «خلوص» یا «نوآوری»، مخاطب را در سطح عاطفی با پیام برنامه همسو می‌سازد.

۴.۲.۲ داوری‌ها و زبان نقد

بخش داوری برنامه را می‌توان مرکز ثقل رمزگذاری معنا دانست. داوران، که معمولاً از شاعران و منتقدان شناخته شده‌اند، با زبان نقد و تفسیر خود نوعی نظام مشروعیت شعری می‌سازند. به عنوان مثال، در قسمت‌های پخش شده، داورانی چون محمدکاظم کاظمی و علیرضا قزوه، ضمن نقد ساختاری شعر، بر «وضوح تصویر»، «نظم درونی» و «بیان معاصر» تأکید می‌کنند. این واژگان کلیدی به صورت ضمنی ارزش‌هایی مانند اصالت، هویت ملی و خلاقیت فردی را رمزگذاری می‌کنند. در مدل‌ها، چنین شیوه‌هایی نوعی رمزگذاری ایدئولوژیک مشروعیت فرهنگی محسوب می‌شوند؛ زیرا به مخاطب القا می‌کنند که چه نوع زبانی در شعر قابل پذیرش است و چه نوعی از دایره ارزش‌های فرهنگی بیرون قرار می‌گیرد. در واقع، داوری‌ها حامل گفتمان قدرت در میدان ادبی‌اند همان‌طور که بوردیو (Bourdieu) نیز در نظریه «میدان فرهنگی» توضیح می‌دهد، رسانه‌ها از طریق گزینش و قضاوت، مرزهای مشروعیت را ترسیم می‌کنند. (بوردیو، پاسرون، ۱۴۰۱: ۷۱)

۵.۲.۲ تصویر، دکور و تدوین: رمزگذاری بصری شعر

در کنار زبان گفتاری، تصویر و دکور نیز بخش مهمی از رمزگذاری معنایی را تشکیل می‌دهند. طراحی صحنه در «سرزمین شعر» معمولاً با رنگ‌های آرام (آبی، سبز، خاکی) و

نور نرم اجرا می‌شود که تداعی‌کننده فضاهای خیال‌انگیز و شاعرانه است. این انتخاب‌های بصری با هدف ایجاد هم‌زمانی میان فرم رسانه‌ای و محتوای ادبی صورت می‌گیرد. همان‌طور که باربازی (Barbatsis, 2004: 296) در تحلیل ارتباط تصویری اشاره می‌کند، هر عنصر بصری در رسانه، حامل رمز فرهنگی خاصی است و بیننده آن را به‌صورت ناخودآگاه تفسیر می‌کند. افزون بر این، در تدوین برنامه از نماهای بسته و کلوزآپ‌های چهره شاعر هنگام خوانش شعر استفاده می‌شود که بر لحظه تجربه احساسی تمرکز دارد. این امر مخاطب را به تجربه درونی شعر نزدیک می‌کند و نوعی رمزگذاری همدلی شاعرانه پدید می‌آورد. موسیقی پس‌زمینه و نحوه چیش بخش‌ها در برنامه نیز بخشی از فرآیند رمزگذاری است. در لحظات پایانی خوانش شعر یا پس از اعلام نتایج داوران، موسیقی‌های ملایم با سازهای سنتی ایرانی (تار، نی، سنتور) پخش می‌شود که یادآور پیوند شعر معاصر با سنت فرهنگی ایران است. این انتخاب آگاهانه، به نوعی رمزگذاری تداوم فرهنگی تعبیر می‌شود: شعر نو اگرچه در فرم نو است، اما ریشه در سنت دارد. چنین هم‌نشینی صدا و تصویر، پیامی ایدئولوژیک درباره «تلفیق نو و کهن» به مخاطب منتقل می‌کند.

در واقع «سرزمین شعر» در لایه‌های مختلف زبانی، تصویری و ساختاری خود، معنا را به‌گونه‌ای چندسطحی رمزگذاری می‌کند. در سطح ظاهری، برنامه میدان رقابت شاعران است؛ اما در سطح ایدئولوژیک، حامل گفتمان خاصی درباره شعر و هویت فرهنگی ایرانی است. گفتمانی که می‌کوشد میان نوگرایی و اصالت پیوند برقرار کند. در چارچوب نظریه دریافت، این رمزگذاری‌ها تنها نیمی از فرآیند معنا هستند؛ نیمه دیگر در مرحله رمزگشایی و دریافت مخاطب شکل می‌گیرد. در بخش بعد، با تحلیل دیدگاه‌های مخاطبان، خواهیم دید که این رمزگذاری‌های فرهنگی تا چه اندازه به همان شکل مورد نظر تولیدکنندگان دریافت شده‌اند و در کجا مخاطبان خوانشی مذاکره‌ای یا مخالف ارائه داده‌اند.

۳.۲ دریافت و رمزگشایی مخاطبان از برنامه «سرزمین شعر»

مصاحبه‌ها و بازخوردهای منتشرشده نشان می‌دهند که بسیاری از مخاطبان «سرزمین شعر» شعر معاصر را ژانری زنده، پویا و نیازمند شناخت فعالانه دیده‌اند. مخاطبان شعر نو را فرصتی برای مواجهه با «تازه‌ها» و «ناب‌ها» در ادبیات معاصر می‌بینند، یعنی نوعی ارزش نهادن بر نوآوری و تنوع. همچنین در گزارشی که از کارکرد برنامه منتشر شده، تأکید شده که «سرزمین شعر ابعادی متفاوت از شعر را به مخاطب ارائه کرده است» و توانسته

«مقبولیت عام و نشاط و پویایی دوچندان» به ادبیات معاصر بدهد (پایگاه اطلاع رسانی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۴۰۳/۱/۱۸). با این حال، نقدهایی هم از سوی برخی مخاطبان مطرح شده است. در مطلبی با عنوان «نگاهی به سرزمین شعر» آمده است: برخی از اشعار ارائه شده «شعر نیستند یا حتی نثر خوب هم نیستند» و برخی سروده‌ها تنظیم خالص‌اند که از خودکشی ذوقی به حساب می‌آیند. (شهرانیوز، ۱۷ فروردین ۱۴۰۴) این بازخوردها نشان‌دهنده انتظارات بالای مخاطبان آشنا به شعر است که در مواجهه با شعر معاصر، معیارهای خاصی برای «شاعرانه بودن» قائل‌اند و در مواردی نسبت به ضعف محتوا یا ناهماهنگی فرم و مضمون ابراز نارضایتی می‌کنند. بنابراین، می‌توان گفت برداشت مخاطبان از شعر معاصر در زمینه «سرزمین شعر» دارای دو قطب نسبتاً مشخص است:

۱- شعر معاصر به عنوان عرصه‌ای زنده، نوآور و قابل تعامل تلقی می‌شود (قطب مثبت)؛ ۲- برخی مخاطبان نسبت به کیفیت و تناسب برخی آثار تردید دارند و انتظار دارند فرم و معنا به‌طور متقارن قوی باشند (قطب انتقادی). همچنین در بازخوردها و سخنان مسئولان برنامه، نشانه‌هایی از تأثیر مثبت بر افزایش علاقه مخاطبان به شعر نو دیده می‌شود. به عنوان نمونه، علی زارغان تهیه‌کننده برنامه گفته است: «فصل اول سرزمین شعر توانست موج جدیدی از تمایل به شعر را در دل مخاطبان ایجاد کند. حدود ۳۰۰۰ نفر در فصل اول برای ما شعر فرستادند. این فرآیند می‌تواند سال‌های طولانی ادامه داشته باشد» (خبرگزاری میزان، ۳۰ مهر ۱۴۰۳).

این آمار نشان‌دهنده انگیزه جدید در میان علاقه‌مندان است که فیلم و رسانه را به فرصتی برای فعالیت ادبی دیده‌اند. ضمن اینکه برنامه توانسته عکس‌العمل عمومی را افزایش دهد و بحث ادبی را به فضای عمومی رسانه بکشد. اما مقاومت و نقد نیز در میان مخاطبان وجود دارد. متن «نگاهی به سرزمین شعر» می‌گوید:

انتقاد عمده مخاطبان این است که برخی آثار انتخاب‌شده کیفیت لازم را ندارند و برخلاف انتظار، برخی اشعار بیشتر به نثر می‌مانند. این بازخوردها بیانگر آن است که نه همه مخاطبان جذب بی‌چون و چرای شعر نو شدند بلکه برخی در مواجهه با آثار ضعیف یا غیرمتوازن مقاومت نشان دادند و انتظار داشتند که برنامه گزینش دقیق‌تری در کیفیت داشته باشد. (خبرگزاری میزان، ۳۰ مهر ۱۴۰۳)

در یک گزارش درباره تنوع شاعران و مضامین، آمده است که یکی از نقاط قوت برنامه توجه به شاعران شهرستانی و مضامین متنوع است. این تنوع ممکن است برای برخی

مخاطبان جدید و جذاب باشد؛ اما در عین حال ممکن است در برخی موارد موجب بروز نقدهایی از جهت کیفیت یا سازگاری اثر شود. بنابراین، تأثیر برنامه بر علاقه به شعر نو عمدتاً مثبت ارزیابی می‌شود اما همراه با مقاومت و نقدهایی که نشان می‌دهد علاقه‌ی تازه لزوماً همراه پذیرش آرام و بدون پرسش نیست. (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۳)

۴.۲ نوع خوانش مخاطب: ترجیحی، مذاکره‌ای یا مخالف

با توجه به بازخوردها و مصاحبه‌ها درباره «سرزمین شعر»، می‌توان چنین تحلیلی ارائه کرد: خوانش ترجیحی: گروهی از مخاطبان هستند که پیام برنامه را همان‌گونه که برنامه‌سازان عرضه کرده‌اند دریافت می‌کنند. آن‌ها شعر نو را ارزشمند، زنده و قابل تعامل می‌دانند و معتقدند برنامه به کشف و ترویج شاعران جوان کمک کرده است. این طیف غالباً افراد علاقه‌مند به ادبیات و مخاطب فعال شعرند که با متن پیشنهادی همسو می‌شوند.

خوانش مذاکره‌ای: بسیاری از مخاطبان در این وضعیت قرار می‌گیرند. آن‌ها بین کلیت پیام برنامه (ارزش شعر معاصر، لزوم تعامل ادبی) و نقدهایی که نسبت به کیفیت برخی آثار دارند، میانجی‌گری می‌کنند. به عبارتی، از یک سو علاقه‌مند به نوآوری‌اند، اما از سوی دیگر بعضی از شعرها را قابل نقد می‌دانند و توقع دارند گزینش بهتری صورت گیرد. این خواننده مذاکره‌کننده پیام را با چارچوب ذهنی خود ترکیب می‌کند. (داودی، خبرگزاری مهر، ۲۸ فروردین ۱۴۰۳)

خوانش مخالف: در مواردی، برخی مخاطبان به‌طور کلی با برخی انتخاب‌های برنامه مخالف‌اند و پیام عرضه‌شده را رد می‌کنند. به عنوان مثال، کسانی که معتقدند برخی آثار اصلاً «شعر» نیستند یا می‌گویند کیفیت پایین برخی سروده‌ها باعث تضعیف جایگاه شعر می‌شود. آن‌ها ممکن است برنامه را در برخی موارد پر از شعار یا کم‌دقت بدانند و در نتیجه پیام اصلی برنامه را نپذیرند. یک نمونه‌ای از خوانش مخالف در نقد «نگاهی به سرزمین شعر» آمده است: «برنامه ... با اینکه شاعران خوب هم داشت، اما حضور شاعرانمایی که آگاهی ادبی نداشته‌اند، آسیب جدی به اعتبار شعر می‌زند» (خبرگزاری میزان، ۳۰ مهر ۱۴۰۳). این نمونه نشان می‌دهد که پیام عرضه‌شده درباره «شعر با کیفیت» توسط برخی مخاطبان رد می‌شود و آنان دیدگاه انتقادی نسبت به گزینش و رویکرد برنامه دارند. از تحلیل مصاحبه‌ها و بازخوردها می‌توان نتیجه گرفت که مخاطبان برنامه «سرزمین شعر» با

طیفی از برداشت‌ها درباره شعر معاصر مواجه‌اند: برخی با گرایش ترجیحی، پیام برنامه را می‌پذیرند و آن را به چشم فرصتی برای فهم نوین شعر می‌بینند؛ برخی با خوانش مذاکره‌ای بین استقبال از نوآوری و نقد کیفیت آثار در نوسانند؛ و عده‌ای نیز با خوانش مخالف، برخی انتخاب‌های برنامه را رد می‌کنند. برنامه «سرزمین شعر» در عین آن که توانسته علاقه‌ی قابل توجهی به شعر نو ایجاد کند، با مقاومت‌هایی نیز روبه‌رو بوده که بازتاب حساسیت مخاطبان آشنا به ادبیات است. (خبرگزاری دانشجو = ۲۰ فروردین ۱۴۰۳)

۵.۲ افق انتظار فرهنگی مخاطب ایرانی نسبت به شعر

در جامعه ایران، شعر نه صرفاً یک هنر، بلکه بخشی از هویت فرهنگی و عاطفی جمعی است. از فردوسی، سعدی، مولوی و حافظ تا نیا و شاملو، شعر همواره رسانه‌ای برای بیان حقیقت، عاطفه، و نقد اجتماعی بوده است (محمدی، ۱۳۹۷). به همین دلیل، مخاطب ایرانی معمولاً با پیش‌زمینه‌ای عمیق از آشنایی با شعر کلاسیک و سستی به سراغ شعر می‌رود. در این چارچوب، افق انتظار سستی مخاطب به ویژگی‌هایی چون وزن، قافیه، بلاغت، و معناگرایی مستقیم وابسته است. هنگامی که برنامه‌ای مانند «سرزمین شعر» بر شعر سپید، نیمایی یا پست‌مدرن تمرکز می‌کند، در واقع با این افق انتظار در تنش قرار می‌گیرد. بسیاری از مخاطبان عام، که به زبان موزون و معنای صریح عادت دارند، ممکن است در مواجهه با شعرهای آزاد و چندلایه دچار سردرگمی یا حتی مقاومت شوند، پدیده‌ای که یاوس آن را «گسست افق انتظار» می‌نامد (نامور مطلق، ۱۳۸۷: ۹۶). در مقابل، برای نسل جوان‌تر که با ادبیات معاصر، شبکه‌های اجتماعی و زبان گفتاری روزمره خو گرفته‌اند، شعر سپید یا آزاد بخشی از زیست فرهنگی روزمره است. این گروه افق انتظاری متفاوت دارند که با نوگرایی و خودبیانگری هماهنگ‌تر است. به همین دلیل، «سرزمین شعر» در عمل در میان دو افق انتظار متقاطع حرکت می‌کند: یکی افق سستی زیبایی‌شناسی کلاسیک و دیگری افق معاصر نوآوری و تنوع زبانی. بر اساس نظریه یاوس، هر گاه متن جدیدی عرضه می‌شود، با افق انتظار موجود مخاطب وارد گفت‌وگو می‌شود و یا آن را تأیید می‌کند یا در برابرش مقاومت ایجاد می‌نماید. در «سرزمین شعر»، این فرآیند به‌وضوح مشاهده می‌شود. تحلیل مصاحبه‌ها و واکنش‌های مخاطبان (مانند آنچه در سایت‌هایی چون *گزاره* و *میزان/آنلاین* منتشر شده) نشان می‌دهد که برخی بینندگان در ابتدا با شعرهای آزاد و بدون وزن دچار بیگانگی می‌شوند، اما از طریق گفت‌وگوهای داوران و نقدهای تحلیلی برنامه، به تدریج افق

انتظارات خود را گسترش می‌دهند. به‌عنوان نمونه، یکی از بینندگان در بخش دیدگاه‌ها درباره فصل اول برنامه نوشته است:

«اول فکر می‌کردم این شعرها خیلی دور از ذهن هستند، اما توضیح داوران باعث شد بفهمم چرا شعر باید متفاوت باشد.»

این نمونه نشان‌دهنده‌ی نوعی انتقال یا تغییر افق انتظار است؛ یعنی رسانه از طریق رمزگذاری و تبیین، به مخاطب کمک می‌کند تا تجربه‌ی جدیدی از شعر معاصر را درک کند. برنامه از طریق ساختار روایی خود (ارائه شعر، نقد داوران، واکنش شاعر) درواقع الگویی از گفت‌وگوی فرهنگی میان افق‌های متفاوت می‌سازد. به تعبیر یاوس، این «تبادل افق‌ها» فرایندی تاریخی است که باعث پویایی ذوق ادبی در جامعه می‌شود.

۶.۲ نقش داوران در هدایت افق انتظار مخاطب

یکی از ویژگی‌های متمایز برنامه «سرزمین شعر» نقش میانجی‌گرانه‌ی داوران است. داورانی مانند محمدکاظم کاظمی، علیرضا قزوه، ناصر فیض و علی محمد مؤدب که خود از شاعران معاصر و منتقدان صاحب‌نظر هستند، در جریان داوری علاوه بر ارزیابی شعر، نوعی راهنمایی زیبایی‌شناختی ارائه می‌دهند. نقدهای آن‌ها اغلب با هدف تعدیل و توسعه افق انتظار مخاطب بیان می‌شود؛ برای مثال، زمانی که داوران توضیح می‌دهند چرا حذف قافیه در شعر سپید می‌تواند به کشف تصویر تازه کمک کند، در واقع در حال بازتعریف معیارهای زیبایی‌شناسی برای بیننده‌اند. این روند را می‌توان نوعی رمزگذاری آموزشی دانست که با هدف انتقال ذائقه جدید به مخاطب انجام می‌شود. (Hall, 2006) داوران از جایگاه اقتدار فرهنگی خود استفاده می‌کنند تا پلی میان شعر کلاسیک و شعر نو بسازند و به تعبیر بوردیو (۱۹۹۳) «سرمایه فرهنگی» خود را در جهت مشروعیت‌بخشی به شعر مدرن به کار برند.

۷.۲ واکنش‌های مخاطبان و تفاوت در رمزگشایی

تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که همه مخاطبان به یک اندازه در تغییر افق انتظار خود موفق نبوده‌اند. برخی مخاطبان با «خوانش ترجیحی» پیام برنامه را به‌طور کامل می‌پذیرند و شعر معاصر را بخشی از تحول فرهنگی می‌دانند. گروهی دیگر، با «خوانش مذاکره‌ای»، بخشی از ارزش‌های نو را قبول می‌کنند اما هنوز نسبت به ساختار یا

زبان مدرن شعر تردید دارند. گروه سوم، با «خوانش مخالف»، همچنان بر برتری شعر کلاسیک تأکید می‌کنند و شعر نو را فاقد عمق و موسیقی می‌دانند. این سه نوع خوانش، در واقع بازتاب سه نوع افق انتظار متفاوت‌اند که به‌طور هم‌زمان در جامعه ایرانی وجود دارد. به‌گفته‌ی ویلیس (Willis, 2021: 299) رسانه‌ها زمانی مؤثرتر عمل می‌کنند که بتوانند میان این افق‌های ناهم‌زمان پلی ارتباطی ایجاد کنند. کاری که «سرزمین شعر» تا حدی بدان دست یافته است. یکی از نکات ظریف در نظریه‌ی یاوس، تمایز میان «گسست افق» و «تداوم افق» است. گسست زمانی رخ می‌دهد که متن یا رسانه‌ای تازه به چالشی جدی برای عادت‌های درک و ذوقی مخاطب بدل شود. «سرزمین شعر» با تمرکز بر فرم‌های آزاد و موضوعات اجتماعی معاصر (از بحران‌های شهری تا تجربه زیست مدرن) موجب چنین گسستی شده است. در عین حال، برنامه برای جلوگیری از بیگانگی مخاطب، از عناصری از تداوم نیز بهره می‌برد: موسیقی سنتی، زبان استعاره‌ی فارسی و احترام به شاعران کلاسیک در بخش‌های گفت‌وگو. این هم‌زیستی گسست و تداوم همان چیزی است که به‌گفته‌ی یاوس، باعث پویایی تاریخی در درک ادبی می‌شود. (Jauss, 1982: 53) بدین ترتیب، تلویزیون در نقش واسطه‌ای میان گذشته و اکنون، در بازسازی افق انتظار شعری جامعه نقش فعالی دارد. برنامه «سرزمین شعر» را می‌توان نمونه‌ای زنده از تحقق نظریه‌ی دریافت دانست؛ زیرا از یک‌سو پیام ادبی را در قالبی رسانه‌ای رمزگذاری می‌کند و از سوی دیگر، با افق‌های متنوع انتظار مخاطبان در تعامل قرار می‌گیرد. از دیدگاه یاوس، ارزش واقعی یک اثر زمانی آشکار می‌شود که بتواند افق انتظار موجود را به چالش بکشد و افق تازه‌ای بیافریند. بر این اساس، «سرزمین شعر» توانسته است بخشی از مخاطبان خود را از افق سنتی شعر فارسی به سوی افق‌های تازه‌تری از تجربه شعری هدایت کند، هرچند این انتقال همواره با مقاومت، مذاکره و بازتفسیر همراه بوده است. در نهایت، تفسیر شعر تلویزیونی در ایران را باید فرآیندی دانست که میان رسانه، فرهنگ و تاریخ ادبی به صورت مداوم بازتعریف می‌شود؛ فرآیندی که در آن، تلویزیون نه صرفاً بازتاب‌دهنده شعر، بلکه یکی از کنشگران اصلی در شکل‌دهی افق‌های نوین دریافت شعر است.

۸.۲ اثر رسانه‌ای برنامه «سرزمین شعر» بر ذائقه شعری جامعه

رسانه‌های جمعی در جوامع مدرن، به‌ویژه در فرهنگ‌هایی که ادبیات و شعر بخشی از هویت ملی آن‌ها را تشکیل می‌دهد، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی سلیقه و ذائقه هنری

مخاطبان دارند. در ایران، تلویزیون به عنوان پرنفوذترین رسانه عمومی، از آغاز دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ به یکی از اصلی‌ترین بسترهای بازنمایی شعر و ادبیات بدل شد. اما با گذشت زمان، برنامه‌هایی مانند «سرزمین شعر» تلاش کردند تا این بازنمایی را از سطح نمادین و تشریفاتی به سطح گفت‌وگویی و تحلیلی ارتقا دهند. این تحول، همان نقطه آغاز تأثیر رسانه بر ذائقه شعری است، ذائقه‌ای که نه ثابت، بلکه برساخته تعامل میان پیام رسانه‌ای و افق انتظار فرهنگی مخاطب است. بر اساس نظریه فرهنگی استوارت هال (Hall, 1997) رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده فرهنگ‌اند، بلکه آن را بازتولید و بازتعریف می‌کنند. تلویزیون از طریق انتخاب موضوعات، نحوه داوری و لحن اجرا، نوع خاصی از ذائقه مشروع را تثبیت می‌کند. در برنامه «سرزمین شعر»، این ذائقه مشروع عمدتاً در قالب ارزش‌گذاری بر شعرهای نو، سپید و نیمایی بازنمایی می‌شود. در بررسی محتوای فصل اول برنامه، مشخص است که اشعار منتخب، اغلب دارای ویژگی‌هایی چون زبان تصویری، استعاره، و گرایش به بیان فردی‌اند. ویژگی‌هایی که با معیارهای شعر کلاسیک فاصله دارند اما در عین حال از اصالت فرهنگی فاصله نمی‌گیرند. این انتخاب آگاهانه نشان می‌دهد که تلویزیون در پی تعریف دوباره معیار زیبایی شعری برای جامعه است: شعری که نو باشد، اما در ریشه‌های فرهنگی ایران استوار بماند. به تعبیر بورديو (۱۹۹۳) این نوع فرایند، نشانه‌ی «بازتوزیع سرمایه فرهنگی» است. تلویزیون از طریق برنامه‌هایی چون «سرزمین شعر»، به نوعی سرمایه فرهنگی تازه‌ای خلق می‌کند و به گروه‌هایی از شاعران جوان و مخاطبان جدید مشروعیت هنری می‌بخشد. بررسی واکنش‌های عمومی در سایت‌های رسانه‌ای نشان می‌دهد که یکی از مهم‌ترین آثار برنامه، افزایش پذیرش شعر معاصر در میان مخاطبان عام بوده است. در گزارشی از خبرگزاری میزان آمده است: «برنامه سرزمین شعر توانسته ابعاد متفاوتی از شعر را به مخاطب ارائه کند و در افزایش توجه عمومی به شعر نقش مؤثری داشته است.» (خبرگزاری میزان، ۳۰ مهر ۱۴۰۳)

با توجه به گفته تهیه‌کننده (علی زارغان) که بیش از ۳۰۰۰ شعر از سوی علاقه‌مندان برای شرکت در فصل نخست ارسال شده است، آمار بیانگر اثرگذاری مستقیم برنامه در ایجاد انگیزه خلاقانه و مشارکت فرهنگی است. از منظر نظریه دریافت، این مشارکت را می‌توان نشانه‌ای از گسترش افق انتظار شعری جامعه دانست. مخاطبانی که پیش‌تر تنها با قالب‌های سستی چون غزل و قصیده آشنا بودند، اکنون در برابر شعرهای آزاد و مدرن واکنش مثبت نشان می‌دهند. تلویزیون از این طریق توانسته است تجربه زیبایی‌شناسی

تازه‌ای را به توده مردم معرفی کند و شعر نو را از فضای محدود روشنفکری به عرصه عمومی بیاورد. یکی از عوامل مهم در تأثیرگذاری برنامه بر ذائقه شعری جامعه، زبان و لحن داوری است. داورانی چون محمدکاظم کاظمی، علیرضا قزوه، ناصر فیض و علی‌محمد مؤدب با بهره‌گیری از جایگاه حرفه‌ای خود در ادبیات معاصر، نقش میانجی میان سنت و مدرنیته را ایفا می‌کنند. نقدهای آن‌ها اغلب بر دو محور اصلی متمرکز است: پرهیز از کلیشه و تکرار در زبان شعری، جست‌وجوی بیان شخصی و تازه در عین وفاداری به جوهره زبان فارسی. این نوع داوری باعث شکل‌گیری یک ذائقه «میان‌رو» در میان مخاطبان می‌شود. ذائقه‌ای که هم نوگرایی را می‌پذیرد و هم از گسست کامل با سنت پرهیز دارد. به عبارت دیگر، تلویزیون در این برنامه از نقش مروج صرف شعر نو فراتر رفته و به کارگزار تعادل فرهنگی در عرصه ادبی بدل شده است.

در فضای شبکه‌های اجتماعی (از جمله صفحه رسمی برنامه در تلویون و نظرات کاربران)، بسیاری از بینندگان از برنامه با واژگانی مانند «آموزنده»، «تازه»، «جذاب» و «دل‌انگیز» یاد کرده‌اند، درحالی‌که عده‌ای نیز آن را بیش از حد تخصصی دانسته‌اند. (پایگاه اطلاع رسانی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۴۰۳/۱۱/۶) این واکنش دوگانه، بازتاب همان چیزی است که نظریه دریافت بر آن تأکید دارد: معنا و لذت هنری نه در متن رسانه‌ای بلکه در تعامل آن با افق انتظار مخاطب ساخته می‌شود. از دیدگاه جامعه‌شناسی فرهنگی، این فرایند نوعی ساخت ذوق جمعی است؛ یعنی رسانه به کمک داوری‌های علنی و تعامل مخاطبان، نوعی حس مشترک از ارزش‌های زیبایی‌شناختی ایجاد می‌کند. این همان چیزی است که در جامعه‌شناسی آن را «هم‌سازی ساختارهای ذهنی با ساختارهای فرهنگی» می‌نامند، یعنی سلیقه فردی به تدریج با معیارهای عمومی رسانه‌ای هماهنگ می‌شود. به‌طور خاص، در «سرزمین شعر»، مخاطبان به‌واسطه توضیحات داوران با معیارهای تازه‌ای از شعر مواجه می‌شوند: مثلاً تأکید بر تصویرسازی نو، حذف وزن کلاسیک، یا پرهیز از شعارزدگی. این معیارها در ذهن مخاطب به هنجار جدیدی از زیبایی‌شناسی بدل می‌شوند و ذائقه جمعی را بازتعریف می‌کنند. در جامعه امروز که فضای دیجیتال و رسانه‌های نو جایگزین بسیاری از نهادهای فرهنگی سنتی شده‌اند، تلویزیون هنوز توانایی دارد منزلت شاعر را در ذهن جامعه بازسازی کند. پیش‌تر شاعر در فرهنگ عمومی، چهره‌ای نخبه‌گرا و منزوی تلقی می‌شد؛ اما «سرزمین شعر» با نمایش شاعران جوان، پُرانرژی و اجتماعی، تصویری تازه از شاعر ایرانی ارائه کرده است. این بازنمایی رسانه‌ای، به گفته‌ی نظریه‌پردازان فرهنگ

(Barbatsis, 2004) نوعی بازتعریف نقش فرهنگی هنرمند در نظام رسانه‌ای است. شاعر نه فقط تولیدکننده متن، بلکه بازیگر اجتماعی و شریک گفت‌وگوی فرهنگی معرفی می‌شود. این تغییر تصویر، تأثیر مستقیمی بر ذائقه دارد؛ زیرا مخاطب اکنون شعر را نه صرفاً موضوعی برای کتاب‌های درسی یا محافل ادبی بلکه پدیده‌ای زنده، مردمی و قابل لمس می‌بیند.

۳. نتیجه‌گیری

تحلیل نهایی پژوهش حاضر نشان می‌دهد که برنامه «سرزمین شعر» به مثابه یک پدیده‌ی رسانه‌ای، نقطه‌ی تلاقی میان دو حوزه‌ی مستقل اما مرتبط، یعنی «ادبیات معاصر» و «رسانه‌ی جمعی» است. تلویزیون، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های بازنمایی تصویری، شنیداری و گفت‌وگویی خود، توانسته است شعر فارسی را از فضای نخبه‌گرای محافل ادبی به عرصه‌ی عمومی وارد کند و از این طریق، فرآیند معناسازی ادبی را به تجربه‌ای جمعی و میان‌نسلی بدل سازد. از منظر نظریه‌ی دریافت، معنای شعر و تأثیر آن بر ذائقه مخاطب نه در خود متن رسانه‌ای بلکه در تعامل میان رمزگذاری تولیدکننده و رمزگشایی مخاطب شکل می‌گیرد. بر این اساس، تلویزیون در جایگاه رمزگذار فرهنگی، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و ترجیحات زیبایی‌شناختی را در قالب انتخاب شاعران، ساختار رقابتی، زبان نقد و دکور برنامه رمزگذاری کرده و از این طریق نوعی افق انتظار جدید برای مخاطب ایرانی ساخته است. در تحلیل محتوای برنامه، مشخص شد که تمرکز اصلی بر سبک‌های نیمایی و سپید است؛ سبک‌هایی که در ساختار زبانی و محتوایی خود، فاصله‌ای معنا دار از شعر کلاسیک دارند. این انتخاب آگاهانه، بیانگر رویکردی ایدئولوژیک به نوگرایی ادبی است؛ تلویزیون از طریق برجسته‌سازی این سبک‌ها در پی تثبیت نوعی «ذائقه مشروع» است که در آن خلاقیت فردی، تصویرسازی نو و گسست از قافیه و وزن سنتی ارزش محسوب می‌شود. در نتیجه، «سرزمین شعر» را می‌توان رسانه‌ای دانست که به بازتوزیع سرمایه فرهنگی در میدان ادبی ایران دست زده است؛ رسانه‌ای که نه صرفاً بازتاب‌دهنده‌ی ذوق شعری جامعه، بلکه خالق و سامان‌دهنده‌ی آن است.

از سوی دیگر، تحلیل مصاحبه‌ها و بازخوردهای مخاطبان نشان می‌دهد که دریافت مخاطبان از پیام برنامه یکدست نیست و بر سه طیف «خوانش ترجیحی»، «خوانش مذاکره‌ای» و «خوانش مخالف» منطبق است. گروه نخست، مخاطبان همسو با پیام

رسانه‌ای‌اند که شعر نو را تجلی زنده‌ی زبان معاصر و راهی برای بیان فردیت می‌دانند. گروه دوم، ضمن پذیرش کلیت نوگرایی، در برابر برخی از آثار ضعیف یا مبهم موضع انتقادی دارند و میان ارزش نوآوری و ضرورت کیفیت تعادل برقرار می‌کنند. گروه سوم، مخاطبانی هستند که از افق انتظار سنتی‌تری برخوردارند و حذف موسیقی و بلاغت کلاسیک را نوعی تهدید برای هویت شعر فارسی تلقی می‌کنند. این طیف‌بندی، خود نشانگر چندگانگی افق‌های فرهنگی در جامعه‌ی ایرانی و نقش تلویزیون در ایجاد گفت‌وگویی میان این افق‌هاست. در این میان، داوران برنامه نقش میانجی را میان سنت و مدرنیته ایفا می‌کنند. نقدهای آن‌ها نه تنها کارکرد ارزیابی دارد، بلکه فرآیندی آموزشی و هدایت‌گر است. آنان با تبیین عناصر زیبایی‌شناسی شعر نو، افق انتظار مخاطب را از سطح آشنایی با وزن و قافیه به سوی درک استعاره، تصویر و ساختار آزاد سوق می‌دهند. این فرایند، به تعبیر یاوز، «تبادل افق‌ها» را ممکن می‌سازد؛ یعنی مخاطب با مواجهه‌ی مستمر با ارزش‌های تازه، معیارهای ذوقی خود را بازتعریف می‌کند. در واقع، تلویزیون از طریق همین گفت‌وگوهای تحلیلی میان داوران و شاعران، به نوعی آموزش غیرمستقیم ذوق ادبی می‌پردازد که در بلندمدت می‌تواند موجب تحول در درک جمعی از شعر شود. از منظر جامعه‌شناختی، «سرزمین شعر» را می‌توان عاملی در بازتعریف منزلت شاعر در جامعه دانست. در فرهنگ عمومی ایران، شاعر غالباً شخصیتی فردگرا و منزوی تلقی می‌شد، اما رسانه با نمایش چهره‌های جوان، پویا و اجتماعی از شاعران، این تصور را دگرگون کرده و شاعر را به عنوان کنشگری فرهنگی و اجتماعی بازنمایی کرده است. این بازنمایی تازه، به گفته‌ی بوردیو، نوعی بازتولید سرمایه‌ی نمادین در میدان فرهنگی است که بر تلقی جامعه از منزلت شاعر اثر می‌گذارد. داده‌های منتشرشده در رسانه‌ها (از جمله آمار سه‌هزار اثر ارسالی از سوی مخاطبان) نشان می‌دهد که برنامه توانسته است شعر را به مسئله‌ای عمومی و گفت‌وگویی ملی بدل کند. در چارچوب نظریه‌ی دریافت، می‌توان نتیجه گرفت که «سرزمین شعر» نمونه‌ای از رسانه‌ای است که فراتر از نقش اطلاع‌رسانی، به فرآیند تولید معنا و شکل‌دهی به افق‌های زیبایی‌شناسی جمعی وارد شده است. تلویزیون، با رمزگذاری معناهای نو در قالب شعر و داوری، در عین حال مخاطبان را به رمزگشایی فعال واداشته است. این فرآیند دوسویه، نه تنها بازتاب‌دهنده‌ی تحولات فرهنگی ایران معاصر است، بلکه خود به عاملی در جهت‌گیری آینده‌ی ذوق ادبی جامعه بدل می‌شود.

پی‌نوشت

۱. خبرگزاری دانشجو (۱۹ فروردین ۱۴۰۳) سرزمینی تلویزیونی که در آن شاعران حرف اول را می‌زنند / غزل محبوب‌ترین قالب است.

کتاب‌نامه

- احمدی، بابک (۱۴۰۰)، *ساختار و تأویل متن*، چ ۲۲، تهران، نشر مرکز.
- ایگلتون، تری (۱۳۶۸)، *پیش‌درآمدی بر نظریه ادبی*، ترجمه عباس مخبر، چاپ اول، تهران، نشر مرکز.
- ایگلتون، تری (۱۴۰۲) *درآمدی بر ایدئولوژی*، ترجمه اکبر معصوم بیگی، تهران، نشر بان
- بارکر، کریس (۱۴۰۱) *مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد*، (مترجم: مهدی نفیسی و نفیسه حمیدی)، تهران: نشر ققنوس.
- بشیر، حسن؛ کوهی، احمد (۱۳۹۲)، *تلویزیون و فرهنگ همگرایی رسانه‌ای*، مطالعات میان رشته ای در رسانه و فرهنگ، ۲(۲)، صص ۸۳-۱۰۷.
- بهار، مهری (۱۳۹۴) *مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی*، تهران: نشر سمت.
- بورديو، پیر، پاسرون، ژان کلود (۱۴۰۱) *نظریه باز تولید*، جامعه و فرهنگ، تهران، نشر اندیشه احسان
- پین، مایکل (۱۳۸۲)، *فرهنگ اندیشه انتقادی*، از روشنفکری تا پسامدرنیته، ترجمه پیام یزدان‌جو، تهران، نشر مرکز.
- رضایی، محمد (۱۳۸۶) *مطالعات فرهنگی: دیدگاه‌ها و مناقشات/ استوارت هال (و دیگران)*، تهران: نشر جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- سلدن، رمان و پیترویدوسون (۱۳۷۷) *راهنمای نظریه ادبی معاصر*، ترجمه عباس مخبر، تهران: انتشارات طرح نو.
- سلدون، رمان و پیترویدوسون (۱۳۹۲) *راهنمای نظریه ادبی معاصر*، ترجمه عباس مخبر، تهران، طرح نو.
- کالر، جان‌اتان (۱۳۸۹) *نظریه ادبی (معرفی بسیار مختصر)*، ترجمه فرزانه طاهری، چ ۳، تهران، نشر مرکز.
- محمدی، جمال (۱۳۹۷) *درباره مطالعات فرهنگی/ استوارت هال (و دیگران)*، تهران: نشر چشمه.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۹) *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: نشر همشهری.
- نامورمطلق، بهمن (۱۳۸۷) «*یاس و آیزن: نظریه دریافت*»، پژوهش‌نامه فرهنگستان هنر، ش ۱۱، ۹۳-۱۱۱

- Abada, N. E. (2025). Rethinking Reception: Epistemological Shifts from Literary Studies to Media Research.
- Alexanian, J. (2008). Poetry and polemics: Iranian literary expression in the digital age. *MELUS*, 33(2), 129-152.
- Barbatsis, G. (2004). Reception theory. In *Handbook of visual communication* (pp. 293-316). Routledge.
- Batstone, W. W. (2006). Provocation: The point of reception theory. *Classics and the Uses of Reception*, 14-26.
- Hall, S. (2006). Cultural studies and its theoretical legacies. In *Stuart Hall* (pp. 272-285). Routledge.
- Hall, S. (2006). The meaning of new times. In *Stuart Hall* (pp. 233-247). Routledge.
- Hall, S. (1997). The spectacle of the other. *Representation: Cultural representations and signifying practices*, 7, 223-290.
- Hill, A. (2018). Media audiences and reception studies. In *Reception studies and audiovisual translation* (pp. 3-19). John Benjamins Publishing Company.
- Holly, M. A. (2002). Reciprocity and reception theory. *A companion to art theory*, 448-457.
- Kinoshita, Y. (2004). Reception theory. University of California Santa Barbara: Department of Art.[Online] Available: <http://www.yumikinoshita.com/receptiontheory.pdf> (July 7, 2015).
- Middeke, M. (2012). Reception theory. In *English and American Studies: Theory and Practice* (pp. 191-196). Stuttgart: JB Metzler.
- Reinhard, C. (2007). Three approaches to media reception and audience reception studies. *Academia. edu*.
- Semati, M. (Ed.). (2007). *Media, culture and society in Iran: living with globalization and the Islamic state* (Vol. 5). Routledge.
- Sheibani, K. (2006). Kiarostami and the Aesthetics of Modern Persian Poetry. *Iranian studies*, 39(4), 509-537.
- Shi, Y. (2013). Review of Wolfgang Iser and his reception theory. *Theory and practice in Language studies*, 3(6), 982-986.
- Thompson, M. P. (1993). Reception theory and the interpretation of historical meaning. *History and Theory*, 248-272.
- Willis, I. (2021). Reception theory, reception history, reception studies. In *Oxford Research Encyclopedia of Literature*.

سایت‌ها

باشگاه خبرنگاران جوان (۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۳) شعری که ده میلیون بازدید گرفت.

<https://www.yjc.ir/fa/news/8723047/%D8%B4%D8%B9%D8%B1%DB%8C-%DA%A9%D9%87-%D8%AF%D8%B1-%D9%81%D8%B6%D8%A7%DB%8C-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D8%B2%DB%8C-%DB%B1%DB%B0-%D9%85%DB%8C%D9%84%DB%8C%D9%88>

%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%AF%DB%8C%D8%AF%DA%A9%D9%86
%D9%86%D8%AF%D9%87-%D8%AF%D8%A7%D8%B4%D8%AA

پایگاه اطلاع رسانی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۳/۱/۱۸) معرفی ۸۰ چهره شعر معاصر
به مخاطب در «سرزمین شعر»

<https://www.irna.ir/news/85436703/%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%DB%8C-%DB%B8%DB%B0-%DA%86%D9%87%D8%B1%D9%87-%D8%B4%D8%B9%D8%B1-%D9%85%D8%B9%D8%A7%D8%B5%D8%B1-%D8%A8%D9%87-%D9%85%D8%AE%D8%A7%D8%B7%D8%A8-%D8%AF%D8%B1-%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1>

پایگاه اطلاع رسانی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۳/۱/۱۶) احرام احساس در «سرزمین شعر»
<https://www.prib.ir/portal/newsview/108840>

خبرگزاری جوان (۲۱ فروردین ۱۴۰۳) تنوع شاعران و مضامین، امتیاز «سرزمین شعر»

<https://www.yjc.ir/fa/news/8708287/%D8%AA%D9%86%D9%88%D8%B9-%D8%B4%D8%A7%D8%B9%D8%B1%D8%A7%D9%86-%D9%88-%D9%85%D8%B6%D8%A7%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%A7%D9%85%D8%AA%DB%8C%D8%A7%D8%B2-%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1>

خبرگزاری دانشجو (۲۰ فروردین ۱۴۰۳) «سرزمین شعر» پاسخی به مسئله جایگاه شعر در رسانه ملی است.

<https://snn.ir/fa/news/1139762/%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1-%D9%BE%D8%A7%D8%B3%D8%AE%DB%8C-%D8%A8%D9%87-%99%85%D8%B3%D8%A6%D9%84%D9%87-%D8%AC%D8%A7%DB%8C%DA%AF%D8%A7%D9%87-%D8%B4%D8%B9%D8%B1-%D8%AF%D8%B1-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%87-%D9%85%D9%84%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D8%AA>

خبرگزاری دانشجو (۱۹ فروردین ۱۴۰۳) سرزمینی تلویزیونی که در آن شاعران حرف اول را می‌زنند / غزل محبوب‌ترین قالب است.

<https://www.irna.ir/news/85436517/%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86%DB%8C-%D8%AA%D9%84%D9%88%DB%8C%D8%B2%DB%8C%D9%88%D9%86%DB%8C-%DA%A9%D9%87-%D8%AF%D8%B1-%D8%A2%D9%86-%D8%B4%D8%A7%D8%B9%D8%B1%D8%A7%D9%86-%D8%AD%D8%B1%D9%81-%D8%A7%D9%88%D9%84-%D8%B1%D8%A7-%D9%85%DB%8C-%D8%B2%D9%86%D9%86%D8%AF-%D8%BA%D8%B2%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%A8%D9%88%D8%A8-%D8%AA%D8%B1%DB%8C%D9%86>

خبرگزاری مهر (۲۸ فروردین ۱۴۰۳) علی داودی، ما در سرزمین شعریم از حافظ تا فیض!

<https://www.mehrnews.com/news/6079650/%D9%85%D8%A7-%D8%AF%D8%B1-%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1%DB%8C%D9%85-%D8%A7%D8%B2-%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%B8-%D8%AA%D8%A7-%D9%81%DB%8C%D8%B6>

نقش برنامه‌های تلویزیونی در ترویج ... (داریوش ذوالفقاری و منصور نیک‌پناه) ۱۳۷

خبرگزاری میزان (۳۰ مهر ۱۴۰۳) برنامه «سرزمین شعر» ابعادی متفاوت از شعر را به مخاطب ارائه کرده است،

<https://www.mizanonline.ir/fa/news/4799583/%D8%A8%D8%B1%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1-%D8%A7%D8%A8%D8%B9%D8%A7%D8%AF%DB%8C-%D9%85%D8%A%D9%81%D8%A7%D9%88%D8%AA-%D8%A7%D8%B2-%D8%B4%D8%B9%D8%B1-%D8%B1%D8%A7-%D8%A8%D9%87-%D9%85%D8%AE%D8%A7%D8%B7%D8%A8-%D8%A7%D8%B1%D8%A6%D9%87-%DA%A9%D8%B1%D8%AF%D9%87-%D8%A7%D8%B3%D8%AA>

روزنامه جوان : ۲۸ فروردین ۱۴۰۳ ،

<https://www.javanonline.ir/fa/news/1224302/%DA%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D9%84%D9%86%D8%AF-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%87-%D9%85%D9%84%DB%8C-%D8%AF%D8%B1-%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1>

سید عوض‌علی کاظمی(دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه علامه طباطبائی) ، سایت گزاره، نگاهی به «سرزمین شعر»

<https://gozaare.com/%D9%86%DA%AF%D8%A7%D9%87%DB%8C-%D8%A8%D9%87-%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1/>

شهرانیوز (۱۷ فروردین ۱۴۰۴) شعر، دورچین برنامه‌های تلویزیون نیست.

<https://shahraranews.ir/fa/news/325048/%D8%B4%D8%B9%D8%B1-%D8%AF%D9%88%D8%B1%DA%86%DB%8C%D9%86-%D8%A8%D8%B1%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87%E2%80%8C%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%AA%D9%84%D9%88%DB%8C%D8%B2%DB%8C%D9%88%D9%86-%D9%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA>

محدثی خراسانی ، مصطفی (۲ اردیبهشت ۱۴۰۳) سایت خبرگزاری دانشجویان ایران،

<https://www.isna.ir/news/1403020201220/%D8%AC%D8%A7%DB%8C-%D8%AE%D8%A7%D9%84%DB%8C-%D8%B3%D8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B9%D8%B1-%D8%AF%D8%B1-%D8%AA%D9%84%D9%88%DB%8C%D8%B2%D8%B%8C%D9%88%D9%86>