کتابدار محتوا: شغلی بسیار لذت بخش

مطابق با پژوهش تعاملی اخیر درباره شرکت‌ها، پنجاه‌درصد از محتوایی که در دسترس مدیران است بیش از آن مقداری است که بتوانند آن‌ها را مدیریت کنند.

مارک شافر دو سال پیش، پیش‌بینی کرد که مردم با هجوم محتوا مواجه خواهند شد و این بدان معناست که صاحبان شرکت‌ها و نشانهای تجاری در استراتژی‌های خود دچار چالش می‌شوند.

امروز می‌خواهم کمی راجع به ابزارهای کاربردی که در این شرایط در اختیار نشانهای تجاری وجود دارند، صحبت کنم؛ زیرا فکر می‌کنم ما شغلی جدید و بسیار داغ را در اواخر ۲۰۱۶ با عنوان کتابدار محتوا شاهد خواهیم بود.

شغلی جدید برای مسائل جدید:سازماندهی، برچسب‌گذاری و مدیریت محتوا

موقعیتی را که در حال حاضر سازمان‌ها با آن مواجه هستند تصور کنید. این مسائل آشناست؟

هر هفته بین ۵ تا ۱۰ محتوای اجتماعی/برخط را درجاهای مختلف ایجاد می‌کنید.

تصاویری را که برای محتواهای اجتماعی استفاده می‌کنید در فضاهای اشتراکی مختلفی به درایو کامپیوتر خود از طریق نام‌های کاربری مختلف برای دراپ باکس ذخیره می‌کنید.

تهیه‌کنندگانی دارید که برای نشان تجاری شما ویدیو تولید و ذخیره می‌کنند.

ابزارهای تهیه /نرم‌افزارهایی دارید که از محتوای شما پشتیبانی می‌کنند.

این نمونه‌ای از خروار است.

توجه کنید: محتوای شما همه‌جا هست.

درجاهای مختلف درایوها و فایل‌های داخلی حساب‌های دراب باکس، گوگل درایو و فروشنده‌ها منتشرشده است.

این موقعیت دشوار است.

بدترین قسمت ماجرا اینجاست که هیچ‌کس به این موضوع توجهی ندارد.

چرا؟ به این دلیل که واقعاً کار هیچ‌کسی نیست؛ و ازآنجایی‌که در حال حاضر گروه‌ها پخش‌شده‌اند، زمان بسیار کمی را برای سازماندهی و مدیریت محتوا صرف می‌کنند.

ورود کتابدار محتوا

برای رفع چنین مشکلی لازم است که شغلی وجود داشته باشد تا اساساً به مرتب کردن، برچسب زدن و سازماندهی محتوا بپردازد.

برای اطمینان از مرکزیت و سازماندهی مؤثر محتوا، در نقطه‌ای قرار میگیرد که چندین کارمند و گروه کاری می‌توانند به آن دسترسی پیدا کنند.

اما مشکل دیگری وجود دارد: چه کسی این کار را انجام خواهد داد؟

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

یا بهتر است بگوییم چه کسی شرایط انجام چنین کاری را دارد؟

این‌ها دو پرسش مهم و بزرگ هستند.

نخست – چه کسی قصد انجام این کار را دارد؟ کسی چه می‌داند. من میدانم در تمام دنیا این کاری نیست که در آن جنسیت مهم باشد بنابراین وجود روابط عمومی/دانش اجتماعی برای انجام متقاعدکننده و درعین‌حال دشوار است؛ بنابراین انتظار ندارید که داوطلبان زیادی را ببینید.

دوم-چه کسی شرایط انجام این کار را دارد؟ آیا واقعاً به مجموعه‌ای از مهارت‌های اصلاح‌شده نیاز است؟ در ابتدا شاید جواب این سؤال منفی به نظر برسد. چراکه سازماندهی به ترتیب الفبا در روابط عمومی‌ها کاری بسیار شناخته‌شده و پذیرفته‌شده است؛ بنابراین فکر کردن راجع به شغلی که محتواها را سازماندهی می‌کند چیز عجیب و غریبی نیست اما در کمال تعجب باید بگویم که در این شغل جزییات بسیاری وجود دارد. تفاوت‌های ظریفی وجود دارد که شاید تنها به «کتابدار محتوا» مربوط باشد. راه طولانی است: من پاسخ این پرسش را نیز نمی‌دادنم (صادقانه بگویم)

این شغل هنوز واقعاً وجود ندارد – اما زمانی که ظهور کند اینکه ببینیم چه کسانی برای این نوع از کارها به کار گرفته می‌شوند و چه نیازهای وجود دارد جذاب خواهد بود.

منبع:
این نوشته ترجمه مطلبی با این عنوان است:Why “content librarian” will be one of the hot new jobs in 2016

مترجم:نرگس ملکوتی اصل

مشخصات استناددهی به این مقاله

نویسنده(ها):	نرگس ملکوتی اصل
عنوان مقاله:	کتابدار محتوا: شغلی بسیار لذت بخش
عنوان مجله:	کتابدار ۲.۰ –(عنوان لاتین: i-Kitbdr 2.0)
دوره مجله(Vol):	۳
شماره مجله(Issue):	۱
سال(Year):	۱۳۹۶
شناسه دیجیتال(DOI):	
لینک کوتاه:	http://lib2mag.ir/8104

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.