

تحول در سازوکار فروش کتاب ضروری است

ویرین آنلاین کتابفروشی‌ها و زمزمه‌های فیلترینگ



آسانه فرقدانی

یافت. اکنون با پیدایی روزافزون بیماری مرموز قرن بیست و یکم، نخستین آسیب متوجه کتابفروشی‌ها شده است که حتی اگر بخواهند نمی‌توانند درها را به روی همان مشتریان اندک خود باز کنند. فرهنگ ورق زدن کتاب‌ها و گپ و گفت درباره یک کتابفروشی به سرعت شیوع کووید-۱۹ از بین رفت و کتابفروشان ناچارند برای ادامه حیات به راه کارهای تازه‌ای بیاندیشند. بنابراین بازیابی در مدیریت این بحران و شرایط موجود، ایجاد راه‌های ارتباطی مؤثرتر با مخاطب را ایجاد می‌کند.

تحول کتابفروشی‌ها از سنتی به مدرن

تحول کتابفروشی‌ها و تبدیل فروشگاه‌های سنتی به مدرن، برای تقویت ارتباط با مخاطب یکی از روش‌های مورد توجه کتابفروشان در چند سال گذشته بوده است. اما آیا همه داستان تحول کتابفروشی‌ها به اینجا ختم می‌شود؟ اما تنها راه اطلاع‌رسانی به مخاطبی که در خانه نشسته است و ترغیب او به خرید کتاب، فضای آنلاینی است که امروزه در دسترس همگان قرار دارد. فعالیت در فضای آنلاین امروزه از پیش‌بینی‌های اصلی موفقیت کسب و کارها از جمله کسب و کارهای فرهنگی، مانند کتابفروشی به‌شمار می‌آید. در این فضا، حلقه واسط بین کتابفروشی و مخاطب یا همان کاربر، اهمیت حضور کتابفروشان در فضای آنلاین با تولید محتوای مؤثر، به غیر از بهر مندی از یک راه‌حل مؤثر

برای ادامه فعالیت، مایه توسعه بازار است. شاید در شرایطی که نفس‌های به‌شمار افتاده، توسعه کسب و کار کتابفروشی‌ها یک چشم‌انداز بعید تلقی شود، اما نگاهی به آمار فعالیت کاربران اینترنتی، نخست ضرورت ورود به این عرصه و دوم ضرورت تولید حرفه‌ای محتوا در این فضا را روشن‌تر می‌کند.

در ایران از جمعیت حدود ۸۴ میلیون نفری، حدود ۵۹ میلیون کاربر اینترنت، وجود دارد. بنابراین با توجه به مزیت‌های فضای آنلاین، کتابفروشان بر اساس اصل رقابت برای تولید محتوای جذاب‌تر، تمرین کنند. نخستین اصل پیش از تلاش برای تولید محتوا، تغییر باور کتابفروشان و تحول از سنت به مدرن است. علاوه بر این، تولید محتوا در فضای آنلاین نباید به معنی پایین کشیدن کرکره کتابفروشی تلقی شود؛ چرا که بخش اعظم هدف ورود به این عرصه، حفظ کتابفروشی‌های فیزیکی است؛ به عبارت دیگر تولید انواع محتوا در فضای آنلاین را نه عامل تهدید، بلکه باید عامل توسعه کتابفروشی‌ها بدانیم. گام دوم کسب دانش برای تولید محتوای مؤثر و بهر مندی از انواع قالب‌های محتوایی است؛ بی‌توجهی به این مؤلفه احتمال حذف صفحه کتابفروشی از فهرست علاقه‌مندان آنلاین را افزایش می‌دهد. چرایی و ضرورت ورود کتابفروشان به فضای آنلاین، چیستی محتوای آنلاین، قالب‌های مؤثر برای جذب

قرار نگرفته است. از این روی، تأثیر گذاری فضای آنلاین بر کسب و کارهای فرهنگی و از جمله کتابفروشی‌ها به مثابه یک انقلاب است. در نتیجه میتوان با تولید انیمیشن، موشن گرافی یا تصاویر رنگی محتوا را برای مخاطب آتر بخش‌تر کرد و یا برای معرفی کتاب‌های دانشگاهی، توصیه یک استاد دانشگاه یک مرجع مهم است و برای معرفی کتاب‌های عمومی می‌توان سراغ به اصطلاح بلاگرها رفت. لازم است اهمیت این موضوع را در بایم که حساسیت تولید محتوای آنلاین از سوی کتابفروشان بسیار بالاست؛ چرا که نمی‌توان هر نوع محتوایی را به خورد مخاطب داد. باید توجه داشت که هر چه محتوا، تبلیغ منفی است و نتیجه عکس دارد. شاید بتوان گفت که تولید محتوای فضای آنلاین برای کتابفروشی، وظیفه ناشر است؛ زیرا تولید محتوا فقط خاص کتابفروشی‌های بزرگ نیست و اگر قرار باشد با کیفیت باشد، برای کتابفروشی‌های کوچک بسیار گران از آب در خواهد آمد. اما برای تولید محتوای آنلاین حتماً باید از تجربه کتابفروشی سود برد.

شناخت بازار، داشتن شم نویسنده‌گی متأثر از وضعیت بازار و شناخت مخاطب فضای آنلاین، همچنین آشنایی با رسانه‌های فضای آنلاین از دیگر ابزارهای ضروری برای تولید کننده محتوای کتابفروشی برای فضای آنلاین است.

از این روی باید بدانیم که ویرین کتابفروشی فضای آنلاین است. بنابراین تولید محتوای آنلاین به تخصص نیاز دارد و نخستین گام برای یک فعالیت درست و راهبردی ایجاد نیاز به مطالعه در کاربر این فضا است. تولید محتوای فضای آنلاین یکی از ابزارهای بازاریابی است که زمانی مؤثر خواهد افتاد که غیر مستقیم باشد. مثلاً یکی از این روش‌های غیر مستقیم، تولید و انتشار مقاله درباره شیوه‌های مطالعه است.

فضای آنلاین به معنای تعطیلی کتابفروشی‌ها نیست
از این روی اشتباه است که تصور کنیم نتیجه تولید محتوا برای فضای آنلاین، تعطیلی کتابفروشی‌های فیزیکی است، بلکه این ویرین کتابفروشی‌ها ایجاد پاتوق مجازی برای گرفتن سفارش کتاب و باز هم گپ و گفت با مشتریان است. اما کتابفروشی‌های کوچک می‌توانند با بودجه کمتر و با

اینکه با فیلترینگ هزینه مضاعفی روی دست کاربران بگذاریم و دسترسی آسان آنها را به محتوای اکنون فروشگاه‌ها، اخبار ناشران و کتابفروشان قطع کنیم، کندن ریشه حیات تجاری و کسب و کار اندک مردمی است که با تحریم، گرانی، نوسانات ارز و اپیدمی بیماری هولناک قرن بیست و یکم دست و پنجه نرم می‌کنند

ایده‌های خلاقانه و ارزان‌تر، محتوا تولید کنند. به هر حال از هر راهی که سود می‌جویند، باید بپذیریم که تحول در باورهای سنتی، شرط اساسی برای توسعه کسب و کار کتابفروشان در فضای آنلاین است. اما کتابفروشی باید آگاهانه بداند که هر محتوا، کتابفروشی را به چه سمت و سویی می‌برد و هدف از تولید آن چیست.

اگر کتابفروشان با دقت نظر بالا به عرصه فضای آنلاین وارد شوند، می‌توانند به چیزی بیش از بقا فکر کنند و با توجه به ظرفیت‌های این فضا به برند بزرگی تبدیل شوند. اکنون که ضرورت ناگزیر تحول در فروش کتاب و ارتباط با مخاطب را در یافتم باید به زمزمه‌های عده‌ای گوش کنیم که فیلتر کردن اینستاگرام را بدون هیچ دانش و دیدگاهی در پیش گرفته‌اند بدون آنکه در یابند اکنون با اپیدمی کرونا و آسیب تمام کسب و کارها و به ویژه کتابفروشی‌ها، نیاز به این فضای یک ضرورت حیاتی است تا کتابفروشان بتوانند با همین نفس‌های به‌شمار افتاده به حیات خود ادامه دهند و همچنان عده‌ای با کتاب همراه نگه دارند. بنابراین اینکه با فیلترینگ هزینه مضاعفی روی دست کاربران بگذاریم و دسترسی آسان آنها را به محتوای اکنون فروشگاه‌ها، اخبار ناشران و کتابفروشان قطع کنیم، کندن ریشه حیات تجاری و کسب و کار اندک مردمی است که با تحریم، گرانی، نوسانات ارز و اپیدمی بیماری هولناک قرن بیست و یکم دست و پنجه نرم می‌کنند.

از این روی هر تصمیمی باید بدون تعصب و با رویکرد درست و تخصصی باشد. شاید این فضا آخرین کورسوی امید فعالیت و اقتصاد تعداد بی‌شماری از مردمی باشد که به حد کفایت در فشار اقتصادی قرار گرفته‌اند.

معرفی کتاب

«ایده روانکاوی» روانه کتابفروشی‌ها شد
باز شدن باب نظر به در کتاب‌های تألیفی ایران



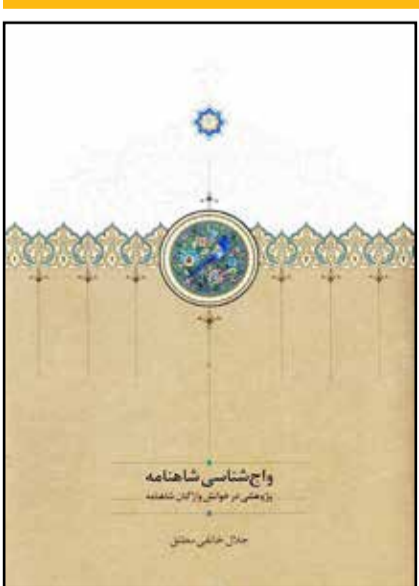
انتشارات سیب سرخ کتاب تازه‌ای از شهریار وقفی پور را با عنوان «ایده روانکاوی» در ۱۰۵ صفحه و بهای ۲۲ هزار تومان روانه کتابفروشی‌ها کرده است. این کتاب چهارمین اثر تألیفی وقفی پور در حوزه نظری روانکاوی است. به گزارش خبرگزاری مهر، به گفته این نویسنده او با چندین سال تجربه عملی کار کلینیکی روانکاوی این کتاب را نوشته و نظریات مطرح شده در آن را با هدف ارائه‌ای ساده و روان از مباحث روانکاوی برای مخاطبان علاقه‌مند به این موضوع تألیف کرده است. این نویسنده درباره این کتاب و موضوعش گفت: مادر روانکاوی ۳ ساختار روانی داریم که شامل «روان‌نژندی، انحراف و روان‌پریشی» و در قالب ساختارهای مختلف در کتاب توضیح داده شده است. کتاب همچنین سعی خود را به کار بسته تاناشان دهند این سه ساختار چگونه از هم تشخیص داده می‌شود و راه تشخیص باورهای سنتی، شرط اساسی برای توسعه کسب و کار کتابفروشان در فضای آنلاین است. اما کتابفروشی باید آگاهانه بداند که هر محتوا، کتابفروشی را به چه سمت و سویی می‌برد و هدف از تولید آن چیست.

اگر کتابفروشان با دقت نظر بالا به عرصه فضای آنلاین وارد شوند، می‌توانند به چیزی بیش از بقا فکر کنند و با توجه به ظرفیت‌های این فضا به برند بزرگی تبدیل شوند. اکنون که ضرورت ناگزیر تحول در فروش کتاب و ارتباط با مخاطب را در یافتم باید به زمزمه‌های عده‌ای گوش کنیم که فیلتر کردن اینستاگرام را بدون هیچ دانش و دیدگاهی در پیش گرفته‌اند بدون آنکه در یابند اکنون با اپیدمی کرونا و آسیب تمام کسب و کارها و به ویژه کتابفروشی‌ها، نیاز به این فضای یک ضرورت حیاتی است تا کتابفروشان بتوانند با همین نفس‌های به‌شمار افتاده به حیات خود ادامه دهند و همچنان عده‌ای با کتاب همراه نگه دارند. بنابراین اینکه با فیلترینگ هزینه مضاعفی روی دست کاربران بگذاریم و دسترسی آسان آنها را به محتوای اکنون فروشگاه‌ها، اخبار ناشران و کتابفروشان قطع کنیم، کندن ریشه حیات تجاری و کسب و کار اندک مردمی است که با تحریم، گرانی، نوسانات ارز و اپیدمی بیماری هولناک قرن بیست و یکم دست و پنجه نرم می‌کنند.

لذت خیانت؛ کتابی درباره ماهیت و هنر ترجمه



کتاب «لذت خیانت» شامل چهار مقاله به قلم مهم‌ترین متفکران معاصر درباره ماهیت و هنر ترجمه است. مقاله‌های منتشر شده در این کتاب به ترتیب عبارتند از: «ترجمه کردن» موریس بلانشو، «ترجمه از» موریس بلانشو، «تایخ: «رسالت مترجم» والتر بنیامین، «پل دومان و «لذت خیانت» جودیت باتلر. موریس بلانشو، یکی از مشهورترین اندیشمندان و منتقدان ادبی فرانسوی در سطح جهان است. از جمله مهم‌ترین کتاب‌های منتشر شده او به‌فازسی «از کافکا تا کافکا» است. جودیت باتلر نیز فیلسوف پسا ساختارگرا و فمینیست آمریکایی است. وی کرسی تدریس در رشته ادبیات در دانشگاه کلمبیا آمریکا را دارد. «دعای آنتیگونه» یکی از مشهورترین کتاب‌های او است که با ترجمه بابک سلیمی‌زاده به فارسی منتشر شده است. پل دومان نیز یکی از متفکران مشهور فرانسوی است که نام‌اش با مسئله مشهور «شالوده‌شکنی» گره خورده است. کتابی درباره زندگی و اندیشه‌های این متفکر در ایران با عنوان «پل دومان» نوشته مارتن میک کونیلان باتر جمه پیام‌زبان‌جو منتشر شده است. مرادیانی در بخشی از یادداشت خود بر این کتاب در توضیح مقالات، نوشته است: «هر یک از مقالات کتاب حاضر در زمان و زمینه متفاوتی به رشته تحریر در آمده و منتشر شده است. دو مقاله نخست نوشته متفکر و منتقد فرانسوی موریس بلانشو، مقاله سوم به قلم نظریه پرداز و منتقد ادبی پل دومان و مقاله پایانی نوشته جودیت باتلر، متفکر آمریکایی است.



خوانش واژگان در این دوره، در کنار توانش قافیه در خود شاهنامه، مهم‌ترین ملاک و دستمایه خالقی در تعیین خوانش احتمالی یا حتمی واژگان شاهنامه است. با این حال، این مصحح شاهنامه از چند مآخذ دیگر نیز چون فرهنگ جهانگیری و برهان قاطع و فرهنگ زبان تاجیکی بهره گرفته است. وی پس از ثبت خوانش هر واژه در متن و برخی گویش‌ها، به بررسی آن واژه در شاهنامه پرداخته و خواننده را از درجه کار رفت هر واژه در شاهنامه آگاه کرده است. دکتر خالقی پس از آن، نظر خود را درباره هر واژه به گونه‌ای که از پیش در سرواژه (مدخل) آمده، ذکر کرده است.

واژه‌های بررسی شده در کتاب واج‌شناسی شاهنامه، نخست طبق موضوع همخوان‌ها (صامت‌ها) و آکه‌ها (مصوت‌ها) و سپس به ترتیب الفبایی تنظیم شده‌اند. دکتر خالقی برای نگهداشت احتیاط علمی، خوانش خود را غالباً محتمل، محتمل‌تر و نزدیک‌تر نامیده است.

خالقی مطلق خوانش خود را غالباً محتمل، محتمل‌تر و نزدیک‌تر نامیده است

پژوهشی در خوانش واژگان شاهنامه

کتاب «واج‌شناسی شاهنامه (پژوهشی در خوانش واژگان شاهنامه)» نوشته دکتر جلال خالقی مطلق به تازگی از سوی انتشارات دکتر محمود افشار منتشر شده است. یکی از بایسته‌ترین پژوهش‌ها درباره متن شاهنامه، تعیین خوانش واژه‌های آن است، به تریبی که خود سراینده می‌خواند، رسیدن به این هدف، به علت نداشتن متون مشکوک از زمان و زبستانه سراینده به‌طور دقیق انجام‌پذیر نیست. اما نویسنده کتاب «واج‌شناسی شاهنامه» تلاش کرده با بهره‌گیری از همه منابع موجود خوانش احتمالی سراینده را که در مواردی خوانش حتمی او و در مواردی خوانش نزدیک به زمان او خواهد بود تعیین کند.

به این ترتیب خالقی تلاش کرده برای تعیین خوانش واژه‌های شاهنامه، نخست وضعیت هر واژه را در دودوره که با فاصله زمانی نسبتاً کوتاهی پیش و پس از شاهنامه قرار گرفته‌اند، بررسی کند. دوره اول، زبان پارسی میانه (پارسیگ) است که گهگاه گونه پارسی (پهلویگ) و مانوی (پارتی ترفانی) آن هم افزوده شده و در مورد نام افراد گاه ریخت‌وستایی و اینجا و آنجا ریخت پارسی باستان (در این کتاب: پایا) نیز آورده شده است. دوره دوم هم، متن دست‌نوشته پنج کتاب از سده پنجم هجری به نام‌های ۱. الانبیه عن الحقایق الادویه، ۲. (بخشی از) شرح التعرف لمذهب التصوف، ۳. هدایة المتعلمین فی الطب، ۴. معانی کتاب الله تعالی و تفسیره المنیر، ۵. تفسیر قرآن پاک است.

یادداشت