



Ιόνιο Πανεπιστήμιο
Σχολή Επιστήμης της Πληροφορίας και Πληροφορικής
Τμήμα Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας

Πτυχιακή εργασία
Ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην προώθηση της φιλαναγνωσίας



Κέρκυρα 2023

**Μια εργασία της
Ιωάννας Βασιλικής Τσαρούχα
B2017002**

**Επιβλέπουσα καθηγήτρια:Σοφία Στάμου
©**

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	4
Περίληψη.....	5
Κεφάλαιο 1: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	6
1.1 Τι είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	6
1.2 Η επίδρασή τους στην ζωή.....	6
1.2.1 Θετικά και αρνητικά της χρήσης τους.....	7
1.2.2 Τα κυριότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	8
Κεφάλαιο 2: Πώς χρησιμοποιούνται από εκδότες για την προβολή και προώθηση της φιλικότητας.....	9
2.1 Εκδοτικοί οίκοι και social media.....	10
2.2 Βιβλιοπωλεία και social media.....	18
Κεφάλαιο 3: Πώς οι χρήστες συμμετέχουν σε ομάδες/ κοινότητες φιλικότητας (λέσχες ανάγνωσης).....	20
3.1 Αναγνωστικές συμπεριφορές.....	23
3.2 Λέσχες ανάγνωσης με φυσική παρουσία ή μέσω διαδικτύου.....	24
Κεφάλαιο 4: Πώς επηρεάζουν τις αναγνωστικές προτιμήσεις του κοινού.....	26
Κεφάλαιο 5: Αλλαγές που επιφέρουν στον τρόπο επαφής του κοινού με το βιβλίο(π.χ ηλεκτρονικά βιβλία, audio books).....	31
5.1 Ηχητικά βιβλία(audio books).....	31
5.1.1 Ηχητικά βιβλία και social media.....	33
5.2 Ηλεκτρονικά βιβλία(e-books).....	35
5.2.1 Ιστορική αναδρομή ηλεκτρονικών βιβλίων.....	37
5.2.2 Ηλεκτρονικά βιβλία και social media.....	38
Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα- Προτάσεις για την ενίσχυση της φιλικότητας.....	40
Βιβλιογραφία.....	42

Εισαγωγή

Η επαναστατική ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την τελευταία δεκαετία έχει επηρεάσει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούμε με την πληροφορία, τα μέσα ενημέρωσης και το σημαντικότερο την ανάγνωση. Παράλληλα, η φιλαναγνωσία και η δημιουργία κοινοτήτων αναγνωστών έχουν αποκτήσει νέες διαστάσεις μέσω της ψηφιακής εποχής. Η παρούσα πτυχιακή εργασία εστιάζει στον συνδυασμό μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της φιλαναγνωσίας, ερευνώντας τον ρόλο των κοινωνικών δικτύων στην προώθηση της ανάγνωσης και την δημιουργία κοινοτήτων αναγνωστών.

Στην συνέχεια της εργασίας, θα εξεταστεί πώς οι εκδότες, οι συγγραφείς και τα βιβλιοπωλεία αξιοποιούν τα κοινωνικά μέσα για να προωθήσουν τα έργα τους και να επικοινωνήσουν με το αναγνωστικό κοινό. Επίσης, θα μελετηθεί πώς οι αναγνώστες συμμετέχουν σε λέσχες ανάγνωσης, είτε διαδικτυακές, είτε με φυσική παρουσία, προωθώντας την ανάγνωση μέσω των κοινωνικών δικτύων.

Τέλος θα αναδειχθεί η συνεκτική σχέση μεταξύ κοινωνικών δικτύων, ηχητικών βιβλίων και φιλαναγνωσίας. Θα διερευνηθούν οι διάφορες προσεγγίσεις και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για να ενθαρρυνθεί η ανάγνωση μέσω διαδικτύου και της συμμετοχής των αναγνωστών στην ψηφιακή εποχή.

Περίληψη

Το θέμα της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην προώθηση της φιλαναγνωσίας. Στο πλαίσιο της έρευνας , θα εξεταστεί πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την ανάγνωση, την προσέλκυση νέων αναγνωστών και την δημιουργία κοινοτήτων φιλαναγνωσίας. Θα εξεταστεί πώς οι εκδότες, οι συγγραφείς και τα βιβλιοπωλεία χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα για την προώθηση των βιβλίων και πώς οι αναγνώστες συμμετέχουν σε λέσχες ανάγνωσης. Παράλληλα θα εξεταστεί η σχέση μεταξύ των ηχητικών βιβλίων και των κοινωνικών μέσων, καθώς και των πρακτικών που εφαρμόζονται για να ενισχυθεί η φιλαναγνωσία. Τέλος θα αναδειχθεί η σημασία της ψηφιακής παρουσίας στον κόσμο της φιλαναγνωσίας και τον τρόπο με τον οποίο τα κοινωνικά μέσα επηρεάζουν τις αναγνωστικές συνήθειες και τις κοινότητες αναγνωστών.

Λέξεις κλειδιά:

- ◆ Κοινωνικά δίκτυα (αγγλικά Social media)
- ◆ Φιλαναγνωσία
- ◆ Λέσχες ανάγνωσης
- ◆ Ηχητικά βιβλία (audio books)
- ◆ Ηλεκτρονικά βιβλία (e- books)

Κεφάλαιο 1: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

1.1 Τι είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ο όρος μέσα κοινωνικής δικτύωσης (αγγλικά social media) αναφέρεται σε όλα τα μέσα που χρησιμεύουν στην αλληλεπίδραση και επικοινωνία των ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Διαθέτουν πολλές μορφές ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε ατόμου και τα ενδιαφέροντά του, όπως Facebook, twitter, Instagram κλπ (αναλυτικά θα γίνει λόγος παρακάτω για κάθε ένα απ' αυτά). Συμβάλλουν στην κοινωνική διάδραση των ανθρώπων που δημιουργούν, μοιράζονται ή ανταλλάσσουν πληροφορίες μέσα από εικονικές κοινότητες και δίκτυα. Σήμερα αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας κάθε ανθρώπου, καθώς έχουν λάβει μεγάλες διαστάσεις ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια.

Κοινωνική δικτύωση υπήρχε ανέκαθεν μεταξύ των ανθρώπων, όταν συγκεντρώνονταν σε ομάδες, αλλά με την εμφάνιση του παγκόσμιου ιστού η κοινωνική δικτύωση έγινε πιο εύκολη, καθώς μπορούν να συνδεθούν και να αλληλεπιδράσουν άτομα από διαφορετικές χώρες.

Διαθέτουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Υποστηρίζουν πολλές μορφές περιεχομένου όπως βίντεο, κείμενο, φωτογραφίες, ήχο. Πλέον όλα τα κοινωνικά δίκτυα έχουν εισάγει στις πλατφόρμες τους τρόπους ανταλλαγής μηνυμάτων και βιντεοκλήσεων για περισσότερη αλληλεπίδραση και επικοινωνία μεταξύ των χρηστών.
- Βελτιώνουν το εύρος και την ταχύτητα της διάδοσης των πληροφοριών
- Μπορούν να χρησιμοποιηθούν με κάθε μέσο υπολογιστή, τάμπλετ και κυρίως έξυπνα κινητά τηλέφωνα
- Συμβάλλουν στην δημιουργία σε πραγματικό χρόνο διαδικτυακών εκδηλώσεων και την απευθείας μετάδοση δια ζώσης εκδηλώσεων(live streaming) υποστηρίζοντας την εύκολη πραγματοποίησή τους και παρακολούθηση.

Το κυριότερο όμως χαρακτηριστικό τους είναι η προώθηση ιδεών, αξιών, προϊόντων και φυσικά βιβλίων επηρεάζοντας την κοινή γνώμη άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά προς υιοθέτηση των παραπάνω.

1.2 Η επίδρασή τους στην ζωή

Η επίδρασή τους μπορεί να είναι τόσο θετική όσο και αρνητική, καθορίζοντας την ζωή μας, καθώς ολοένα και περισσότεροι χρήστες ανά τον κόσμο χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα είτε ως μέρος της δουλειάς τους, είτε ως ψυχαγωγία. Οι χρήστες δημοσιεύουν στιγμές από την καθημερινότητά τους, ή προωθούν την δουλειά τους κάνοντας μάρκετινγκ. Η κυριότερη όμως επίδρασή τους είναι στην καθημερινή ζωή, γεγονός που οδηγεί πολλά άτομα νεαρής ηλικίας κυρίως, να αποστασιοποιούνται από δραστηριότητες και να αποξενώνονται αποφεύγοντας την συναναστροφή με άλλα άτομα.

Ωστόσο σε συνθήκες όπως η πανδημία και ο υποχρεωτικός εγκλεισμός, τα κοινωνικά δίκτυα βοήθησαν στην αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων ώστε να μη χαθεί η επαφή, αλλά παράλληλα αποτέλεσαν και ένα σημαντικό είδος ψυχαγωγίας. Σε μια τέτοια περίπτωση επιδρούν θετικά, καθώς βοηθούν τα άτομα να διατηρούν επαφή με τον έξω κόσμο και να επικοινωνούν μεταξύ τους.

Είναι γεγονός λοιπόν ότι τα social media έχουν επηρεάσει την ζωή των ανθρώπων σε πολλούς τομείς. Ορισμένες βασικές επιδράσεις τους είναι:

1. **Επικοινωνία και δικτύωση:** τα social media έχουν επιτρέψει στους ανθρώπους να επικοινωνούν εύκολα με άλλους, ακόμα και αν βρίσκονται μακριά. Μπορούν να διατηρούν επαφές με φίλους και οικογένεια, να γνωρίζουν νέους ανθρώπους και να δικτυώνονται επαγγελματικά.
2. **Ενημέρωση:** παρέχουν γρήγορη πρόσβαση σε πληροφορίες από όλο τον κόσμο. Οι χρήστες μπορούν να παρακολουθούν εξελίξεις σε πραγματικό χρόνο και να μοιράζονται πληροφορίες και θεάματα με άλλους.
3. **Ψυχαγωγία:** Προσφέρουν ποικίλες μορφές ψυχαγωγίας όπως βίντεο, μουσική, παιχνίδια και υπηρεσίες streaming. Οι χρήστες παρακολουθώντας μπορούν να εκφράζουν τις απόψεις τους πάνω σε αυτά.
4. **Επαγγελματική ανάπτυξη:** Μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επαγγελματικές σκοπιμότητες όπως αναζήτηση εργασίας, δικτύωση, προώθηση. Πολλοί επαγγελματίες και επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα social media για την διαφήμιση των προϊόντων τους και την ανάπτυξη της επιχείρησής τους.
5. **Επιρροή και διαμόρφωση γνώμης:** Τα social media έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν την διαμόρφωση της της κοινής γνώμης σχετικά με την αντίληψη των ανθρώπων για διάφορα θέματα. Επιτρέπουν στους χρήστες να εκφράζουν απόψεις και να συμμετέχουν σε συζητήσεις.

Βέβαια, η χρήση τους μπορεί να έχει και αρνητικές επιπτώσεις, όπως προβλήματα απορρήτου, εξάρτηση από το διαδίκτυο, και δυνητική επιθετική συμπεριφορά. Η παρατεταμένη χρήση τους μπορεί να οδηγήσει σε αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία των ανθρώπων, εφήβων και ενηλίκων, όπως για παράδειγμα στην φυσική κατάσταση και στον ύπνο, αλλά και στην ψυχική υγεία. Όσο περισσότερο χρόνο αφιερώνουμε σε αυτά τόσο πιο πολύ περιορίζονται οι κοινωνικές επαφές, εφόσον υπάρχει διαρκής ψηφιακή επικοινωνία, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε κοινωνική απομόνωση. Παράλληλα μπορούν να οδηγήσουν σε χαμηλή αυτοεκτίμηση, καθώς κυνηγώντας τα likes και τη δημοσιότητα ο χρήστης οδηγείται σε κλονισμό της ψυχικής του υγείας. Αλλά και η τάση που έχουν να ωραιοποιούν καταστάσεις, οδηγεί τους χρήστες να επιδιώκουν το τέλειο, αποσπώντας τους από την πραγματικότητα. Έτσι οι χρήστες τείνουν να απομονώνονται προσπαθώντας να φτιάξουν ένα “καλό” προφίλ.

Τέλος, υπάρχει και ο κίνδυνος εθισμού. Οι κοινωνικές πλατφόρμες προκειμένου να κρατήσουν τους χρήστες όσο το δυνατόν περισσότερο ενεργούς, τους βομβαρδίζουν με ειδοποιήσεις, ενθαρρύνοντας τους να τα χρησιμοποιούν συνεχώς, με τα ιδιαίτερα χρώματά τους, τους ήχους ειδοποιήσεων και το παραπλανητικό, πολλές φορές περιεχόμενο, που σχετίζεται με τις αναζητήσεις του κοινού.

1.2.1 Θετικά και αρνητικά της χρήσης των κοινωνικών δικτύων

Όσον αφορά το γενικότερο πλαίσιο, λειτουργούν ως ένα μέσο ψυχαγωγίας των ατόμων, βοηθούν στην σύνδεση μεταξύ οικογένειας και φίλων και στο μοίρασμα ενδιαφερόντων και εμπειριών. Επίσης αν χρησιμοποιηθούν σωστά μπορούν να προσφέρουν και γνώσεις.

Τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να αποτελέσουν μια σημαντική διέξοδο στην επικοινωνία των ατόμων και να συμβάλουν στην διάδοση της φιλαναγνωσίας, καθώς

αποτελούν προέκταση των διαπροσωπικών σχέσεων. Το λεγόμενο “mouth to mouth” (από στόμα σε στόμα) στον κόσμο των βιβλίων γίνεται “cell phone to cell phone”(από κινητό σε κινητό), καθώς μέσω των κοινωνικών δικτύων οι χρήστες μοιράζονται το ενδιαφέρον τους για τα βιβλία, μαθαίνουν νέους τίτλους τους οποίους προωθούν στα προσωπικά τους προφίλ με αποτέλεσμα και άλλοι χρήστες να ανακαλύπτουν ένα καινούργιο βιβλίο ώστε αν τους ενδιαφέρει να το αγοράσουν.

Τα κοινωνικά δίκτυα όμως, μπορούν να έχουν και αρνητικό αντίκτυπο στην ζωή των ατόμων, καθώς οι χρήστες μπορούν εύκολα να εκτεθούν σε ακατάλληλο περιεχόμενο χωρίς τη θέλησή τους και παρά την προσπάθειά τους να το αποφύγουν, αυτό δεν καθίσταται εύκολο, αφού οι διαφημίσεις τέτοιου περιεχομένου είναι πολλές και ενοχλητικές. Ένα ακόμα μειονέκτημα είναι ότι κάποιος εύκολα μπορεί να δεχτεί βία μέσω του διαδικτύου, και σε ορισμένες περιπτώσεις ενδεχομένως ασκεί βία επηρεασμένος από κάποιου είδους ακατάλληλο περιεχόμενο.

1.2.2 Τα κυριότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

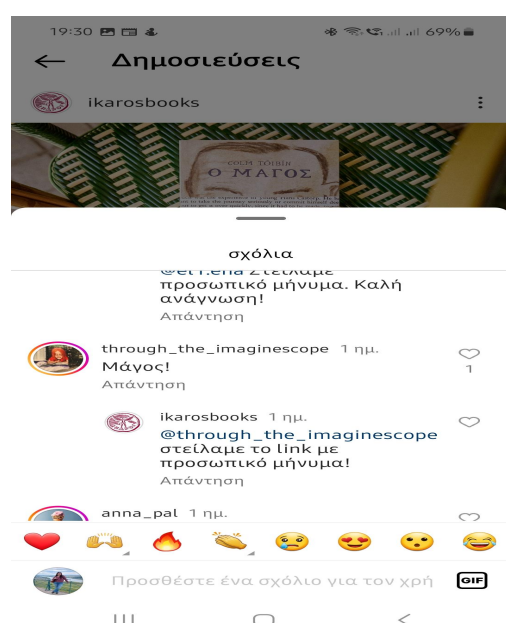
- **Facebook:** Αναφέρθηκε από πολλούς ως το καλύτερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, καθώς επιτρέπει την επικοινωνία μεταξύ δισεκατομμυρίων ατόμων παγκοσμίως. Επιπλέον έχει πολλές λειτουργίες που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, την ψυχαγωγία, το λιαν εμπόριο, την τεχνολογία.
- **Instagram:** Αποτελεί ίσως την πιο αγαπημένη πλατφόρμα όλων, influencers και μη, καθώς επιτρέπει την εύκολη δημοσίευση περιεχομένου με σκοπό την προώθηση προϊόντων, το ηλεκτρονικό εμπόριο. Χρησιμοποιείται ευρέως από δισεκατομμύρια χρήστες μικρούς και μεγάλους, γι’ αυτό και είναι το πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο.
- **Twitter:** Θεωρείται το πιο διαδεδομένο κοινωνικό δίκτυο όσο αφορά την άσκηση κριτικής στην πολιτική και σε άλλα θέματα που απασχολούν την επικαιρότητα, μέσα από τα λεγόμενα tweets, μικρού περιεχομένου κείμενα που μπορεί να συνοδεύονται από μια εικόνα ή βίντεο.
- **Tik Tok:** Έγινε κυρίως γνωστό στην περίοδο της καραντίνας του κορονοϊού και θεωρείται η πιο ταχέως αναπτυσσόμενη εφαρμογή παγκοσμίως. Επιτρέπει την δημοσίευση μικρών ή μεγάλων βίντεο που συνοδεύονται από κάποιο ηχητικό απόσπασμα.
- **You tube:** Είναι η κύρια εφαρμογή βίντεο, γνωστή και ως δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης στον κόσμο. Μέσω αυτής κάποιος μπορεί να παρακολουθήσει βίντεο διαφόρων περιεχομένων όπως μαγειρική, ομορφιά, εκπαίδευση, ψυχαγωγία.

Κεφάλαιο 2: Πώς χρησιμοποιούνται από εκδότες, συγγραφείς και

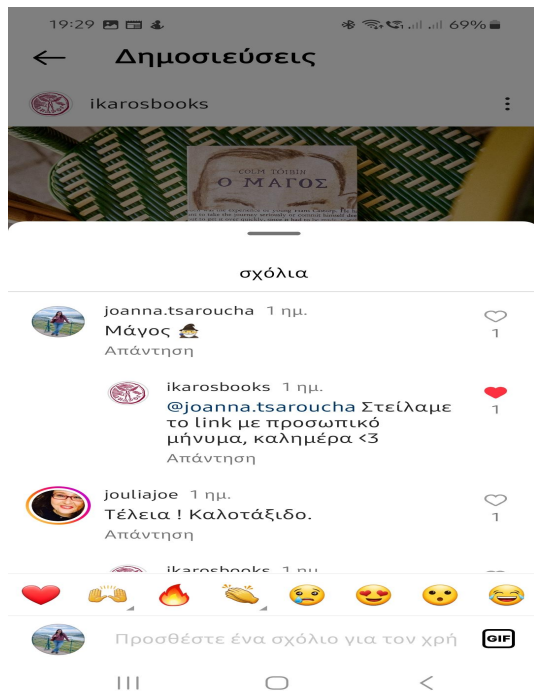
βιβλιοπωλεία για την προβολή και προώθηση των βιβλίων

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης(γνωστά κυρίως με τον αγγλικό όρο social media), χρησιμοποιούνται σε όλο και περισσότερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά και αναγνωρίζουν την δύναμή τους ως μέσο προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών, μέσα από το Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter, με τα τρία πρώτα να αποτελούν τα κυρίαρχα μέσα διαφήμισης. Παρόλο που αρκετά ελληνικά νοικοκυριά άργησαν να αποκτήσουν σύνδεση στο διαδίκτυο σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες του ανεπτυγμένου κόσμου, στη συνέχεια γνώρισε ραγδαία άνοδο.

Έτσι ολοένα και περισσότεροι εκδοτικοί οίκοι, βιβλιοπωλεία, αλλά και συγγραφείς, τα χρησιμοποιούν για να αναδείξουν την επιχείρηση και τα προϊόντα τους. Συχνά ολοένα και περισσότεροι εκδοτικοί οίκοι και βιβλιοπωλεία δημιουργούν λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα, κυρίως στο Facebook και στο Instagram, αλλά και στο Tik Tok, που έχει δυναμική παρουσία τον τελευταίο καιρό, μέσα από τους οποίους προβάλλουν τα βιβλία τους, ενημερώνουν τους χρήστες για προσφορές και τα νέα τους, όπως για παράδειγμα επέκταση των καταστημάτων τους, βιβλίο-φιλικές δράσεις, bazaar βιβλίων ή για ομιλίες συγγραφέων για ένα επερχόμενο βιβλίο, ή να προτείνουν βιβλία που έχουν γίνει best seller και όχι μόνο. Το ίδιο ισχύει και για τους εκδοτικούς οίκους. Σε μια χώρα σαν την Ελλάδα έννοιες όπως like (μου αρέσει), request (αίτημα φιλίας), add (προσθήκη στους ακολούθους), χρησιμοποιούνται όλο και συχνότερα από την καλημέρα, οπότε είναι λογικό βιβλιοπωλεία, εκδοτικοί οίκοι και συγγραφείς να στρέφονται στα κοινωνικά δίκτυα για προβολή. Γι' αυτό τείνουν να ανεβάζουν περιεχόμενο επιδιώκοντας την επικοινωνία με το κοινό και παρακολουθώντας τα ενδεχόμενα λιγιστά like ώστε να προχωρήσουν σε βελτίωση των προβαλλόμενων ειδών και σε επανασχεδίαση της στρατηγικής τους με σκοπό να κερδίσουν ολοένα και περισσότερους followers (ακολούθους) και συνεπώς μεγαλύτερη αναγνώριση στο ευρύ κοινό.



(1: επικοινωνία -αλληλεπίδραση χρηστών μέσω Instagram, 2:Παρουσίαση καινούργιων βιβλίων)



(Σχόλια χρηστών - επικοινωνία)

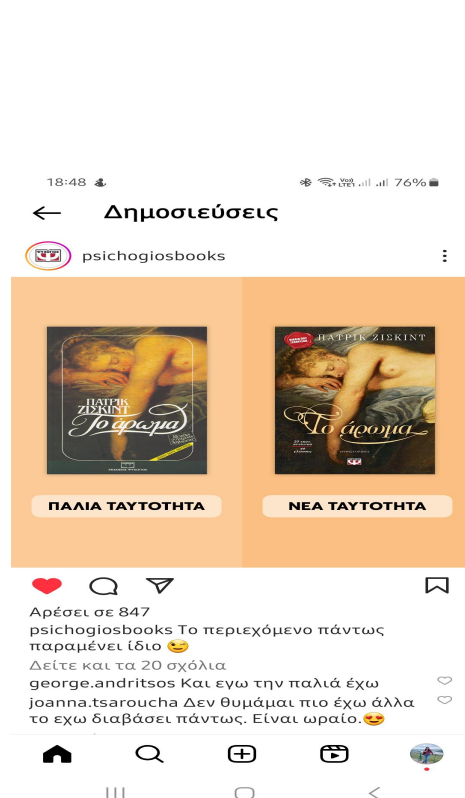
Είναι λοιπόν προφανές ότι τα κοινωνικά δίκτυα έχουν γίνει ισχυρά εργαλεία για τους εκδότες, συγγραφείς και βιβλιοπωλεία. Πολλές φορές διοργανώνουν σε αυτά διαγωνισμούς (giveaways στη γλώσσα του Instagram), ώστε οι χρήστες που θα συμμετέχουν ακολουθώντας τα βήματα, να κερδίσουν δωρεάν αντίτυπα των βιβλίων ή κάποιο ταξίδι μαζί με ένα βιβλίο για ανάγνωση στις διακοπές. Επίσης, αρκετοί συγγραφείς και εκδότες επιλέγουν να συνεργάζονται με influencers, άτομα με πολλούς ακολούθους που ασκούν επιρροή στο κοινό, οι οποίοι προωθούν τα βιβλία στα προφίλ τους, γράφουν κριτικές, είτε εκφράζουν την γνώμη τους μέσω ενός στόρι 24ωρών λέγοντας για τα βιβλία που επέλεξαν και τους άρεσαν και τα οποία προτείνουν στους ακολούθους τους.

(Έκθεση βιβλίου- bazaar)

2.1 Εκδοτικοί οίκοι και social media

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω αρκετοί γνωστοί εκδοτικοί οίκοι διαθέτουν κοινωνικά δίκτυα όπου αναρτούν περιεχόμενο σε **καθημερινή βάση** αναδεικνύοντας καινούργια βιβλία, υπενθυμίζοντας παλαιότερα τα οποία έχουν ανατυπωθεί και αλλάζει εμφάνιση με την ιστορία προφανώς να παραμένει η ίδια. Το περιεχόμενο που αναρτούν αφορά ανατυπωμένους τίτλους σε ήδη γνωστά βιβλία, αλλά και νέους τόσο από γνωστούς στο κοινό συγγραφείς, αλλά και από νέους και ανερχόμενους στο χώρο της συγγραφής. Επίσης, δημοσιεύουν επανεκδόσεις γνωστών βιβλίων, αλλά και όχι τόσο γνωστών στο κοινό, που παλαιότερα κυκλοφορούσαν από διαφορετικές εκδόσεις. Όπως και δημοσιεύσεις σχετικά με την ανακοίνωση βιβλίων που γίνονται σειρές ή ταινίες. Πολλές φορές επίσης αναρτούν ανακοινώσεις που αφορούν κάποια θέση εργασίας, quotes εμπνευσμένα από κάποιο βιβλίο, τα οποία συνοδεύονται με κάποια αστεία και μερικές φορές επίκαιρη με την καθημερινότητα λεζάντα. Επιπλέον, σχολιάζουν διάφορα επίκαιρα θέματα με αστείο τρόπο αναρτώντας μια εικόνα και συνοδεύοντάς την με μια διασκεδαστική λεζάντα, όπως για παράδειγμα στο θέμα με τις νέες ταυτότητες οι εκδόσεις Ψυχογιός ανάρτησαν μια δημοσίευση σχετικά με το

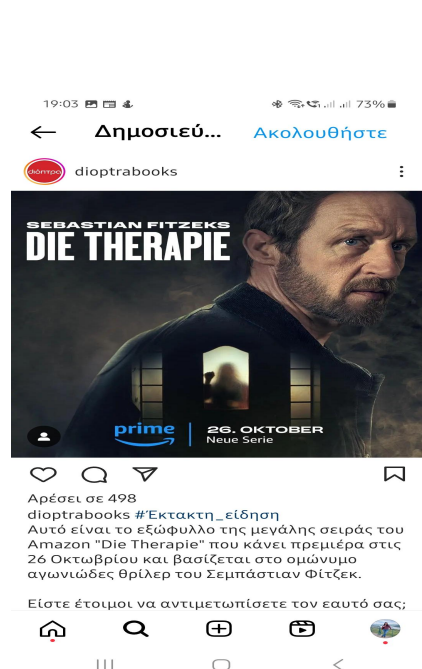
βιβλίο το “Άρωμα” όπου το παρουσίαζαν με την παλιά του έκδοση σε συνάρτηση με την καινούργια δείχνοντας έτσι την διαφορά της παλιάς με την καινούργια ταυτότητα.



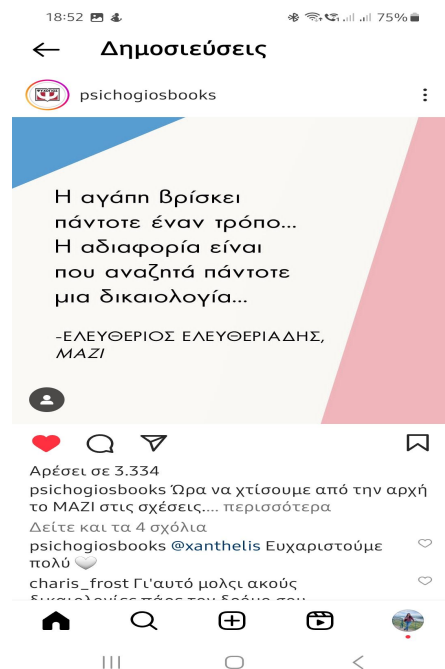
(Η δημοσίευση των εκδόσεων Ψυχογιός για τις Νέες ταυτότητες)



(Βιβλίο που έγινε σειρά στην τηλεόραση)



(Βιβλίο που έγινε σειρά σε streaming πλατφόρμα)



(quote εμπνευσμένο από βιβλίο)

Αξίζει να σημειωθεί πως σε δύσκολες στιγμές της καθημερινότητας, όπως σε φυσικές καταστροφές, ανεβάζουν περιεχόμενο , εικόνες ή βίντεο, δηλώνοντας ότι συμμερίζονται την θλίψη των ανθρώπων και προσφέρουν βοήθεια προς όσους έχουν ανάγκη είτε δίνοντας δωρεάν βιβλία και γραφική ύλη είτε συμβάλλοντας στην παροχή ανθρωπιστικής βοήθειας με τρόφιμα και είδη πρώτης ανάγκης.



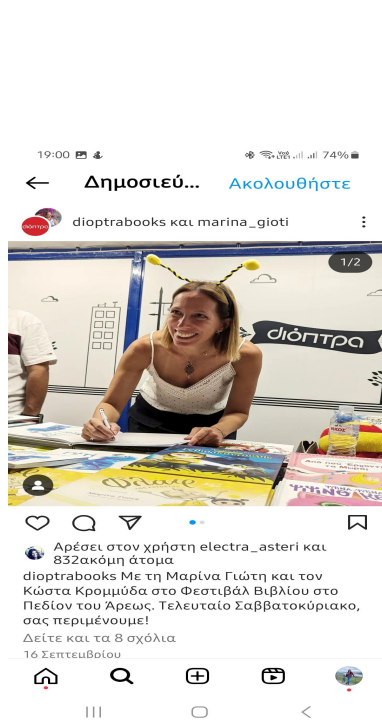
(Δημοσιεύσεις σχετικά με βοήθεια για πληγέντες φυσικών καταστροφών, πηγή: Instagram)



Ακόμα, μέσα από τις σελίδες τους στα κοινωνικά δίκτυα ανακοινώνουν την διοργάνωση εκθέσεων βιβλίου ενημερώνοντας τους χρήστες πως γνωστοί και αγαπητοί στο κοινό συγγραφείς θα βρίσκονται εκεί για να συνομιλήσουν με τους παρευρισκόμενους , να υπογράψουν αντίτυπα, ενώ διοργανώνουν και εκδηλώσεις για

¹⁹ Δυσπιστίες, μίσση, καμιά συνεννόηση, οι λαοί ανήσυχτοι, πεινασμένοι, αδικημένοι, πληθυσμοί μετατοπίζονταν ζητώντας γης να ριζώσουν, πνίγονταν η φωνή της ελευτερίας, ξυπνούσε πάλι το χτήνος στα σωθικά του ανθρώπου κι ετοιμάζονταν πάλι να χμίζξει(από ανάρτηση των εκδόσεων Διόπτρα για τις φωτιές του Αυγούστου 2023)"

την ζωή και το έργο σημαντικών συγγραφέων. Επιπλέον, μέσα από τα κοινωνικά τους δίκτυα ανακοινώνουν τις επισκέψεις διάσημων συγγραφέων στην Ελλάδα, όπως η πρόσφατη επίσκεψη του Νορβηγού Jo Nesbo, καθώς και παρουσιάσεις βιβλίων είτε σε κάποιο βιβλιοπωλείο, είτε σε κάποιο ανοιχτό χώρο εκδηλώσεων. Συχνά κοινοποιούν περιεχόμενο και στις ιστορίες, οι οποίες μένουν διαθέσιμες για 24 ώρες,



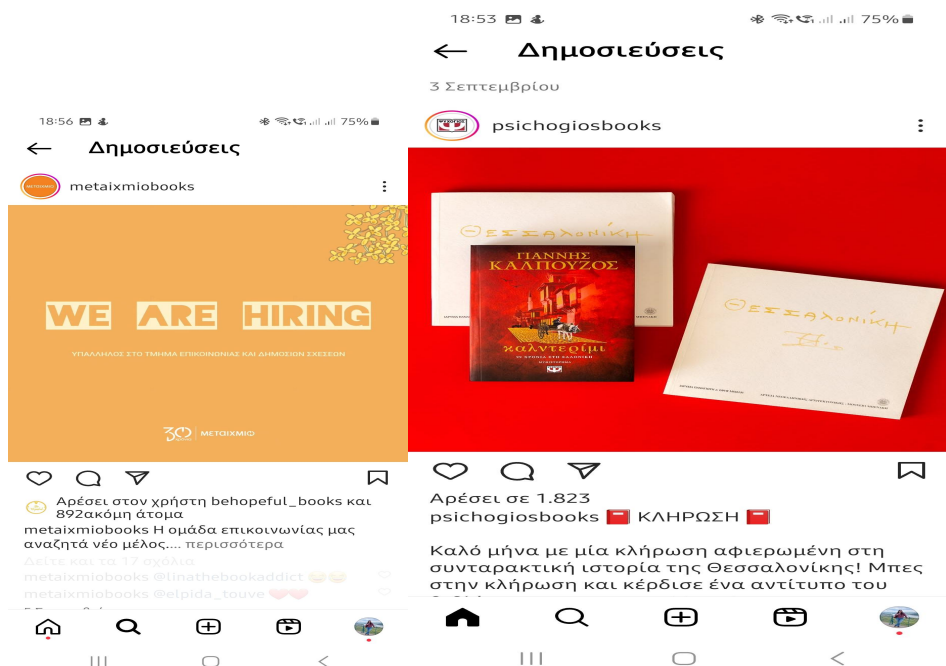
(Διοργάνωση έκθεσης βιβλίου με παρευρισκόμενους τον Κώστα Κρομμύδα και την Μαρίνα Γιώτη, πηγή:Instagram)

ώστε να το δουν περισσότεροι που μπορεί να έχασαν ή να μην μπόρεσαν να δουν την δημοσίευση.



(Επίσκεψη του Jo Nesbo στην Ελλάδα, πηγή: Instagram)

Επιπλέον, οι εργαζόμενοι στους εκδοτικούς οίκους ανεβάζουν περιεχόμενο από την δουλειά στα γραφεία τους, δείχνοντας στους ακολούθους τους τις συνθήκες εργασίας, το χιούμορ και την καλή διάθεση που επικρατεί μεταξύ τους, καθώς και διασκεδαστικά βίντεο τόσο στο Instagram όσο και στο Tik Tok, στα οποία είτε σχολιάζουν διάφορες καταστάσεις, είτε παρουσιάζουν καινούργια βιβλία, τα οποία αξίζει να διαβαστούν, είτε παλαιότερα που είναι αξιόλογα, είτε διαγωνισμούς, όπου οι χρήστες μπορούν να συμμετάσχουν και να κερδίσουν είτε δωρεάν βιβλία, είτε προσκλήσεις για κάποια εκδήλωση.



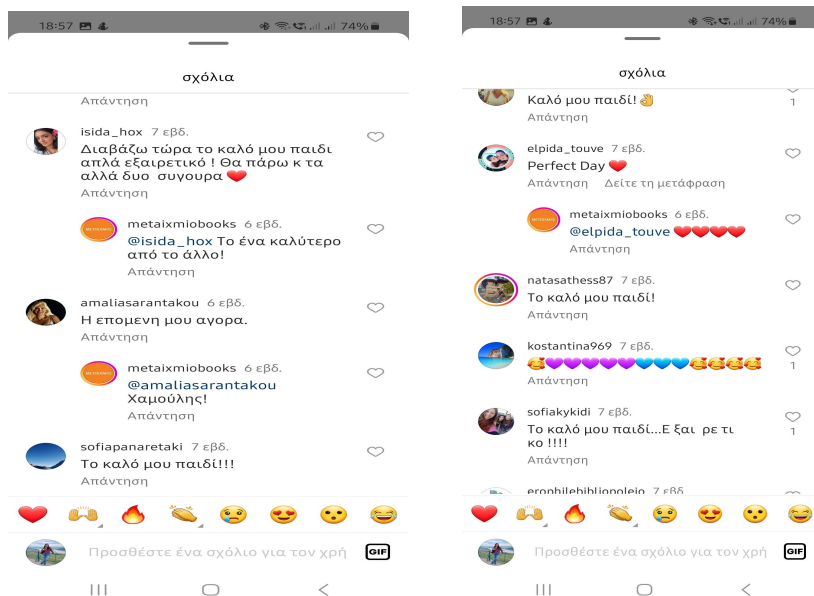
(Ανακοίνωση θέσης εργασίας, πηγή: Instagram)

(Διαγωνισμός - giveaway βιβλίου)



(Διαγωνισμός-giveaway βιβλίου, πηγή:Instagram)

Τέλος, οι χρήστες ανάλογα με το περιεχόμενο που ανεβάζουν, αλληλεπιδρούν με αυτό, αντιδρούν στις δημοσιεύσεις, τις σχολιάζουν είτε με χιουμοριστική διάθεση είτε εκφράζοντας την άποψή τους για το βιβλίο που προβάλλεται, αν τους άρεσε, αν έχουν δει την ταινία που βασίζεται σε αυτό. Είναι γεγονός πως αρκετοί χρήστες έχουν επιλέξει να διαβάζουν ένα βιβλίο που είδαν στα κοινωνικά δίκτυα των αγαπημένων τους εκδόσεων είτε γιατί τους ενέπνευσε ως βιβλίο αφού είχαν διαβάσει τις περιγραφές των εκδοτών, είτε είδαν τα σχόλια άλλων αναγνωστών και επέλεξαν να το διαβάσουν. Πολλές φορές επίσης αναδημοσιεύουν στα δικά τους προφίλ ένα βιβλίο που είδαν και τους άρεσε, το οποίο διάβασαν και θέλουν να το μοιραστούν με τους ακολούθους, προκειμένου να γίνει ακόμα πιο γνωστό και να το διαβάσουν και εκείνοι.

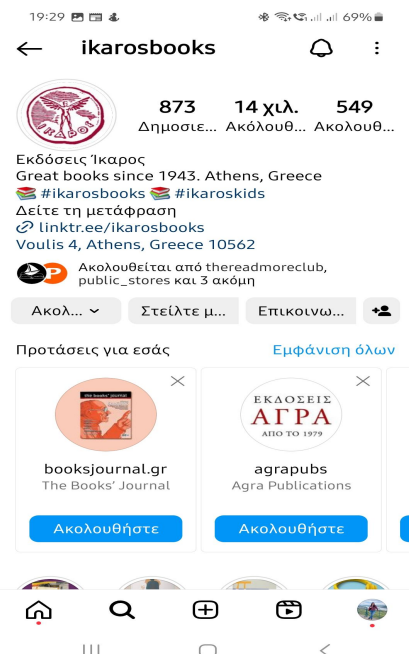
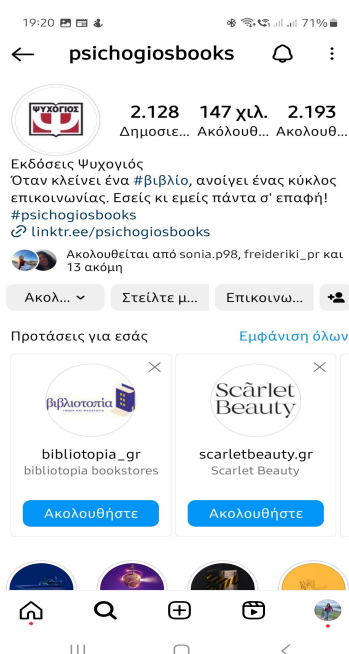


(Σχόλια χρηστών στο Instagram)

Οι χρήστες αρκετές φορές μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα ανακαλύπτουν, είτε με μια αναζήτηση, είτε από δημοσιεύσεις άλλων χρηστών λιγότερο γνωστούς

εκδοτικούς οίκους αλλά με αξιόλογα βιβλία, όπως για παράδειγμα οι εκδόσεις Ιστός, ο Λόγος, (που ειδικεύεται στα χριστιανικά βιβλία), Παπαδόπουλος και πολλοί άλλοι.

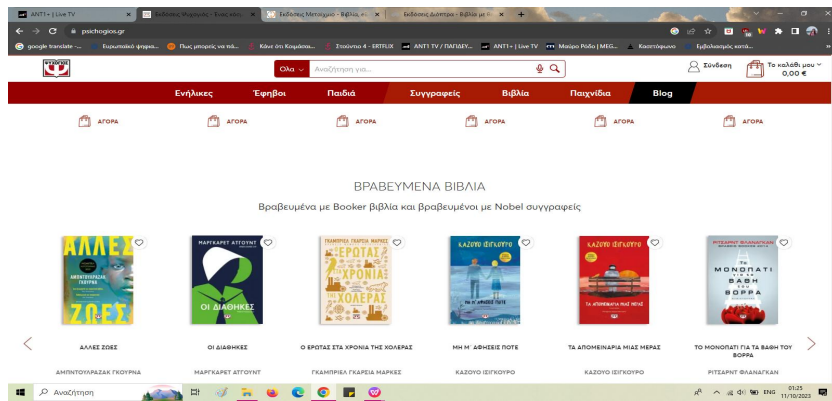
Ωστόσο, οι εκδοτικοί οίκοι δεν διαφημίζουν μέσα από τους λογαριασμούς τους μόνο τα βιβλία, αλλά και τα βιβλιοπωλεία των εκδόσεών τους καλώντας τους χρήστες να τα επισκεφτούν, να παρατηρήσουν τα αμέτρητα βιβλία που διαθέτουν από κοντά και στο τέλος γιατί όχι να αγοράσουν κάποιο. Έτσι λοιπόν μέσα από τις ιστορίες και τις δημοσιεύσεις ή ακόμα και στην αρχική σελίδα του προφίλ τους ανεβάζουν τον σύνδεσμο των εκδόσεών τους όπου οι χρήστες μπορούν να το πατήσουν και να ανακαλύψουν περισσότερα, από βιβλία για όλες τις ηλικίες και όλων των κατηγοριών, ηλεκτρονικά βιβλία (e-books), όπως και ηχητικά, μέχρι παιχνίδια, εκπαιδευτικά βοηθήματα και γραφική ύλη, ημερολόγια, καθώς και την διεύθυνση των βιβλιοπωλείων τους, όπως επίσης και προτάσεις για βιβλία που διαβάστηκαν στο διαδίκτυο με το hashtag #BookTok, το οποίο εάν ένας χρήστης το πατήσει στο Instagram ή στο Tik Tok μπορεί να βρει τις προτάσεις αυτές, αλλά και πολλές προσφορές.



(Πληροφορίες σχετικά με τον σύνδεσμο των εκδόσεων και την διεύθυνση των βιβλιοπωλείων του εκδοτικών οίκων, {πηγή: Instagram})

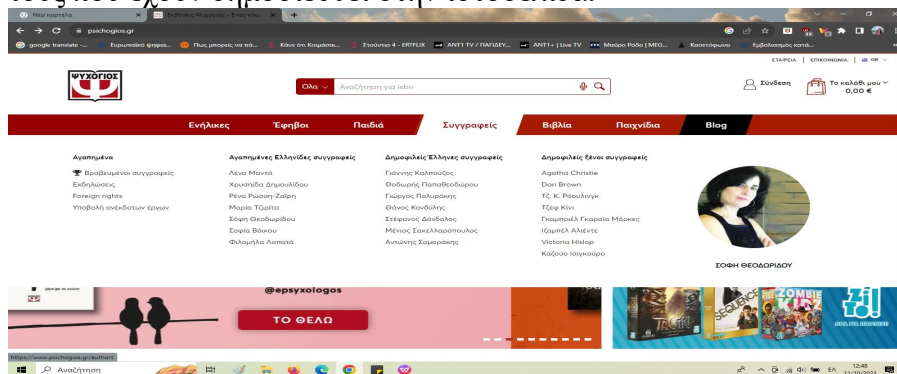
Ιστοσελίδες:

Οι εκδοτικοί οίκοι εκτός από λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν και ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο μέσα από τις ιστοσελίδες τους, που όπως προαναφέρθηκε τις κοινοποιούν μέσα από τα κοινωνικά τους δίκτυα. Σε αυτές λοιπόν οι άνθρωποι μπορούν να βρουν βιβλία για όλες τις κατηγορίες από ιατρικά, μυθιστορήματα, ελληνική και ξένη λογοτεχνία μέχρι παιδικά βιβλία, αφού περιεργαστούν την ιστοσελίδα και βρουν αυτό που τους ενδιαφέρει, το οποίο στη συνέχεια μπορούν να αγοράσουν είτε ηλεκτρονικά είτε μέσω τηλεφώνου και να το παραλάβουν στο σπίτι τους. Ακόμα μπορούν να βρουν αποσπάσματα ενός βιβλίου που τους ενδιαφέρει, να τα διαβάσουν ώστε να αποφασίσουν αν θα το αγοράσουν. Επιπλέον κατά την προβολή μιας ιστοσελίδας εμφανίζονται στην οθόνη banners (αναδυόμενα παράθυρα/ειδοποιήσεις) με προτεινόμενα βιβλία.



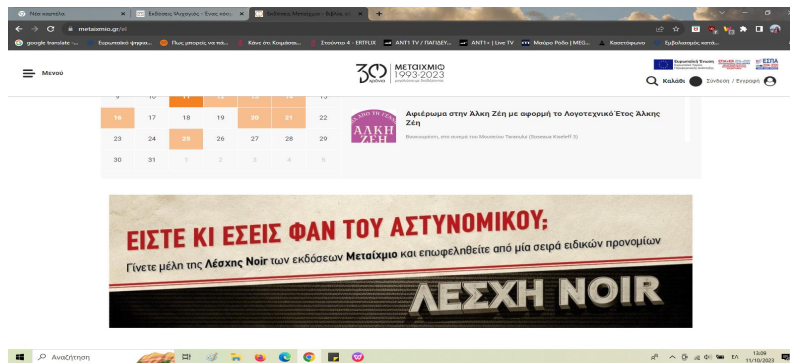
(Ιστοσελίδα των εκδόσεων Ψυχογιός, προτεινόμενα βιβλία- πηγή: Google)

Στις ιστοσελίδες οι χρήστες εκτός από τα προαναφερθέντα μπορούν να γνωρίσουν τους συγγραφείς των οποίων τα βιβλία κυκλοφορούν με την εκάστοτε έκδοση, να βρουν πληροφορίες για την ζωή και το έργο τους και να ανακαλύψουν καινούργια τους βιβλία που δεν είχαν ανακαλύψει μέχρι πρότινος ακόμα και εκδηλώσεις στις οποίες θα παρευρεθούν, ώστε να τους γνωρίσουν από κοντά, αλλά και συνεντεύξεις τους που έχουν δημοσιευθεί στην ιστοσελίδα.



(Ιστοσελίδα των εκδόσεων Ψυχογιός- γνωριμία με τους συγγραφείς, πηγή: Google)

Επίσης, στις ιστοσελίδες ορισμένων εκδοτικών οίκων μπορούν να βρουν και λέσχες ανάγνωσης που πραγματεύονται ένα συγκεκριμένο θέμα ανάγνωσης, όπως για παράδειγμα η λέσχη Noir των εκδόσεων Μεταίχμιο που ασχολείται με τα αστυνομικά μυθιστορήματα, να γίνουν μέλη τους και να επωφεληθούν με προνόμια, όπως να αποκτήσουν συλλεκτικά αντίτυπα υπογεγραμμένα από τους συγγραφείς, προτεραιότητα σε μεγάλα γεγονότα με ξένους συγγραφείς, να λάβουν μέρος σε διαγωνισμούς και σε διαδικτυακές συζητήσεις και να επωφεληθούν από τις προσφορές που τους παρέχουν.



(Ιστοσελίδα των εκδόσεων Μεταίχμιο- λέσχη ανάγνωσης, πηγή:Google)

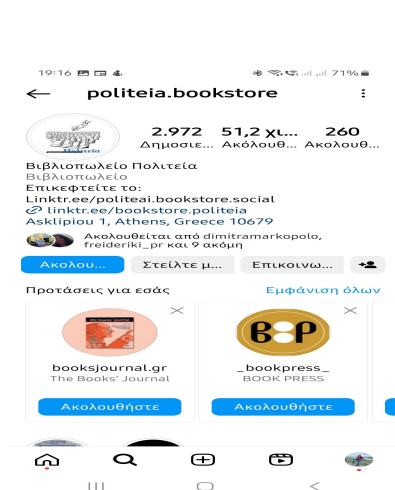
2.2 Βιβλιοπωλεία και social media

Δεν είναι όμως μόνο οι εκδοτικοί οίκοι που διαθέτουν λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα, αλλά και πολλά γνωστά βιβλιοπωλεία, όπως η Πολιτεία και ο Ιανός, καθώς και αρκετά λιγότερο γνωστά. Όπως και οι εκδοτικοί οίκοι, έτσι και τα βιβλιοπωλεία ανεβάζουν περιεχόμενο σε **καθημερινή βάση**, αναρτήσεις σχετικές με προσφορές βιβλίων, προτάσεις για βιβλία του μήνα, για τη ζωή και το έργο γνωστών συγγραφέων, όπως και τις συνεντεύξεις τους, είτε διαδικτυακά μέσω κάποιας πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης, είτε με φυσική παρουσία τόσο στα ίδια τα βιβλιοπωλεία τους όσο και σε ανοιχτούς χώρους εκδηλώσεων π.χ Ζάππειο, Πεδίο του Άρεως. Επίσης, δημοσιεύουν ανακοινώσεις για σεμινάρια δημιουργικής γραφής, επιμέλεια κειμένων και εικονογράφηση, αλλά και προτάσεις για καινούργια βιβλία.

Ειδικά κατά τους καλοκαιρινούς μήνες διοργανώνουν διαγωνισμούς όπου οι ενδιαφερόμενοι που θα συμμετάσχουν, ακολουθώντας τα βήματα που τους ζητούνται, μπορούν να κερδίσουν δωρεάν βιβλία, εισιτήρια και προσκλήσεις για βιβλιοφιλικά δρώμενα.

Ακόμη ενημερώνουν τους ακολούθους τους ότι διαθέτουν βιβλιοπωλείο- καφέ όπου μπορούν να το επισκεφτούν, να αγοράσουν τα βιβλία τους και στην συνέχεια να απολαύσουν τον καφέ τους διαβάζοντάς το, όπως επίσης και για τις λέσχες ανάγνωσης που διαθέτουν, οι συναντήσεις των οποίων δύναται να πραγματοποιηθούν και σε αυτούς τους χώρους. Πολλές φορές φιλοξενούν στην καφετέρια τους γνωστούς συγγραφείς σε μια εκδήλωση όπου οι παρευρισκόμενοι μπορούν να τους γνωρίσουν, να τους υπογράψουν αντίτυπα των βιβλίων.

Μέσα από τα κοινωνικά τους δίκτυα δημοσιεύουν τον σύνδεσμο και την διεύθυνση των βιβλιοπωλείων τους, τα οποία μπορούν να επισκεφτούν, να περιεργαστούν την πληθώρα βιβλίων για όλες τις ηλικίες, αλλά και να διαλέξουν σχολικά και γραφική ύλη, καθώς και παιχνίδια. Το ίδιο βέβαια μπορούν να κάνουν και μέσα από τις ιστοσελίδες όταν δεν είναι εφικτή η πρόσβασή τους στα καταστήματα, αφού με μια αναζήτηση δύναται να βρουν αυτό που ψάχνουν και στην συνέχεια να το παραγγείλουν.



(Διεύθυνση της Πολιτείας)



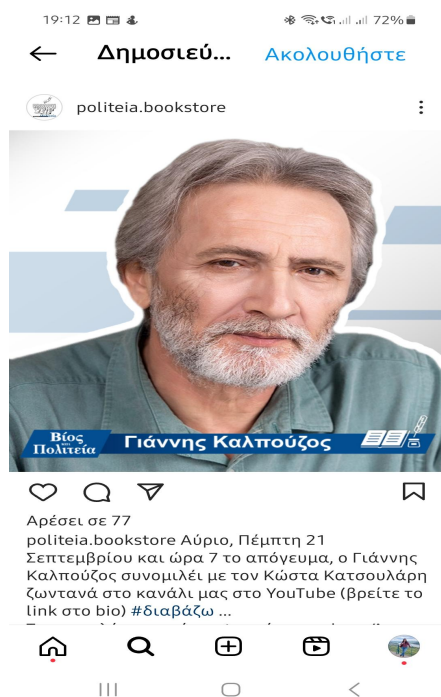
2



Τέλος, αναρτούν δημοσιεύσεις σχετικές με την γέννηση ή τον θάνατο ενός σημαντικού συγγραφέα τιμώντας για παράδειγμα τα 20 χρόνια από τη γέννηση ή το θάνατό του με μια φωτογραφία του, την οποία συνοδεύουν με μια λεζάντα που αφορά την παρακαταθήκη του, ή κάποια εκδήλωση προς τιμήν του.



(Ανάρτηση του βιβλιοπωλείου Ιανός για τις ομιλίες δυο συγγραφέων στην καφετέρια του)



(Ανάρτηση του βιβλιοπωλείου Πολιτεία για την διαδικτυακή ομιλία του Γιάννη Καλούζου, Πηγή: Instagram)

² Αναρτήσεις του βιβλιοπωλείου Πολιτεία για την γέννηση δύο σημαντικών συγγραφέων

Κεφάλαιο 3: Πώς οι χρήστες συμμετέχουν σε ομάδες/ κοινότητες

φιλιαναγνωσίας(λέσχες ανάγνωσης)

Οι άνθρωποι ανέκαθεν είχαν την επιθυμία για διάβασμα τόσο για ψυχαγωγία όσο και για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Από τις πρώτες πήλινες πινακίδες μέχρι την σημερινή μορφή του έντυπου βιβλίου προσπαθούσαν να βρίσκουν τρόπους να γράφουν και να διαβάζουν. Η ανάγνωση ξεκινάει από την περίοδο του Διαφωτισμού , τον 17ο αιώνα, όπου σημειώθηκαν μεγάλες πνευματικές και επιστημονικές καινοτομίες οι οποίες σχετίζονται άμεσα με την ανάγνωση και τη γραφή και συνεπώς με το ίδιο το βιβλίο. Η φιλιαναγνωσία ή αλλιώς αγάπη για το βιβλίο, θα ήταν καλό να αρχίζει από την παιδική ηλικία, ώστε τα παιδιά να μαθαίνουν την αξία της ανάγνωσης από μικρά. Εντάσσοντας το βιβλίο στη ζωή τους μέσα από το σχολείο, αλλά και το κοινωνικό τους περιβάλλον, μεταδίδεται το μήνυμα ότι η ανάγνωση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας. Καθοριστικό ρόλο σε αυτό παίζουν και οι εκπαιδευτικοί που πρέπει να διδάσκουν στα παιδιά την αξία της ανάγνωσης, αλλά και τα κοινωνικά δίκτυα μέσα από τα οποία προωθούνται ιδέες για παιδικά βιβλία και όχι μόνο. Οι περισσότεροι εκδοτικοί οίκοι διαθέτουν κοινωνικά δίκτυα και μέσα από αυτά προωθούν το υλικό τους βοηθώντας γονείς και εκπαιδευτικοί να βρουν αξιόλογα βιβλία για παιδιά με στόχο να προωθήσουν την φιλιαναγνωσία σε αυτά. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην ανάπτυξη της φιλιαναγνωσίας στα παιδιά, καθώς έχει αποδειχθεί πως η εξοικείωσή τους με το διάβασμα βιβλίων τόσο σε έντυπη όσο και ψηφιακή μορφή , έχει πολλαπλά οφέλη για αυτά , συμβάλλοντας στην βελτίωση των σχολικών τους επιδόσεων και στην καλλιέργεια της ελληνικής γλώσσας.

Η καλλιέργεια της φιλιαναγνωσίας δεν αναφέρεται μόνο σε παιδιά, αλλά και σε όσους ενδιαφέρονται και αγαπούν το βιβλίο. Ωστόσο, θα πρέπει να δίνεται έμφαση στα παιδιά αφού όπως προαναφέρθηκε έχει να τους προσφέρει πολλά στη μετέπειτα ζωή τους. Η ανάγνωση βιβλίων έχει συσχετιστεί σύμφωνα με διεθνείς μελέτες με καλύτερα μαθησιακά αποτελέσματα. Πιο συγκεκριμένα:

- Η ανάγνωση για ευχαρίστηση είναι ο πιο σημαντικός δείκτης της επιτυχίας του παιδιού. Σε όλες τις χώρες παιδιά που απολαμβάνουν να διαβάζουν λογοτεχνικά έργα φαίνεται να έχουν υψηλότερες επιδόσεις από τα άλλα.
- Τα παιδιά που απολαμβάνουν το διάβασμα πολύ, είναι τρεις φορές πιθανότερο να διαβάζουν καλύτερα από το επίπεδο που αναμένεται για την ηλικία τους.
- Η ανάγνωση για απόλαυση έχει θετική επίδραση στην ανάπτυξη της γλωσσικής έκφρασης, την καλλιέργεια της αναγνωστικής δεξιότητας, την βελτίωση της αφηγηματικής ικανότητας και στην ανάπτυξη κατανόησης ενός κειμένου.
- Παιδιά που διαβάζουν συχνά στην ηλικία των δέκα έχουν καλύτερες επιδόσεις σε εξετάσεις ορθογραφίας και λεξιλογίου σε αντίθεση σε συνομήλικά τους, ακόμη και σε εξετάσεις μαθηματικών στην ηλικία των δεκαέξι.

Η φιλιαναγνωσία και η σταδιακή εξοικείωση των παιδιών με το βιβλίο μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση του αναλφαριθτισμού, στην δημιουργική και πιο εποικοδομητική απασχόληση των παιδιών στον ελεύθερο χρόνο σε αντίθεση με τα

τάμπλετ και τα κινητά. Για να πετύχει όμως αυτό χρειάζεται να γίνουν ενέργειες που θα ενισχύουν το ενδιαφέρον των παιδιών για ανάγνωση και ο καλύτερος τρόπος για να υλοποιηθεί είναι μέσα από τρία βασικά πράγματα, λέσχες ανάγνωσης, δανειστικές βιβλιοθήκες στα σχολεία και επισκέψεις συγγραφέων/ εικονογράφων στα σχολεία.

A. Λέσχες ανάγνωσης: η λειτουργία λέσχης ανάγνωσης στο πλαίσιο εξωσχολικών δραστηριοτήτων του σχολείου είναι ιδιαίτερα σημαντική για την καλλιέργεια της φιλαναγνωσίας ως στάση ζωής και όχι μόνο ως μαθησιακής δραστηριότητας. Για να λειτουργεί αποτελεσματικά πρέπει να λειτουργεί ομαδικά και να ενθαρρύνει την από κοινού ανάγνωση ώστε συζήτηση γύρω από το βιβλίο του μήνα. Τα κριτήρια επιλογής των βιβλίων τα οποία συνήθως προέρχονται από κριτικές εφημερίδων, περιοδικών και από τον ηλεκτρονικό τύπο, αποτελούν ένα βασικό παράγοντα επιλογής, καθώς πρέπει να είναι κατάλληλα για παιδιά χωρίς να προβάλλουν αρνητικά πρότυπα. Μέσα από την παρουσίαση ενός βιβλίου αναπτύσσουν την κριτική τους σκέψη, διευρύνουν τους ορίζοντές τους και αποκτούν καλύτερη πνευματική κατάσταση. Μαζί όμως με τα παιδιά, σε μια λέσχη ανάγνωσης μπορούν να συμμετέχουν και οι γονείς, καθώς έτσι καλλιεργείται στο παιδί η αγάπη για το βιβλίο τόσο από το οικογενειακό του περιβάλλον, όσο και από το σχολείο. Μπορούν, λοιπόν, να συνεργάζονται διαβάζοντας βιβλία μαζί, για παράδειγμα στον ελεύθερο χρόνο τους, μετά τη μελέτη για το σχολείο ή σε μια βόλτα στο πάρκο. Επίσης, μπορούν να πιστοποιούν, υπογράφοντας μια σχετική κάρτα, ότι το παιδί τους διαβάζει κάποιο βιβλίο για τουλάχιστον 10 λεπτά το βράδυ, όπως και να επιβραβεύονται (π.χ με πιστοποιητικά ανάγνωσης στην οικογένεια) όταν διαβάζουν στο σπίτι μαζί με το παιδί τους. Η ανάγνωση ενός βιβλίου μπορεί να γίνει πιο διαδραστική και ενδιαφέρουσα όταν στα βιβλία υπάρχει QR code όπου σκανάροντας το τα παιδιά να αλληλεπιδράσουν με το περιεχόμενο του βιβλίου.

B. Δανειστικές βιβλιοθήκες: Είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει στο σχολείο δανειστική βιβλιοθήκη, ώστε τα παιδιά να μπορούν να δανείζονται βιβλία για το σπίτι, να τα διαβάζουν και να τα επεξεργάζονται, καθώς μετά την οικονομική κρίση πολλές οικογένειες δυσκολεύονται να αγοράσουν βιβλία στα παιδιά και επομένως η δανειστική βιβλιοθήκη αποτελεί μοναδική ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με το βιβλίο και την ανάγνωση. Οι βιβλιοθήκες κρίνεται αναγκαίο να εμπλουτίζονται κάθε χρόνο με νέα βιβλία, λεξικά και βοηθήματα για τα μαθήματα του σχολείου. Μεταχειρισμένα βιβλία ή δωρεές μπορούν επίσης να γίνουν δεκτά, αρκεί να ελεγχθούν από εκπαιδευτικούς ή βιβλιοθηκονόμους ότι είναι σε άριστη κατάσταση.

C. Επισκέψεις συγγραφέων/ εικονογράφων στα σχολεία: Στο πλαίσιο δράσεων φιλαναγνωσίας είναι σημαντική η θέση των συγγραφέων, εικονογράφων και δημιουργών στα σχολεία, καθώς η επαφή τους με τα παιδιά μπορεί να έχει καθοριστική σημασία στην καλλιέργεια της ανάγνωσης. Μπορούν για παράδειγμα να τους μιλήσουν για την σημασία της ανάγνωσης στην ανάπτυξη μιας υγιούς πνευματικής κατάστασης, στα οφέλη που μπορεί να τους προσφέρει στην μετέπειτα ζωή τους, στην ανάπτυξη ενός εποικοδομητικού λεξιλογίου και στην μόρφωσή τους. Επίσης, τα παιδιά θα μπορούσαν να ετοιμάσουν ερωτήσεις σχετικά με το βιβλίο προς τον συγγραφέα ή να του παρουσιάσουν κάποιο δικό τους έργο.

Οι λέσχες ανάγνωσης δεν αφορούν μόνο τα παιδιά, αλλά και κάθε βιβλιόφιλο που λατρεύει το διάβασμα και αναζητεί προτάσεις και χώρους για ανάγνωση. Η ανάγνωση ενός βιβλίου δεν είναι απαραίτητα ατομική υπόθεση, μπορεί να είναι και

ομαδική όπου οι αναγνώστες συγκεντρώνονται, διαβάζουν και συζητούν σχολιάζοντας την πλοκή του βιβλίου. Αρκετοί book bloggers παροτρύνουν τους χρήστες να συμμετέχουν σε λέσχες ανάγνωσης και να διαβάζουν.

Το διάβασμα, λοιπόν, ήταν πάντα μια κοινωνική δραστηριότητα, αλλά τα online κοινωνικά δίκτυα κάνουν τις κοινωνικές πτυχές του διαβάσματος περισσότερο ορατές. Οι αναγνώστες συμμετέχουν σε διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα με πολλούς τρόπους ανάλογα με όσα μπορεί να διαθέσει ο καθένας. Δεν υπάρχουν μόνο φυσικές λέσχες ανάγνωσης, αλλά και διαδικτυακές, όπου οι αναγνώστες μπορούν να συμμετέχουν οπουδήποτε και αν βρίσκονται. Ορισμένες από αυτές είναι η Amazon.com, η Library Thing και το Goodreads. Επίσης και κοινωνικά δίκτυα, όπως το twitter, συνήθως περιλαμβάνουν συζητήσεις σχετικές με τη λογοτεχνία. Όλα αυτά τα κοινωνικά δίκτυα είναι συνυφασμένα με το blogging με πολλούς τρόπους. (λόγος για το blogging και για τις κριτικές θα γίνει στο κεφάλαιο 4)

Υπάρχουν, ωστόσο, δύο κατηγορίες λεσχών ανάγνωσης, οι δια ζώσης και οι διαδικτυακές. Μέσω και των δύο οι χρήστες μπορούν να συμμετέχουν και να μοιράζονται τις απόψεις τους για τα βιβλία που διάβασαν. Αρχικά, όσον αφορά τις δια ζώσης, παρέχουν μια καλή οπτική στους αναγνώστες που θέλουν να βελτιώσουν την αναγνωστική τους εμπειρία. Σύμφωνα με την Sedo³ “σε ένα περιβάλλον λέσχης ανάγνωσης μπορούν να ικανοποιήσουν την ανάγκη να αυξήσουν την γνώση τους, να καλλιεργήσουν την αγάπη τους για τα βιβλία και να μοιράζονται δεσμούς με την κοινότητα”. Επίσης οι κοινωνικές απόψεις της ομάδας ανάγνωσης είναι να παροτρύνουν και άλλους που δεν έχουν διαβάσει ένα βιβλίο να συμμετέχουν στην συζήτηση. Σκοπός των συναντήσεων στις λέσχες ανάγνωσης είναι να ενισχυθεί ο τρόπος με τον οποίο οι χρήστες ερμηνεύουν τα λογοτεχνικά κείμενα φέρνοντας τις ιδέες τους στην ομάδα. Σε κάθε λέσχη ανάγνωσης εξετάζεται ποια θα είναι η αναγνωστική επιλογή που επιλέγει κάθε ομάδα, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι σκοπός των λεσχών ανάγνωσης είναι να βοηθήσει τα μέλη της να βρουν το κατάλληλο βιβλίο, φέρνοντας τις δικές τους ιδέες, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην αναζήτηση του κατάλληλου βιβλίου.

Απ’ την άλλη μεριά, οι διαδικτυακές λέσχες ανάγνωσης εκπληρώνουν τις ίδιες λειτουργίες αλλά εστιάζουν περισσότερο στα βιβλία παρά στις κοινωνικές σχέσεις. Οι διαδικτυακές προκλήσεις μπορούν να παρουσιάσουν μια συλλογική προοπτική, παρέχοντας τον κατάλληλο χώρο στον οποίο οι αναγνώστες από όλο τον κόσμο μπορούν να αλληλεπιδράσουν μεταξύ τους, αρκεί να έχουν σύνδεση στο ίντερνετ. Είναι γνωστό πως το ίντερνετ παρέχει το μέσο για τη παραγωγή και διανομή των κειμένων, δίνοντας την δυνατότητα σε πολλούς αναγνώστες, ανεξαρτήτως οικονομικής κατάστασης, φύλου, εθνικότητας και αναγνωστικών προτιμήσεων, να συνδεθούν και να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και τις απόψεις τους για βιβλία που διάβασαν ή να προτείνουν νέα. Βασικός πυλώνας για την λειτουργία μιας λέσχης ανάγνωσης είναι η αλληλεπίδραση των χρηστών τόσο μεταξύ τους, όσο και με το κείμενο. Η ισορροπία μιας λέσχης ανάγνωσης βασίζεται τόσο στην συμμετοχή όσο και στις υποδομές που χρησιμοποιεί.

Είναι γεγονός πως τις περισσότερες φορές φανταζόμαστε τον αναγνώστη να διαβάζει μόνος, απομονωμένος από τον κοινωνικό περίγυρο. Γι’ αυτό και εύκολα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η ανάγνωση πραγματοποιείται κυρίως στον προσωπικό χώρο. Αν όμως παρατηρήσουμε καλύτερα, βλέπουμε πως ο αναγνώστης εμβυθίζεται στην ανάγνωση μόνος, ενώ παράλληλα σχετίζεται με κοινωνικές ομάδες

³ DenNel Rehberg Sedo, Professor in the Department of Communication Studies, Mount Saint Vincent University

και χώρους που ξεφεύγουν από τον ιδιωτικό χώρο. Οι λέσχες ανάγνωσης, λοιπόν, βελτιώνουν ακόμα περισσότερο την αναγνωστική εμπειρία.

Τα μέλη των λεσχών συζητούν τις σκέψεις και τα συναισθήματά τους, τα βιβλία που διαβάζουν με αποτέλεσμα μια ομάδα να διαπραγματεύεται το νόημα του βιβλίου σε ένα κοινό και δημόσιο, τις περισσότερες φορές, χώρο. Η σχέση της ανάγνωσης με τον δημόσιο χώρο είναι ιδιαίτερη, καθώς δεν υπάρχουν λέσχες ανάγνωσης που να είναι ατομικές ή ιδιωτικές.

Διεθνείς έρευνες (Sedo 2001, Sedo 2004) έχουν δείξει ότι η κοινωνική διάσταση της ανάγνωσης μπορεί να καταγραφεί παραστατικά, αφού εντοπιστούν οι χώροι στους οποίους ασκούνται οι αναγνωστικές πρακτικές. Τα άτομα αποτελούν κομβικά σημεία του πλέγματος αυτού, είτε πρόκειται για τους δημιουργούς είτε για τους δέκτες του αναγνωστικού προϊόντος.

3.1 Αναγνωστικές συμπεριφορές

Σύμφωνα με την έρευνα του ΕΚΕΒΙ⁴(2011) για την αναγνωστική συμπεριφορά των ατόμων, ο τρόπος που διαβάζει κάθε άτομο διαφέρει. Παρά την οικονομική κρίση (2010), οι αναγνώστες επέλεξαν να διαβάζουν σε αντίθεση με τον λίγο ελεύθερο χρόνο που είχαν στην διάθεσή τους. Τα ποσοστά αναγνωσιμότητας αυξήθηκαν με την πάροδο του χρόνου όταν σε παλαιότερες έρευνες διάβαζαν λιγότερα από 10 βιβλία το χρόνο. Όπως και στις προηγούμενες έρευνες που έγιναν (1999 & 2004), οι γυναίκες είναι αυτές που διαβάζουν περισσότερο και τα ποσοστά αυτά αυξάνονται όσο προχωράμε από τους συστηματικούς στους ασθενέστερους αναγνώστες. Στο σύνολό τους διαβάζουν περισσότερο ελληνική και ξένη λογοτεχνία και ακολουθούν η ιστορία, η ψυχολογία και η θρησκεία. Φιλοσοφία, πολιτικό βιβλίο, κοινωνικές επιστήμες, καθώς και η ιστορία, προσελκύουν περισσότερους άνδρες από γυναίκες αναγνώστες. Όσον αφορά κλασικούς συγγραφείς και νεανικά αναγνώσματα που προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό, αυτοί είναι ο Νίκος Καζαντζάκης και ακολουθούν Ντοστογιέφσκι, Καβάφης και Λουντέμης. Βιβλία των Λένα Μαντά και Βικτόριας Χίσλοπ προτιμώνται εξίσου.

Ο βασικότερος τρόπος πληροφόρησης είναι οι συστάσεις από στόμα σε στόμα. Έχει αυξηθεί όμως η απήχηση του διαδικτύου σε σχέση με το 2004, καθώς στην σημερινή εποχή των σόσιαλ μίντια και του διαδικτύου πολλοί είναι οι αναγνώστες που αναζητούν βιβλία μέσα από αυτά, ενώ λιγότερη είναι η πληροφόρηση από κριτικές και τον τύπο.

Οι αναγνωστικές συμπεριφορές ποικίλουν ανάλογα με τα ενδιαφέροντα, τις προτιμήσεις και το ρυθμό ανάγνωσης:

1. **Επιλογή βιβλίων:** διαλέγουν βιβλία που τους ενδιαφέρουν και που τους ταιριάζουν. Η επιλογή εξαρτάται από το είδος της λογοτεχνίας, το θέμα, τον συγγραφέα. Επίσης πολλές φορές επιλέγουν να διαβάζουν έντυπα βιβλία, είτε ψηφιακά με την χρήση e- readers & tablets.
2. **Ρυθμός ανάγνωσης:** κάθε άτομο έχει τον δικό του ρυθμό διαβάσματος. Ορισμένα άτομα διαβάζουν γρήγορα, ενώ άλλα αργούν στην κάθε σελίδα ώστε να απολαύσουν κάθε λέξη.

⁴ Μετά τις έρευνες αναγνωστικής συμπεριφοράς που πραγματοποίησε το ΕΚΕΒΙ (1999, 2004, 2010) δεν έχει διενεργηθεί καμία ανάλογη διάστασης συνολική ποιοτική με ποσοτικά στοιχεία στην ελληνική γλώσσα. Οι έρευνες του ΕΚΕΒΙ δεν έλαβαν υπόψη τους, όπως είναι λογικό, την ανάγνωση στους ψηφιακούς χώρους. (Δυστυχώς δεν μπορώ να βάλω λινκ καθώς το ΕΚΕΒΙ έχει κλείσει και τα στοιχεία αυτά προέρχονται από παλαιότερη έρευνά του όταν ακόμα ήταν διαθέσιμο)

3. **Σημειώσεις και υπογράμμιση:** πολλές συνηθίζουν να κρατούν σημειώσεις στο κείμενο, να υπογραμμίζουν βασικά σημεία ώστε να θυμούνται καλύτερα το περιεχόμενο.
4. **Συζήτηση και κριτική:** πολλοί αναγνώστες απολαμβάνουν την ανταλλαγή απόψεων σχετικά με τα διαβασμένα βιβλία. Συμμετέχουν σε λέσχες ανάγνωσης ή αναρτούν κριτικές σε διάφορες πλατφόρμες ή στα κοινωνικά τους δίκτυα.
5. **Διάρκεια ανάγνωσης:** δεν αφιερώνουν όλοι οι αναγνώστες τον ίδιο χρόνο στο διάβασμα. Κάποιοι διαβάζουν καθημερινά, ενώ άλλοι περιστασιακά ή στον ελεύθερο χρόνο τους.

3.2 Λέσχες ανάγνωσης με φυσική παρουσία ή μέσω διαδικτύου

Οι λέσχες αναγνωστών θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι οι νέες παρέες, καθώς βιβλιοπωλεία, bloggers, δήμοι ή απλοί φίλοι οργανώνουν όλο και συχνότερα βιβλιοφιλικές συναντήσεις, αν και καμία φορά, περισσότερο από την ανάγνωση, τα τακτικά αυτά ραντεβού έχουν ως στόχο την ανθρώπινη επαφή. Πολλοί αναγνώστες επιλέγουν να εγγραφούν σε λέσχες ανάγνωσης προκειμένου να βρουν το βιβλίο που θα διαβάσουν, καθώς μπορεί να έχουν πολλά βιβλία στην βιβλιοθήκη τους, αλλά να μην ξέρουν ποιο να ξεκινήσουν. Αρκετές λέσχες ανάγνωσης γίνονται γνωστές μέσω των κοινωνικών δικτύων, όπως το Instagram και το Facebook, όπου οι χρήστες τις παρακολουθούν και μαθαίνουν τα νέα τους, πού θα γίνουν συναντήσεις, ποια βιβλία προτείνουν. Είναι ένας ασφαλής τρόπος και σύμφωνα με την συγγραφέα Κατερίνα Μαλακάτε “ Δεν βγάζουμε φωτογραφίες, δεν μαγνητοσκοπούμε τις συναντήσεις, κάθε μέλος εκφράζει την άποψή του χωρίς φόβο. Μέσα από τα βιβλία γνωριζόμαστε, συνειδητοποιούμε πόσο διαφορετικά διαβάζει ο καθένας το ίδιο κείμενο. Δεν τιμωρείται κάποιος αν δεν έχει διαβάσει το βιβλίο, αλλά δεν έχει νόημα η συμμετοχή αν είναι αδιάβαστος συνεχώς”.



Εικόνα : Κώστας Θεοχάρης, εφημερίδα η Καθημερινή

Μια λέσχη δεν μπορεί να έχει πολλά μέλη, καθώς για λόγους πρακτικούς και λειτουργικούς δεν είναι εύκολο πού θα συναντηθούν και πώς θα εκφραστούν. Πολλές λέσχες αριθμούν περίπου 15 μέλη. Τις περισσότερες φορές τα βιβλία διαλέγονται από τον υπεύθυνο της λέσχης λαμβάνοντας υπόψη τις επιθυμίες των μελών. Συμμετέχοντας στις λέσχες ανάγνωσης οι βιβλιόφιλοι συναναστρέφονται με άλλους,

επικοινωνούν με άτομα στην ομάδα που ενδεχομένως δεν θα έκαναν παρέα εκτός λέσχης και αναπτύσσουν χημεία μεταξύ τους. Με αφορμή ένα βιβλίο ακούγονται απόψεις που δεν είχαν περάσει απ' το μυαλό των αναγνωστών. Είναι αναζωογονητικό και δημιουργικό.

Απ' την άλλη μεριά υπάρχουν και αρκετές διαδικτυακές λέσχες ανάγνωσης στις οποίες οι αναγνώστες μπορούν να συμμετέχουν όπου και αν βρίσκονται όταν δεν μπορούν να παρευρεθούν φυσικά στο χώρο μιας λέσχης. Είναι ειδικά δημιουργημένες ομάδες ή κοινότητες στις οποίες οι αναγνώστες συγκεντρώνονται για να συζητήσουν για βιβλία, να ανταλλάξουν απόψεις, να συστήσουν βιβλία προς ανάγνωση και να δημιουργήσουν ένα χώρο ενεργό και αφιερωμένο στην φιλαναγνωσία. Οι διαδικτυακές λέσχες ανάγνωσης μπορούν να λειτουργήσουν μέσω διαφόρων πλατφορμών και εργαλείων, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών δικτύων, των φόρουμ βιβλίων, των ιστοσελίδων και εφαρμογών ανάγνωσης. Οι χρήστες μπορούν να αναζητούν διαδικτυακές λέσχες στα κοινωνικά δίκτυα όπως facebook, Instagram, Goodreads, Twitter, Pinterest, Reddit, σε φόρουμ βιβλίων, σε ιστοσελίδες που αφορούν την ανάγνωση ή ακόμα και σε εφαρμογές για κινητά και tablet που προσφέρουν δυνατότητες συζήτησης και ανταλλαγής βιβλίων. Έτσι οι αναγνώστες έχουν την δυνατότητα να συνδεθούν με άλλους βιβλιόφιλους και να αποκτήσουν φιλαναγνωσία. Αναζητώντας στα κοινωνικά δίκτυα οι χρήστες μπορούν να βρουν λέσχες ανάγνωσης που ταιριάζουν με τα ενδιαφέροντά τους και να συμμετάσχουν σε αυτές. Επίσης μπορούν να δημιουργήσουν δικές τους είτε στα σόσιαλ μίντια είτε στο διαδίκτυο και να τις προωθήσουν μέσω των κοινωνικών δικτύων αφού μέσα από μια αναζήτηση στο Instagram και στο Facebook μπορούν να γίνουν ευρέως γνωστές σε σύντομο χρονικό διάστημα σε κάθε γωνιά του πλανήτη.

Ειδικά στην περίοδο της πανδημίας του κορονοϊού πολλοί άνθρωποι στράφηκαν στην λογοτεχνία προκειμένου να περνούν δημιουργικά το χρόνο τους και να συνδεθούν με άλλους χρήστες. Η λογοτεχνία λοιπόν προσφέρει παρηγοριά και απόσπαση από τις δυσκολίες της καθημερινότητας, και μπορεί να γίνει ο συνδετικός κρίκος της κοινότητας. Έτσι πολλές διαδικτυακές λέσχες ανάγνωσης εμφανίστηκαν παγκοσμίως, επιτρέποντας στους ανθρώπους να αλληλεπιδράσουν με τους αγαπημένους τους συγγραφείς, να συζητήσουν φλέγοντα θέματα ή απλά να δουν άλλους ανθρώπους.

Κεφάλαιο 4: Πώς επηρεάζουν τις αναγνωστικές προτιμήσεις του

κοινού

Οι κριτικές μπορούν να γίνουν με διάφορους τρόπους είτε μέσω αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα, είτε σε ιστοσελίδες blogging, είτε μέσω σχολίων από στόμα σε στόμα (mouth to mouth στη βιβλιοθηκονομία). Τόσο οι εκδοτικοί οίκοι και τα βιβλιοπωλεία, όσο και οι αναγνώστες, δημοσιεύουν στα κοινωνικά τους δίκτυα, στις ιστοσελίδες της επιχείρησής τους και σε blogs, κριτικές σχετικά με προτεινόμενα βιβλία ή που έχουν διαβάσει. Πολλά γνωστά βιβλιοπωλεία όπως το Public έχουν δημιουργήσει online χώρους ανταλλαγής απόψεων, όπου οι βιβλιόφιλοι μπορούν να μοιραστούν την γνώμη τους για βιβλία που διάβασαν, να αναζητήσουν τις κριτικές άλλων αναγνωστών, να ανακαλύψουν νέους τίτλους και να προτείνουν εκείνους που τους ενθουσίασαν ή τους προβληματίσαν.

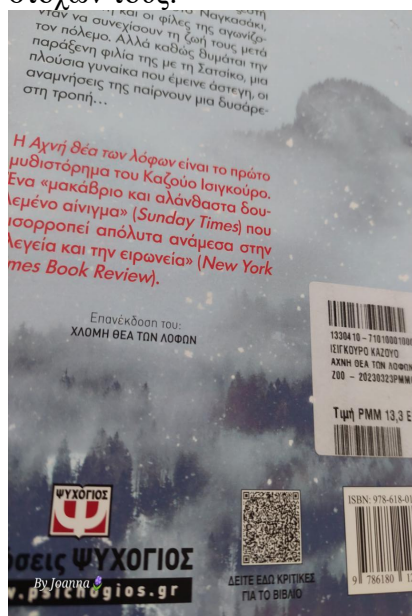
Στόχος τους είναι να φιλοξενούν τις απόψεις όλων όσων αγαπούν το διάβασμα. Ασφαλώς από ένα χώρο σαν και αυτό δεν μπορεί να λείπουν που εργάζονται σε εκδοτικούς οίκους, καθώς και οι συγγραφείς, οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να δημιουργήσουν δικό τους προφίλ και να επικοινωνούν με τους αναγνώστες.

Το book friends, μια πλατφόρμα που έχουν δημιουργήσει τα Public, φιλοδοξεί να γίνει η κορυφαία πλατφόρμα σε πλούτο πληροφορίας, ένας πρακτικός και εύχρηστος προορισμός για κάθε αναγνώστη. Μέσα από πολλά καταχωρημένα βιβλία, πολλούς συγγραφείς, εκδότες και κατηγορίες βιβλίων ο ενδιαφερόμενος μπορεί να βρει:

- ❖ Να αναζητήσει οποιοδήποτε βιβλίο, νέο ή παλαιότερο και να βρει πληροφορίες σχετικά με αυτό
- ❖ Να βαθμολογήσει και να γράψει σύντομη ή εκτενή κριτική για τα βιβλία που διάβασε
- ❖ Να αλληλεπιδράσει με τα σχόλια και τις κριτικές άλλων αναγνωστών
- ❖ Να δημιουργήσει το δικό του προφίλ όπου θα συγκεντρώνει όλες τις κριτικές του
- ❖ Να δημιουργήσει την δική του ψηφιακή βιβλιοθήκη με τους τίτλους που διάβασε ή σκοπεύει να διαβάσει
- ❖ Να παρακολουθεί συγκεκριμένα βιβλία, εκδότες και συγγραφείς, αυτό βέβαια μπορεί να γίνει και μέσω των κοινωνικών δικτύων, που τον ενδιαφέρουν, λαμβάνοντας ειδοποιήσεις για κάθε νέα κριτική που αναρτάται και φυσικά,
- ❖ Να μοιραστεί τις απόψεις του, τις κριτικές του και το βιβλίο που απόλαυσε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram, Tik Tok).

Δεν είναι όμως, μόνο το book friends για κριτικές προτάσεις, αλλά και πολλές ιστοσελίδες γνωστών εκδοτικών οίκων, όπως οι εκδόσεις Ψυχογιός. Ο ενδιαφερόμενος μπορεί να κάνει κριτική στα βιβλία που του άρεσαν, είτε σκανάροντας το QR code που θα βρει στο πίσω μέρος του βιβλίου, το οποίο παραπέμπει στην ιστοσελίδα των εκδόσεων, είτε πηγαίνοντας απευθείας στην

ιστοσελίδα, είτε γράφοντας κριτική στον προσωπικό του λογαριασμό στα κοινωνικά δίκτυα, την οποία ο εκδοτικός οίκος μπορεί να αναδημοσιεύσει. Στην ίδια ιστοσελίδα επίσης, οι εκδόσεις ανεβάζουν συνεντεύξεις με συγγραφείς των βιβλίων τους, οι οποίες περιλαμβάνουν συζητήσεις για την δημιουργική διαδικασία συγγραφής των βιβλίων, το θέμα των βιβλίων, καθώς και τις κριτικές των συγγραφέων για το έργο τους. Συχνά στο blog τους παρουσιάζουν καινούργια βιβλία που θα κυκλοφορίσουν τόσο από γνωστούς συγγραφείς, των οποίων προηγούμενα έργα τους έγιναν best seller, όσο και από νέους, ανερχόμενους στο χώρο της συγγραφής. Οι αναγνώστες μπορούν να περιεργαστούν τις αναρτήσεις, να διαβάσουν τις κριτικές και τις προτάσεις της συντακτικής ομάδας των εκδόσεων, ώστε να αποφασίσουν πιο βιβλίο θα αγοράσουν. Παράλληλα με την κυκλοφορία ενός καινούργιου βιβλίου, συνήθως αυτοβελτίωσης, παρέχουν συμβουλές, τις οποίες οι αναγνώστες διαβάζοντάς τις μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα της ζωής τους, για παράδειγμα στο blog για το βιβλίο “Πώς να ξαναβρείς τον ύπνο σου”, παρατίθενται ένα απόσπασμά του, “ Αν δεν αντιμετωπιστούν τα προβλήματα ύπνου, προβλέπεται χειρότερη ανταπόκριση στη θεραπεία ακόμα και στις πιο αποτελεσματικές θεραπείες για την κατάθλιψη και μεγαλύτερη πιθανότητα υποτροπής του προβλήματος. Λένε ότι η κατάθλιψη πονάει και όντως πονάει. Αλλά ο πόνος επεκτείνεται πέρα από το άτομο που πάσχει από κατάθλιψη και στους πιο κοντινούς του ανθρώπους. Για παράδειγμα, μια πολυεθνική μελέτη έδειξε ότι η κατάθλιψη αυξάνει τον κίνδυνο διαζυγίου κατά περίπου 60%. Η προτεραιότητα στον ύπνο και η αντιμετώπιση των προβλημάτων ύπνου είναι, επομένως, κρίσιμος παράγοντας για την υποστήριξη της ψυχικής μας υγείας και κατ’ επέκταση της υγείας των σχέσεών μας.”, μέσα από το οποίο οι αναγνώστες μπορούν να αποκομίσουν συμβουλές για την βελτίωση του ύπνου τους, ακόμα και να αγοράσουν το εν λόγω βιβλίο. Επιπλέον αναρτούν χρήσιμα άρθρα τα οποία μπορούν να βοηθήσουν τους ενδιαφερόμενους να βελτιώσουν διάφορους τομείς της ζωής τους, αλλά και των οικείων τους, όπως για παράδειγμα των παιδιών τους, καθώς μέσα από τα άρθρα αυτά μπορούν να βρουν βιβλία που θα τους βοηθήσουν στην επίτευξη των στόχων τους.

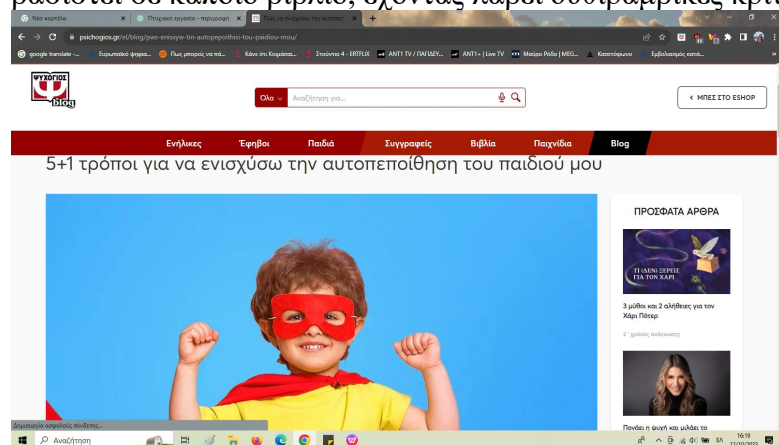


(Εξώφυλλο βιβλίου- Αχνή θέα των Λόφων, Καζούο Ισιγκούρο- QR code για κριτικές)



(Εξώφυλλο βιβλίου- Μη με λησμονείς, Κώστας Κρομμύδας- διαφήμιση social media για κριτικές)

Όμως δεν αναρτούν μόνο άρθρα για προτεινόμενα βιβλία, αλλά και προτάσεις για παραστάσεις και φεστιβάλ, που είναι αξιόλογες και ενδεχομένως να έχουν βασιστεί σε κάποιο βιβλίο, έχοντας λάβει δυθιραμβικές κριτικές.



(Άρθρο από το blog των εκδόσεων Ψυχογιός, στο οποίο προτείνεται το βιβλίο “Γίνε ο γονιός που θες”, πηγή Google)

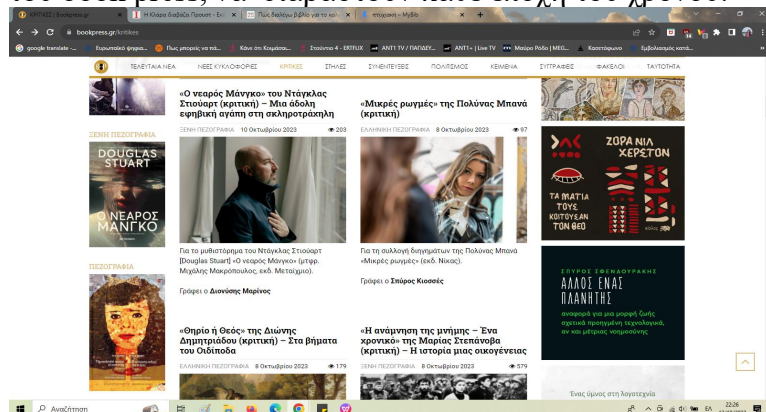
Υπάρχουν επίσης, αρκετοί book bloggers, οι οποίοι μέσα από αναρτήσεις στα κοινωνικά τους δίκτυα, κυρίως στο Instagram και στο Tik Tok, εκφράζουν τις κριτικές τους για τίτλους που διάβασαν, τους οποίους προτείνουν στους ακολούθους τους, ή ενημερώνουν για νέα αξιόλογα βιβλία που έχουν παραλάβει και θα διαβάσουν στο άμεσο μέλλον, εκφέροντας στην συνέχεια τη γνώμη τους. Γεγονός είναι πως αρκετοί χρήστες, οι οποίοι είναι, για παράδειγμα, λάτρεις των αισθηματικών βιβλίων, έπειτα από τις κριτικές των book bloggers, αλλά και τα σχόλια άλλων χρηστών, ξεκινούν την ανάγνωση ενός θρίλερ.

Στην σημερινή εποχή του διαδικτύου, υπάρχουν αρκετές ιστοσελίδες για κριτική βιβλίων. Το book press, για παράδειγμα, είναι μια διαδικτυακή πύλη, στην οποία, συγγραφείς, δημοσιογράφοι, ιστορικοί και καθηγητές γράφουν εκτενείς κριτικές για ελληνικές και ξένες πεζογραφίες, βιβλία που αφορούν τις τέχνες, την κοινωνία, τις επιστήμες, κόμικς, αλλά και για ποίηση, όπου κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να τις διαβάσει, βρίσκοντας πολλά αξιολόγα βιβλία. Τακτικά δημοσιογράφοι και συγγραφείς γράφουν κριτικές σε αυτό για γνωστά βιβλία, αλλά και για ανερχόμενα, σχολιάζοντας τόσο το περιεχόμενο του βιβλίου, όσο και τον συγγραφέα για τον τρόπο γραφής του.

Ακολουθεί ένα απόσπασμα από κριτική ενός καινούργιου βιβλίου όπως γράφτηκε από τον δημοσιογράφο Διονύση Μαρίνο: “Γκριζωπά κτήρια από ψαμμίτη. Καταχνιά που κολλάει πάνω στους πόρους του δέρματος σαν ασθένεια. Ένας κλειστοφοβικός ουρανός που αντί να προφυλάσσει, επιτίθεται, σφύζει από αρνητική ενέργεια. Προλογίζει, θαρρείς, τα γεγονότα που θα διαδραματιστούν στο δρόμο, μέσα σε σπίτια, πίσω από αυλές και σε πνιγρές παμπ. Το τοπίο της Γλασκόβης μέσα από τα μάτια του Ντάγκλας Στιούαρτ μάς είναι, πλέον, οικείο έπειτα από το **Σάγκι Μπέν** (μτφρ. Σταυρούλα Αργυροπούλου, εκδ. Μεταίχμιο), ένα μυθιστόρημα που έπεσε σαν άτριπτη πέτρα στην επιφάνεια των λογοτεχνικών πραγμάτων και τα ανατάραξε με την καθαρή του δύναμη. Αποτέλεσμα ήταν να λάβει ο Στιούαρτ το βραβείο Booker και να γίνει ευρύτερα γνωστός. Το δεύτερο μυθιστόρημά του **Ο νεαρός Μάνγκο** (μτφρ. Μιχάλης Μακρόπουλος, εκδ. Μεταίχμιο) θα μπορούσε κάλλιστα να είναι μέρος των παραλειπομένων του Σάγκι Μπέν. Ίσως μια συνέχειά του, στη λογική ότι ο Μάνγκο αυτού του βιβλίου, λογικά, μένει ένα τετράγωνο πιο κάτω από τον δρόμο που ζούσε ο Σάγκι. Στον ίδιο σκληροτράχηλο κόσμο ζουν, στις ίδιες

αλάνες θα έχουν γδάρει τα γόνατά τους, πάνω κάτω οι ζωές του είναι πλεγμένες σε παρόμοιο αδράχτι. Οι ομοιότητες τους είναι περισσότερες από όσες μας αφήνει να κατανοήσουμε ο Στιούαρτ αν και, από άποψη αποτύπωσης, αυτά τα δύο βιβλία έχουν σημαντικές διαφορές ως προς τη διαχειρισή τους από τον συγγραφέα.”

Επίσης στην ιστοσελίδα υπάρχουν διάφορα προτεινόμενα βιβλία, όπως και βιβλιοπωλεία, η Πολιτεία και ο Ιανός, που εμφανίζονται σαν banners (ειδοποιήσεις), τα οποία ο ενδιαφερόμενος μπορεί πατώντας τα να βρει πληροφορίες, καθώς και να επισκεφτεί τις ιστοσελίδες τους. Ακόμη προς το τέλος της σελίδας υπάρχουν προτάσεις για κάθε κατηγορία βιβλίων, που προτείνεται από την συντακτική ομάδα του book press, να διαβαστούν κάθε εποχή του χρόνου.



(Η ιστοσελίδα του book press, πηγή: Google)

Παράλληλα από το book press υπάρχει και το Good reads(το οποίο αναφέρθηκε και στο 3ο κεφάλαιο για τις λέσχες ανάγνωσης), μια πλατφόρμα που φιλοξενεί κριτικές ανάγνωσης και είναι μια από τις πιο δημοφιλείς κοινότητες αναγνωστών στον κόσμο. Οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν ένα λογαριασμό, ώστε να έχουν πρόσβαση σε περισσότερο περιεχόμενο. Τα κυριότερα στοιχεία του είναι:

1. **Κριτικές βιβλίων:** οι χρήστες μπορούν να γράφουν και να διαβάζουν κριτικές για βιβλία. Μέσα από τις αξιολογήσεις άλλων αναγνωστών, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να επιλέξουν καλύτερα τα βιβλία που ταιριάζουν στα ενδιαφέροντά τους.
2. **Συγγραφείς:** στο Good reads συγγραφείς από όλο τον κόσμο δημιουργούν προφίλ σε αυτό, γεγονός που επιτρέπει στους αναγνώστες να παρακολουθούν την δραστηριότητά τους, να διαβάζουν συνεντεύξεις τους και να ανακαλύπτουν έργα τους. Επιπλέον δίνει την δυνατότητα στους συγγραφείς να παρακολουθούν τις κριτικές των αναγνωστών και να συνομιλούν μαζί τους.
3. **Επαφή με άλλους αναγνώστες:** οι ενδιαφερόμενοι παρακολουθώντας τις κριτικές άλλων αναγνωστών, μπορούν να συνομιλούν μαζί τους μέσω σχολίων, ανταλλάσσοντας τις απόψεις τους για βιβλία που διάβασαν και προτείνοντας καινούργια βιβλία που έχουν διαβάσει στους διαδικτυακούς τους φίλους.

Επιπλέον υπάρχουν και αρκετά προσωπικά ιστολόγια, τα οποία είναι εξαιρετικά δημοφιλή στη δημιουργία και κοινοποίηση βιβλιοκριτικών. Σε αυτά, ο εκάστοτε διαχειριστής τους γράφει την άποψή του για ένα βιβλίο που διάβασε, τα σχόλιά του για τον συγγραφέα, τον τρόπο γραφής του, παρατηρήσεις για την εικονογράφηση εξωφύλλου. Πολλοί κριτικοί βιβλίων επιλέγουν να προωθούν την ιστοσελίδα τους και αποσπάσματα από τις αναρτήσεις τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε περισσότεροι χρήστες να την ανακαλύψουν και στην συνέχεια να την επισκεφθούν,

να σχολιάσουν και να αλληλεπιδράσουν μεταξύ τους, με τον διαχειριστή της ιστοσελίδας να μπορεί να απαντήσει στα σχόλιά τους, δημιουργώντας διάλογο, ώστε να υπάρχει μια συνεχής επικοινωνία.

Τέλος κριτικές προτάσεις βιβλίων υπάρχουν και σε εφημερίδες, καθώς είναι μια σημαντική για όσους αναγνώστες αναζητούν πληροφορίες για νέα βιβλία. Οι εφημερίδες δημοσιεύουν συχνά κριτικές βιβλίων, παρέχοντας αξιολογήσεις, σχόλια και προτάσεις ανάγνωσης. Ορισμένα κύρια σημεία τους είναι:

- **Αξιοπιστία:** οι κριτικές δημοσιεύονται από δημοσιογράφους και επαγγελματίες κριτικούς
- **Συνοπτικές:** οι κριτικές συνήθως είναι συνοπτικές, παρέχοντας τα βασικά χαρακτηριστικά του βιβλίου και την προσωπική γνώμη του κριτικού
- **Βαθμολογία:** πολλές εφημερίδες παρέχουν βαθμολογίες και αξιολογήσεις στις κριτικές τους
- **Ποικιλία ειδών:** οι εφημερίδες κριτικάρουν διάφορα είδη βιβλίων από λογοτεχνία, επιστημονική φαντασία και μυθιστορήματα μυστηρίου
- **Προώθηση βιβλίων:** οι εκδοτικοί οίκοι πολλές φορές εκμεταλλεύονται τις κριτικές σε εφημερίδες για την προώθηση των βιβλίων τους

Επομένως οι κριτικές σε οποιαδήποτε πλατφόρμα παρουσιάζονται είτε είναι στο book friends, είτε στο book press, είτε σε διάφορα blogs, ακόμα και σε εφημερίδες, έχουν μεγάλη επιρροή στο κοινό, καθώς μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την άποψή τους, καθορίζοντας την αγορά του επόμενου βιβλίου τους.



(Κριτικές προτάσεις βιβλίων στην εφημερίδα το Έθνος, πηγή:Google)

Κεφάλαιο 5: Αλλαγές που επιφέρουν στον τρόπο επαφής του κοινού με τα βιβλία

5.1 Ηχητικά βιβλία (audio books)

Ηχοβιβλίο (audio book) είναι η ηχογράφηση ενός βιβλίου ή άλλου έργου που έχει σκοπό να διαβαστεί δυνατά. Αρχικά, ονομαζόταν ομιλούμενο βιβλίο (talking book), όρος που είχε προκύψει από τα κυβερνητικά προγράμματα των ΗΠΑ στις αρχές του 1930 σχεδιασμένο για άτομα με προβλήματα όρασης, ενώ ο όρος ηχοβιβλίο πρωτοεμφανίστηκε στην δεκαετία του 1970 όταν οι κασέτες ήχου αντικατέστησαν τους δίσκους βινυλίου. Ο όρος ηχοβιβλίο (audio book) καθιερώθηκε το 1994 ως βιομηχανικό πρότυπο από την Audio Publishers Association. Σύμφωνα με το αγγλικό λεξικό της Οξφόρδης το ηχητικό βιβλίο ορίζεται ως η ηχογράφηση ενός βιβλίου, ιδιαίτερα ενός μυθιστορήματος που μπορεί να διαβαστεί δυνατά και είναι διαθέσιμο για κατέβασμα σε ηλεκτρονική συσκευή ή σε ένα CD.

Για περισσότερο από 10 χρόνια τα ηχοβιβλία έχουν μετατραπεί από ένα μικρό μέρος των περισσότερων συλλογών των δημόσιων βιβλιοθηκών σε ένα αγαπημένο κομμάτι των βιβλιοθηκών και αυτό γιατί ολοένα και περισσότερες βιβλιοθήκες θέλουν να εντάξουν ηχοβιβλία στις συλλογές τους, ώστε να βοηθούν άτομα με ειδικές ανάγκες να έχουν πρόσβαση στα βιβλία, καθώς τα βιβλία δεν γνωρίζουν διακρίσεις, αλλά και γενικά να εμπλουτίζουν τις συλλογές τους με οπτικοακουστικό περιεχόμενο, ώστε να γίνονται πιο διαδεδομένες και προσιτές σε ανθρώπους που δεν έχουν χρόνο να διαβάσουν και προτιμούν να ακούσουν ένα βιβλίο. Υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για αυτά, γεγονός που έχει οδηγήσει στο να αποτελέσει μια μεγάλη, επιτυχημένη και αναπόσπαστη μορφή βιβλίων τόσο για τις βιβλιοθήκες όσο και για τους καταναλωτές. Επίσης, σημειώνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και στις σχολικές αίθουσες και βιβλιοθήκες, ενώ βλέπουμε ηχοβιβλία και στις ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες. Έτσι η μορφή αυτή έχει γίνει αναπόσπαστο κομμάτι των βιβλιοθηκών, συλλογών και υπηρεσιών.

Τα βιβλία, λοιπόν, δεν είναι μόνο τυπωμένα, αλλά και ηχητικά και οπτικά σε διάφορες μορφές CD-ROM, tablets. Μπορούν να διαβαστούν με πολλούς τρόπους χρησιμοποιώντας μάτια, αφτιά, χέρια, δάχτυλα. Το διάβασμα πρέπει να είναι ευχαρίστηση, όχι τιμωρία, ενθαρρύνοντας κάθε παιδί, αλλά και ενήλικα να διαβάσει

ανεξάρτητα, αλλά ακόμα περισσότερο όταν έχει ειδικές ανάγκες. Τα ηχοβιβλία βέβαια δεν αναφέρονται μόνο σε παιδιά ή άτομα με ειδικές ανάγκες, αλλά και σε ενήλικες που θέλουν να ακούσουν ένα βιβλίο όταν δεν έχουν χρόνο να διαβάσουν ένα τυπωμένο βιβλίο ή ένα ηλεκτρονικό.

Ο τρόπος που ακούμε ηχοβιβλία μας πηγαίνει 20 χρόνια πίσω, όταν η Άμαζον κυκλοφόρησε την πρώτη συσκευή αναπαραγωγής ήχου, ειδικά σχεδιασμένη για να ακούγονται ηχοβιβλία. Κόστιζε 200\$ και μπορούσε να αναπαράγει μόνο δύο ώρες ήχου. Σήμερα οι αναγνώστες μπορούν να ακούσουν εκατοντάδες ώρες στα έξυπνα τηλέφωνα τους και να διαλέξουν ανάμεσα σε περισσότερα από 35.000 βιβλία δημοσιευμένα κάθε χρόνο σε πολλές εφαρμογές και συσκευές.

Πώς ξεκίνησαν:

Τα ηχοβιβλία εμφανίστηκαν το 1932 με την εγκαθίδρυση ενός στούντιο ηχογράφησης από το Αμερικανικό ίδρυμα για τους τυφλούς, το οποίο δημιούργησε ηχογραφήσεις βιβλίων σε δίσκους βινυλίου. Κάθε πλευρά είχε διάρκεια 15 λεπτών λόγου. Τον επόμενο χρόνο το Κογκρέσο πέρασε μια τροπολογία που επέτρεπε στην βιβλιοθήκη του Κογκρέσου να αρχίσει να παράγει ηχοβιβλία.

Αρχικά, στις ηχογραφήσεις περιλαμβάνονταν έργα του Σαίξπηρ, *The Constitution* και τη νουβέλα “*As the Earth Turns*” από την Gladys Hasty Carroll. Με τον καιρό εμφανίστηκαν περισσότερες εταιρίες ηχογράφησης, κυρίως για να βοηθήσουν τους τυφλούς. Το 1955 η Ακουστική Βιβλιοθήκη έγινε σημαντικός διανομέας ηχογραφημένων βιβλίων.

Νέα τεχνολογία ώθησε την ανάπτυξή τους με τις κασέτες ήχου στην δεκαετία του 1960 και με τους δίσκους στην δεκαετία του 1980. Η Waldenbooks εγκατέστησε κέντρα ήχου στα βιβλιοπωλεία της και οι εκδοτικοί οίκοι Random House, Warner Publishing and Simon & Schuster άνοιξαν τμήματα έκδοσης ήχου. Μέχρι το 1994 ο όρος ηχοβιβλίο είχε γίνει βιομηχανικό πρότυπο. Ένα χρόνο αργότερα η Audible έκανε εφικτό το κατέβασμα βιβλίων σε υπολογιστές.

Καθώς λοιπόν τα ηχοβιβλία γίνονταν πιο διάσημα, υπήρξαν αμέτρητες συζητήσεις για το ποιες είναι οι καλύτερες εφαρμογές και τρόποι να φτάσει κανείς στο μέσο. Η Άμαζον είναι ανάμεσα στις περισσότερες συνδρομητικές πλατφόρμες, με εφαρμογές που μπορούν να κατέβουν σε κινητά, υπολογιστές, iPad και Kindle, αλλά υπάρχουν επίσης και πολλές δωρεάν εφαρμογές μέσα από τα τοπικά συστήματα βιβλιοθηκών. Εκδόσεις ηχοβιβλίων σε CD επίσης πουλιούνται και είναι διαθέσιμες στις βιβλιοθήκες, καθώς υπάρχουν συσκευές που είναι ειδικά σχεδιασμένες για το διάβασμά τους.

Αρχικά, έπρεπε να βρεθεί η κατάλληλη συσκευή για να παίξει το ηχοβιβλίο. Τώρα που τα βιβλία είναι σε ψηφιακή μορφή είναι προσβάσιμα από πολλούς ανθρώπους. Ακόμη η μεγαλύτερη αλλαγή για τα ηχοβιβλία ήταν η μετάβαση από τις κασέτες στα CD. Η τεχνολογία έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην παραγωγή τους κάνοντάς την ευκολότερη, ωστόσο είναι μια χρονοβόρα διαδικασία που απαιτεί αρκετούς πόρους. Όμως, πίσω απ’ αυτά που βλέπουμε και ακούμε υπάρχει μια διαδικασία συνεργασίας των εμπόρων και διανομής του στις πλατφόρμες και συνεπώς στο κοινό.

Πρώτα απ' όλα είναι η συνεργασία της εταιρίας παραγωγής του , με την πλατφόρμα διανομής που επιτρέπει τόσο στους ιθύνοντες παραγωγής του ηχοβιβλίου όσο και στους εκδότες να τα διανείμουν με ένα κλικ.

Οι έμποροι λιανικής ολοένα και αυξάνονται στην αγορά ηχοβιβλίων. Η Google Play είναι ο βασικός διανομέας τους, έπειτα η Kobo αποτελεί ένα κρυμμένο “παίκτη” στην βιομηχανία ηχοβιβλίων. Η Apple iTunes είναι δεύτερη μεγαλύτερη εταιρία πώλησης ηχοβιβλίων που επιτρέπει στους δισεκατομμύρια χρήστες iOS συσκευών να βρουν ένα ηλεκτρονικό βιβλίο.

Τα ηχητικά βιβλία απευθύνονται σε πολλές και διαφορετικές κοινωνικές ομάδες για τις οποίες η ανάγνωση ενός έντυπου βιβλίου καθίσταται δύσκολη ή αδύνατη. Οι ομάδες αυτές είναι ομογενείς με περιορισμένη δυνατότητα ανάγνωσης της ελληνικής ή άλλης μητρικής γλώσσας, άτομα με ειδικές ανάγκες (π.χ με προβλήματα όρασης) ή άτομα με άλλες μαθησιακές δυσκολίες (π.χ δυσλεξία), καθώς και άτομα τρίτης ηλικίας. Επιπρόσθετα, τα ηχητικά βιβλία λόγω της ευκολίας χρήσης τους αυξάνουν τόσο τον χρόνο ψυχαγωγίας όσο και εκπαίδευσης. Συγκεκριμένα, μπορούν να ακουστούν κατά τη διάρκεια πολλών δραστηριοτήτων ή εργασιών στο σπίτι, στο αυτοκίνητο, σε έναν περίπατο. Παράλληλα, η μουσική επένδυση, τα ηχητικά εφέ, και οι εναλλαγές των εκφωνητών εμπλουτίζουν την φαντασία του ακροατή και καθιστούν ένα βιβλίο πιο διασκεδαστικό, κυρίως για μικρά παιδιά.

Εξίσου σημαντικό είναι ότι ολοένα και περισσότεροι διάσημοι ηθοποιοί και παραγωγοί δείχνουν ενδιαφέρον να δανείσουν τις φωνές τους αφηγούμενοι την ιστορία που το κάθε ηχοβιβλίο έχει.

Σήμερα οι χρήστες μπορούν να βρουν και να ακούσουν ηλεκτρονικά βιβλία σε πολλά γνωστά σάϊτ και εφαρμογές που μπορούν να κατεβάσουν στο κινητό τους και μέσα από μια συνδρομή να έχουν πρόσβαση σε όσα ηχοβιβλία επιθυμούν, ακούγοντάς τα είτε οδηγώντας , είτε κάνοντας διάφορες δουλειές, στα μέσα μεταφοράς , οπουδήποτε επιθυμούν.

5.1.1 Ηχητικά βιβλία και social media

Πολλές βιβλιοθήκες στο πλαίσιο του εκσυγχρονισμού τους χρησιμοποιούν τα σόσιαλ μίντια για να κάνουν ευρέως γνωστό το υλικό τους στο αναγνωστικό κοινό. Κάνοντας τα προφίλ τους εύκολα προσβάσιμα στο κοινό, εκείνο μπορεί εύκολα να τα εντοπίσει και είτε να αλληλεπιδράσει μαζί τους , είτε να ενημερωθεί για τις δραστηριότητες και τα προγράμματα των βιβλιοθηκών, καθώς και για τις δυνατότητες που προσφέρουν, όπως ηλεκτρονικό αναγνωστήριο στο οποίο μπορούν να έχουν πρόσβαση από οποιοδήποτε σημείο και αν βρίσκονται, από κάθε μέσο. Με την εύκολη πρόσβαση τους είτε από smartphones είτε από υπολογιστές έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο αναζητούμε και μαθαίνουμε για νέους τίτλους βιβλίων , για κριτικές προτάσεις, καθώς και για το αν ένα βιβλίο διατίθεται σε ηχητική μορφή, αφού όλοι οι εκδοτικοί οίκοι διαθέτουν κοινωνικά δίκτυα μέσα από τα οποία προβάλλουν το υλικό τους στους χρήστες. Επίσης, μέσα από ζωντανές μεταδόσεις μπορούν διαδώσουν την παρουσίαση ενός βιβλίου στους χρήστες χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική τους

παρουσία. Έχουν επηρεάσει τον τρόπο που επικοινωνούμε, ανταλλάσσουμε πληροφορίες και αλληλεπιδρούμε στον σύγχρονο κόσμο. Όσον αφορά την σχέση μεταξύ ηχητικών βιβλίων και κοινωνικών δικτύων έχει να κάνει με τον τρόπο που αλληλεπιδρούν και συμπληρώνουν η μία την άλλη. Οι δύο αυτές κατηγορίες μπορούν να συνεργαστούν για να προωθήσουν την πρόσβαση σε περιεχόμενο και επικοινωνία μεταξύ των χρηστών. Αρκετές εταιρίες προωθούν μέσω των κοινωνικών δικτύων τους τρόπους με τους οποίους μπορεί ένας χρήστης να βρει ηχητικά βιβλία.

Ορισμένοι τρόποι που μπορούν να συνδυαστούν τα ηχητικά βιβλία με τα σόσιαλ μίντια είναι:

1. **Κοινή χρήση περιεχομένου:** οι χρήστες μπορούν να μοιραστούν ηχητικά αποσπάσματα από βιβλία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μπορούν να δημοσιεύσουν αποσπάσματα που τους άρεσαν, να προτείνουν ηχητικά βιβλία σε φίλους ή να συζητήσουν σχετικά θέματα σε κοινότητες που ασχολούνται με την ανάγνωση και τα ηχητικά βιβλία.
2. **Προώθηση ηχητικών βιβλίων:** οι βιβλιοθήκες και οι εκδοτικοί οίκοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα κοινωνικά δίκτυα για προωθήσουν τα ηχητικά βιβλία που έχουν διαθέσιμα.
3. **Συνεντεύξεις και παρουσιάσεις:** οι συγγραφείς ή οι αναγνώστες μπορούν να προσφέρουν συνεντεύξεις ή να πραγματοποιήσουν παρουσιάσεις για τα ηχητικά βιβλία σε βίντεο ή ήχο και να τα μοιραστούν μέσω των κοινωνικών δικτύων. Αυτό μπορεί να προάγει την συζήτηση και το ενδιαφέρον για τα βιβλία και να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να τα ακούσουν.
4. **Διαγωνισμοί και προσφορές:** οι οργανισμοί μπορούν να διοργανώσουν διαγωνισμούς ή να προσφέρουν δωρεάν αντίγραφα ηχητικών βιβλίων μέσω των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Κάτι τέτοιο θα προσελκύσει νέους ηχητικούς αναγνώστες και θα αυξήσει την ευαισθητοποίηση για τα ηχητικά βιβλία.
5. **Κοινότητες και συζητήσεις:** οι βιβλιοθήκες και οι εκδοτικοί οίκοι μπορούν να ενσωματώσουν τα ηχητικά βιβλία σε κοινότητες που ασχολούνται με τη λογοτεχνία ή την ανάγνωση στα σόσιαλ μίντια, δημιουργώντας ομάδες που ασχολούνται με τα ηχητικά βιβλία και επιτρέποντας σε ανθρώπους που ενδιαφέρονται για αυτά να κάνουν συζητήσεις και ανταλλαγή απόψεων. Ορισμένες ιδέες για το τι θα μπορούσαν να δημιουργήσουν σε αυτές τις ομάδες είναι ένα θέμα συζήτησης που έχει σχέση με μια αγαπημένη ιστορία ή τεχνικές φωνητικής απόδοσης. Τα μέλη μπορούν να μοιραστούν τις εντυπώσεις τους για συγκεκριμένα ηχητικά βιβλία ή να προτείνουν νέα. Επίσης μπορούν να κάνουν κριτική για ηχητικά βιβλία που τους άρεσαν βοηθώντας άλλους χρήστες να μάθουν για αυτά και να τα ακούσουν.

5.2 Ηλεκτρονικά βιβλία(e-books)

Η ιδέα των ηλεκτρονικών βιβλίων δεν είναι καινούργια, ωστόσο υπάρχει μια σύγχυση για τον ακριβή ορισμό τους. Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν αρκετοί ορισμοί για το τι είναι ηλεκτρονικό βιβλίο και αναφέρονται σε τέσσερα κύρια γνωρίσματα: στα μέσα, μορφή του περιεχομένου, στις ηλεκτρονικές συσκευές και στη διανομή.

Ηλεκτρονικό βιβλίο είναι ένα βιβλίο που εκδίδεται σε ψηφιακή μορφή με σκοπό την ανάγνωση του σε ψηφιακό αναγνώστη, δηλαδή σε υπολογιστή ή άλλη ηλεκτρονική συσκευή. Παρόλο που μπορεί να διατίθεται και σε τυπωμένη έκδοχή ή να αποτελεί την ψηφιακή μορφή ενός ήδη τυπωμένου βιβλίου, το ηλεκτρονικό βιβλίο δεν προϋποθέτει αναγκαστικά και ένα αντίστοιχο τυπωμένο βιβλίο.

Σύμφωνα με το Αγγλικό λεξικό της Οξφόρδης το ηλεκτρονικό βιβλίο ορίζεται ως “η ηλεκτρονική έκδοση ενός εντύπου βιβλίου”, αλλά μπορεί να υπάρχουν και ανεξάρτητα από ένα έντυπο. Ένας άλλος ορισμός από τους Armstrong, Edwards και Lonsdale υποστηρίζει πως το ηλεκτρονικό βιβλίο είναι κάθε κομμάτι ηλεκτρονικού κειμένου ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τη σύνθεση. Επίσης ο Βρετανικός οργανισμός τεχνολογίας JISC το ορίζει ως μια online έκδοση του εντύπου, όπου παρέχεται πρόσβαση μέσω Ίντερνετ.

Τα ηλεκτρονικά βιβλία σήμερα είναι στη μεγάλη τους πλειονότητα σε μορφή pdf(Portable Document Format). ωστόσο υπάρχουν και άλλα πρότυπα, όπως ePUB, Mobipocket, Plain text, HTML, Amazon kindle format, Microsoft Lit. Διαβάζονται με εξειδικευμένες συσκευές ανάλογα το πρότυπο που υποστηρίζει κάθε συσκευή με οθόνες ηλεκτρονικού χαρτιού, σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές desktops ή laptops, σε kindle(ειδική συσκευή ανάγνωσης της Amazon), τάμπλετ, και κινητά τηλέφωνα.

Σήμερα οι βιβλιοθήκες τείνουν να αγοράζουν ηλεκτρονικά βιβλία, παρόλο που έχουν μεγάλο κόστος, διότι δίνεται η δυνατότητα να γίνει ανάγνωση από πολλούς χρήστες ταυτόχρονα χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική τους παρουσία στη βιβλιοθήκη. Βασική προϋπόθεση είναι η ύπαρξη ειδικής συσκευής, όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο.

Υπάρχουν αρκετά οφέλη των ηλεκτρονικών βιβλίων συγκριτικά με ένα χάρτινο βιβλίο. Τα οφέλη αυτά είναι:

- **Προσβασιμότητα.** Εύκολα γίνεται εφικτό να αποκτήσει αμέσως και να κατεβάσει κάποιος ένα ηλεκτρονικό βιβλίο στα χέρια του
- **Φορητότητα.** Μπορούν να μεταφερθούν σε κάθε μετακίνηση χωρίς να χρειάζεται να μεταφέρουμε ένα συμβατικό βιβλίο, αφού μπορούν να διαβαστούν σε κάθε συσκευή, όπως κινητό ή τάμπλετ.
- **Άνεση.** Μπορούμε να προσθέσουμε σημειώσεις, τις κυριότερες σελίδες, σελιδοδείκτες και να κοιτάζουμε κατευθείαν τις υπογραμμισμένες λέξεις, κάτι που είναι ιδιαίτερα βοηθητικό όταν διαβάζουμε ένα οδηγό ή κάποιο βιβλίο εργασίας.
- **Προσωποποίηση.** Μπορούμε να προσαρμόσουμε την φωτεινότητα της οθόνης, την γραμματοσειρά, να βάλουμε διαφορετικό χρώμα στα γράμματα

- **Ιδιωτικότητα.** Μπορούμε να διαβάσουμε χωρίς οι άλλοι να μπορούν να δουν ποιο βιβλίο έχουμε διαλέξει

Όπως ήδη αναφέρθηκε και παραπάνω, υπάρχουν πολλά ηλεκτρονικά βιβλία για διάβασμα και αυτό είναι ένα σημαντικό όφελός τους. Σε πολλά σάϊτ και ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία, αλλά και στις ηλεκτρονικές σελίδες των ήδη φυσικών βιβλιοπωλείων, μπορεί κανείς να βρει πολλά είδη βιβλίων τόσο έντυπα, όσο και ηλεκτρονικά σε όλες τις κατηγορίες, για παιδιά, εφήβους και ενήλικες. Επίσης, μια σημαντική δυνατότητα είναι ότι μπορούμε δωρεάν να διαβάσουμε ορισμένες σελίδες ενός βιβλίου προτού προχωρήσουμε στην αγορά του.

10 πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών βιβλίων

1. **Μια συσκευή, πολλά βιβλία:** τα ηλεκτρονικά βιβλία είναι φορητά και ελαφριά, κάτι που τα κάνει εύκολα στην μεταφορά τους. Αντί να μεταφέρονται πολλά βιβλία μαζί, ένας ηλεκτρονικός αναγνώστης μπορεί να μεταφέρει χιλιάδες ηλεκτρονικά βιβλία, γλιτώνοντας χώρο και στο σπίτι και στην τσάντα. Μια απλή συσκευή είναι αρκετή για να διαβάσουμε όσα βιβλία θέλουμε. Επίσης, οι μαθητές ωφελούνται από αυτό, καθώς δεν χρειάζεται να κουβαλούν μια τσάντα γεμάτη με βιβλία. Επιτρέπει στους χρήστες να αποθηκεύουν πληθώρα βιβλίων στην συσκευή, πολύ περισσότερα από αυτά που θα διάβαζε κάποιος στη ζωή του.
2. **Πρόσβαση παντού:** τα ηλεκτρονικά βιβλία μπορούν να κατέβουν και να αποθηκευτούν στην συσκευή για μετέπειτα χρήση μεταφέροντας την συσκευή και διαβάζοντάς τα όποτε αυτό είναι εφικτό. Μαθητές και εργοδότες μπορούν να περάσουν στο εκπαιδευτικό υλικό τόσο όταν είναι στο σπίτι, όσο και όταν ταξιδεύουν. Είναι βολικό για χρήση στο να το παίρνουμε μαζί μας εύκολα και γρήγορα. Μερικοί βέβαια ηλεκτρονικοί αναγνώστες έχουν την δυνατότητα ελεύθερης πρόσβασης χωρίς να χρειάζεται σύνδεση στο ίντερνετ. Σε αντίθεση με τα έντυπα τα οποία πρέπει να παραγγελθούν ή να αγοραστούν από το βιβλιοπωλείο χάνοντας χρόνο και στην παράδοση και πηγαίνοντας στο βιβλιοπωλείο, ενώ οι αναγνώστες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ηλεκτρονικά βιβλία από οπουδήποτε.
3. **Γρήγορη ανανέωση:** το περιεχόμενο των ηλεκτρονικών βιβλίων βασίζεται στο cloud, δηλαδή σε κάποιον σέρβερ στο διαδίκτυο, που σημαίνει ότι μπορεί να ενημερωθεί ανά πάσα στιγμή. Συγγραφείς και εκδότες μπορούν συνεχώς να διατηρούν τις πληροφορίες ενημερωμένες παρέχοντας στους χρήστες το πιο πρόσφατο ψηφιακό περιεχόμενο. Κάτι τέτοιο γλιτώνει χρόνο στην επανεκτύπωση και στο χρόνο που χρειάζεται για την παραγωγή.
4. **Με δυνατότητα κοινής χρήσης:** υπάρχει η δυνατότητα να μοιραστεί το περιεχόμενο ενός ηλεκτρονικού βιβλίου με άλλους χρήστες. Το κοινωνικό αυτό χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού βιβλίου επιτρέπει το μοίρασμα του περιεχομένου, κάτι που δεν είναι εφικτό στα έντυπα βιβλία. Μπορούμε να μοιραστούμε ένα εκτυπωμένο βιβλίο με ένα άτομο κάθε φορά, αλλά ένα ηλεκτρονικό βιβλίο μπορεί να μοιραστεί σε πολλά άτομα μια φορά. Μαθητές και εργοδότες χρησιμοποιούν αυτό το χαρακτηριστικό για να συνεργάζονται με τους συνομήλικους τους.
5. **Εμπειρία επαυξημένης πραγματικότητας:** η επαυξημένη πραγματικότητα έχει οδηγήσει τα ηλεκτρονικά βιβλία σε ένα καινούργιο επίπεδο. Εικόνες και κείμενα μπορούν να ενσωματωθούν με μια επαυξημένη τρισδιάστατη οπτική η οποία αναδύεται στην οθόνη του χρήστη. Οι αναγνώστες μπορούν να δουν μια εικόνα

που έχει δημιουργηθεί τρισδιάστατα μέσω υπολογιστή, κάτι που κάνει την ανάγνωση και την εκπαίδευση μια αρκετά εμβυθιστική εμπειρία.

6. **Ευκολία στην ανάγνωση:** οι ηλεκτρονικοί αναγνώστες στην σημερινή εποχή έρχονται με δυνατότητες όπου μπορούμε να προσαρμόσουμε την φωτεινότητα της οθόνης ανάλογα με την ώρα της ημέρας και εξαρτάται από τις προτιμήσεις μας. Αρκετοί ηλεκτρονικοί αναγνώστες διαβάζονται και σε σκοτεινή λειτουργία, με τα φώτα να μην κουράζουν τα μάτια, ούτε και να ενοχλούν τους γύρω. Οι χρήστες μπορούν επίσης να αλλάξουν την γραμματοσειρά του κειμένου, όπως και να αυξήσουν ή να μειώσουν το μέγεθός της.
7. **Δυνατότητα φωνητικής ανάγνωσης:** τα ηλεκτρονικά βιβλία μπορούν να συνδυαστούν με τα ηχητικά και να προσφέρουν μια διαφορετική εμπειρία ανάγνωσης. Αυτή η δυνατότητα είναι χρήσιμη ειδικά για τους αναγνώστες με μαθησιακές δυσκολίες ή προβλήματα όρασης. Επίσης, βοηθά τον χρήστη να καταλάβει την προφορά μιας λέξης.
8. **Διαδραστικά στοιχεία:** περιλαμβάνοντας διαδραστικές δυνατότητες σε ένα ηλεκτρονικό βιβλίο, καθιστά το διάβασμα μια περισσότερο ελκυστική εμπειρία, ενσωματώνοντας οπτικοακουστικά μέσα, όπως και συνδέσμους για επιπρόσθετες πληροφορίες. Οι χρήστες μπορούν επίσης να μαρκάρουν μια συγκεκριμένη σελίδα ή να βρουν μια λέξη εύκολα και χωρίς κόπο.
9. **Φιλικά προς το περιβάλλον:** εξαλείφουν την διαδικασία εκτύπωσης, διασώζοντας το κόστος εκτύπωσης για τους εκδότες.
10. **Προσιτά μακροπρόθεσμα:** αρκετοί πιστεύουν ότι οι νέες τεχνολογίες και συσκευές αυξάνουν το κόστος έναντι των εντύπων, ισχύει όμως ακριβώς το αντίθετο. Τα ηλεκτρονικά βιβλία κοστίζουν λιγότερο σε αντίθεση με τα έντυπα, επειδή δεν χρειάζεται προ παραγωγή όπως στα έντυπα, χωρίς εξώφυλλο, χωρίς χαρτί εκτύπωσης, κόστος πακεταρίσματος και μεταφοράς. Τα ηλεκτρονικά βιβλία έχουν να προσφέρουν πολλά σε σχέση με τα έντυπα, καθώς επιτρέπουν στον χρήστη να αλληλεπιδρά με το περιεχόμενο, αφού στο έντυπο μπορεί μόνο να υπογραμμίσει το κείμενο. Τα έντυπα βιβλία πάντα θα είναι ο παραδοσιακός τρόπος διαβάσματος, όμως τα ηλεκτρονικά βιβλία μπορούν να προσφέρουν μια διαφορετική εμπειρία ανάγνωσης αλλάζοντας την εκπαιδευτική διδασκαλία στο μέλλον.

5.2.1 Ιστορική αναδρομή των ηλεκτρονικών βιβλίων

Η ηλεκτρονική δημοσίευση φαίνεται να ξεκίνησε στις αρχές του 1945, όταν ο μαθηματικός και μηχανικός του Πανεπιστημίου του MIT, Vannevar Bush, δημοσίευσε την ιδέα μιας μηχανής διαχείρισης της γνώσης, την οποία ονόμασε Memex. Σε αυτό υπήρχε η δυνατότητα να αποθηκευτούν βιβλία σε ηλεκτρονική μορφή, μουσική, εικόνες, περιοδικά και εφημερίδες, δίνοντας την δυνατότητα στον χρήστη να προσπελάσει πληροφορίες και τεκμήρια που συνδέονταν μεταξύ τους, δυνατότητες που ήταν δύσκολο να φανταστεί ο ανθρώπινος νους εκείνη την εποχή. Αρκετά χρόνια μετά από αυτήν την δημοσίευση ο προβληματισμός δεν είναι αν θα υπάρχουν ηλεκτρονικά βιβλία, αλλά αν θα επιζήσουν τα έντυπα, δεδομένου ότι ζούμε στην εποχή της ψηφιοποίησης όπου αρκετοί χρήστες αναζητούν το εύκολο και γρήγορο και συνάμα βολικό.



Εικόνα 1: Vannevar Bush, [Vannevar Bush portrait - Vannevar Bush - Βικιπαίδεια \(wikipedia.org\)](#)

Όμως οι πρώτες σημαντικές εξελίξεις στον τομέα των ηλεκτρονικών βιβλίων άρχισε την δεκαετία του 70 με το project Gutenberg και το Oxford Text Archive. Το Project Gutenberg δημιουργήθηκε το 1971 από τον Michael Hart, ο οποίος δημιούργησε το πρώτο ηλεκτρονικό βιβλίο, την Διακήρυξη της ανεξαρτησίας των ΗΠΑ, στο πανεπιστήμιο του Ιλινόις και αφορά μια εθελοντική προσπάθεια να ψηφιοποιηθούν τα βιβλία που δεν έχουν πια πνευματικά δικαιώματα. Παράλληλα έχει στόχο και την ευρύτερη διάθεσή τους ως ηλεκτρονικά βιβλία σε μερικά ανοιχτά πρότυπα αρχείων. Σύμφωνα με στοιχεία του Μαρτίου 2011 περισσότεροι από 33.000 τίτλοι είναι διαθέσιμοι μέσω αυτού του προγράμματος στο διαδίκτυο. Αξίζει να σημειωθεί πως αποτελεί την αρχαιότερη ψηφιακή βιβλιοθήκη, ενώ ανάμεσα στις συλλογές του υπάρχουν και 99 ελληνικά βιβλία, τα οποία κάθε χρήστης μπορεί να κατεβάσει δωρεάν. Ο κύριος στόχος του είναι να παρέχει δωρεάν πρόσβαση σε όλους στην λογοτεχνία και να διευρύνει το κοινό(συνήθως αποτελείται από φοιτητές και καθηγητές). Όλα τα κείμενά του μπορούν να αναδιανεμηθούν και να αποκτηθούν από τους αναγνώστες χωρίς κόστος. Από την άλλη το Oxford Text Archive ιδρύθηκε το 1976 από τον Lou Burnard και παρέχει δωρεάν πρόσβαση στην εκπαιδευτική κοινότητα.

Όμως για να γίνουν τα επόμενα βήματα στον κόσμο της ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης χρειάστηκε να περάσουν αρκετά χρόνια δεδομένου ότι η χρήση του ίντερνετ έγινε γνωστή στο τέλος της δεκαετίας του 80, όπου οι εκδότες και οι συγγραφείς αναγνώρισαν τις δυνατότητες παροχής περιεχομένου σε ψηφιακή μορφή.

5.2.2 Ηλεκτρονικά βιβλία (e-books) και social media

Η σχέση μεταξύ ηλεκτρονικών βιβλίων και σόσιαλ μίντια έχει να κάνει με την αμοιβαία επιρροή και αλληλεπίδραση των δύο. Οι δύο αυτές πλατφόρμες μπορούν να συνεργαστούν για να προωθήσουν την πρόσβαση σε περιεχόμενο, την ανάγνωση και την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών.

Τα ηλεκτρονικά βιβλία(e books) και τα κοινωνικά δίκτυα (social media) μπορούν να συνδυαστούν με τους εξής τρόπους:

- i. **Κοινή χρήση περιεχομένου:** οι χρήστες μπορούν να μοιραστούν αποσπάσματα από ηλεκτρονικά βιβλία μέσω των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Μπορούν να αναφέρουν αγαπημένα αποσπάσματα, να προτείνουν βιβλία σε

φίλους ή να ξεκινήσουν συζητήσεις για συγκεκριμένα θέματα που αφορούν τα βιβλία.

- ii. **Προώθηση ηλεκτρονικών βιβλίων:** οι εκδοτικές εταιρίες, οι συγγραφείς και οι ανεξάρτητοι συγγραφείς μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για να προωθήσουν τα ηλεκτρονικά τους βιβλία. Μπορούν να δημοσιεύσουν ανακοινώσεις σχετικά με τα βιβλία που έχουν διαθέσιμα στο ηλεκτρονικό τους βιβλιοπωλείο ή για νέους τίτλους.
- iii. **Συζητήσεις και βιβλιοκλάμπ:** ο εκάστοτε εκδοτικός οίκος και συγγραφέας μπορεί να δημιουργήσει ομάδες στα κοινωνικά δίκτυα που ασχολούνται με συγκεκριμένα ηλεκτρονικά βιβλία ή λογοτεχνικά θέματα. Οι συμμετέχοντες θα συζητούν για βιβλία που τους άρεσαν, θα ανταλλάσσουν απόψεις και θα προτείνουν νέες αναγνώσεις.
- iv. **Συνεργατική δημιουργία περιεχομένου:** τα σοσιαλ μίντια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για συλλογή απόψεων, ιστοριών και γνώμων αναγνωστών σχετικά με ένα ηλεκτρονικό βιβλίο ή ένα συγκεκριμένο θέμα που αναφέρεται σε αυτό. Συνεντεύξεις αναγνωστών, δημιουργία πολλαπλών αναρτήσεων και δημιουργία περιεχομένου σχετικά με συμβουλές και εμπειρίες των αναγνωστών είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημά τους.
- v. **Διαγωνισμοί και προσφορές:** οι εκδοτικοί οίκοι μπορούν να διοργανώσουν στα σοσιαλ μίντια στους οποίους οι συμμετέχοντες θα κερδίσουν δωρεάν αντίγραφα ηλεκτρονικών βιβλίων.



(ηλεκτρονικός αναγνώστης / e book, πηγή:Google)

Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα -Προτάσεις για την ενίσχυση της

φιλιαναγνωσίας

Οι νέες τεχνολογίες έχουν οδηγήσει σε αλλαγές στον τρόπο που εργαζόμαστε, στην ψυχαγωγία και στον τρόπο που διαβάζουμε σήμερα. Σε αυτό έχουν συμβάλλει καθοριστικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία έχουν αλλάξει την ζωή εκατομμυρίων χρηστών σε όλο τον κόσμο, δίνοντάς τους την ευκαιρία να επικοινωνούν μεταξύ τους και να αλληλεπιδρούν, όπου και αν βρίσκονται, καθώς και να ανακαλύπτουν βιβλία σε όλους τους τύπους ανάγνωσης, έντυπα, ηλεκτρονικά και ηχητικά. Αφενός, μπορούν να συνδέσουν πολλά άτομα και αφετέρου, αποτελούν ένα ισχυρό εργαλείο για την προώθηση της φιλιαναγνωσίας, καθώς δημιουργούν ευκαιρίες για ανταλλαγή απόψεων, συζητήσεις και συνδιασκέψεις γύρω από τα βιβλία. Οι συγγραφείς και οι εκδότες επωφελούνται από την ψηφιακή παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα, καθώς μπορούν να επικοινωνούν άμεσα με το κοινό τους, να προωθούν τα έργα τους και να λαμβάνουν ανατροφοδότηση, όπως και να αποκτήσουν καινούργιους ακολούθους. Επίσης, μέσω των κοινωνικών δικτύων μπορούν να δημιουργηθούν κοινότητες αναγνωστών, όπου οι αναγνώστες θα συναντιούνται, ανταλλάσσοντας ιδέες και ενισχύοντας την αγάπη τους για την ανάγνωση. Παράλληλα οι χρήστες αναρτούν βιβλία που έχουν διαβάσει στους προσωπικούς λογαριασμούς τους, επηρεάζοντας τις αναγνωστικές προτιμήσεις του κοινού. Τέλος, πολλές φορές στα κοινωνικά δίκτυα εμφανίζονται διαφημίσεις και προσφορές βιβλίων με βάση παράλληλες αναζητήσεις του κοινού στο διαδίκτυο, επηρεάζοντας πιθανές αγορές των αναγνωστών.

Συνοψίζοντας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν καίριο ρόλο τόσο στην επικοινωνία, όσο και την ψυχαγωγία, την αναγνωστική εμπειρία και τις προτιμήσεις του κοινού, καθώς επιτρέπουν τη δημιουργία λεσχών ανάγνωσης, την ανταλλαγή απόψεων και την προσωπική σύσταση βιβλίων.

Όσον αφορά, την ενίσχυση της φιλιαναγνωσίας, η οποία είναι σημαντική για την προσωπική ανάπτυξη και εκπαίδευση, μπορεί να ενισχυθεί σε προσωπικό, οικογενειακό και κοινωνικό επίπεδο με τους ακόλουθους τρόπους:

1. **Διοργάνωση λεσχών ανάγνωσης:** οι συγγραφείς, οι εκδότες καθώς και οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν λέσχες ανάγνωσης στην περιοχή ή στην εργασία τους, είτε με φυσική παρουσία, είτε μέσω διαδικτύου, παρέχοντας την ευκαιρία για συζήτηση βιβλίων και ανταλλαγή απόψεων

2. **Προώθηση ανάγνωσης στην οικογένεια:** Οι γονείς μπορούν να διαβάζουν βιβλία στα παιδιά τους, συζητώντας μαζί τους τις ιστορίες. Με αυτόν τον τρόπο θα καλλιεργήσουν ένα περιβάλλον ανάγνωσης στο οποίο τα παιδιά θα ενθαρρύνονται να αγαπούν το βιβλίο, περνώντας ευχάριστα και δημιουργικά τον χρόνο τους
3. **Επίσκεψη στην Δημόσια Βιβλιοθήκη:** Οι δημόσιες βιβλιοθήκες προσφέρουν δωρεάν πρόσβαση σε βιβλία τόσο για ψυχαγωγικούς, όσο και για εκπαιδευτικούς σκοπούς, διαθέτοντας παράλληλα και χώρους για ανάγνωση ή την δυνατότητα δανεισμού του υλικού
4. **Ανάγνωση διαφόρων ειδών:** Διαβάζοντας διάφορα είδη βιβλίων όπως, μυθιστορήματα, μηχανική, ποίηση, επιστήμες και επιστημονική φαντασία, ο αναγνώστης επεκτείνει τον ορίζοντα της φιλιαναγνωσίας του.
5. **Χρήση της τεχνολογίας:** ο αναγνώστης χρησιμοποιώντας την τεχνολογία μπορεί να διαβάσει βιβλία σε ηλεκτρονική μορφή, να ακούσει ηχητικά βιβλία ή συμμετέχοντας σε διαδικτυακές λέσχες ανάγνωσης
6. **Κοινοποίηση της φιλιαναγνωσίας:** Οι αναγνώστες μπορούν να μοιραστούν την αγάπη τους για το διάβασμα βιβλίων με άλλους αναγνώστες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αναρτώντας βιβλία που διαβάζουν ή που έχουν διαβάσει στο παρελθόν. Επίσης, μπορούν να ανταλλάξουν βιβλία μεταξύ τους και στην συνέχεια να μοιραστούν τις απόψεις τους μέσω των κοινωνικών δικτύων.

Τέλος αρκετοί είναι οι ενδιαφερόμενοι αναγνώστες, που έχουν επιλέξει να αγοράσουν ένα βιβλίο που είδαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το οποίο προτείνεται είτε από κάποιον κριτικό βιβλίου, είτε από εκδοτικούς οίκους, είτε βιβλιοπωλεία, καθώς πολλές φορές αναρτώνται στις προσωπικές σελίδες τους προτεινόμενα βιβλία που έχουν λάβει αξιόλογες κριτικές τόσο από κριτικούς βιβλίων, όσο και από άλλους αναγνώστες.

Όπως είπε και ο Κάρλος Ρουίθ Θαφόν: “Τα βιβλία είναι καθρέφτες. Σ’ αυτά βλέπει κανείς μόνο ό,τι κουβαλάει μέσα του.”

Βιβλιογραφία

About Net (2017). Πώς Τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αλλάξει τον κόσμο; - Aboutnet. *www.aboutnet.gr*. Available at: <https://www.aboutnet.gr/blog/2667-pos-ta-mesa-koinonikis-diktiosis-exoun-allaxei-ton-kosmo/> [Accessed 17 Mar. 2023].

Book Press ο κόσμος μέσα από τα βιβλία (2023). *KPITIKES* | *Bookpress.gr*. [online] *bookpress.gr*. Available at: <https://bookpress.gr/kritikes> [Accessed 7 Oct. 2023].

Capital (2020). *Bookfriends.gr: Το μεγαλύτερο site με βιβλιοκριτικές αναγνωστών στην Ελλάδα*. [online] *Capital.gr*. Available at: <https://www.capital.gr/market-news/3458021/bookfriends-gr-to-megalutero-site-me-bibliokritikes-anagnoston-stin-ellada/> [Accessed 6 Oct. 2023].

Chow, A.R. (2020). *10 Virtual Book Clubs You Can Join Now—And How to Start One*. [online] *Time*. Available at: <https://time.com/5809322/social-distancing-book-clubs/> Published on Twitter.

City Kids Guide (2019). *Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης: Τα Θετικά Και Αρνητικά Της Χρήσης Τους*. [online] *www.citykidsguide.com*. Available at: <https://www.citykidsguide.com/mesa-koinonikis-diktyosis-ta-thetika-kai-arnitika-tis-hrisis-toys> [Accessed 17 Mar. 2023].

Foasberg, N.M. (2012). Online Reading Communities: from Book Clubs to Book Blogs. *The Journal of Social Media in Society*, [online] 1(1). Available at: <https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/3/4>.

Fotis blog (2023). *Αναγνώσεις. Αναγνώσεις*. Available at: <https://fotiskblog.home.blog/page/2/> [Accessed 7 Oct. 2023].

Gamvrou, E. (2018). *Η Ανάγνωση Στους Διαδικτυακούς Κοινωνικούς σχηματισμούς: τι Κάνουν Οι Αναγνώστες Στο διαδίκτυο;* [online] *Λογοτεχνική Ανάγνωση στο σχολείο*

και στην κοινωνία. Academia.edu. Available at: <https://www.academia.edu> [Accessed 18 Sep. 2023].

Goodreads (2022). *Goodreads*. [online] Goodreads. Available at: <https://www.goodreads.com/> [Accessed 11 Oct. 2023].

Harman, M. (2018). *Top 10 Advantages of eBooks over Printed Books - Kitaboo*. [online] Kitaboo. Available at: <https://kitaboo.com/top-10-advantages-of-ebooks-over-printed-books/> [Accessed May 2023].

Koalla (2022a). Ποια Είναι τα Πιο δημοφιλή Social Media για Το 2022 | koalla. *Koalla*. Available at: <https://koalla.gr/blog/poia-einai-ta-pio-dimofili-social-media/> [Accessed 17 Mar. 2023].

Koalla (2022b). Social Media: Πώς επηρεάζουν την ψυχολογία μας & γιατί – koalla. *Koalla*. Available at: <https://koalla.gr/blog/pos-epireazoun-social-media-tin-psichologia/> [Accessed 3 Sep. 2023].

Noble, B. (2000). *About BN.com*. [online] Barnes & Noble. Available at: <https://www.barnesandnoble.com/h/help/about/barnesandnoble>.

Oxford Dictionary (n.d.). Oxford Learner's Dictionaries | Find definitions, translations, and grammar explanations at Oxford Learner's Dictionaries. In: *www.oxfordlearnersdictionaries.com*. [online] Available at: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com>.

Rowe, A. (2018). *The Rising Popularity Of Audiobooks Highlights The Industry's Backwards Pay Scale*. [online] Forbes. Available at: <https://www.forbes.com/sites/adamrowe1/2018/03/27/the-rising-popularity-of-audiobooks-highlights-the-industrys-backwards-payscale/#55bb8c574723> [Accessed 17 Mar. 2023].

Thoet, A. (2017). *A Short History of the audiobook, 20 Years after the First Portable Digital Audio Device*. [online] PBS NewsHour. Available at: <https://www.pbs.org/newshour/arts/a-short-history-of-the-audiobook-20-years-after-the-first-portable-digital-audio-device> [Accessed 17 Mar. 2023].

Wikipedia (2009). *Ηλεκτρονικό βιβλίο*. [online] Wikipedia.org. Available at: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%B2%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%AF%CE%BF [Accessed 8 Apr. 2023].

Wikipedia (2013). *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης*. [online] Wikipedia.org. Available at: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82_%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82 [Accessed 17 Mar. 2023].

Βιβλιοπωλείο Ιανός (2023). *Home page*. [online] Ianos.gr. Available at: <https://www.ianos.gr/> [Accessed 3 Oct. 2023].

Βιβλιοπωλείο Πολιτεία (2019). *Βιβλιοπωλείο Πολιτεία*. [online] Politeianet.gr. Available at: <https://www.politeianet.gr/> [Accessed 3 Oct. 2023].

Δημητρακοπούλου, Β. (2022). Οι λέσχες αναγνωστών είναι οι νέες παρέες. *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*. [online] 1 Aug. Available at: <https://www.kathimerini.gr/k/k-magazine/561982435/oi-lesches-anagnoston-einai-oi-nees-parees/> [Accessed 23 Sep. 2023].

Εκδόσεις Ίκαρος (n.d.). *Εκδόσεις Ίκαρος - Από το 1943. Ποίηση, πεζογραφία, δοκίμιο, παιδικό βιβλίο, ebook*. [online] Εκδόσεις Ίκαρος. Available at: <https://ikarosbooks.gr/>
Η ημερομηνία δημοσίευσης είναι άγνωστη καθώς είναι ιστοσελίδα και όχι κάποιο άρθρο.

Εκδόσεις Διόπτρα (2023). *Εκδόσεις Διόπτρα - Βιβλία με θέα τη ζωή - Dioptra.gr*. [online] www.dioptra.gr. Available at: <https://www.dioptra.gr/>.

Εκδόσεις Μεταίχμιο (2023). *Εκδόσεις Μεταίχμιο - Βιβλία, eBooks, Παιδικά Βιβλία*. [online] www.metaixmio.gr. Available at: <https://www.metaixmio.gr/el>.

Εκδόσεις Μεταίχμιο-Instagram (n.d.). *Instagram-Metaixmio books*. [online] www.instagram.com. Available at: <https://www.instagram.com> [Accessed 27 Sep. 2023].

Εκδόσεις Πατάκη (2023). *ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΤΑΚΗ*. [online] www.patakis.gr. Available at: <https://www.patakis.gr/>.

Εκδόσεις Ψυχογιός (2023). *Εκδόσεις Ψυχογιός - Ένας κόσμος Ψυχαγωγίας! Βιβλία, Παιχνίδια, E-books | Psychogios.gr*. [online] Psychogios.gr. Available at: <https://www.psychogios.gr/el/>.

Εφημερίδα Το Βήμα (2011). Πανελλήνια Έρευνα Αναγνωστικής Συμπεριφοράς Του ΕΚΕΒΙ. *ΤΟ ΒΗΜΑ*. [online] 4 Apr. Available at: <https://www.tovima.gr/2011/04/04/culture/panellinia-ereyna-anagnwstikis-symperiforas-toy-ekebi/> [Accessed 20 Sep. 2023].

Μανιφάβα, Δ. (2011). *Κερδίζει έδαφος η προώθηση προϊόντων μέσω facebook*. [online] Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ. Available at: <https://www.kathimerini.gr/economy/business/426410/kerdizei-edafos-i-proothisi-proionton-meso-facebook/> [Accessed 25 Sep. 2023].

Μαρίνος, Δ. (2023). *‘Ο νεαρός Μάνγκο’ του Ντάγκλας Στιούαρτ (κριτική) – Μια άδολη εφηβική αγάπη στη σκληροτράχηλη Γλασκόβη*. Available at: <https://bookpress.gr/kritikes/xeni-pezografia/18507-o-nearos-mangko-tou-dagklas-stioyart-kritiki-mia-adoli-efiviki-agapi-sti-sklirotraxili-glaskovi> [Accessed 12 Oct. 2023].

Υπουργείο Πολιτισμού, Αθλητισμού και Νεολαίας (2022). Προώθηση Της Φιλαναγνωσίας Στα Σχολεία. *Κυπριακή Δημοκρατία*. [online] 23 Mar. Available at: <https://enimerosi.moec.gov.cy/archeia/1/ypp13770a> [Accessed 26 Aug. 2023].