

## نقش تلویزیون در ترویج کتابخوانی

در آستانه برپایی نمایشگاه کتاب، تلویزیون برنامه‌های متنوعی را مرتبط با موضوع کتاب و کتابخوانی روانه آنتن شبکه‌های مختلف می‌کند اما در ایام عادی سال جای چنین برنامه‌هایی در تلویزیون خالی است.



جام جم آنلاین: در آستانه برپایی نمایشگاه کتاب، تلویزیون برنامه‌های متنوعی را مرتبط با موضوع کتاب و کتابخوانی روانه آنتن شبکه‌های مختلف می‌کند اما در ایام عادی سال جای چنین برنامه‌هایی در تلویزیون خالی است. در ایام برگزاری نمایشگاه کتاب میزگردهای تلویزیونی با موضوع دلایل پایین بودن آمار مطالعه تشکیل می‌شود. کارشناسان مولفه‌های گوناگون را برمی‌شمارند و در صحبت‌هایشان بر این نکته اشاره می‌کنند که رسانه ملی تا حد زیادی می‌تواند در تبلیغ و ترویج کتابخوانی موثر باشد.

گزارشگران به میان مردم می‌روند و از آنها می‌پرسند که در طول روز چقدر از زمانشان را به مطالعه اختصاص می‌دهند. پای درد دل ناشرها می‌نشینند و مشکلات آنها را در حوزه نشر منعکس می‌کنند. مجریان آرزو می‌کنند که در سال جدید مردم با کتاب آشتی کنند و...

اما نمایشگاه که به پایان می‌رسد دوباره موضوع کتابخوانی به دست فراموشی سپرده می‌شود. برجسته‌ترین وجه اشتراک کتاب و تلویزیون این است که هر دو، وسیله ارتباطی هستند. کتاب رسانه‌ای قدیمی‌تر و سنتی‌تر است که پیامش را به شیوه مکتوب به مخاطب منتقل می‌کند. در مقابل، تلویزیون رسانه‌ای دیداری و شنیداری است که فراگیری بیشتری دارد و استفاده از آن برای انسان‌های امروزی سهل‌تر و ساده‌تر است.

هنگامی که تلویزیون وارد صحنه رقابت رسانه‌ای شد خیلی‌ها فکر می‌کردند که رسانه‌های قدیمی‌تر همچون رادیو، روزنامه و کتاب به تدریج حذف می‌شوند و تلویزیون با اقتدار جادویی‌اش جای همه آنها را خواهد گرفت، اما این اتفاق نیفتاد. مخاطبان به مرور دریافتند که هر رسانه‌ای کارکردها و جذابیت‌های خاص خودش را دارد. بتدریج کتاب‌ها از نظر قطع و وزن و محتوا متنوع‌تر شدند. ناشران سعی کردند کتاب‌ها را به گونه‌ای طراحی کنند که حملشان ساده‌تر باشد و در همه جا در کنار خوانندگان قرار بگیرند.

در حال حاضر در دنیای ارتباطات این فرصت فراهم شده که 2 رسانه کتاب و تلویزیون رفاقت را جایگزین رقابت کنند. کتاب‌های زیادی درباره ویژگی‌های ذاتی تلویزیون، برنامه‌سازی در تلویزیون، انتظارات مخاطبان تلویزیونی و... به چاپ رسیده است. از آن طرف خیلی از شبکه‌های مطرح تلویزیونی دنیا آخرین اخبار حوزه نشر را بازتاب می‌دهند و مخاطبان را در جریان جزئیات کتاب‌های منتشر شده قرار می‌دهند. همان‌طور که گفته شد در تلویزیون ما اخبار مربوط به نشر و چاپ کتاب چندان جایگاهی ندارند. کمتر شنیده‌ایم که در یک بخش خبری اعلام شود فلان کتاب چند بار تجدید چاپ شده و عنوان پرفروش‌ترین کتاب سال را به دست آورده است. اخبار انتشار کتاب‌های جدید، استقبال مخاطبان از یک کتاب و اتفاقات زندگی نویسندگان در بخش‌های فرهنگی خبر تلویزیونی معمولاً بازتابی ندارند.

در برنامه‌های گفت‌وگومحور بعضا دیده شده که برخی نویسندگان همچون سیده زهرا حسینی (نویسنده کتاب دا)، حبیب احمدزاده (نویسنده دفاع مقدس) و هوشنگ مرادی‌کرمانی به استودیو دعوت می‌شوند و درباره کتاب‌هایشان صحبت می‌کنند. شبکه 4 که شبکه نخبگان نام گرفته معمولاً در این حوزه فعالیت پررنگ‌تری دارد.

یکی از شاخص‌ترین برنامه‌های این شبکه بررسی کتاب &#171؛ایران در چهار کهکشان ارتباطی» نوشته دکتر مهدی محسنیان‌راد بود که اجرایش را اسماعیل میرفخرایی به عهده داشت. این برنامه استقبال بالایی از مخاطبان را در پی داشت و نشان داد که جای برنامه‌هایی از این دست چقدر در تلویزیون خالی است. اگر به کتابفروشی‌های خیابان انقلاب سر زده باشید حتما دیده‌اید که برخی از آنها فهرست پرفروش‌ترین کتاب‌های هفته گذشته‌شان را پشت شیشه ویتترین چسبانده‌اند.

این اقدام خریداران جدید را تشویق می‌کند که با توجه به نظر عموم خوانندگان کتاب مورد علاقه‌شان را راحت‌تر انتخاب کنند. تلویزیون نیز می‌تواند چنین اطلاع‌رسانی داشته باشد و بینندگان را تشویق به خریدن و خواندن کتاب‌های پرفروش کند. در حال حاضر پررنگ‌ترین وجه معرفی کتاب به بخش پیام‌های بازرگانی تلویزیون مربوط می‌شود که در آن غالباً کتاب‌های تست‌زنی، کمک آموزشی و آمادگی برای آزمون‌های سراسری تبلیغ می‌شود.

مسئله کتاب‌هایی به این حوزه راه می‌یابند که جنبه تجاری‌شان نسبت به جنبه فرهنگی‌شان پررنگ‌تر است و هدف از چاپ آنها بیشتر سوددهی فروش بالا بوده است.

البته چند روز پیش در یکی از سایت‌های اینترنتی خبری منتشر شد که ناشران در سال جدید می‌توانند از تخفیف 70 درصدی ساخت و پخش تیزرهای مربوط به کتاب در تلویزیون استفاده کنند و این امیدواری را به وجود آورد که این تخفیف فرهنگی منجر به افزایش سهم تبلیغات کتاب‌های ارزشمند در بخش‌های پیام‌های بازرگانی شود. در حوزه اطلاع‌رسانی بازار نشر، رادیو چند گام از تلویزیون جلوتر است و صدای کتاب در رادیو بلندتر از تلویزیون شنیده می‌شود. برنامه‌های شبکه‌های رادیویی (بخصوص شبکه فرهنگ) بیشتر به اخبار مربوط به کتاب می‌پردازند.

ضمن این که برخی برنامه‌ها موضوع اصلی خود را به کتاب اختصاص می‌دهند یا این‌که خودشان همچون یک کتاب عمل می‌کنند. داستانخوانی یا همان خواندن متن کتاب توسط گوینده یکی از سنت‌های خوب برنامه‌های رادیویی است. برنامه‌ای همچون فانوس (شبکه جوان) داستان‌های مطرحی از جلال آل‌احمد و... را برای شنوندگانش می‌خواند. این گونه کتاب‌ها در رادیو ورق می‌خورند و از طریق این رسانه شنیده می‌شوند.

همچنین رادیوی اینترنتی ایران صدا در چند سال اخیر اقدام به تولید کتاب‌های گویا کرده است. کتاب گویا تنها کتابی است که می‌توان آن را با چشم بسته خواند. اگر دوستدار کتاب هستید و به خاطر گرفتاری‌های زیاد، وقت خواندن کتاب را ندارید می‌توانید به سراغ کتاب گویا بروید و آن را به جای خواندن بشنوید. تاکنون چندین هزار عنوان کتاب گویا توسط رادیوی اینترنتی ایران صدا تولید شده است که فایل صوتی آنها از طریق سایت این شبکه قابل دریافت است. در بین کارهای نمایشی تلویزیونی نیز جای شخصیت‌های کتابفروش، لوکیشن‌های کتابخانه و هر آنچه به کتاب مربوط می‌شود خالی است. سریال #171 کتابخانه هدهد» ساخته مرضیه برومند تنها سریالی است که به صورت مستقیم به موضوع کتابخوانی پرداخته و سعی در آشتی دادن مخاطبان تلویزیون با کتاب دارد.

کتابخانه هدهد با نمایش داستان مغازه کتابفروشی که به فست فود تبدیل شده از یک سو کم‌توجهی مسوولان به اماکن فرهنگی همچون فروشگاه‌های کتاب را زیر سوال می‌برد. این سریال در قسمت‌های میانی‌اش با ارائه جزییات ماجراهای یک کتابفروشی سیار نشان می‌دهد که هنوز هم علاقه‌مندان و مشتاقان کتاب بی‌شمارند و باید به نیازهای فرهنگی این قشر پاسخ داده شود. کتابخانه هدهد در یکی از قسمت‌هایش ماجرای زن و شوهری را روایت می‌کرد که مرد از دست غذاهای بدمزه همسرش به تنگ آمده بود. یک کتاب آموزش آشپزی مشکل این خانواده را حل کرد و آن دو راضی و خشنود به زندگی‌شان ادامه دادند. این گونه روایت‌های جذاب و عامه‌پسند نشان می‌دهند که کتاب‌های مختلف پاسخگوی بسیاری از نیازهای روزمره مردم هستند.

تلویزیون با توجه به فراگیری‌اش می‌تواند نقش بیشتری در تبلیغ و ترویج عامه مردم به کتابخوانی داشته باشد. توجه به کتاب که بحق یار مهربان نام گرفته باید در برنامه‌های نمایشی و گفت‌وگومحور و بخش‌های خبری تلویزیون در دستور کار قرار بگیرد.

احسان رحیم‌زاده  
گروه رادیو و تلویزیون