

نمایشگاه ۳۵ام در آینه رسانه‌ها

بازنمایی سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران
در رسانه‌های مجازی

به نام
خداوند
قلم

شناسنامه

مجری طرح

سیاوش صلواتیان
(عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما)

مدیر اجرایی

فاطمه سادات محمودیان

طراحی و صفحه‌آرایی

مائده جهانگیر
حمید عزیزیان

به سفارش: خانه کتاب و ادبیات ایران



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

حمیدرضا جواهریان

مسئول

نرگس لکی زاده
محمد مهدی جلیلیان
فهیمة زمانیان

تحلیل گران

گروه
تحلیل
داده‌ها

فہرست

سچے سچے شکر کا پتہ
دیکھ کر گناہوں سے
بچنے کا پتہ

۹

مقدمه

۱۷

نبض جست‌وجو در گوگل

۴۳

گوش‌سپاری شبکه‌های اجتماعی

۱۲۱

جمع‌بندی

مقدمه



زیست دوگانه بشر

در دنیای امروز که ارتباطات و فناوری اطلاعات با سرعتی باورنکردنی، مسیر توسعه و رشد را می‌پیماید، درک صحیح و کامل از موضوعات مختلف، بیش از پیش در گرو نگاه همه‌جانبه و چندبعدی و آگاهی و شناختی عمیق‌تر نسبت به مسائل است.

فضای حقیقی به‌عنوان بستر سنتی شکل‌گیری ارتباطات انسانی در زیست بشر، همواره مورد توجه بوده است. اما با گذر از ارتباطات یک‌سویه، در قرن بیستم، که نگاهی منفعل به کاربر داشت و با شکل‌گیری و گسترش ارتباطات نوین در سایه رسانه‌های تعاملی، شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای جست‌وجو و ... در ابتدای قرن بیست‌ویکم، مفهوم زیست مجازی به مرور معنا پیدا کرده و توسعه یافته است.

کنش کاربران در فضای مجازی، تعامل با رسانه‌ها، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، استفاده از ابزارهایی برای جست‌وجو نظیر گوگل و هزاران هزار فعالیت دیگر در فضای مجای، داده‌هایی تولید می‌کند که از اهمیت آن‌ها نمی‌توان به سادگی عبور کرد. شاید مهم‌ترین رهاورد این تحولات، توسعه مفهوم زیست دوگانه انسان در فضای حقیقی و مجازی بوده است. این مفهوم بدیع و نوپا در کمتر از سه دهه از عمر خود، با چنان اقبالی از سوی پژوهش‌گران مواجه گردیده که تقریباً روزی نیست که به آن از زاویه‌ای جدید و نو نگریسته نشود.

انسان در فضای مجازی با رهایی از قیدهای زمان، مکان، زبان، هویت و با گذر از همه محدودیت‌های مترتب بر زیست حقیقی خود بخشی از ذهنیات، افکار، سلیق و درونیات خود را بروز می‌دهد که در دنیای حقیقی شاید هیچ‌گاه به هیچ‌کس اجازه ورود به این حریم را نداده باشد. نگرش صحیح به این منبع غنی اطلاعات و تحلیل درست آن، دریچه‌ای را به سوی افکار عمومی، نظرات و دیدگاه‌های طیف گسترده‌ای از افراد جامعه می‌گشاید که در دنیای حقیقی به سادگی در دسترس نیست.

طبیعی است تصویری که از ابعاد مختلف یک موضوع در فضای مجازی به دست می‌آید، لزوماً با تصویر بیرونی و ملموس جامعه مطابقت کامل نداشته باشد. عوامل متعددی مانند فرهنگ، اخلاقیات، سطح دسترسی به اینترنت، سواد رسانه‌ای، سطح خودافشاگری افراد، تمایل به بیان نظرات و انجام کنش و واکنش در فضای مجازی می‌توانند در این تفاوت تصاویر تأثیرگذار باشند. با این وجود، توجه به رسانه‌ها، گوش سپاری به رسانه‌های اجتماعی و بررسی روندهای جستجو در فضای مجازی می‌تواند به ما در درک عمیق‌تر افکار عمومی، علایق و دغدغه‌های مردم در مورد موضوعات مختلف کمک کند. این امر، به نوبه خود، می‌تواند در تصمیم‌گیری‌ها و اقداماتی که در دنیای واقعی انجام می‌شود، چه در سطح فردی و چه در سطح کلان، مؤثر باشد.

فرصت کم‌نظیر نمایشگاه

نمایشگاه کتاب به‌عنوان یک رویداد فرهنگی اجتماعی با ابعاد ملی علاوه‌بر فعالان صنعت کتاب و نشر، سیاست‌گذاران و دولت‌مردان و همچنین کلیه اقشار مردم را نیز به‌عنوان مخاطب خود به شکلی گسترده، درگیر می‌سازد. با این توصیف، نمایشگاه کتاب، بی‌شک یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های فرهنگی در سطح کشور است و حجم زیادی از ارتباط و تعامل را در فضای حقیقی و مجازی برای مخاطب و کاربر ایرانی ایجاد می‌کند. فرصت بی‌نظیر برگزاری چنین نمایشگاهی ایجاب می‌کند که از تمامی ابعاد و زوایا به این پدیده نگرسته شود. پرواضح است با درک اهمیت این مسئله و برای نیل به تصویر کامل‌تری از این رویداد، واکاوی و تحلیل داده‌ها و اطلاعات در فضای مجازی را باید در دستور کار قرار داد تا تصویری روشن‌تر از واقعیت بیرونی در اختیار کلیه ذی‌نفعان قرار گیرد.



در این راستا، در پروژه پیمایش ۳۶۰ درجه نمایشگاه کتاب، تمرکز اصلی بر بررسی نمایشگاه کتاب از زوایای مختلف و در آینه دیدگاه‌های گوناگون ذی‌نفعان بوده است. این رویکرد چندوجهی به ما امکان می‌دهد تا به‌طور دقیق نیازها، انتظارات و بازخوردهای مخاطبان مختلف را مورد ارزیابی قرار دهیم. با این حال، به‌منظور دستیابی به یک ارزیابی جامع و کامل، تحلیل نحوه بازنمایی نمایشگاه در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هرچند رسانه‌ها به‌عنوان ذی‌نفعان مستقیم نمایشگاه شناخته نمی‌شوند، اما نقش آن‌ها در بازتاب و شکل‌دهی افکار عمومی و انتقال تصویر این رویداد فرهنگی به مخاطبان گسترده غیرقابل‌انکار است. بنابراین، برای تکمیل دیدگاه‌ها و دستیابی به یک نظرسنجی ۳۶۰ درجه، ضروری است که نمایشگاه کتاب را در آینه رسانه‌ها نیز مشاهده و تحلیل کنیم. این آینه می‌تواند بازتاب دقیقی از نحوه ادراک عمومی و تأثیرات فرهنگی نمایشگاه در فضای اجتماعی ارائه دهد. در نهایت، این تحلیل همه‌جانبه از نمایشگاه کتاب در آینه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، به تمامی ذی‌نفعان کمک می‌کند تا با بهره‌گیری از اطلاعات جامع و شفاف، تصمیمات استراتژیک‌تری برای بهبود و توسعه این رویداد فرهنگی در آینده اتخاذ کنند.

چگونگی

گزارش حاضر به بررسی بازنمایی سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در آینه رسانه‌های مجازی می‌پردازد و شامل دو بخش اصلی است. در بخش اول، تمرکز بر اولویت‌های ذهنی و موضوعات مورد توجه افکار عمومی کاربران فضای مجازی است. این بخش با تحلیل کلیدواژه‌های پر جست‌وجو در گوگل، طی بازه زمانی دهم تا سی و یکم اردیبهشت‌ماه، هم‌زمان با برگزاری نمایشگاه، چهار کلیدواژه اصلی که بیشترین جست‌وجو را در این دوره داشتند، بررسی می‌کند. برای این منظور، از ابزار گوگل ترندز، یکی از سرویس‌های تخصصی گوگل برای تحلیل کلیدواژه‌های مورد جست‌وجو، استفاده شد و با محدود کردن دامنه جغرافیایی به کشور ایران، روند زمانی جست‌وجو و پراکندگی جغرافیایی جست‌وجوی این کلیدواژه‌ها در شهرهای مختلف مورد تحلیل قرار گرفت.

در بخش دوم گزارش، با عنوان «گوش‌سپاری به رسانه‌های اجتماعی»، به بررسی محتوای منتشرشده در پیام‌رسان‌ها و پلتفرم‌های اجتماعی مانند تلگرام، توئیتر، ایتا و اینستاگرام پرداخته شده است. در این بخش، از سرویس‌هایی استفاده شد که امکان رصد و تحلیل فعالیت‌ها در فضای مجازی را فراهم می‌کنند. براین اساس، داده‌های مرتبط با نمایشگاه کتاب تهران در بازه زمانی دهم تا سی و یکم اردیبهشت‌ماه از سامانه‌های هوشمند پایش و تحلیل فضای مجازی «هشتگ» متعلق به شرکت هم‌پلاس، «دیتامی» متعلق به شرکت لایفوب و سامانه پایش فضای مجازی شرکت «دیتاک» استخراج شدند. این داده‌ها سپس مورد تحلیل و محتواهای منتشرشده در رسانه‌های خبری و پلتفرم‌های تلگرام، توئیتر (ایکس)، اینستاگرام، کانال‌های تلگرامی، ایتا و روبیکا مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن در این گزارش ارائه شده است.

نبض
جست و جو
در گوگل



گوگل ترندز به عنوان ابزاری رایگان و سهل برای کاربر، نقشی کلیدی در شناسایی و کشف تصویر درست از اولویت‌ها و موضوعات مورد توجه مخاطبان ایفا می‌کند. این ابزار با نمایش حجم جست‌وجو برای عبارات و کلمات کلیدی موتور جست‌وجوی گوگل در طول زمان و حتی به تفکیک استان‌های مختلف، به کاربران این امکان را می‌دهد تا به اطلاعات ارزشمندی در مورد موضوعات مختلف دست پیدا کنند. یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای بهره از چنین ابزاری، شناسایی میزان اهمیت یک موضوع نزد افکار عمومی با بررسی حجم جست‌وجو حول آن در موتور جست‌وجوی گوگل است. در واقع این ابزار کمک می‌کند تا موضوعاتی که در فضای مجازی مورد توجه بوده یا هستند با جزئیات دقیق، شناسایی شوند.

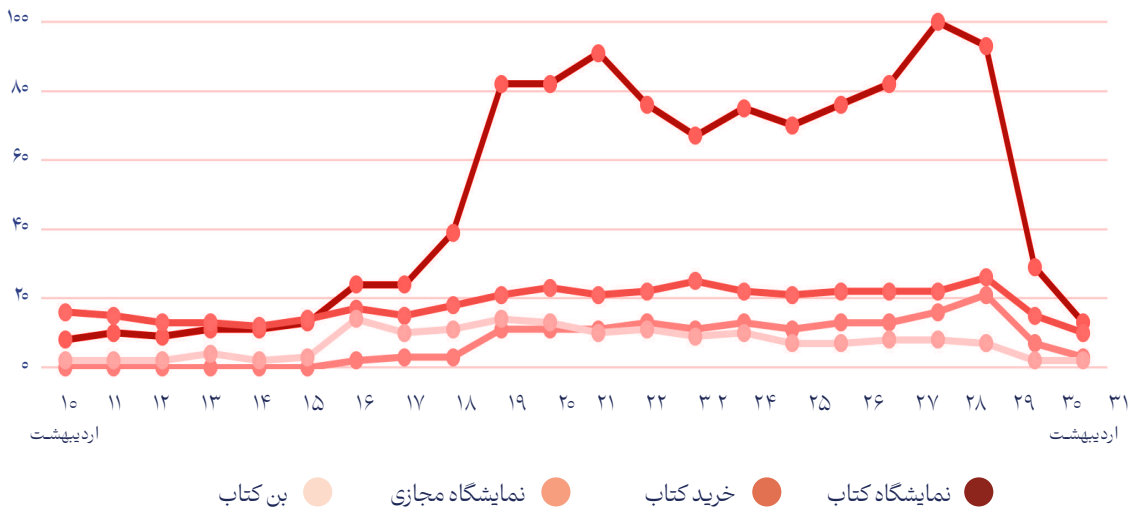


با استفاده از سرویس گوگل ترندز، در بازه زمانی ۱۰ تا ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۳ که ایام برگزاری نمایشگاه را شامل می‌شود، وضعیت کلیدواژه‌ها و عبارات اصلی که مورد جست‌وجو قرار گرفته بودند، بررسی شد. داده‌های چهار کلیدواژه اصلی مورد جست‌وجو از سرویس گوگل ترندز احصا و نمودار زمانی پراکندگی جغرافیایی جست‌وجوها در این بازه مورد بررسی و مقایسه قرار گرفت.^۱ این چهار کلیدواژه شامل «نمایشگاه کتاب»، «خرید کتاب»، «نمایشگاه مجازی» و «بن کتاب» بودند.

۱. توجه به این نکته ضروری است که به دلیل استفاده برخی از کاربران ایرانی از فیلترشکن و همچنین اتکای گوگل ترندز به آی‌پی کاربران برای گزارش‌دهی، ممکن است در برخی موارد تشخیص موقعیت جغرافیایی کاربران برای جستجوی موضوعات و کلمات کلیدی با واقعیت منطبق نباشد.

نمودار تجمیعی

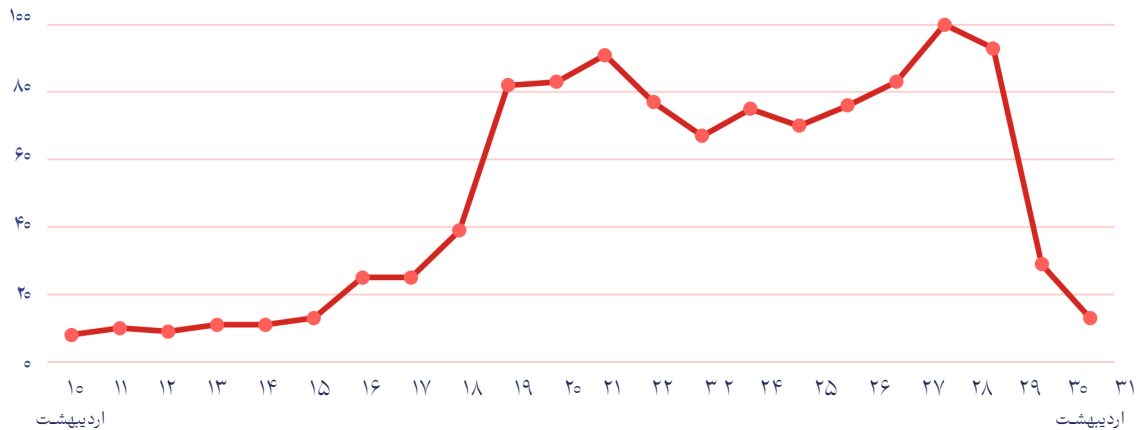
نمودار زیر، تغییرات اقبال مخاطبین به جست و جوی عبارات «نمایشگاه کتاب»، «خرید کتاب»، «نمایشگاه مجازی» و «بن کتاب» را در این بازه زمانی نشان می دهد.



۱. محور عمودی در نمودارهای گوگل ترندز، معادل عدد یا درصدی نبوده و عدد صد بیشترین میزان جست و جو را نشان داده و بقیه اعداد براساس آن چیده می شوند.

همان‌طور که در نمودار هم قابل مشاهده است، به نظر می‌رسد، بازه برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، پنجره‌ای است که توجه عموم مردم را تا حد قابل ملاحظه‌ای به موضوع کتاب و محورهای مرتبط با نمایشگاه جلب می‌کند. بیهوده نیست اگر عنوان «بهار کتاب» را برای شکوفایی چنین حجمی از کنش و واکنش با محوریت کتاب در نظر بگیریم؛ چراکه در این فضا است که دقیقاً سر زدن به تمامی بسترهای خرید، فروش، اشتراک و... که با موضوع کتاب فعال هستند سیر صعودی قابل توجهی به خود می‌گیرد. پیشنهاد می‌شود برای گزارش سال‌های آتی، با هدف لحاظ کردن بهتر ابعاد این موضوع به داده‌های بازارگاه‌های فیزیکی یا آنلاین کتاب هم توجه شده و تلاقی این فرایند با مراجعه یا خرید مخاطب/مشتریان‌شان، مورد بررسی دقیق‌تر قرار گیرد.

عبارت «نمایشگاه کتاب»



همان‌طور که انتظار می‌رود، بالاترین گزاره مرتبط مورد جست‌وجو در بازه زمانی برگزاری رویداد نمایشگاه، عبارت «نمایشگاه کتاب» بوده است. در این نمودار و نمودارهای بعدی، شکل کلی، تقریباً شبیه به هم است.

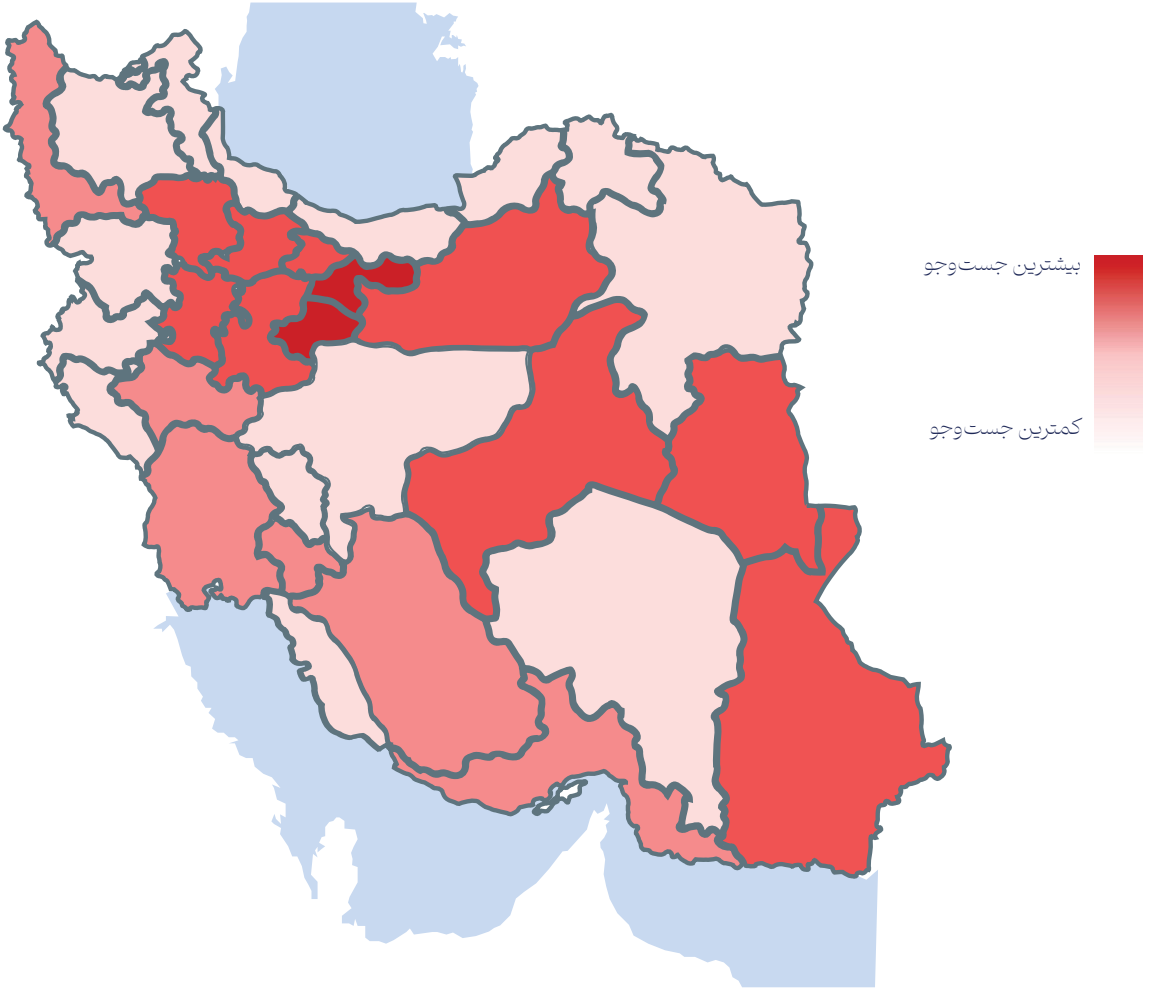
موج اولیه اقبال جست و جوها با نزدیک شدن به زمان آغاز نمایشگاه شکل می‌گیرد و با نزدیک‌تر شدن به روز افتتاحیه یعنی ۱۹ اردیبهشت، این روند صعودی به حرکت خود ادامه می‌دهد. اولین اوج جست‌وجو دقیقاً در روز ۱۹ اردیبهشت ایجاد شده و پس از آن با یک شیب آرام به بالاترین اوج در نیمه اول نمایشگاه می‌رسد که مصادف با روز جمعه ۲۱ اردیبهشت، یعنی اولین جمعه در بازه برگزاری نمایشگاه است. پس از عبور از قله اول، به مرور و تا میانه هفته با یک شیب آرام، شاهد کاهش جست‌وجو هستیم و پس از آن مجدداً با نزدیک شدن به پایان هفته و دومین جمعه بازه رویداد نمایشگاه کتاب، دومین و بزرگ‌ترین اوج جست‌وجوی عبارت فوق در تاریخ ۲۸ اردیبهشت را مشاهده می‌کنیم. این روند با افتی ملایم در روز شنبه ۲۹ اردیبهشت که روز پایانی نمایشگاه بوده ادامه یافته و پس از آن با افتی سریع به سمت صفر میل کرده است.

اولین و ساده‌ترین توضیحی که به ذهن متبادر می‌شود، نیاز بیشتر مخاطب عین و مردم به اطلاع‌رسانی و کسب خبر پیرامون نمایشگاه کتاب و فعالیت‌های مرتبط با آن در بازه برگزاری این رویداد است. تحلیل دیگری که می‌توان از این موضوع ارائه نمود، انطباق نرخ‌های تصاعدی جست‌وجوی فوق با تعطیلات پایان هر هفته و به تبع آن، تعداد حضور بازدیدکنندگان روزانه حاضر در نمایشگاه است. طبعاً و مطابق انتظار، هر چه تعداد بازدیدهای حضوری نمایشگاه در یک روز بالاتر باشد، جست‌وجوی اینترنتی عبارت نمایشگاه نیز (به دلایلی مانند بررسی ساعت کار یا محل و نحوه دسترسی و غیره) بالاتر خواهد بود و این فرضیه‌ای است که با خروجی نمودار قابل تأیید است.

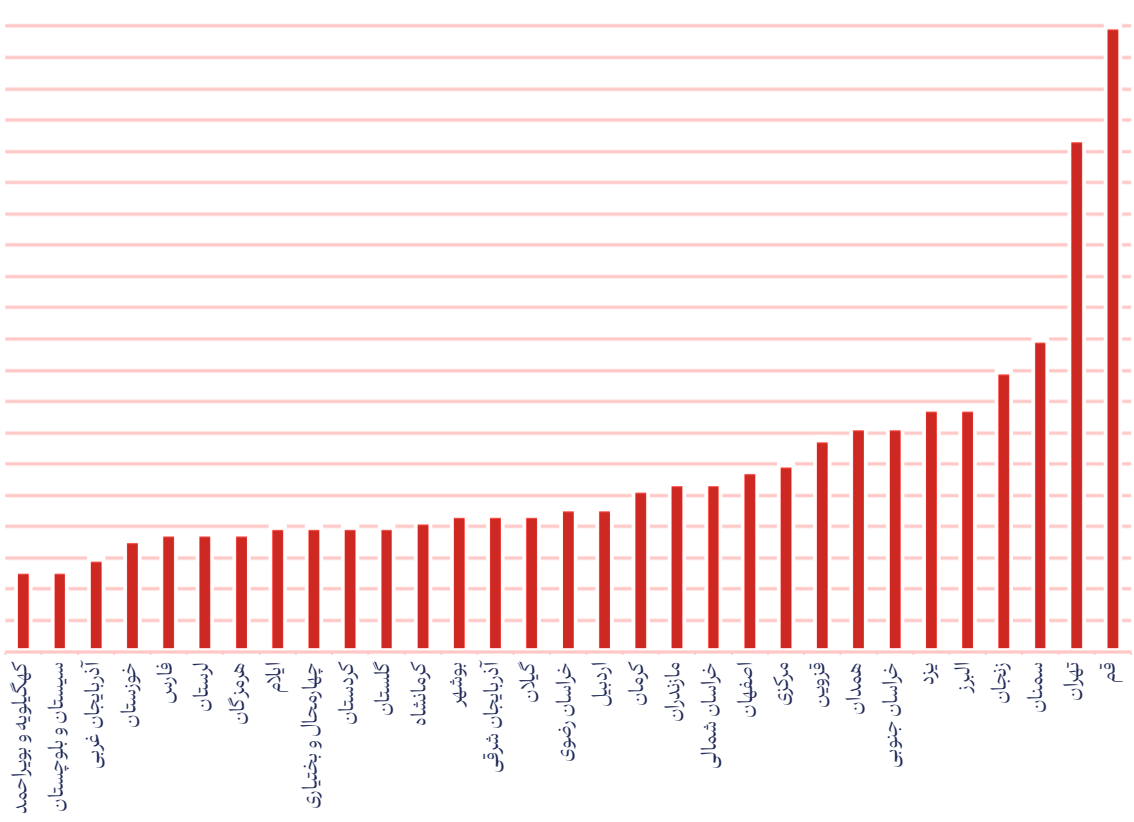
نکته جالبی که در جست‌وجوی عبارت «نمایشگاه کتاب» و دیگر جست‌وجوهای مشابه به چشم می‌آید، حضور استان قم در رأس همه استان‌هاست. در ادامه شاهد حضور تهران و با فاصله‌ای نسبتاً زیاد، استان‌های سمنان و زنجان هستیم. پس از این چهار استان، استان‌های البرز، یزد، خراسان جنوبی و همدان قرار گرفته‌اند و در انتهای هم سه استان آذربایجان غربی، سیستان و بلوچستان و کهگیلویه و بویراحمد ایستاده‌اند.

حضور استان قم در ابتدای لیست و بالاتر از شهر تهران را احتمالاً می‌توان با عادی شدن موضوع نمایشگاه کتاب برای پایتخت‌نشینان هم‌بسته دانست. حضور استان هم‌جوار و نزدیکی مثل البرز در جایگاه پنجم نیز تا حدی با همین توجیه قابل توضیح است؛ اما جایگاه سوم برای استان سمنان و چهارم برای استان زنجان، نکات قابل توجهی است که شایسته بررسی‌های تکمیلی به نظر می‌رسد.

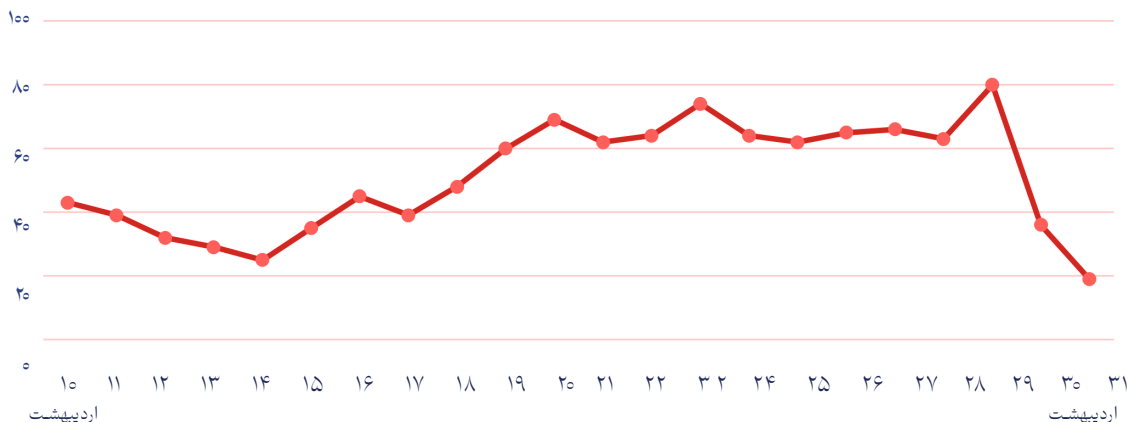




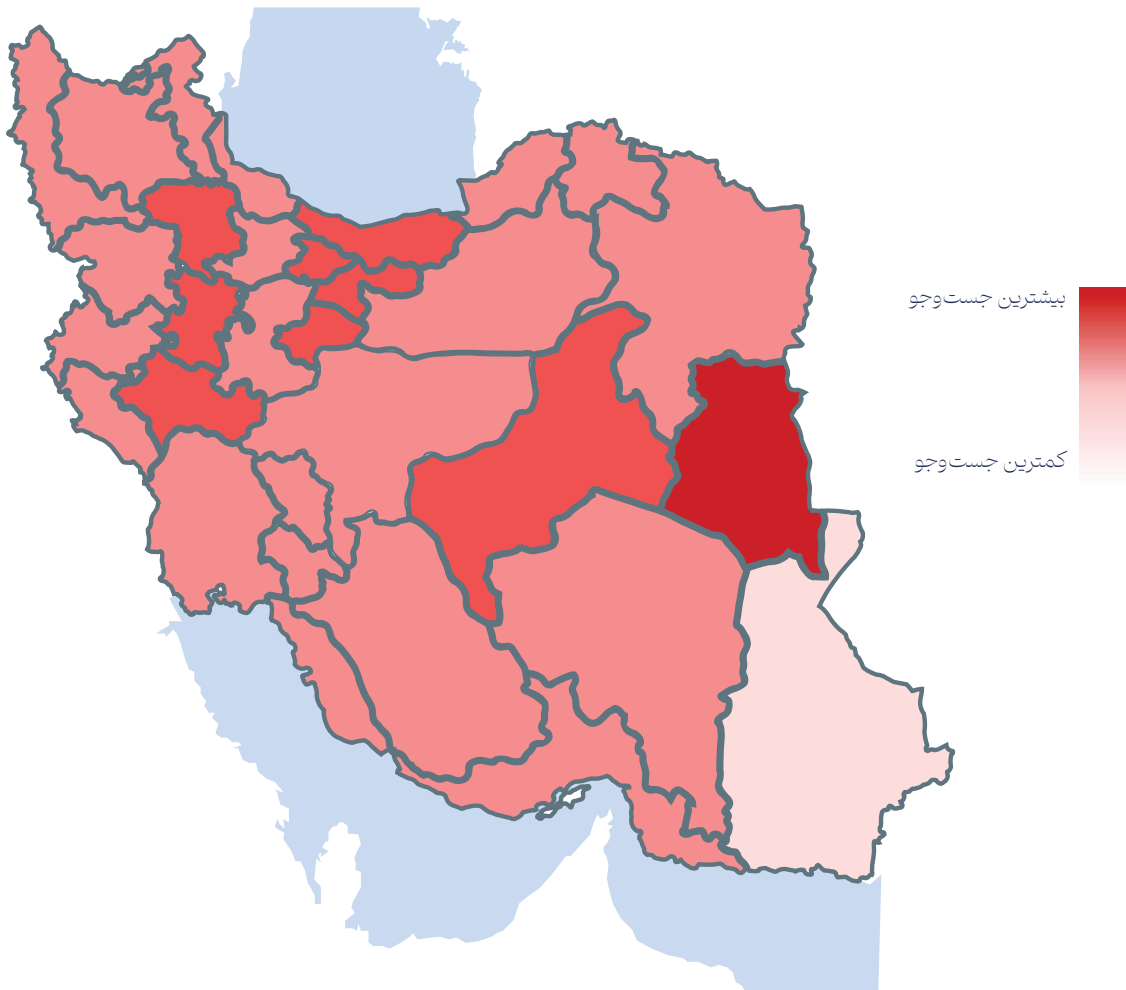
از ظواهر امر پیداست که احتمالاً اقبال قمی‌ها در جست‌وجوی عبارت «نمایشگاه کتاب» تأثیر خود را در حضور پررنگ‌تر در نمایشگاه نیز گذاشته باشد. با توجه به نتایج به دست آمده در پیمایش‌های مربوط به ناشران و کتاب‌فروشان، بیشترین فراوانی نمونه آماری کتاب‌فروشی‌های حاضر در نمایشگاه مجازی بعد از استان تهران با ۳۸/۲۴ درصد (معادل ۴۹ کتاب‌فروشی) متعلق به استان قم با ۸۹/۲۲ درصد (معادل ۴۶ کتاب‌فروشی) بوده است. همچنین درباره حضور ناشران مجازی در نمایشگاه مجازی، پرتعدادترین حضور ناشران استانی بعد از استان تهران با ۴۹۱ ناشر، مربوط به استان قم با ۷۷ ناشر حاضر در بخش مجازی است. در بخش نمایشگاه مجازی، تعداد خریداران نیز در نسبت با جمعیت، بیشتر از استان قم بودند. لازم به یادآوری است که این آمار تنها مربوط به ناشران و کتاب‌فروشان است که مایل به شرکت در نظرسنجی بوده‌اند و آمار کلی بیش از ارقام ذکرشده است.



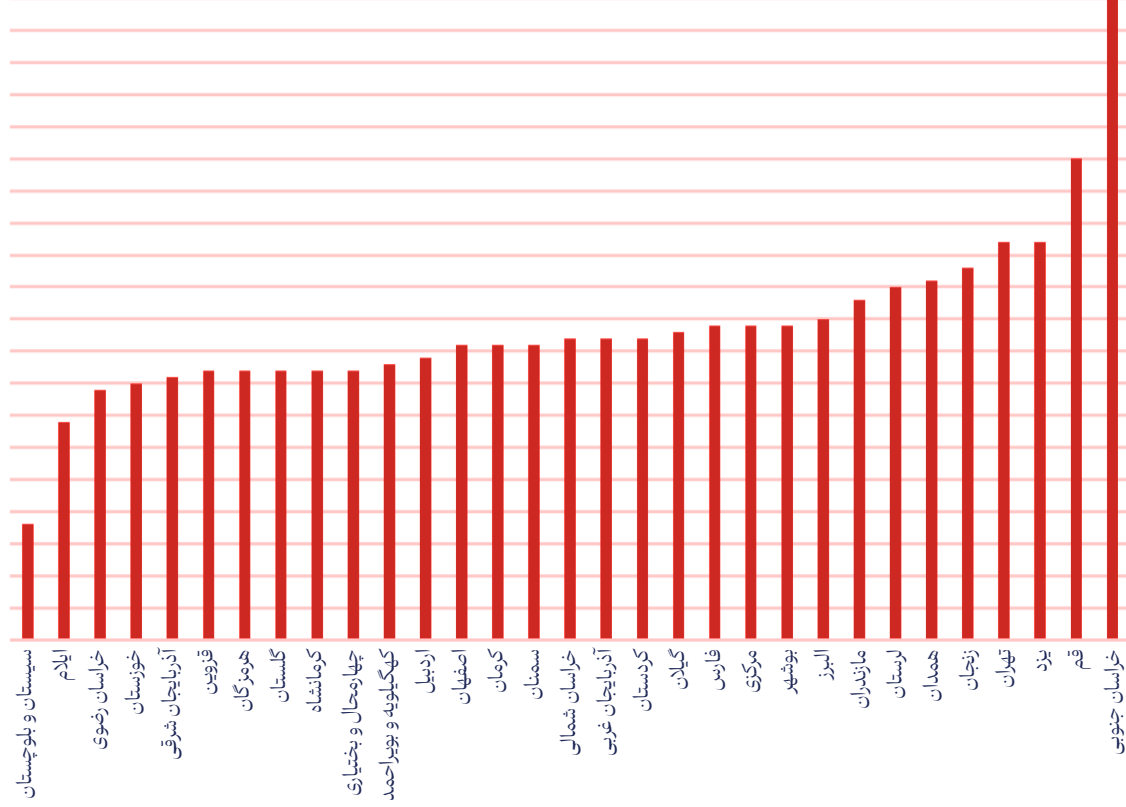
عبارت «خرید کتاب»



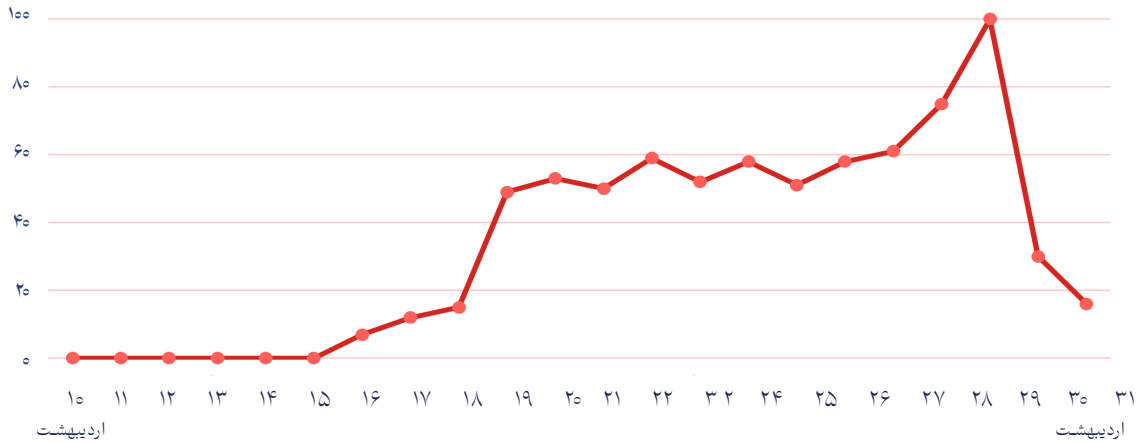
در جست‌وجوی عبارت «خرید کتاب»، هرچند نمای کلی نمودار از نمودار پیشین، چندان دور و غیرقابل انطباق نیست، اما با بررسی‌های تکمیلی می‌توان تفاوت در اوج‌گیری اولیه پیش از آغاز نمایشگاه را با افتتاح نمایشگاه‌های کتاب مجازی توسط دیگر فروشندگان آنلاین کتاب مرتبط دانست. به‌طور مثال، دیجی‌کالا از ۱۵ اردیبهشت یا فیدیبو از ۱۸ اردیبهشت، جشنواره ویژه کتاب خود را برگزار کرده‌اند و فروشگاه‌های آنلاین دیگری هم بودند که نمایشگاه مجازی خود را پیش از این تاریخ یا هم‌زمان با همین بازه آغاز نموده‌اند. ضمناً بخش مجازی نمایشگاه کتاب هم دو روز زودتر یعنی از تاریخ ۱۷ اردیبهشت در اختیار عموم قرار گرفت و فعال شد.



در نمودار جست‌وجوی عبارت «خرید کتاب» به تفکیک استان‌ها شاهد یک حضور غیرمترقبه در صدر لیست هستیم؛ استان خراسان جنوبی که در نمودار پیشین جایگاه هفتم را در اختیار داشت با اختلافی قابل توجه در صدر لیست حاضر قرار گرفته است. در ادامه، استان قم و پس از آن دو استان یزد و تهران با اختلافی ناچیز جایگاه‌های دوم تا چهارم را در اختیار گرفته‌اند. هرچند در سوی دیگر نمودار، حضور استان‌های سیستان و بلوچستان و ایلام به دلیل ضعف‌های زیرساختی برای بستر اینترنت قابل توجیه است اما حضور استان خراسان رضوی در دو جایگاه مانده به انتهای این لیست، چندان با تصورات از این استان هم‌خوانی ندارد.



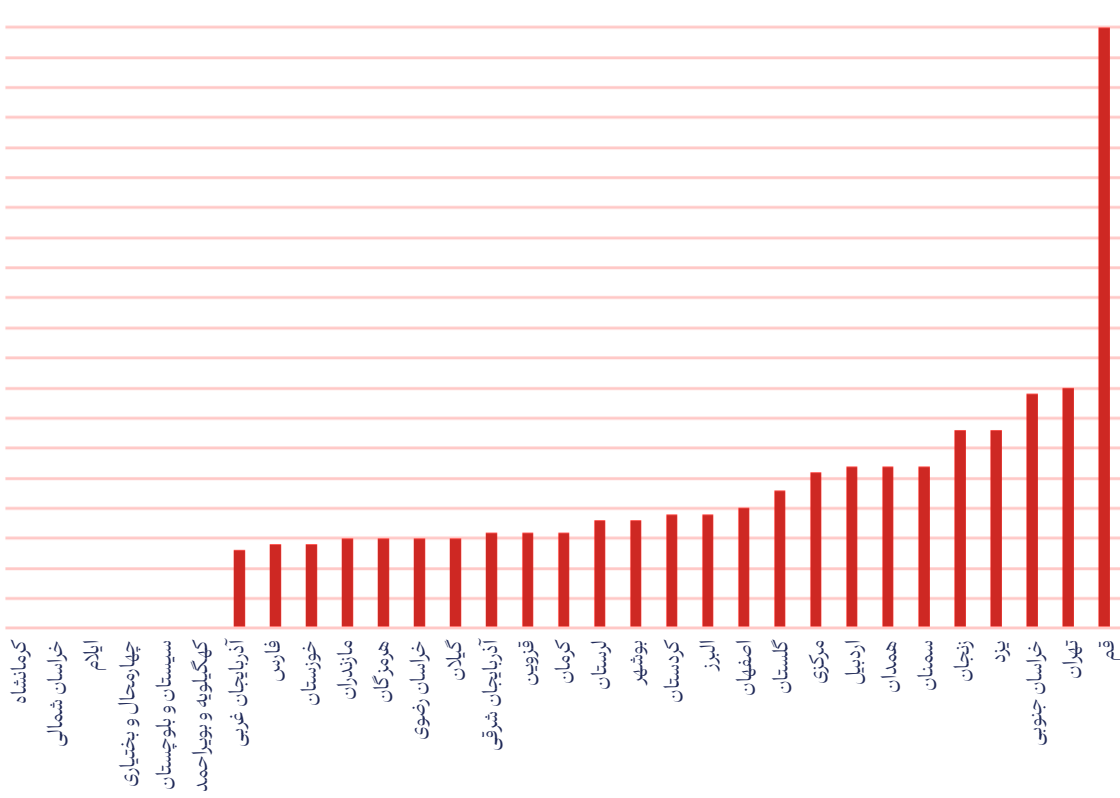
عبارت «نمایشگاه مجازی»



نمودار حاصل از جست و جوی عبارت «نمایشگاه مجازی» کاملاً منطبق با روزهای برگزاری نمایشگاه حضوری شاهد صعود از سه روز پیش از آغاز نمایشگاه بوده است. اتفاقی که می‌تواند ناشی از شروع به کار زودهنگام بخش مجازی نمایشگاه در روز ۱۷ اردیبهشت باشد؛ ولی با رسیدن به افتتاحیه بخش حضوری یعنی روز ۱۹ اردیبهشت با روندی تقریباً ثابت تا روزهای پایانی نمایشگاه محبوبیت خود را حفظ کرده است. اما نکته جالبی که در این نمودار وجود دارد اوج‌گیری دوباره این عبارت در نمودار جست و جو در روزهای پایانی نمایشگاه است. مطابق انتظار همچون دیگر اتفاقی که برای بسیاری آشناست احتمالاً خرید از نمایشگاه مجازی و استفاده از بن‌های خرید اختصاص یافته به این نمایشگاه به روزهای پایانی نمایشگاه ماکول شده است و این باعث شده که بخش قابل توجهی از جست و جوها احتمالاً برای یافتن لینک ورود به نمایشگاه مجازی و خرید کتاب در آخرین روز نمایشگاه اتفاق افتاده باشد.

به شکلی عجیبی شهر قم، گوی سبقت را در جست‌وجوی عبارت «نمایشگاه مجازی» از دیگر استان‌ها ربوده و نه تنها فاصله‌ای چشم‌گیر با بقیه نقاط کشور که حتی با استان تهران به عنوان میزبان نمایشگاه و پرجمعیت‌ترین استان کشور نیز ایجاد کرده است. نباید فراموش کرد این تعداد جست‌وجو تنها ناظر به بازدیدکنندگان نمایشگاه مجازی نیست، بلکه ناشرین و کتاب‌فروشان را نیز در بر می‌گیرد که بسیاری از آن‌ها در استان قم مستقر هستند. از سوی دیگر برای استان‌های کرمانشاه، خراسان شمالی، ایلام، چهارمحال و بختیاری، سیستان و بلوچستان و کهگیلویه و بویراحمد تقریباً داده چندان‌ی ثبت نشده است و این ارزش پرسش و احتمالاً بررسی‌های بیشتر را دارد.

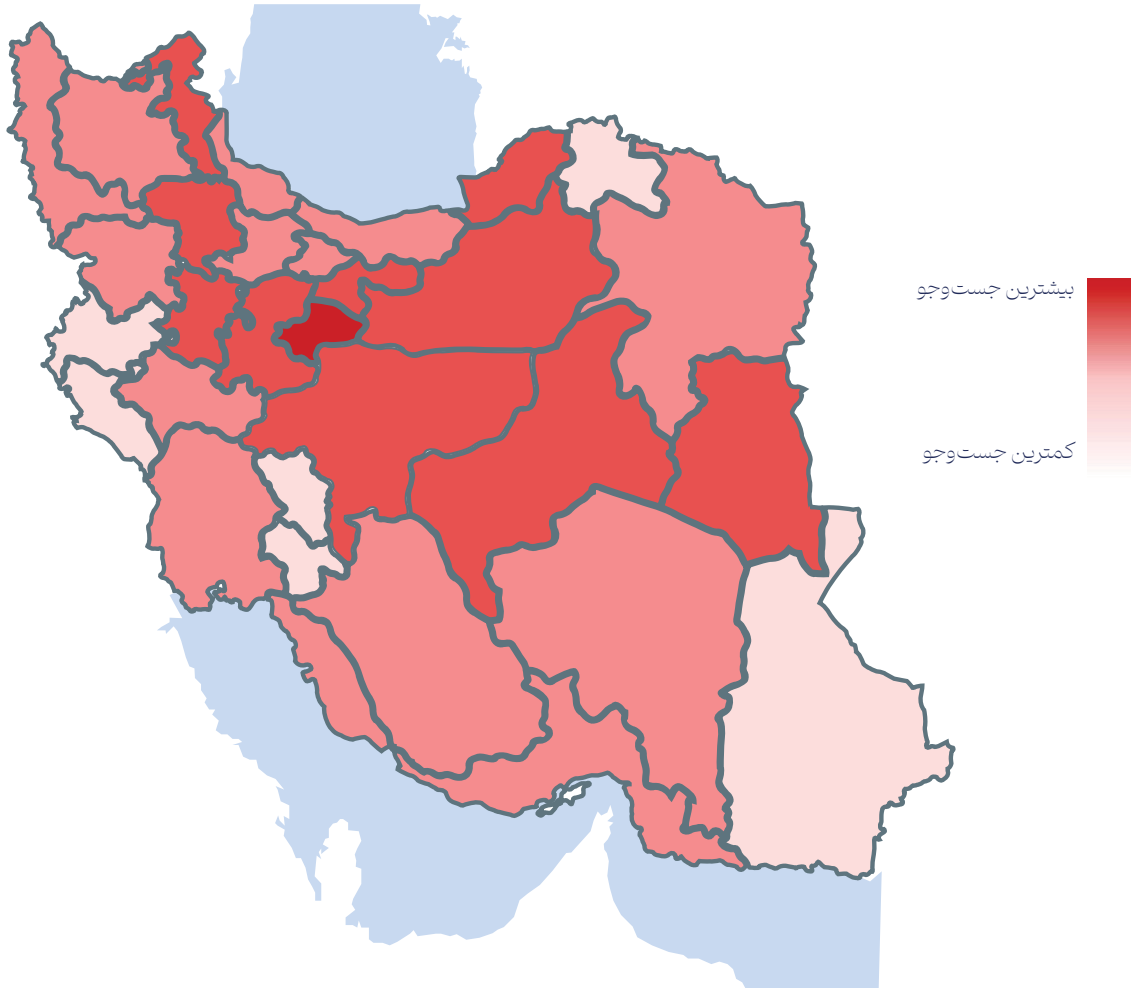




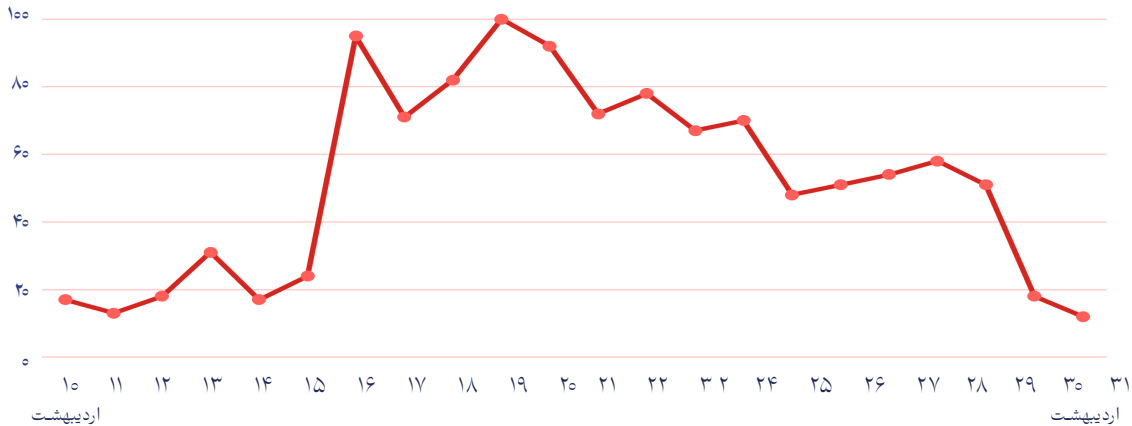
احتمالاً هم‌بستگی صدرنشینی قم، تهران، خراسان جنوبی و دیگر استان‌ها و قعرنشینی استان‌هایی که داده کمی در این نمودار دارند را بتوان با میزان مشارکت این استان‌ها در بهره‌گیری از نمایشگاه مجازی مورد بررسی و مذاقه قرار داد؛ چه اینکه به احتمال فراوان یکی از اصلی‌ترین مبادی ورودی به صفحه نمایشگاه مجازی از طریق جست‌وجوی گوگل اتفاق افتاده است.

زمانی که به نقشه پراکنش جست‌وجوهای این کلیدواژه می‌نگریم، به نوعی یک کتاب‌گرایی با مرکزیت قم را شاهد هستیم. قم در مرکز نقشه بسیار پررنگ حضور دارد، یک لایه دیگر دایره با رنگ‌های متوسط به استان‌های بعدی در مرکز کشور تعلق دارد و در اطراف شاهد رنگ‌های بسیار کمتر برای پراکنش جست‌وجوها هستیم.

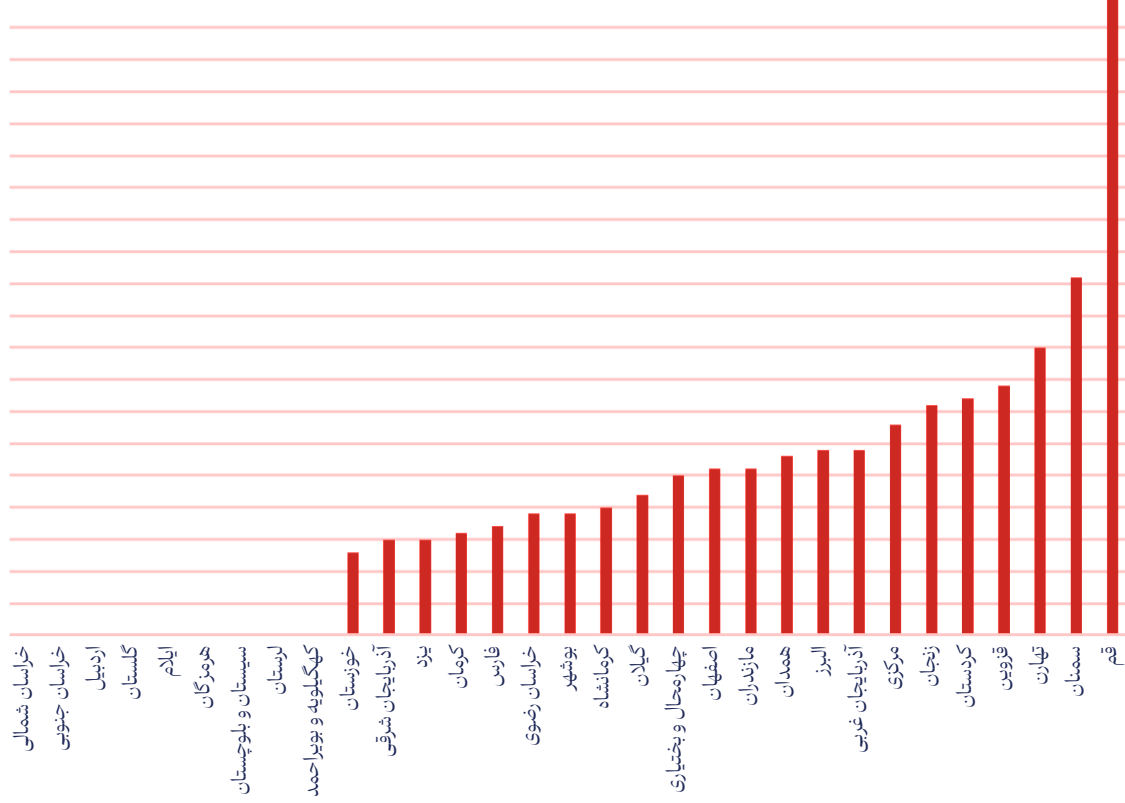




عبارت «بن کتاب»

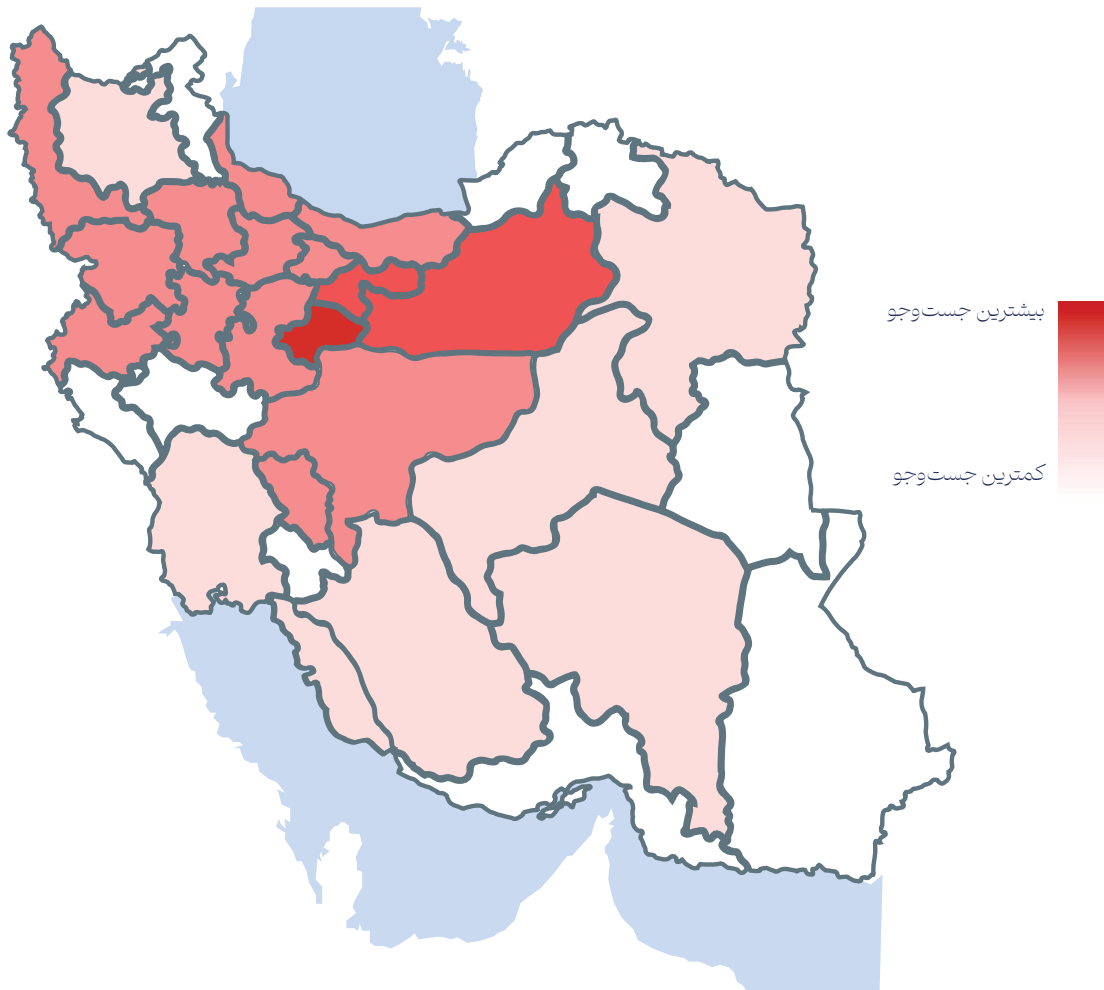


در جست‌وجوی عبارت «بن کتاب» شاهد نوع رفتار متفاوتی هستیم. در این فرایند با نزدیک شدن به آغاز به کار نمایشگاه کتاب و نمایشگاه مجازی، جست‌وجو برای یافتن اطلاعات تخصیص بن افزایش می‌یابد و عملاً سه روز پیش از شروع نمایشگاه، با کلیدخوردن ثبت‌نام بن کتاب به صورت رسمی، شاهد افزایش چشم‌گیر میزان جست‌وجوی این موضوع هستیم. با شروع به کار نمایشگاه در روز ۱۹ اردیبهشت، این روند به قله اصلی خود می‌رسد و پس از آن در یک سیر منطقی و مطابق انتظار به مرور کاهش یافته و در پایان نمایشگاه به نقطه پیش از شروع این رویداد باز می‌گردد.



از لحاظ تفکیک استانی انجام این جست‌وجو، باز هم به شکلی قابل پیش‌بینی، استان قم را در صدر این فهرست می‌بینیم که دلیل این پدیده را احتمالاً می‌توان در اسکان و حضور طلاب علوم دینی در این شهر جست‌وجو کرد. گروهی که بعد از دانشجویان، دومین گروه بزرگی هستند که حمایت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در قالب بن کتاب به آن‌ها تعلق می‌گیرد. حضور سمنان و تهران هم چندان دور از انتظار به نظر نمی‌رسد؛ اما نکته قابل توجه، آن هم علی‌رغم حضور استان خراسان جنوبی در جایگاه سوم نمودار جست‌وجوی عبارت «نمایشگاه مجازی»، حضور این استان در انتهای این نمودار بدون داشتن داده چندان است. دلیل این موضوع احتمالاً می‌تواند به تعداد کمتر دانشجویان و طلاب ساکن در این استان به نسبت استانی مثل قم بازگردد.





گوش سپاری
شبکه‌های
اجتماعی



مقدمه

در دنیای امروز که ارتباطات به طور فزاینده‌ای به سمت فضای مجازی سوق پیدا کرده، پدیده «گوش‌سیاری شبکه‌های اجتماعی»^۱ به عنوان یک ابزار قدرتمند برای درک عمیق‌تر افکار، احساسات و رفتار مخاطبان، اهمیت بسیاری یافته است. این فرایند شامل رصد، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل مکالمات آنلاین در مورد برند، محصولات یا صنعتی خاص در پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی مانند توئیتر، فیس‌بوک، اینستاگرام، وب‌سایت‌ها و انجمن‌های آنلاین می‌شود. با شنیدن فعال آنچه مخاطبان پیرامون یک موضوع می‌گویند یا تولید محتوا می‌کنند، می‌توان به بینش‌های ارزشمندی درباره نیازها، خواسته‌ها، نگرانی‌ها و انتظارات آن‌ها دست پیدا کرد.

1. Social Listening

کل نمودارهای این بخش از سامانه هوشمند پایش و تحلیل فضای مجازی هشتگ متعلق به شرکت هم‌پلاس و سامانه دیتامی شرکت لایف‌وب اخذ شده است.

این بینش‌ها کمک می‌کنند تا بتوان استراتژی بازاریابی را بهبود بخشید، محصولات یا خدمات را مطابق با نیازهای مخاطبان ارتقا داد، به‌طور مؤثرتری با مخاطب ارتباط برقرار کرد، به مشکلات و نارضایتی‌های آن‌ها به‌موقع رسیدگی کرد و از بحران‌های احتمالی پیشگیری و در صورت بروز، به‌طور مؤثر آن‌ها را مدیریت کرد. بعلاوه می‌توان فرصت‌های جدید و ابعاد ناشناخته یا کم‌تر شناخته‌شده بازار و نیازها یا الزامات مخاطب را نیز شناسایی نمود. به بیان دیگر، گوش‌سپاری شبکه‌های اجتماعی کمک می‌کند صدای مخاطبان بهتر شنیده و درک شود که آن‌ها پیرامون موضوع مورد نظر چگونه فکر می‌کنند و چه احساسی نسبت به آن دارند.

در ادامه این گزارش سعی شده است با بررسی محتواهای منتشرشده در رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های خبری در خصوص نمایشگاه، در جایگاه گوش‌شنوا و چشم‌بینای ستاد برگزاری نمایشگاه در رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی قرار گیریم و نمایشگاه را در آینه رسانه‌های مجازی ببینیم.

بخش گزارش‌های آماری اخبار و فعالیت‌های کاربران در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی حاصل رصد سه منبع اصلی بوده است. برای این هدف و به جهت به دست آوردن داده‌های صحیح و قابل اعتماد از سامانه‌های جست‌وجوی فضای مجازی «دیتامی» متعلق به شرکت «لایفوب»، سامانه هوشمند پایش و تحلیل فضای مجازی «هشتگ» متعلق به شرکت «هماپلاس» و سامانه پایش فضای مجازی شرکت «دیتاک» بهره گرفته شد و مطالب مرتبط با حداقل یکی از کلیدواژه‌های «نمایشگاه کتاب»، «نمایشگاه بین‌المللی کتاب»، «کتاب‌فروشی»، «کتاب‌فروشی»، «کتاب‌فروشی‌های»، «کتاب‌فروشی‌های»، «نمایشگاه کتاب»، «خرید کتاب» و... در بازه ۱۰ تا ۳۱ اردیبهشت ماه استخراج گردید.



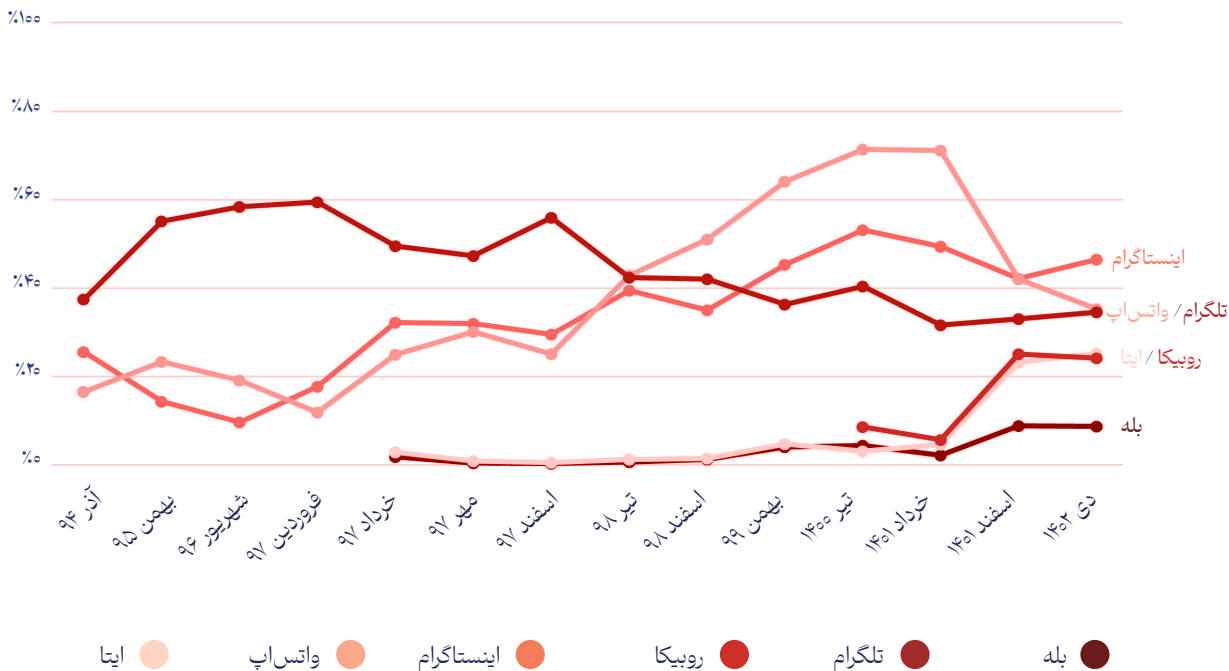
رسانه‌های اجتماعی در ایران

مرکز افکارسنجی ایسپا در آخرین گزارش خود که در دی‌ماه ۱۴۰۲ منتشر شد، به بررسی میزان استفاده مردم ایران از پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی پرداخته است. طبق نتایج این پیمایش ۴۶٫۵ درصد مردم از اینستاگرام، ۳۵٫۳ درصد از واتس‌آپ، ۳۴٫۶ درصد از تلگرام، ۲۵٫۲ درصد از ایتا، ۲۴٫۱ درصد از روبیکا و در نهایت ۸٫۷ درصد هم از بله استفاده می‌کنند.

به صورت ویژه در مورد اینستاگرام می‌توان به این نتایج اشاره کرد که به لحاظ تفکیک جنسیتی، ۴۷٫۱ درصد مردان از اینستاگرام استفاده می‌کنند، در حالی که این رقم برای زنان ۴۵٫۸ درصد است. از نظر سنی هم جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال با ۶۸٫۲ درصد بیشتر از سایر گروه‌های سنی با اینستاگرام کار می‌کنند. استفاده‌کنندگان دانشگاهی از اینستاگرام، ۵۹٫۱ درصد بیشتر از افراد غیردانشگاهی هستند و باز هم ساکنین مراکز استان ۵۲ درصد بیشتر از سایر افراد از اینستاگرام بهره می‌برند.

نمودار زیر روند تغییرات در میزان مصرف رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف توسط کاربران ایرانی در طول زمان را نمایش می‌دهد.

نمودار زیر روند تغییرات در میزان مصرف رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف توسط کاربران ایرانی در طول زمان را نمایش می‌دهد (منبع: مرکز افکارسنجی ایسپا).

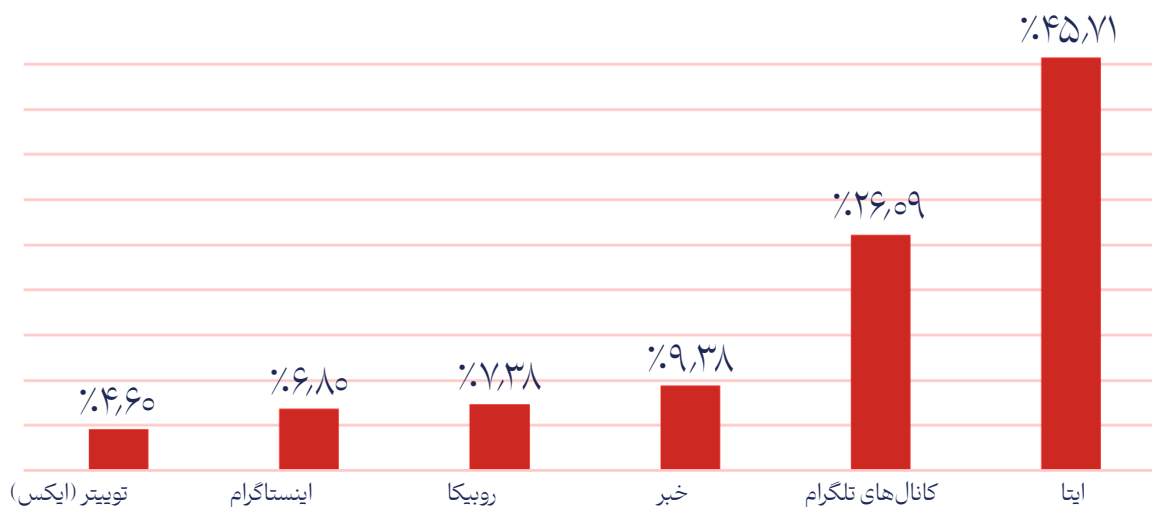


تعداد مطالب منتشرشده

در این بخش به بررسی و مقایسه تعداد مطالب منتشرشده در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی مختلف درباره نمایشگاه کتاب می‌پردازیم. در جدول زیر منابع رسانه‌ای به تفکیک شاخص‌هایی مانند تعداد مطالب، رسانه‌ها، لایک‌ها، بازنشرها، بازدیدها و کامنت‌ها ارائه شده‌اند.

منبع	تعداد مطالب	رسانه	لایک	بازنشر	بازدید	کامنت
خبر	۱۲,۶۵۹	۷۰۱	-	-	-	-
تلگرام	۳۵,۱۸۷	۱۱,۷۳۱	-	۳,۷۹۵	۵۷,۳۸۷,۹۶۸	۲۷,۳۶۵
تویتر (یکس)	۶,۲۱۳	۴,۲۶۳	۱۷۸,۶۷۵	۱۸,۳۰۸	۵,۶۴۸,۷۰۵	۲۰,۲۶۸
اینستاگرام	۹,۱۷۶	۳,۶۳۴	۱,۸۳۸,۹۵۷	-	۱,۸۱۵,۶۲۲	۸۷,۱۹۳
ایتا	۶۱,۶۴۶	۱۷,۹۷۹	-	-	۳۳,۷۵۰,۴۰۷	-
روبیکا	۹,۹۶۳	۱,۹۹۹	-	-	۴۴,۵۹۰,۱۵۴	-

بیشترین تعداد مطالب منتشرشده مربوط به پیام‌رسان‌های ایتا با ۶۱۶۴۶ مطلب و تلگرام با ۳۵۱۸۷ مطلب بوده است. این در حالی است که کمترین تعداد مطالب منتشرشده به ترتیب مربوط به رسانه اجتماعی توییتر (ایکس) با ۶۲۱۳ مطلب و اینستاگرام با ۹۱۷۶ مطلب بوده است.



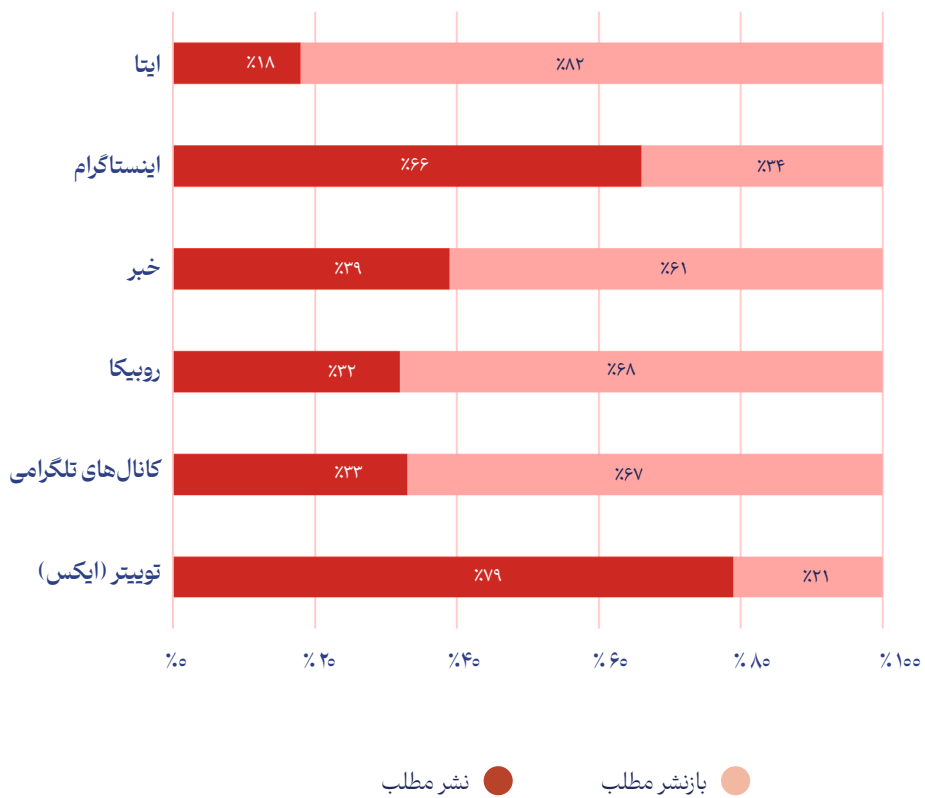
روند زمانی انتشار مطالب

نمودار مقابل، روند انتشار مطالب مرتبط با موضوع نمایشگاه کتاب در فضای مجازی را به تفکیک هریک از پلتفرم‌ها نشان می‌دهد.

در توضیح این نمودار می‌توان گفت، به‌طور مشخص اولین حرکت‌های نمودار به سه روز پیش از نمایشگاه باز می‌گردد که اعلان‌های خبری آغاز به‌کار نمایشگاه، اعلان ثبت‌نام بن‌های کتاب، آغاز به‌کار بخش مجازی نمایشگاه، دعوت به بازدید و ساعت برگزاری و دیگر مسائل مترتب بر فرایند اجرایی به مرور رشد پیدا می‌کنند. اما اولین جهش نمودار درست با آغاز نمایشگاه یعنی ۱۹ اردیبهشت هم‌خوانی دارد و پس از آن با یک نزول بسیار کم تا روز سوم نمایشگاه که جمعه بوده است، ادامه پیدا کرده و هم‌زمان با شنبه ۲۲ اردیبهشت، جهش بعدی در اخبار و دیتای تولیدی حول نمایشگاه شکل گرفته است. اما بی‌تردید اصلی‌ترین و مهم‌ترین جهش در نمودار هم‌زمان با بازدید رهبری از نمایشگاه در روز ۲۴ اردیبهشت بوده که نقطه تمرکز و کانون توجه همه خبرگزاری‌ها و کانال‌های فضای مجازی به نمایشگاه معطوف گردیده است. پس از این تاریخ و به مرور تا پایان نمایشگاه، شاهد کاهش این توجه در فضای مجازی هستیم. با پایان نمایشگاه در ۲۹ اردیبهشت نیز، افت قابل توجهی در مطالب تولیدی در فضای مجازی مشاهده می‌شود.

نشر و بازنشر محتوا

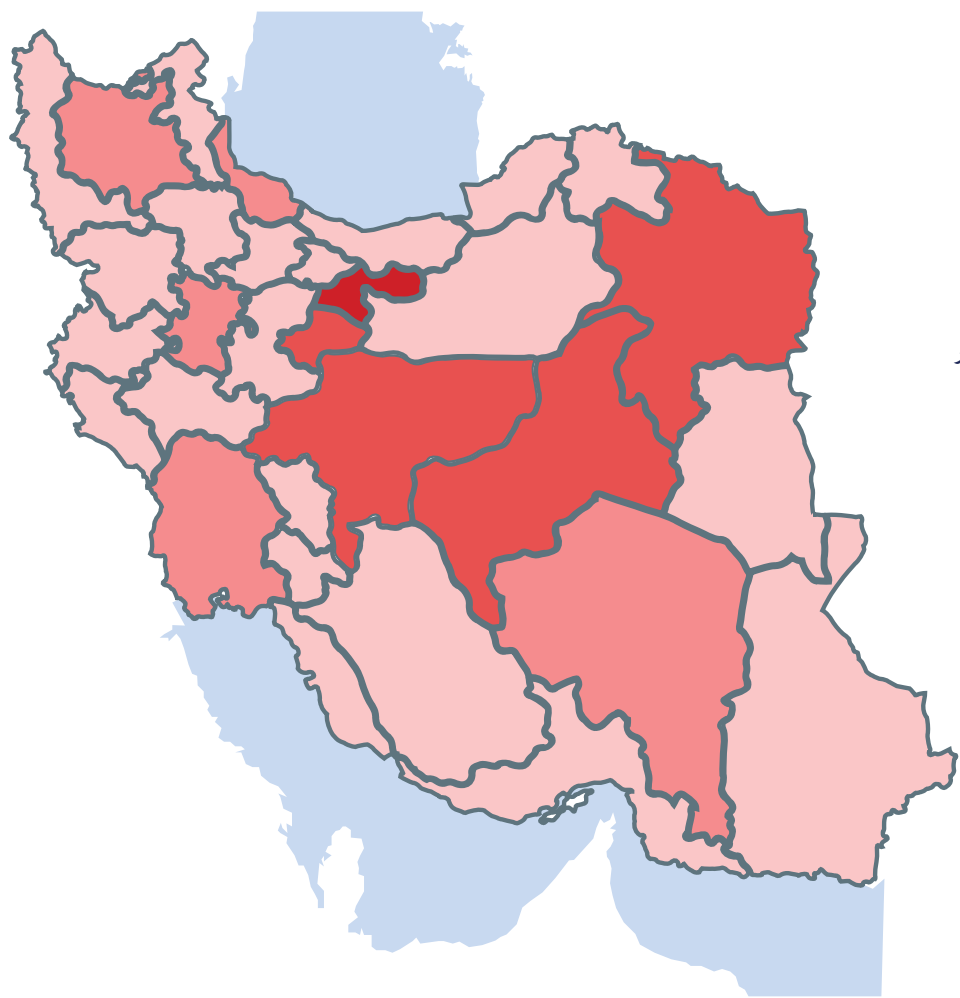
نمودار مقابل، سهم مطالب اصلی و بازنشری را به تفکیک هریک از پلتفرم‌ها نشان می‌دهد. طبیعی است در پیام‌رسان‌هایی نظیر ایتا، تلگرام و روبیکا به دلیل کانال محور بودن این رسانه‌ها، سهم مطالب بازنشری، بالاتر از مطالب اصلی باشد. نکته قابل توجه در این نمودار، سهم چهار برابری مطالب اصلی در مقایسه با مطالب بازنشری در شبکه ایکس (توییتر) است. طبعاً این بازنشر کم، نشان‌دهنده دامنه‌نچندان بلند انتشار محتوا در ایکس است که شایسته بررسی دقیق‌تر دلایل این موضوع خواهد بود. بیشترین مطالب اصلی مربوط به توییتر (ایکس) با ۷۹ درصد و اینستاگرام با ۶۶ درصد است و در مقابل ایتا با ۱۸ درصد و پس از آن روبیکا با ۳۲ درصد، کمترین مطالب اصلی را به خود اختصاص داده‌اند. جایگاه مطالب بازنشر داده‌شده در این پیام‌رسان‌ها دقیقاً در نقطه عکس مطالب اصلی قرار دارد.



پراکندگی جغرافیایی

نمودار مقابل نشان می‌دهد که نام شهرهای کدام استان در کنار مطالب مرتبط با موضوع نمایشگاه کتاب بیشتر تکرار شده است. منظور تکرار کلماتی در متن و محتواست که به هر نحوی به شهرهای یک استان یا نام خود آن استان اشاره داشته باشد.

اگر از فاصله غیرقابل بحث استان تهران به عنوان میزبان نمایشگاه در قیاس با بقیه استان‌ها بگذریم، در جایگاه‌های بعدی شاهد استان‌های اصفهان، قم، یزد و خراسان رضوی هستیم که با فاصله از دیگر استان‌ها، جایگاه‌های دوم تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند. حضور استان‌های قم و خراسان رضوی با لحاظ کردن بیشترین میزان مشارکت در نمایشگاه، چندان عجیب نیست اما جایگاه اصفهان و یزد جالب توجه به نظر می‌رسد.

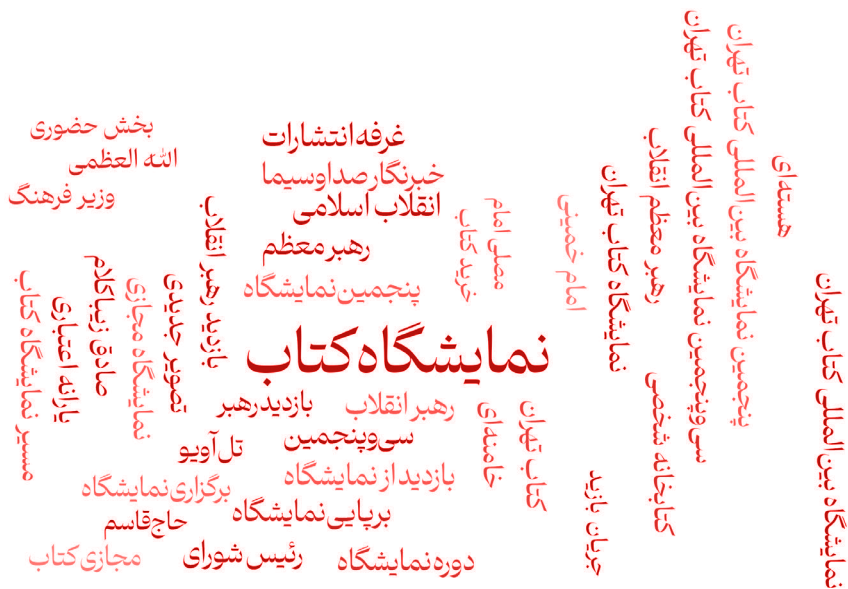


ابرکلمات

این ابرکلمات، بازتابی از محتواهای تولید و انتشار یافته در رسانه‌های مجازی طی دوره برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران است. تحلیل این داده‌ها نشان می‌دهد که محتواهای تولیدی کاربران به‌طور مستقیم تحت تأثیر دو عامل اصلی قرار گرفته‌اند: یکی مرتبط با ذات و ماهیت نمایشگاه کتاب و دیگری مرتبط با وقایع و اخبار سیاسی و اجتماعی خاص کشور در بازه زمانی ۱۰ تا ۳۱ اردیبهشت‌ماه. حضور واژگانی همچون «نمایشگاه کتاب»، «کتاب تهران»، «غرفه انتشارات»، «بازدید از نمایشگاه» و «یارانه اعتباری»، نشانه‌ای از تمرکز کاربران بر محتوای اصلی این رویداد بزرگ فرهنگی است.

در کنار محتوای مرتبط با ماهیت نمایشگاه، انتشار برخی واژه‌ها نیز متأثر از وقایع و رخداد‌های کشور بوده است. حضور پیرنگ واژگانی مانند «رهبری»، «رهبر معظم انقلاب»، «بازدید رهبر» و کلماتی با مفاهیم مشترک در این ابرکلمات، نشانگر تأثیر چشمگیر بازدید مقام معظم رهبری از نمایشگاه کتاب است. به‌ویژه اشاره ایشان به کتاب «تل آویو سقوط کرد» نیز باعث افزایش استفاده از کلمه «تل آویو» شده که نشان می‌دهد چگونه یک اشاره یا تأکید در سطح بالا می‌تواند توجه عمومی را به یک موضوع فرهنگی مرتبط با کتاب جلب کند.

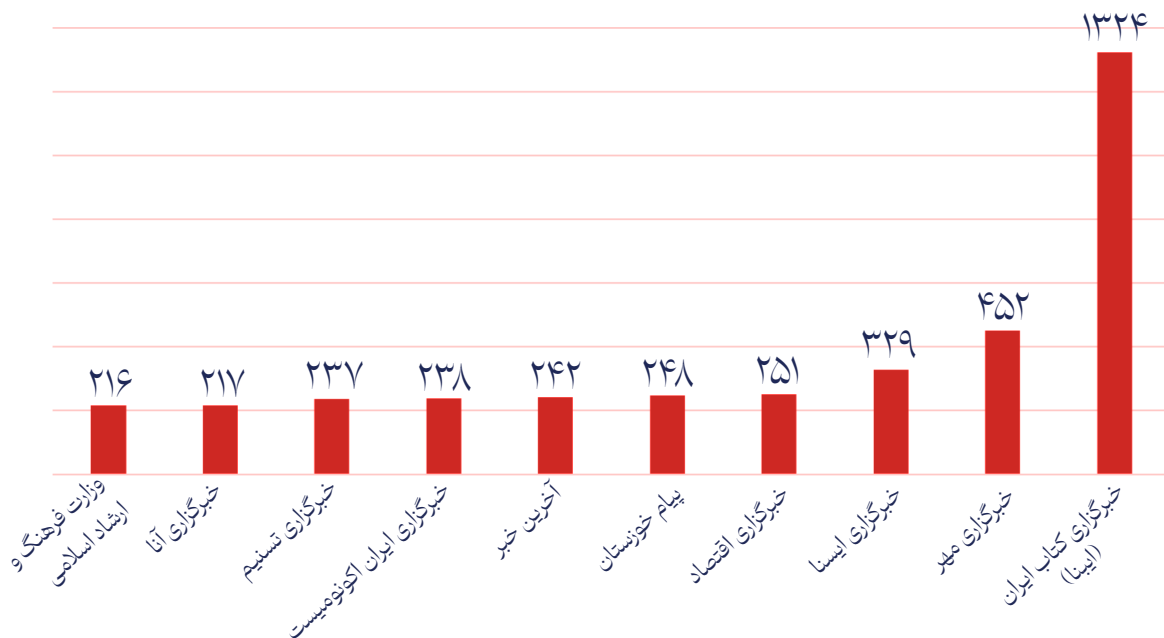
همچنین، حضور نام «صادق زیباکلام» در این ابرکلمات به احتمال زیاد به خبر دستگیری وی در ایام نمایشگاه بازمی‌گردد. این نکته به‌وضوح بیانگر تأثیر شرایط سیاسی و رویدادهای اجتماعی بر محتوای رسانه‌ای مرتبط با نمایشگاه کتاب است. در مجموع، به نظر می‌رسد تولیدات رسانه‌ای کاربران در دوره برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران نه تنها تحت تأثیر محتوای فرهنگی و ادبی نمایشگاه بلکه به‌طور مستقیم متأثر از رخدادهای سیاسی و اجتماعی آن بازه زمانی بوده است.



سچ و سادگی کا پتہ
نجم سائنس کا پتہ
دیکھنا سیکھنا

خبرگزاری ها

خبرگزاری‌ها از لحاظ تعداد خبر منتشرشده



مطابق انتظار، خبرگزاری کتاب ایران (ایبنا) با ۱۳۲۴ مطلب، بیشترین میزان خبر تولیدی با موضوع نمایشگاه کتاب را در بازه فوق داشته است. خبرگزاری‌های مهر و ایسنا با فاصله‌ای معنادار در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

خبرگزاری‌ها بر مبنای «ضریب نفوذ»^۱

نام خبرگزاری	آدرس اینترنتی	تعداد خبر	ضریب نفوذ
خبرگزاری کتاب ایران	ibna.ir	۱۳۲۴	۶۶۲۰
خبرگزاری مهر	mehrnews.com	۴۵۲	۳۸۴۲
خبرگزاری ایسنا	isna.ir	۳۲۹	۳۰۲۷
خبرگزاری تسنیم	tasnimnews.com	۲۳۷	۱۸۹۶
خبرگزاری ایرنا	irna.ir	۲۰۷	۱۸۶۳
آخرین خبر	akharinkhabar.ir	۲۴۲	۱۳۵۵
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	farhang.gov.ir	۲۱۶	۱۱۶۶
خبرگزاری دانشجویان	snn.ir	۱۷۰	۱۰۳۷
باشگاه خبرنگاران جوان	yjc.ir	۱۸۶	۱۰۰۴

۱. ضریب نفوذ در اخبار از ترکیب رتبه الکسای قدیم، تعداد ارجاعات در فضای مجازی و متوسط انتشار خبر به دست می‌آید. منبع: سامانه هوشمند پایش و تحلیل فضای مجازی هشتگ متعلق به شرکت هم‌پلاس

برخی از مهم‌ترین مطالب منتشرشده در خبرگزاری‌ها

۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

پایگاه خبری اختبار
@ekhtabar.ir

یارانه اعتباری خرید کتاب از سه روز قبل از آغاز نمایشگاه ۱۶ اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ به اعضای هیئت علمی، دانشجویان و طلاب سراسر کشور تخصیص داده می‌شود. سی و پنجمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران با شعار بخوانیم و بسازیم از ۱۹ تا ۲۹ اردیبهشت ۱۴۰۳ در محل مصلى امام خمینی^(ره) به شکل حضوری و...

۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

رویداد خبر
@rooydadkhabar.ir

هم‌زمان با آغاز ۳۵مین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران سازمان تأمین اجتماعی اعلام کرد افرادی که در طول دوره نمایشگاه به طرح‌های بیمه دانشجویان و زنان خانه‌دار می‌پیوندند، می‌توانند از هدیه ویژه‌ای بهره‌مند شوند. این اقدام در راستای توسعه فرهنگ بیمه‌ای و تقویت پوشش بیمه‌ای در جامعه صورت می‌گیرد...

۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

فره‌یختگان آنلاین
@farhikhtegandaily.com

پوستر سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران منتشر شد.

۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرگزاری ایسنا

@isna.ir

به گزارش ایسنا، مراسم افتتاحیه سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران بعد از ظهر امروز چهارشنبه ۱۹ اردیبهشت در کوشک کتاب واقع در شبستان مصلی امام خمینی (س) با حضور محمدمهدی اسماعیلی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، یاسر احمدوند رئیس سی و پنجمین دوره نمایشگاه بین المللی کتاب تهران و علی رضانی قائم مقام و...

۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

آخرین خبر

@akharinkhabar.ir

همزمان با ایام برپایی نمایشگاه بین المللی کتاب تهران، انتشارات انقلاب اسلامی تصویر جدیدی از رهبر انقلاب را که در کتابخانه شخصی ایشان ثبت شده است، منتشر کرد.

۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرگزاری ایسنا

@isna.ir

به گزارش ایسنا، سیدابراهیم رئیسی صبح امروز شنبه در جریان بازدید از تعدادی از غرفه ها و برخی بخش های سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران، حمایت از نویسندگان، ناشران و کتاب خوانان را زنجیره ای توصیف کرد که باید همه حلقه های آن به خوبی مورد توجه و حمایت قرار گیرند و تصریح کرد دولت مردمی تلاش کرده در...

۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۳

ایران آنلاین

@inn.ir

به گزارش گروه سیاسی ایران آنلاین، مدیرعامل خبرگزاری میزان به شایعه بازداشت صادق زیباکلام در راه نمایشگاه کتاب واکنش نشان داد. صبح امروز پس از اعلام خبر بازداشت صادق زیباکلام، شایعه ای دست به دست شد که وی در راه نمایشگاه کتاب بوده است؛ این در حالی است که مهدی کشت دار مدیرعامل خبرگزاری قوه قضاییه میزان...

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرگزاری دانشجویان ایران

@iusnews.ir

واکنش رهبر انقلاب وقتی در بازدید از نمایشگاه کتاب به غرفه کتاب‌های فال و طالع‌بینی می‌رسند را ببینید. به گزارش خبرنامه دانشجویان ایران با عضویت در شبکه‌های اجتماعی خبرنامه دانشجویان ایران از آخرین اخبار مطلع شوید.

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرگزاری آنا

@ana.ir

به گزارش گروه سیاست خبرگزاری علم و فناوری آنا، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی صبح امروز دوشنبه با حضور در سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به مدت سه ساعت از غرفه‌های مختلف کتاب بازدید کردند. رهبر انقلاب در این بازدید ضمن گفت‌وگو با ناشران، نویسندگان و صاحبان غرفه‌های کتاب از نزدیک....



۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرگزاری تسنیم

@tasnimnews.com

گزارش خبرنگار حوزه سیاست خارجی خبرگزاری تسنیم، ناصر کنعانی سخنگوی وزارت امور خارجه جمهوری اسلامی ایران در نشست خبری هفتگی خود که در نمایشگاه کتاب تهران برگزار شد، پاسخ‌گوی سؤالات خبرنگاران شد. کنعانی در ابتدا درباره قانون مقابله با تهدیدات رژیم صهیونیستی و درخصوص اقدامات برای بازگشایی مجازی سفارت در...

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرگزاری ایسنا

@isna.ir

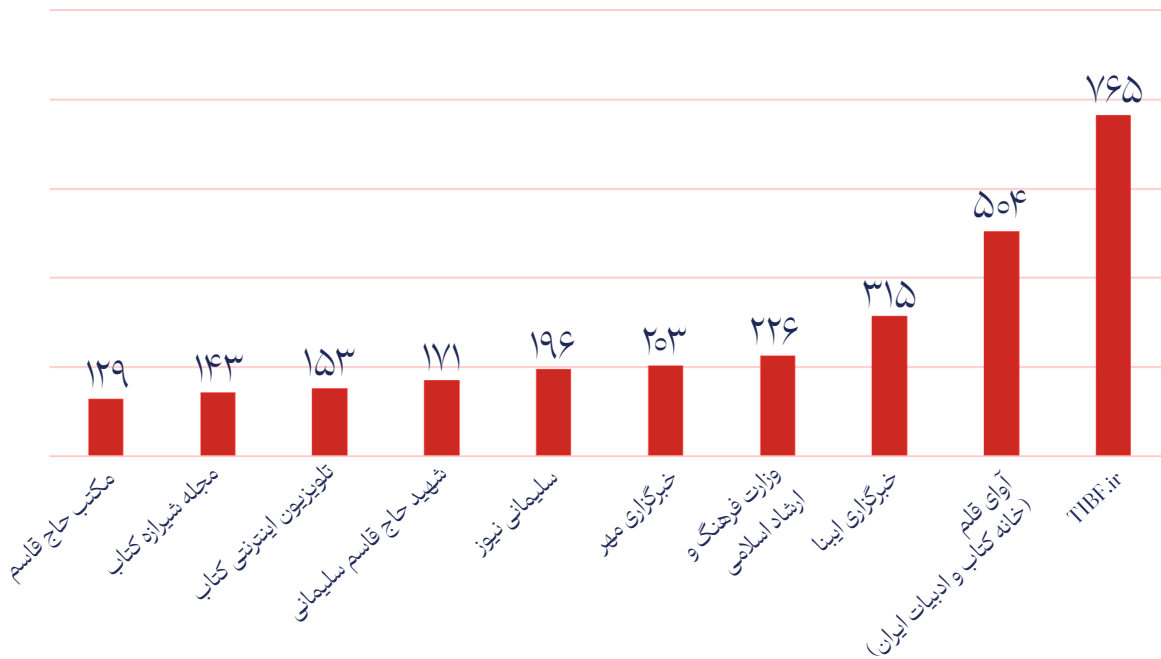
به گزارش ایسنا، جمعی از نویسندگان برجسته و چهره‌های ادبی و فرهنگی جهان اسلام که برای شرکت در سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به ایران سفر کرده‌اند، در نهاد ریاست جمهوری با سیدابراهیم رئیسی دیدار و گفت‌وگو کردند. رئیس‌جمهور طی سخنانی در این دیدار ضمن خوش‌آمدگویی و ابراز خرسندی از دیدار با شخصیت...

سچ و سچ نیکو چاہو تو
اللہ کا ترس لو

تلگرام

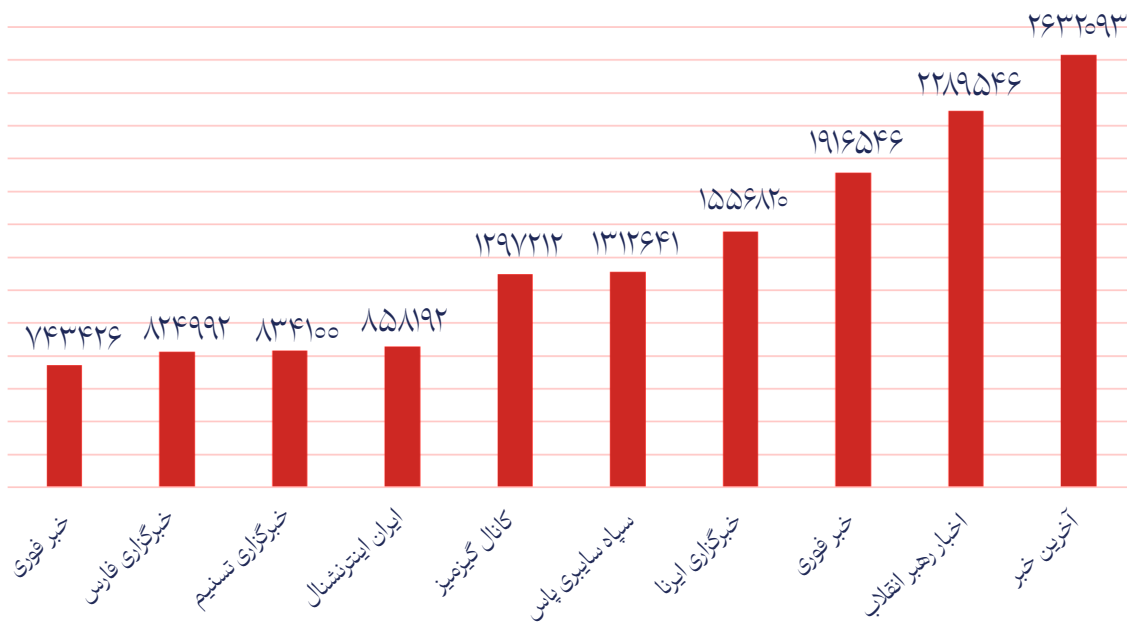
کانال‌های تلگرامی از لحاظ تعداد مطالب منتشرشده

نمودار زیر کانال‌های تلگرامی با بیشترین مطلب مرتبط حول محور نمایشگاه کتاب را نمایش می‌دهد.



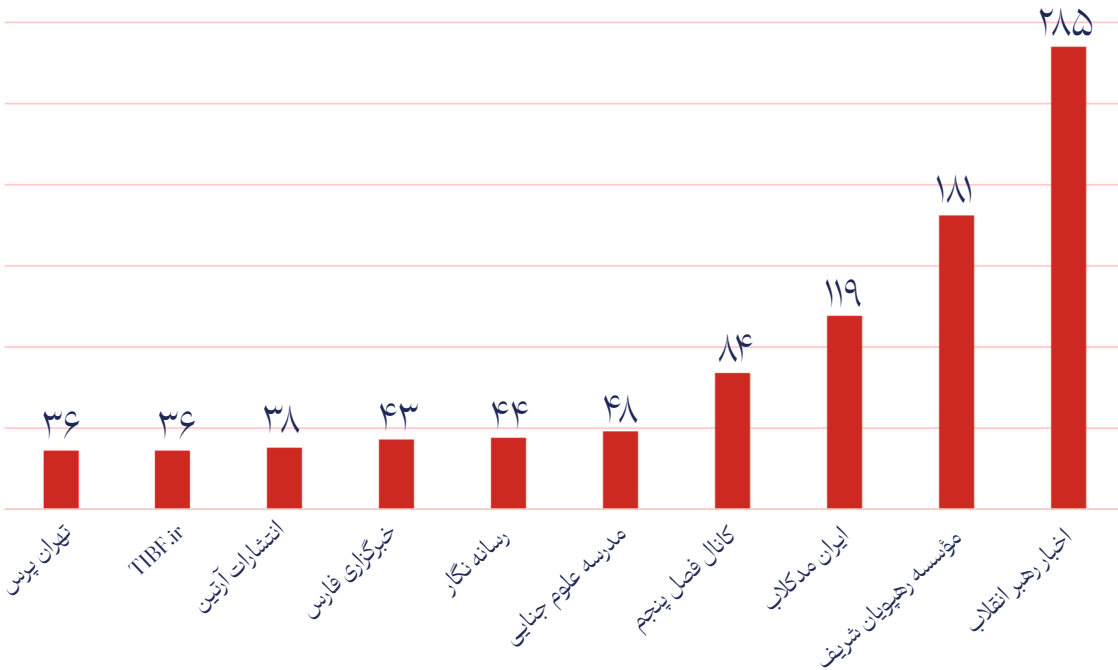
کانال‌های تلگرامی از لحاظ تعداد بازدید مطالب

نمودار زیر به کانال‌های تلگرامی اختصاصی دارد که مطالبشان بیشترین بازدید را در فضای مجازی داشته است.



کانال‌های تلگرامی از لحاظ تعداد بازنشر

نمودار زیر به کانال‌های تلگرامی اختصاصی دارد که مطالبشان بیشترین بازنشر را در فضای مجازی داشته است.



کانال‌های تلگرامی بر مبنای «ضریب نفوذ»^۱

جدول زیر، رتبه‌بندی ۱۰ کانال برتر تلگرامی بر مبنای ضریب نفوذ را به تصویر کشیده است.

کانال	آیدی کانال	تعداد اعضا	مطالب	ضریب نفوذ
آخرین خبر	akharinkhabar	۲۰۱۴۲۱۱	۳۵	۲۶۳۲۰۹۳
اخبار رهبر انقلاب	khamenei_irNews	۲۲۶۸۵۵	۸۱	۲۲۸۹۵۴۶
خبرفوری	akhbarefori	۲۴۰۸۸۹۱	۳۱	۱۹۱۶۵۴۶
خبرگزاری ایرنا	irna_۱۳۱۳	۵۱۵۵۱۲	۱۲۲	۱۵۵۶۸۲۰
سپاه سایبری پاسداران IRGC	SEPAHCYBERY	۴۲۲۶۴۷	۲۲	۱۳۱۲۶۴۱
کانال گیزمیز	gizmiztel	۹۲۵۵۱۲	۹	۱۲۹۷۲۱۲
ایران اینترنشنال	IranintlTV	۶۶۵۳۸۴	۱۴	۸۵۸۱۹۲
خبرگزاری تسنیم	Tasnimnews	۱۳۱۰۵۷۲	۵۵	۸۳۴۱۰۰
خبرگزاری فارس	farsna	۱۴۴۵۹۲۴	۵۸	۸۲۴۹۹۲
خبرفوری	khabarfour	۳۵۴۷۶۴۷	۲۱	۷۴۳۴۲۶

۱. ضریب نفوذ در کانال‌های تلگرامی بر مبنای تعداد بازدید به دست می‌آید.

برخی از مهم‌ترین مطالب منتشرشده در کانال‌های تلگرامی

۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

آهنگیفای
@ahangify

پیشنهاد ویژه سازمان تأمین اجتماعی به مناسبت روز دختر و برگزاری نمایشگاه کتاب با عقد قرارداد «بیمه دختران و زنان خانه‌دار» یا «بیمه دانشجویی» در ایام برگزاری نمایشگاه کتاب (۱۹ تا ۲۹ اردیبهشت ماه)، بیمه‌شدگان جدید، مشروط به پرداخت حق بیمه تا پایان خرداد ۱۴۰۳، علاوه بر بهره‌مندی از خدمات بیمه‌ای، ...

۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال گیزمیز
@gizmitel

بنده خدا تولستوی بفهمه ۱۰۰ سال بعد از مرگش شده بنر نمایشگاه کتاب تهران، اونم نه برای معرفی کتاب‌هاش، که برای توضیح سوءاستفاده مردان از زنان، یه بار دیگه تو قبر به خودش می‌میره.

۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۳

ورزش سه
@varzesh3

پیشنهاد ویژه سازمان تأمین اجتماعی به مناسبت روز دختر و برگزاری نمایشگاه کتاب با عقد قرارداد «بیمه دختران و زنان خانه‌دار» یا «بیمه دانشجویی» در ایام برگزاری نمایشگاه کتاب (۱۹ تا ۲۹ اردیبهشت ماه)، بیمه‌شدگان جدید، مشروط به پرداخت حق بیمه تا پایان خرداد ۱۴۰۳، علاوه بر بهره‌مندی از خدمات بیمه‌ای...

کانال گیزمیز
@gizmiztel

۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۳

پیشنهاد ویژه سازمان تأمین اجتماعی به مناسبت روز دختر و برگزاری نمایشگاه کتاب با عقد قرارداد «بیمه دختران و زنان خانه دار» یا «بیمه دانشجویی» در ایام برگزاری نمایشگاه کتاب (۱۹ تا ۲۹ اردیبهشت ماه)، بیمه شدگان جدید، مشروط به پرداخت حق بیمه تا پایان خرداد ۱۴۰۳، علاوه بر بهره مندی از خدمات بیمه ای، ...

آخرین خبر

@akharinkhabar.ir

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

چالش معرفی قهرمان در نمایشگاه کتاب | AKHARINKHABAR | @AKHARINKHABAR

کانال گیزمیز
@gizmiztel

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

یک شهروند در نمایشگاه کتاب خطاب به رهبر: «کمک کنید مردم توان انتقاد پیدا کنند؛ هر سیستمی توان پذیرش انتقاد نداشته باشه به شکست منتهی می شه.» رهبر انقلاب: «شما دعا کنید ما طاقت انتقاد پیدا کنیم».

کانال گیزمیز
@gizmiztel

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

سیب زمینی؟ نماد بی غیرتی همسرشه دیگه!! این مصاحبه با مردم در نمایشگاه کتاب روز دست ندید...

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

آخرین خبر
@akharinkhabar.ir

گفت‌وگوی رهبر انقلاب با جوان فلسطینی که ۲ ماه پیش خود را از غزه به تهران رساند. جوان اهل غزه در بخش ویژه فلسطین در نمایشگاه کتاب، خطاب به رهبر انقلاب: یکی از مهم‌ترین عوامل ایستادگی ما در این ۶ ماه کمک و پشتیبانی جمهوری اسلامی و ملت ایران است. در روز حمله وعده صادق ما فلسطینی‌ها برای اولین بار...

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

ورزش سه
@varzesh3

خانوادگی مهمان ما باشید. غرفه خانواده ما سازمان تأمین اجتماعی، میزبان خانواده‌ها، کودکان و نوجوانانی است که در سی‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران حضور دارند. در این غرفه تلاش شده با ایجاد فضای خلاقانه و مفرح و استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای، به موضوع خانواده و جوانی جمعیت پرداخته شود...

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال گیزمیز
@gizmiztel

من با همین پوشش هم می‌تونم با خدا ارتباط برقرار کنم! گفت‌وگوی جنجالی مردم درباره حجاب در نمایشگاه کتاب

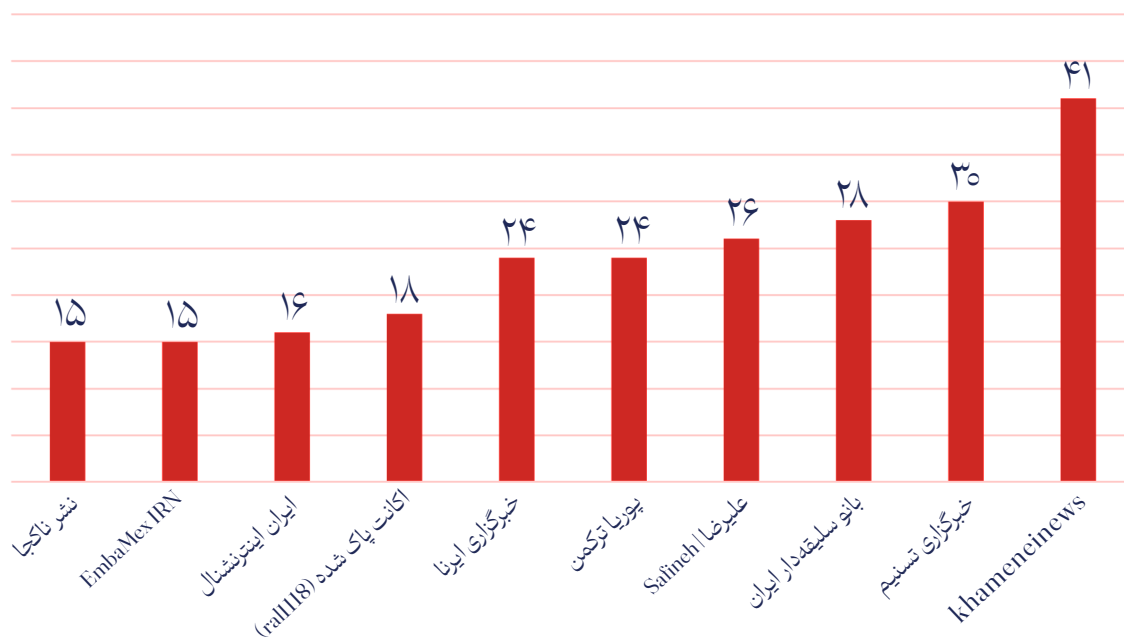


سچ و سچ نیکو چاہو تو
اللہ کا ترس لے لو

ٹویٹر (ایکس)

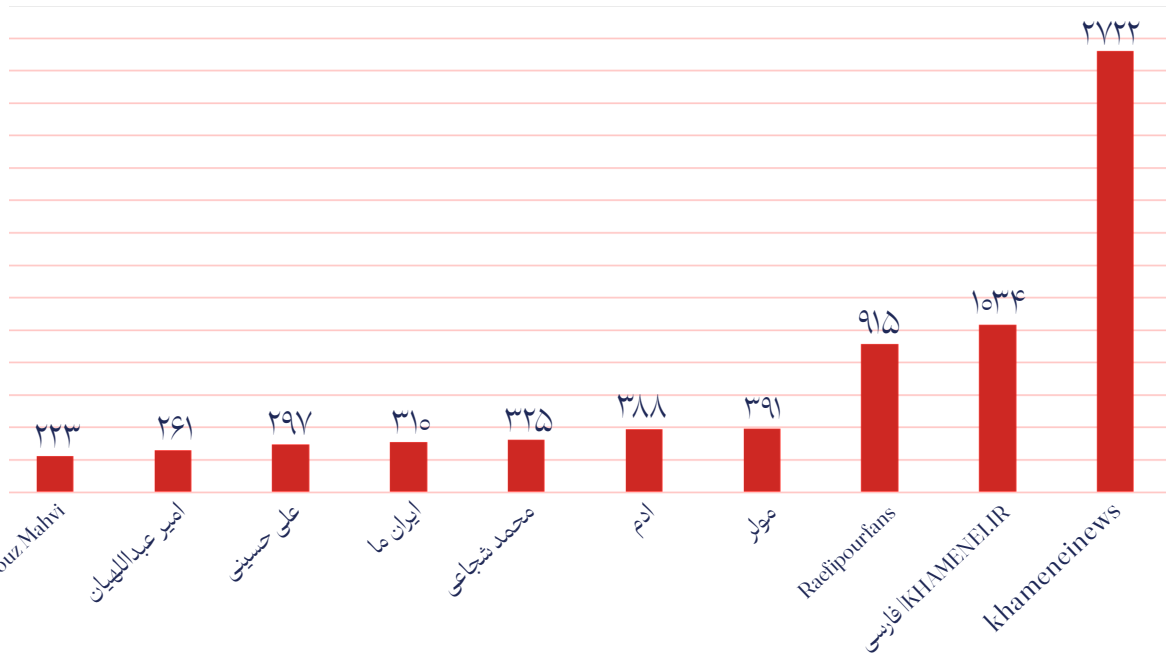
اکانت‌های توییتر از لحاظ تعداد مطالب منتشرشده

نمودار زیر اکانت‌های توییتری را نشان می‌دهد که بیشترین مطلب مرتبط با نمایشگاه کتاب را منتشر کرده‌اند.



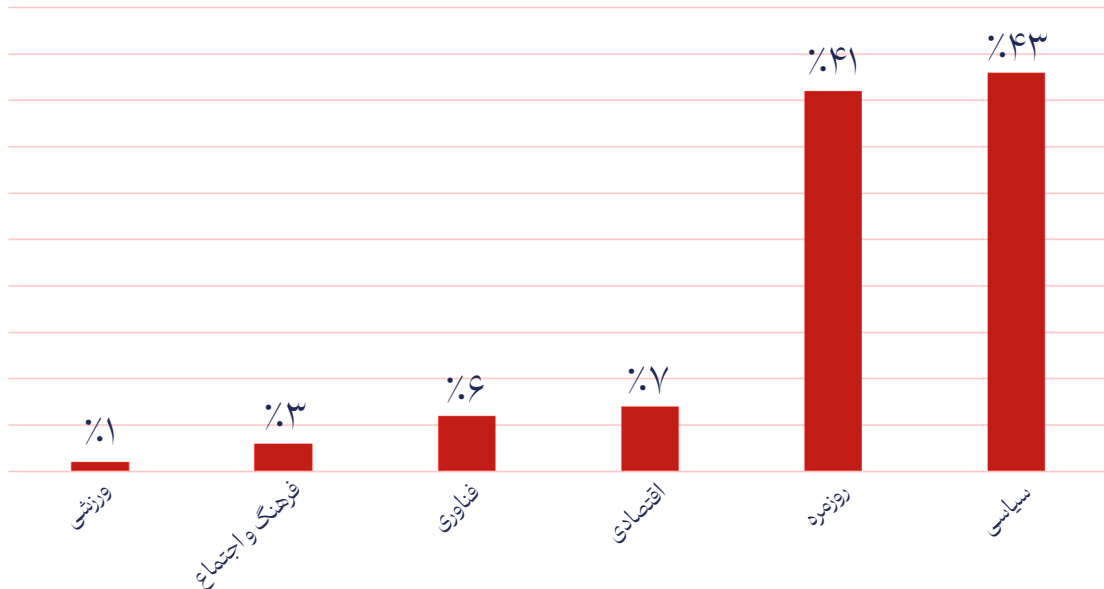
اکانت‌های توییتر از لحاظ تعداد بازنشر

در این نمودار، کاربرهای توییتری که مطالبشان بیشترین بازنشر را به همراه داشته است، نمایش داده شده‌اند.



دسته‌بندی موضوعی محتوای تولیدی در توییتر

در دسته‌بندی موضوعی همه محتواهای تولیدی در توییتر با محور نمایشگاه کتاب در بازه برگزاری این رویداد، سهم مطالب سیاسی با ۴۳ درصد و پس از آن روزمره‌نویسی با ۴۱ درصد در جایگاه‌های اول و دوم است. موضوعات اقتصادی و فناوری به ترتیب با ۷ و ۶ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. این در حالی است که موضوع فرهنگ و اجتماع تنها ۳ درصد از کل محتوای تولیدی در توییتر را به خود اختصاص داده است. در انتهای این لیست هم عناوین ورزشی با کمتر از یک درصد قرار گرفته‌اند.



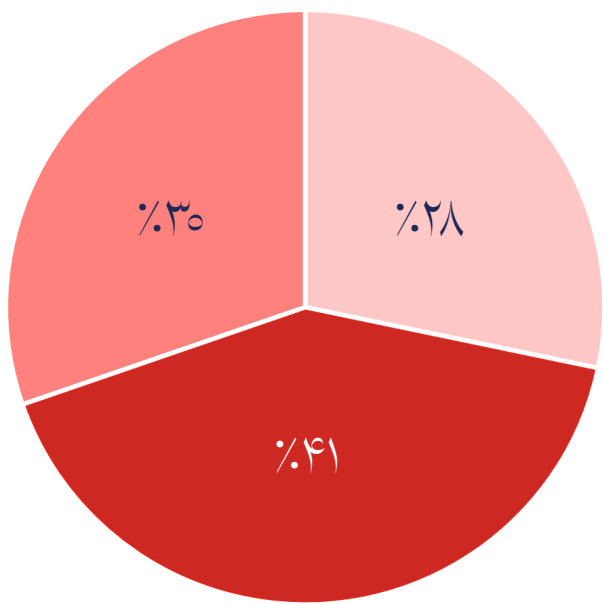
تحلیل احساسات محتوای تولیدی در توییتر

تحلیل احساسات یکی از ابزارهای کلیدی در پردازش داده‌های حجیم (بیگ دیتا) است که به‌ویژه در حوزه تحلیل محتواهای تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی اهمیت فراوانی یافته است. این روش به ما امکان می‌دهد تا با بررسی داده‌های متنی، احساسات و نگرش‌های کاربران را نسبت به موضوعات مختلف شناسایی و دسته‌بندی کنیم. تحلیل احساسات، با کمک الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی، داده‌ها را به سه دسته اصلی مثبت، منفی و خنثی تقسیم می‌کند و این دسته‌بندی‌ها به تحلیلگران کمک می‌کند تا دیدگاه‌های کلی حاکم بر فضای مجازی را درک کرده و روندهای اجتماعی و فرهنگی را بهتر تحلیل کنند. با استفاده از تحلیل احساسات، می‌توان به تصویری دقیق‌تر از نگرش‌ها و احساسات کاربران نسبت به رویدادها و مسائل مختلف دست یافت. این ابزار به‌ویژه در شناسایی و تحلیل جو منفی و انتقادی کاربران نسبت به مسائل جاری و رخداد‌های مختلف، از جمله نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، کاربرد دارد.

در توییتر فارسی در قیاس با دیگر شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی به شکل معنادارتری جو منفی و منتقدانه نسبت به همه مسائل جاری و ساری است. در این موضوع هم رویکرد منفی با بیش از ۴۱ درصد، غلبه آشکاری نسبت به رویکرد خنثی با ۳۵ درصد و رویکرد مثبت با ۲۸ درصد دارد.



- مثبت
- خنثی
- منفی



برخی از مهم‌ترین مطالب منتشرشده در توئیتر (ایکس)

۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

محسن مقصودی
@maghsoodi61

اتفاق خوب در حمایت از مردم #غزه «یمن» به جای «هند» مهمان ویژه نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران شد. ملت #یمن به واقع در کنار مردم غزه امسال #پدیده_جهان_اسلام بودند. پس از تحلیل و سیاسی‌بازی هندی‌ها (علی‌رغم اشتیاق اهالی فرهنگ و هنر هند) انتخاب یمن، عالی و معنادارترین انتخاب بود.

۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

ظ
@AmirVadice

اگر هنوز نمایشگاه کتاب نرفتین، به‌نظم وقتتون رو هدر ندین؛ کتاب‌ها گرون و بد، فضاها در اشغال نشرهای مذهبی و وابسته، فروشنده‌ها نابلد و آدم‌ها آخوند و حیجایی و اعصاب خوردکن.

۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۳

سعید مالکی
@saecd_maaleki

صف مردم در #نمایشگاه_کتاب برای رأی دادن... ببخشید! برای گرفتن امضا از #عادل_فردوسی_پور

۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۳

علی بی طرفان
@ali_bitarafan5

یه طرح خوب در مورد حجاب تو نمایشگاه کتاب

۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۳

محمد پارسی
@mohammadparsil

دکتر صادق زیباکلام، نویسنده و استاد علوم سیاسی امروز صبح داشته می‌رفته نمایشگاه کتاب تا در مورد کتاب «چرا شما را نمی‌گیرن؟» صحبت کنه که می‌گیرنش...

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

مولر
@zarzaaarrt

دارم فکر می‌کنم چجوری تک تک فضاهایی که داشتیم ازمون گرفته شد. ما زمانی ذوق نمایشگاه کتاب رو داشتیم. هر هفته سینما و تئاتر می‌رفتیم. هرروز تو مرکز شهر پرسه می‌زدیم. منتظر جشنواره فجر بودیم. هرازگاهی یک کنسرتی می‌رفتیم. دورهم فوتبال می‌دیدیم. با همه این‌ها بیگانه شدیم کاملاً.

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

کیفی
@mohsenkeyfi

دخترخاله من سندروم داون داره، خالم بردتش سر غرفه نمایشگاه کتاب، اونم نقاشی همه غرفه دارها رو با جزئیات کشیده، اونام نقاشی‌ها رو مثل کارت شناسایی وصل کردن به خودشون. پ.ن اگه اهل داستان هستید نمایشگاه رفتید برید نشر اطراف از کتاباش لذت ببری.

امیر عبداللہیان
@Amirabdolahian

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

امروز فرصت مغتنمی حاصل شد که از سی و پنجمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بازدید کنم. استقبال نیکو از کتاب و گرایش عمیق به خواندن نزد ایرانیان، مایه مباهات و نویدبخش ایرانی آگاه‌تر و آبادتر است که همان تحقق عینی شعار این دوره از نمایشگاه «بخوانیم و بسازیم» است. همچنین در بازدید از غرفه‌های...

KHAMENELIR | فارسی
@Khamenei_fa

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

انگیزه من از رفتن به #نمایشگاه_کتاب در درجه اول، میل شخصی به کتاب و علاقه به کتاب و انس با کتاب است و در مرحله دوم، ترویج کتاب. من مایل هستم که کتاب‌خوانی هر چه بیشتر رواج پیدا کند، چون اعتقادم بر این است که ما محتاج کتاب هستیم.

مؤسسه مضاف
@mansoureh_1996

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

مراسم رونمایی از پنج کتاب ضدصهیونیستی کنفرانس افق نو، چاپ شده در انتشارات مؤسسه مضاف ۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳ - مصلی تهران، نمایشگاه کتاب



۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

Hossein Javid
@Javid1364

این وضع جمعیت در روز آخر نمایشگاه کتاب تهران است. سال‌های پیش اغلب در دو روز آخر فشار جمعیت طوری بود که به سختی می‌شد بین راهروها تردد کرد. استثناها را کنار بگذاریم، فروش بیشتر ناشرها نسبت به سال‌های گذشته افت محسوس داشت. آسیب‌شناسی‌اش بماند برای روزهای آتی و با اطلاعات دقیق‌تر

۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

mansoureh_mohammadi
@mansoureh_1996

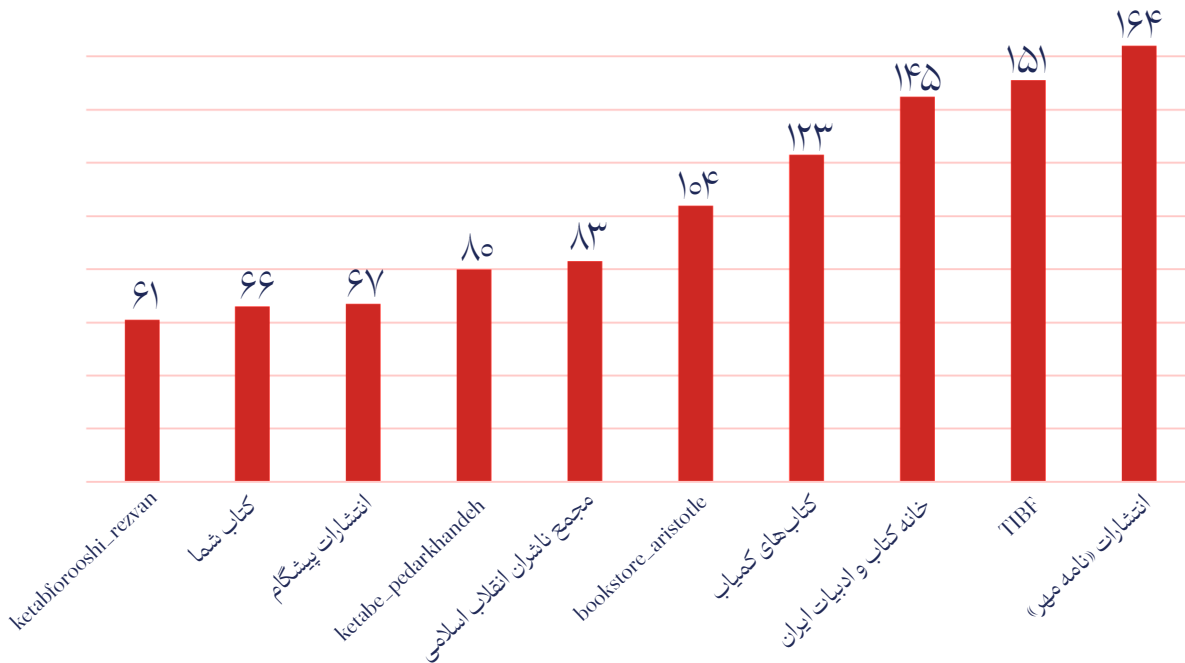
نمایشگاه کتاب تهران. فقط کتاب‌های خودمو خریدم.

سچ و سچ نیکو چاہو تو
اللہ کا ترس لے لو

اینستاگرام

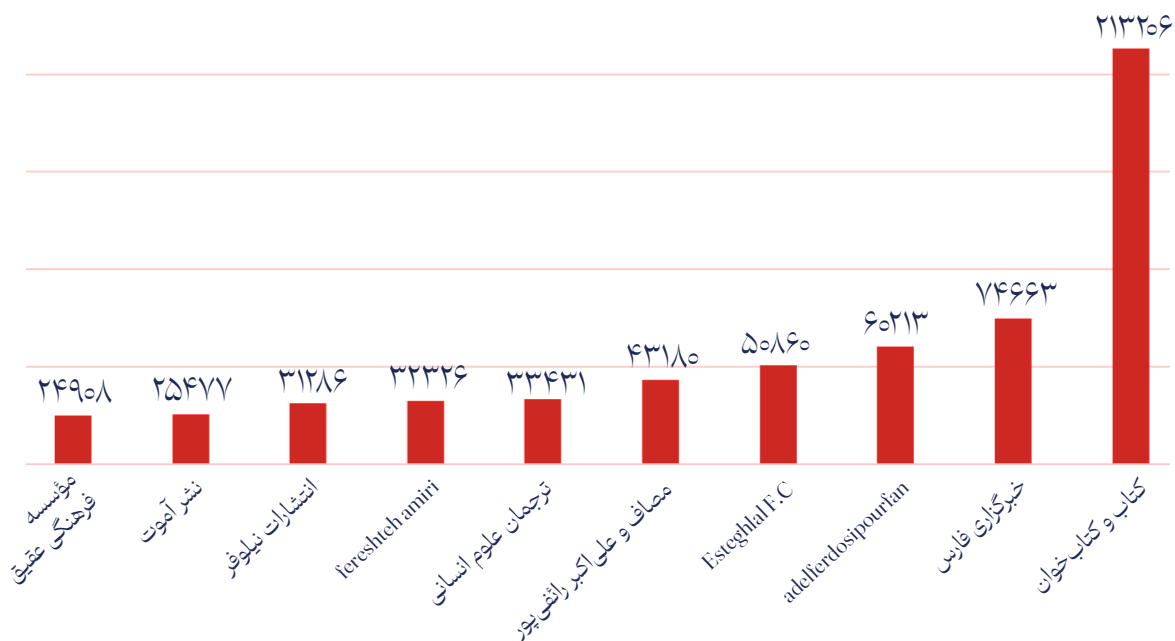
صفحات اینستاگرامی از لحاظ تعداد مطالب منتشرشده

در این نمودار، صفحات اینستاگرامی با بیشترین مطلب مرتبط با موضوع نمایشگاه کتاب به تصویر کشیده شده است.



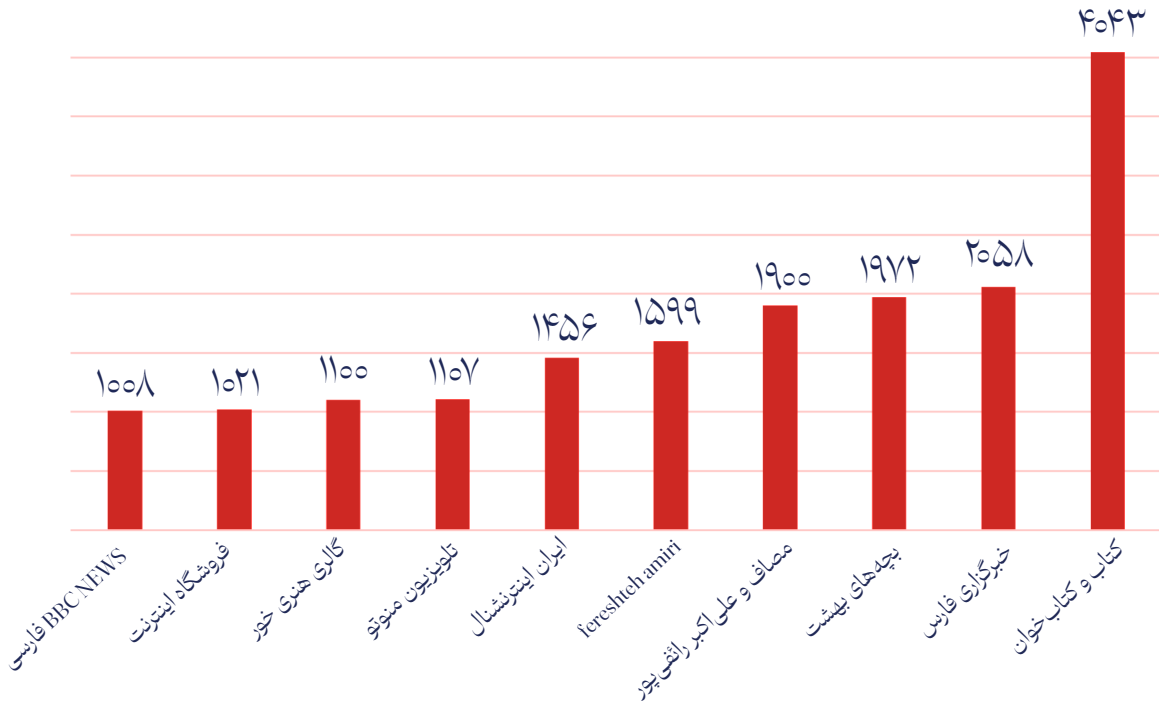
صفحات اینستاگرامی با بیشترین تعداد لایک

نمودار زیر، صفحات اینستاگرامی که مطالبشان بیشترین لایک را داشته به نمایش می دهد.



صفحات اینستاگرامی با بیشترین تعداد کامنت

نمودار زیر صفحات اینستاگرامی را نشان می‌دهد که مطالبشان بیشترین کامنت را به خود اختصاص داده است.



صفحات اینستاگرامی بر مبنای «ضریب نفوذ»

جدول زیر تصویرگر رتبه‌بندی ده صفحه پرنفوذ اینستاگرام با موضوع نمایشگاه کتاب در بازه مورد نظر این گزارش است.

صفحه	نام کاربری	دنبال‌کننده	مطالب	ضریب نفوذ
کتاب و کتاب‌خوانی	khamenei_book	۱۲۲۳۷۰	۲۸	۱۰۵۲۹۲۵
خبرگزاری فارس	fars_news	۲۲۰۴۷۹۶	۷	۳۲۵۷۳۵
مصاف و علی اکبر رائفی پور	masaf	۸۷۹۹۲۶	۳	۲۷۰۰۱۸
خبرگزاری تسنیم	tasnimnews_fa	۳۹۲۱۴۳	۱۱	۱۹۰۸۹۶
ADELFERDOSIPOURFAN	adelferdosipourfan	۳۷۸۶۳۵۸	۱	۱۲۱۹۱۴
ESTEGHLAL F.C	esteghlal.fc.official	۴۱۶۴۵۷۴	۱	۱۰۲۸۳۶
FERESHTEH AMIRI	roman_dastan.2	۱۵۰۰۰۰	۶	۶۹۴۴۹
ترجمان علوم انسانی	tarjomaan	۲۶۹۱۷۷	۶	۶۷۵۹۴
لاوین ابلگرا استایلیست‌الایف استایل‌امدلی...	lavinpayami	۹۴۹۰۰	۱	۶۶۱۱۰
DW PERSIAN دوپچه وله فارسی	dw_persian	۲۱۲۶۶۶۴	۱	۶۶۰۱۲

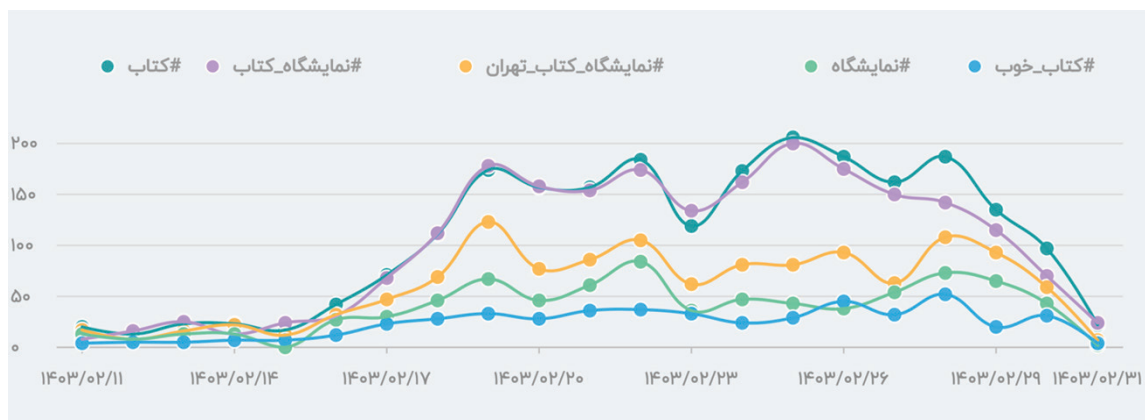
۱. ضریب نفوذ در اینستاگرام از مجموع سه برابر تعداد کامنت و دو برابر تعداد لایک و یک برابر تعداد بازدید حاصل می‌شود.

برترین هشتگ‌های ساخته شده در اینستاگرام

پنج هشتگ زیر برترین هشتگ‌ها با موضوع کتاب در حین برگزاری نمایشگاه بوده است:

- #کتاب
- #نمایشگاه_کتاب
- #نمایشگاه_کتاب_تهران
- #نمایشگاه
- #کتاب_خوب

روند محبوبیت و رشد استفاده از این هشتگ‌ها در نمودار مقابل آورده شده است.



دسته‌بندی موضوعی محتوای تولیدی در اینستاگرام

همان‌طور که انتظار می‌رود، محتوای روزمره و شرح حال نویسی با ۶۱ درصد، اصلی‌ترین موضوع محتوای تولیدی در اینستاگرام را تشکیل داده است و پس از آن موضوعات سیاسی با ۳۰ درصد در جایگاه بعدی قرار گرفته‌اند. موضوعات اقتصادی با هفت درصد و مسائل اجتماعی فرهنگی تنها با یک درصد در انتهای این طیف قرار دارند؛ این درحالی است که دو موضوع ورزشی و فناوری تقریباً صفر درصد عناوین و محتوای تولیدی را به خود اختصاص داده‌اند.

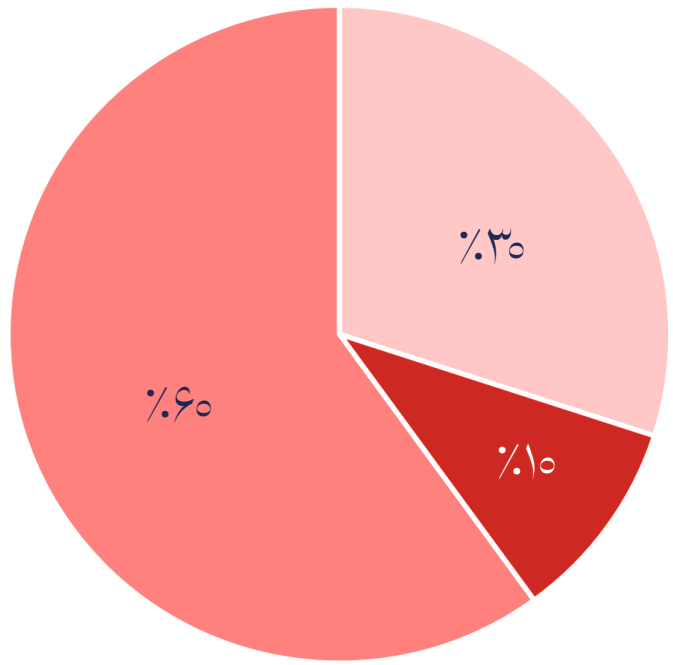


تحلیل احساسات محتوای تولیدی در اینستاگرام

با تحلیل احساسات محتواهای منتشرشده در اینستاگرام به عنوان فراگیرترین بستر رسانه‌های اجتماعی در میان کاربران ایرانی مشخص است که سهم رویکرد مثبت با ۳۰ درصد، نزدیک به سه برابر رویکرد منفی بوده است که البته این هر دو در مقایسه با سهم ۶۰ درصدی نگاه خنثی به موضوع نمایشگاه کتاب در محتواهای تولیدی، جنبه اطلاع‌رسانی و احیاناً سرگرم‌کنندگی این پلتفرم برای کاربران را بیش از پیش نشان می‌دهد. به بیان دیگر، به نظر می‌رسد فضای شکل‌گرفته حول موضوع نمایشگاه، در این پلتفرم نه بار منفی خاصی پیدا کرده است و نه بار مثبت ویژه‌ای و بیشتر شاهد تولید و انتشار محتواهای خنثی و بدون احساسات درخصوص نمایشگاه بوده‌ایم.



- مثبت
- خنثی
- منفی



برخی از مهم‌ترین مطالب منتشرشده در اینستاگرام



۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

Esteghlal F.C

@esteghlal.fc.official

استقلالی‌های عزیز رایتل در نمایشگاه کتاب امسال هم منتظر شماست. پیشنهادها و تخفیف‌های جذاب رایتل ویژه بازدیدکنندگان نمایشگاه کتاب ۱۴۰۳، ۱۹ تا ۲۹ اردیبهشت ماه مصلی، ورودی مترو شهید بهشتی و ورودی

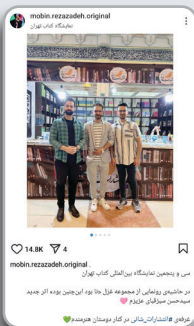
شبستان @RIGHTELPR

۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

adelferdosipourfan

@adelferdosipourfan

دیدار با عادل فردوسی‌پور در نمایشگاه کتاب تهران روز جمعه ۲۱ اردیبهشت ساعت ۱۱:۳۰ ظهر غرفه نشر چشمه، شبستان اصلی، راهرو ۲۶
#عادل #عادل_فردوسی_پور #نمایشگاه_کتاب



۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

mobin rezazadeh(singer)

@mobin.rezazadeh.original

سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در حاشیه رونمایی از مجموعه غزل «تا بود این چنین بود» اثر جدید سیدحسن سبزقباوی عزیزم، غرفه‌ی #انتشارات_شانی در کنار دوستان هنرمندم
#کتاب #نمایشگاه_بین_المللی_تهران #تهر...



۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

Sadegh Zibakalam
@zibakalamsadegh

در روزنش کشتی، اصطلاحی هست بنام «مال خود» کردن؛ زمانی که یک کشتی گیر موفق می‌شود «یک خم» حریف را در دست بگیرد. حالا شده حکایت نمایشگاه کتاب. نظام نمایشگاه کتاب را «مال خود» کرده، هم به صورت مادی، هم معنوی. یک خط در میان، غرفه‌های نمایشگاه تعلق به یکی از ده‌ها نهادهای حکومتی دارد. این جدا از غرفه‌های...

۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۳

Fardad Farahzad | فرداد فرحزاد
@fardadfarahzad

قوه قضایه جمهوری اسلامی می‌گوید صادق زیباکلام، استاد دانشگاه و منتقد حکومت، به دلیل داشتن «سه پرونده» که احکام آن‌ها «قطعی و لازم‌الاجرا» است، به زندان منتقل شد. خبرگزاری میزان. وابسته به قوه قضایه، روز یکشنبه، ۲۳ اردیبهشت ماه، نوشت: «زیباکلام در سال‌های اخیر اقدام به طرح مطالب خلاف واقع در رسا...»



۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرگزاری فارس
@fars_news

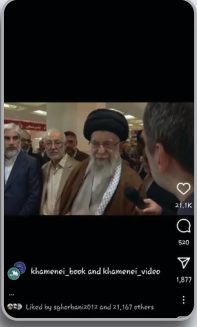


صبح دوشنبه، رهبر انقلاب در نمایشگاه کتاب تهران: «ما محتاج کتاب هستیم. همه مردم در هر سنی نیاز دارند که کتاب بخوانند. فعالان فضای مجازی از این فضا برای ترویج کتاب استفاده کنند. این یک وظیفه است. در معرفی شخصیت‌ها خلأ داریم.»

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

کتاب و کتاب‌خوانی
@khamenei_book

از درخواست غرفه‌دار برای دعای مادر مریض احوال تا معرفی کتابی که رهبر انقلاب قبلاً آن را خوانده بودند. گوشه‌های دیگری از بازدید صبح امروز حضرت آیت‌الله خامنه‌ای از نمایشگاه کتاب تهران.
#۱۴۰۳/۲/۲۴ #بهار_کتاب





۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

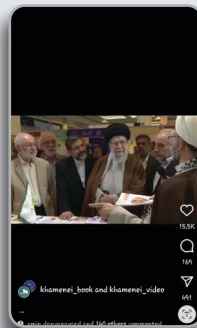
تلویزیون منوتو
@manotoofficial

رسانه‌های نزدیک به حکومت در ایران با انتشار عکسی از بازدید علی خامنه‌ای، رهبر جمهوری اسلامی از نمایشگاه کتاب تهران، کتابی با عنوان «تل آویو سقوط کرد» که در دستان خامنه‌ای است را مورد توجه قرار داده‌اند.

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

کتاب و کتاب‌خوانی
@khamenei_book

تذکر صبح امروز رهبر انقلاب به مسئولان حوزه کتاب در جریان بازدید از نمایشگاه: عرضه کتاب ما کم است و باید افزایش یابد. ۱۴۰۳/۲/۱۴۰۳ #بهار_کتاب



۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

علیرضا طائی / روابط و روانشناسی
@alireza-taiee

کتاب ۵ زبان عشق و ۵ زبان عذرخواهی از گری چپمن که مکمل هم هستند و در زمینه‌ی سواد رابطه عاطفی فوق‌العاده هستند رو به ترجمه‌ی خودم و خانم سامره عباسی می‌تونین از نشر مون با «تخفیف ویژه نمایشگاه» و ارسال رایگان تهیه کنین.

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

ترجمان علوم انسانی
@tarjomaan

رابرت والدینگر و مارک شولتس، یافته‌های پروژه پژوهشی دانشگاه هاروارد را در کتاب «زندگی خوب» برای خوانندگان غیرمتخصص گردآوری و ارائه کرده‌اند. انتشارات ترجمان این کتاب را با ترجمه علیرضا شفیع‌نسیب منتشر کرده است. کتاب «زندگی خوب» را در غرفه ترجمان در نمایشگاه کتاب تهران ببینید و بخرید.



۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

پیج مصاف و علی اکبر رائفی پور
@masaf



#کلیپ توضیحات استاد #رائفی-پور درباره دروغ‌ها و شایعات پخش شده در خصوص مسائل مالی مصاف ۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳ - نمایشگاه کتاب #شفافیت #موسسه-مصاف #رائفی-پور

۲۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

BBC NEWS فارسی
@bbcpersian

مسعود آذر بی بی سی: علی خامنه‌ای براساس یک سنت چندین ساله، در ۲۴ اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ از نمایشگاه کتاب تهران بازدید کرد. در جریان این بازدید، ویدیویی از اظهارات رهبر جمهوری اسلامی ایران درباره کتاب «نان و شراب» منتشر شد که واکنش‌های گسترده‌ای در شبکه‌های اجتماعی به همراه داشته است.

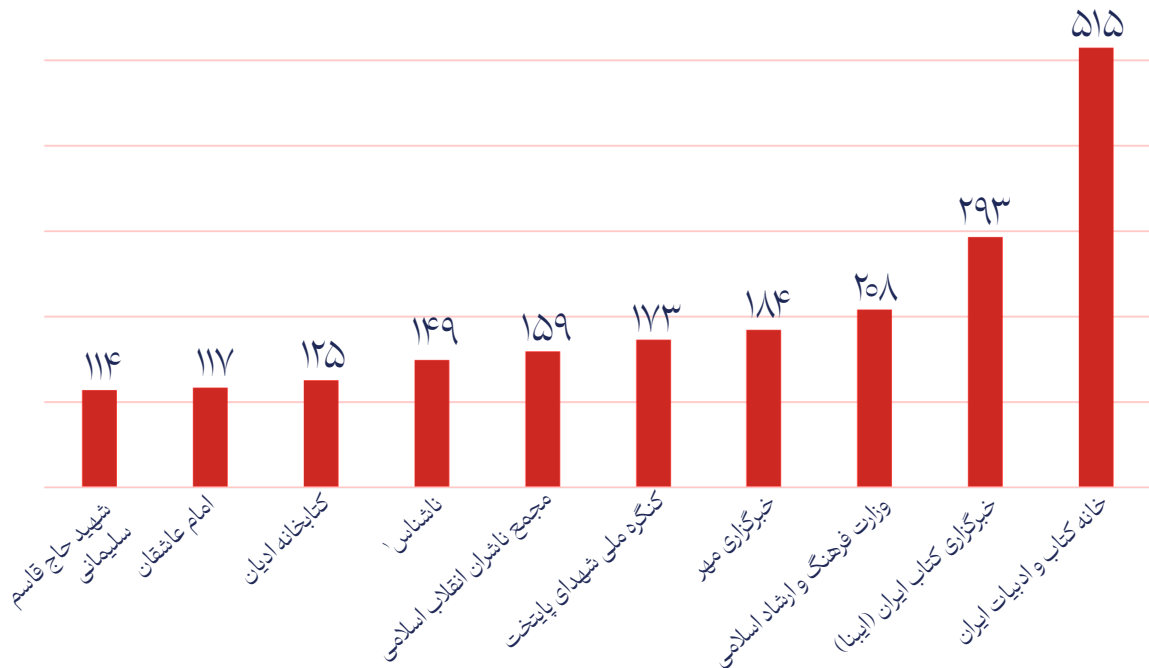


سچ و سچ کا یہ ہے
نجم سائنس کا یہ ہے
اللہ کا یہ ہے
سچ و سچ کا یہ ہے

ایٹا

کانال‌های ایتا از لحاظ تعداد مطالب منتشرشده

همان‌طور که پیش از این نیز بیان شد ایتا بزرگ‌ترین بستری است که با موضوع نمایشگاه کتاب در آن تولید محتوا صورت گرفته است. نمودار زیر، کانال‌هایی از این پیام‌رسان را به نمایش گذاشته که بیشترین مطلب با موضوع نمایشگاه کتاب را منتشر کرده‌اند.



۱ حساب‌هایی که در بازه زمانی نمایشگاه فعال بوده‌اند و پس از آن به هر دلیلی حذف شده‌اند.

کانال‌های ایتا بر مبنای «ضریب نفوذ»

جدول زیر، تصویرگر رتبه‌بندی ده کانال پرنفوذ ایتا در موضوع نمایشگاه کتاب در بازه مورد نظر این گزارش است.

ضریب نفوذ	مطالب	تعداد اعضا	آیدی کانال	کانال
۴۰۰۹۳۸۸	۱۰۳	۴۶۳۹۷۵	khamenei_ir	KHAMENEI.IR
۳۵۲۹۶۸۰	۳۵	۹۲۸۵۱۰	hosein_darabi	حسین دارابی
۹۵۶۰۰۰۶	۷۳	۵۹۷۸	khameneibook	انتشارات انقلاب اسلامی
۷۸۸۷۲۲	۳۵	۷۲۰۱۴۶	bidariymelat	بیداری ملت
۷۱۸۶۷۴	۵۵	۱۱۱۳۸۹	jaarchi_tehran	جارچی تهران
۷۱۵۱۹۱	۱۷	۱۷۹۲۴۱	hamidkasiri_ir	حمید کثیری
۷۱۳۴۱۵	۶۵	۲۵۰۲۲۷	farsna	خبرگزاری فارس
۷۰۷۹۵۰	۱۶	۱۷۴۹۱	SeyedSerajodin	سید سراج الدین جزایری
۷۰۶۳۵۹	۲	۹۶۹۱	ghaasedak1	قاصدک
۶۰۰۸۵۶	۱۳	۵۱۳۲۷۷	seyyed_kazem_roohbakhsh	سید کاظم روح بخش

۱. ضریب نفوذ در ایتا بر مبنای تعداد بازدید محاسبه می‌شود.

برخی از مهم‌ترین مطالب منتشرشده در کانال‌های ایتا

۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

سید سراج‌الدین جزایری
@SeyedSerajodin

#به_اتفاق_رسانه_رویدادی_که_به_همت_مجموعه_فرهنگی_رسانه_ای_اتفاق_در_نمایشگاه_بین_المللی_کتاب_تهران_برقرار_است_و_قرار_است_در_این_رویداد_اهالی_فرهنگ_و_رسانه_دور_هم_جمع_بشوند_و_با_مخاطبینشون_دیدار_و_با_هم_گفت_وگو_کنند._برنامه_ای_که_در_طول_مدت_برگزاری_نمایشگاه_همه_روزه_از_تلویزیون_اینترنتی_کتاب_به_صورت_مستقیم_...

۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۳

سید سراج‌الدین جزایری
@SeyedSerajodin

#به_اتفاق_رسانه_استقبالی_فراتر_از_انتظار_روایت_روز_اول..._روز_اول_نمایشگاه_کتاب_امسال_خیلی_خوب_و_پربار_گذشت._مهمان_های_خوب_بایه_گفت_وگو_جذاب_و_شنیدنی._منتظر_محتوای_جذاب_و_شنیدنی_و_البته_خواندنی_از_نمایشگاه_امسال_باشید..._#بخوانیم_و_#بسازیم_کانال_#سید_سراج_الدین_جزایری [HTTPS://EITAA.COM/JOINCHAT/257](https://eitaa.com/joinchat/257)

۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

سید کاظم روح بخش
@seyyed_kazem_roohbakhsh

در_حاشیه_نمایشگاه_کتاب،_ازم_پرسید_چه_خاطره‌ای_از_نمایشگاه_کتاب_سال‌های_قبل_داری._گفتم:_دو_سال_پیش_میلیاردها_دلار_خرج_کردن_برای_شکاف_اجتماعی_قشر_مذهبی_و_غیرمذهبی_به_بهبود_حجاب_و..._که_نمایشگاه_کتاب_در_نوع_خودش_تونس_این_دو_قشر_رو_به_هم_نزدیک_تر_کنه_و_بیاره_زیر_یک_چتر..._این_قدرت_کتاب_ادامه_داستان_در_کل_...

۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۳

سید کاظم روح بخش
@seyyed_kazem_roohbakhsh

کسی بهت نگفته چرا تو لباس روحانیت داری طنز می‌سازی (در حاشیه نمایشگاه کتاب) شاید سؤال شما هم باشه کلیپ بالا رو ببین... بسیاری از افراد گفتن ما اصلاً مذهبی نیستیم ولی با دیدن این کلیپ‌های طنز اومدم فالو کردم و بعدش کلیپ‌های دیگه و لایوها رو دیدم این لطف خداست فقط هالا
#سیدکاظم_روحبخش

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال حسین دارابی
@hosein_darabi

صادق زیباکلام داشته می‌رفته نمایشگاه، کتاب جدیدش به نام «چرا شما رو نمی‌گیرن» رو رونمایی کنه گرفتنش بردنش زندان. به عبارتی خودش رونمایی شد.

#حسین_دارابی @HOSEIN_DARABI

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال حسین دارابی
@hosein_darabi

این یک وظیفه برای فعالان مجازی است که کتاب خوانی را ترویج کنند و کتاب‌های خوب رو معرفی کنن و... سخنان امروز آقادر نمایشگاه کتاب #حسین_دارابی عضو شوید [HTTP://EITAA.COM/JOINCHAT/445940864CF192DF24F0](http://EITAA.COM/JOINCHAT/445940864CF192DF24F0)

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال حسین دارابی
@hosein_darabi

پس شما هم تسبیح مرا بگیرید. پنجره متفاوت از هدیه رهبر انقلاب به یک خانم نویسنده. رهبر انقلاب در جریان بازدید از نمایشگاه کتاب تهران، تسبیح خود را به خانم معصومه سپهری نویسنده دفاع مقدس هدیه دادند. خانم سپهری نویسنده کتاب‌های «نورالدین پسر ایران» و «لشکر خوبان» است که رهبر معظم انقلاب در سال...
#سیدکاظم_روحبخش

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال حسین دارابی
@hosein_darabi

نمایشگاه کتاب مگه فقط جای آدم بزرگاس؟ دوستان حتماً به این غرفه هم سر بزنید بابرکته.

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

جارچی تهران
@jaarchi_tehran

من با همین پوشش هم می‌تونم با خدا ارتباط برقرار کنم! گفت‌وگوی جنجالی مردم درباره حجاب در نمایشگاه کتاب <https://etaa.com/JOINCHAT/976224256CA9FC359963> اخبار ریژ درشت تهران

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال حسین دارابی
@hosein_darabi

بالاخره بچه هارو هم باید برد نمایشگاه کتاب. اینم شهربازی اختصاصی شهرداری تهران ویژه خانواده دارابی. لباس مشکی برای مجلس ختم بعد نمایشگاه.

۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال حسین دارابی
@hosein_darabi

امروز شلوغ ترین روز نمایشگاه کتاب ...

۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

KHAMENEI.IR
@khamenei_ir

#بهار_کتاب | حتی کتاب‌های جدید ما را هم دیده بودند. روایت مدیر انتشارات روایت فتح از حضور رهبر انقلاب در غرفه این انتشارات در جریان بازدید از سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران. متن کامل روایت: KHL.IRK/F/56555

۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

KHAMENEI.IR
@khamenei_ir

روایت رسانه KHAMENEI.IR از بازدید سه‌ساعته‌ی حضرت آیت‌الله خامنه‌ای از سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران (بخش هشتم). خرمشهرها در پیش است. آقا هم ریز می‌شوند توی تعدادی از تصاویر که در قالب نمایشگاه روایت قرن توی فضای محدود غرفه دانشگاه امام حسین علیه السلام برپا شده و نشان‌دهنده مسیر ...



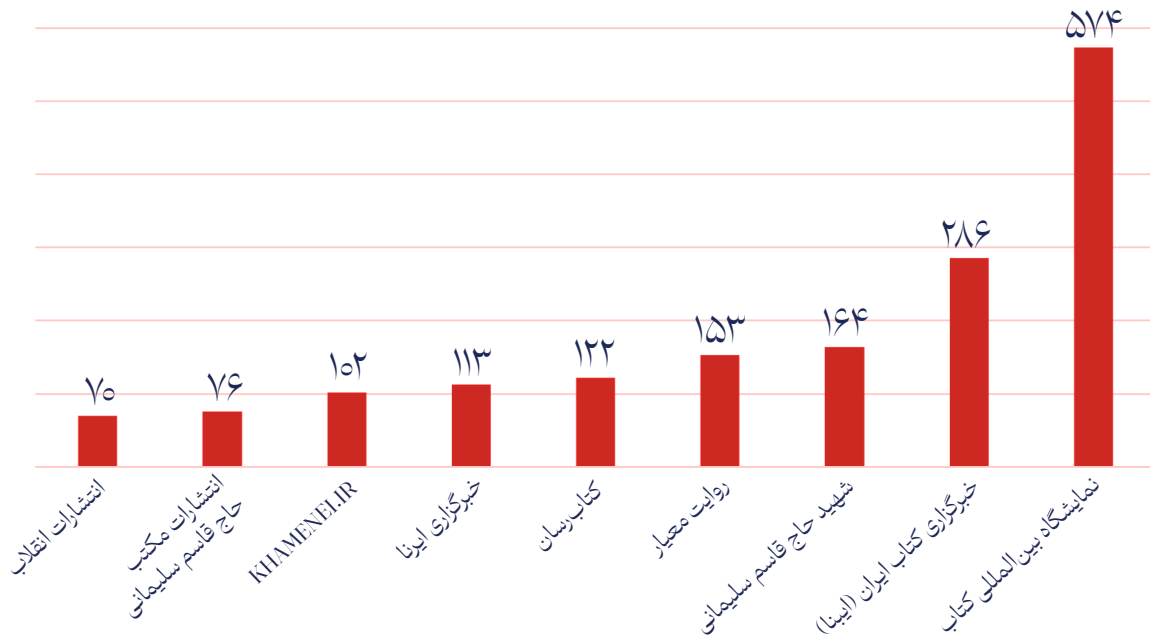
۱۱۱

سے چھوٹے نئے شکارچاہتے
ہیں۔ لیکن کتنا بڑا شکار
ہو سکتا ہے؟

روبیکا

کانال‌های روبیکا از لحاظ تعداد مطالب منتشرشده

در مقایسه با ای‌تا، روبیکا از لحاظ تنوع و تعدد مطالب منتشرشده با موضوع این پژوهش در بازه مورد نظر، از جایگاه پایین‌تری برخوردار است. در زیر نمودار کانال‌های روبیکا با بیشترین مطلب مرتبط قابل مشاهده است.



کانال‌های روبیکا بر مبنای «ضریب نفوذ»^۱

در جدول ذیل بر مبنای ضریب نفوذ، ۱۰ کانال برتر فعال در پیام‌رسان روبیکا که در بازه برگزاری نمایشگاه به تولید محتوای مرتبط پرداخته‌اند، آورده شده است.

عنوان	نام کاربری	عضو/فالوور	مطالب	ضریب نفوذ
خبرفوری	Akhbarefori	۲۰۱۸۱۰۴	۲۷	۵۴۹۱۱۲۰
KHAMENEI.IR	khamenei_ir	۸۲۴۱۱۴	۱۵۲	۳۹۰۲۷۴۲
خبرگزاری فارس	farsna	۸۱۶۰۲۰	۳۴	۳۶۰۷۳۸۹
آخرین خبر	akharinkhabar	۱۰۹۵۰۷۱	۲۷	۲۸۶۰۸۷۰
خبرگزاری تسنیم	tasnimnews	۷۱۵۰۳۸	۴۸	۲۳۷۶۰۸۵
شهید حاج قاسم سلیمانی	Soleimany_ir	۱۰۱۸۸۰	۱۶۴	۱۸۱۳۹۰۱
نورنیوز	Nournews_ir	۳۷۵۰۷۵	۲۵	۱۷۲۶۶۳۴
ایسنا	isna24	۶۵۶۹۹۵	۲۹	۱۳۳۳۳۶۲
باشگاه خبرنگاران جوان	YJCNEWSCHANNEL	۹۷۲۲۳۰	۱۴	۱۱۹۲۵۱۰

۱. ضریب نفوذ در روبیکا نیز همچون دیگر پیام‌رسان‌ها از تعداد بازدید محاسبه می‌شود.

برخی از مهم‌ترین مطالب منتشرشده در کانال‌های روبیکا

۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرفوری
@Akhbarefori

مدیرعامل شرکت واحد اتوبوس‌رانی تهران در آستانه افتتاح نمایشگاه کتاب تهران ...

۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرفوری
@Akhbarefori

نصب بنرهایی با محتوای سخنان نویسندگان بزرگ دنیا در نمایشگاه کتاب که در آن به حفظ حجاب توصیه شده است در شبکه‌های اجتماعی حواشی زیادی ایجاد کرده است!

۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرفوری
@Akhbarefori

صبحت‌های جنجالی یک شهروند اماراتی در نمایشگاه کتاب تهران @AKHBAREFORI

۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرفوری
@Akhbarefori

وقتی می گفت «آن دختر کم حجاب دختر من است، این روزها رو میدید.» غرفه حاج قاسم تو نمایشگاه کتاب شده محل سلفی گرفتن همه دخترای ایران. از دل این ملت بیرون خواهی رفت سرباز قاسم سلیمانی.

@AKHBAREFORI

۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرفوری
@Akhbarefori

ادعاهای مطرح شده در مورد بازداشت زیباکلام در مسیر نمایشگاه کتاب کذب است حکم قطعی دادگاه صادق زیباکلام پس از احضار او به مرجع قضایی، در دادسرای تهران اجرای شد زیباکلام، دارای پرونده های قضایی متعددی بوده که احکام صادره برای سه پرونده وی قطعی و لازم الاجرا شده است صادق زیباکلام در پی دریافت احضا...

۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

بسیج اصناف و کارگری خلخال
@samengkhal

صادق زیباکلام در مسیر نمایشگاه کتاب دستگیر شد رسانه فراروز نوشت: صادق زیباکلام که صبح امروز در مسیر نمایشگاه کتاب برای رونمایی از جدیدترین کتاب خود به نام «چرا شما را نمی گیرن؟» بود، دستگیر شد. به نوشته این رسانه، زیباکلام در سال های اخیر اقدام به طرح مطالب خلاف واقع در رسانه ها کرده و مطالب بدو...

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

کانال خبری لوار روبار
@shahidkhanegirjavad1400

کتاب «تل او یو سقوط کرد» در دستان رهبر انقلاب یکی از عکس های منتشر شده از بازدید امروز رهبر انقلاب از نمایشگاه کتاب تهران، تصویر رمانی است به نام «تل او یو سقوط کرد» که رهبر انقلاب در حال مشاهده آن هستند. نسخه عربی این کتاب در بازدید سال گذشته ایشان توسط استاد آذرشب از اساتید ادبیات عرب به رهبر ان...

۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

خبرفوری
@Akhbarefori

تقدیر کاربر تویتر از یک ایده مبتکرانه در نمایشگاه کتاب.

۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

KHAMENEI.IR
@khamenei_ir

#بهار_کتاب احتی های جدید ما را هم دیده بودند روایت مدیر انتشارات روایت فتح از حضور رهبر انقلاب در غرفه این انتشارات در جریان بازدید از سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران متن کامل روایت:

۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۳

KHAMENEI.IR
@khamenei_ir

روایت رسانه KHAMENEI.IR از بازدید سه ساعته حضرت آیت الله خامنه‌ای از سی‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران (بخش هشتم) خرمشهرها در پیش است آقا هم ریز می‌شوند توی تعدادی از تصاویر که در قالب نمایشگاه روایت قرن توی فضای محدود غرفه دانشگاه امام حسین (ع) برپا شده و نشان‌دهنده مسیر پ...

۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۳

حکومت دخترونه ...
@ashgh_bipayan

روایت رسانه KHAMENEI.IR از بازدید سه ساعته حضرت آیت الله خامنه‌ای از سی‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران (بخش هشتم) خرمشهرها در پیش است آقا هم ریز می‌شوند توی تعدادی از تصاویر که در قالب نمایشگاه روایت قرن توی فضای محدود غرفه دانشگاه امام حسین (ع) برپا شده و نشان‌دهنده مسیر پ...

جمع بندی



دسته بندی موضوعی

همان طور که دیده شد اگر قرار باشد محتوای تولیدی توسط تأثیرگذاران و اینفلوئنسرها پیرامون نمایشگاه کتاب را دسته بندی کنیم، با چند گونه روبه رو خواهیم بود که ما از بین همه آن‌ها، دسته بندی موضوعی زیر را اختیار کرده ایم:

• خبر

بخش بزرگی از آن‌ها، سایت‌های خبری و خبرگزاری‌ها هستند که طبعاً اصلی‌ترین محور تولید محتوای این دسته اخبار و اطلاع‌رسانی بوده است. خود این دسته، بر مبنای سبک، لحن، مخاطب، احساسات و کیفیت محتوای خود قابل دسته بندی هستند.

• تبلیغی

بخش زیادی از فرایندها نیز به تبلیغ و شناساندن رویدادهایی که در حین نمایشگاه برگزار شده و یا تبلیغ یک انتشارات، کتاب و یا نویسنده همت گماشته‌اند. تولیدکنندگان این محتوا به هر شکل به دنبال بازاریابی یا فعالیت‌های ذیل آن بوده‌اند.

• روزمره‌نویسی

بخش قابل ملاحظه‌ای از محتوای تولیدی در این بازه که بیشتر حاصل فعالیت کاربران حقیقی در شبکه‌های مجازی بوده، به نگارش یا تولید و ارسال محتوا با محوریت روزمره‌نویسی اختصاص یافته است. هرچند در اینجا ممکن است شاهد هر یک از دسته‌های مختلف دیگر هم باشیم، اما به‌طور خاص این دسته را می‌توان ذیل عنوان خاطره‌نویسی یا روزمره‌نویسی قرار داد.

• تقدیر و یا انتقاد

بخشی از محتوا که توسط افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها یا حتی خبرگزاری‌ها توسعه پیدا کرده‌اند، محوریتی انتقادی یا تقدیری از روال برگزاری این رویداد دارند که در واقع یا به دنبال نشان دادن نقاط قوت و تحسین برگزارکنندگان یا مشارکت‌کنندگان بوده‌اند یا در راستای انتقاد از نقاط ضعف و تلاش برای نشان دادن کاستی‌ها به تولید محتوا پرداخته‌اند.

• سیاسی، اجتماعی، فرهنگی

جمعی از محتوای تولیدی پیرامون نمایشگاه به شکلی کاملاً مستقیم، مسائل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی را هدف گرفته است. تولیدکنندگان محتوا در این دسته به بهانه برگزاری چنین رویدادی، به انگیزه‌های خود همت گماشته‌اند و فارغ از قالب محتوای خود به دنبال اهداف دیگری بوده‌اند. رویداد نمایشگاه برای این دسته صرفاً ابزاری برای بیان نوع نگاه یا ابعاد نگرش‌شان به حساب می‌آید و نه چیزی بیشتر.

ظرفیت‌ها

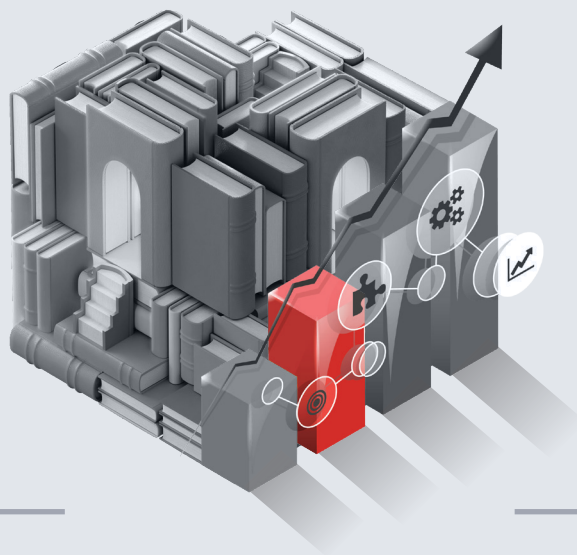
• تأثیر و تأثر

به‌طور کلی، جریان نمایشگاه کتاب و رسانه را می‌توان در قالب یک ارتباط دوگانه دسته‌بندی کرد؛ از یک سو تأثیر نمایشگاه بر فضای مجازی و فعالیت‌های کاربران و از سوی دیگر تأثیر فضای مجازی بر نمایشگاه. این تأثیر و تأثر زمانی به‌طور دقیق و روشن قابل واکاوی است که بتوان داده‌های دیگر گزارش‌های پژوهشی را نیز با این مجموعه مورد مذاقه قرار داد. طبعاً انجام این فرایند به‌طور کامل در پژوهش حاضر میسر نبوده اما سعی شده است تا حد امکان و وسع محدود این پژوهش به جوانب مختلف آن نگریسته شود.



• موج‌آفرینی فرهنگی

به نظر می‌رسد یکی از محوری‌ترین فعالیت‌های کاربران در فضای مجازی با موضوع کتاب و نمایشگاه کتاب، حول اخبار این رویداد شکل گرفته است. طبعاً نگرش خبری به چنین رویداد فراگیر و بزرگی غیرقابل اجتناب است؛ اما احتمالاً فعالیت‌های دیگری که می‌توانست در کنار این همایش بزرگ فرهنگی، موجبات خلق ارزش‌های افزوده برای ناشرین، فروشندگان و دیگر ذی‌نفعان صنعت کتاب باشد، به شکلی غیرارادی به حاشیه رانده شده است. از سوی دیگر وقتی با جریان وسیعی از داده و اطلاعات که با محوریت کتاب در حال خلق و نشر هستند روبه‌رو هستیم، در واقع ظرفیتی عظیم و سوختی حیاتی برای ایجاد موج‌های فرهنگ‌سازی و تأثیرات پایدار در اختیار ما قرار گرفته است که بی‌توجهی به آن موجب هدر رفت این سرمایه ارزشمند خواهد شد.



آزمایشگاه کتاب



خانه کتاب و اسناد ایران



نمایشگاه ملی کتاب تهران



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
معاونت امور فرهنگی

نمایشگاه ۳۵ام در آینه رسانه‌ها

بازنمایی سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی
کتاب تهران در رسانه‌های مجازی

طراحی و اجراء در  سانووم