

वाचकांच्या पुस्तक निवडीवर बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकचा प्रभाव: एक अभ्यास

सौ रोहिणी घायाळकर*, श्री मंदार लेले, श्री जगदीश पाठक, श्री प्रशांत दळवी

St Wilfred College of Arts Commerce and Science Shedung, Panvel.

Email - rohini.swacs@gmail.com

गोषवारा (Abstract): आजकाल सोशल मीडियाने आपल्या आयुष्यात इतकं स्थान मिळवलय की त्याचा परिणाम आपल्या वाचनावरही होतोय. विशेषतः इन्स्टाग्राम आणि टिकटॉकवर तयार झालेले बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉक हे समुदाय पुस्तकप्रेमींसाठी नव दालन उघडत आहेत. या अभ्यासात नेमके हेच पाहण्याचा प्रयत्न केलाय की या प्लॅटफॉर्मचा वाचकांच्या पुस्तक निवडीवर कितपत परिणाम होतोय.

या अभ्यासासाठी १२० वाचकांशी संवाद साधण्यात आला. त्यांना प्रश्नावलीद्वारे विचारण्यात आले की ते या प्लॅटफॉर्मवर कितपत सक्रिय आहेत, इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींवर त्यांचा किती विश्वास आहे आणि पारंपरिक पद्धतीपेक्षा हे नवे माध्यम त्यांना अधिक पटतंय का.

यातून समोर आलेले निष्कर्ष खूपच बोलके आहेत. जवळपास ९० टक्के वाचक या प्लॅटफॉर्मबद्दल जागरूक आहेत. बुकटॉकचा प्रभाव (४५ टक्के) हा बुकस्टाग्रामपेक्षा (४० टक्के) किंचित जास्त जाणवतोय. सर्वात महत्वाचं म्हणजे ८१.६ टक्के वाचकांनी हे मान्य केलं की इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींचा त्यांच्या पुस्तक निवडीवर मध्यम ते उच्च प्रभाव पडतो. पारंपरिक स्रोतांशी तुलना करता, ४८.३ टक्के वाचक इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींना प्राधान्य देतात तर केवळ २६.७ टक्के वाचक ग्रंथपालांच्या शिफारशींना पसंती देतात. हा आकडा विचार करायला लावणारा आहे.

या अभ्यासातून हे स्पष्ट होतं की वाचनाची पद्धत बदलतेय. आता वाचक फक्त ग्रंथालयात जाऊन किंवा वर्तमानपत्रातील समीक्षा वाचून पुस्तक निवडत नाहीत, तर सोशल मीडियावर दिसणाऱ्या आकर्षक पोस्ट, लहान व्हिडिओ आणि त्यातून जाणवणाऱ्या भावनिक जोडीमुळेही पुस्तक निवडतात. अशा वेळी ग्रंथालयांनीही या बदलाचं गांभीर्य ओळखून वाचकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी नवनवीन मार्ग शोधणं गरजेचं आहे.

मुख्य शब्द (key words): बुकस्टाग्राम, बुकटॉक, सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सर, पुस्तक निवड, वाचनाची सवय, ग्रंथालय, डिजिटल संस्कृती, माहिती शोधण्याच्या पद्धती, वाचक मार्गदर्शन, ऑनलाइन पुस्तक समुदाय, तरुण वाचक.

1. प्रस्तावना :

आजच्या डिजिटल युगात सोशल मीडियाने आपल्या दैनंदिन जीवनात महत्वाचे स्थान मिळवले आहे. केवळ मनोरंजनासाठीच नव्हे तर माहिती मिळवण्यासाठी, विचारांची देवाणघेवाण करण्यासाठी आणि विविध विषयांवरील आवड निर्माण करण्यासाठीही सोशल मीडियाचा वापर केला जातो. याच सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मवर पुस्तकप्रेमींनी आपल्या वेगळ्या समुदायांची निर्मिती केली आहे. इन्स्टाग्रामवर 'बुकस्टाग्राम' आणि टिकटॉकवर 'बुकटॉक' असे हे समुदाय ओळखले जाऊ लागले आहेत.

या समुदायांमध्ये सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सर पुस्तकांची ओळख करून देतात, त्यावर आपले मत मांडतात आणि इतर वाचकांना पुस्तके वाचण्यासाठी प्रोत्साहित करतात. पारंपरिक पद्धतीत वाचक ग्रंथपालांच्या सल्ल्याने, वर्तमानपत्रातील समीक्षा वाचून किंवा

मित्रपरिवारातून पुस्तकांबद्दल माहिती मिळवत होते. पण आता या सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मनी पुस्तक शोधण्याची, निवडण्याची पद्धत बदलून टाकली आहे.

बुकस्टाग्रामवर पुस्तकांचे आकर्षक फोटो, सुंदर मांडणी आणि वैयक्तिक अनुभव याद्वारे पुस्तकांची ओळख करून दिली जाते. तर बुकटॉकवर लहान व्हिडिओमधून पुस्तकांवर भावनिक भाष्य केले जाते, ज्यामुळे ही पुस्तके झपाट्याने लोकप्रिय होतात. अशा पद्धतीने हे डिजिटल समुदाय वाचकांच्या पुस्तक निवडीवर परिणाम करत आहेत की नाही, हे समजून घेणे आवश्यक आहे.

या अभ्यासाचा उद्देश बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकचा वाचकांच्या पुस्तक निवडीवर होणाऱ्या परिणामाचा आढावा घेणे हा आहे. विशेषतः ग्रंथालये वापरणाऱ्या वाचकांमध्ये हा प्रभाव कितपत आहे, याचे विश्लेषण करणे या अभ्यासाचे मुख्य लक्ष्य आहे.

2. अभ्यासाची उद्दिष्टे : हा अभ्यास खालील उद्दिष्टे डोव्यासमोर ठेवून करण्यात आला आहे:

मुख्य उद्दिष्ट: वाचकांच्या पुस्तक निवडीवर बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकचा कितपत प्रभाव पडतो याचा शोध घेणे.

विशिष्ट उद्दिष्टे:

1. वाचकांमध्ये बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकबद्दल जागरूकता किती आहे हे समजून घेणे.
2. इन्स्टाग्राम आणि टिकटॉकवर पुस्तकांशी संबंधित माहिती किती वेळा पाहिली जाते याचा अभ्यास करणे.
3. सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींचा वाचकांच्या पुस्तक निवडीवर कसा परिणाम होतो हे तपासणे.
4. बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉक इन्फ्लुएन्सरवर वाचक कितपत विश्वास ठेवतात याचे मूल्यांकन करणे.
5. इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींची तुलना ग्रंथपाल, ग्रंथालयीन यादी आणि पुस्तक समीक्षा यांसारख्या पारंपरिक स्रोतांशी करणे.
6. बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकमुळे वाचनाची आवड वाढते का हे पाहणे.
7. वय, लिंग, शिक्षण यांसारख्या घटकांचा इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशी स्वीकारण्यावर काय परिणाम होतो हे समजून घेणे.
8. इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींमुळे ग्रंथालयात जाऊन पुस्तके मागवली जातात का हे तपासणे.
9. इन्फ्लुएन्सरनी निर्माण केलेल्या माहितीची विश्वासाहता याबद्दल वाचकांचे मत जाणून घेणे.
10. सोशल मीडियावरील ट्रेंडचा वापर करून ग्रंथालयांनी वाचन संवर्धनासाठी कोणती धोरणे आखावीत याबद्दल सूचना देणे.

3. अभ्यासाची पद्धत

संशोधन आराखडा:

हा, अभ्यास वर्णनात्मक सर्वेक्षण पद्धतीवर आधारित आहे. या पद्धतीत प्रत्यक्ष माहिती गोळा करून सद्य परिस्थितीचे विश्लेषण केले जाते.

अभ्यासासाठी निवडलेली लोकसंख्या:

या अभ्यासात अशा वाचकांचा समावेश करण्यात आला आहे जे पुस्तकांशी संबंधित माहितीसाठी इन्स्टाग्राम आणि टिकटॉकचा वापर करतात. प्रामुख्याने विद्यार्थी आणि नियमित ग्रंथालय वापरकर्ते यांचा यात समावेश आहे.

नमुना आकार आणि पद्धत:

एकूण १२० प्रतिसादकर्त्यांकडून माहिती गोळा करण्यात आली. सोयीनुसार नमुना पद्धतीचा वापर करण्यात आला. प्रतिसादकर्ते शैक्षणिक ग्रंथालये आणि ऑनलाइन वाचन समुदायांमधून निवडण्यात आले.

संशोधन साधन:

माहिती संकलनासाठी सुसंरचित प्रश्नावली तयार करण्यात आली. या प्रश्नावलीत बंद स्वरूपाचे प्रश्न आणि लाइव्ह स्केलवर आधारित प्रश्नांचा समावेश होता. प्रश्नावली चार भागांमध्ये विभागली होती:

- भाग १: वैयक्तिक माहिती
- भाग २: बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकचा वापर
- भाग ३: पुस्तक निवडीवर सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सरचा प्रभाव
- भाग ४: पारंपरिक स्रोतांशी तुलना

माहिती संकलन प्रक्रिया:

प्रश्नावली ऑनलाइन आणि ऑफलाइन अशा दोन्ही पद्धतींनी वितरित करण्यात आली. ऑनलाइन पद्धतीसाठी गुगल फॉर्मचा वापर करण्यात आला. ऑफलाइन पद्धतीसाठी ग्रंथालयांमध्ये भेट देऊन छापील प्रश्नावली वाटप करण्यात आली. प्रतिसादकर्त्यांना अभ्यासाचा उद्देश समजावून सांगण्यात आला. सर्व माहिती गोपनीय ठेवण्यात येईल, याची आश्वासने देण्यात आली.

माहिती विश्लेषण पद्धती:

गोळा केलेल्या माहितीचे विश्लेषण टक्केवारी आणि वारंवारता वितरण यांच्या आधारे करण्यात आले. निष्कर्ष स्पष्टपणे मांडण्यासाठी सारण्या आणि आकृत्यांचा वापर करण्यात आला. गृहीतक चाचणीसाठी ची-स्केअर चाचणीचा वापर करण्यात आला.

नैतिक बाबी:

या अभ्यासात सहभाग ऐच्छिक होता. प्रतिसादकर्त्यांची नावे किंवा इतर वैयक्तिक माहिती गोळा करण्यात आली नाही. सर्व उत्तरे गोपनीय ठेवण्यात आली.

अभ्यासाच्या मर्यादा:

हा अभ्यास केवळ १२० प्रतिसादकर्त्यांपुरता मर्यादित आहे. केवळ बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉक या दोन प्लॅटफॉर्मवर लक्ष केंद्रित करण्यात आले आहे. प्रतिसादकर्त्यांची उत्तरे ही त्यांच्या वैयक्तिक अनुभवावर आधारित आहेत.

माहिती विश्लेषण आणि निष्कर्ष

या भागात गोळा केलेल्या माहितीचे विश्लेषण सादर करण्यात आले आहे.

सारणी १: प्रतिसादकर्त्यांचे लिंगनिहाय वितरण

लिंग संख्या टक्केवारी

पुरुष	५२ ४३.३%
स्त्री	६४ ५३.३%

इतर	४३.४%
एकूण	१००%

सारणीवरून असे दिसून येते की ५३.३% प्रतिसादकर्त्या स्त्रिया आहेत तर ४३.३% पुरुष आहेत. यावरून असे म्हणता येईल की बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकमध्ये महिला वाचकांचा सहभाग थोडा अधिक आहे.

सारणी २: बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकची जागरूकता

जागरूकता संख्या टक्केवारी

होय	१०८	९०%
नाही	१२	१०%
एकूण	१२०	१००%

या सारणीवरून स्पष्ट होते की बहुतांश वाचक (९०%) बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकबद्दल जागरूक आहेत. हे या प्लॅटफॉर्मची वाढती लोकप्रियता दर्शवते.

सारणी ३: पुस्तक इन्फ्लुएन्सरना फॉलो करण्याची वारंवारता

वारंवारता संख्या टक्केवारी

दररोज	३८	३१.७%
आठवड्यातून	४४	३६.६%
अधूनमधून	२६	२१.७%
कधीच नाही	१२	१०%
एकूण	१२०	१००%

सारणीनुसार ३१.७% वाचक दररोज तर ३६.६% वाचक आठवड्यातून एकदा तरी पुस्तक इन्फ्लुएन्सरना फॉलो करतात. यावरून वाचक नियमितपणे या प्लॅटफॉर्मवर सक्रिय असल्याचे दिसून येते.

सारणी ४: पुस्तक निवडीवर प्रभाव टाकणारे प्लॅटफॉर्म

प्लॅटफॉर्म संख्या टक्केवारी

बुकस्टाग्राम	४८	४०%
बुकटॉक	५४	४५%
दोन्ही	१२	१०%
इतर	६	५%
एकूण	१२०	१००%

दोन्ही १२ १०% बुकटॉकचा प्रभाव (४५%) बुकस्टाग्रामपेक्षा (४०%) किंचित जास्त असल्याचे दिसून येते. यावरून टिकटॉकवरील लहान व्हिडिओंचा वाचकांवर अधिक परिणाम होत असावा.

सारणी ५: पुस्तक निवडीवर इन्फ्लुएन्सरचा प्रभाव

प्रभावाची पातळी संख्या टक्केवारी

उच्च	४६	३८.३%
------	----	-------

मध्यम	५२	४३.३%
कमी	१४	११.७%
प्रभाव नाही	८	६.७%
एकूण	१२०	१००%

एकूण ८१.६% वाचकांनी इन्फ्लुएन्सरचा मध्यम ते उच्च प्रभाव असल्याचे मान्य केले आहे. यावरून सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सरचा पुस्तक निवडीवर लक्षणीय परिणाम होत असल्याचे स्पष्ट होते.

सारणी ६: इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींवरील विश्वास

विश्वासाची पातळी संख्या टक्केवारी

उच्च	४२	३५%
मध्यम	५६	४६.७%
कमी	१४	११.७%
विश्वास नाही	८	६.६%
एकूण	१२०	१००%

बहुतांश वाचक (८१.७%) इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींवर मध्यम ते उच्च विश्वास ठेवतात. यावरून इन्फ्लुएन्सरच्या मतांना वाचक महत्त्व देत असल्याचे दिसून येते.

सारणी ७: पारंपरिक स्रोतांशी तुलना

प्राधान्याचा स्रोत संख्या टक्केवारी

इन्फ्लुएन्सर	५८	४८.३%
ग्रंथपाल	३२	२६.७%
पुस्तक समीक्षा	२२	१८.३%
इतर	८	६.७%
एकूण	१२०	१००%

ही सारणी महत्त्वाचा बदल दर्शवते. जवळपास निम्म्या वाचकांनी (४८.३%) इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींना प्राधान्य दिले आहे, तर ग्रंथपालांच्या शिफारशी केवळ २६.७% वाचकांनी पसंत केल्या आहेत.

गृहीतक चाचणी:

या अभ्यासात खालील गृहीतक तपासण्यात आले:

- शून्य गृहीतक (H_0): इन्फ्लुएन्सरच्या सामग्रीच्या संपर्कात येणे आणि पुस्तक निवडीचे वर्तन यामध्ये संबंध नाही.
- पर्यायी गृहीतक (H_1): दोन्हीमध्ये महत्त्वपूर्ण संबंध आहे.

ची-स्केअर चाचणी केली असता, गणना केलेले मूल्य हे सारणीतील मूल्यापेक्षा मोठे आढळून आले. त्यामुळे शून्य गृहीतक नाकारण्यात आले. यावरून हे सिद्ध होते की इन्फ्लुएन्सरच्या सामग्रीच्या संपर्कात येणे आणि पुस्तक निवडीचे वर्तन यामध्ये महत्त्वपूर्ण संबंध आहे.

4. निष्कर्ष आणि चर्चा

या अभ्यासाचे निष्कर्ष स्पष्टपणे दर्शवतात की बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकचा वाचकांच्या पुस्तक निवडीवर महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडत आहे. विशेषतः तरुण वाचक या प्लॅटफॉर्मवर सक्रिय असून त्यांच्या पुस्तक निवडीत सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सरची भूमिका महत्त्वाची ठरत आहे.

मुख्य निष्कर्ष:

- बहुतांश वाचक बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकबद्दल जागरूक आहेत.
- बुकटॉकचा प्रभाव बुकस्टाग्रामपेक्षा किंचित जास्त आहे.
- वाचक इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींवर विश्वास ठेवतात.
- पारंपरिक स्रोतांपेक्षा इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशी अधिक पसंत केल्या जातात.
- महिला वाचकांचा सहभाग या प्लॅटफॉर्मवर थोडा अधिक आहे.

या निष्कर्षांवरून एक गोष्ट स्पष्ट होते की वाचनाची संस्कृती आता बदलत आहे. पुस्तक शोधण्याच्या पद्धती बदलल्या आहेत. दृश्यात्मक आणि भावनिक आकर्षण निर्माण करणारी माध्यमे वाचकांना अधिक भावत आहेत.

बुकटॉकवरील लहान व्हिडिओमध्ये पुस्तकांबद्दलचे भावनिक अनुभव मांडले जातात. यामुळे वाचकांशी एक वेगळी जोड निर्माण होते. बुकस्टाग्रामवर पुस्तकांचे सुंदर फोटो आणि कलात्मक मांडणीमुळे दृश्यात्मक आकर्षण निर्माण होते. या दोन्ही गोष्टी पारंपरिक पुस्तक शोध पद्धतींमध्ये अनुभवायला मिळत नाहीत.

पारंपरिक पद्धतीत ग्रंथपालांच्या शिफारशी, वर्तमानपत्रातील समीक्षा किंवा मित्रपरिवार यांचा समावेश होतो. पण या पद्धतींमध्ये इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशींइतके भावनिक आकर्षण नसावे. याच कारणामुळे वाचक आता इन्फ्लुएन्सरकडे वळत असावेत.

तसेच या प्लॅटफॉर्मवरील अल्गोरिदममुळे एखादे पुस्तक वारंवार समोर येते. विशेषतः बुकटॉकवर एखादे पुस्तक व्हायरल झाले की ते सतत वाचकांच्या नजरेसमोर येत राहते. यामुळे त्या पुस्तकाबद्दल उत्सुकता निर्माण होते आणि वाचक ते पुस्तक निवडण्यास प्रवृत्त होतो.

5. ग्रंथालयांसाठी उपयुक्त सूचना

या अभ्यासाचे निष्कर्ष ग्रंथालयांसाठी काही महत्त्वाचे संदेश देतात:

१. डिजिटल उपस्थिती आवश्यक:

ग्रंथालयांनी आता बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकसारख्या प्लॅटफॉर्मवर सक्रिय उपस्थिती निर्माण करावी. नवीन पुस्तकांची माहिती, वाचनासाठी प्रेरणा देणारे व्हिडिओ अशी सामग्री तयार करावी.

२. इन्फ्लुएन्सरशी सहकार्य:

ग्रंथालयांनी स्थानिक पुस्तक इन्फ्लुएन्सरशी संपर्क साधावा. त्यांच्यासोबत संयुक्त कार्यक्रम आयोजित करावेत. इन्फ्लुएन्सरना ग्रंथालयातील पुस्तकांची माहिती द्यावी.

३. व्हिज्युअल सामग्रीवर भर:

ग्रंथालयांनी पुस्तकांचे आकर्षक फोटो, लहान व्हिडिओ तयार करावेत. पुस्तकांबद्दल भावनिक आणि वैयक्तिक अनुभव मांडणारी पोस्ट तयार करावीत.

४. वाचक मार्गदर्शन सेवेत बदल:

पारंपरिक वाचक मार्गदर्शन सेवेबरोबरच डिजिटल मार्गदर्शनावरही भर द्यावा. सोशल मीडियावर वाचकांच्या प्रश्नांची उत्तरे द्यावीत.

५. माहिती साक्षरता कार्यक्रम:

इन्फ्लुएन्सरच्या शिफारशी कशा तपासायच्या, खरी आणि खोटी माहिती कशी ओळखायची याबद्दल वाचकांना मार्गदर्शन करावे. माहिती साक्षरता कार्यक्रम आयोजित करावेत.

६. स्थानिक वाचक समुदाय निर्माण:

ग्रंथालयांनी आपले स्वतःचे ऑनलाइन वाचन समुदाय तयार करावेत. जिथे वाचक पुस्तकांबद्दल चर्चा करू शकतील, अनुभव शेअर करू शकतील.

७. हायब्रिड दृष्टिकोन:

पारंपरिक आणि डिजिटल अशा दोन्ही पद्धतींचा समावेश असलेला हायब्रिड दृष्टिकोन स्वीकारावा. ग्रंथालयात प्रत्यक्ष येणाऱ्या वाचकांबरोबरच ऑनलाइन वाचकांनाही सेवा द्यावी

6. शेवट

हा अभ्यास दर्शवतो की बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉक आता केवळ मनोरंजनाचे साधन न राहता वाचन संस्कृतीवर प्रभाव टाकणारे महत्त्वाचे व्यासपीठ बनले आहेत. वाचकांच्या पुस्तक निवडीच्या पद्धती बदलल्या आहेत. आता वाचक दृश्यात्मक, भावनिक आणि समवयस्कांशी जोडलेल्या माहितीकडे आकर्षित होत आहेत.

ग्रंथालयांनी या बदलत्या परिस्थितीशी जुळवून घेतले पाहिजे. डिजिटल युगात वाचकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी नवनवीन मार्ग शोधले पाहिजेत. बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकचा वापर वाचन संवर्धनासाठी प्रभावीपणे केला जाऊ शकतो.

पारंपरिक आणि डिजिटल अशा दोन्ही पद्धतींचा समावेश करून एक समृद्ध वाचन संस्कृती निर्माण करणे शक्य आहे. यासाठी ग्रंथपाल, शिक्षक, प्रकाशक आणि इन्फ्लुएन्सर या सर्वांनी एकत्रित प्रयत्न करणे आवश्यक आहे.

या अभ्यासामुळे बुकस्टाग्राम आणि बुकटॉकच्या प्रभावाबद्दल महत्त्वाची माहिती मिळाली आहे. भविष्यात याच विषयावर अधिक सखोल अभ्यास होणे आवश्यक आहे. विविध वयोगटातील, विविध भौगोलिक भागातील वाचकांचा समावेश करून मोठ्या प्रमाणावर अभ्यास व्हायला हवा.

संदर्भ

१. कुलकर्णी, विशाखा (२०१८). "सोशल मीडियावरची वाचन चळवळ". लोकसत्ता, १६ नोव्हेंबर २०१८.
२. खोत, आशालता नारायण (२०२५). "मराठी साहित्य आणि आधुनिक तंत्रज्ञान". अक्षरसूर्य, ८(०४), ४७-५३.
३. गावडे, वसंत (२०२३). "सोशल मीडियाचा अतिवापर वाचन संस्कृतीस घातक". द करभार, १५ ऑक्टोबर २०२३.
४. (२०१६). "समाज माध्यमांतून वाचन प्रेरणा". लोकसत्ता, २१ एप्रिल २०१६.