

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 آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

بررسی وضعیت نشر الکترونیکی کتاب در ایران و چگونگی مصرف کتاب الکترونیکی در بین کاربران ایرانی

سید محسن بنی‌جمالی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۲/۱۴

نظر به جایگاه کتاب الکترونیکی در آینده اوقات فراغت جوانان، بررسی وضعیت نشر الکترونیکی کتاب در ایران و نیز چگونگی مصرف کتاب‌های الکترونیک اهمیت می‌یابد. مطالعه حاضر با توجه به سؤالات مختلفی که در این عرصه دارد، ترکیبی از روش‌های مختلف از جمله بررسی اطلاعات موجود، مطالعه موردی، تحلیل ثانویه و پیمایش را مورد استفاده قرار می‌دهد؛ به طوری که ابتدا با بررسی اطلاعات موجود و نیز از طریق مطالعه موردی وضعیت نشر الکترونیکی در مؤسسه نشر نی به بررسی تحول صنعت نشر کتاب از رسانه‌ای چاپی به مجازی می‌پردازد و مسائل و مشکلات توسعه آن را در کشور ایران ترسیم می‌کند. سپس با ترکیب روش تحلیل ثانویه مطالعات موجود و نیز روش پیمایش و در نهایت، مقایسه نتایج تحلیل ثانویه و پیمایش در پی دریافت چگونگی مصرف کتاب‌های الکترونیک در ایران و مقایسه آن با الگوهای جهانی برمی‌آید. نمونه‌های این پژوهش، به شکل غیرتصادفی و به روش گلوله برفی انتخاب شده است. مبنای مطالعه نیز پرسشنامه‌ای است که توسط محقق با ارجاع به مطالعه جهانی تنظیم و از طریق ایمیل به پاسخگویان عرضه شده است و آن‌ها نیز آن را پس از تکمیل به همان صورت بازگردانده‌اند.

بررسی صنعت نشر کتاب الکترونیک نشان می‌دهد که هرچند در آینده نزدیک فارسی‌شدن قالب کتاب‌های الکترونیک محتمل است، اما به علت ضرورت توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری لازم، نشر صنعتی در این حوزه به‌زودی تحقق نخواهد یافت. در این مورد مجموعه‌ای از متغیرها از جمله فقدان فرهنگ کتاب‌خوانی، نبود ساختارهای کتابخانه‌ای گسترده و عدم شکل‌گیری بازار کالایی در حوزه کتاب الکترونیک و از همه مهم‌تر کم رونقی نشر در ایران به‌عنوان موانع زمینه‌ای عمل می‌کنند. از منظر شرکت‌های انتشاراتی به طور مشخص امنیت بسیار بااهمیت می‌نماید، زیرا در غیاب شرکت‌های امنیتی معتبر بین‌المللی آنها اعتمادی به فرآیند الکترونیکی شدن ندارند.

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران و رئیس گروه مطالعات اجتماعی، مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی، وزارت ورزش و جوانان

E-mail: banijamali@ut.ac.ir

در بررسی چگونگی مصرف کتاب الکترونیکی مطابق تحلیل ثانویه مطالعه‌ای که در بین ۱۰ کشور متفاوت صورت پذیرفته است، مقاله حاضر الگوی مصرف کتاب و متون الکترونیک را شامل سه مدل کشورهای پرسابقه، کشورهای واسط و کشورهای در حال ظهور برمی‌شمارد. در کشورهای دسته اول، بازار کتاب الکترونیک کاملاً شکل گرفته و بسیار پررونق و متوجه کتاب‌های ادبیات، داستان و رمان است. در مقابل، در کشورهای در حال ظهور بهره‌برداری از متون الکترونیک و بازار کتاب الکترونیک متوجه کتاب‌های تخصصی و آکادمیک است. مطالعه حاضر نشان می‌دهد بهره‌برداری از کتاب در ایران هنوز کالایی نشده است. نیز علیرغم آنکه هنوز بازار سازمان‌یافته‌ای در ایران برای کتاب الکترونیک شکل نگرفته، اما بهره‌برداری از متون و کتاب‌های الکترونیک کاملاً و حتی بیشتر از گروه سوم، متوجه کتاب‌های تخصصی و آکادمیک است. در همین حال، فقدان بازار کتاب و بهره‌برداری کالایی باعث شده است کاربران در ایران بیشتر متوجه کتاب‌ها و متون رایگان باشند- ضمن اینکه رفتار بی‌ثبات‌تری را نیز در بهره‌برداری به نمایش می‌گذارند، زیرا فقدان بازار کتاب به‌نوبه خود کیفیت و قابلیت اعتماد را نیز محدود می‌سازد. بی‌رونی استفاده از دستگاه‌های مخصوص خواندن کتاب نیز انعکاسی از همین فقدان بازار کتاب در ایران است، هر چند خود نیز در عدم اشتیاق به مطالعه کتاب الکترونیکی نقش دارد.

واژگان کلیدی: کتاب الکترونیک، صنعت نشر الکترونیک، الگوی مصرف کتاب‌های الکترونیک، جوانان و اوقات فراغت

گسترش رسانه‌های الکترونیک، زمینه‌های تازه‌ای در توسعه صنعت نشر گشوده است که براساس آن کتاب از رسانه‌ای چاپی در حال تبدیل شدن به رسانه‌ای الکترونیک، اما همچنان نوشتاری، است. در سال‌های اولیه این انتقال ابتدا کتاب‌های با قالب^۱ پی.دی.اف.^۲ رونق یافت، اما به آرامی قالب‌های جدید مخصوص کتاب با قابلیت‌های ویژه معمول شد. با توسعه کتاب‌خوان‌ها^۳ و به خصوص دستگاه‌های جدیدی که نمایش‌گر آن بر مبنای فن‌آوری جوهر الکترونیک^۴ کار می‌کند، انتظار می‌رود روز به روز شکل جدید نشر توسعه یابد که البته چنین امری نیز در حال تحقق است؛ به گونه‌ای که طی سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ فقط شمار خریداران و نه لزوماً تمام کاربران کتاب‌های الکترونیک، تا ۳/۵ برابر افزایش یافته‌اند.

در این میان، مخاطبان صنعت جدید نشر نیز بیشتر جوانان هستند، زیرا با تکنولوژی دیجیتال آشنا ترند و بیشتر حاضر به پذیرش آن هستند. آنها معمولاً به خاطر توجه بیشتری که به رسانه‌های جدید دارند، از ابزارهای الکترونیک (با امکان استفاده چندرسانه‌ای مثل کامپیوتر، موبایل‌های هوشمند و تبلت‌ها) برخوردارترند و آمادگی بیشتری برای بهره‌برداری از کتاب و متون الکترونیک نشان می‌دهند. سرعت اشاعه این پدیده در بین جوانان نیز بسیار بیشتر از سایر اقشار است.

مطابق با مجموع این تغییرات صاحبان صنایع نشر نیز در حال تطبیق خود با وضعیت جدید در اقبال به پدیده کتاب الکترونیک و بهره‌برداری از آن هستند. در همین مدت کوتاه رونق یافتن نشر الکترونیک، حداقل در سطح جهان، ناشران تمام امکانات خود را برای گشودن بازار جدید بکار گرفته‌اند و فضایی جدید در آینده کسب‌وکارانه خود گشوده‌اند.

بنابراین زمینه‌ای، این مطالعه می‌خواهد ابتدا به بررسی افق آینده و مشکلات توسعه بازار کتاب الکترونیک بپردازد و سپس با بررسی میزان توجه به کتاب‌های الکترونیک و متون دیجیتال در بین کاربران اینترنت، شکل و الگوی مصرف کاربران ایرانی را مشخص نماید و در نهایت نتیجه را با مطالعه‌ای که در سطح جهان و در ده کشور مختلف انجام شده است مقایسه کند. در این مورد مقاله ابتدا نتایج مطالعه کشورهای نمونه و الگوی مصرف کتاب‌های الکترونیک را شرح می‌دهد و سپس با طرح نتایج حاصل از مطالعه ایران - که توسط نگارنده انجام شده است - نتایج حاصل از مقایسه را ارائه می‌نماید. هرچند مطالعه از آن آگاه است که ساختار بازار نشر

¹ format

² pdf

³ Readers devices

⁴ eInk

الکترونیکی در ایران هنوز در مراحل اولیه توسعه و تکامل خود است (و لذا مقایسه این مجموعه کشورها با ایران مشکلاتی دارد) اما به هر حال سعی کرده است در چارچوب اطلاعات موجود و با اغماض از بعضی تفاوت‌های کلیدی، اطلاعات را پردازش و نتایج را مقایسه کند. مطالعه معتقد است این مقایسه مفید و حاصل آن در زمینه شناخت عادات اوقات فراغتی با اهمیت است.

سوالات پژوهش حاضر به قرار زیرند:

۱. تحوّل صنعت نشر کتاب در جهان از رسانه‌ای چاپی به مجازی چگونه است و چه افقی در آینده برای آن قابل انتظار است؟
۲. با توجه به افق تغییرات در جهان، مشکلات پیش‌روی صنعت نشر الکترونیکی کتاب در ایران چیست و چه دورنمایی برای آینده آن قابل تصور است؟
۳. مصرف متون و کتاب‌های الکترونیک در ایران چگونه است و در مقایسه با سایر کشورها از چه الگویی تبعیت می‌کند؟

روش شناسی پژوهش

روش بکاررفته در این مقاله روش ترکیبی^۱ است. در بررسی وضعیت نشر کتاب الکترونیک در جهان از اطلاعات موجود و نتایج بدست آمده از مطالعات انجام شده در جهان استفاده شده است. اطلاعات مربوط به وضعیت صنعت نشر کتاب الکترونیک در ایران از طریق مطالعه موردی وضعیت نشر الکترونیک در مؤسسه نشر نی و مشخصاً از طریق مصاحبه با آقای آسیم، مدیر بخش الکترونیک نشر نی حاصل شده است که در همین جا از توجه ایشان به این مطالعه و اطلاعاتی که در اختیار گذارده‌اند و نیز از همکاری صمیمانه مسؤولان نشر نی تشکر می‌شود. در شرح چگونگی بهره‌برداری از کتاب‌های الکترونیک در جهان نیز از تحلیل نتایج مطالعه‌ای که در ۱۰ کشور مختلف انجام شده و هر یک الگوهای متفاوتی در بهره‌برداری از کتاب داشته‌اند استفاده شده است. در بررسی وضعیت ایران از پیمایشی که توسط نگارنده و با پرسشنامه‌ای که مشخصاً در این باره تنظیم و سعی شده ساختار آن متعهد و نزدیک به مطالعه جهانی باشد، سود برده شده است. نمونه مطالعه نیز به شیوه غیرتصادفی به روش گلوله برفی انتخاب شده است. بر اساس این روش، از کاربران اینترنت خواسته شده است کاربران دیگری را که تمایل به پرکردن پرسشنامه دارند، معرفی نمایند. پرسشنامه به صورت مجازی و به وسیله پست الکترونیک برای مخاطبان ارسال شده و از آن طریق نیز بازگشت یافته است. در طراحی مطالعه و مقایسه

¹ mixed method

نتایج سعی شده است که تا حد امکان مفاهیم در مطالعه ده کشور جهان و ایران یکسان شود تا امکان مقایسه فراهم باشد- هرچند این آگاهی وجود دارد که این امر کاملاً حاصل نمی‌شود، زیرا ساختار و سازمان و اندازه کالایی شدن مصرف کتاب در این کشورها در مقایسه با ایران کاملاً متفاوت است.

تعریف کتاب الکترونیکی

کتاب الکترونیکی، نسخه‌ای الکترونیکی از کتابی است که ممکن است دارای نمونه چاپی باشد یا نباشد. در حالت اول، کتاب الکترونیکی شکل الکترونیکی نسخه چاپی است و در حالت دوم، کتاب الکترونیکی در قالب دیجیتال منتشر می‌شود و از ویژگی چندرسانه‌ای برخوردار است. (عاملی، ۱۳۸۸: ۲۴) براین اساس نسخه الکترونیکی می‌تواند عین کتاب و یا دارای قالبی متفاوت، چندرسانه‌ای و دارای امکانات های پرلینک^۱ باشد. گفته می‌شود که کتاب الکترونیکی، مهمترین تحول در زمینه کتاب و کتابخوانی از زبان انقلاب گوتنبرگ در قرن هفدهم است. (همان)

تحولات صنعت نشر کتاب الکترونیکی

بازار کتاب الکترونیکی به سرعت در حال گسترش است؛ در حالی که در سال ۲۰۰۹ خریداران کتاب‌های الکترونیکی ۱/۵ درصد خریداران کتاب را تشکیل می‌دادند، این نسبت برای سال ۲۰۱۰ - یعنی، در طول یک سال - به ۵ درصد خریداران کتاب رسیده است. (Claypool, 2011: 5) این امر در درازمدت باعث تغییر شرایط کسب و کار در عرصه انتشار کتاب می‌شود، از جمله آنکه تعداد زیادی از کارگران صنعت چاپ و توزیع بیکار شوند. (The Media Landscape) نیز سبب مهاجرت خوانندگان و تبلیغات به وبسایت‌های آزاد شود. انتظار می‌رود شیوع گسترده کتاب الکترونیکی باعث کاهش قیمت کتاب شود. نیز دسترسی به کتاب را افزایش دهد، بعلاوه امکانات بازتوزیع کتاب در عرصه شبکه اینترنت، چه به شکل قانونی و چه به شکل غیرقانونی، گروه‌هایی را که به طور سنتی دسترسی به کتاب نداشتند از این امکان اطلاعاتی بهره‌مند سازد.

علیرغم تغییر شرایط کسب و کار در حوزه کتاب‌های الکترونیکی، عناصر اصلی تولید کتاب همچنان به شیوه گذشته عمل می‌کند. انتشاراتی‌ها هنوز نیز باید همچون گذشته دارای آنچنان توان مالی‌ای باشند که بتوانند در برابر سال‌های متممادی بازگشت سرمایه صبر کنند. در این مورد تنها پس از ورود کتاب به بازار است که آنها می‌توانند انتظار داشته باشند هزینه‌ها جبران شود. نیز انتشاراتی‌ها برای تأمین هزینه‌های تخفیف فروش به کتابفروشی‌ها و واسطه‌ها (معمولاً ۴۰ درصد)، هزینه‌های کارکنان و موسسه (معمولاً ۳۰ درصد) و هزینه‌های

¹ hyperlink

تولید و سود (معمولاً ۳۰ درصد) مجبور به انتشار عناوین متعددی به صورت همزمان هستند که همین بیم (ریسک) سرمایه را بالا می‌برد. در این مورد هزینه‌های بکارگیری یک ادیتور کارآموده سالیانه ۷۵/۰۰۰ تا ۱۰۰/۰۰۰ دلار حقوق و هزینه سفر وی ۲۰/۰۰۰ تا ۳۰/۰۰۰ دلار است. (Claypool, 2011: 7) این مبالغ باید با هزینه‌های مربوط به مرور منابع و هزینه‌های دستیاری همراه شود و سپس برای دو تا سه سال زمان تهیه کتاب محاسبه شود تا بزرگی میزان سرمایه‌گذاری برای تولید کتابی علمی در حوزه‌ای خاص بدست آید. (Ibid) این در حالی است که تمامی این سرمایه‌گذاری باید برای عناوین بسیاری که همزمان در حال اجرا و پیگیری است در نظر گرفته شود. توجه بدین نکته که انتشاراتی‌های تازه بنیان، نیازمند تعداد بیشتری از عناوین منتشره برای استحکام بازار پیش رویشان هستند، مشکلات رقابت را برای آنها در این عرصه مضاعف می‌سازد.

علیرغم آنکه به نظر می‌رسد الکترونیکی شدن هزینه‌ها را کاهش می‌دهد، اما واقعیت چیز دیگری است. از آنجا که هزینه‌های قبل از انتشار به پایین‌ترین حد خود- و از ۳۰ تا ۵۰ دلار برای هر کتاب در سال ۱۹۸۵ به ۸ تا ۱۱ دلار در سال ۲۰۱۱- رسیده است، با الکترونیکی شدن کتاب‌ها تغییر قابل توجهی در آن اتفاق نمی‌افتد (Ibid) به خصوص اینکه چاپ فقط ۲ درصد قیمت کتاب را شامل است. البته آشکارا علیرغم آنکه الکترونیکی شدن خیلی در قیمت تفاوت ایجاد نمی‌کند (Ibid: 8) اما اثرات زیست‌محیطی تردیدناپذیری از خود برجای می‌گذارد. حذف هزینه‌های حمل نیز هر چند باعث صرفه‌جویی‌هایی می‌شود، اما به نوبه خود باعث فشار بیشتر دلالتان در خواست تخفیف بیشتر می‌شود (Ibid). به علاوه، با الکترونیکی شدن نشر کتاب آشکارا فشار دلالتان بر شرکت‌های انتشاراتی جدید شدیدتر می‌شود، زیرا آنها برای بازاریابی یا باید بیشتر هزینه کنند و یا اتکای بیشتری بر دلالتان داشته باشند. (Ibid: 9)

هرچند با الکترونیکی شدن کتاب یکی از چالش‌های مهم شرکت‌های انتشاراتی، فشار بیشتر مصرف‌کنندگان برای کاهش قیمت‌هاست، اما حتی کاهش قیمت‌ها در شکل کتاب الکترونیکی، ضرورتاً به افزایش فروش به خصوص در فروش منابع علمی و کتاب‌های مرجع چندان کمک نمی‌کند، زیرا بازار این قبیل کتاب‌ها به خاطر تعداد کم مشتری فاقد کشش است. این در حالی است که هزینه‌های جدیدی برای کتاب‌های الکترونیکی از جمله هزینه ایجاد و نگهداری پایگاه میزبان، ایجاد شده که بسیار نیز تعیین‌کننده است. انتشاراتی‌هایی که به دانشگاه‌ها و کتابخانه‌ها سرویس می‌دهند، نیاز به امکانات مستقل و پیچیده‌تری برای ارائه خدمات جدید دارند. در این مورد به طور متوسط هر بنگاه نشر حداقل ۵۰ هزار دلار در سال هزینه پایگاه مجازی خواهد داشت (Ibid: 12) و بنابراین شرکت‌هایی که نتوانند چنین هزینه‌ای را تأمین کنند، مجبور خواهند بود با پایگاه‌های دلال کار کنند که به نوبه خود باعث از دست دادن بخش بیشتری از سود ایشان خواهد شد. (Ibid) نیز آنها

مجبورند برای محتوای الکترونیکی خود نظام‌های مدیریت محتوا^۱ ایجاد کنند و دائم آنها را به روز نگه دارند. این نظام‌ها ضمن آنکه آنها فرمت‌های مختلف و نسخه‌های روزآمدی از متن ارائه می‌دهند، با ارائه خدمات جانبی مختلف و خدمات عمومی‌ای شامل انباشت و انتقال سعی خواهند کرد پیش‌ازپیش، درخواست‌ها و نیازهای کاربران را پاسخ گویند و با شرایط در حال تغییر بازار کتاب کنار آیند. به عنوان مثال، آنها مجموعه تولیدات خود را یکجا بفروش می‌رسانند، پایگاه خود را در اختیار کتابخانه‌ها و مراکز علمی قرار می‌دهند یا در روبروشدن با مشتریان فردی در فضای وب (به خصوص در حوزه کتاب‌های مرجع) سیاست فروش بخشی از کتاب را دنبال می‌کنند.

وضعیت صنعت نشر کتاب الکترونیک در ایران

علیرغم بازار در حال گسترش کتاب الکترونیک در جهان، بازار فوق در ایران در ابتدای راه و در حال طی کردن گام‌های ابتدایی است. تمام آنچه که اکنون موجود است، امکان دانلود و بهره‌برداری از کتاب‌هایی است که نسخه پی.دی.اف. آنها داوطلبانه و یا به شکل غیرقانونی بر روی اینترنت گذاشته شده و به رایگان دانلود و یا لوح فشرده آنها به صورت غیرقانونی فروخته می‌شود. در حال حاضر، هیچ بنگاه انتشاراتی در ایران کتابی الکترونیک در قالب جریان آزاد^۲ منتشر نمی‌کند. انتشار قالب پی.دی.اف. نیز به علت مشکلات مربوط به امنیت به هیچ وجه مورد پسند شرکت‌های انتشاراتی ایرانی نیست، ضمن آنکه فاقد قابلیت‌های کتاب الکترونیک در قالب‌های ای‌پاب^۳ و شبیه آن است. بدین ترتیب، در مجموع عملاً هنوز در عرصه کتاب الکترونیک در ایران بازارای وجود ندارد و خدماتی نیز ارائه نمی‌شود.

مشکلات توسعه صنعت نشر کتاب الکترونیک در ایران

اگر قرار باشد مشکلات و مسائل مربوط به صنعت نشر کتاب الکترونیک در ایران فهرست شود، بی‌شک اولین مسئله فارسی شدن قالب‌های معمول کتاب الکترونیک از جمله ای‌پاب است. قالب ای‌پاب و قالب‌های مشابه با در اختیارگذاشتن جریان آزاد متن امکان تغییر در شکل متنی و حروف را با توجه به نیاز و درخواست مصرف‌کننده فراهم می‌آورد. بعلاوه، قالب‌های معمول کتاب الکترونیک از جمله ای‌پاب با داشتن مأخذ باز^۴ تغییر قالب را باز هم مطابق درخواست مصرف‌کننده در دستگاه‌های مختلف امکان‌پذیر می‌سازد. سرانجام قالب‌های ای‌پاب و مشابه آن امکان بهره‌برداری چند رسانه‌ای را در اختیار می‌گذارد؛ امری که متن را نوشتاری،

¹ content management system

² free flow format

³ epub

⁴ open source

صوتی، تصویری و سینمایی می‌سازد. هرچند در حال حاضر امکان فارسی‌شدن کامل ای‌پاب هنوز حاصل نشده است، اما کارهای بسیاری در این حوزه به خصوص از سوی دانشگاه‌های صنعتی کشور در حال انجام است. شرکت‌های نشر امیدوارند تا دو سال آینده این مشکل کاملاً رفع و دستاوردها صنعتی شود. (آسیم: متن مصاحبه)

دیگر دغدغه مهم شرکت‌های نشر در ایران، مسئله امنیت است. به علت رواج نسخه‌برداری غیرقانونی در ایران، مسئله امنیت حتی مهمتر از مشکلات مربوط به قالب جریان آزاد تلقی می‌شود. شرکت‌های بین‌المللی فعال در عرصه کتاب مشکل امنیت را از دو راه حل کرده‌اند: اول، از راه دستگاه اختصاصی و بسته و دوم، استفاده از قفل‌های نرم‌افزاری با امنیت بالا که تحت رژیم مدیریت حقوق دیجیتال یا دی.آر.ام.^۱ به وسیله شرکت‌های بزرگ بین‌المللی تأمین امنیت ارائه می‌شود. در ایران به علت کم رونقی صنعت نشر ایجاد دستگاه‌های اختصاصی از سوی ناشران نه به صرفه است و نه از سوی مشتریان پذیرفته می‌شود. استفاده از دی.آر.ام.ها نیز به علت وضعیت فعلی تحریم‌های ایران غیرقابل دسترس است. هرچند دی.آر.ام.های تولیدی شرکت‌های ایرانی می‌توانند نیاز بازار را تأمین کنند، اما به علت بی‌اعتمادی به شرکت‌های نرم‌افزاری تأمین امنیت در ایران، پذیرش ایشان از سوی شرکت‌های نشر با تردید همراه است. (آسیم: متن مصاحبه)

مسائل مربوط به کلیت بازار کتاب از مشکلات بسیار مهم این عرصه است. در واقع، بازار کتاب در ایران از آنچنان رونقی برخوردار نیست که خود به تنهایی باعث رونق کتاب الکترونیکی شود و سرمایه‌گذاری‌های پرهزینه را در این عرصه موجه سازد. در کشورهای انگلیسی‌زبان، اروپای غربی، ژاپن و کره توجه به ادبیات و رمان خودبه‌خود رونق بسیار نشر کتاب را سبب می‌شود؛ به‌گونه‌ای که گاه بسیاری از کتاب‌ها حتی در چاپ اول تیراژی میلیونی می‌یابد. در این فضا صرفه‌جویی‌های ناشی از نشر الکترونیک کسب‌وکار نشر را بسیار پرفرصه می‌سازد، اما در ایران بازار کتاب آنقدر کم رونق است که بسیاری از کتاب‌ها با تیراژ ۱۰۰۰ نسخه منتشر می‌شود و نشر کتاب‌های ادبی در بهترین و طلایی‌ترین حالت به ده‌ها هزار نسخه می‌رسد. (آسیم: متن مصاحبه) آشکار است که در این فضا الکترونیکی‌شدن کتاب چندان به صرفه‌جویی در هزینه‌ها نمی‌انجامد - ضمن آنکه در این موارد، هزینه‌های اضافی ناشی از کتاب الکترونیکی که بسیار نیز بالاست، از جمله هزینه دی.آر.ام. و یا هزینه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در ایجاد پایگاه، به هزینه‌های معمولی اضافه می‌شود.

بی‌رونقی یا کم‌رونقی کتابخانه‌ها نیز بازار کتاب را به طور عام و بازار کتاب الکترونیک را به طور خاص کم رونق می‌سازد. در کشورهای با سنت پُرسابقه کتابخانه ضمن اینکه کتابخانه‌ها بسیار پررونق هستند - و همین برای سودآوری بازار نشر کافی است - بخش اصلی مخزن آنها نیز دیجیتال است. به همین دلیل نیز تولید

¹ Digital Rights Management (DRM)

نرم افزارهای کتابخانه‌ای در آن کشورها پررونق بوده و کتابخانه‌ها به پشتوانهٔ چنین تولیداتی توانسته‌اند با کتابخانه دیجیتال تطبیق یابند و مسائلی از قبیل چگونگی به امانت دادن کتاب‌های دیجیتال را مدیریت کنند. (آسیم: متن مصاحبه)

مسائل مربوط به ساختارهای نشر نیز تعیین‌کننده است. در این مورد مسائل و موانع قانونی و نظارتی همانگونه که تولید و تجارت کتاب چاپی را محدود می‌کند، تولید و تجارت کتاب الکترونیکی را نیز متأثر می‌سازد. از آن جمله است مسائل و مشکلات مربوط به تأسیس بنگاه‌های نشر، مسائل مربوط به حفظ حق مالکیت معنوی اثر، کندی فرآیند چاپ یک عنوان کتاب و نیز مسائل ممیزی. (آسیم: متن مصاحبه)

سرانجام ساختار کتابخانه‌ای کشور (بیشتر شامل کتابخانه‌های مدارس، مساجد و کتابخانه‌های عمومی) که هم ضعیف و هم از بازار روز کتاب کشور عقب است، فاقد آن توانی است که بتواند به نیاز مصرف‌کنندگان پاسخ دهد، توسعه و رونق کتابخوانی را سبب شود و ضمن جبران ضعف بازار باعث رونق نشر در کشور شود.

مشوق‌های توسعه کتاب الکترونیکی

علیرغم مشکلاتی که در توسعهٔ صنعت نشر الکترونیک وجود دارد، شرایط حال حاضر بازار کتاب از جنبه‌هایی می‌تواند مشوق کتاب الکترونیکی باشد. به عنوان مثال، محدودیت‌هایی که تحریم‌ها در عرضهٔ کاغذ و گرانی آن ایجاد کرده است می‌تواند مشوق تغییر از کتاب چاپی به الکترونیکی باشد. نیز محدودیت عرضهٔ دی.آر.ام‌ها به دلیل تحریم‌ها می‌تواند مشوق شرکت‌های ایرانی در تولید دی.آر.ام‌ها باشد. آشکار است که در صورت تولید داخل هزینهٔ آنها بسیار ارزان و استفاده از آنها کاملاً در دسترس خواهد شد. اگر مشکلات مربوط به خواب طولانی سرمایه در بازار کتاب که مسئلهٔ همیشهٔ ناشران است و نیز مشکلات مربوط به تیراژ کم که باعث می‌شود چاپ کتاب فاقد صرفهٔ مناسب اقتصادی باشد و نیز هزینه‌هایی که به طور معمول ناشران باید برای کاغذ و نیز چاپ و پخش کتاب بپردازند در نظر گرفته شود، انگیزه‌های بسیاری را در بین ناشران برای اقبال به کتاب الکترونیکی برخواهد انگینخت. اگر از ظرفیت کتابخانه‌های مساجد، مدارس و در کل شبکهٔ کتابخانه‌ای کشور استفاده شود و به خصوص تناسب کتابخانه‌های الکترونیک با فضای کم کتابخانه‌ای کشور لحاظ شود، انگیزه‌های بسیاری در تولید کتاب‌های الکترونیکی وجود خواهد داشت.

رفار مصرف کتاب‌های الکترونیکی در جهان

مطالعه بوکر^۱ در سال ۲۰۱۲ رفتار مصرف‌کنندگان کتاب‌های الکترونیکی را در ده کشور بررسی می‌کند. (Global eBook Monitor 10 Country Comparison) این مطالعه نشان می‌دهد که فارغ از کشور مبدأ در تمامی کشورها خوانندگان و نیز خریداران کتاب‌های الکترونیکی، افراد تحصیل‌کرده، شاغلان جوان (بیشتر زیر ۳۴ سال) و ساکنان مناطق شهری هستند. در این بازار مشتریان بیشتر دارای قدرت خرید بالا و پذیرا نسبت به نوآوری هستند. این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که رواج کتابخوانی الکترونیک در بین دانشجویان به خصوص در کشورهای استرالیا، فرانسه و بریتانیا بسیار بالاست. براساس مطالعه فوق گروهی از کاربران کتاب الکترونیک در حال سربرآوردن هستند که قدرت خرید کمی دارند و علاقه‌مند به متون دیجیتال آکادمیک رایگان هستند. مطابق نتایج آن مطالعه، بازار کتاب الکترونیک در سه خوشه اصلی قابل طبقه‌بندی است: گروه اول، شامل کشورهای استرالیا، فرانسه، اسپانیا و ژاپن است. گروه دوم مثل آلمان، فرانسه، اسپانیا و ژاپن است. گروه سوم نیز کشورهای در حال ظهور چون برزیل و هند را در بر می‌گیرد که بتازگی وارد بازار کتاب الکترونیک شده‌اند. در کشورهای با بازار پرسابقه کتاب الکترونیک، خواندن کتاب‌های داستان و رمان رواج بیشتری دارد. بازار کشورهای در حال ظهور نیز متناسب با اقتصاد در حال ظهور آن‌ها بیشتر متوجه کتاب‌های آکادمیک است. البته کشور کره در این میان استثناست، زیرا در عین اینکه از کشورهای با سابقه در این عرصه است، اما کاربری کتاب‌های تخصصی و آکادمیک در آن، همچون گروه سوم، پراهمیت است. شاید این امر انعکاسی از برنامه دولت کره باشد که طی آن قرار است تا سال ۲۰۱۵ کلیه کتاب‌های تخصصی و آکادمیک در آن کشور تنها به صورت کتاب الکترونیک عرضه شود. در مجموع، رفتار پاسخگویان آمریکایی و بریتانیایی نیز در عرصه کتاب الکترونیک از حیث توجه به ادبیات و چگونگی مصرف کتاب بسیار شبیه است. (Ibid)

براساس مطالعه فوق "فضای کم" و "قابلیت حمل و نقل آسان" مهمترین مشوق‌های استفاده از کتاب الکترونیک است. ضمن اینکه ارزان بودن کتاب الکترونیک نیز در این باره دارای اهمیت است که این امر در مورد ژاپن بیشتر صدق می‌کند؛ یعنی، ژاپنی‌ها بیش از سایرین به خاطر ارزانتر بودن کتاب الکترونیک بدان تمایل نشان می‌دهند. (Ibid) در همین حال در تمام جهان همچنان تفاوت کتاب فیزیکی و الکترونیکی عامل بازدارنده است. دو سوم پاسخگویان، آشکالی از محدودیت استفاده و دو سوم بیزاری از خواندن با نمایشگر (مونیتور) را گزارش کرده‌اند. البته در این مورد گرانی وسیله خواندن متن نیز تأثیرگذار است. (Ibid)

¹ Bowker

براساس نتایج مطالعه، خرید و میزان مطالعه کتاب‌های چاپی برای اکثر پاسخگویان تفاوتی نکرده است، هرچند این امر در مورد کشورهای پرسابقه در عرصه بازار کتاب‌های الکترونیک کمتر صحت دارد. (۴۰ درصد کاهش خرید کتاب در گروه اول کشورها و تنها ۱۵ تا ۲۵ درصد کاهش خرید کتاب‌های چاپی در کشورهای گروه دوم) بدین ترتیب، هنوز خرید کتاب الکترونیک بر خرید کتاب چاپی تأثیر نمی‌گذارد؛ چنان‌که هنوز اکثریت خریداران کتاب چاپی، خریدار کتاب الکترونیک نیستند. (بالای ۷۰ درصد خریداران کتاب در هر کشور) این امر می‌تواند بر استقلال این دو بازار از یکدیگر دلالت کند و اینکه احتمالاً بازار کتاب الکترونیک در عرض و به موازات بازار کتاب چاپی توسعه می‌یابد. در این مورد بازارهای توسعه‌یافته‌تر در کشورهای آمریکا و بریتانیا روند کاهشی بسیار ملایمی را در خرید کتاب چاپی و افزایش ملایمی را در خرید کتاب الکترونیکی نشان می‌دهند. (Ibid)

در رفتار کاربران کتاب الکترونیک در گروه‌های مختلف کشورها تفاوت‌هایی در حال پدید آمدن است؛ در حالی که احتمال دانلود کتاب رایگان در شش ماه آینده در گروه‌های اول و دوم به ترتیب ۲۰ و ۵۰ درصد است، برای بازار کشورهای در حال ظهور این رقم حتی بالاتر از ۸۰ درصد است. نیز تحلیل نتایج نشان می‌دهد که در کشورهای گروه اول ۵۰ تا ۶۰ درصد خریداران کتاب الکترونیک، خریداران پروپاقرص کتاب چاپی هستند، در حالی که این رقم در کشورهای گروه دوم به میزان معنی‌داری بالاتر است و نشان می‌دهد که در کشورهای گروه اول کتاب الکترونیک در حال ایجاد بازاری گسترده‌تر در عرضه کتاب و جذب آن‌هایی است که قبلاً ضرورتاً از خریداران کتاب نبوده‌اند. (Ibid)

در موضوع منبع خرید کتاب، پایگاه مجازی آمازون به خصوص در آمریکا و بریتانیا در صدر استفاده کاربران است. (به ترتیب ۵۰ و ۶۶ درصد) این امر به دلیل رواج بیشتر استفاده از دستگاه‌های کتاب‌خوان در این کشورها که اتفاقاً آمازون در آن صاحب سابقه است، طبیعی می‌نماید. (برای آمریکا ۲۰ و برای بریتانیا ۵ درصد) این وضعیت برای آلمان، استرالیا و اسپانیا نیز برقرار است. این در حالی است که در بعضی از کشورها الگوهای دیگری در حال پدید آمدن است؛ به عنوان مثال، در فرانسه فروشگاه‌های زنجیره‌ای سستی کتاب در فروش کتاب الکترونیک بالاتر از پایگاه آمازون قرار گرفته و آنرا پشت سر گذاشته‌اند. (۲۷ درصد در مقابل ۲۶ درصد) (Ibid)

رفتار مصرف کتاب الکترونیک در ایران

اطلاعات بدست آمده از مطالعه محدود ایران در زمینه استفاده از کتاب‌های دیجیتال - که توسط نگارنده انجام شده است - نشان می‌دهد که ساختار بازار ایران شبیه کشورهای گروه سوم است. (جدول ۳) در این مورد

کاربران ایرانی اینترنت میزان بالایی از تجربهٔ دانلود کتاب را گزارش کرده‌اند (۹۱ درصد) که در نوع خود بالاترین میزان در بین کشورهای مختلفی است که در مطالعه آمده است. تقریباً در تمامی موارد تجربهٔ دانلود کتاب در ایران از نوع رایگان است. الگوی بهره‌برداری از کتاب‌های الکترونیک نیز بیشتر متوجه کتاب‌های تخصصی (۷۲ درصد) و سپس داستان و رمان (۲۱ درصد) است. ۵۹ درصد کتاب‌های دانلودی کاربران "فارسی" و ۳۱ درصد "انگلیسی" است. احتمال آنکه کاربران اینترنت در یک ماه آینده دانلود کتاب داشته باشند، در دامنه صفر تا ۴ به میزان ۲/۳۸ (بالاتر از متوسط) با انحراف معیار ۱/۲۲۹ است، ضمن آنکه موضوع آن در ۸۳ درصد موارد تخصصی و آکادمیک است. (در مقابل ۷ درصد داستان و رمان و ۳ درصد کودک)

در زمینهٔ مقالهٔ الکترونیکی نیز کم و بیش همان الگوی کتاب الکترونیک حاکم است. ۹۴ درصد از کاربران اینترنت تجربهٔ دانلود مقاله داشته‌اند و ۸۴ درصد رایگان مقاله خود را اخذ کرده‌اند. ۷۵ درصد از قبل می‌دانسته‌اند که به دنبال چه مقاله‌ای هستند و ۷۲ درصد پاسخگویان نیز مقالهٔ پیش‌بینی شده را یافته‌اند. ۹۳ درصد در ماه منتهی به تحقیق، دانلود مقاله داشته‌اند و تمامی کاربران آن را به رایگان اخذ کرده‌اند. در ۹۰ درصد از موارد مقاله اخذ شده تخصصی و آکادمیک بوده است. از حیث زبان مقاله ۶۰ درصد پاسخگویان مقالات فارسی، ۲۳ درصد مقالات انگلیسی و ۱۷ درصد نیز مقالاتی به هر دو زبان فارسی و انگلیسی دانلود کرده‌اند. احتمال دانلود مقاله توسط پاسخگویان در دامنهٔ بین ۰ تا ۴ نیز بسیار بالا و به میزان ۳/۱۳ (به معنی زیاد) با انحراف معیار ۰/۷۷۶ بوده است. موضوع مقاله احتمالی نیز در ۹۳ درصد موارد تخصصی و آکادمیک بوده است.

مطابق نتایج مطالعه، کاربران ایرانی علتِ دانلود کتاب و مقالهٔ الکترونیک را امکان دسترسی (۸۱ درصد)، سرعت دسترسی (۷۷ درصد) و دسترسی رایگان (۶۴ درصد) می‌دانند، اما در شرایط برابر آن‌ها کماکان کتاب یا مقاله چاپی را ترجیح می‌دهند؛ به گونه‌ای که تنها ۲۹ درصد پاسخگویان راحتی و سادگی استفادهٔ کتاب یا مقالهٔ الکترونیکی را دلیلی برای استفاده از متن الکترونیک مطرح کرده‌اند. آشکار است که علت این امر نوع دستگاهی است که از آن برای خواندن متن استفاده می‌کنند، زیرا ۷۴ درصد پاسخگویان از کامپیوتر شخصی و ۵۵ درصد از لپ‌تاپ برای خواندن متن استفاده می‌کنند. در این مورد سهم ریدرها ۶ درصد و سهم تبلت ۳ درصد است.

مقایسه نتایج بهره‌برداری کاربران ایرانی در زمینه کتاب و مقالهٔ الکترونیکی نشان می‌دهد بهره‌برداری از کتاب و مقالات الکترونیک با موضوع تخصصی و آکادمیک در کاربران الگوی مسلط است. نیز مطلقاً کاربران ایرانی از منابع رایگان بهره می‌برند. بعلاوه آشکار است که کم‌وبیش رونق دانلود و بهره‌برداری از مقالات به نسبت الگوی رایج‌تری در بین کاربران ایرانی است، هرچند تفاوت قابل توجهی بین میزان استفاده از کتاب و مقاله الکترونیکی وجود ندارد. کاربران ایرانی تا بدان حد فعال اند که تقریباً تمامی آن‌ها در ماه منتهی به تحقیق دانلود مقاله یا

کتاب داشته‌اند و در ماه آینده نیز چنین دانلودی را خواهند داشت. در بین مقالات و کتاب‌های دانلودی هرچند زبان فارسی غالب است، (دو سوم دانلودها) اما زبان انگلیسی هم جایگاه ویژه‌ای در این دریافت‌ها دارد. (یک سوم موارد) نیز در دریافت الکترونیکی کتاب سهم زبان انگلیسی کمی بیشتر از مقالات است. دستگاه اصلی کاربران ایرانی هم در خواندن متن کتاب یا مقاله رایانه شخصی و لپ‌تاپ است. نیز کاربران ایرانی بیشتر به علت دسترسی است که از کتاب و مقاله الکترونیک استفاده می‌کنند و گرنه همچنان متن چاپی را ترجیح می‌دهند.

Archive of SID

جدول ۱: چگونگی بهره‌برداری و دانلود کتاب و مقاله در بین کاربران اینترنت

دستگاه مورد استفاده ^۶					احتمال دانلود متن خلاصه در شش ماه آینده ^۵				احتمال دانلود کتاب در شش ماه آینده ^۴				دانلود متن خلاصه ^۲		دانلود کتاب کامل در شش ماه گذشته ^۱					
سایر	زیتر	موبایل	تبلت	کامپیوتر و لپ‌تاپ	اصلاً	کم	زیاد	نسبتاً زیاد	خیلی زیاد	اصلاً	کم	زیاد	نسبتاً زیاد	خیلی زیاد	قطعی	قطعی		پولی	رایگان	پولی
۲	۱۳	۲۲	۲۳	۴۰	۱۰	۲۷	۲۰	۱۶	۲۵	۲۲	۲۲	۲۴	۲۳	۲۳	۲۸	۱۰	۲۴	۲۱	۳۲	استرالیا
۴	۲	۸	۱۴	۷۲	۸	۱۱	۲۵	۴۸	۶	۹	۲۵	۵۴	۲۰	۵۵	۱۱	۴۳	۱۸	۴۷	برزیل	
۳	۸	۱۲	۲۸	۵۰	۴۶	۲۰	۱۶	۹	۴۳	۱۹	۱۷	۱۱	۷	۱۵	۴	۱۰	۵	۱۱	فرانسه	
۲	۲۲	۱۳	۱۸	۴۶	۲۸	۳۳	۱۷	۱۲	۲۴	۳۱	۱۹	۱۷	۱۴	۲۶	۶	۱۸	۱۳	۲۳	آلمان	
۳	۲	۱۱	۹	۷۶	۳	۱۳	۳۱	۴۶	۳	۱۱	۲۸	۵۲	۳۴	۶۶	۲۳	۵۳	۲۴	۵۳	هند	
۷	۱۱	۲۰	۱۲	۵۹	۳۶	۳۶	۱۴	۵	۳۴	۳۵	۱۵	۶	۸	۱۵	۵	۱۲	۸	۱۱	ژاپن	
۳	۴	۳۹	۱۸	۳۷	۱۲	۲۴	۳۱	۲۸	۱۰	۲۰	۳۳	۳۴	۲۰	۴۷	۱۳	۳۲	۱۴	۴۲	کره جنوبی	
۳	۲۲	۱۰	۱۸	۴۷	۲۴	۲۶	۲۷	۱۶	۲۰	۲۱	۲۸	۲۵	۱۵	۳۹	۶	۲۵	۱۳	۳۳	اسپانیا	
۵	۳۶	۱۵	۱۴	۳۰	۳۷	۲۸	۱۵	۱۲	۳۲	۲۰	۱۹	۲۲	۲۲	۳۳	۷	۱۹	۲۱	۳۰	بریتانیا	
۱	۳۶	۱۰	۳۰	۲۳	۴۶	۲۴	۱۲	۹	۳۸	۱۸	۱۷	۲۰	۲۲	۲۷	۷	۱۳	۲۰	۲۵	آمریکا	
منبع: Global ebook Monitor 2012																				
۳	۶/۵	۰	۳	۷۴	۰	۲۳	۴۰	۳۷	۶/۱۲	۳۷	۲۵	۱۹	۰	۸۴	۳	۸۴	۰	۸۴	ایران	

¹ Global ebook Monitor, 2012: 13 & 16

² Ibid: 16

³ Ibid: 17

⁴ Ibid: 20

⁵ Ibid

⁶ Ibid: 48

جدول ۲: نوع متن داندوده‌شده رایگان توسط کاربران اینترنت

نوع متن داندوده‌شده رایگان ^۱					
آکادمیک و متن درسی	تخصصی و کسب‌وکارانه	کودکان	بزرگسال غیرداستانی	بزرگسال داستانی	
۴۰	۳۵	۲۶	۵۰	۵۵	استرالیا
۷۴	۷۱	۳۷	۶۱	۵۳	برزیل
۳۹	۳۱	۲۲	۴۶	۶۹	فرانسه
۳۸	۴۳	۲۳	۴۱	۶۵	آلمان
۷۲	۷۵	۵۳	۶۰	۵۲	هند
۲۳	۳۹	۲۲	۵۱	۵۶	ژاپن
۴۸	۵۸	۲۸	۴۶	۴۴	کره جنوبی
۴۶	۴۱	۲۷	۴۶	۶۵	اسپانیا
۲۲	۱۹	۲۳	۴۳	۷۹	بریتانیا
۱۹	۲۴	۲۴	۳۷	۷۳	آمریکا
منبع: Global ebook Monitor 2012					
۸۳	۳		۴		ایران (کتاب)
۹۳			۷		ایران (ستاد)

^۱ Ibid: 29

بحث و نتیجه گیری

ساختار بازار کتاب در ایران بسیار ضعیف و بی رونق است. بنابراین الکترونیکی شدن آن چندان به صرفه جویی در هزینه‌ها نمی‌انجامد - ضمن اینکه با الکترونیکی شدن، هزینه‌های جدیدی نیز باید توسط انتشاراتی‌ها تعهد شود از جمله هزینه ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری الکترونیک و نیز هزینه خرید دی.آر.ام‌های امنیتی برای کتاب‌های الکترونیک. نیز باید توجه داشت که به علت فرهنگ خاص کتاب‌خوانی در ایران عملاً الکترونیکی شدن انتشار کتاب تحولی در کتاب‌خوانی پدید نمی‌آورد. از حیث ساختاری نیز کم‌رونقی کتابخانه‌ها، بازار کتاب الکترونیک را کم‌بازده و دستاوردها را محدود می‌سازد. عقب‌بودن کتابخانه‌ها از بازار روز کتاب کشور، هم باعث ضعف صنعت کتاب، و هم عدم اشاعه فرهنگ کتاب‌خوانی در بین مردم می‌شود. آشکار است مشکلاتی که نشر کتاب چاپی را متأثر می‌سازد، از جمله مسائل مربوط به فرآیند طولانی دریافت مجوزها و نیز فرآیندهای مربوط به ممیزی، بر صنعت نشر کتاب الکترونیکی نیز تأثیر می‌گذارد. مشکلات مربوط به تحریم‌ها نیز با توجه به آنکه امکان مشارکت با طرف‌های خارجی را محدود می‌سازد (به خصوص در زمینه ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و نیز تضمین امنیت نشر توسط کدهای امنیتی معتبر) بسیار بازدارنده ظاهر شده است. با تمام این شرایط و علیرغم مشکلاتی که تحریم‌ها ایجاد کرده است، وضعیت کنونی به علت اتفاقاً همان تحریم‌ها مناسب برای رونق نشر کتاب الکترونیک است. حذف کاغذ و هزینه‌های چاپ مشوق بسیار پر قدرتی در شرایط حاضر است. به علاوه، در صورتی که شرکت‌های ایرانی بتوانند اعتماد ناشران را در تضمین امنیت مورد نظر ایشان تأمین کنند، شرایط مناسبی در بومی شدن ابزار امنیتی نشر الکترونیک رقم خواهد خورد. آشکار است که این امیدواری‌ها به فرض وجود زیرساخت‌های سخت‌افزاری لازم و حل مشکلات نرم‌افزاری حاصل خواهد شد؛ امری که نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش نرم‌افزاری و حل مشکل قالب جریان آزاد متن فارسی به عنوان پروژه‌ای ملی است.

علیرغم آنکه هنوز استفاده از کتاب‌های الکترونیکی در ایران کالایی نشده است و در این باره بازاری وجود ندارد، اما استفاده از کتاب‌های الکترونیک در اشکال رایگان و بهره‌برداری غیرقانونی کاملاً مرسوم است. به همین دلیل نیز اشکال توسعه یافته نشر الکترونیکی که با مشارکت شرکت‌های انتشاراتی همراه باشد رونق نیافته است و بازار رسمی در این مورد هنوز شکل نگرفته و عملاً وجود ندارد (بجز در فروش کتاب به صورت متن قابل جستجو بر روی لوح فشرده). تحقیق نشان می‌دهد مهمترین علت بهره‌برداری کاربران از کتاب‌های الکترونیک در ایران، سادگی دسترسی و رایگان بودن آن است. نیز احتمالاً محدودیت‌های بازار کتاب به رونق

دریافت غیرمجاز کتاب‌های الکترونیکی و نیز دانلود کتاب‌های زیرزمینی افزوده است. بنابر نتایج بدست آمده از تحقیق، توجه کاربران در زمینه بهره‌برداری از کتاب‌های رایگان الکترونیکی بیشتر متوجه کتاب‌های تخصصی است. از این جنبه اقبال به بهره‌برداری از کتاب‌های تخصصی احتمالاً می‌تواند سبب گسترش تعاملات علمی داخلی و نیز رونق رقابت‌های علمی شود. نیز در اختیار گرفتن رایگان منابع علمی، که این بررسی نیز آن را در بین کاربران ایرانی تأیید می‌کند، می‌تواند به افزایش سرمایه فکری بینجامد. (منتظر قائم، ۱۳۸۹) مطابق نتایج تحقیق استفاده از کتاب‌های الکترونیکی در ایران بیشتر به اجبار است تا اختیار، زیرا هنوز بیش از نود درصد کاربران از یارانه برای مطالعه کتاب استفاده می‌کنند. به همین دلیل نیز ترجیح آن‌ها به استفاده از کتاب چاپی قابل فهم است. انتظار می‌رود با گسترش استفاده از دستگاه‌های مخصوص خواندن در ایران مثل تبلت‌ها و کتاب‌خوان‌ها بهره‌برداری از کتاب‌های الکترونیک نیز افزایشی قابل توجه یابد. باید توجه داشت که وضعیت حال حاضر ایران در بهره‌برداری از کتاب‌های الکترونیک در شرایطی است که دسترسی عموم مردم به اینترنت محدود و دسترسی به اینترنت پرسرعت از آن هم محدودتر است. بنابراین، با افق پیشرفت‌های آتی در دسترسی عموم مردم به اینترنت پرسرعت و استفاده از دستگاه‌های مخصوص خواندن، قابل انتظار است که بازار آینده کتاب الکترونیک در ایران بسیار پر رونق باشد؛ چنان که نوع تعامل کاربران اینترنت با کتاب الکترونیک نیز گواه ظرفیت چنین بازاری در آینده است.

منابع

- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۸) **متن مجازی**. تهران: پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۹) **آثار رواج اینترنت در دانشگاه‌های ایران**. تهران: پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
- Bowker Market Research (2012) **Global eBook Monitor, 10 Country Comparison**. Retrieved from:
<http://www.bookconsumer.com/store/product.php?id=16>
- Ching, H., Paul, S., Poon, W. T. & Carmel, M. (2006) **E-Learning and Digital Publishing**. Springer
- Claypool, Joel (2011) **Publishing Ebooks: Challenges and Perspective in: Ebooks in Libraries**. Facit Publishing
- Frank N. Magid Associates, Inc. (2012) **Newspaper Multiplatform Usage**. Retrieved from:
http://www.naa.org/~//media/NAACorp/Public%20Files/TopicsAndTools/Research/multiplatform_usage.ashx
- Mendolera, Katrina M. (2012) **State of the Media Report**. Vocus
Retrieved from:
http://www.mfcommunication.net/sites/default/files/files/2012-evolving-merging_0.pdf
- Waldman, Steven. & The Working Group on Information Needs of Communities (2011) **The Information Needs of Communities The changing media landscape in a broadband age**. Federal Communications Commission. Retrieved from:
http://transition.fcc.gov/osp/inc-report/The_Information_Needs_of_Communities.pdf

Investigating Ebook Publishing in Iran and How Iranian Users Consume Ebooks

Seyyed Mohsen Banijamali

Ph.D. student in Sociology, University of Tehran and The head of Research Department on Managerial Issues; The Centre of Strategic studies; The Ministry of Sport and Youth

Received: 19 Apr 2014

Accepted: 4 May 2014

In reference to the performance of Ebooks in enriching youth leisure time, it is relevant to study on Ebook publishing status in Iran and to cogitate how young people exploit Ebooks through internet. On this intent, in the first place, this article, by adopting a documentary method in parallel with a case study, indicates how Ebook publishing evolved from a printing to a virtual media and which important obstacles restrict this process. Along with, the article, by conducting a survey, interested in knowing how young people in Iran consume and exploit Ebooks. Eventually the article analyze survey results in a comparative manner with global patterns.

The sample, in the survey section, has been selected in snowball method. Questionnaire has been adopted from *Global eBook Monitor, 10 Country Comparison* which conducted by Bowker Market Research, by some changes in reference to Iranian society.

The article shows that in spite of advances in designing a free flow format for Persian digital books, industrial digital publishing will not been constructed in a near time; in cause of not being grounded in a strong Ebook market. In this case variables like reading culture, public library infrastructure, commodity relationships, and weak publishing regulations, are responsible. However there are advantages, especially in status that arose from western sanctions against Iran, that encourage digitalizing book publishing industry. By the way publishing corporations think security regulations is the landmark issue that restricts digitalizing trends.

In compare with patterns of Ebook exploitation in the world, this article shows Iranian users strongly are interested in professional issues and free books. However they display unstable behavior and keep changing their direction to different aspects of the subject.

Key Words: Ebooks, Ebook Publishing, Iranian Users Consume Pattern, Youth and Leisure time

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی

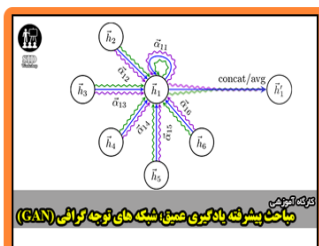


عضویت در
خبرنامه



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