

## Διαδικτυωμένοι αναγνώστες – η τάση του «Social Reading»

**Η ανάγνωση δεν είναι πλέον μια μοναχική απόλαυση. Στο Διαδίκτυο μπορεί κανείς να συζητήσει για βιβλία, να τα προτείνει και να τα αξιολογήσει. Πίσω από αυτή την τάση του «Social Reading», όμως, υπάρχει και το μάρκετινγκ.**

Το ότι οι αναγνώστες συζητούν για βιβλία δεν είναι κάτι καινούργιο. Αυτό που είναι καινούργιο είναι ότι το κάνουν «μέσα» στα ίδια τα βιβλία. Το Sobooks, μια μικρή νεοφυής γερμανική επιχείρηση τούς δίνει αυτή τη δυνατότητα. Στην Έκθεση Βιβλίου της Φρανκφούρτης του 2013, ο ιδρυτής της επιχείρησης και συγγραφέας Sascha Lobo παρουσίασε την πλατφόρμα του Sobooks: Στο Sobooks όχι μόνο μπορείς να αγοράσεις ηλεκτρονικά βιβλία – μπορείς και να γράψεις μέσα σε αυτά. Οι επισκέπτες της πλατφόρμας μπορούν να κάνουν τα σχόλιά τους απευθείας στα περιθώρια των σελίδων του ηλεκτρονικού βιβλίου. Μοιάζει λίγο σαν να έχει δανειστεί κάποιος ένα βιβλίο από μια βιβλιοθήκη, το οποίο άλλοι αναγνώστες έχουν γεμίσει με σημειώσεις. «Θέλουμε να φέρουμε τη συζήτηση για τα βιβλία μέσα στο βιβλίο» εξηγεί ο Lobo το σκεπτικό του. Ειδικά τα μη λογοτεχνικά βιβλία για τα οποία υπάρχουν αντικρουόμενες απόψεις προσφέρονται για αυτό: Οι αναγνώστες μπορούν να προβάλουν τα αντεπιχειρήματά τους, να συμπληρώσουν πραγματολογικά στοιχεία, ή να επισημάνουν τυχόν ανακρίβειες του συγγραφέα.

Το Sobooks είναι ακόμα σε δοκιμαστική φάση – λίγα μόνο βιβλία υπάρχουν για την ώρα στην ιστοσελίδα. Παρ' όλα αυτά, τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά την Έκθεση Βιβλίου εκδηλώθηκε μεγάλο ενδιαφέρον για την πλατφόρμα. Κι αυτό γιατί οτιδήποτε έχει να κάνει με διάδραση αποτελεί τάση της αγοράς για τον εκδοτικό χώρο. «Το Social Reading θα δώσει τεράστια ώθηση στον κλάδο» προέβλεπε ο Otis Chandler, ιδρυτής και διευθυντής της πλατφόρμας με προτάσεις βιβλίων Goodreads.com, τον Οκτώβριο του 2013 σε μια συνέντευξή του. Και δικαίως, γιατί ο αριθμός μελών της ιστοσελίδας, που εγκαινιάστηκε το 2006, μέσα στο 2013 και μόνο διπλασιάστηκε. Στις αρχές του 2014 συνέρρεαν στον δικτυακό τόπο περισσότεροι από 20 εκατομμύρια χρήστες απ' όλο τον κόσμο – η Γερμανία έχει τη δεύτερη μεγαλύτερη κοινότητα Goodreads στην Ευρώπη (την πρώτη την έχει η Μεγάλη Βρετανία).

### ***Tweet σε αποσπάσματα μέσα από το ηλεκτρονικό βιβλίο***

Το Διαδίκτυο έχει εξελιχθεί σε μια τεράστια «παιδική χαρά» για βιβλιοφάγους. Όμως τι ακριβώς σημαίνει «Social Reading»; Ο όρος εμπερικλείει όλα όσα, υπό μία ευρεία έννοια, έχουν να κάνουν με ανταλλαγή απόψεων μεταξύ βιβλιόφιλων. Μπορεί να είναι blogs αναγνωστών ή ιστοσελίδες που απευθύνονται σε φανατικούς οπαδούς μιας συγκεκριμένης σειράς μυθιστορημάτων ή θρίλερ. Αλλά και διαδικτυακές πύλες, όπως το Goodreads.com ή το γερμανικό «αντίπαλο δέος» της, το Lovelybooks.de, στις οποίες οι χρήστες μπορούν να αξιολογήσουν και να γράψουν κριτικές για βιβλία, είναι μέρος αυτής της τάσης του Social Reading. Οι δυνατότητες αυτές συμπληρώνονται από λειτουργίες του ηλεκτρονικού βιβλίου που επιτρέπουν να πάρει κανείς αποσπάσματα ή σχόλια απευθείας μέσα από το βιβλίο και να τα κοινοποιήσει, π.χ. μέσω Facebook και Twitter.

Από τη σκοπιά των εκδοτών, το Social Reading είναι ένα καταπληκτικό νέο είδος μάρκετινγκ, διότι καμία στρατηγική πωλήσεων δεν είναι πιο αποτελεσματική από τον γνήσιο ενθουσιασμό ενός αναγνώστη. Για τους αναγνώστες, πάλι, το Social Reading είναι περισσότερο μια νέα μορφή πρόσληψης. Πλέον, υπάρχει η δυνατότητα να ανταλλάξουν απόψεις ήδη κατά τη διάρκεια της ανάγνωσης. Έτσι προκύπτουν συζητήσεις γύρω από βιβλία, αλλά και «συννεφάκια διαλόγου». Άνθρωποι που δεν γνωρίζονται προσωπικά, αλλά έχουν παρόμοια γούστα, κάνουν διάλογο, συζητούν με πάθος για ήρωες και σειρές μυθιστορημάτων. Οι αλγόριθμοι μετατρέπουν τις συζητήσεις αυτές σε βιβλιοπροτάσεις: «Ίσως σας ενδιαφέρει και αυτό».

### ***Η άλλη όψη του νομίσματος: ο διάφανος αναγνώστης***

Η άλλη όψη του νομίσματος του Social Reading είναι ο διάφανος αναγνώστης. Επί αιώνες η ανάγνωση ήταν μια σιωπηλή, μοναχική δραστηριότητα. Όποιος διάβαζε ένα βιβλίο που τον είχε ενθουσιάσει το σύστηνε προφορικά στον φιλικό του κύκλο – μια διαδικασία που κανένας τρίτος δεν μπορούσε να καταγράψει, να καθοδηγήσει ή να αξιολογήσει. Εξού και η ανάγνωση επί αυταρχικών καθεστώτων θεωρήθηκε συχνά ανατρεπτική δραστηριότητα, ένας ύποπτος τρόπος να περνά κανείς την ώρα του. Στην εποχή του Διαδικτύου, τα πράγματα έχουν αλλάξει. Το ποιος διάβαζε ή πρότεινε τι και πότε μπορούν να το παρακολουθήσουν πολλοί. Τα διαδικτυακά βιβλιοπωλεία αποθηκεύουν τις αγορές βιβλίων, ενώ σε πολλές πλατφόρμες βιβλιοκρισίας μπορεί κανείς να συνδεθεί με το προφίλ του στο Facebook – όλα αυτά αφήνουν ίχνη δεδομένων. Για τους εκδότες και τους συγγραφείς αυτές οι τεράστιες ποσότητες δεδομένων είναι άκρως ενδιαφέρουσες. Αν μπορούσαν, θα «ανίχνευαν» πιθανότατα πληροφορίες για την πελατεία τους ακόμη και μέσα στο ίδιο το ηλεκτρονικό βιβλίο – θα παρακολουθούσαν δηλαδή πώς ακριβώς κινείται ο αναγνώστης μέσα στο κείμενο. Πού σταματάει, τι τον γοητεύει, τι του φαίνεται ανιαρό...

Το ίδιο και το Soboooks θέλει να αξιολογήσει αυτά τα δεδομένα. Το αν η νέα αυτή επιχείρηση έχει πιθανότητες να επιβιώσει στην ακμάζουσα αγορά του Social Reading, δεδομένου του τεράστιου παγκόσμιου ανταγωνισμού που έχει να αντιμετωπίσει, μένει να απαντηθεί. Το 2013 η εταιρεία διαδικτυακών παραγγελιών Amazon, που είναι η αδιαφιλονίκητη ηγετική δύναμη στην πώληση ηλεκτρονικών βιβλίων και στη Γερμανία, αγόρασε την Goodreads. Σίγουρα πρόκειται για μια καλή επένδυση, γιατί χάρη στα δεδομένα της Goodreads η Amazon θα μπορεί να αναλύει τις προτιμήσεις των πελατών της ακόμα πιο αποτελεσματικά.

*H Astrid Herbold*

*είναι δημοσιογράφος και ζει στο Βερολίνο. Αρθρογραφεί, μεταξύ άλλων, για τις εφημερίδες „Der Tagesspiegel“ και „Zeit Online“. Το ενδιαφέρον της επικεντρώνεται σε θέματα που αφορούν το Διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα.*

*Copyright: Goethe-Institut e. V., Internet-Redaktion  
Ιανουάριος 2014*

*Αν έχετε ερωτήσεις πάνω στο άρθρο αυτό, μπορείτε να μας γράψετε στην ηλεκτρονική  
διεύθυνση*

✉ [internet-redaktion@goethe.de](mailto:internet-redaktion@goethe.de)