

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

ناشران و مخاطبان کتاب در مواجهه با نشر پسامدرن

مریم خادمی

استادیار گروه ریاضی کاربردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب
khademi@azad.ac.ir

فرزاد بحیرایی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت نشر دانشگاه امام رضا(ع)
farzadbahiraee@yahoo.com

چکیده

داستان کتاب با پیدایش الواح گلین آغاز می‌شود و بشر، که کنجکاوانه به دنبال وسایل و رسانه‌های بهتر برای ثبت، ضبط، و انتقال دانش و اطلاعات می‌گردد، موفق می‌شود شکل کتاب را در مسیر تاریخ تغییر دهد و لاجرم به کتب رایج امروزی برسد. اختراعات و یافته‌های نو، طی این مدت، کیفیت، سرعت، انتشار، نوع صحافی و عوامل مؤثر دیگر در وضعیت کتب را بهبود بخشیده‌اند. ربع چهارم قرن بیستم را شاید بتوان عصر پیدایش کتب الکترونیک دانست. امروزه، در اوایل قرن بیست‌ویکم، سی‌دی‌ها و دی‌وی‌دی‌ها رایج‌ترین کتب از این نوع هستند. از این رو، در این پژوهش به مطالعه ناشران و مخاطبان کتاب در رویارویی و مواجهه با صنعت نشر الکترونیک و محصول آن، که کتاب الکترونیک است، پرداخته می‌شود. در این پژوهش از دو روش توصیفی و کتابخانه‌ای استفاده شده است. حجم نمونه مورد مطالعه ۴۱۱ ناشر و ۱۰۱ مخاطب از میان اқشار مختلف بوده که تصادفی انتخاب و از طریق پرسش‌نامه نظرسنجی شده‌اند. براساس یافته‌های پژوهش حاصل از پرسش‌نامه‌ها، نتایج به دست آمده نشان‌دهنده آن است که ۷۲/۹ درصد ناشران در حوزه نشر الکترونیک فعالیت می‌کنند و ۱۶ درصد از ناشرانی که تا کنون در حوزه نشر الکترونیک فعالیت نداشته‌اند در برنامه آینده انتشارات خود نشر الکترونیک را خواهند گنجانند. ۴۳/۳ درصد مخاطبان، بالفعل، از کاربران کتاب الکترونیک هستند و بسیاری دیگر به دلیل فراگیر نشدن این فناوری، شناخت ناکافی، و در دسترس نبودن امکانات آن به کتاب الکترونیک رو نیاورده‌اند، اما می‌توان آن‌ها را در زمره مخاطبان بالقوه در آینده‌ن‌چندان دور به شمار آورد.

واژگان کلیدی

نشر الکترونیک، کتاب الکترونیک، ناشران، مخاطبان.

مقدمه

از زمانی که فناوری چاپ در خدمت نشر قرار گرفت و تکثیر هر اثری به هر تعداد امکان پذیر گردید، سدّی بزرگ از سر راه انتقال اندیشه و احساس بشر برداشته شد و او بر سه چیز غلبه کرد؛ سه چیزی که پیش از آن موانعی گذرناپذیر در مسیر حرکت او بود: زمان؛ زبان؛ مکان. با ظهور فناوری دیجیتال و پیامدها و کاربردهای آن در عرصه‌های مختلف، موج تحول دیگری در چاپ و نشر ایجاد شد. این موج، به‌ویژه از دهه ۱۹۹۰ آهنگی شتابناک گرفت و اکنون نیز با شتابی بیشتر در پیشرفت است. انباشتن اطلاعات در مواد مختلف، از جمله سی‌دی، و بازیافت آن با سرعت و کیفیت عالی ظهور پدیده چندرسانه‌ای بود. ترکیب شدن متن، تصویر، و صوت در یک رسانه انقلابی نوین در نشر بود، زیرا این انقلاب مخاطب جدید، بازار جدید، فناوری جدید، و ماده جدیدی در نشر ایجاد کرد که در تاریخ آن سابقه نداشت و اصطلاح نشر پسامدرن (پست‌مدرن) شکل گرفت. این اصطلاح از زمانی به کار رفت که صنعت نشر دیگر کتاب و مواد نوشتاری را ماده اصلی خود ندانست، بلکه با تولید چندرسانه‌ای‌ها امکان داد تا مخاطبان از ابزارهای مختلف، از جمله رایانه‌های شخصی، مواد دلخواه خود را بخوانند، ببینند یا بشوند. تنوع بی‌مانند در نشر، به واقع، ورود آن به عصر پسامدرن بود. انتشار کتبی که سی‌دی به همراه دارند به خواننده کتاب مجال پژوهش‌های گسترده‌تر را می‌دهد. کتب تحت وب و کتبی که در فرمت‌های مختلف نرم‌افزاری تعریف شده‌اند گام دیگری در عرصه ترکیب کتاب با راه‌ها و ابزارهای جدید است. نشر الکترونیکی از زمینه‌هایی است که سرمایه‌ها، اندیشه‌ها، و تخصص‌های فراوانی را به سوی خود جذب کرده است. برآوردها نشان می‌دهد که این نشر در آینده نزدیک و دور رهاوردهای دیگری را به عرصه نشر خواهد آورد و مسیر آینده آن را نیز تغییر خواهد داد. (آذرنگ، ۱۳۷۶: ۳۵)

محتوای الکترونیک در نشر پسامدرن

در سال ۲۰۱۱، یک پنجم خوانندگان کتاب در ایالات متحده آمریکا خواندن کتب الکترونیک را بر نسخه‌های چاپی ترجیح داده و آن را برای مطالعه مناسب یافته‌اند. مرکز تحقیقات پیو، در ایالات متحده آمریکا، با ارائه آمار رسمی اعلام کرده جوانان امریکایی تمایل بیشتری به مطالعه کتب الکترونیک در سال ۲۰۱۱ داشته‌اند و این میزان رو به رشد ادامه دارد. صنعت کتب الکترونیک در ایالات متحده آمریکا از ۷۸ میلیون فروش، در سال ۲۰۰۸، به ۱/۷ میلیارد فروش، در سال ۲۰۱۱ افزایش یافته است، به طوری که این مرکز برآورد کرده که در سال ۲۰۱۲ کتب الکترونیک فروش ۳/۵ میلیاردی را به خود اختصاص خواهند داد - که این آمار خود بر استقبال رو به رشد از کتب الکترونیک صحه می‌گذارد. (لالمی، ۱۳۹۱: ۱۵)

از طرفی، سایت آمازون شکست کتاب در مقابل ایبوک^۳ را بدین شکل اعلام کرد که در کریسمس سال ۲۰۱۲ کتب الکترونیک بیشتری نسبت به کتب سنتی فروخته است. این نخستین بار است که کتب الکترونیکی نسبت به کتب کاغذی معمول فروش بیشتری داشته‌اند. همچنین کیندل، کتابخوان ارائه‌شده از سوی آمازون، پرفروش‌ترین محصول آمازون اعلام شده است. بنا بر آمار شرکت آمازون، در یک روز حدود ۵/۹ میلیون نفر از سراسر جهان با سرعت ۱۱۰ خرید در ثانیه از این عرضه‌کننده برخط (آنلاین)^۴ خرید کرده‌اند. (به نقل از پایگاه خبری کتابداری ایران. قابل دسترس در:

<http://www.lisna.ir/index.php>)

از سوی دیگر، مجله امریکایی نیوزویک^۵ که سابقه‌ای هشتادساله در زمینه انتشار مقالات و تحلیل‌های خبری دارد، به انتشار نسخه چاپی خود در سال ۲۰۱۳ پایان خواهد داد و در حال تبدیل شدن به نشریه‌ای صرفاً برخط است. این اقدام نمونه دیگری از تمایل روزافزون مخاطبان به سمت برخط شدن است. پایان انتشار نسخه چاپی نیوزویک را باید نشانه‌ای دیگر از پایان کهکشان گوتنبرگ دانست.

این بدان معناست که عصر چاپ رو به پایان است و عصر دیجیتال فراگیر می‌شود. بنابراین، نهادهای عصر چاپ بایستی جای خود را با نهادهای عصر دیجیتال، نظیر کتب و نشریات الکترونیک و برخط و شبکه‌های اجتماعی، معاوضه نمایند. تغییر ذائقه مخاطبان از کتاب‌خوانی و روزنامه‌خوانی به خواندن اطلاعات دیجیتال، اینترنت فراگیر و گسترش استفاده از لپ‌تاپ، تبلت و ابزارهای چندرسانه‌ای دیگر همه و همه بر آینده روشن کتب الکترونیک به عنوان یکی از ابزارهای عصر دیجیتال و یادگیری و آموزش الکترونیک، صحنه خواهد گذارد (روزنامه اقتصادی آسیا، ۱۳۹۱: ۱). از آنجا که کشورهای در حال توسعه از لحاظ سیر فرهنگ و تکنولوژی تابع کشورهای توسعه یافته‌اند، می‌توان نتیجه‌گیری نمود که طی سال‌های آینده روند تولید کتب الکترونیک در کشور ما نیز پیشرفت خواهد کرد، بنابراین، از هم‌اکنون باید تدابیر لازم برای آن اندیشیده شود.

معرفی و آشنایی با انواع کتب الکترونیک

از اختراع رایانه، ترانزیستورها، و ابداع اینترنت به عنوان فصل‌های انقلاب در تاریخ علم یاد شده است. با رواج هر چه بیشتر رایانه در جزئی‌ترین مسائل روزمره، دنیای ما با سرعت هر چه بیشتر به دنیای الکترونیک و دیجیتال تبدیل می‌شود. کتب الکترونیک صرفاً نسخه‌های الکترونیک مطالب مکتوب نیستند، بلکه می‌توانند، علاوه بر متن، صوت، تصاویر، و فیلم را نیز شامل شوند. به علاوه، می‌توانند در قالب‌های اجرایی رایانه، مانند فایل‌های پی‌دی‌اف، اچ‌تی‌ام‌ال، متن، و فایل‌های اجرایی^۸، درآیند (یعقوبی، ۱۳۸۵: ۲۲). بنا بر دایرةالمعارف و یکی‌پدیا، کتاب الکترونیک نسخه الکترونیک یا دیجیتالی یک کتاب است. در زبان انگلیسی، برای کتاب الکترونیک تعریف دیگری نیز قائل شده‌اند که به ابزار مطالعه کتاب الکترونیک اشاره دارد. ابزار مطالعه کتاب الکترونیک دستگاهی است در ابعاد یک کتاب داستان معمولی با وزن تقریبی ۶۰۰ گرم. همان‌طور که از نام آن برمی‌آید، از

آن برای خواندن کتاب الکترونیک استفاده می‌شود؛ به عبارت دیگر، ابزار مطالعه کتاب الکترونیک وسیله‌ای است که اطلاعات خام را به صورت متن در اختیار کاربر قرار می‌دهد (بابایی، ۱۳۸۴: ۳۵). فرهنگ لغت مختصر انگلیسی آکسفورد (۲۰۰۱) کتاب الکترونیکی را چنین تعریف می‌کند: نسخه‌ای الکترونیکی که با یک رایانه شخصی یا وسیله الکترونیکی دستی اختصاصاً طراحی شده و قابل خواندن باشد. بنا بر نظر ارمز، اصطلاح کتاب الکترونیکی به متنی ارجاع می‌دهد که برای خوانده شدن به نرم‌افزار یا سخت‌افزار نیاز دارد. (لی، ۱۳۸۳: ۴۵)

چنین نیز کتاب الکترونیکی را از چهار جنبه تعریف می‌کند: رسانه؛ دستگاه؛ تحویل؛ محتوا.

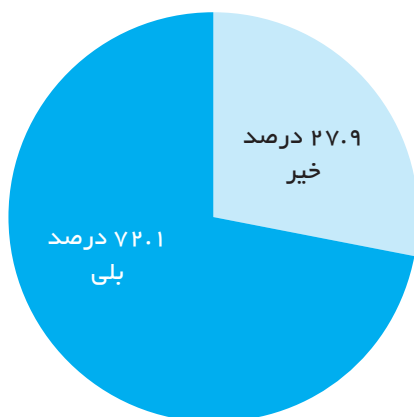
- **رسانه:** بیشتر نوشته‌ها، کتاب الکترونیکی را نوع دیگری از کتاب، در قالب رسانه‌ای الکترونیکی یا دیجیتالی، معرفی می‌کنند.
- **دستگاه:** کتاب الکترونیکی کتابی است که با استفاده از دستگاه یا ابزاری ویژه خوانده می‌شود. این دستگاه از نرم‌افزار و سخت‌افزار رایانه‌ای تشکیل شده است.
- **تحویل:** کتاب الکترونیکی کتابی است که در یک وب سایت منتشر می‌شود یا به صورت مستقیم از طریق یک شبکه رایانه‌ای تحویل داده می‌شود.
- **محتوا:** محتوای کتب الکترونیکی، با توجه به امکان کاربرد قابلیت‌های فناوری اطلاعات در آنها، می‌توانند متفاوت از کتب کاغذی باشد. از این گذشته، این نوع کتب، برای ارائه و توزیع، وابسته به شیء فیزیکی نیستند. (علیدوستی و شیخ شاعی، ۱۳۸۵: ۲۸)

کتب الکترونیکی، با توجه به ویژگی‌ها، امکانات، و کاربردهایش، به گروه‌های زیر تقسیم می‌شوند:

۱. کتب الکترونیکی فقط متن. در این دسته، کتب الکترونیکی فقط شامل اطلاعات متنی هستند و هیچ گونه تصویر، نمودار، و جز آن را شامل نمی‌شوند.

۲. کتب الکترونیکی دارای تصاویر اسکن شده. در کنار اطلاعات متنی، تعدادی تصویر اسکن شده نیز وجود دارد.
۳. کتب الکترونیکی با تصاویر متحرک. در کنار اطلاعات متنی، تعدادی تصویر انیمیشن و یا قطعاتی از فیلم نیز وجود دارد.
۴. کتب الکترونیکی سخن گو. این دسته کتب الکترونیکی با استفاده از امکانات صوتی و الکترونیکی تا حدی با کاربر رابطه برقرار می کنند.
۵. کتب الکترونیکی چندرسانه‌ای. در این دسته از کتب الکترونیکی یک رابطه چندرسانه‌ای و دوسویه میان کتاب و خواننده برقرار می شود. این دسته کاملاً با کتب سنتی و چاپی متفاوت هستند و امکانات کمکی برای جست‌وجو و تحقیق در آنها در نظر گرفته شده است.

نمودار ۱. میزان فعالیت ناشران در حوزه نشر الکترونیک



کتاب الکترونیکی در محیط وب بیشتر در قالب پی‌دی‌اف، اچ‌تی‌ام‌ال و یا متن ساده در دسترس قرار می‌گیرند. برای مطالعه برخی کتاب الکترونیکی باید همه متن کتاب را به رایانه شخصی خود انتقال داد و یا صفحه یا فصل آن‌ها را مطالعه کرد. (فراسا. سایت آموزش و سنجش الکترونیک، قابل دسترس در: <http://www.farasa.net/elearning۲/login.php?course=۴۱&lang=fa>)

بحث و نتایج پژوهش

در این بخش اطلاعات مستخرج از نظرسنجی ناشران و مخاطبان درباره چگونگی مواجهه آنان با نشر پسامدرن (نشر الکترونیکی) ارائه شده است. در اولین بررسی ناشران از منظر فعالیت در حوزه نشر الکترونیک مورد مطالعه قرار گرفتند. همان طور که مشاهده می‌شود، بر اساس نمودار ۱، فقط ۲۷/۹ درصد ناشران در زمینه نشر الکترونیک فعالیت می‌کنند و بیشتر ناشران (۷۲/۱ درصد) در زمینه نشر الکترونیک فعالیت ندارند، اما از میان ناشران، طبق نظرسنجی، ۶۱ درصد آنان در برنامه آینده انتشاراتشان نشر الکترونیک را خواهند گنجاند.

همچنین میزان رضایتمندی ناشران در خصوص بازگشت سرمایه از تولیدات نشر، بازخورد مخاطبان، و واکنش پدیدآورندگان به نشر پسامدرن و الکترونیکی مورد نظرسنجی قرار گرفت که بر اساس جدول ۱، میزان رضایتمندی ناشران در خصوص بازگشت سرمایه آن‌ها از تولیدات نشر الکترونیک: ۷/۶ درصد کاملاً ناراضی؛ ۴/۵ درصد ناراضی؛ ۵۴/۵ درصد رضایت متوسط؛ ۲۷/۳ درصد راضی؛ ۶/۱ درصد کاملاً راضی.

میزان رضایتمندی ناشران در خصوص بازخورد مخاطبان به تولیدات نشر الکترونیک: ۴/۵ درصد کاملاً ناراضی؛ ۰ درصد ناراضی؛ ۳۵/۸ درصد رضایت متوسط؛ ۴۴/۸ درصد راضی؛ ۱۴/۹ درصد کاملاً راضی.

میزان رضایتمندی ناشران درخصوص واکنش پدیدآورندگان اثر از حرکت به سوی نشر الکترونیک: ۰ درصد کاملاً ناراضی؛ ۱۳/۸ درصد ناراضی؛ ۴۱/۵ درصد رضایت متوسط؛ ۴۰ درصد راضی؛ ۴/۶ درصد کاملاً راضی.

همچنین در نظرسنجی دیگری، نظر ناشران درباره ویژگی‌ها و مزایای نشر الکترونیک و محصولات آن اخذ گردید که بر اساس جدول ۲، ۳۶/۹ درصد ناشران با گزینه «صرف سرمایه و هزینه کمتر برای تولید کتاب توسط ناشران با حرکت به سوی نشر الکترونیک» کاملاً موافق‌اند. ۳۵/۴ درصد ناشران با گزینه «افزایش مخاطبان کتب الکترونیک نسبت به کتب چاپی طی چند سال آینده» کاملاً موافق‌اند. همچنین ۴۰/۶ درصد ناشران با گزینه «سهولت استفاده و دسترسی به متون دیجیتال نسبت به متون چاپی» موافق‌اند و ۴۲/۴ درصد ناشران با گزینه «سهولت آموزش و یاددهی با استفاده از کتب الکترونیک» موافق‌اند. همچنین ۴۴/۴ درصد ناشران با گزینه «افزایش میزان یادگیری یادگیرنده با استفاده از کتب الکترونیک» موافق‌اند.

جدول ۱. میزان رضایتمندی ناشران در خصوص بازگشت سرمایه، بازخورد مخاطب، و واکنش پدیدآورندگان به نشر الکترونیک

کاملاً ناراضی	ناراضی	متوسط	راضی	کاملاً راضی	
۵	۳	۳۶	۱۸	۴	بازگشت سرمایه از تولیدات نشر الکترونیک
۷/۶	۴/۵	۵۴/۵	۲۷/۳	۶/۱	
۳	۰	۲۴	۳۰	۱۰	بازخورد مخاطبان به تولیدات نشر الکترونیک
۴/۵	۰	۳۵/۸	۴۴/۸	۱۴/۹	
۰	۹	۲۷	۲۶	۳	واکنش پدیدآورندگان اثر از حرکت به سوی نشر الکترونیک
۰	۱۳/۸	۴۲/۵	۴۰	۴/۶	

در نظرسنجی مخاطبان، آنان از منظر گرایش به مطالعه کتب الکترونیکی و کتب چاپی (ستتی) مورد بررسی قرار گرفتند. بر اساس جدول ۳، فقط ۳۴/۳ درصد مخاطبان به صورت بالفعل به مطالعه کتب الکترونیکی می‌پردازند و مابقی همچنان به مطالعه آثار چاپی علاقه بیشتری نشان می‌دهند. اما مخاطبان در دسترس نبودن امکانات و زیرساخت‌های لازم را دلیل عدم پذیرش مطالعه کتب الکترونیکی می‌دانستند و بر آن بودند که در صورت رفع این مشکلات بر تعداد مخاطبان کتب الکترونیکی افزوده خواهد شد.

بر اساس روش‌های گوناگون مطالعه در جدول ۴، ۶۲/۲۹ درصد مخاطبان همچنان خواندن کتاب روی کاغذ را ترجیح می‌دهند، اما از میان مخاطبان کتب الکترونیکی ۱۷/۲۱ درصد مخاطبان

جدول ۲. نظر ناشران درباره معیارهای مرتبط با نشر الکترونیکی

معیارها	کاملاً مخالف	مخالف	بی‌نظر	موافق	کاملاً موافق
صرف سرمایه و هزینه کمتر برای تولید کتاب توسط ناشران با حرکت به سوی نشر الکترونیکی	۰	۸	۱۰	۲۳	۲۴
افزایش مخاطبان کتب الکترونیکی نسبت به کتب چاپی طی چند سال آینده	۰	۶	۱۶	۲۰	۲۳
سهولت استفاده و دسترسی به متون دیجیتال نسبت به متون چاپی	۰	۳	۱۴	۲۶	۲۱
سهولت آموزش و یاددهی با استفاده از کتب الکترونیکی	۰	۳	۱۴	۲۵	۱۷
افزایش میزان یادگیری یادگیرنده با استفاده از کتب الکترونیکی	۲	۶	۱۲	۲۸	۱۵
	۳/۲	۹/۵	۱۹	۴۴/۴	۲۳/۸

خواندن کتب الکترونیک روی وسایل الکترونیکی دستی، نظیر گوشی همراه، تبلت، کتابخوان‌ها، ۱۳/۹۳ درصد مخاطبان خواندن کتب الکترونیک در رایانه شخصی، و ۶/۵۷ درصد مخاطبان خواندن کتب دیجیتال در محیط اینترنت (به صورت برخط یا آنلاین) را برای مطالعه محتوای مورد نظر خود انتخاب نمودند. (بیشتر بودن مجموع از تعداد کل مخاطبان به این دلیل است که برخی از مخاطبان به بیش از یک گزینه انتخاب نموده‌اند)

جدول ۳. درصد مخاطبان کتب الکترونیک و چاپی

درصد اعتبار	درصد فراوانی	فراوانی	پاسخ
۳/۳۴	۷/۳۲	۳۴	مطالعه کتب الکترونیک
۷/۶۵	۵/۶۲	۶۵	مطالعه کتب چاپی
۱۰۰	۲/۹۵	۹۹	مجموع
---	۸/۴	۵	بی‌پاسخ
---	۱۰۰	۱۰۴	مجموع کل

جدول ۴. درصد مخاطبان بر حسب روش‌های مطالعه

درصد فراوانی	فراوانی	پاسخ
۶/۵۷	۸	خواندن کتاب دیجیتال در محیط اینترنت (برخط یا آنلاین)
۱۳/۹۳	۱۷	خواندن کتاب الکترونیک در رایانه شخصی
۱۷/۲۱	۲۱	خواندن کتاب الکترونیک روی وسایل الکترونیکی دستی، نظیر گوشی همراه، تبلت، کتابخوان‌ها و...
۶۲/۲۹	۷۶	خواندن کتاب روی کاغذ
۱۰۰	۱۲۲	مجموع

پیشنهادهای

نشر الکترونیک، در ایران، هنوز آن طور که باید رشد نیافته و جایگاه معین و تعریف شده‌ای پیدا نکرده است. بسیاری از مشکلات از اطلاع ناکافی از این حوزه نشر نشئت می‌گیرد. این نکته را باید همیشه به یاد داشته باشیم که بومی کردن یک دانش یا یک فن فقط با تبدیل واژگان آن علم به زبان فارسی عملی نمی‌شود. اگر کتاب الکترونیکی می‌خواهیم، باید استانداردی برای آن تعریف کنیم تا در آینده‌ای که خیلی خیلی هم دور نیست افسوس از دست رفتن فرصت‌ها را نخوریم.

کتاب الکترونیکی اسکن کردن چند صفحه کتاب و ریختن آن روی یک لوح فشرده نیست؛ حتی اگر فکر می‌کنیم که این تعریف درست است، پس حداقل آن را استاندارد کنیم (خندان، ۱۳۸۱: ۱۰۵). با این پیش در آمد، پیشنهادهایی در جهت بهبود وضع ناشران و نشر الکترونیک ارائه می‌شود: تغییر نگرش ناشران از نشر سنتی به نشر الکترونیک - با این دیدگاه که آینده نشر رویکردی جز نشر الکترونیک ندارد - یکی از مهم‌ترین پیشنهادهایی است که بایستی هر چه زودتر به آن جامه عمل پوشاند. جایگاه کتاب در عصر اطلاعات و ارتباطات تغییر یافته و به یکی از رسانه‌های اطلاعاتی در کنار رسانه‌های دیگر تبدیل شده است.

بنابراین، همان‌گونه که مخاطبان این حوزه دچار تغییر شده‌اند، ناشران نیز بایستی برنامه‌ها، سیاست‌ها، اهداف، و کاربردهای حوزه کاری خود را تغییر بدهند؛ این تغییرات به دانش، آگاهی، آموزش، تأمل، تجربه، و راه‌یابی نیاز دارد. با ذهنیت ایستا و با پیروی از قواعد کهن نمی‌توان در وضع کنونی نشر تحولی به وجود آورد. برخی از صاحب‌نظران نشر دنیای جدید را در عبارت «تبدیل نشر تک‌رسانه‌ای به چندرسانه‌ای» بیان می‌دارند، یعنی همان چیزی که امروزه با ورود نشر به دنیای الکترونیکی امکان پذیر شده است.

این نشر لازمه ساختارها و زیربنای فنی، علمی، اقتصادی، صنعتی، و حقوقی نشر الکترونیک در کشور مطابق با تحولات نشر در جهان، البته به صورت بومی سازی شده، است و ایجاد و تقویت تشکلهای صنفی در حوزه تولید کتب الکترونیکی و اصلاح ساختارهای آن در حوزه نشر امری ضروری می نماید.

پی نوشت

1. CD
2. DVD
3. E-book
4. On line
5. News week
6. PDF
7. HTML
8. EXE

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۶). مبانی نشر کتاب، تهران: انتشارات سمت.
- لامعی، شیده (۱۳۹۱). «مطالعه کتاب‌های الکترونیکی توسط یک پنجم کتابخوانان امریکایی»، ماهنامه صنعت نشر (خبرنامه اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران)، ش ۵۶، ص ۱۵.
- به نقل از پایگاه خبری کتابداری ایران. قابل دسترس در: <http://www.lisna.ir/index.php>
- «پایان انتشار نسخه چاپی نیوزویک» (۱۳۹۱). روزنامه اقتصادی آسیا، دوره ۶، ش ۱۴۴۰، ص ۱.
- قابل دسترس در: www.asianews.ir
- یعقوبی، ج. (۱۳۸۵). «کتاب‌های الکترونیکی: مفاهیم، مزایا و شیوه تهیه»، نشریه کتابداری و اطلاع‌رسانی، سال سوم، ش ۹، ص ۲۲.
- بابایی، محمود (۱۳۸۴). نشر الکترونیکی، تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- لی، استوارت (۱۳۸۳). مجموعه‌سازی منابع الکترونیکی (راهنمای عملی)، ترجمه محمد زره‌ساز و علیرضا اسفندیاری، تهران: انتشارات کتابخانه رایانه‌ای.
- علیدوستی، سیروس و فاطمه شیخ شعاعی (۱۳۸۵). فناوری اطلاعات و کتابخانه‌ها، تهران: پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- فراسا. سایت آموزش و سنجش الکترونیک، قابل دسترس در:
- <http://www.farasa.net/elearning2/login.php?course=41&lang=fa>
- خندان، ابراهیم (۱۳۸۱). «کتاب الکترونیک چیست و چگونه باید باشد؟»، نشریه کتاب هفته، ش ۱۰۵.

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی

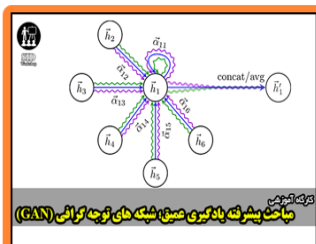


عضویت در
خبرنامه



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