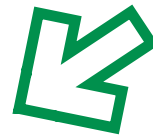


دو نام با یک هدف!

مقایسه نشر الکترونیکی با نشر سنتی



سودابه درخشنده

اشاره

نشر یکی از اساسی‌ترین و کارآمدترین مجراهای ارتباطی، سرچشمه‌های تولید دانش و آگاهی، منشأهای فرهنگ‌سازی، تحول و پیشرفت فرهنگی و یکی از پیوندگاه‌های آشکار جریان‌های فکری- فرهنگی نهفته و نهان یا ترکیبی از این‌ها یا همه است. لذا بر آن شدیم تا با استفاده از منابع موجود در این زمینه مقایسه‌ای بین نشر سنتی و الکترونیک داشته باشیم آنچه در پی می‌آید حاصل این تلاش است.

امتیازات نشر الکترونیکی

نشر الکترونیکی مدعی است از امتیازهایی برخوردار است؛ از جمله:

۱. **سرعت:** اگر متنی را وارد شبکه کند، می‌تواند با سرعتی که همه می‌شناسیم، آن را به همه خواهان‌ها و خواستارهایش برساند.
۲. **ارزانی:** هزینه‌های الکترونیکی مدام در حال کاهش و هزینه‌های سنتی همچنان در افزایش است.
۳. **حذف واسطه‌ها و هزینه‌های میانجی:** پدیدآورنده‌ای که توانایی کار با نرم‌افزارهای مختلف نشر را داشته باشد، به آسانی می‌تواند با مخاطبانش ارتباط برقرار سازد. ضمن اینکه هزینه‌هایی که، در نشر سنتی، میانجی‌ها بر کتاب تحمیل می‌کنند حذف می‌شود.
۴. **روزآمدی:** نشر الکترونیکی امکان می‌دهد که مطلب به سرعت تصحیح، تکمیل، تنقیح و روزآمد شود. پدیدآورنده می‌تواند اثر خود را از هر حیث به روز نگه دارد.
۵. **مخاطب جهانی:** هر کسی که در جهان به رایانه و اینترنت دسترسی داشته باشد و بتواند زبان نوشته را بخواند، مخاطب بالقوه است. در صورتی که هیچ کتاب چاپی، به رغم برخورداری از بهترین کیفیت، هیچ‌گاه و تحت هیچ شرایطی نمی‌تواند چنین مخاطبی را از آن خود کند.
۶. **رابطه دوسویه:** مخاطبان می‌توانند تأثیری را که از اثر می‌پذیرند و برداشت خود را با پدیدآورنده در میان بگذارند. در مواردی چنین ارتباطی مطلوب‌ترین ارتباط برای پدیدآورنده است.
۷. **همکاری، تعامل، کار مشترک:** این از دیگر امکانات نشر الکترونیکی است و در اختیار همه کسانی قرار می‌گیرد که در هر کجا که هستند می‌توانند به عنوان پدیدآورنده یا یکدیگر همکاری و مبادله فکر و نظر داشته باشند.
۸. **تأثیر خواننده بر اثر:** مهم‌ترین دستاورد نشر الکترونیکی تأثیر خواننده بر اثر است، زیرا می‌تواند در بنیادها و سیر پدیدآورندگان، انقلابی ایجاد کند (آذرنگ، ۱۳۸۲).

کلیدواژه‌ها

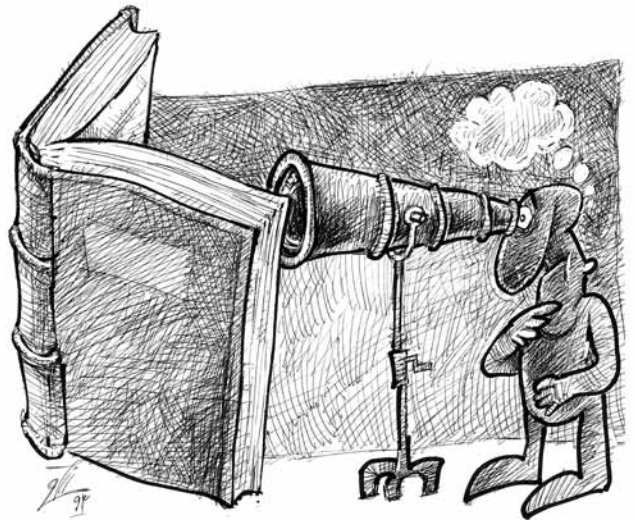
فناوری نوین در صنعت نشر

این باور که صنعت نشر برای بقای خود باید به فعالیت اقتصادی سودآور تبدیل شود و بهره‌وری مطلوبی از کارکرد خود داشته باشد، لزوم استفاده از فناوری‌های نوین را با توجه به امکانات متنوع و کاربردهای گسترده آن‌ها برای ناشران ایجاب می‌کند. رایانه که خود با ارائه کاربری‌هایی چون: تصحیح متن، ویرایش، صفحه‌آرایی و ... بر روی صفحه نمایش موجب تحول گسترده‌ای در نشر شد، در حال حاضر به لحاظ فراهم کردن امکانات برقراری ارتباط با نقاط مختلف جهان از طریق اینترنت تغییرات عمیق و گسترده‌ای را در صنعت نشر جهان پدید آورده است. کاربران اینترنت فواید این پدیده را در صنعت نشر، در دسترسی آن به جدیدترین اطلاعات یا تبادل اطلاعات آن، برقراری ارتباط با افراد از طریق پست الکترونیکی و دسترسی به کتاب‌های جدید و ... می‌دانند. به نظر می‌رسد در شرایط کنونی یکی از ابزارهای موفقیت حرفه‌ای، هم‌نوایی با آهنگ پرشتاب نوین‌گرایی باشد که ناشران به دلیل زمینه حرفه‌ای خود در تجهیز شدن به این ابزار باید پیشگام باشند (مؤمنی، ۱۳۹۰).

نگرانی درباره آینده کتاب چاپی (کتاب کاغذی) خاص جامعه ما نیست. این بحث در تمام جهان مطرح است که بر سر کتاب چاپی چه خواهد آمد و کتاب الکترونیکی چه وقت جای کتاب چاپی را خواهد گرفت؟ عده‌ای پیش‌بینی کرده‌اند تا ۱۰ سال دیگر مراکز چاپ کتاب برچیده و مشاغل وابسته به این کار تعطیل خواهد شد.

تقابل میان مدعیان جدید نشر، یا به اصطلاح متخصصان نشر الکترونیکی و ناشران قدیمی که حالا به آن‌ها «ناشران سنتی» می‌گویند، چه نوع تقابلی است. فرهنگی؟ اجتماعی؟ اقتصادی؟ فناورانه؟ کهنه و نو؟ یا از انواع دیگر؟

هر گونه فناوری معمولاً زاییده نیاز زمان است. فناوری‌هایی که



زیرساخت‌های واقعی کتاب چاپی و کتاب الکترونیکی که موجود باشد، امکانات، استعدادها و توان جامعه در شرایط رقابت آزاد به سمتی سوق می‌کند که از وضعیت موجود بهترین استفاده را به عمل آورد. آینده‌نگری صحیح و مؤثرترین راه حمایت، حذف کردن مانع‌ها و ایجاد زیرساخت‌ها برای تولید است (آذرنگ، ۱۳۸۲).

ارائه راهکارها و پیشنهادها:

بر طبق نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل مطالب ارائه‌شده، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱. برگزاری بوستان‌های کتاب در سطح شهر

بوستان‌های کتاب را می‌توان مراکز کوچک‌تری جهت ارائه و معرفی کتاب‌های مختلف به شهروندان دانست. ایجاد بوستان‌های کتاب در سطح شهر به شهروندان کمک می‌کند که دسترسی راحتی را داشته باشند. اگر قبول داشته باشیم که

داشته باشیم که «از دل برود هر آن چه از دیده رود»، پس باید برای دل‌نشین کردن کتاب‌ها و ترغیب مردم به آن‌ها، کتاب را در دیده و دسترس مردم قرار دهیم.

۲. برگزاری نمایشگاه‌ها و حراج‌های کتاب

برگزاری نمایشگاه‌های دائمی و فصلی کتاب (با عرضه کتاب به قیمت‌های مناسب) و حراج‌های دائمی و فصلی کتاب گام مفیدی در جهت معرفی کتاب‌های جدید و عرضه مناسب آن‌ها به اقشار مختلف مردم است. این گونه مراکز که به‌گونه‌ای مراکز تفریحی نیز محسوب می‌شوند، مکان‌هایی

برای حضور رغبت‌آمیز شهروندان و به‌خصوص حضور کودکان و نوجوانان به همراه اولیاءشان است.

۳. تبلیغات وسیع برای معرفی کتاب‌های جدید

در زمانه‌ای که تبلیغات از طریق رسانه‌هایی نظیر رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، مطبوعات نقش بسیار مهمی در ترغیب و ایجاد انگیزه و گرایش شهروندان به مصرف کالاها دارد، ما نیز بایستی به همین طریق آن‌ها را با محصولات فرهنگی، به ویژه کتاب، آشنا سازیم و به مطالعه آن‌ها ترغیب کنیم. بخشی از هزینه‌های تبلیغاتی را می‌توان از ناشران تأمین کرد. البته این امر نیز خود نیازمند کارشناسی‌های مختلف است (چه کتاب‌هایی و در چه زمان‌هایی و چگونه تبلیغ شوند).

ارائه موارد مطرح شده می‌تواند اطلاعاتی را فراهم آورد که زمینه‌ساز برنامه‌ریزی‌های آینده باشد. ایجاد زیرساخت متناسب توسط دولت برای نشر محلی و یا نشر استانی از پیشنهادات این پژوهش است.

منابع

۱. آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۲). در قلمرو نشر، ویرایش و دانش‌نامه‌نگاری. تهران: ققنوس.
۲. مؤمنی، فرشاد (۱۳۹۰). تحلیل آماری سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب میان سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۸۷. پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، سال اول، بهار و تابستان ۱۳۹۰: ۱.

امتیازات نشر چاپی

اما امتیاز کتاب چاپی عبارت است از:

۱. **جسم و جان.** هم جسم و هم جانی دارد که عده‌ای به آن علاقه دارند. آن را حس و لمس می‌کنند. در آن حیات می‌بینند به حدی که برخی با آن معاشقه معنوی می‌کنند. بنابراین تا این حس و حال باقی است، نیاز به تولید کتاب چاپی هم باقی است.
۲. **ویژگی حمل.** در موقعیت‌هایی قابل استفاده است که کتاب الکترونیکی (EB) هنوز نتوانسته است و شاید هیچ‌گاه هم نتواند آن موقعیت‌ها را از آن خود کند. عده‌ای در رختخواب یا در وسایل حمل‌ونقل یا در حال قدم زدن یا در جاهای دیگری کتاب می‌خوانند. کتاب را در جیب، کیف یا در دستان خود حمل می‌کنند و از همراه داشتن و رفتن با آن لذت می‌برند. این لذت‌ها را هم نمی‌توان به چالش خواند و تا این لذت هست، کتاب چاپی هم هست.
۳. **چشم‌نوازی.** عده‌ای از وجود کتاب در خانه و محل کار، از قفسه‌های کتاب و از نگاه کردن به جلد‌ها و عطف‌های کتاب احساس رضایت می‌کنند. حتی جنبه تزئینی کتاب برای بعضی با چیز دیگری قابل تعویض نیست.
۴. **دسترسی.** بخش عمده‌ای از مردم جهان به تجهیزات الکترونیکی دسترسی ندارند و سال‌های سال وقت لازم است تا همه کشورهای جهان بتوانند دسترسی اتباع خود به تجهیزات لازم را فراهم بیاورند.

۵. **استفاده.** نحوه استفاده عده‌ای از کتاب، علاقه‌ای که به خط کشیدن، حاشیه نوشتن و ورفتن با آن دارند، عادت نیست که به سادگی بتوان آن را تغییر داد (آذرنگ، ۱۳۸۲).

بررسی آمار فروش کتاب در دهه گذشته نشان می‌دهد که کتاب چاپی، هرگز به سادگی میدان را برای کتاب الکترونیکی خالی نخواهد کرد. نشر «سنٹی» در بسیاری از کشورهای پیشرو، خود را به دانش‌های فنی جدید مجهز ساخته است و اجازه نمی‌دهد سرعت تحولات آن را غافلگیر کند (آذرنگ، ۱۳۸۲).

واقعیت این است که این دو نشر را با هم و در کنار هم باید پذیرفت. هر دو به زندگی خاص خود ادامه خواهند داد و هر کدام کاربردها، استفاده‌ها و مخاطبان ویژه خود را خواهند داشت (آذرنگ، ۱۳۸۲).

سیاست متوازن حمایت از این دو شیوه نشر (صنعت)، آینده کتاب را از هر دو جهت تضمین می‌کند. از وظیفه‌ها و مسئولیت‌های اصلی هر دولتی ایجاد زیرساخت‌هاست.

هر فناوری که هم نیروی اقتصادی و هم نیاز اجتماعی حامی آن باشد به سهولت می‌تواند دم از آرمان‌های فرهنگی بزند یا حتی گامی فراتر رود و از آرمان‌های بشری سخن بگوید و فناوری دیگری را به چالش بخواند