

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (GAN)

مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



آموزش استفاده از وب آو ساینس

کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

گسترش امانت کتاب از کتابخانه‌های کتاب الکترونیکی

فهیمة محمد سمسار

مترجم و مولف

fahime.semsar@gmail.com

مقدمه

نظر به اینکه کتاب الکترونیکی بخش هسته‌ای تجارت ناشران امریکا محسوب می‌شود، کتابخانه‌ها و فروشندگان کتاب، برنامه‌های امانت کتاب الکترونیکی را با هدف ایجاد مشتری، با ابزار خوانش الکترونیکی از راه دور مجهز و طراحی کرده‌اند.

به گفته‌ی آمازون^۱، دارندگان کتابخانه‌ی کیندل^۲، برنامه‌ی جنجال‌برانگیز امانت کتاب الکترونیکی که برای مشترکان اصلی آمازون طراحی شد، فروش کتاب‌های خود را برای عناوین کتابخانه‌ی الکترونیکی بالا برد. دارندگان کیندل که دارای عضویت اولیه و اصلی در سایت آمازون هستند، می‌توانند از بین هزاران کتاب موجود در کتابخانه‌ی آمازون کتابی را به رایگان امانت بگیرند. کتابخانه‌ی تازه تأسیس آمازون، متشکل از هزاران عنوان کتاب از جمله بیش از صد عنوان کتاب از بهترین و پرفروش‌ترین کتاب‌های نیویورک تایمز است که کاربران می‌توانند به مدت یک ماه به رایگان به امانت بگیرند.

اما جالب اینجاست که اخیراً ناشر بزرگ نیویورک، پنگوئن^۳، در امریکا اعلام کرده است که ارائه‌ی عناوین جدید کتاب الکترونیکی به مشتریان و اعضای کتابخانه را از طریق اوردرایو^۴ (از مهم‌ترین توزیع‌کنندگان کتاب الکترونیکی و محتوای دیجیتال به ۱۵۰۰۰ کتابخانه عمومی و دانشگاهی در سراسر دنیا که بیش از ۱۱۰۰۰ این کتابخانه‌ها در امریکاست) ادامه نخواهد داد.

در حالی که عاملان اصلی صنعت کتاب از جمله پنگوئن، اوردرایو و سایرین با فناوری‌های جدید فروش کتاب و خوانش الکترونیکی روبه‌رو هستند و کتابخانه‌ها همچنان به کار خود برای نسل جدید در عصر کتاب دیجیتال ادامه می‌دهند: ایجاد مشتری با دسترسی رایگان به اطلاعات با استفاده از فناوری‌های موجود و خرید کتاب‌های الکترونیکی از ناشران و امانت آن‌ها به مشتریان درست مثل کتاب‌های چاپی.

ناشران هم به فروش کتاب‌های چاپی و الکترونیکی به کتابخانه‌ها ادامه می‌دهند و از مؤسسات عمومی به عنوان سکویهای بازاریابی برای کتاب‌های جدید خود استفاده می‌کنند.

امانت کتاب الکترونیکی در سال ۲۰۱۲

براساس گزارش مجمع کتابخانه‌های امریکا در شیکاگو، بیش از ۱۲۰۰۰۰ کتابخانه عمومی، دانشگاهی، دانش آموزی، نظامی، دولتی و ویژه در امریکا وجود دارد که قریب به صد درصد کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی مجهز به اینترنت برای دسترسی کارکنان و عموم هستند. مطابق یک فصل‌نامه امریکایی با عنوان Patron Profiles، دوسوم کتابخانه‌ها گزارش کرده‌اند که برای مشتریان خود امکانات کتاب الکترونیکی فراهم کرده‌اند. پژوهش صورت گرفته میان ۱۰۲۹ کتابخانه در سال ۲۰۱۱ نشانگر آن است که کتابخانه‌ها در کل خواهان امکانات بیشتر و راحت‌تر برای دسترسی مشتریان‌شان به کتاب‌های الکترونیکی هستند. در حقیقت، امانت کتاب الکترونیکی آنقدر در کتابخانه‌های عمومی امریکا طرفدار دارد که کتابداران منبع اطلاعات کتاب الکترونیکی به نام e-book central را بعد از تعطیلات کریسمس در دسامبر راه‌اندازی کردند تا از هجوم خوانندگان بی‌تجربه کتاب الکترونیکی پیشگیری کنند. شرکت‌های خصوصی هم کتاب امانت می‌دهند. در نوامبر، آمازون کتابخانه‌ای را برای صاحبان ابزار کیندل خود راه‌اندازی کرد. در حال حاضر این شرکت ۵۰۰۰۰ عنوان کتاب برای امانت دارد.

ناشران و امانت کتاب

مدیر ارشد مجمع کتابخانه‌های امریکا اخیراً ملاقاتی با نمایندگان برخی از ناشران بزرگ امریکا از جمله پنگوئن، مک‌میلان^۵، رندم هاوس^۶، سیمون و شاستر^۷ و گروه پرسوس^۸ داشته است. در آن

نشست، دو ناشر رندم هاوس و پرسوس توافق کردند که کتابخانه‌های الکترونیکی آن‌ها را خریداری کرده و امانت دهند. پنگوئن تنها کتاب‌های قدیمی خود را به کتابخانه‌ها عرضه کرد و مک میلان و سیمون و شاستر هیچ کتابی به کتابخانه‌ها نفروختند. در نتیجه این نشست، رندم هاوس از اول مارس ارزش کتاب‌های الکترونیکی خود را برای توزیع کنندگان اوردرایو اینگرام و 3M بالا برد. عمده‌فروشان خود ارزش کتاب‌ها را برای کتابخانه‌ها تعیین می‌کردند.

ناشران مستقل کوچک‌تر تمایل بیشتری برای تعامل دیجیتال با کتابخانه‌ها دارند. آن‌اربر، نشر دانشگاهی، با کتاب الکترونیکی همانند کتاب‌های چاپی برخورد می‌کند. ناشر با مشورت توزیع‌کننده کتاب الکترونیکی، کتاب‌های الکترونیکی خود را به فروشندگان آنلاین کتاب و کتابخانه‌ها می‌فروشد. این ناشر همچنین کتاب‌های الکترونیکی را مستقیماً به کتابخانه‌ها می‌فروشد و آن‌ها را به سرورهای کتابخانه آپلود می‌کند و به کتابخانه‌ها اجازه می‌دهد که کتاب‌ها را با فرمت کیندل یا EPUB عرضه کنند و در نهایت کتاب را به مدت دو یا سه هفته بدون محدودیت‌های کپی به کاربران کتابخانه امانت دهند. از نظر بسیاری از ناشران، امنیت محتوای کتاب الکترونیکی بسیار مهم است و درست به همین دلیل نشر پنگوئن از این کار ممانعت می‌کند.

امانت اجتماعی، توزیع کنندگان

در حالی که ناشران و کتابخانه‌ها در حال بررسی تعداد کاربران کتاب‌های الکترونیکی هستند، روزبه‌روز بر تعداد شرکت‌هایی که کتاب الکترونیکی امانت می‌دهند، اضافه می‌شود. در حال حاضر اوردرایو بزرگ‌ترین توزیع‌کننده کتاب‌های الکترونیکی به کتابخانه‌هاست. این شرکت بیش از ۶۵۰۰۰۰ عنوان کتاب دارد و این عناوین را به بیش از یک میلیون کاربر توزیع

می‌کند. اینگرام و 3M هم توزیع کنندگانی هستند که هم با کتابخانه‌ها کار می‌کنند و هم به ارائه خدمات دانشگاهی و تحقیقاتی می‌پردازند.

توزیع کنندگان سنتی هم به دیگران ملحق شدند تا روش‌های مختلف امانت کتاب الکترونیکی به کاربران را از طریق شبکه‌های اجتماعی چون کوپیا، شرکت مدیریت زنجیره تأمین دیجیتال، تسهیل کنند. در این حالت ناشر خالق محتوای کتاب الکترونیکی، با شبکه اجتماعی و گروهی از خوانندگان و ایرلس الکترونیکی ارتباط برقرار می‌کند و تجربه کشف جدید در صنعت کتاب رقم می‌خورد.

در دسامبر، شبکه آزاد اجتماعی امانت کتاب الکترونیکی مدیریت حقوق دیجیتال کتاب‌های الکترونیکی را با دسترسی کاملاً محدود و حفظ حقوق کپی‌رایت به اشتراک گذاشت.

اورد رایو هم شبکه اجتماعی را با سیستم خود ادغام کرد تا بسته‌های کتاب را با دوستان به اشتراک بگذارد و سیستم عدم نمایش کتاب بر روی صفحه اصلی کتابخانه، توئیتر و فیس‌بوک را ترغیب کند. این توزیع‌کننده همچنین برنامه‌ای طراحی کرد که به کاربران اجازه می‌دهد در صورت موجود نبودن کتاب برای امانت، کتاب‌ها را مستقیماً از آمازون خریداری کنند. این طرح روند فروش کتاب را تسهیل می‌کند.

آینده امانت کتاب الکترونیکی

در حالی که توزیع کنندگان، الگوهای جدید توزیع کتاب الکترونیکی را از طریق کتابخانه‌ها تجربه می‌کنند، کتابخانه‌ها خود در جست‌وجوی راه‌های جدید دسترسی به اطلاعات هستند و همچنین تلاش می‌کنند اعتماد ناشران را جذب کنند.

به عنوان مثال، کتابخانه کنگره آمریکا با آرشیو اینترنتی محتوای آنلاین و کتابخانه دیجیتال دانشگاه میشیگان هاتی تراست^{۱۰} کار می‌کند تا کتاب‌های الکترونیکی را دیجیتالی و توزیع کند.

کتابخانه کنگره همچنین با همکاری ناشران در جست‌وجوی راه‌های دستیابی به نسخه‌های دائمی کتاب‌های چاپ‌شده است.

لابراتوار نوآوری‌های آموزشی کتابخانه هاروارد در دانشکده حقوق هاروارد تلاش می‌کند به پرسش‌هایی که در خصوص چگونگی امانت کتاب دیجیتال در کتابخانه‌ها در آینده مطرح می‌شود، پاسخ دهد. این لابراتوار در حال طراحی ابزارهای فناوری مدرن برای تسهیل روند اشتراک کتاب میان ناشران، کتابخانه‌ها و مشتریان است. طبق گزارش جف گولدنسون^{۱۱}، طراح وب و متخصص ارتباطات چندرسانه‌ای (مولتی مدیا) در لابراتوار، مهم‌ترین نگرانی این لابراتوار این است که کتابخانه‌ها چگونه جست‌وجوی کاربران را در آینده پشتیبانی، و برای پیدا کردن کتاب‌های جدید برای مشتریان از چه فناوری‌ای استفاده خواهند کرد.

گولدنسون همچنین بر روی فرم جدید صاحب امتیاز اثر که به کتابخانه‌ها اجازه می‌دهد با حفظ حقوق صاحبان کپی‌رایت و منافع تجاری ناشران دسترسی به کتاب‌های الکترونیکی را فراهم کنند، کار می‌کند. موضوعی که همچنان در جهان امانت کتاب الکترونیکی موضوع داغ و جنجال‌برانگیزی است. ما شاهد تحول و تغییر در امکان امانت گرفتن کتاب الکترونیکی از کتابخانه‌ها هستیم. نقش سنتی ناشر، توزیع‌کننده، فروشنده کتاب و کتابخانه رو به کمرنگ شدن است. در حالی که در دنیای رو به کاهش خرده‌فروشی ناشران درگیر فروش و بازاریابی کتاب‌های خود هستند، کتابخانه‌ها به جایگاه ارزشمندی رسیده‌اند. فضای دیجیتال کتابخانه‌ها به سمت و سوی می‌رود که امانت کتاب الکترونیکی تأثیر مشابهی همچون تأثیر فیزیکی بر مشتریان خود داشته باشد.

با توجه به افزایش تقاضا برای امانت کتاب الکترونیکی از کتابخانه‌ها، شناخت محتوای کتاب دیجیتال جهت خرید و فروش و امانت آن برای کاربران یا مشتریان و همچنین ناشران، کتابخانه‌ها، توزیع‌کنندگان و سایر عوامل کتاب حائز اهمیت است.

شناخت محتوای کتاب دیجیتال

با وجود شباهت‌های بسیاری که میان شناخت کتاب‌های فیزیکی و محتوای کتاب دیجیتال در زنجیره تأمین کتاب هست، بر سر الگوهای جدید تجاری و کانال‌های جدید تحویل کتاب چالش وجود دارد. گفتنی است که شناخت استانداردهای محصولات دیجیتال یک نیاز محسوب می‌شود. شماره بین‌المللی استاندارد کتاب (شابک) برای شناخت و ارائه محصولات دیجیتال در چارچوب زنجیره تأمین کتاب در نظر گرفته شده است. هر محصولی باید به طور جداگانه و مستقل معرفی شود و این امر از طریق شابک قابل شناخت است. اگرچه مشخصه فعل دیجیتال نمی‌تواند جایگزینی برای شابک باشد، می‌تواند محتوای کتاب دیجیتال را بر روی وب مشخص کند. ناشران و دیگر عوامل کتاب باید امکاناتی برای استفاده از کد بین‌المللی استاندارد متن به عنوان وسیله‌ای برای اختصاص جلوه‌های مختلف اثر متنی فراهم کنند. همچنین باید همه شیوه‌های ممکن برای اختصاص مشخصه‌ها به‌ویژه در جایی که کتاب دیجیتال از طریق گزارش دقیق و بینابینی فروش ارائه می‌شود، بررسی کنند. استفاده از یک شابک منفرد برای همه جلوه‌های دیجیتال یک اثر، به طور جدی منع شده است. استفاده از مشخصه‌های سیزده رقمی مشابه شابک جز در مواردی که توسط آژانس‌های شابک اختصاص داده می‌شود، در تمام شرایط به طور جدی منع شده است. فروش کتاب الکترونیکی و محتوای کتاب دیجیتال امروزه در بخش‌های حرفه‌ای و دانشگاهی به جایگاه خاصی رسیده است. قسمتی از این بخش‌ها - نشریه‌های پژوهشی - در طول پانزده سال گذشته تقریباً به تکامل رسیده‌اند، یعنی در جایی که دسترسی و کاربرد روزانه به صورت آنلاین است. با آمدن بازار ابزار جدید خوانش الکترونیکی و بروز زنجیره جدید تأمین کتاب، به نظر می‌رسد که انقلاب نشر الکترونیکی در تمام بخش‌های صنعت کتاب گسترش یافته است.

چالش‌های موجود در محتوای کتاب دیجیتال

از نظر ناشرانی که نخستین گام‌ها را در انتشار کتاب الکترونیکی برداشته‌اند، مکانیسم تجاری فروش کتاب مستقل به مشتری نسخه الکترونیکی، چه به صورت دانلود روی کامپیوتر شخصی یا هر وسیله دیجیتال، مشابه فروش یک کتاب چاپی است. با وجود این، وقتی محتوای کتاب به صورت دیجیتال است، شماره نهایی الگوهای جدید تجاری، چه به صورت آنلاین چه به صورت آفلاین، موجود است.

بسیاری از این الگوهای جدید تجاری در چارچوب بخش‌های دانشگاهی و حرفه‌ای بررسی و آزمایش شده‌اند. چنین الگوهایی از خرید دائمی و فوری نسخه کتاب الکترونیکی گرفته تا امانت یا اشتراک کتاب را شامل می‌شود. در چارچوب چنین الگوهایی می‌توان حقوق کاربرد کتاب را مشخص کرد. این همان دنیای جنجال‌برانگیز مدیریت حقوق محدود و کنترل‌شده ناشر است. مدیریت حقوق دیجیتال، حق حرکت محتوا میان ابزار، چه کامپیوتر شخصی چه ابزار دیگر دیجیتال همزمان، حق چاپ صفحات یا همه صفحات و حق گرفتن محتوا از طریق کپی پیست را می‌دهد. در چارچوب حقوق کاربرد اثر، کنترل نامحدود است: اجازه پرینت یا کپی صفحات یا درصدی از کل صفحات یا حداکثر صفحات را در یک زمان، یا حداکثر در عرض یک هفته یا یک ماه یا هر زمان دیگر می‌دهد. این ترکیب‌ها تقریباً نامحدودند و همه آن‌ها مسائل شناخت چه در زمینه تجارت در زنجیره تأمین کتاب و چه حفظ ثبت و سیستم‌های ناشران را مطرح می‌کنند. با وجود الگوهای جدید تجاری، نیاز به خدمات جدید تخصصی از سوی فروشندگان احساس می‌شود. سیستم‌های پیچیده مدیریت محتوا اعم از سیستم‌های مدیریت ارزیابی دیجیتال و سیستم‌های انباشت، پول‌زایی و توزیع دیجیتال گسترش پیدا کرده‌اند. برخی از این سیستم‌ها توسط رقبای جدید صنعتی توسعه یافته‌اند و ناشران و فروشندگان کتاب سنتی تقاضای خود را برای فرمت استاندارد شناخت محصولات دیجیتال آغاز کرده‌اند.

این یک نیاز فوری است. در محیط تجاری، فروشندگان کتاب، کتابخانه‌ها و ناشران باید بدانند که کدام نسخه‌ها موجودند و کدام یک قابل ارتقا، سفارش، و خرید و فروش هستند. مشتریان باید بدانند کدام نسخه‌های دیجیتال عناوین موجودند و آیا با نیازهای آن‌ها و با ابزار نرم‌افزاری یا سخت‌افزاری آن‌ها مطابقت دارد یا نه. همچنین مشتریان باید از حقوق کاربرد محصول آگاه باشند. بنابراین، شناخت استفاده از استانداردهای شناخت و شرح محتوای دیجیتال با تکامل بازار جدید نشر یک ضرورت محسوب می‌شود.

مشخصه‌های موجود

با توجه به کامپیوتری شدن صنعت بین‌المللی کتاب در دهه ۱۹۷۰، تقریباً همه نیازهای شناخت کتاب پیرامون شماره بین‌المللی استاندارد کتاب (شابک) مدیریت شده است. شابک، داستان موفقیت آمیزی دارد و ۱۶۶ کشور در حال حاضر اعضای این سیستم هستند. موفقیت بین‌المللی شابک و ترویج نشر الکترونیکی، منجر به گرفتن این تصمیم در سال ۲۰۰۵ شد که فرمت ده رقمی شابک جای خود را به فرمت سیزده رقمی شابک الکترونیکی دهد. این راهکار در ژانویه ۲۰۰۷ اجرا شد و نگرانی‌های اساسی در خصوص تمام شدن شماره‌ها را از بین برد. گرچه هنوز هم نگرانی‌های جدی در خصوص زیاد شدن شماره در میان ناشران، توزیع‌کنندگان و سیستم‌های فروش کتاب وجود دارد. به‌رغم استفاده از مشخصه‌ها، هنوز هم مسئله مدیریت و شناخت بسیاری از هزاران محصول جدید دیجیتال در صنعت دیجیتال مطرح است. در طول پروسه بررسی شابک استاندارد در سال ۲۰۰۵، فرصتی فراهم شد تا حوزه محصول استاندارد و قابل قبول از طریق مشخصه شابک هم بررسی و بازتعریف شود. استاندارد جدید برای اولین بار آشکارا همه بخش‌های نشر الکترونیک و مقالات ژورنالی را ادغام کرد. (وقتی به صورت جداگانه خریداری می‌شدند.)

شابک مشخصه زنجیره تأمین کتاب دیجیتال است و برای شناخت هر جلوه تجاری نشر به طور جداگانه به کار می‌رود. هدف اصلی شابک تسهیل در امر تجارت کتاب و پیدا کردن کتاب در پایگاه داده‌های کتاب‌شناسی و بروشورهای کتابخانه‌ای است و از سیستم خرده‌فروشی کتاب و مدیریت حقوق کتاب و همچنین برنامه حقوق امانت کتاب حمایت می‌کند. شابک برای شناخت قراردادهای، حق التألیف‌ها یا بخش‌های یک محصول فردی در یک منبع اطلاعاتی طراحی نشده است. گرچه ناشران در واقع از شابک برای چنین کارکردهایی استفاده می‌کنند. در حقیقت در بسیاری از سیستم‌های ناشر، شابک به عنوان کلید شناسایی ویژگی محصول موجود و فروش و توزیع آن، پشتیبانی فیزیکی و مدیریت تولید، اختصاص هزینه و مدیریت قراردادهای، فروش حقوق کتاب، پرداخت حق التألیف و عوامل تحلیل مالی آن شناخته شده است.

اما پرسش اصلی این است که آیا شابک می‌تواند بهترین مشخصه نشر دیجیتال در کلیه فرمت‌های مختلف کتاب باشد؟ واضح است که شابک یک عیب اساسی دارد و آن این است که نمی‌تواند وسیله‌ای برای اختصاص یا ادغام جلوه‌های مختلف محتوا باشد، کار کردی که اساساً به عنوان چاپ مجدد نسخه‌های دیجیتال همان عنوان در سیستم‌های صنعت کتاب حائز اهمیت است.

ناشران، کتابخانه‌ها و آژانس‌های کتاب‌شناسی راه‌حلی سنتی برای موضوع مطرح‌شده دارند؛ اینکه چطور همه راه‌های خرید محتوای خاص را برای مشتری ادغام کنند؛ به صورت جلد سخت یا نرم و نسخه‌های ترجمه‌شده به زبان‌های مختلف. در حال حاضر مکانیسم‌های مختلف، ارتباط عناوین و ترکیب آن‌ها، ساختار اطلاعات اونیکس (فرمت XML ذخیره و اشتراک اطلاعات کتاب‌شناسی مربوط به کتاب‌های سنتی و الکترونیکی) به کار می‌رود، اما این‌ها همه به صورت دستی هستند نه کاملاً به صورت کامپیوتری.

مسئله دیگری که در زمینه شابک مطرح است این است که کد جدید بین‌المللی متن (ISTC)

توسعه یافته است. با توجه به نیاز به یک وسیله استاندارد برای ادغام جلوه‌های چاپی و دیجیتال یک عنوان مشترک، ISTC به عنوان مهم‌ترین استاندارد صنعت کتاب شناخته شده است.

با وجود همه‌معایبی که درباره‌ی شابک مطرح شد، اما شابک هنوز هم به عنوان مشخصه‌ی تجارت کتاب دیجیتال توصیه می‌شود. در حقیقت شابک به طور تقریبی همه‌ی نیازهای تأمین کتاب دیجیتال را به طور مؤثر برآورده می‌کند. شابک محصول دیجیتال را با محصول فیزیکی ادغام می‌کند و برای رقابت با ترویج نسخه‌ها و بخش‌های مختلف کتاب با کمبود شماره روبه‌رو نیست. در بسیاری از شرایط، تفاوتی میان استفاده از شابک‌های مجزا برای جلد سخت، جلد نرم، کتاب شنیداری، ویرایش جدید و غیره در زنجیره‌ی فیزیکی و استفاده از شابک مجزا برای هر جلوه‌ی تجاری دیجیتال وجود ندارد. با وجود این، برای عملی شدن اهداف، به ناشران توصیه می‌شود که شابک را همان‌طور که به کتاب‌های چاپی خود اختصاص می‌دهند به محصولات تجاری هم اختصاص دهند.

ناشران به عنوان خالقان کتاب در چارچوب زنجیره‌ی تأمین کتاب، مسئول تصمیم‌گیری اختصاص شابک به کتاب خود هستند و پیشنهاد می‌شود که در زمان نیاز به تجارت مستقیم کتاب و تعامل کتاب، از شابک استفاده کنند. به ناشران توصیه می‌شود که از این اصل در جایی که کتاب باید جداگانه شناخته شود نیز بهره بگیرند.

ISTC، مشخصه‌ی آثار متنی است و نمی‌تواند محصولات فیزیکی یا دیجیتال نظیر کتاب و کتاب الکترونیکی را بشناساند و در تجارت محتوا، چه به صورت فیزیکی چه دیجیتال، نقشی ندارد. این مشخصه برای تسهیل در تبادل اطلاعات میان مؤلفان، عوامل کتاب، ناشران، خرده‌فروشان، کتابخانه‌ها و صاحبان نشر به کار می‌رود. از مهم‌ترین عوامل ISTC این است که نیاز ناشران، فروشنده‌گان کتاب، کتابداران، تأمین‌کنندگان داده‌های کتاب‌شناسی و دیگر عوامل کتاب به اختصاص دادن جلوه‌های مختلف همان عنوان کتاب را برآورده می‌کند. این مشخصه به عنوان مثال می‌تواند رمان جنگ و صلح

را به عنوان اثر اصلی (از طریق ایجاد مکانیسم ترکیب برای ویرایش‌های چاپی و دیجیتال و همچنین جلوه‌ها در طیف کامل رسانه) معرفی کند و همچنین ناشران می‌توانند ویرایش‌های مختلف یک اثر را ترکیب کنند یا همه فصل‌ها را در چارچوب یک عنوان بیاورند. این بدین معناست که این مشخصه ارزش بالقوه برای مدیریت قراردادهای و حق‌التألیف‌ها دارد و در پروسه جست‌وجو به خرده‌فروشان آنلاین کمک می‌کند. ISTC، در سال ۲۰۰۸ راه‌اندازی شده است و به ناشران توصیه می‌شود امکانات تجاری ارائه‌شده توسط ISTC را جست‌وجو کنند.

با تکامل زنجیره جدید تأمین کتاب و فقدان استانداردها، ناشران روش‌های مختلفی را برای معرفی و شرح کتاب الکترونیکی، فصل‌ها و بخش‌های دیجیتال و دیگر محصولات دیجیتال اتخاذ کرده‌اند. اغلب ناشران، از استاندارد شابک که مشخص‌کننده فرمت‌های مختلف نشر الکترونیکی (مثلاً HTML، PDF) است، استفاده می‌کنند. برخی ناشران نیز از یک شابک مجزا با عنوان شابک الکترونیکی^{۱۲} به عنوان مشخصه داخلی یا تجاری برای همه فرمت‌های کتاب الکترونیکی خود استفاده می‌کنند. بنابراین، این مشخصه در سایت خود ناشر یا سایت‌های فروش کتاب الکترونیکی نظیر eBooks.com و سایت‌های کتابخانه مانند netLibrary, EBL, ebrary مورد استفاده قرار می‌گیرد. این کار فقط برای تمایز میان نسخه الکترونیکی از نسخه چاپی است و احتمال می‌رود که نیازهای انتشار الکترونیکی را در آینده برآورده نکند. به ناشران به طور جدی توصیه می‌شود که در برابر ایجاد و استفاده از eISBN مقاومت کنند.

فروش کتاب‌های الکترونیکی از طریق واسطه‌ها، باعث به وجود آمدن مشکلاتی می‌شود. به عنوان مثال وقتی ناشری فایل اثری را با فرمت الکترونیکی به خرده‌فروش یا عمده‌فروش دیجیتال تحویل می‌دهد تا در پروسه تبدیل، به قالب‌های مختلف تجاری درآید. در برخی موارد، ناشر ممکن است علاقه‌ای به سرنوشت اثرش بعد از فروش به واسطه نداشته باشد. با این حال شرایطی هم وجود

دارد که لازم است گزارش فروش توسط واسطه‌ها برای حق التالیف‌ها و سایر اهداف به ناشر داده شود. برخی از عمده‌فروشان کتاب الکترونیکی، شابک مخصوص به خود دارند (با پیشوند خودشان). در برخی موارد، ناشران هیچ مشخصه‌ای را در نظر نمی‌گیرند و فقط فایل اصلی یا حتی فایل فرمت‌شده نهایی کتاب الکترونیکی را به فروشندگان که با یکی از شابک‌های کتاب چاپی مرتبط‌اند، می‌دهند. به این دلیل است که برخی ناشران از جلد سخت یا شابک چاپی استفاده می‌کنند تا سیستم‌های ادغام‌شده داخلی را مدیریت کنند: سیستم‌های مدیریت قراردادها، خط تولید، برنامه‌ریزی، حقوق کپی‌رایت و حق التالیف. بدین ترتیب فروشندگان، شابک مخصوص به خود را برمی‌گزینند تا سیستم‌های داخلی خود را مدیریت کنند. در چنین مواقعی، بهترین کار برای ناشران در نظر گرفتن یک شابک برای فایل اصلی دیجیتال و حفظ آن به طور جدی برای استفاده در سیستم‌های داخلی است. مشخصه‌ای برای فایل‌های تحویل‌داده‌شده به شرکای تجاری و مشخصه‌ای برای شرکای تجاری (نظیر عمده‌فروشان کتاب الکترونیکی، audible.com و نظایر آن) در حین گزارش به ناشر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در چنین مواردی نیازی به علنی شدن شابک در چارچوب زنجیره تأمین کتاب نیست. برخی فروشندگان مشخصه‌های سیزده رقمی من درآوردی مشابه شابک را به کتاب خود اختصاص می‌دهند یا از استراتژی پرمخاطره به اسم خود جا زدن استفاده می‌کنند که این عمل مقبول نیست و ناشران باید گام‌های لازم را برای بازداشتن فروشندگان از این کار بردارند. به ناشران توصیه می‌شود نیازهای تجاری خود را برای فروش محصول دیجیتال ارزیابی کرده و تصمیم مناسب بگیرند.

کتاب الکترونیکی قابل دانلود برای مشتری

هر فرمت کتاب الکترونیکی قابل دانلود برای مشتری، باید شابک مجزا و منفرد داشته باشد.

این کار باعث می‌شود که عمده‌فروش، کتاب الکترونیکی را از طریق شماره‌های متغیر خریده‌فروشی توزیع مجدد کند. در این صورت متن‌های کتاب الکترونیکی کاملاً شبیه هم می‌شوند، مگر اینکه ناشر یا خریده‌فروش حقوق متفاوت کاربر، یعنی مدیریت حقوق دیجیتال، را در نظر بگیرد.

کتاب‌های الکترونیکی کتابخانه‌ها

از مهم‌ترین مسائل به وجود آمده در بروز بازار کتاب الکترونیکی در چارچوب بخش کتابخانه‌ها، فهرست‌بندی کتاب‌هاست. کتابخانه‌هایی که علاقه‌مند خرید محتوای الکترونیکی هستند اما نمی‌توانند به تصویر جامعی از عناوین موجود در چارچوب فضای عمده‌فروشی کتاب دست یابند. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، ناشران ممکن است بخواهند شایک مجزا به هر فروشنده اصلی نسخه‌های کتاب خود بدهند و امید می‌رود فروشندگان به ارزش خدمات این روش در پایگاه داده‌های کتاب‌شناسی پی ببرند.

تفکیک اطلاعات

محتوای دیجیتال (آنلاین یا قابل دانلود) به راحتی در برابر تجزیه نامحدود اطلاعات (به پاراگراف، تکیه کلام‌های شنیداری، تعریف واژه‌نامه، نقشه، فرمول ریاضی، عکس یا غیره) آسیب‌پذیر است. در حالی که در چارچوب استاندارد شایک این کار میسر است، دیدن منافع حاصل از اختصاص شایک به بخش‌های مختلف اطلاعات، عملاً مشکل خواهد بود. هرچند ناشران ممکن است با توجه به موقعیت‌های موجود، به گزارش فروش نیاز داشته باشند تا هم در پرداخت حق‌التألیف‌ها راحت باشند و هم اطلاعات مدیریتی‌ای در خصوص دسترسی کاربر به محتوای آیتم‌های خاص ارائه دهند.

نشر مشتری مدار

استاندارد ایزو (ISO) برای شابک، حاکی از آن است که نسخه‌های چاپ براساس تقاضا در جایی که محتوا فردی و سفارشی است و دسترسی محدود دارد، شابک دریافت نمی‌کند. این موضوع هم شامل بسته‌های آموزشی ویژه دانش آموزان می‌شود - جمع‌آوری یا تفکیک اطلاعاتی که ممکن است حتی با ناشران مختلف مغایرت داشته باشد - و هم شامل سفارشی کردن دیجیتال است. از آنجا که روابط تجاری به طور کلی برای یک ناشر و یک مشتری یا واحد (معمولاً دانشکده) کتاب‌فروشی تعریف می‌شود، شناخت الزامی ندارد. بنابراین، بهتر است که مشخصه‌ای اختصاص داده نشود، زیرا هیچ‌یک از سه نیاز (تجارت و کشف و گزارش) لازم به برآورده شدن نیست. با وجود این شرایطی هم هست که زنجیره تأمین فیزیکی کتاب، انبارداری، حمل و نقل کتاب، تجارت، ادغام با تدارکات اداری ناشر و سیستم‌های مالی، به یک شابک داخلی (که باید شماره جهانی باشد. هرچند در آژانس‌های کتاب‌شناسی ثبت نشده باشد) نیاز دارند.

ناشران در حال حاضر می‌توانند برای خدمات نشر شامل اشتراک، وبسایت و امانت کتاب و کتاب‌های خود، شابک یا مشخصه فعال دیجیتال در نظر بگیرند. از آنجا که مشخصه فعال دیجیتال اشاره به منبع و مرجع دیجیتال دارد، ناشران ممکن است مشخصه فعل دیجیتال به هر یک از منابع اختصاص دهند و آن را به کتاب کاتالوگ شخصی، اطلاعات، بازاریابی و صفحات تجارت الکترونیکی تفکیک کنند. اختصاص شابک مناسب محدودیت خاص خود را دارد. استاندارد بین‌المللی شابک برای نشر مونوگراف و انواع خاص محصولات مربوطه‌ای که در دسترس عموم است، کاربرد دارد.

محتوای پویا

فناوری‌های دیجیتال، به محتوا، چه به صورت آنلاین تحویل داده شده و چه دانلود یا چاپ شده

باشد، اجازه می‌دهد که در حالت بازیابی مداوم باشد. در حالی که استاندارد شابک مشخص می‌کند که شابک مجزا در صورت تغییرات مهم در هر بخش یا بخش‌های یک نشر در نظر گرفته می‌شود. ناشران باید از این اصل اساسی پیروی کنند که مشخصه‌ها فقط در صورت نیاز مبرم اعمال می‌شوند. در بیشتر موارد، تغییرات پویا در محتوای دیجیتال این معیار را برآورده نمی‌کند. همین اصل برای به‌روز کردن فایل‌ها در چارچوب محتوای POD به کار می‌رود. در بیشتر تغییرات، لازم نیست شابک جدیدی ارائه داد.

مشخصه‌ها، آژانس‌های شابک و جمع‌آوری اطلاعات

زنجیره تأمین کتاب دیجیتال هنوز هم در حال رشد و تحول است. اما نکته قابل توجه این است که انتشار کتاب به صورت دیجیتال، چه کتاب‌های کامل در فرمت چندگانه، چه فصل‌ها و بخش‌های کوچک‌تر، تغییرات بزرگی در روند کار ناشران و عوامل جمع‌کننده اطلاعات به وجود می‌آورد.

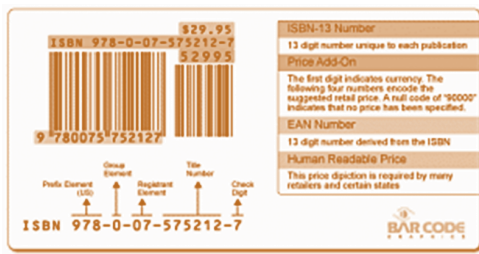
در امریکا و انگلیس، آژانس‌های شابک بخشی از سازمان‌های مسئول جمع‌آوری اطلاعات محصول هستند. از این رو، شناخت محصول دیجیتال بی‌ربط با این مسئله نیست. در بیشتر موارد، ناشران بزرگ دارای شابک‌های بی‌استفاده هستند که فشاری بر آژانس‌هاست و انتظار می‌رود که پروسه شکل‌تدریجی به خود بگیرد. از منظر جمع‌آوردگان اطلاعات، تصمیم ناشر برای اختصاص شابک به همه فصل‌های همه عناوین، موجب بروز چالش‌ها و مسائل فوری می‌شود.

اساساً آژانس‌ها مسئول پیدا کردن راه‌حلی برای این مسئله هستند. هرچند در صورت عملی شدن انتشار کتاب دیجیتالی، برای گرفتن تصمیم نهایی باید با مشتریان و تأمین‌کنندگان داده‌ها هم مشورت شود. یکی از اهداف اصلی نسخه طراحی شده اونیکس^{۱۳}، پاسخ به مسائل زنجیره جدید تأمین

کتاب است. ناشران به طور چشمگیری به اونیکس به عنوان وسیله‌ای برای تحویل اطلاعات کتاب وابسته‌اند، اما هنوز ترس از حجم اطلاعات انتقال داده‌شده وجود دارد.

استفاده از مشخصه‌ها برای اهداف داخلی

با گسترش زنجیره تأمین کتاب دیجیتال، الگوهای جدید هم ظاهر می‌شوند. شکی نیست که باید در شرایط خاص برای حل مسائل خاص وارد عمل شد و راه حل‌های ویژه تجاری ارائه کرد. در جهان زنجیره تأمین سنتی کتاب فیزیکی، ناشران و دیگر عوامل برای تسهیل در عملکرد انواع مختلف سیستم‌های داخلی، از روش‌های شناخت که مورد تأیید استاندارد شابک است، استفاده می‌کنند. واضح است که نیازهای مشابه در جهان دیجیتال نیز مطرح می‌شوند. گفتنی است این نیازها نباید با استفاده نامناسب از شابک معتبر برطرف شده یا با ایجاد مشخصه‌های جدید و شماره مشابه، به سردرگمی و دوباره کاری در زنجیره تأمین کتاب منجر شود ●



- 1 . Amazon
- 2
- 3 . Penguin
- 4 . OverDrive
- 5 . Macmillan
- 6 . Random House
- 7 . Simon&Schuster
- 8 . Persus
- 9 . Ann Arbor
- 10 . HathiTtust
- 11 . Jeff Goldenson
- 12 . eISBN
- 13 . ONIX3.0

پی‌نوشت‌ها

www.digitalbookworld.com
www.workflowepub.com
www.99cents-books.com
www.bisg.org

فهرست منابع

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی

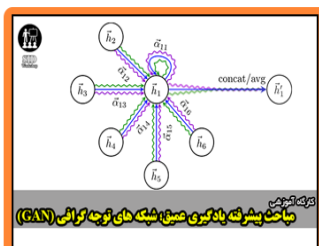


عضویت در
خبرنامه



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی