



دانشگاه سیام نور
پی

سفارش و خدمات تحویل مدرک

(رشته کتابداری و اطلاع رسانی)

حمید محسنی

بسم الله الرحمن الرحيم

پیشگفتار ناشر

کتاب‌های دانشگاه پیام نور حسب مورد و با توجه به شرایط مختلف یک درس در یک یا چند رشته دانشگاهی، به صورت کتاب درسی، متن آزمایشگاهی، فرادرسی، و کمک‌درسی چاپ می‌شوند.

کتاب درسی ثمره کوشش‌های علمی صاحب اثر است که براساس نیازهای درسی دانشجویان و سرفصل‌های مصوب تهیه و پس از داوری علمی، طراحی آموزشی، و ویرایش علمی در گروه‌های علمی و آموزشی، به چاپ می‌رسد. پس از چاپ ویرایش اول اثر، با نظرخواهی‌ها و داوری علمی مجدد و با دریافت نظرهای اصلاحی و متناسب با پیشرفت علوم و فناوری، صاحب اثر در کتاب تجدیدنظر می‌کند و ویرایش جدید کتاب با اعمال ویرایش زبانی و صوری جدید چاپ می‌شود.

متن آزمایشگاهی (م) راهنمایی است که دانشجویان با استفاده از آن و کمک استاد، کارهای عملی و آزمایشگاهی را انجام می‌دهند.

کتاب‌های فرادرسی (ف) و **کمک‌درسی** (ک) به منظور غنی‌تر کردن منابع درسی دانشگاهی تهیه و بر روی لوح فشرده تکثیر می‌شوند و یا در وبگاه دانشگاه قرار می‌گیرند.

مدیریت تولید محتوا و تجهیزات آموزشی

فهرست مطالب کتاب

سیزده

پیشگفتار

۱	فصل ۱. تولید، توزیع و قیمت گذاری منابع اطلاعاتی
۱	خلاصه فصل
۱	اهداف آموزشی فصل
۲	تعریف نشر
۲	نشر الکترونیکی
۵	نشر رومیزی
۷	فرآیندهای نشر
۷	۱. تولید محتوا
۹	۲. آماده سازی فنی محتوا
۱۰	۳. چاپ و نشر
۱۱	۴. بازاریابی و توزیع
۱۲	قیمت گذاری محصولات نشر
۱۵	مالکیت مادی و معنوی نشر
۱۷	فن آوری اطلاعات و صنعت نشر
۱۷	۱. کاربرد فن آوری اطلاعات در نشر سنتی
۱۸	۲. تولید محصولات الکترونیکی
۱۹	تأثیر نشر بر کتابداری و اطلاع رسانی
۲۳	برای کارورزی و بحث بیشتر
۲۴	مراجع مورد استفاده
۲۴	پرسش های تشریحی
۲۵	پرسش های چندگزینه ای
۲۷	برای مطالعه بیشتر

۲۹	فصل ۲. توزیع و توزیع کنندگان منابع اطلاعاتی و روش های آن
۲۹	خلاصه فصل
۳۰	اهداف آموزشی این فصل
۳۰	مقدمه
۳۱	تبلیغ، بازاریابی و توزیع
۳۲	توزیع منابع اطلاعاتی در ایران و مشکلات آن
۳۶	شبکه های اطلاعاتی و ارتباطی و کانال های ارسال و توزیع اطلاعات
۳۷	روش های توزیع و توزیع کنندگان
۳۸	۱. ناشران و تولیدکنندگان اطلاعات
۳۹	برای مطالعه و کارورزی بیشتر
۴۳	۲. عرضه غیرمستقیم یا از طریق واسطه ها
۴۴	کارگزاران و مراکز پخش
۴۵	برای کارورزی و مطالعه بیشتر
۴۷	مزایای استفاده از کارگزار
۴۷	۱. حذف ارتباطات زیاد
۴۸	۲. پرداخت سریع و آسان
۴۸	۳. سهولت پیگیری و دریافت
۴۸	۴. تخصص و مهارت
۴۹	ملاک های انتخاب کارگزار مناسب
۴۹	۱. سرعت در فرآیندهای مختلف تهیه
۵۰	۲. دقت و صحت
۵۰	۳. مسائل مالی
۵۱	۴. جامعیت
۵۲	۵. انعطاف پذیری
۵۲	۶. مهارت های ویژه
۵۲	۷. خدمات خاص و ویژه
۵۳	۸. نمایندگی محلی
۵۳	۹. ارائه تسهیلات الکترونیکی
۵۴	۱۰. شهرت
۵۴	۱۱. سایر شرایط
۵۴	برای کارورزی و بحث بیشتر
۵۵	سایر واسطه ها
۵۵	مراکز پخش و توزیع کتاب در ایران
۵۶	کتاب فروشی ها
۵۶	فروشگاه های الکترونیکی
۵۷	برای کارورزی و بحث بیشتر

۵۷	پرسش‌های تشریحی
۵۸	پرسش‌های چندگزینه‌ای
۵۹	برای مطالعه بیشتر
۶۱	فصل ۳. سفارش، مراحل و روش‌ها
۶۱	خلاصه فصل
۶۱	اهداف آموزشی این فصل
۶۲	مقدمه
۶۳	سفارش چیست؟
۶۴	انواع سفارش
۶۵	مزایا و معایب سفارش مستقیم
۶۶	مزایا و معایب سفارش غیرمستقیم
۷۰	سایر انواع سفارش
۶۷	۱. سفارش سفیدمهر
۶۸	۲. سفارش به شرط تأیید یا بازبینی
۶۸	۳. سفارش دائم
۶۹	۴. سفارش ائتلافی
۷۰	برای کارورزی و بحث بیشتر
۷۴	مراحل سفارش
۷۱	۱. مرحله قبل از تهیه و سفارش
۷۲	دریافت تقاضا
۷۳	برگه‌های درخواست
۷۵	انواع برگه‌های درخواست
۷۶	چند توصیه برای طراحی برگه‌های درخواست
۸۴	چگونگی تکمیل اطلاعات مربوط به برگه درخواست پایگاه اطلاعاتی
۸۶	کنترل درخواست‌ها و تقاضاها
۸۷	۱. کنترل اطلاعات کتاب‌شناختی
۸۷	۲. کنترل درخواست‌ها با مجموعه کتابخانه
۸۸	۳. کنترل درخواست با بایگانی سفارش
۸۸	۴. کنترل درخواست با موجودی کتابخانه‌های همکار:
۸۹	فرآیند انتخاب
۸۹	برای کارورزی و بحث بیشتر
۸۹	مرحله سفارش
۸۹	۱. ارسال سفارش
۹۱	۲. دریافت منابع اطلاعاتی
۹۲	برخی نکات مهم در دریافت منابع اطلاعاتی
۹۳	مرحله پس از سفارش و کارهای دوره‌ای

۹۳	۱. پیگیری سفارش‌های دریافت نشده
۹۴	۲. پیگیری سفارش‌های ناقص
۹۴	۳. روزآمد نمودن بایگانی‌های سفارش
۹۵	۴. بازبینی درخواست‌های معوقه
۹۵	برای کارورزی و بحث بیشتر
۹۵	پرسش‌های تشریحی
۹۷	پرسش‌های چندگزینه‌ای

۱۰۳	فصل ۴. بایگانی سفارش و فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات
۱۰۳	خلاصه فصل
۱۰۳	اهداف آموزشی این فصل
۱۰۴	بایگانی سفارش، اهداف و ویژگی‌ها
۱۰۵	ضرورت بایگانی و تفکیک بایگانی سفارش
۱۰۶	۱. تفاوت نوع بایگانی
۱۰۶	۲. ماهیت جاری بودن کار سفارش
۱۰۶	۳. تخصّصی بودن کار
۱۰۷	۴. تغییرات مداوم فایل‌ها
۱۰۷	۵. ماهیت سهولت‌بخشی بایگانی سفارش
۱۰۷	بایگانی‌های اصلی مورد نیاز
۱۰۷	۱. بایگانی «سفارش‌های انجام شده»
۱۰۹	۲. بایگانی «در دست اقدام»
۱۰۹	۳. بایگانی «مکاتبات» بخش سفارش
۱۱۰	۴. بایگانی مالی
۱۱۰	۵. بایگانی مجلات و پایگاه‌های اطلاعاتی سفارش مستقیم
۱۱۲	۶. سایر بایگانی‌ها
۱۱۲	استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در بایگانی و سفارش
۱۱۳	۱. استفاده از فن‌آوری اطلاعات
۱۱۴	۲. استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات
۱۱۸	برای کارورزی و بحث بیشتر
۱۱۹	پرسش‌های تشریحی
۱۲۰	پرسش‌های چندگزینه‌ای

۱۲۱	فصل ۵. خدمات تحویل مدرک و ویژگی‌های آن
۱۲۱	خلاصه فصل
۱۲۱	اهداف آموزشی این فصل
۱۲۲	تعاریف
۱۲۴	دو رویکرد اصلی مجموعه‌سازی: «دسترسی» در مقابل «نگهداری»

۱۲۶	آگاهی از منابع موجود
۱۲۷	فرآیندهای مختلف خدمات تحویل مدرک و الگوهای موجود
۱۳۰	انتخاب شیوه دسترسی به اسناد و مدارک
۱۳۰	ابزارهای انتقال در خدمات تحویل مدرک
۱۳۴	مراکز خدمات تحویل مدرک چه کسانی هستند؟
۱۳۵	ظهور کارگزاران جدید؛ ناشران و خدمات تحویل مدرک الکترونیکی
۱۳۶	شاخص‌های انتخاب خدمات تحویل مدرک
۱۳۸	۱. هزینه
۱۳۸	۲. سرعت
۱۳۹	۳. جامعیت
۱۴۰	۴. تهیه منابع از کارگزاران دیگر
۱۴۰	۵. روش ارسال
۱۴۰	۶. جست‌وجو در پایگاه اطلاعاتی و موجودی منابع
۱۴۱	۷. ارائه خدمات ویژه
۱۴۱	۸. روش پرداخت
۱۴۱	۹. روش درخواست منبع
۱۴۲	برای کارورزی و بحث بیشتر
۱۴۲	پرسش‌های تشریحی
۱۴۳	پرسش‌های چندگزینه‌ای
۱۴۴	برای مطالعه بیشتر
۱۴۵	فصل ۶. همکاری بین کتابخانه‌ای
۱۴۵	خلاصه فصل
۱۴۵	اهداف آموزشی این فصل
۱۴۶	مقدمه
۱۴۶	زیرساخت‌های همکاری بین کتابخانه‌ای
۱۴۷	۱. دسترسی وسیع به اطلاعات کتاب‌شناختی
۱۴۷	۲. شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی وسیع و قدرتمند
۱۴۸	۳. نظام اطلاع‌رسانی و استانداردهای مورد نیاز
۱۴۹	همکاری‌های بین‌المللی اطلاع‌رسانی
۱۴۹	۱. اینیس (خدمات بین‌المللی اطلاع‌رسانی هسته‌ای)
۱۴۹	۲. اگریس (سیستم‌های اطلاع‌رسانی کشاورزی)
۱۵۰	۳. کنترل جهانی کتاب‌شناختی و مارک بین‌المللی (یوبی‌سی‌آی‌ام)
۱۵۰	۴. دسترسی جهانی به انتشارات (یوای‌پی)
۱۵۱	جنبه‌های مختلف همکاری بین کتابخانه‌ای
۱۵۱	خدمات تحویل مدرک و امانت بین کتابخانه‌ای
۱۵۳	اشتراک منابع و سفارش ائتلافی

۱۵۵	مبادله
۱۵۵	الف) مبادله منابع اطلاعاتی کتابخانه
۱۵۶	ب) مبادله انتشارات
۱۵۶	هدایا و منابع اطلاعاتی رایگان
۱۵۷	نهادهای ملی و همکاری بین کتابخانه‌ای
۱۵۸	برای کارورزی و بحث بیشتر
۱۵۹	پرسش‌های تشریحی
۱۵۹	پرسش‌های چندگزینه‌ای
۱۶۰	برای مطالعه بیشتر
۱۶۱	فصل ۷. مدیریت اداری و مالی در مجموعه‌سازی
۱۶۱	خلاصه فصل
۱۶۲	اهداف آموزشی این فصل
۱۶۳	مدیر و کارکنان مجموعه‌سازی
۱۶۴	ویژگی‌های کار مجموعه‌سازی
۱۶۴	۱. تنوع فعالیت‌ها و تغییرات روزافزون آن
۱۶۵	۲. ارتباط زیاد با سایر بخش‌ها و افراد سازمان
۱۶۵	۳. ارتباط بسیار با بازار نشر و توزیع
۱۶۵	۴. پیگیری
۱۶۶	ویژگی‌های کارکنان مجموعه‌سازی
۱۶۶	تخصّص در کتابداری و اطلاع‌رسانی
۱۶۷	ویژگی‌های رفتاری و روابط عمومی خوب
۱۶۷	شمّ تجاری
۱۶۸	سایر تخصّص‌ها و ویژگی‌ها
۱۶۸	ساختار و جایگاه تشکیلاتی بخش‌های سفارش و خدمات تحویل مدرک
۱۶۹	تفکیک وظایف
۱۷۰	فعالیت‌های معمول در بخش سفارش و خدمات تحویل مدرک
۱۷۱	نمونه‌هایی از تقسیم‌بندی واحدهای مختلف در بخش سفارش
۱۷۵	برای کارورزی و بحث بیشتر
۱۷۵	مدیریت بودجه
۱۷۶	برنامه‌ریزی مالی و بودجه در کتابخانه
۱۷۸	شیوه‌های دریافت وجه از امور مالی
۱۷۹	تنخواه
۱۷۹	کوین یونسکو
۱۸۰	سپرده‌گذاری
۱۸۱	کارت‌های اعتباری
۱۸۲	روش گشایش اعتبار ارزی برای منابع اطلاعاتی غیرفارسی

۱۸۳	سایر روش های ارسال ارز به ناشر یا کارگزار مربوطه
۱۸۳	مراحل بعد از دریافت
۱۸۴	مشکلات احتمالی در امور مالی
۱۸۵	برای کارورزی و بحث بیشتر
۱۸۵	پرسش های تشریحی
۱۸۶	پرسش های چندگزینه ای
۱۸۸	برای مطالعه بیشتر

پیوست ۱. نمونه مکاتبات داخلی و خارجی در مجموعه سازی

۱۸۹	اهداف آموزشی این پیوست
۱۹۰	درخواست فهرست انتشارات از ناشر
۱۹۰	ارسال فهرست منابع اطلاعاتی از کارگزاران
۱۹۱	ارسال پیش برگ
۱۹۱	ارسال صورتحساب
۱۹۲	بخش سفارش
۱۹۲	درخواست پیش برگ و پرداخت کوپن یونسکو
۱۹۲	پرداخت صورتحساب
۱۹۳	اعلام پرداخت صورتحساب
۱۹۳	پرداخت صورتحساب
۱۹۴	ارسال کوپن یونسکو
۱۹۵	ارسال نسخه نمونه / آزمایشی
۱۹۵	شماره گذشته مجلات / پایگاه های اطلاعاتی
۱۹۶	قطع / تجدید اشتراک مجلات / پایگاه های اطلاعاتی و ارسال صورتحساب
۱۹۷	استرداد منابع اطلاعاتی
۱۹۸	باطل نمودن سفارش
۱۹۸	شماره های گذشته مجلات به صورت میکروفرم
۱۹۹	اعلام وصول / کسری
۲۰۰	تغییر آدرس / تلفن / دورنگار / پست الکترونیکی
۲۰۱	تهیه انتشارات ناشری خاص در زمینه موضوعی

پیوست ۲. عبارات و جملات

۲۰۲	خلاصه
۲۰۲	اهداف آموزشی این پیوست
۲۰۲	عبارات تشکر آمیز
۲۰۳	درخواست
۲۰۳	پاسخ به درخواست
۲۰۴	عبارات پرس و جو

۲۰۵	استعلام بها
۲۰۵	تخفیف
۲۰۵	شرایط پرداخت
۲۰۵	حمل
۲۰۶	سفارش
۲۰۶	تخفیف
۲۰۶	حمل
۲۰۶	شیوه‌های حمل
۲۰۷	پرداخت‌ها
۲۰۷	تمدید اعتبار
۲۰۸	پاسخ به تمدید اعتبار
۲۰۸	شکایت و نارضایتی
۲۰۹	پاسخ به شکایت و نارضایتی
۲۱۱	پیوست ۳. اختصارات
۲۱۱	خلاصه
۲۱۱	اهداف آموزشی این پیوست
۲۱۴	پیوست ۴. کارگزاران اطلاعات
۲۱۴	خلاصه
۲۱۴	اهداف آموزشی این پیوست
۲۱۴	۱. BL (کتابخانه ملی بریتانیا)
۲۱۵	۲. کتابخانه ملی استرالیا
۲۱۶	۳. کب (دفتر کشاورزی کشورهای مشترک‌المنافع)
۲۱۷	۴. یو ام آی.
۲۱۷	۵. اینجنتا
۲۱۸	۵. ابسکو
۲۱۸	۵. سوئتزر
۲۲۰	پیوست ۵. موافقت‌نامه همکاری بین کتابخانه‌ای
۲۲۳	کلید پرسش‌های چندگزینه‌ای
۲۲۵	کتابنامه

پیشگفتار

مخاطبان اصلی این کتاب، دانشجویان دانشگاه پیام نور هستند و تا حد امکان سعی شده است مسائل مختلف مجموعه‌سازی در ۲ جلد جداگانه ارائه گردند. در جلد نخست، ابتدا «کلیات مجموعه‌سازی» - مانند تعریف مجموعه‌سازی، فرآیند تولید و توزیع کتاب و سایر منابع اطلاعاتی، مجموعه‌سازی و انواع کتابخانه‌ها، مجموعه‌سازی و انواع منابع اطلاعاتی - که احتمالاً در بیشتر مباحث خاص مجموعه‌سازی مشترکند، و سپس مباحث مربوط به «انتخاب منابع اطلاعاتی» در فصول مختلف مطرح شده‌اند. مطالب جلد دوم نیز درباره «سفارش منابع اطلاعاتی» و «خدمات تحویل مدرک» است. البته در مواردی تفکیک موارد فوق بی‌مورد یا دشوار بود. به همین دلیل به ناگزیر در یک جا مطرح شده است.

در هر فصل ابتدا «خلاصه فصل» و «اهداف آموزشی» آن و در پایان «پرسش‌های تشریحی»، «پرسش‌های چندگزینه‌ای» و «منابعی برای مطالعه بیشتر» آورده شده است. مطالب این درسنامه به گونه‌ای طراحی شده است که علاوه بر جنبه‌های نظری، پاسخ‌گوی برنامه‌های کارورزی در مجموعه‌سازی نیز باشد. به همین دلیل در پایان تمام فصل‌ها تمرین‌هایی با عنوان «برای کارورزی و مطالعه بیشتر» ارائه شده است که دانشجویان و مدرسان را برای کارورزی راهنمایی می‌کند. همچنین استادان محترم برای سنجش درک دانشجویان از مباحث هر فصل می‌توانند از این تمرینات استفاده کنند. هر کدام از تمرینات به صورت یک نفره یا چند نفره قابل اجرا است.

ویژگی دیگر این کتاب ارائه اطلاعات تکمیلی و روزآمد درباره مراجع، سازمان‌ها، ناشران، کارگزاران، مراکز خدمات تحویل مدرک و سایر اطلاعات مورد نیاز بخش سفارش در سایت اختصاصی نویسنده است. دانشجویان و اساتید محترم در صورت مواجهه با هر سؤال درباره مباحث این کتاب می‌توانند با نشانی پست الکترونیکی نویسنده (Mohseni@ketabdar.org) تماس بگیرند. تولید معادل الکترونیکی کتاب همراه با مطالب تکمیلی دیگر، روزآمدسازی بخش‌هایی از کتاب در اینترنت، ایجاد ارتباط مستقیم دانشجو و کارکنان مجموعه‌سازی با ناشران و تولیدکنندگان اطلاعات، کارگزاران و سایر مراکزی که در حین تحصیل و کار با آنها سروکار خواهند داشت و در نهایت ایجاد ارتباط دانشجو با نویسنده از طریق اینترنت برنامه‌های تکمیلی این اثر خواهد بود. امیدوارم با انتقادات و پیشنهادهای اساتید محترم کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشجویان و همچنین متخصصان فن‌آوری آموزشی، در آینده الگوی مناسب‌تری برای تدوین این منابع در تمامی رشته‌های درسی به‌وجود آید.

حمید محسنی

عضو هیأت علمی

و مدرس مجتمع آموزش عالی کشاورزی

فصل ۱

تولید، توزیع و قیمت‌گذاری منابع اطلاعاتی

خلاصه فصل

صنعت نشر با کتابخانه‌ها ارتباط بسیار تنگاتنگی دارد، به‌طوری‌که منابع اطلاعاتی موجود در کتابخانه‌ها که مبنای ارائه خدمات اطلاع‌رسانی است، از محصولات صنعت نشر هستند. به همین دلیل تغییر در فرآیند تولید و توزیع اطلاعات و صنعت نشر بر کتابخانه‌ها و کتابداری نیز تأثیر بسیار می‌گذارد. بدون شک یکی از بخش‌های اصلی کتابخانه که با بازار نشر بیشتر سر و کار دارد و در واقع رابط بین تولیدکنندگان اطلاعات و مصرف‌کنندگان آن می‌باشد، بخش مجموعه‌سازی است. از این‌رو شناخت بازار نشر، روش‌های تولید و توزیع اطلاعات، قیمت‌گذاری محصولات نشر و روش‌های مختلف دسترسی به اطلاعات نقش مهمی در ارائه خدمات مناسب اطلاع‌رسانی و کاهش هزینه‌ها دارد که در این فصل به جنبه‌های مختلف آن می‌پردازیم.

اهداف آموزشی فصل

پس از مطالعه این فصل توانایی‌های زیر را کسب خواهید کرد:

۱. با فرآیندهای مختلف نشر آشنا خواهید شد.
۲. روش‌های گوناگون قیمت‌گذاری منابع اطلاعاتی را خواهید شناخت.
۳. تأثیر فن‌آوری اطلاعات بر صنعت نشر را خواهید شناخت.
۴. با تأثیر صنعت نشر بر کتابداری و اطلاع‌رسانی آشنا خواهید شد.

تعریف نشر

«نشر»^۱ مجموعه فعالیت‌هایی است که به انتشار منابع اطلاعاتی مانند کتاب، مجله و... در شکل‌های مختلف چاپی، الکترونیکی و غیره منجر می‌شود. این فعالیت‌ها توسط افراد حقیقی و حقوقی زیادی انجام می‌شود که در مجموع صنعت نشر^۲ را تشکیل می‌دهند؛ فعالیت‌هایی مانند تألیف، ترجمه، ویراستاری، حروفچینی، صفحه‌آرایی، طراحی، لیتوگرافی، چاپ، بازاریابی، توزیع، و غیره که عمدتاً توسط افراد یا نهادهایی مانند چاپخانه، کتابفروشی و پخش عمده، ناشر، لیتوگرافی و غیره انجام می‌شود. فعالیت‌های مربوط به صنعت نشر عمدتاً توسط نهادهای به نام ناشر^۳ یا مؤسسه انتشاراتی^۴ انجام یا رهبری می‌شود. ناشر، فرد حقیقی یا حقوقی است که کار نشر را انجام می‌دهد. ناشر رابط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده اطلاعات است. به عبارت دیگر، از مرحله تولید تا توزیع اطلاعات فرآیندهای مختلفی انجام می‌شود که ناشر به عنوان سرمایه‌گذار و رابط بین حلقه‌های مختلف نشر، مدیریت مالی، اداری و راهبردی آن را به عهده دارد.

نشر الکترونیکی

نشر الکترونیکی^۵ یکی از انواع نشر و محصول آن اطلاعات الکترونیکی است که با استفاده از فن‌آوری اطلاعات تولید و توزیع می‌شود. واژه‌نامه هارود نشر الکترونیکی را «انتشار و توزیع اطلاعات با استفاده از ابزارهای الکترونیکی» تعریف کرده است.^۶ ابزارهای مورد نیاز برای نشر الکترونیکی عبارتند از رایانه و ابزارهای ذخیره اطلاعات، نمایشگر، انواع ابزارهای ورود اطلاعات مانند صفحه‌کلید و پوششگر^۷، انواع نرم‌افزارها، رسانه‌های ارتباطی و انتقال اطلاعات مثل اینترنت و شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی و به‌طور کلی همه سخت‌افزارها و نرم‌افزارهایی که به‌نحوی در تولید، ذخیره،

1. Publishing

2. Publishing industry

3. Publisher

4. Publishing house

5. Electronic Publishing/ E-publishing

6. Harrod's Librarian's Glossary: 9000 terms used in information management, library science, publishing, the book trade and archive management/ Compiled by Ray Prytherch. 8th. Ed. 1995.p. 198.

7. Scanner

پردازش و دسترسی به اطلاعات نقش دارند. محصول نشر الکترونیک، اطلاعات الکترونیکی است که در رسانه‌های مختلف الکترونیکی مانند انواع رسانه‌های ذخیره‌سازی قابل حمل مثل دیسک‌های نوری و لرزان، دی‌وی‌دی و...، دیسک سخت، فضای اینترنتی و غیره ذخیره شده‌اند. در حالی که کیفیت این ابزارها به سرعت در حال افزایش است، هزینه آن کاهش می‌یابد. این مسأله سبب شده است تقریباً تمام سازمان‌ها و افراد زیادی به آن دسترسی یابند. افزایش کمی و کیفی سخت‌افزارها و نرم‌افزارها موجب رشد اطلاعات الکترونیکی شده است، به‌طوری‌که روزانه میلیون‌ها صفحه اطلاعات الکترونیکی تولید می‌شوند.^۱ به همین دلیل نه تنها دامنه نفوذ نشر بسیار گسترش یافته، بلکه ارزش افزوده زیادی نیز حاصل شده است: اطلاعات الکترونیکی را می‌توان با سرعت و سهولت تولید، ویرایش و ذخیره کرد. هزینه تولید، ذخیره و ارسال اطلاعات بسیار پایین‌تر از شکل‌های سنتی است. دسترسی به اطلاعات الکترونیکی از طریق شبکه‌های اطلاعاتی و بدون محدودیت جغرافیایی و زمانی امکان‌پذیر است. به‌عبارت دیگر، محصولات نشر الکترونیکی را می‌توان شبانه‌روزی و ۲۴ ساعته در هر محل دلخواه مانند اتاق کار، کتابخانه، منزل و حتی در هواپیما دسترسی یافت. در اطلاعات الکترونیکی می‌توان سریع و کامل جست‌وجو کرد، نتیجه جست‌وجو را ذخیره، چاپ یا به هر نقطه دلخواه منتقل نمود و یا به شکل‌های مختلف و دلخواه تبدیل کرد. فضای مورد نیاز برای ذخیره و نگهداری اطلاعات الکترونیکی بسیار کاهش یافته است، به‌طوری‌که دایره‌المعارف‌های چندین جلدی، چکیده‌نامه‌ها، نمایه‌نامه‌ها، بسیاری از پایگاه‌های اطلاعاتی و حتی کتابخانه بزرگی را می‌توان در یک دیسک نوری یا فضای کوچک ذخیره کرد. کیفیت بالای اطلاعات، تولید منابع اطلاعاتی چندرسانه‌ای با استفاده از صوت و تصویر و متن و گرافیک و سایر رسانه‌ها، ارتباط فرامتنی و فرارسانه‌ای و ویژگی‌های دیگر، استفاده از رسانه‌ها و منابع الکترونیکی را در امور

۱. کوشا، کیوان. ابزارهای کاوش اینترنت؛ اصول، مهارت‌ها و امکانات جست‌وجو در وب. تهران. نشر کتابدار، ۱۳۸۱. ص ۴.

آموزشی، پژوهشی و سرگرمی بسیار محبوب ساخته است.^۱ ارزش افزوده فوق سبب استقبال روزافزون افراد، سازمان‌ها، ناشران و غیره به آن شدند. به‌طوری‌که ناشران زیادی منابع اطلاعاتی خود را به‌خصوص مجلات، پایگاه‌های اطلاعاتی، منابع چندرسانه‌ای و غیره را بدین شکل روانه بازار نمودند. این ناشران دسترسی به اطلاعات کتاب‌شناختی، چکیده و حتی فهرست مندرجات و صفحات مقدماتی هزاران عنوان کتاب و مجله را به‌صورت رایگان در اختیار عموم قرار می‌دهند. ارائه خدمات تحویل مدرک تجاری به جای اشتراک دوره کامل مجلات، گزینه‌ای است که با رواج نشر الکترونیکی توسط ناشران ارائه می‌شود. به‌عبارت دیگر، افراد و سازمان‌ها و کتابخانه‌ها می‌توانند در میلیون‌ها پیشینه کتاب‌شناختی به‌طور رایگان جست‌وجو نمایند و فقط هزینه مربوط به استفاده واقعی از متن کامل مقاله‌ها را بپردازند.^۲ بدین ترتیب اشتراک هزاران عنوان مجله کم‌استفاده قطع شده است و دسترسی به مجلات الکترونیکی و سفارش ائتلافی رواج زیادی یافته است.^۳ ناشران غیرانتفاعی و سازمان‌ها و مراکز ملی و بین‌المللی و نیز مراکز آموزشی و دانشگاهی و تحقیقاتی و انجمن‌ها بسیاری از اطلاعات باارزش خود را حتی به‌صورت رایگان از طریق اینترنت در اختیار عموم قرار دادند. برای نمونه می‌توان به پایگاه‌های اطلاعاتی اگریس، اگریکولا، اینیس، مدلاین، اریک، پروانه‌های ثبت اختراعات آمریکا، میلیون‌ها پیشینه کتاب‌شناختی کتابخانه کنگره آمریکا و صدها هزار کتابخانه ملی و دانشگاهی و تحقیقاتی جهان می‌توان اشاره کرد که به‌صورت رایگان در دسترس عموم قرار دارد. به این اطلاعات باید میلیون‌ها صفحه اطلاعات شخصی دانشمندان و نویسندگان و محققان و نیز آرشیوها و کتابخانه‌های الکترونیکی را نیز اضافه کرد.

۱. تئو جی. دی. بوتما. ارزش افزوده انتشارات الکترونیکی. در کنفرانس بین‌المللی اطلاع‌رسانی پیوسته (بیستمین): ۱۹۹۶: لندن) ترجمه کیوان کوشا. به کوشش حمید محسنی و احمد یوسفی. تهران: مرکز اطلاع‌رسانی و خدمات علمی جهاد سازندگی، ۱۳۷۹. ص ۱۱۵-۱۴۴. و حمید محسنی. مجموعه‌سازی و خدمات تحویل مدرک. تهران: نشر کتابدار، ۱۳۸۲.

۲. حمید محسنی. مجموعه‌سازی و خدمات تحویل مدرک. تهران: نشر کتابدار، ۱۳۸۲. ص ۲۶۹-۲۶۷.

۳. همانجا ص ۲۶۷-۲۶۹.

نشر الکترونیک فرآیندهای تولید، توزیع و دسترسی به اطلاعات را متحول نموده است. بدین ترتیب افزایش تولید و کیفیت دسترسی به اطلاعات الکترونیکی و ارزش افزوده آن تهدیدی برای ناشران سنتی و کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی است. زیرا این اطلاعات در حال تغییر رفتار اطلاع‌یابی افراد است. ناشران الکترونیک به بهترین شکل اطلاعات خود را سازماندهی می‌کنند. مالکیت این اطلاعات در اختیار ناشران آن است. دسترسی به این اطلاعات با استفاده از نرم‌افزارهای قدرتمندی است که توسط ناشران یا کارگزاران آنها طراحی شده است. ارائه اطلاعات کتاب‌شناختی، چکیده و حتی فهرست مندرجات و صفحات مقدماتی و جست‌وجوی رایگان و پیشرفته در این اقسام و حتی متن کامل و همچنین خدمات اشاعه‌گزینی اطلاعات و خدمات آگاهی‌رسانی جاری، ارائه خدمات مرجع کتابخانه‌ها را نیز به چالش طلبیده است. زیرا میلیون‌ها اطلاعات باارزش در مالکیت کتابخانه‌ها نیست و آنها برای استفاده از آنها به ناشران الکترونیک وابسته هستند. کاربران آنها نیز برای استفاده از این اطلاعات مجبور به مراجعه به کتابخانه نیستند. در چنین شرایطی استفاده هر چه بیشتر از مزایای نظام‌های اطلاعاتی و ارتباطی الکترونیکی و ارائه خدمات کیفی‌تر مانند آموزش کاربران، شناسایی منابع اطلاعاتی مهم و تولید منابع مرجع الکترونیکی و ایجاد پیوند به آنها و غیره می‌تواند بقای آنها را تضمین کند.^۱

نشر رومیزی

نشر رومیزی معادل Desktop publishing یا به‌طور اختصار DTP است که در سال‌های اخیر و پس از رواج رایانه در صنعت نشر رواج یافت. در این نوع نشر بسیاری از فرآیندهای اساسی نشر مانند حروفچینی، صفحه‌بندی، طراحی و چاپ با استفاده از یک رایانه و دستگاه‌های جانبی آن مانند نمایشگر، چاپگر، پوشگر و غیره و نیز نرم‌افزارهای حروفچینی و گرافیکی انجام می‌شوند.^۲ برخلاف نشر الکترونیکی که برون‌داد آن

۱. حمید محسنی. مجموعه‌سازی و خدمات تحویل مدرک. تهران: نشر کتابدار، ص ۵۸-۵۶.

۲. عبدالحسین آذرنگ. مبانی نشر کتاب. تهران: سمت، ۱۳۸۱، ص ۱۱۲.

Harrod, s librarian, s glossary: 9000 terms used in information management, library science, publishing, the book trade and archive management. Compiled by Ray Prytherch. 8th. Ed. 1995. P. 198.

الکترونیکی است، برون داد نشر رومیزی بیشتر محصولات چاپی سنتی مانند کتاب و مجله است. در نشر رومیزی می توان از لوازم و تجهیزات زیر استفاده نمود: انواع رایانه، انواع چاپگرهای رنگی یا سیاه و سفید، انواع پویشگر با دقت تصویری متعدد، نرم افزارهای متعدد حروفچینی و گرافیکی، انواع دستگاه های جانبی الکترونیکی برای تهیه خروجی های متعدد مانند کالک، فیلم، کاغذ و غیره. در نشر رومیزی ابتدا محتوای مورد نظر با استفاده از نرم افزارهای گوناگون حروفچینی می شوند. سپس کار صفحه آرایی و طراحی آن انجام می شود. در این مرحله می توان خروجی های متعددی از آن تهیه نمود. مثلاً با استفاده از چاپگرهای متصل به رایانه می توان خروجی آن را بر روی کاغذ منتقل نمود تا پس از صحافی کار آن به پایان برسد؛ یا آن را به شکل های مختلف الکترونیکی قابل حمل مانند دیسک لرزان و دیسک نوری تبدیل نمود تا از آن استفاده کرد؛ برای حذف برخی از فرآیندهای لیتوگرافی سنتی مانند تهیه عکس و فیلم می توان از آن خروجی فیلم یا کالک تهیه کرد و پس از مونتاژ و کپی زینک برای چاپ به چاپخانه تحویل داد. حتی با استفاده از تجهیزات مدرن نشر رومیزی می توان خروجی آن را بدون فرآیند لیتوگرافی مستقیماً از رایانه به دستگاه چاپ منتقل و برای چاپ اقدام کرد. حتی ماشین های چاپی اختراع شده اند که به رایانه متصل هستند و به محض دریافت سفارش کار چاپ و صحافی تعداد مورد نیاز را آغاز می کنند^۱.

با استفاده از تجهیزات نشر رومیزی می توان شمارگان پایین کتاب، مجله و خبرنامه ناشران و سازمان ها را با سرعت و هزینه پایین انجام داد. همچنین مراکز دولتی و خصوصی و نیز مؤسسات علمی، فرهنگی، آموزشی و دانشگاهی نیز می توانند از آن برای تولید گزارش های علمی، فنی و غیره استفاده کنند. تجهیزات نشر رومیزی مانند رایانه، چاپگر و غیره بسیاری از فرآیندها و فعالیت های نشر سنتی را از بین برده است یا به زودی از بین خواهد برد. برای مثال استفاده از حروفچینی و صفحه آرایی رایانه ای، حروفچینی سربی و صفحه بندی های سنتی را از بین برده است. همچنین خروجی های

۱. شهره مدرسی تهرانی، آماده سازی کتاب: عملیات پیش از چاپ تهران: مؤسسه خانه کتاب ایران، ۱۳۸۱، ص ۲۵۲-۲۷۲ و: محسن مشهوری. نگرشی بر کلیات صنعت چاپ شامل تاریخ، حال و آینده چاپ. تهران: نشر پیکان، ۱۳۸۰، ص ۲۵-۳۰.

نشر رومیزی مانند کاغذ، کالک و فیلم بسیاری از فرآیندهای لیتوگرافی سنتی را از بین برده یا متحول ساخته است. حتی در مواردی می‌توان خروجی‌های الکترونیکی را مستقیم، از راه دور و بدون انجام فرآیندهای سنتی لیتوگرافی در اختیار ماشین چاپ قرار داد. بدین ترتیب علاوه بر کاهش هزینه‌ها، کیفیت و سرعت چاپ نیز بسیار افزایش خواهد یافت. مزایای فوق همراه با دسترسی بیشتر افراد به تجهیزات نشر رومیزی و سهولت استفاده از آنها موجب رواج خودناشری^۱ شد.^۲ بدان معنی که بسیاری از افراد، محققان، نویسندگان، سازمان‌ها و شرکت‌های غیرحرفه‌ای توانستند آثار خود را با هزینه پایین و کیفیت مناسب منتشر سازند. از خروجی‌های نشر رومیزی می‌توان در مراحل متعدد از جمله در مراحل ویرایش اثر، تولید محصول جدید چاپی، تولید محصول الکترونیکی قابل حمل مانند دیسک نوری و لرزان و همچنین نشر آن در اینترنت استفاده کرد. نشر الکترونیکی، نشر اینترنتی، نشر چندرسانه‌ای^۳ اصطلاحات جدیدتری هستند که پس از نشر رومیزی رواج یافتند. برخلاف نشر رومیزی که خروجی آن بیشتر چاپی و کاغذی بود خروجی انواع فوق فقط الکترونیکی هستند.

فرآیندهای نشر

مهم‌ترین فرآیندهای نشر کتاب، مقاله یا هر منبع اطلاعاتی دیگر را به شکل زیر می‌توان دسته‌بندی نمود: تولید محتوا، آماده‌سازی محتوا، چاپ و نشر، بازاریابی و توزیع.

۱. تولید محتوا

تولید محتوا - یعنی آنچه که در کتاب، مقاله، پایگاه اطلاعاتی و غیره وجود دارد - مرحله اساسی و مقدماتی در فرآیند نشر است که عمدتاً توسط نویسندگان، محققان، مترجمان و ویراستاران صورت می‌پذیرد. روزانه اطلاعات زیادی به شکل کتاب، مقاله،

1. Self publishing

۲. عبدالحسین آذرنگ. مبانی نشر کتاب. تهران: سمت، ۱۳۸۱. ص ۱۱۵-۱۱۷.

حمید محسنی. مجموعه‌سازی و خدمات تحویل مدرک. تهران: نشر کتابدار، ۱۳۸۲. ص ۵۴-۵۵.

3. Multimedia publishing

4. Content

گزارش و غیره تولید می‌شود. اما بخش عظیمی از این اطلاعات به دلایل مختلف هرگز منتشر نمی‌شوند و دسترسی عمومی به آنها عملاً ناممکن است. بنابراین آن دسته از اطلاعات موضوع صنعت نشر است که توسط مؤسسات انتشاراتی دولتی یا خصوصی یا سایر نهادها و افراد به شکل‌های مختلف منتشر و در اختیار عموم قرار گیرد. تولیدکنندگان محتوای منابع اطلاعاتی طیف وسیعی از افراد هستند که با اهداف مختلف به این کار مبادرت می‌ورزند. مهم‌ترین آنها عبارتند از نویسندگان، مترجمان و ویراستاران.

نویسندگان^۱ کسانی هستند که معمولاً در یک زمینه خاص تخصص یا تجربه دارند و نتیجه تجارب، مطالعات و تحقیقات خود را به شکل کتاب، مقاله، گزارش و غیره مکتوب می‌سازند و از طریق نظام انتشاراتی در اختیار دیگران قرار می‌دهند. مهم‌ترین گروه‌های نویسنده عبارتند از شاعران، ادیبان، مورخان، فلاسفه، محققان و دانشمندان رشته‌های مختلف.

بسیاری از افراد به زبان‌های مختلف تسلط ندارند و به همین دلیل در تبادل اطلاعات بین کشورها و افراد مختلف با مشکل بزرگی مواجه می‌شوند. مترجمان^۲ گروهی هستند که با ترجمه آثار دیگران سهم بزرگی در تولید و نشر اطلاعات دارند. ویراستاران^۳ گروهی دیگر از تولیدکنندگان محتوا هستند که از طریق اصلاح و ویرایش آثار دیگران نقش خود را ایفا می‌کنند. گروهی از ویراستاران، نوشته‌ها و ترجمه‌های دیگران را از لحاظ ادبی و نوشتاری اصلاح می‌کنند که به آنها عمدتاً ویراستاران ادبی می‌گویند. ویراستاران علمی و فنی افراد متخصص و با تجربه‌ای هستند که آثار دیگران را از لحاظ محتوایی و علمی حک و اصلاح می‌کنند.

به عبارت دیگر، نگارش نهایی یک محتوای خاص مانند کتاب ممکن است توسط گروه‌های مختلفی مانند نویسندگان، مترجمان، ویراستاران ادبی، ویراستاران علمی و غیره صورت پذیرد و معمولاً ناشر، حلقه ارتباطی بین این گروه‌ها می‌باشد. زیرا ابتدا ناشر کتاب، مقاله یا هر محتوای دیگر را از نویسنده یا مترجم تحویل می‌گیرد و سپس،

1. Author
2. Translator
3. Editor

در صورت نیاز، توسط ویراستاران مختلفی که در اختیار دارد، ویرایش می‌شود. پس از طی مراحل فوق که عمدتاً منجر به تغییر یا اصلاح محتوایی اثر می‌شود، منبع مورد نظر برای آماده‌سازی فنی به بخش‌های دیگر ارجاع می‌شود.

۲. آماده‌سازی فنی محتوا

آماده‌سازی فنی محتوا فرآیندی است که از طریق آن محتوای مورد نظر برای چاپ و نشر آماده می‌شود. مهم‌ترین گروه‌های فعال در این بخش عبارتند از: ناشران، حروفچین‌ها، نمونه‌خوان‌ها، صفحه‌بندها، گرافیست‌ها و لیتوگراف‌ها.

ناشران از مهم‌ترین عوامل نشر و معمولاً شامل افراد حقیقی یا حقوقی هستند که با انتشار منابع اطلاعاتی واسطه بین تولیدکنندگان محتوا و خوانندگان هستند. آنها محتوای مورد نظر را از تولیدکنندگان گرفته و با سرمایه‌گذاری لازم بر فرآیندهای مختلف مانند ویراستاری ادبی، ویراستاری فنی و علمی، حروفچینی، نمونه‌خوانی، صفحه‌بندی، لیتوگرافی، چاپ و توزیع نظارت می‌کنند یا با تأمین نیروی انسانی و لوازم و تجهیزات مورد نظر، خود آن را انجام می‌دهند. البته تعدادی از مراحل فوق مانند لیتوگرافی و چاپ برای ناشران الکترونیکی حذف و در عوض مراحل جدیدی به فرآیند نشر اضافه شده‌اند.

ناشران را از جهات مختلف می‌توان دسته‌بندی نمود: از نظر شکل منابع اطلاعاتی آنها را به ناشران مجله، کتاب، گزارش و غیره می‌توان دسته‌بندی کرد. از نظر روش چاپ، ناشران را به الکترونیکی و چاپی می‌توان دسته‌بندی نمود. از نظر وابستگی به بخش‌های مختلف، به ناشران دولتی، خصوصی، دانشگاهی و غیره دسته‌بندی می‌شوند. از نظر محتوا، به ناشران درسی، متون دانشگاهی، تخصصی و عمومی دسته‌بندی می‌شوند. به همین شکل می‌توان دسته‌بندی‌های دیگری مانند ناشران انتفاعی و غیرانتفاعی، ناشران کودک، خودناشران^۱ و غیره نیز ارائه نمود.

۱. خودناشر (Selfpublisher) نویسنده یا مترجمی است که ناشر اثر خود می‌باشد.