

چرخه نشر سنتی در برابر چرخه نشر الکترونیکی

غلامعلی منتظر^۱

محمد عنایت تبار^۲

چکیده

فناوری اطلاعات موجب تغییراتی شگرف در صنعت نشر شده است که از آن به نشر الکترونیکی یاد می‌شود. توسعه اینترنت و آسانی استفاده از آن، در دسترس بودن کتابخانه‌های الکترونیکی و پیشرفتهای زیاد در فناوری اطلاعات باعث تغییر دادن راه و روش خواندن افراد و شیوه انتشار مطالب ناشران شده است. در این مقاله، به مباحثی چون چرخه نشر سنتی، چرخه نشر الکترونیکی، تفاوت فرآیندهای دو نشر و مزایای نشر الکترونیکی بر نشر سنتی می‌پردازیم. کلیدواژه‌ها: فناوری اطلاعات، نشر الکترونیکی، نشر سنتی، اینترنت.

مقدمه

نشر، بدون تردید، مهمترین صنعت فرهنگی هر کشور است؛ صنعتی که رکود آن بر فعالیتهای آفرینشی و حتی پژوهشی و مطالعات تأثیر می‌گذارد. هیچ آفرینش و پژوهشی بدون مخاطب نیست و اگر صنعت نشر کشوری نتواند میان پدیدآورندگان از یک سو و مخاطبان از سوی دیگر پیوند برقرار کند، داد و ستد میان ذهنهای مولد جامعه آسیب جدی

۱. استادیار مهندسی فناوری اطلاعات

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات

می‌بیند. به عکس، نشری که فعال است و می‌تواند محصول فرهنگی خود را به درون جامعه ببرد، یا احیاناً موفق می‌شود خوانندگان تازه و تازه‌تری بیابد، نیازها و تقاضاهای جدیدی بر می‌انگیزد و بر آفرینش و تولید آثار تأثیر مستقیم می‌گذارد (آذرنگ، ۱۳۸۲، ص: ۵۲-۵۳).

از زمانی که فناوری چاپ در خدمت فعالیت نشر قرار گرفت و تکثیر هر اثری به هر تعداد عنصری ممکن گردید، سدی بزرگ از سر راه انتقال اندیشه و احساس بشر برداشته شد و او بر سه عنصر غلبه یافت؛ عنصری که پیش از آن، مانع‌های گذرناپذیر در مسیر او بود: زمان، مکان، و زبان. در واقع پدیده جهانی شدن که امروز از بحث‌های رایج محافل فکری است، به نوعی، از عصر نوزایی (رنسانس) و ظهور چاپ و پیدایش نشر جدید آغاز شد. بدین ترتیب، جهانی شدن را می‌توان تنها یکی از پیامدهای انقلابی دانست که در ارتباطات و انتقال اطلاعات روی داد. نشر الکترونیکی یا نشر شبکه‌ای، در معنای ساده کلمه به معنای مجموعه دانشها، فنون، مهارتها، ابزارها، تجهیزات و رهاوردهای دانش و صنعت الکترونیک در خدمت نشر است. به عبارتی دیگر، آنچه نشر به قدر توان و استعداد خود از حوزه گسترده الکترونیک برمی‌گزیند و با فعالیتهای خود و در راستای هدفهایی که دارد، در می‌آمیزد؛ پدیده نشر الکترونیکی را پدید می‌آورد. از آنجا که در میان دستاوردهای فناوری اطلاعات، در زمینه نشر، هیچ ابزاری به کارآمدی و رواج رایانه نبوده است، اصطلاح «نشر رایانه‌ای» گاه عیناً به معنای نشر الکترونیکی و دقیقاً با همان دامنه معنایی و مفهومی به کار رفته است (Stemmer, 2000). به عنوان مثال، جستجوی گنبد دستی، جای خود را به بازیابی «برخط»^۱ از پایگاههای اطلاعاتی بزرگ و یا لوح فشرده^۲ داده است. اطلاعات، منبع فکری است که قابلیت تغییرپذیری دارد. در جوامع فرا صنعتی، اطلاعات، نقش تعیین‌کننده‌ای در پیشرفت صنعت ایفا می‌کند، به همین دلیل در زمینه فناوری اطلاعات برای ایجاد، پردازش و توزیع اطلاعات زیاد سرمایه‌گذاری می‌شود. تغییر در صنعت نشر تأثیر مستقیمی بر خدمات و سیستمهای اطلاعاتی می‌گذارد. فناوری اطلاعات،

-
1. Online.
 2. CD- Rom.

چرخه نشر سنتی در برابر چرخه نشر الکترونیکی / ۲۶۱

منابع سنتی اطلاعات را دگرگون ساخته است. در محیط نشر الکترونیکی، کتابخانه‌ها، نویسندگان، ناشران، مراکز اطلاعاتی و توزیع کنندگان تغییرات اساسی خواهند کرد. تا آنجا که در یک نگاه کلان می‌توان گفت هدف نهایی نشر الکترونیکی، دستیابی سریع، آسان و ارزان به منابع اطلاعاتی است (Hawkins, 1994).

هدف اصلی این مقاله، بررسی چرخه نشر الکترونیکی و چرخه نشر سنتی و مزیتها و تفاوت‌های آنهاست. از این رو، در بخش اول مفاهیم نشر سنتی و نشر الکترونیکی را بررسی می‌کنیم و پس از آن از ویژگیهای چرخه اطلاعات نشر الکترونیکی در مقایسه با چرخه نشر سنتی بحث می‌شود. در آخرین بخش مقاله نیز به بررسی مزایای صنعت نشر الکترونیکی خواهیم پرداخت.

مفهوم نشر سنتی و الکترونیکی

۱. نشر سنتی

نشر کتاب در شکل ساده‌اش، تکثیر اثری مکتوب است به کمک یکی از شیوه‌های تولید چاپی بر روی کاغذ و توزیع و پخش آن به مقصدی خاص، انتقال از یک یا چند ذهن به ذهنهای دیگر، انتقال از یک جامعه به جامعه‌ای دیگر، یا از یک فرهنگ و تمدن به فرهنگها و تمدنهای دیگر. در نشر سنتی، پدیدآورندگان معمولاً با کوششهای فردی فراوان آثارشان را پدید می‌آورند، دستنوشته‌ها را به ناشر می‌سپارند تا ناشر با سرمایه و تخصص خود، دستنوشته را به اثر چاپی تبدیل کند و سپس اثر به بازار کتاب فرستاده می‌شود و خوانندگان آنها را از طریق کتابخانه‌ها و مراکز فروش به دست می‌آورند و بدین ترتیب چرخه نشر کتاب (سنتی) به حرکت خود ادامه می‌دهد. (آذرنگ، ۱۳۸۲: ص ۱۲۳-۱۲۴).

۲. تعریف نشر الکترونیکی

فرایند تولید و توزیع اطلاعات از طریق ابزارهای الکترونیکی شامل پست الکترونیکی، اینترنت و وب را «نشر الکترونیکی» می‌گویند. نشر الکترونیکی شامل آنچه در محیط وب عرضه می‌شود و نیز گونه‌های غیر چاپی مانند خبرنامه‌های الکترونیکی، لوح

فشرده، کتابهای الکترونیکی،^۱ قرارداد انتقال پرونده^۲، سیستم تابلو اعلانات و گروههای مباحثه^۳ در اینترنت نیز می‌شود. حتی انتقال اطلاعات از طریق دورنگار^۴ در صورتی که برای دریافت کنندگان متعدد ارسال شود، می‌تواند از جمله ابزار نشر الکترونیکی تلقی شود. «هاو کینز»^۵ 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»^۶ برای توصیف نشر الکترونیکی از اصطلاح «اعلان الکترونیکی محققانه»^۷ استفاده می‌کند. این تعبیر به تابلو اعلانات الکترونیکی، فهرستهای پیوسته، روزنامه‌ها، کتابها، مجلات و نیز خدمات اطلاعاتی که به سرعت قابل دریافت و نصب هستند، و حتی کنفرانس از راه دور نیز اشاره دارد (Stemmer, 2000).

زنجیره اطلاعات

زنجیره اطلاعات به معنای فرآیندهای مختلف از تولید تا توزیع اطلاعات است که خود شامل عوامل و مراحل زیادی است. با پیشرفت فناوری اطلاعات در صنعت نشر بسیاری از اجزای این زنجیره دستخوش تغییرات شده است، اما نکته جالب در این زنجیره وجود دو بخش اصلی نویسنده و مصرف‌کننده (خواننده) است که بدون تغییر باقی مانده و تنها برخی از فرایندهای میانجی میان آنها تغییر می‌کند (Catenazzi, 2000). در حالت کلی، می‌توان زنجیره اطلاعات را مطابق شکل ۱ نشان داد:

نویسنده ← کانال ارتباطی ← خواننده

شکل ۱. زنجیره اطلاعات

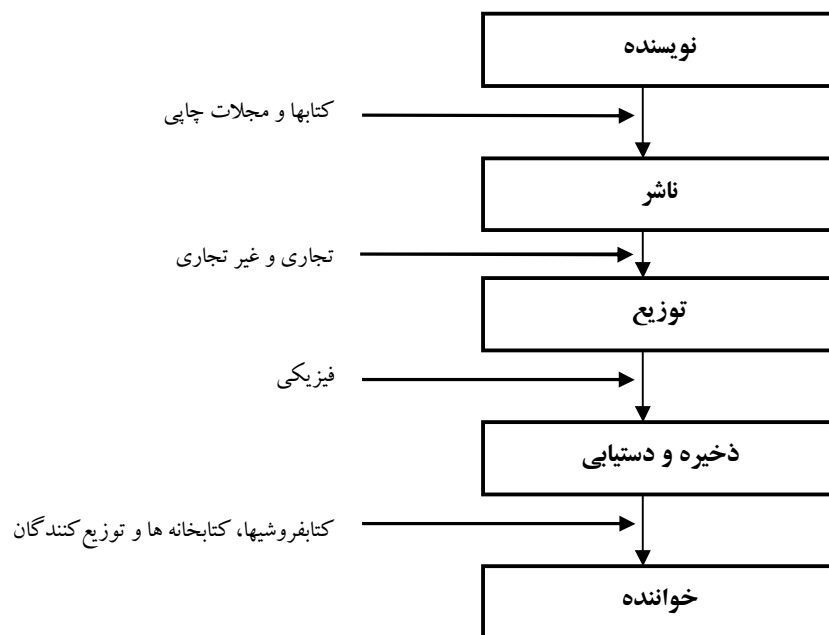
1. Electronic books.
2. File transmission protocol.
3. Discussion Groups.
4. Fax.
5. Hawkins.
6. Harand.
7. Scholarly Sly writing.

چرخه نشر سنتی در برابر چرخه نشر الکترونیکی / ۲۶۳

۱. زنجیره اطلاعات در نشر سنتی

عوامل تشکیل دهنده زنجیره اطلاعات در نشر سنتی نیز در شکل ۲ آمده است.

عناصر اصلی این فرایند عبارت است از :



شکل ۲. زنجیره اطلاعات در نشر سنتی

نویسنده: به کسی گفته می شود که پدیدآورنده متن اصلی باشد. این متن معمولاً به شکل کتاب یا مقاله (مجله) است.

ناشر: کسی است که وظایفی چون انتخاب مطلب، بررسی کیفیت، ویرایش، رعایت حق نشر، بازاریابی و تولید دستنوشته های نویسندگان را بر عهده دارد. ناشران به دو شکل تجاری و غیر تجاری فعالیت می کنند.

توزیع: یعنی تحویل فیزیکی محصول به دست خوانندگان که منظور از آن، رساندن محصول تولید شده به خواننده است.

ذخیره‌سازی و دسترسی: به مکانهایی اطلاق می‌شود که در آنجا مطالب (اعم از کتابها، مجلات و ...) در دسترس باشند، مانند: کتابخانه‌ها، فروشگاههای کتاب و توزیع کنندگان.

خواننده: به مصرف کننده نهایی اطلاعات گفته می‌شود.

در نشر سنتی، فرایند توزیع از مراحل نشر جداست و از طریق عامل سومی به نام موزّع (پخش کننده) انجام می‌شود. محصولات نشر سنتی در مکانهای فیزیکی چون کتابخانه‌ها و فروشگاههای کتاب نگهداری و ذخیره می‌شوند که این موضوع مستلزم صرف هزینه‌های زیادی است (Aitchison, 1998).

۲. زنجیره اطلاعاتی نشر الکترونیکی

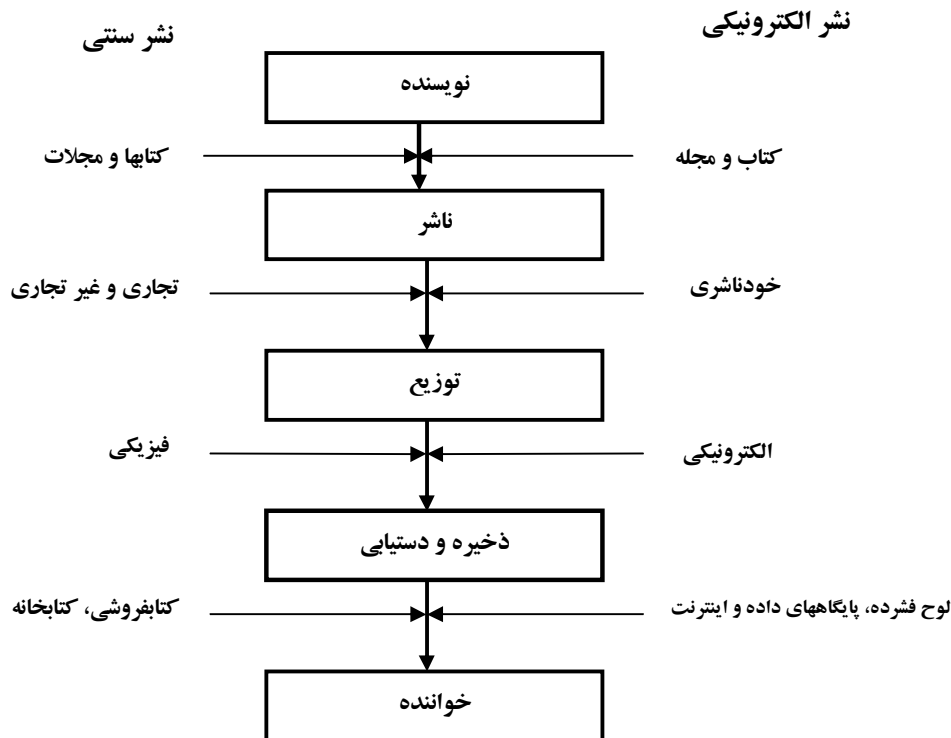
به طور کلی، عوامل موجود در نشر سنتی در نشر الکترونیکی نیز وجود دارد، ولی فرایند نشر دچار تغییر شده است:

الف) نویسنده: نقش نویسنده در هر دو حالت، یکسان است و نویسنده آثار خود را که حاصل تفکرات و دیدگاههای وی است، خلق می‌کند.

ب) خودناشری: در فرایند توزیع، توزیع فیزیکی جای خود را به توزیع الکترونیکی داده است؛ یعنی با ظهور رسانه‌های ذخیره سازی الکترونیکی چون «لوحهای فشرده»، «پایگاه داده» و «وب»، توزیع اطلاعات به صورت الکترونیکی انجام می‌گیرد، در حالی که در نشر سنتی، توزیع اطلاعات توسط واسطه‌ها صورت می‌گیرد. سود عمده‌ای که ناشران از نشر الکترونیکی به دست آورده‌اند، حذف مراحل فنی چاپ از مراحل نشر است، زیرا چاپ به روش سنتی، فرایندی پرهزینه برای آنهاست.

ج) برای ذخیره و بازیابی اطلاعات می‌توان از فروشگاههای الکترونیکی و وبگاههای ناشران استفاده کرد. این کتابفروشیهای الکترونیکی، امکان فروش برخط کتابها را برای خوانندگان ایجاد می‌کنند، در حالی که در نشر سنتی، کتابفروشیها و کتابخانه‌های سنتی، مرکز عرضه اطلاعات هستند (Charke, 1997). این تغییرات در شکل ۳ نشان داده شده است.

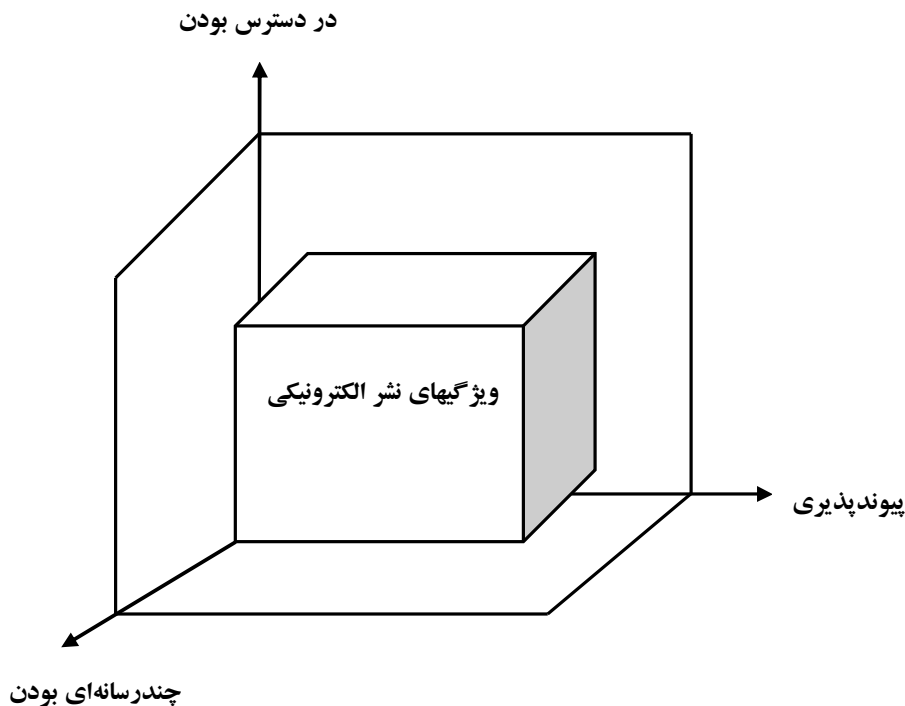
چرخه نشر سنتی در برابر چرخه نشر الکترونیکی / ۲۶۵



شکل ۳. تفاوت‌های زنجیره اطلاعات نشر سنتی و الکترونیکی

مزایای نشر الکترونیکی بر نشر سنتی

مرز بین نشر سنتی و نشر الکترونیکی، اغلب نامشخص است، اما می‌توان گفت نشر الکترونیکی با در نظر گرفتن سه بُعد اساسی که در شکل ۴ نشان داده شده است، برای کاربران، ارزش افزوده تولید می‌کند که عبارتند از: در دسترس بودن مطالب، پیوندپذیری مطالب با یکدیگر و چندرسانه‌ای بودن آنها (Loebbecke, 1999).



شکل ۴. ویژگی خاص نشر الکترونیکی

الف) در دسترس بودن

زمان تحویل: در نشر الکترونیکی، به دلیل متصل بودن به شبکه، اسناد در طول شبانه‌روز در دسترس هستند ولی در نشر سنتی، کاربر فقط در زمانهای خاصی می‌تواند به اسناد دسترسی داشته باشد.

مکان تحویل: یعنی در هر مکان از جهان اگر به شبکه وصل باشیم، می‌توانیم محصولات نشر الکترونیکی را دریافت کنیم. در حالی که در نشر سنتی، تنها در مکانهای خاصی می‌توان به محصول نشر دست یافت.

ب) چند رسانه‌ای بودن

مطالب در نشر الکترونیکی می‌توانند به صورت چند رسانه‌ای تولید شده، مورد استفاده قرار گیرند و ارزش افزوده‌ای برای مطالب چاپ شده پدید آورند. مهمترین ویژگی چند رسانه‌ای بودن مطالب در نشر الکترونیکی عبارتند از:

چرخه نشر سنتی در برابر چرخه نشر الکترونیکی / ۲۶۷

قالب چند رسانه‌ای به نویسندگان اجازه می‌دهد با استفاده از عناصر چند کاره‌ای چون متن، صوت، تصویر، ویدئو و انیمیشن در متنها، به آنها قابلیت‌های بیشتری ببخشند. متنها الکترونیکی را می‌توان به آسانی برای خوانندگان ارسال کرد. در صورتی که در نشر سنتی مطالب فقط به صورت متن و تصاویر ثابت نشان داده می‌شوند و نسبت به نشر الکترونیکی، ارزش کمتری را برای کاربران ایجاد می‌کنند.

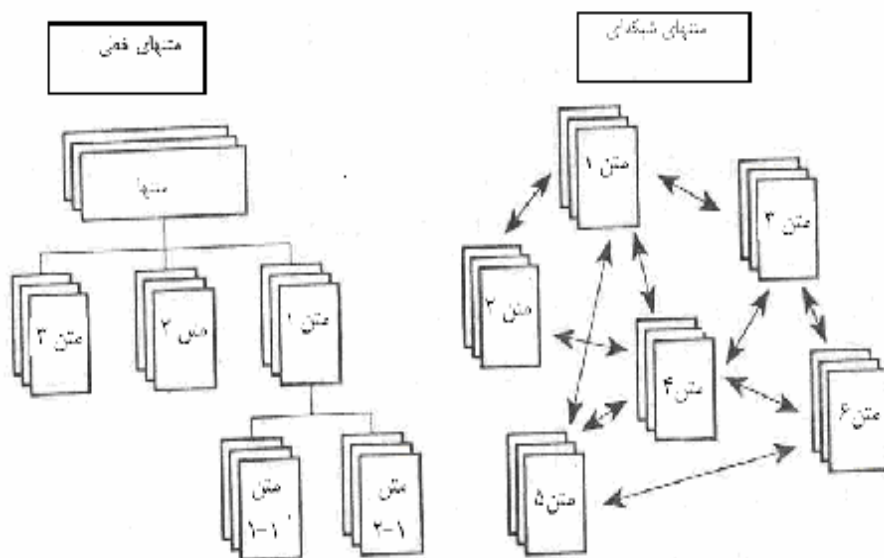
ج) پیوندپذیری مطالب

یکی از ویژگی‌های نشر الکترونیکی، شفافیت و پیوندپذیری مطالب به منابع دیگر است که موجب ارتباط و هدایت هدفمند خواننده به سایر مطالب می‌شود. مهمترین ویژگی‌های آن عبارتند از:

ابرمتن‌ها: بعد جدیدی از بازیابی اطلاعات را به وجود می‌آورد که از طریق آنها می‌توان به مطالب مرجع و مهم دیگری دسترسی پیدا کرد.

در نشر الکترونیکی، متنها به صورت شبکه‌ای با هم در ارتباط هستند؛ یعنی هر زمان می‌توان به صورت برخط به صفحات دیگر دسترسی یافت، در حالی که در نشر سنتی متنها به صورت سلسله مراتبی و پشت سر هم قرار می‌گیرند. در شکل ۵، تفاوت متنها شبکه‌ای و خطی نشان داده شده است (Brian, 1996).

واضح بودن مطالب: یکی از مهمترین ویژگی‌های نشر الکترونیکی، این است که پیوندهای جدیدی را به مطالب و مراجع جدید فراهم می‌کند. رسانه‌های الکترونیکی، این امکان را پدید می‌آورد تا اطلاعاتی که روی شبکه وجود دارند، به صورت ابرمتن در اختیار خواننده قرار گیرد.



شکل ۵. تفاوت نشر شبکه ای و نشر خطی

مزایای نشر الکترونیکی برای نویسندگان

الف) افزایش حق مؤلف

نشر الکترونیکی به نویسندگان اجازه می‌دهد مطالبشان را به صورت برخط و با هزینه کم بر روی وب عرضه کنند. نشر الکترونیکی، شیوه ارائه خدمات را به مشتریان بهبود می‌بخشد و به نویسنده اجازه می‌دهد تا بازخورد سریعی راجع به مطالب از سوی خوانندگان به دست آورد. برای مثال، نویسندگان می‌توانند به طور مستقیم و از طریق پست الکترونیکی و وبگاه‌هایشان با خوانندگان ارتباط داشته باشند و دیدگاهها و پیشنهادهای آنان را دریافت کنند. علاوه بر این، نشر الکترونیکی موجب افزایش پرداخت نویسنده (حق‌التألیف) شده است، به طوری که میانگین پرداخت حق‌تألیف نویسنده حدود ۲۰ تا ۳۰٪ قیمت حاصل از فروش کتاب در اینترنت است و حتی بعضی از ناشران الکترونیکی ۵۰٪ از درآمد فروش کتاب را به عنوان حق مؤلف در نظر می‌گیرند (Gregory, 1991).

چرخه نشر سنتی در برابر چرخه نشر الکترونیکی / ۲۶۹

در صورتی که در نشر سنتی، این میزان، حدود ۸ تا ۱۵٪ است. علاوه بر این، نویسندگانی که خود ناشر هستند، می‌توانند واسطه‌ها را حذف و به طور مستقیم با خواننده ارتباط برقرار کنند و زمان و هزینه‌های معاملاتی را کاهش دهند، اگرچه برای بازاریابی باید هزینه‌هایی را پردازند.

ب) افزایش قدرت چانه‌زنی

ورود به نشر اینترنتی به طور جدی، قدرت چانه‌زنی نویسندگان را افزایش داده است. اینترنت به نویسندگان اجازه می‌دهد از طریق وبگاهها و فهرستهای گفتگو، با خوانندگانشان ارتباط برقرار کنند. چنین ارتباطی با خواننده (خریدار) در نشر سنتی به قلم و ناشر محدود می‌شد. اما اگر اثر نویسنده به شکل الکترونیکی تولید شود، می‌تواند آن را به طور مستقیم بر روی اینترنت منتشر کند و یا حق نشر آن را به دیگران بفروشد. قدرت چانه‌زنی بر سر قیمت می‌تواند شامل تعیین قیمت و میزان حق تألیف باشد؛ البته نویسندگان موفق‌تر می‌توانند قیمت‌های بالاتری را برای آثار خود تعیین کنند، زیرا ناشران الکترونیکی حاضرند برای فروش محصولاتشان، آثار نویسندگان را با قیمت‌های خوب خریداری کنند.

ج) خودناشری^۱

با توجه به توسعه فناوریهای نوین، نهادهایی به وجود آمده‌اند که خدمات فنی و تخصصی شبکه‌ای را به قیمت‌های بسیار ارزان به پدیدآورندگان اثر می‌فروشند تا آنها بتوانند آثار خود را بدون واسطه تولید و توزیع کنند. خودناشری پدیده‌ای است در حال گسترش و ظرف سه سال - از سال ۱۹۹۹ میلادی تا سال ۲۰۰۲ میلادی - در کشورهای صنعتی حدود ۱۳٪ رشد کرده است و پیش‌بینی می‌شود در سالهای آینده، آهنگ رشد آن، شتاب بیشتری بگیرد (Dilevko, 2006). صاحب‌نظران معتقدند در سالهای آینده دو شاخه نشر، رشد عظیمی خواهد یافت:

ج-۱. «ناشران پدید آور»^۱ که به مراکز تراکم اطلاعات و به نوعی پدیدآور مبدل می‌شوند. این نوع ناشران با استخدام نویسندگان و کارکنان ماهر در مراحل مختلف نشر الکترونیکی در شرکتهای انتشاراتی، به نشر کتاب بدون واسطه اقدام می‌کنند.

1. Self Publishing.

ج-۲. «پدیدآورندگان خود ناشر»^۲ که بیش از پیش به فناوریهای جدید نشر دست می‌یابند. این نوع نویسندگان با تخصصهایی فنی که از طرف نهادهای فعال به آنها داده می‌شود، اقدام به تولید آثارشان بدون دخالت ناشران می‌کنند. خودناشری کتاب سابقه‌ای طولانی دارد. «کرمر»^۳ فهرستی گسترده از نویسندگانی که کتابهایشان را به صورت خود ناشری ایجاد می‌کنند، تهیه کرده است. اکثر این نویسندگان بدون هیچ کمکی از شرکتهای خودناشری رسمی، کارشان را آغاز کرده‌اند. از مشهورترین پدیدآورندگان خود ناشر می‌توان به «ویلیام بلیک»^۴ و «بنیامین فرانکلین»^۵ اشاره نمود. در آمریکای شمالی، خود ناشری به عنوان یک صنعت رسمی در اوایل و اواسط قرن بیستم رشد کرد و انتشاراتی چون «دورانس پابلیشنگ»^۶ در سال ۱۹۲۰ میلادی و «ونتیج پرس»^۷ در سال ۱۹۴۹ میلادی تأسیس شدند. خود ناشران معروفی چون «آی یونیورس»^۸، «زبریس»^۹ و «آدر هوس»^{۱۰} در اوایل و اواسط سال ۱۹۹۰ میلادی تأسیس شدند. این ناشران از فناوری چاپ بر اساس تقاضا استفاده می‌کنند. ناشر «آی یونیورس» برای فروش کتابهایش مبلغی در حدود ۲۹۹ تا ۷۴۸ دلار از مشتریان دریافت می‌کرد که این مبلغ بر طبق خواسته کاربر و با تسهیلاتی چون تجدید نظر نگارشی و غلط‌گیری کردن، قابل تغییر است. همچنین، این شرکت با تعیین شماره شابک^{۱۱} برای هر کتاب، کاربران را به صورت شبکه‌ای به کتابفروشیهای برخط وصل می‌کند. شرکت «پابلیش آمریکا»^{۱۲} در سال ۲۰۰۴، حدود ۴۸۰۰ عنوان کتاب تولید کرده که موج جدیدی از خودناشری را به وجود آورده است. نویسانه (حق‌التألیف)

1. Author Publisher.
2. Self-Publishing Author.
3. Kremer.
4. William Blake.
5. Benjamin Franklin.
6. Dorrance Publishing.
7. Vantage Press.
8. iUniverse.
9. Xlibris.
10. AuthorHouse.
11. ISBN.
12. Publish America.

چرخه نشر سنتی در برابر چرخه نشر الکترونیکی / ۲۷۱

نویسندگان در این شرکت به ازای فروش نسخه‌هایشان بین ۸ تا ۱۲٪ مبلغ پشت جلد است. ناشر دیگری به نام، بین سالهای ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳ میلادی، حدود دو میلیون عنوان کتاب به فروش رساند و در اوایل سال ۲۰۰۵ نیز تقریباً ۲۳۰۰۰ عنوان کتاب تولید کرد. در سال ۲۰۰۴ نیز سه ناشر «آی یونیورس»، «زبریس» و «آدر هوس»، حدود ۱۲۰۰۰ عنوان کتاب منتشر کردند و به عنوان برترین شرکتهای خودناشری در جهان معرفی شدند (Dilevko, 2006).

مزایای نشر الکترونیکی برای ناشران

ناشران سنتی، کتابها را در شمارگان زیادی برای به دست آوردن سود و فرصتهای زیاد چاپ می‌کنند. در این حالت، ممکن است به دلیل برابر نبودن عرضه و تقاضا، بازار توانایی فروش کتابها را نداشته باشد. علاوه بر این، چاپ کتاب در شمارگان زیاد، سرمایه‌گذاری در حمل و نقل، انبارداری و توزیع در خرده‌فروشیها از مضرات نشر چاپی است. چاپ کتابهای زیاد بدون تحقیق و تعیین تقاضای کاربران، کاری اصولی نیست و ناشران متحمل ضررهای فراوانی می‌شوند. در نشر سنتی، شمار زیادی از کتابهای چاپی به ناشران برگشت داده می‌شود، ولی تمامی این مشکلات از طریق کتابهای الکترونیکی برطرف می‌گردد. توزیع فیزیکی کتابها نسبت به توزیع الکترونیکی آنها پرهزینه‌تر است، علاوه بر این، نشر الکترونیکی، هزینه‌های انبارداری و کاغذ بازی را کاهش می‌دهد و یا از بین می‌برد. از سوی دیگر، برخلاف کتابهای چاپی که پس از چاپ در اختیار کتابفروشیها قرار می‌گیرند و در مدت زمان محدودی قابل دسترسی‌اند، کتابهای الکترونیکی در هر برهه از زمان در دسترسند. در نشر الکترونیکی، یک نسخه از کتاب در وبگاه قرار می‌گیرد و در صورت سفارش مشتری، کتاب مورد نظر تحویل داده می‌شود و بدین ترتیب دیگر مشکلی به نام برگشت کتاب وجود ندارد. به طور کلی، در نشر الکترونیکی، بهای کتاب، کمتر از نشر چاپی است. برای مثال اگر کتاب کاغذی به بهای ۶ تا ۱۰ دلار فروخته شود، همان کتاب در نشر الکترونیکی به بهای ۱ تا ۵ دلار، قابل فروش است (Gregory, 1991).

از سوی دیگر، فناوری چاپ بر اساس تقاضا^۱ سبب شده که ناشران از فرایند چاپ کردن هزاران کتاب به شیوه سنتی رهایی یابند. در این روش، پرونده‌های الکترونیکی بر اساس تقاضای خواننده با دستگاه چاپگر لیزری با کیفیت بالا چاپ و سپس صحافی می‌شوند. یکی از مزایای این روش، استفاده بخشی از یک متن، مثلاً یک یا چند فصل از یک کتاب است. هر چند باید اشاره کرد که این فناوری، از کاغذ استفاده می‌کند و مشابه کتابهای الکترونیکی ارزان نیست و قابلیت سرعت دسترسی بالا را دارد (Arora, 2001).

جمع‌بندی از نشر الکترونیکی

چنانکه ملاحظه شد، شبکه اینترنت، شرایطی فراهم می‌کند که ناشران برای نشر اطلاعات، راههای ارزان‌تری را انتخاب کنند، زیرا مجلات و صفحات الکترونیکی، نسبت به نسخه‌های چاپ شده، از نظر اقتصادی به صرفه‌تر هستند. مجلات و کتابهای الکترونیکی، ناشر را از سرمایه‌گذاری پرهزینه آزاد کرده، نگهداری منابع اطلاعاتی برای او آسانتر شده و از هزینه چاپ آنها کاسته خواهد شد. علاوه بر این، نشر الکترونیکی، یعنی کاستن هزینه‌های توزیع و انتشار. ناشر نه تنها با هزینه‌ای کمتر می‌تواند به خوانندگان دسترسی یابد بلکه با سرعت بالایی با آنها در ارتباط خواهد بود. کاهش این هزینه‌ها افزایش سرعت رسوخ نشر الکترونیکی را در گردآوری اطلاعات، ذخیره و پردازش اطلاعات نوید می‌دهد. مزایای اصلی نشر الکترونیکی را می‌توان به شرح زیر دسته‌بندی کرد (بابایی، ۱۳۸۲: صص ۲۳-۲۵):

۱. پس از انتشار، سرعت انتقال در محیط الکترونیکی بسیار زیاد است.
۲. هزینه انتشار متون، کمتر است.
۳. سرعت بازخورد مطالب، بیشتر است.
۴. فرایند انتشار مراحل، کوتاه و کم هزینه‌تر است.

1. Print On Demand.

۵. دسترسی کاربران از نقاط دور، آسان و سریعتر است.
۶. امکان مقایسه متون مشابه با سرعت بیشتر، زمان و هزینه کمتر، میسر است.
۷. امکان پرهیز از دوباره کاری فراهم می شود.
۸. کاهش در متون الکترونیکی سرعت بالایی دارد.
۹. امکان تدوین و طبقه بندی منابع اطلاعاتی در حوزه های گوناگون علوم در حجم بالا و مقیاس وسیع و با سرعت اندک فراهم می شود.
۱۰. امکان مباحثه و مذاکره درباره مطالب منتشر شده، به صورت همزمان (فردی و گروهی) فراهم می شود.
۱۱. پدید آورندگان می توانند مستقیماً اقدام به انتشار مطالب خود کنند.
۱۲. اشتراک منابع اطلاعاتی؛ 'مفهوم وسیعتر و واقعی تر می یابد.
۱۳. قالب بندی متون و تغییر شکل آن به تناسب سلیقه کاربر امکان پذیر است.
۱۴. دسترسی به مفاهیم و موضوعهای مرتبط در حوزه های گوناگون ممکن می شود.
۱۵. انحصار (هرچند نه در سطح وسیع) کم رنگ می شوند.
۱۶. برخی محدودیتهای دسترسی به منابع اطلاعات که در نشر سنتی وجود دارد، همچون محدودیتهای زمانی و مکانی و وجود شرایط خاص، رنگ می یازند.
۱۷. بازمینی، ویرایش و اصلاح مطالب، آسانتر و سریعتر است.
۱۸. امکان استفاده از سایر رسانه ها مانند صدا، تصویر و فیلم، همراه متون فراهم می شود.

از سوی دیگر، این شیوه جدید نشر، معایبی نیز دارد. برخی معایب نشر الکترونیکی، ذاتی هستند و برخی دیگر مانند مسائل مربوط به شیوه دسترسی کاربران، عارضی. از این رو، روشن است که این عوارض را با تمهیدات و روشهای مناسب می توان کاهش داد و یا از میان برداشت. اما تا زمانی که این عوارض، گریبانگیر طیف قابل توجهی از کاربران باشد، نمی توان از آنها چشم پوشید این موارد عبارتند از:

۱. رعایت نکردن حقوق مادی و فکری پدیدآورندگان (قانون حق نشر در محیط شبکه‌ای).
۲. ناکارآمدی موتورهای کاوش اینترنتی در بازیابی کامل و دقیق اطلاعات.
۳. عدم تسلط و مهارت کاربران در بازیابی اطلاعات.
۴. جابجایی یا حذف وبگاههای حاوی اطلاعات و خارج از دسترس شدن آنها.
۵. عدم اعتبار استنادهایی که به منابع علمی اینترنتی می‌شود و نداشتن اعتماد کافی مجامع علمی به این منابع.
۶. لزوم تدارک شرایط و ابزار مناسب شامل رایانه، خط ارتباطی و نرم افزارهای کاربردی برای دسترسی به اطلاعات.
۷. رعایت نکردن کامل استانداردهای نشر الکترونیکی (مانند استانداردهای زبانی و قالب‌بندی اطلاعات) از سوی همه ناشران.
۸. فراگیر نشدن استفاده از اینترنت (وبالطبع منابع الکترونیکی آن) در جهان، بویژه در کشورهای در حال توسعه.
۹. محدودیتها و تناقضهای موجود بین نشر آزاد مقالات و متون در اینترنت، توأم با چاپ آنها در نشریات متعارف.

نتیجه‌گیری

در عصر اطلاعات و ظهور پدیده نشر الکترونیکی، هیچ‌گاه موضوع جایگزینی کامل نشر الکترونیکی به جای چاپ، نگرانی‌ای جدی تلقی نشده است. پدیده نشر الکترونیکی به عنوان امکانی در «طول» نشر سنتی (چاپی) پذیرفته شده و نه جایگزین آن. در این مقاله، مفاهیم نشر الکترونیکی و نشر سنتی مورد بحث قرار گرفت و تفاوتها و مزایای آنها بیان و نشان داده شد که نشر الکترونیکی با پیدایش خود بسیاری از محدودیتهای نشر سنتی را برطرف نموده و موجب شده کاربران بتوانند با سرعت بالا و هزینه کم، اطلاعات را دریافت کنند. البته، این فناوری دارای محدودیتهایی نیز هست که در مقاله بیان شده است، با وجود این، نشر سنتی و نشر الکترونیکی در کنار یکدیگر ارزش زیادی دارند.

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۲). «در قلمرو نشر»، تهران، انتشارات ققنوس.
- ----- (۱۳۷۸)، «شمه‌ای از کتاب و کتابخانه»، تهران، نشر کتابدار.
- بابائی، محمود (۱۳۸۲)، «نشر الکترونیکی»، تهران، انتشارات مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.

-Stemmer,B(2000), "The silent revolution in electronic publishing its relevance for the mind and brain sciences",journal of electronic publishing.

-Hawkins, D.and F. Smith and B. Dietlrin. and E, Joseph and R. Rindfuss, (1994)

"Forces Shaping the Electronic Publishing Industry", In: The Electronic Publishing Business and Its Market,Blunden & Blunden, PIRA.

- Catenazzi, N and Gibb, F, "The publishing process: the hyper-book approach", journal of Information Science 21 (3); 2000 ;pp 161-172.

- Aitchison,T; "The database producer in the information chain",journal of Information Science 14 (6);1998; pp 319-327.

- Charke, R (1998) "Electronic publishing: a specialized form of electronic commerce",Department of Computer Science Australian National University.

- Loebbecke,C and Powell,P, "Electronic publishing: assessing opportunities and risks",International Journal of Information Management 19 (1999) 293-303.

- Brian and M ,Blunden (1996) "Electronic publishing strategies", published by Pira International.
- Gregory, J. Rawlins, E (1991), "The New Publishing, Technology impacton the publishing industry over the next decade".20
- Arora, J " Electronic Publishing: An Overview", University of Mysore Joint Workshop on Digital Libraries March 2001.
- Dilevko, J and Dali, K?" The self-publishing phenomenon and libraries", Library & Information Science Research 28(2006) 208–234.