

رسانه‌های اجتماعی یک فرصت بی نظیر

ظهور رسانه‌های اجتماعی فرصت جدیدی را پیش روی صنعت تولید و نشر کتاب قرار داده؛ فرصتی که در مقایسه با صنایع دیگر چشم‌نوازتر است، زیرا هر دوی آنها (رسانه‌های اجتماعی و کتاب) تنها محتوا تولید و نگهداری می‌کنند. به زبان ساده، کتاب همانند رسانه‌های اجتماعی ابزار تولید محتواست، پس این دو می‌توانند به یکدیگر در جهت تولید محتوا و جذب مخاطب کمک کنند.

اگرچه به تفاوت‌های میان این دو رسانه هم باید توجه داشت. محتوای کتاب را یک سری افراد مشخص با نام نویسنده تولید می‌کنند، در حالی که محتوای رسانه‌های اجتماعی را کاربران تولید می‌کنند. محتوای کتاب به صورت سنتی و روی کاغذ منتشر می‌شود در حالی که محتوای رسانه‌های اجتماعی در فضای آنلاین انتشار می‌یابد.

در همگرایی رسانه‌های اجتماعی و کتاب پارادوکسی اساسی نهفته است و آن اینکه رسانه‌های اجتماعی قرار نیست جایگزین کتاب شوند، بلکه رسانه‌های اجتماعی هم اکنون مکمل کتاب به‌شمار می‌روند زیرا قدرت باز انتشار محتوای کتاب در این رسانه‌ها وجود دارد. با توجه به گستردگی و تنوع رسانه‌های اجتماعی و مخاطبان گسترده این رسانه‌ها می‌توان از این ظرفیت برای ترویج و تبلیغ کتاب و کتابخوانی سود برد و این امکان ارزشمند در حالی در دسترس هست که هزینه ترویج و تبلیغ در شبکه‌های تلویزیونی و همچنین نشریات چاپی بالاست و از عهده ناشران بر نمی‌آید.

اما نکته اصلی که کمتر از سوی اهل فن مورد توجه قرار می‌گیرد ظرفیت بالای این رسانه‌ها در تعامل و درگیری با مخاطب، پایش و اندازه‌گیری محتوای مخاطب است که این امر می‌تواند باعث تغییر در تصمیم‌گیری مدیران نشر کشور و هم جهت شدن با نیاز و ذائقه مخاطبان شود. رسانه‌های اجتماعی با تعامل دو طرفه‌ای که میان صاحبان نشر و عموم مخاطبان برقرار می‌کنند، داده‌های ارزشمندی از نیازها و سلیقه مخاطبان را در اختیار صاحبان و مدیران نشر قرار می‌دهند که همین مسئله بخشی از نیاز مدیران نشر به نیازسنجی از بازار و مخاطبان را میسر می‌سازد.

از این رو، اگرچه رسانه‌های اجتماعی مانند تمام تکنولوژی‌ها و فناوری‌های ساخته بشر خالی از اشکال نیست ولی می‌توان با مدیریت درست و منطقی و با شناخت نقاط قوت و ضعف این رسانه‌ها، آنها را در خدمت نشر قرار داد و از ثمرات آن بهره‌مند شد.

لازم به ذکر است که مقالات حاضر در این شماره کتاب مهر در هشتمین همایش ملی اتحادیه انجمن‌های علمی دانشجویی علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران (ادکا) با عنوان "رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی" که با حمایت مادی و معنوی انتشارات سوره مهر در آبان ماه سال جاری برگزار گردید، ارائه شده و برای اولین بار در شماره‌های هفدهم و هجدهم فصلنامه کتاب مهر منتشر می‌گردد. ●

حیدر ایمنی/ سردبیر فصلنامه تحلیلی - پژوهشی کتاب مهر