



## کلاب‌هاوس، اتاق‌هایی برای بیشتر (بهتر) شنیدن!



**جلال سمیعی**  
روزنامه‌نگار و استراتژیست ارتباطات



۱ تا امروز در اواسط فروردین ۱۴۰۰ بیشتر از چهار هفته است که کاربر پدیده جدید اینترنت، کلاب‌هاوس (بر حسب تلفظ، کلاب‌هوس هم شنیده شده است) هستم؛ اپلیکیشنی برای شنیدن و گفتن، یا به قول یکی از پیشکسوت‌های رادیو؛ رادیویی که سال‌ها پیش با کمک موبایل پا در آورده است و حالا به ما هم اجازه رادیو شدن می‌دهد.

۲ کلاب‌هاوس یک رسانه اجتماعی‌ست که با پیوند دادن ابزارهای ارتباط زنده در شبکه‌های اجتماعی و تولید محتوای صوتی، پلتفرمی شده برای گفت‌وگو، معرفی افراد به یکدیگر و از همه مهم‌تر، شنیده شدن صداهای ناشنیده در کهکشان ارتباطی ما (همگان)؛ برنده‌های بازی زنده کلاب‌هاوس، تأثیرگذارها (اینفلوئنسرها)، سلبریتی‌ها (افراد مشهور، بویژه فعالان رسانه‌های رسمی و دیگر دسته‌ها همچون فعالان سیاسی، چهره‌های فرهنگی و هنری و اقتصادی و...) و از همه مهم‌تر، همه کاربران شبکه‌های اجتماعی خواهند بود؛ کلاب‌هاوس دارد فرایند واقعی‌تر شدن ارتباطات میان فردی را در میان کاربران، با هر میزانی از سواد رسانه‌ای و اثرگذاری‌شان بر شبکه ارتباطات، انجام می‌دهد. بازی‌ای که از استارت‌آپ کلاب‌هاوس شروع شده است و حالا این بلاگ‌نویسی زنده صوتی در توئیتر با توئیتر اسپیس و همزمان تلگرام و واتساپ ادامه خواهد یافت.

۳ همه این سال‌ها بیشتر از آن که در رسانه‌ها کار تولید و باز نشر محتوا را انجام بدهم، مشاهده‌گر هیجان‌زده‌ای هستم در تماشای بازی تسلط

رسانه‌ها بر یکدیگر؛ کلاب‌هاوس مانند هر شبکه اجتماعی آنلاین و آفلاین دیگری، زمین تمرین مدارا، هم‌زمان شدن، گفت‌وگوهایی فارغ از پیش‌فرض‌هایی که با آداب تساهل در تضادند و... خواهد بود و البته اگر در ایران یا دیگر کشورها با فیلترینگ از هر سو روبه‌رو نشود، همواره بر دوش برنده‌های فردی ادامه خواهد داشت؛ دست‌کم در این ماه‌ها برنده‌های رسمی (حتی رسانه‌ها) مانند هر عرصه دیگری با محافظه‌کاری‌ای که برای هر اکوسیستم تجاری، سیاسی یا... ناگزیر است، پای‌شان را در کلاب‌هاوس با پوشیدن کفش افراد منتسب به آن برنده‌ها گذاشته‌اند. شبکه‌های اجتماعی هر چه پیش‌تر می‌رویم، جایزه فردیت هر کاربر را که می‌تواند حداقل قهرمان گوشی موبایل خودش باشد، از یاد نمی‌برد! همین جایزه است که فضای گفت‌وگوی صوتی را می‌تواند به تمرین حرف زدن و آزمودن اعتماد به نفس، شیوه خواندن درست متن‌ها، آزمون گویندگی و... تبدیل کند.

۴ گراف ارتباطات میان افراد و برنده‌های شخصی با برنده‌های رسمی سیاسی، تجاری و... گرافی‌ست که از ازل تا ابد، با پیچیدگی و شتاب همزمان در تحول بازترسیم می‌شود؛ شبکه‌های اجتماعی در روزهای قرنطینه و کرونا به کمک افراد آمدند تا صداهای کمتر شنیده شده را در این هیاهوی پروپاگاندا و کمپین‌های بازاریابی پیام و خدمات و کالا، گاهی در سکوتی کمیاب وسط این همه بلندگو بازتاب دهند. کلاب‌هاوس به شما یاد می‌دهد که اگر حرفی برای گفتن دارید، آن میکروفن کوچک را باز کنید تا همه در اتاقی بدون مرز سیاسی و زمانی، شما را هم بشنوند؛ همچنان که مهم است باز هم به نظریه‌ای قدیمی در علوم ارتباطات اجتماعی ایمان بیاوریم؛ همان که می‌گوید پیام‌ها در سپهر ارتباطی، از بلندگوی تأثیرگذارها و گروه‌های مرجع در میان همگان شنیده خواهند شد.

اکنون بهترین زمان است تا کسب‌وکارهای کوچک خود را به کلاب‌هاوس منتقل کنید

## یک شبکه اجتماعی جذاب برای بازاریابی



**جین مارکز - ستون‌نویس گاردین**  
مترجم - زهرا ظاهری

اگر صاحب کسب‌وکاری خُرد هستید و از کلاب‌هاوس و قابلیت‌هایش نمی‌دانید، باید هرچه سریع‌تر آگاهی خود را در مورد این اپلیکیشن مخصوص گوشی‌های آیفون بالا ببرید (البته شنیده‌ام که نسخه اندروید کلاب‌هاوس در دست ساخت است)؛ این برنامه با گذشت تنها یک‌سال پس از روانه شدن به بازار توانسته میلیون‌ها نفر، همچون مارک زاکربِگ و ایلان ماسک را به خود جذب کند.

تصور کنید که هم‌زمان با ضبط یک پادکست به صورت زنده، می‌توانید افرادی را برای شنیدن صحبت‌هایتان و گفت‌وگو کردن در مورد آن دعوت کنید. این امکان که سایر مخاطبان، تنها به واسطه دعوت اعضا، امکان عضویت و پیوستن به تالار گفت‌وگو را دارند، احتمال بروز مشکلات غیرقابل پیش‌بینی را کاهش داده است.

تاکنون اینفلوئنسرها و کارآفرین‌های زیادی، محتاطانه به این



عکس متعلق به کسب‌وکار کیکِ خونه است که کیک خانگی را آنلاین می‌فروشد

و از ایجاد یک فضای سلسله‌مراتبی در مدیریت گفت‌وگوها جلوگیری کنید.

نیل پتل، متخصص شبکه‌های اجتماعی معتقد است که کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند از کلاب‌هاوس برای توسعه برند شخصی خود، انجام تبلیغات، گرفتن بازخورد از مشتریان، ارائه فراخوان و پیدا کردن سرمایه‌گذار، استفاده کنند و اگر این کار را بدرستی انجام دهند، شاهد بهبود و تقویت کسب‌وکار خود خواهند بود. به‌طور کلی این برنامه که می‌تواند به شما برای پیدا کردن مخاطب و برقراری پیوند مستحکم با آنها کمک کند، ارزش ارزیابی و یک بار امتحان کردن دارد.

شبکه اجتماعی وارد شده‌اند؛ اما کسب‌وکارهای کوچک هنوز آن را جدی نگرفته‌اند که شاید به علت ناشناختگی و نو بودن این بستر باشد.

پیش‌بینی می‌شود که این برنامه بزودی بسیار محبوب و فراگیر شود و صاحبان برندها و شرکت‌های بزرگ و کوچک برای تبلیغات و پیدا کردن شبکه اجتماعی به آن بپیوندند. اما اگر از این شبکه اجتماعی استفاده می‌کنید، سعی کنید تا آن را بدرستی مدیریت کنید؛ مثلاً اینکه حداکثر زمان مناسب برای برگزاری یک جلسه، ۶۰ تا ۹۰ دقیقه است. در گفت‌وگوها بهتر است تا تمامی افراد فرصت و زمان برابر داشته باشند