

دیدگاه ناشران ایرانی درباره وضعیت نشر کتاب الکترونیکی

لیلا عربگری

کارشناس ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

larabgari@gmail.com

مرضیه صادقی

کارشناس ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

sadeghi.m85@gmail.com

Archive SID

چکیده

نشر کتاب در ایران، به تعبیری، مهم‌ترین و اصلی‌ترین صنعت فرهنگی یا یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین ارکان صنعت فرهنگی است. نشر کتاب الکترونیکی در کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران مجال مناسبی برای توسعه، بهبود، و ارتقای ارتباط علمی پدید می‌آورد. فناوری نوین اطلاعات، به‌ویژه شبکه‌سازی و اینترنت، گستره عظیمی را فراهم کرده تا جهت‌گیری فرهنگی خود را از انباشتن دانش به سوی اشتراک و انتشار آن هدایت کنیم. کشورهای در حال توسعه باید، با اتخاذ استراتژی مناسب، جریان یک‌سویه اطلاعات در شبکه جهانی وب و جنبه‌های فرهنگ‌ستیز فناوری و تجارت را مهار کنند. پدیده نشر کتاب الکترونیکی به عنوان پدیده‌ای در «طول» نشر سنتی (چاپی) پذیرفته شده و نه به عنوان جایگزینی برای آن. در صورت استقبال از این پدیده، نویسندگان، مترجمان، و به طور کلی تولیدکنندگان اولیه محتوا با سرعت بیشتری می‌توانند تألیفات خود را منتشر کنند و دیگر به انتظار طولانی مدت برای نشر کتاب نیازی نخواهند داشت.

از سوی دیگر، صنعت نشر جدید در قالب صنعت نشر مجازی قابلیت‌های بی‌شماری دارد. این صنعت چند خصلت دارد: اول، دیجیتالی بودن؛ دوم، غیرمرکزی بودن فضای مجازی؛ سوم، تعاملی بودن؛ چهارم، فرایبوند بودن؛ پنجم، حافظه مجازی. نتیجه اینکه باید از این محیط استفاده کرد. با توجه به مطالب گفته‌شده، مطالعات گوناگون در زمینه‌های مرتبط با مسئله نشر کتاب الکترونیکی به منظور کشف دلایل و عوامل روی آوری و روی نیاوردن ناشران به نشر کتاب الکترونیکی لازم به نظر می‌رسد. بنابراین، در این مطالعه به بررسی میزان سازگاری نشر الکترونیکی از دیدگاه ناشران، امکان به‌کارگیری آزمایشی نشر الکترونیکی توسط ناشران، و همچنین توسعه

نشر الکترونیکی از دیدگاه ناشران پرداخته خواهد شد. لازم به ذکر است که مقاله حاضر در اولین همایش ملی کتاب و نشر با موضوع سیاستگذاری فرهنگی در صنعت نشر کتاب که با حمایت مادی و معنوی انتشارات سوره مهر در آبان ماه سال 94 برگزار گردید، ارائه شده و برای اولین بار در شماره های نوزدهم و بیستم فصلنامه کتاب مهر منتشر می گردد.

کلیدواژگان: صنعت نشر، کتاب الکترونیکی، ناشران کتاب، نشر

الکترونیکی کتاب، نشر کتاب.

Archive of SID

مقدمه

تاریخ کتاب با تاریخ خط، کاغذ، و چاپ در هم تنیده شده است. نخستین انقلاب فرهنگی و ارتباط بشر با خط آغاز شد و پس از آن شاید هیچ رویدادی به اهمیت اختراع چاپ نباشد. این اختراع را می‌توان به ضربه‌ای تشبیه کرد که در انبار نهانی را گشود و گنجینه‌های احتکارشده و پنهانی آن را در اختیار و در دسترس همگان گذاشت. چاپ فروریختن دیوارهای انحصار دانش و شکستن درهای زندان اطلاعات بود. به قول مارتین لوتر، رهبر اصلاحگر کلیسای مسیحی، چاپ رهایی دوم نوع بشر بود: رهایی از جهل (ولادیمیرف، لئون ای، 1350، به نقل از آذرنگ، 1381). بسیاری از تاریخ‌نویسان فرهنگ اصولاً بر آن‌اند که فناوری چاپ و سواد چاپی برای تمدن‌های پیشرفته شرایطی بنیادی هستند و تا امروز اشاعه دانش جدید همچنان از طریق چاپ بوده است. (دانسی، 1387)

با ظهور رایانه، روش نوینی برای تولید کتاب ایجاد شد که با شیوه‌های پیشین هیچ‌گونه وجه مشترکی ندارد. در این روش، از مرکب و کاغذ و ماشین چاپ استفاده نمی‌شود؛ حتی شکل و قالب کتاب‌های تولیدشده با این روش با کتاب‌های مرسوم متفاوت است. این قبیل کتاب‌ها کتاب الکترونیکی نام گرفته‌اند. از اواخر دهه 1970 فناوری‌های موجود نشر بر فرهنگ کتاب سنتی تأثیر گذاشته است؛ نه تنها تولید رایانه‌ای از حروف چینی سنتی در کتاب‌های کاغذی سبقت گرفت، بلکه اکنون نوشتن کتاب به صورت مستقیم در رایانه و انتشار آن در فضای مجازی به شکل کتاب‌های الکترونیکی بیش از پیش معمول شده است. (همان)

بیان مسئله

نشر کتاب الکترونیکی در بسیاری از کشورهای جهان از رونق کافی برخوردار است و ناشران گاهی فقط به عرضه نسخه الکترونیکی کتاب‌ها اقدام می‌کنند و گاهی نیز، علاوه بر عرضه نسخه چاپی، نسخه الکترونیکی نیز عرضه می‌کنند و جایگاه خوبی در این زمینه دارند (امیری، 1392). اما، درباره جایگاه و موقعیت کشور ایران در زمینه تولید و عرضه کتاب الکترونیکی تا کنون تحقیق مدوئی انجام نشده است تا جایگاه و موقعیت کشور ایران در نشر کتاب الکترونیکی و میزان پذیرش و به‌کارگیری این روش در میان ناشران کشور مشخص شود.

نشر کتاب الکترونیکی در کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران مجال مناسبی برای توسعه، بهبود، و ارتقای ارتباط علمی پدید می‌آورد. فناوری نوین اطلاعات، به‌ویژه شبکه‌سازی و اینترنت، گستره عظیمی را فراهم کرده تا جهت‌گیری فرهنگی خود را از انباشتن دانش به سوی اشتراک و انتشار آن هدایت کنیم. کشورهای در حال توسعه با اتخاذ استراتژی مناسب باید جریان یک‌سویه اطلاعات در شبکه جهانی وب و جنبه‌های فرهنگ‌ستیز فناوری و تجارت را مهار کنند. باید دانست که فناوری جدید با رویکرد یک‌سویه و سلطه‌جویانه آن نه تنها اطلاعات، بلکه عناصر فرهنگی و فرهنگ را هم منتقل می‌کند و به مثابه یک اهرم قدرت به آن نگریسته می‌شود. با این همه، درک ما از این پدیده و شناخت جنبه‌های گوناگون آن نباید موجب شود که به این فرصت صرفاً از وجه تهدیدآمیز و منفی بنگریم. علاوه بر آن، نشر کتاب الکترونیکی به بهینه‌سازی سریع آثار مکتوب نیز کمک می‌کند (کلارک، 2001، به نقل از عزت‌زاده، 1391). پدیده نشر کتاب الکترونیکی به عنوان پدیده‌ای در «طول» نشر سنتی (چاپی) پذیرفته شده و نه جایگزینی برای آن. در صورت استقبال از این پدیده، نویسندگان، مترجمان، و به طور کلی تولیدکنندگان اولیه محتوا با سرعت بیشتری می‌توانند تألیفات خود را

منتشر کنند و دیگر به انتظار طولانی مدت برای نشر کتاب نیازی نخواهند داشت. برای ناشران نیز، که با مشکلات عدیده‌ای از جمله گرانی کاغذ و افزایش هزینه‌های چاپ، مشکلات مربوط به توزیع و انبارداری، عدم فروش نسخه‌هایی از کتاب و زیان ناشی از آن مواجه‌اند، منافع بسیاری خواهد داشت. توزیع کنندگان و کتاب‌فروشان، با استفاده از این پدیده، می‌توانند در ازای تعداد بالای فروش این گونه محصولات درآمد بیشتری کسب نمایند و دیگر به فضای زیاد برای ذخیره کتاب‌ها و تحمل مشقت‌های حمل کتاب به کتاب‌فروشی نیاز نخواهند داشت؛ و در آخرین زنجیره نشر کتاب کاربران و کتابخانه‌ها نیز سود بسیاری از این پدیده خواهند برد، از جمله پرداخت هزینه کمتر، نیاز به فضای کمتر برای ذخیره کتاب، قابل حمل بودن تعداد بی‌شماری کتاب، و قابلیت‌های بسیار دیگر.

با توجه به مواردی که اشاره شد، می‌توان به این نتیجه رسید که اگر صنعت نشر کشور بتواند به عرصه‌های فناوری نوین راه یابد، می‌تواند بر بسیاری از مشکلاتی که با آن دست به گریبان است فائق آید. مسئله اصلی مطالعه حاضر این است که صنعت نشر کشور در ورود به عرصه نشر کتاب الکترونیکی در چه وضعیتی به سر می‌برد؟ و آیا ناشران توانسته‌اند به شکل شایسته‌ای در این عرصه حاضر و از مزایای آن بهره‌مند شوند؟

اهمیت و ضرورت پژوهش

نشر کتاب آیینۀ تمام‌نمای رشد مدنیت، فرهنگ، و تمدن بشری است و یکی از شاخص‌های اصلی برای سنجش رشد و گسترش جامعه در دنیای امروز به شمار می‌رود. بررسی جنبه‌های گوناگون صنعت نشر کمک بسیار مهمی است برای برنامه‌ریزی‌های کلان‌فرهنگی و بدون داشتن اطلاعات درست برنامه‌ریزی بلندمدت و واقع‌بینانه امکان‌پذیر نخواهد بود. (باب‌الحوائجی و

دیگران، (1390)

امروزه، از سویی، با افزایش شاخص هزینه‌ها، ناشران کتاب نمی‌توانند بین هزینه‌ها و درآمدها همخوانی ایجاد کنند؛ از سوی دیگر، خوانندگان کتاب‌ها به سمت کتاب‌های الکترونیکی، که مزیت‌های فراوانی دارند، تمایل یافته‌اند. از این رو، ناشران سنتی، که با ناشران الکترونیکی رابطه‌ای ندارند، به دلیل پیشی گرفتن این نشر با کمک رسانه‌های الکترونیکی و دسترس‌پذیر بودن این رسانه‌ها برای حفظ بازار و به دست آوردن بازار جدید، نیازمند تغییر رویکرد در نشر کتاب‌اند. (عزت‌زاده، 1391)

با توجه به گسترش فناوری و گسترش استفاده از ابزارهایی همچون رایانه‌های شخصی، لب‌تاپ، تبلت، و گوشی‌هایی که ابزارهای مورد نیاز برای مطالعه کتاب دارند، کاربران این ابزارها نیازمند محتوای مناسب برای مطالعه‌اند. پس باید عوامل پذیرش فناوری را بررسی کرد و در فراهم آوردن بستری مناسب برای گسترش این نوع نشر سعی نمود تا مواد اطلاعاتی به سرعت در اختیار جامعه قرار گیرد تا هم سرعت نشر کتاب از سرعت تولید علم عقب نماند و نیز کاربران در دسترسی به مواد اطلاعاتی دچار مشکل نشوند.

تولید کتاب‌های الکترونیکی، به دلیل مقرون به صرفه بودن و توزیع آسان‌تر، می‌تواند سهل‌تر در دسترس قرار گیرد و این کمبود را تا حدودی جبران کند. امروزه، در بسیاری از بخش‌های جهان درخواست‌های زیادی برای کتاب‌های علمی، فنی، و آموزشی وجود دارد. کشورهای کمتر صنعتی شده همواره مقادیر روزافزونی از کتاب‌هایشان را از کشورهای پیشرفته صنعتی وارد می‌کنند؛ در حالی که جریان کتاب از جهان در حال توسعه به پیشرفته در حد اندکی باقی مانده است. ماهیت تجارت کتاب بین این دو منطقه اساساً جریان عظیم یک‌سویه‌ای است که با شناخت اکولوژی نشر و

همسو بودن با آن و مدیریت بر آن می‌توانیم یکی از کشورهای صادرکننده کتب و به‌خصوص کتب الکترونیکی به کشورهای کمتر تولیدکننده باشیم. (مولانا، 1390، نقل در عزت‌زاده، 1391)

با توجه به ضرورت‌های گفته‌شده، پژوهش در زمینه‌های مرتبط با مسئله نشر کتاب الکترونیکی در کشور لازم به نظر می‌رسد، زیرا مطالعات گوناگون در این زمینه به کشف دلایل و عوامل روی‌آوری یا روی نیاوردن ناشران به نشر کتاب الکترونیکی کمک بزرگی می‌کند و با شناخت این دلایل و عوامل می‌توان برای رونق نشر الکترونیکی در کشور برنامه‌ریزی حساب‌شده‌تری کرد.

پرسش‌های پژوهش

1. میزان سازگاری نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران چقدر است؟
2. میزان پیچیدگی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران چقدر است؟
3. میزان امکان به‌کارگیری آزمایشی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران چقدر است؟
4. از نظر ناشران، چه راهکارهایی برای توسعه نشر کتاب الکترونیکی وجود دارد؟

اهداف پژوهش

1. شناسایی میزان سازگاری نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران؛
2. شناسایی میزان پیچیدگی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران؛
3. شناسایی میزان امکان به‌کارگیری آزمایشی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران؛
4. شناسایی راهکارهای توسعه نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران.

تعریف ناشر

تعاریف متعددی برای واژه ناشر بیان شده است که در ادامه به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود:

«ناشر به فرد یا دستگاهی می‌گویند که اصلی‌ترین وظیفه او نشر کتاب است و اگر احیاناً به فعالیت دیگری بپردازد، تحت‌الشعاع وظیفه اصلی اوست.» (آذرنگ، 1381)

اصطلاح‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی ناشر را این‌گونه تعریف کرده است: «شخص، شرکت، یا شخصیت حقوقی یا تنالگانی که مسئولیت انتشار یک کتاب یا دیگر مواد چاپی را برای استفاده همگان به عهده بگیرد. همین شخص یا شرکت ممکن است چاپ‌کننده، ناشر و فروشنده، یا چاپ‌کننده و ناشر و یا فروشنده باشد. ولی در غرب تا آغاز قرن 19 کار انتشار یک شغل جداگانه بود.» (سلطانی، 1365)

نشر کتاب الکترونیکی

امروزه، انقلاب بزرگی در صنعت نشر به وجود آمده است که فاصله بسیار بسیار زیادی با صنعت نشر قدیم دارد. این صنعت نشر امروز در قالب صنعت نشر الکترونیکی قابلیت‌های بی‌شماری دارد؛ در ادامه به تعدادی از این قابلیت‌ها اشاره می‌شود:

اول، دیجیتالی بودن؛ دوم، غیرمرکزی بودن فضای مجازی. وقتی کتاب را یک بار در فضای مجازی بالا می‌آورید دیگر موضوع تیراژ بی‌معنا می‌شود. از هر نقطه از جهان میلیون‌ها نفر امکان دسترسی به این متن را پیدا می‌کنند. بنابراین، فضای مجازی و نشر مجازی، در عین حال که مرکزی است، به لحاظ تولید و دسترسی غیرمرکزی است؛ سوم، تعاملی بودن. متن مجازی

موجودی زنده است. در فضای مجازی صدها پرسش پیش‌بینی می‌شود که می‌توان پاسخ آن‌ها را دریافت. این موجود را به صورت ماشینی می‌شود زنده کرد؛ چهارم، هایپرلینک بودن؛ پنجم، حافظه مجازی. اگر کتاب را حافظه‌ای سخت و ذهن خودمان را حافظه‌ای نرم فرض کنیم، هر دوی آن‌ها محدودند، ولی در حافظه مجازی با ظرفیتی مواجه می‌شویم که همیشه زنده است. (عاملی، 1388)

هاو کینز^۲ و همکارانش نشر الکترونیکی را استفاده از رسانه‌های الکترونیکی رایانه و مخابرات راه دور برای تحویل اطلاعات در شکل و قالب الکترونیکی به کاربران تعریف کرده‌اند. هاراند^۳ برای توصیف نشر الکترونیکی از اصطلاح «اعلان الکترونیکی محققانه»^۴ استفاده می‌کند. این تعبیر به تابلوی اعلانات الکترونیک، فهرست‌های پیوسته، روزنامه‌ها، کتاب‌ها، مجلات، و نیز خدمات اطلاعاتی که به سرعت قابل دریافت و نصب اند، حتی کنفرانس از راه دور نیز اشاره می‌کند. (استمر^۵، 2000، به نقل از فهیمی‌فر، 1388)

فرایند نشر الکترونیکی

نخستین مرحله در نشر الکترونیکی دریافت متن است که بسیار شبیه نشر سنتی است، با این تفاوت که پدیدآور یا ناشر به عنوان یک فرد با مؤسسه انتشاراتی سروکار ندارد، بلکه با سیستم سروکار دارد. وی بدون مراجعه، متن را به صورت الکترونیکی به ناشر ارسال می‌کند. ناشر - پس از پذیرش و اظهار نظر و ویرایش و اصلاح نهایی - متن را به نرم‌افزار وارد خواهد کرد. متون به منظور استفاده در شبکه به چهارچوب HTML یا PDF تبدیل می‌شوند. درج فراداده، که در واقع اطلاعات درباره اطلاعات است، به منزله درج اطلاعات کتاب‌شناختی الکترونیکی برای متون الکترونیکی است که موجب بازیابی سریع متون خواهد شد. گاهی گزارمان‌هایی نیز برای کتب الکترونیکی تولید

و با قالب‌های فشرده نیز ایجاد می‌شود و، سرانجام، بر روی سرویس دهنده وب منتشر خواهد شد. (باب الحوائجی، 1387)

به طور کلی، می‌توان گفت فرایند نشر الکترونیکی شباهت‌هایی با نشر چاپی دارد. بر اساس مشاهدات نگارندگان مقاله، امروزه اغلب ناشران متن آماده انتشار را به صورت فایل به مراکز چاپی ارائه می‌کنند. بنابراین، در صورتی که فایل آماده چاپ به صورت استاندارد (همراه با ابر داده، و دارای ابر متن^۶) ساخته شده باشد، بسیاری از مراحل آماده‌سازی محتوای کتاب الکترونیکی انجام شده است؛ یگانه تفاوتی که وجود دارد این است که فایل کتاب چاپی وارد مراحل چاپ می‌شود و فایل کتاب الکترونیکی وارد مرحله عرضه توسط نرم‌افزارها یا پایگاه‌های نشر الکترونیکی یا ذخیره بر روی محمل‌های فیزیکی.

ویژگی‌های نشر الکترونیکی

- فرایند نشر الکترونیکی کتاب بسیار شبیه چاپ روی کاغذ است. از این رو، ناشران برای انتشار الکترونیکی آثار خود متحمل هزینه اضافه نمی‌شوند؛
- موضوع نایاب بودن، که به معنای در دسترس نبودن آثار است، کلاً منتفی می‌شود و در هر زمان با درخواست مشتری، کتاب در دسترس قرار می‌گیرد؛
- نشر الکترونیکی به بهینه‌سازی سریع آثار مکتوب کمک می‌کند؛
- ناشران می‌توانند چند نوع جلد و صحافی را به مشتریان پیشنهاد کنند (عزت‌زاده، 1391: 29)؛
- بخش‌هایی از کتاب، که از آن به عنوان متن درسی استفاده می‌شود، به راحتی به صورت مجزا و بر اساس سفارش قابل چاپ است؛
- امکان سفارش کتاب همراه با مقدمه یا تبلیغ و نوشتار افزوده خاص، بنا به درخواست مشتری، میسر می‌شود. (بابایی، 1382)

مزایای نشر الکترونیکی

نشر الکترونیکی این فرصت را فراهم می‌آورد تا داده‌ها از قالب آنالوگ و خطی به قالب دیجیتال تغییر شکل دهند. همچنین، محتوای مرتبط به صورت ابرپیوند^۷ در اختیار کاربر قرار گیرد. در این صورت، کاربر می‌تواند هم‌زمان روی کلمه یا عبارت مورد نظر خود کلیک کند و به اطلاعات و منابع بیشتر دست یابد. مثلاً، چنان‌که نام اماکن، اشخاص، و منابع دیگر در یک مقاله به صورت ابرپیوند موجود باشد، کاربر می‌تواند با کلیک بر روی هر یک از آن‌ها به صفحه‌ای (وبسایت، کتاب، مقاله، مجله، و غیره) هدایت شود که اطلاعات بیشتری در زمینه مورد نظر به وی می‌دهد.

یکی دیگر از خصوصیات ممتاز بهره‌گیری از نشر الکترونیکی خارج کردن قالب داده‌ها از حالت‌هایی است که در نشر چاپی (فیزیکی) از آن استفاده می‌شود. قالب‌های مورد استفاده در انتشارات موجود در فضای فیزیکی به سه دسته تقسیم می‌شود: متنی؛ تصویری؛ و متنی - تصویری. نوع اول شامل کتاب‌ها و پایان‌نامه‌هایی است که بدون تصویرند؛ نوع دوم شامل اطلس‌ها و کتاب‌های نفیس و هنری است که در آن‌ها یا تماماً از تصاویر استفاده شده یا استفاده از متن در آن بسیار کم است؛ نوع سوم نیز شامل مجله‌ها و بسیاری از کتاب‌ها می‌شود که هم‌زمان دارای متن و تصویرند (مانند کتاب کودکان). در این میان، فضای دیجیتال این امکان را فراهم می‌سازد تا از انواع دیگر داده نیز، مانند صوت، تصویر، و انیمیشن، بتوان استفاده کرد.

حیدری در مطالعه‌ای بیان می‌کند که در نشر سنتی امکان وارد آمدن خسارت به کتاب وجود دارد، در حالی که خطرهای احتمالی فیزیکی برای نشر الکترونیکی، که مواد نشر آن دیجیتالی است، از بین رفته است؛ اگرچه این احتمال وجود دارد که سایت مربوطه یا اطلاعات موجود در آن در

معرض خطر تهاجم هکرها قرار گیرد. همچنین، نشر کتاب الکترونیکی، با حذف مراحل طولانی چاپ کتاب در جهان واقعی، موجب صرفه‌جویی در وقت می‌شود، امکان اصلاح و ویرایش را در هر زمان برای نویسنده فراهم می‌کند، و از مشکل تمام شدن نسخه‌های چاپی و هزینه و زمان مورد نیاز برای ارسال کتاب نیز جلوگیری می‌کند. (حیدری، 1383)

موریس^۱ شش منفعت را برای انتشارات آنلاین برمی‌شمارد که عبارت‌اند از: دسترسی بین‌المللی، سرعت، قابلیت‌های مضاف بر نوع چاپی، قیمت پایین‌تر، موقعیت‌های انتشاراتی جدید، و انعطاف‌پذیری. (عاملی، 1388)

از دیگر مزایای نشر الکترونیکی^۲ عوض شدن مفهوم توزیع است. نشر محلی و محدود به تیراژ جای خود را به نشر جهانی و متمایل به مثابه بی‌نهایت تولید و بی‌نهایت مصرف داده است. یکی از اساسی‌ترین ویژگی‌های فضای مجازی، که در ماهیت نامحدود و متکثر دنیای دیجیتال و فضای مجازی ریشه دارد، همانا امکان وجود یک جزء از آن در بی‌نهایت مکان به طور هم‌زمان است (مانند استفاده هزاران نفر از یک کتاب آنلاین در یک زمان واحد). کاربرد رسانه‌ای دنیای دیجیتال نیز، که جزئی راهبردی و استراتژیک از فضای مجازی به شمار می‌رود، به طور گسترده از این ویژگی منحصر به فرد بهره می‌برد و شاید آشکارترین و در عین حال کاربردی‌ترین نمونه بروز این خصوصیت را در رسانه‌های دیجیتال بتوان یافت. (همان)

تغییر در مفهوم نمایه‌سازی و جست‌وجوی مطلب نیز از ویژگی‌های خوب انتشار الکترونیکی است. در متون مجازی بدون توجه به حجم آن‌ها امکان جست‌وجوی سریع و آسان مطالب، کلمات (اشخاص، اماکن، نرم‌افزارها، و غیره)، و محتواها مهیاست. در حالی که در متون آنالوگ هرچند مختصر، اجرای چنین کاری دشوار و طاقت‌فرساست و تنها راه رسیدن به یک مطلب از طریق فهرست مطالب و نمایه‌هاست که ظرفیت محدودی دارد.

نشر الکترونیکی برای ناشرانی که می‌خواهند قبل از ارائه اثر خود به بازار آن را از نظر میزان موفقیت و مقبولیت میان مخاطبان محک بزنند امکان فوق‌العاده‌ای است. این نوع از نشر برای کتاب‌ها و اسنادی که هرچند یک بار نسخه جدیدتری از آن‌ها عرضه می‌شود و اطلاعات جدیدتری را در بر می‌گیرند گزینه ایدئالی است. (نقشینه، 1386)

روش پژوهش

یکی از انواع روش‌های پژوهش، تحقیق توصیفی است. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن‌ها توصیف شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است و شامل جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه‌ها یا پاسخ به سؤالات مربوط به وضعیت فعلی موضوع مورد مطالعه می‌شود. در این گونه تحقیقات، پژوهشگر بدون اینکه در «آنچه هست» دخالت‌های ذهنی یا عملی داشته باشد، نتایج عینی خود را از موقعیت گزارش می‌دهد و با استفاده از روش‌های گوناگون به توصیف آن می‌پردازد. (دلاور، 1380)

از نظر دیانی (1369)، پژوهش توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن توصیف شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی - توصیفی انجام شده است.

ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده در این پژوهش، با توجه به معیارهای امکان‌پذیری جمع‌آوری اطلاعات در حجم مورد نیاز، مدت زمان مشخص برای اجرای مطالعه، لزوم جمع‌آوری داده‌های دست اول، و قابلیت اعتماد نتایج «پرسشنامه» در نظر گرفته شده است.

پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از مرور ادبیات موضوع و مصاحبه‌های اکتشافی با خبرگان و دست‌اندرکاران حرفه نشر طراحی و تدوین شده است.

یافته‌های پژوهش

● بر اساس پرسشنامه‌هایی که ناشران تکمیل کرده‌اند، از بین 72 پرسشنامه بازگشت داده‌شده، هجده ناشر (25 درصد) به نشر کتاب الکترونیکی پرداخته‌اند.

● برای بررسی میزان سازگاری نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران، بر اساس داده‌های حاصل از تک تک گویه‌های مربوط به این ویژگی، مشخص شد از شش گویه‌ای که به این ویژگی اختصاص یافته بود، سه گویه امتیازی بالاتر از 3 و سه گویه امتیاز کمتری کسب کرده‌اند. همچنین، میزان به‌دست‌آمده از آزمون t برابر است با 5.98 با سطح معنی‌داری $P=0.00$ و تفاوت میانگین $d=0.48$ که نشان می‌دهد میان میانگین به‌دست‌آمده از آرای ناشران جامعه پژوهش با میانگین نظری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بدین معنی که، از نظر ناشران، سازگاری نشر کتاب الکترونیکی بیشتر از متوسط است. از این رو، می‌توان این تفاوت را با میزان خطای $\alpha=0.1$ و سطح اطمینان 0.99 تأیید کرد.

● بررسی میزان پیچیدگی نشر کتاب الکترونیکی، از دیدگاه ناشران، نشان می‌دهد که میانگین ویژگی پیچیدگی برابر است با 27.05 با انحراف معیار 6.01، میزان کجی و کشیدگی این متغیر برابر است با 1.22 - و 39؛ کمترین میزان به‌دست‌آمده در این متغیر 0 و بیشترین آن 39 است. بنابراین، در بین طیف موجود میانگین 27.05 میانگینی بالا به شمار می‌رود. بررسی یافته‌های حاصل از پرسشنامه‌ها نشان می‌دهد همه گویه‌ها، به غیر از گویه شماره 2، میانگینی بالاتر از 3 (حد متوسط) دارند. از این رو، می‌توان گفت، از دیدگاه ناشران جامعه پژوهش، نشر کتاب الکترونیکی از پیچیدگی بسیار زیادی برخوردار است. سایر گویه‌ها میانگینی بالاتر از 3 (حد متوسط) دارند. از این

رو، می‌توان گفت، از دیدگاه ناشران جامعه پژوهش، نشر کتاب الکترونیکی از میزان مزیت نسبی بالایی برخوردار است. همچنین، تفاوت میانگین $d=0.48$ که نشان می‌دهد میانگین به دست آمده از آرای ناشران با میانگین نظری تفاوت معنی داری دارد، بدین معنی است که ناشران میزان پیچیدگی نشر کتاب الکترونیکی را بیشتر از متوسط ارزیابی کرده‌اند. از این رو، می‌توان این تفاوت را با میزان خطای $\alpha=0.1$ و سطح اطمینان 0.99 تأیید کرد.

● برای بررسی میزان امکان به کارگیری آزمایشی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران، شش گویه در بخش دوم پرسشنامه در نظر گرفته شد. در یافته‌های به دست آمده از پرسشنامه، میانگین ویژگی امکان به کارگیری آزمایشی برابر است با 18.38 با انحراف معیار 4.26 ، میزان کجی و کشیدگی این متغیر برابر است با 1.19 - و 3.85 ؛ کمترین میزان به دست آمده در این متغیر 0 و بیشترین آن 26 است. بنابراین، میانگین 18.36 میانگینی بالاتر از حد متوسط به شمار می‌رود. بر اساس داده‌های حاصل از پرسشنامه و بررسی تک تک گویه‌های مربوط به این سؤال پژوهش، مشخص شد همه گویه‌ها میانگینی بالاتر از 3 (میزان متوسط) دارند. بنابراین، می‌توان گفت، از دیدگاه ناشران جامعه پژوهش، نشر کتاب الکترونیکی از میزان امکان به کارگیری آزمایشی فراوانی برخوردار است.

● راهکارهای ناشران برای توسعه نشر کتاب الکترونیکی در آخرین بخش پرسشنامه مطرح شد؛ پرسش اول مربوط به ناشرانی است که تا کنون به نشر کتاب الکترونیکی اقدام نکرده‌اند و پرسش دوم مربوط به ناشرانی است که به نشر کتاب الکترونیکی اقدام کرده‌اند.

این دو پرسش به شکل زیر بیان شده است:

1. در صورتی که به نشر کتاب الکترونیکی اقدام نمی‌کنید، در چه شرایطی به نشر کتاب الکترونیکی خواهید پرداخت؟ (با اشاره به نقش دولت، ناشران،

اتحادیه‌ها، و...)

2. در صورتی که به نشر کتاب الکترونیکی می‌پردازید، در چه شرایطی آن را ادامه خواهید داد؟ (با اشاره به نقش دولت، ناشران، اتحادیه‌ها، و...) در مجموع، 41 نفر به یکی از دو سؤال پاسخ دادند، 23 نفر از پاسخ‌دهندگان تا به حال به نشر کتاب الکترونیکی اقدام نکرده بودند که پرسش اول را پاسخ دادند و 17 نفر از پاسخ‌دهندگان به نشر الکترونیکی اقدام کرده بودند که به پرسش دوم پاسخ دادند.

نتیجه‌گیری

● از نظر ناشران جامعه پژوهش، نشر کتاب الکترونیکی از میزان سازگاری بسیار زیادی برخوردار نیست (میانگین 18,38). بنابراین، این‌گونه استنباط می‌شود که یکی از عواملی که باعث شده ناشران از پذیرش نشر کتاب الکترونیکی سر باز زنند این است که نشر کتاب الکترونیکی از سازگاری بالایی برخوردار نیست. بر اساس آنچه اشاره شد، سازگاری بالا می‌تواند به پذیرش بالای فناوری منجر شود.

● با توجه به یافته‌های این مطالعه، اگر بخواهیم به تبیین دلایل عدم پذیرش نشر کتاب الکترونیکی در بین ناشران بپردازیم، یکی از عوامل عدم پذیرش فناوری نشر کتاب الکترونیکی پیچیدگی بسیار زیاد این فناوری است؛ با توجه به داده‌های حاصل از بررسی گویه‌های پرسشنامه، احتمال می‌رود این امر مربوط باشد به بهره‌مند نبودن از نیروی متخصص در سازمان‌های انتشاراتی و فقدان زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری. همچنین، بر اساس آرای درصد بسیار زیادی از ناشران، از دشواری‌ها و پیچیدگی‌های نشر کتاب الکترونیکی عبارت است از: سهولت تکثیر غیرمجاز کتاب‌های الکترونیکی و پیچیدگی‌های مربوط به قفل‌گذاری کتاب‌های الکترونیکی، نبود

فناوری‌های لازم برای نشر کتاب الکترونیکی، پیچیدگی تعیین حقوق مادی نویسندگان در رابطه با کتاب‌های الکترونیکی، و دشواری‌های مربوط به قیمت‌گذاری کتاب‌های الکترونیکی. بنابراین، لازم است راهکارهایی برای بهبود این مشکلات و ساده‌سازی آن برای ناشران پیشنهاد شود، زیرا همان‌طور که در ابتدا اشاره شد، پیچیدگی یک فناوری با پذیرش آن رابطه منفی دارد، یعنی هر قدر پیچیدگی یک فناوری زیاد باشد، میزان پذیرش آن کمتر خواهد بود. بنابراین، با شناسایی سایر موانع پذیرش نشر کتاب الکترونیکی، احتمال اینکه ناشران به نشر کتاب الکترونیکی بپردازند بسیار زیاد خواهد بود.

● در زمینه میزان سازگاری، نتایج حاکی بود از عدم بهره‌مندی از میزان بالای سازگاری. بنابراین، پیشنهاد می‌شود ناشران برای بالا بردن سازگاری نشر کتاب الکترونیکی تدابیری اتخاذ نمایند؛ این امر به فرهنگ‌سازی بین ناشران و نیز جامعه استفاده‌کننده از کتاب الکترونیکی نیاز دارد. امروزه، در کشورمان مؤسسات عرضه‌کننده محتوای کتاب‌های الکترونیکی آغاز به فعالیت کرده‌اند و مؤسسات جدیدی نیز در حال شکل‌گیری‌اند؛ این مؤسسات به آماده‌سازی محتوای تولیدشده توسط ناشران جهت عرضه به شکل الکترونیکی و عرضه و فروش آن می‌پردازند. بهره‌گیری از مؤسسات فوق مزایایی دارد، از جمله بهره‌گیری از دانش فنی و تجهیزات سخت‌افزاری، بهره‌گیری از دانش کتاب الکترونیکی، بهره‌گیری از استانداردی واحد برای عرضه کتاب الکترونیکی، مجتمع بودن ناشران در پایگاهی جامع، تمرکز ناشران بر تولید محتوا و برون‌سپاری فرایندهای نشر الکترونیکی توسط این شرکت‌ها و پایگاه‌ها، عدم نیاز به سرمایه‌گذاری توسط ناشر، و مزایای بسیار دیگر. بنابراین، پیشنهاد می‌شود برای کاهش پیچیدگی، سهولت به‌کارگیری آزمایشی و افزایش سازگاری، نهادهای دولتی از این مؤسسات حمایت کنند و در این زمینه

اطلاعاتی در اختیار ناشران نهاده شود.

● بررسی آرای ناشران درباره پرسش پایانی پرسشنامه- که به این پرسش اختصاص یافته بود: «از نظر ناشران، چه راهکارهایی برای توسعه نشر الکترونیکی وجود دارد؟»- نشان می‌دهد مسئله حمایت از حقوق مادی و معنوی پدیدآور و ناشر از مهم‌ترین مسائل و چالش‌های پیش روی ناشران برای آغاز یا ادامه روند نشر کتاب الکترونیکی است، زیرا همه افرادی که به این پرسش از پرسشنامه پاسخ داده‌اند به حمایت از حقوق مادی و معنوی پدیدآور اشاره کرده‌اند. از دیگر موارد مهمی که ناشران بدان تأکید کرده‌اند استقبال مردم از کتاب الکترونیکی و افزایش فرهنگ مطالعه کتاب الکترونیکی است. این امر اتخاذ سیاست‌های فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی و ارائه تسهیلات به مردم را ضروری می‌سازد. به موارد دیگری نیز اشاره شده است، از جمله حمایت دولت و ارائه تسهیلات به ناشران الکترونیکی، تقویت زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری ناشران، تقویت زیرساخت‌های ارتباطی کشور، کمک در زمینه تبلیغ و اطلاع‌رسانی به کاربران درباره کتاب‌های الکترونیکی، تسهیل در صدور مجوزهای مربوط به نشر کتاب الکترونیکی، و بهره‌مندی از نیروهای متخصص جهت این امر توسط ناشران.

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین (1379). «نشر الکترونیکی و چالش‌های آن»، جهان کتاب، 3 (5 و 6).
- آذرنگ، عبدالحسین (1387). «کتاب و کتابخوانی: تاریخ نشر کتاب در ایران»، بخارا، ش 68 و 69: 238 - 250.
- آذرنگ، عبدالحسین (1380). چون و چرایی در باب سیاست نشر کتاب، تهران: کتابدار.
- آذرنگ، عبدالحسین (1381). مبانی نشر کتاب، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- اسماعیل‌زاده، محمد (1391). «بررسی حقوق مالکیت معنوی در صنعت نشر از دیدگاه اسلام با تأکید بر نشر دیجیتال»، کتاب مهر، 6: 80 - 99.
- امیری، بهنام (1392). «گزارشی از بازارهای کتاب الکترونیک کشورهای جهان»، فصلنامه کتاب مهر، 3 (10): 118 - 147.
- باب‌الحوائجی، فهیمه (1387). آشنایی با مبانی چاپ و نشر با تأکید بر نشر الکترونیکی و اقتصاد نشر، تهران: چاپار.
- باب‌الحوائجی، فهیمه (1381). آشنایی با مبانی چاپ و نشر، تهران: تکوک زرین.
- باب‌الحوائجی، فهیمه، مطلبی، داریوش، حریری، نجلا و مؤمنی، فرشاد (1390). «تحلیل آماری سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب ایران میان سال‌های 1358 - 1387»، پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، 1 (1): 241 - 264.
- بابایی، محمود (1382). نشر الکترونیکی، تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.

حیدری، بهروز (1383). «نشر الکترونیکی: مزایا، معایب، و دورنگاهی به آینده کاغذ»، فصلنامه اطلاع‌رسانی مرکز اطلاعات و مدارک علمی، 19(3) - 4.

دانسی، مارسل (1387). *نشانه‌شناسی رسانه‌ها*، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران: چاپار.

دلاور، علی (1380). «روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی»، نشر ویرایش.

دیانی، محمدحسین (1369). *روش‌های تحقیق در کتابداری*، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

سلطانی، پوری (1365). *اصطلاح‌نامه کتابداری*، تهران: کتابخانه ملی.

عاملی، سعیدرضا (1388). *متن مجازی*، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، وزارت علوم تحقیقات و فناوری.

عزت‌زاده، مستوره (1391). «تحولات اخیر تکنولوژی‌های نشر»، کتاب مهر، 6: 22 - 47.

فهیمی‌فر، سپیده (1388). «سنجش معیارهای ارزیابی کتاب‌های الکترونیکی دانشگاهی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه الزهرا(س) و کتابداران شاغل در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی.

نقشینه، نادر (1386). «قابلیت‌های واقعی در کتاب‌های مجازی»، مجموعه مقالات شاخه کتابداری و اطلاع‌رسانی سایت آفتاب، 29 خرداد.

1. http://www.donya_e_eqtesad.com/news/825790/

2. Hawkins

3. Harand

4. scholarly sly writing
5. stemmer
6. Hyperlink
7. Hyper link
8. Morris

Archive of SID