

عنوان مقاله:

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

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، دوره 13، شماره 24 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

سید محسن بنی جمالی - دانشجوی دکتری جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران و رئیس گروه مطالعات اجتماعی، مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی، وزارت ورزش و جوانان E-mail: banijamali@ut.ac.ir

خلاصه مقاله:

نظر به جایگاه کتاب الکترونیکی در آینده اوقات فراغت جوانان، بررسی وضعیت نشر الکترونیکی کتاب در ایران و نیز چگونگی مصرف کتاب های الکترونیک اهمیت می یابد. مطالعه حاضر با توجه به سوالات مختلفی که در این عرصه دارد، ترکیبی از روش های مختلف از جمله بررسی اطلاعات موجود، مطالعه موردی، تحلیل ثانویه و پیمایش را مورد استفاده قرار می دهد؛ به طوری که ابتدا با بررسی اطلاعات موجود و نیز از طریق مطالعه موردی وضعیت نشر الکترونیکی در موسسه نشر نی به بررسی تحول صنعت نشر کتاب از رسانه ای چاپی به مجازی می پردازد و مسائل و مشکلات توسعه آن را در کشور ایران ترسیم می کند. 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 کتاب های الکترونیک در ایران و مقایسه آن با الگوهای جهانی برمی آید. نمونه های این پژوهش، به شکل غیرتصادفی و به روش گلوله برفی انتخاب شده است. مبنای مطالعه نیز پرسشنامه ای است که توسط محقق با ارجاع به مطالعه جهانی تنظیم و از طریق ای میل به پاسخگویان عرضه شده است و آن ها نیز آن را پس از تکمیل به همان صورت بازگردانده اند. بررسی صنعت نشر کتاب الکترونیک نشان می دهد که هرچند در آینده نزدیک فارسی شدن قالب کتاب های الکترونیک محتمل است، اما به علت ضرورت توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری لازم، نشر صنعتی در این حوزه به زودی تحقق نخواهد یافت. در این مورد مجموعه ای از متغیرها از جمله فقدان فرهنگ کتاب خوانی، نبود ساختارهای کتابخانه ای گسترده و عدم شکل گیری بازار کالایی در حوزه کتاب الکترونیک و از همه مهم تر کم رونقی نشر در ایران به عنوان موانع زمینه ای عمل می کنند. از منظر شرکت های انتشاراتی به طور مشخص امنیت بسیار بااهمیت می نماید، زیرا در غیاب شرکت های امنیتی معتبر بین المللی آنها اعتمادی به فرآیند الکترونیکی شدن ندارند. در بررسی چگونگی مصرف کتاب الکترونیک مطابق تحلیل ثانویه مطالعه ای که در بین ۱۰ کشور متفاوت صورت پذیرفته است، مقاله حاضر الگوی مصرف کتاب و متون الکترونیک را شامل سه مدل کشورهای پرباقه، کشورهای واسط و کشورهای در حال ظهور برمی شمارد. در کشورهای دسته اول، بازار کتاب الکترونیک کاملاً شکل گرفته و بسیار پررونق و متوجه کتاب های ادبیات، داستان و رمان است. در مقابل، در کشورهای در حال ظهور بهره برداری از متون الکترونیک و بازار کتاب الکترونیک متوجه کتاب های تخصصی و آکادمیک است. مطالعه حاضر نشان می دهد بهره برداری از کتاب در ایران هنوز کالایی نشده است. نیز علیرغم آنکه هنوز بازار سازمان یافته ای در ایران برای کتاب الکترونیک شکل نگرفته، اما بهره برداری از متون و کتاب های الکترونیک کاملاً و حتی بیشتر از گروه سوم، متوجه کتاب های تخصصی و آکادمیک است. در همین حال، فقدان بازار کتاب و بهره برداری کالایی باعث شده است کاربران در ایران بیشتر متوجه کتاب ها و متون رایگان باشند- ضمن اینکه رفتار بی ثبات تری را نیز در بهره برداری به نمایش می گذارند، زیرا فقدان بازار کتاب به نوبه خود کیفیت و قابلی ...

کلمات کلیدی:

کتاب الکترونیک، صنعت نشر الکترونیک، الگوی مصرف کتاب های الکترونیک، جوانان و اوقات فراغت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1411857>



