

گرایش عمومی به کتاب از شاخص های جامعه فرهنگی است، اما دسترسی به کتاب را عوامل مختلفی مشکل ساخته اند. "اطلاع رسانی" و "توزیع" دو عامل مهمی هستند که ضعف و محدودیتشان اثرات قابل ملاحظه ای بر روند تولید و استقبال از آن خواهند گذاشت. در حال حاضر به علت نارسایی سیستم تبلیغ و توزیع، تیراژ کتاب ها بسیار پایین است و این امر موجب کاهش استقبال از کتاب شده است؛ افزایش تعداد و حضور نسخه های متعدد کتاب در محافل گوناگون، خود بزرگ ترین تبلیغ و محرک برای توزیع کارآتر و سیریع تر کتاب است.

با افزایش کتاب های منتشره و بالا رفتن تعداد عنوان ها و بیش تر شدن عنوان های مشترک، مشکل توزیع و اطلاع رسانی کتاب بیش تر می شود و نیاز به عامل شناسایی واحد برای هر عنوان کتاب و مشخصات منحصر به فرد همان عنوان، بیش تر احساس شده و با ورود رایانه به دنیای نشر، این نیاز دو چندان گشته است.

در مبادلات و تجارت کتاب اگر برگه های فروش و فهرست های قیمت براساس عنوان کتاب باشد، عملاً از درجه اعتبار ساقط و صحت آن منوط به آن است که نمونه ای از هر کتاب نیز به پیوست برگه های فروش یا فهرست باشد، زیرا حتی

توسط یک ناشر خاص نیز عنوان های واحد با کیفیات و مشخصات متفاوت و در نتیجه بهای متفاوت منتشر می شوند.

مثلاً ذکر "دیوان حافظ" در ردیف عنوان می تواند ارجاع به چندین نوع کتاب با محتوای ثابت، ولی کیفیت و بهای متفاوت باشد.

این محدودیت سبب می شود که راه های خرید کتاب برای کتابدوستان، به مراجعه حضوری به کتابفروشی ها منحصر گردد. در نمایشگاه های کتاب که فروش در سطح

بالایی است اکثراً ترجیح می دهند که از شماره گذاری استفاده کنند، ولی از آنجا

که این شماره گذاری معمولاً ارجاع به منابع اطلاعاتی دقیقی ندارد احتمال اشتباه

در کلیه مراحل اختصاص شماره ها و تا ثبت و فهرست برداری، حتی در الصاق

برچسب شماره روی کتاب وجود دارد. لذا دقت و اعتمادپذیری روش مورد استفاده

همواره زیر سؤال است. نکته دیگر این است که این روش چه کارا باشد یا نباشد،

علاج موقتی، و هزینه سرباری است که در هر نوبت باید تکرار شود.

برای برطرف کردن مشکلات گفته شده، چاره کار استفاده از شکاره های یکتا و

استاندارد در سطح جهانی است. کتاب پس از آن که دارای شناسنامه ای کامل شد

باید شکاره شناسنامه ای یکتا نیز داشته باشد. در این صورت ذکر همان شماره به تنهایی و بدون ذکر مشخصات دیگر کتاب، حتی عنوان آن، دلالت بر کتابی مشخص دارد. در صورتی که بخواهیم ایران جای خود را در بازار بین المللی کتاب باز کند و انتشارات ایرانی در سایر کشورها آسان تر قابل خرید و فروش باشند باید شماره گذاری انتشارات ایران هم به صورت جدی مورد توجه قرار گیرد. در تمام کشورها، ناشران به فکر استفاده از این راه حل افتادند و فایده و مزایای استفاده از روش شماره گذاری نیز بیش تر به ناشران بر می گردد.

در سرتاسر دنیا هر سال تعداد کتابهای منتشره و انواع دیگر نشریات افزایش قابل توجهی می یابد و به همین جهت هم به تعداد مراکز فروش و انتشار اضافه می شود. براساس آمارهای استخراج شده از سالنامه آماری یونسکو(1) حجم انتشارات کتاب در 10 سال گذشته 4/21 درصد افزایش داشته است.(2) این توسعه روز افزون در چاپ و انتشارات باعث شده که در دریایی از انتشارات غرق شویم، در مقابل حجم آن احساس سردرگمی و بلاتکلیفی نماییم، و مدت زمان بیشتری را برای پیدا کردن کتاب یا نشریه مورد نظرمان صرف کنیم. مشکلاتی که توزیع، سفارش، انبارگردانی و

اطلاع رسانی کتاب در سطح جهان با آنها رویر شده بود، کم کم ناشران را بر آن داشت که به فکر چاره بیفتند. تا آن زمان ناشران برای کنترل موجودی خود از روش های مختلفی استفاده می کردند. چون به کارگیری عنوان کتاب، نویسنده یا ناشر و دیگر مشخصات کتابشناختی همیشه جوابگو نبود، برای سرعتی دهی به امور، صرفه جویی در هزینه ها و از بین بردن مشکلاتی که بر اثر تنوع و پراکندگی منابع چاپی به وجود می آمد ناگزیر باید راه حل عملی پیدا می شد. پس ناشران کم کم به شماره گذاری کتاب های خود پرداختند و بیش تر این شماره گذاری ها استفاده داخلی داشت.

مسئله نیاز به یک سیستم شماره گذاری بین المللی کتاب برای اولین بار در سومین "همایش بین المللی بازار کتاب: پژوهش و بهینه سازی در تجارت کتاب" (3) که در نوامبر 1966 در برلین برگزار شد مطرح گردید.

در انگلیس کتابفروشی "اسمیت و پسر" (W.H.Smith & Son Ltd) که کتابهایش را از انبار مرکزی تهیه می کرد و همچنین یک مقام آموزش و پرورش که کتابهای چند صد مدرسه را از انبار مرکزی تهیه می کرد، هر دو اقدام به نصب

سیستم رایانه ای کردند. بعد از استفاده از رایانه در تهیه و کنترل موجودی، لزوم یک سیستم ماشینی مؤثر و یک شماره واحد و آسان برای کتاب های منتشره شده احساس شد.

آنچه توسط "اسمیت" در سال 1967 در انگلیس پیشنهاد شد شماره استاندارد کتاب (SBN) بود که به این ترتیب، دیگر اطلاعات کتابشناختی از قبیل عنوان، نام نویسنده و سایر مشخصات نشر لزومی نداشت، و مسئولیت این کار به عهده "سازمان استاندارد کتاب(4)" گذاشته شد. در همین زمان آمریکایی ها هم در اجرای چنین طرحی با کشور انگلیس مشارکت و همکاری کردند و این کار توسط شرکت "باوکر"(5) بسط و توسط یافت.

در سال 1968 کمیته فنی مستندسازی سازمان بین المللی استاندارد(6) گروهی را زیر نظر موسسه استاندارد انگلستان برای تحقق درباره امکان بسط نظام انگلیسی برای شماره گذاری در مقیاس بین المللی تعیین کرد. در طول سال های 1968 و 69 همایش های متعددی بین نمایندگان کشورهای اروپایی و ایالات متحده امریکا در لندن برگزار گردید. نتیجه این همایش ها، توصیه نامه شماره 2108 "یزو" است

که اصول و روش شماره گذاری استاندارد بین المللی کتاب را تعریف می کند. هدف از توصیه نامه "ایزو" هماهنگ سازی و استاندارد کردن استفاده از شماره برای کتاب در سطح بین المللی کتاب (شابک) تنها یک عنوان مشخص یا چاپ مشخصی از یک عنوان توسط یک ناشر خاص را شناسایی کند.

در سال 1984 شورای نظارت مؤسسه بین المللی شابک (ISBN) در دهمین همایش خود، بسط سیستم شابک برای نرم افزار را تصویب کرد. برای انجام و پیاده کردن اصول شابک یک سازمان بین المللی در سطح جهانی مسئولیت شماره گذاری را به عهده گرفت که مقر آن در برلین آلمان است و به "سازمان جهانی شابک (7) " مشهور است. علاوه بر این سازمان جهانی، در هر کشور یک نمایندگی در سطح ملی و در مواردی به صورت منطقه ای، مسئولیت هدایت کار را برعهده دارد.

شابک

استفاده از شابک به این منظور است که در میان انبوه کتابها بتوان کتابی را، بدون این که به مشخصات کتابشناختی آن از جمله نویسنده، عنوان، ناشر، و ... دسترسی باشد متمایز کرد و از این طریق، از اشتباهاتی که در نتیجه یکسان بودن عنوان ها،

مشخصات نویسنده، ناشر و دیگر عوامل بازیابی به وجود می آید جلوگیری کرد. در سیستم رایانه ای، شابک به عنوان کلید بازیابی بسیار خوبی عمل می کند، زیرا رایانه با اعداد سازگاری بیشتری دارد.

زمانی که صحبت از بانک های اطلاعاتی کتاب است، وجود شماره شناسایی یکتا، چه در سطح ملی و چه در سطح بین المللی، رکن اساسی در ساختار اصولی بانک به حساب می آید و وجود آن در بانک اطلاعاتی، جستجوی کتاب را بدون نیاز به آشنایی با زبان کتاب مورد نظر، با دقت صد درصد امکانپذیر می سازد.

شماره استاندارد بین المللی کتاب در چاپ، همیشه به دنبال حروف ISBN ظاهر میشود، در کشورهایی که از الفبای لاتین استفاده نمی شود، علاوه بر حروف لاتین ISBN، از حروف اختصاری شابک (شماره استاندارد بین المللی کتاب) را معادل ISBN تعریف و تصویب کرده اند. شابک از ده رقم تشکیل می شود و این عدد ده رقمی به چهار قسمت به شرح زیر تقسیم می شود:

قسمت اول : شناسه گروه - شناسه گروه ها توسط مؤسسه بین المللی شابک اختصاصی می یابد. ناشری که مایل به شرکت در نظام شابک است، باید در یک

گروه شناسایی شده شایک عضویت داشته باشد. گروه ها براساس ملیت، موقعیت جغرافیایی، زبان یا سایر موارد مشابه تعیین می شوند.

قسمت دوم: شناسه ناشر - شناسه ناشر، معرف ناشر هر کتاب است.

قسمت سوم: شناسه عنوان - شناسه عنوان، به یک عنوان مشخص یا چاپ مشخص از یک عنوان اختصاص می یابد. این شناسه از میان دامنه شماره های اختصاص یافته به ناشر مزبور انتخاب می شود. تعداد ارقام شناسه عنوان به طول شناسه ناشر

بستگی دارد.

قسمت چهارم: رقم کنترل - رقم کنترل آخرین رقم شایک است که با محاسبه روی نه رقم دیگر به دست می آید. این محاسبه توسط رایانه انجام می شود و هدف آن تشخیص خطا در شماره های اختصاص یافته است.

محدوده کاربرد شایک

کتاب ها و اقلام قابل انتشار دیگری که در نظام شاکب شماره گذاری می شوند

عبارت اند از (8)

* - کتابها و جزوه های چاپ شده؛

انتشارات چند رسانه ای؛

رسانه های مشابه دیگر، شامل فیلم ها، نوارهای ویدیویی، اسلایدهای آموزشی و

کتاب های ضبط شده بر روی کاست؛

* - نرم افزارهای رایانه ای (آموزشی و متنی)؛

* - نشریات الکترونیکی؛

نوارهای قابل خواندن توسط ماشین (که برای تهیه خروجیهای قابل خواندن طراحی

شده اند)؛

دیسک های فشرده لیزری (CD) و مانند آنها؛

انتشارات ضبط شده بر روی ریز فیلم؛

انتشارات با خط بریل؛

* نقشه ها.

تعیین شابک

به هر چاپ متفاوت از کتاب باید شابک جداگانه ای اختصاص یابد؛ اما در حالتی

که متن بدون

هیچ تغییری دوباره چاپ شود یا در تجدید چاپ، شناسنامه کتاب بدون تغییر

باقی بماند و کتاب توسط همان ناشر و به همان صورت چاپ شود، نیازی به شابک

جدید نیست. تغییر قیمت نیز نیازی به تخصیص شابک جدید ایجاد نمی کند.

در صورتی که کتاب با مشخصاتی کاملاً یکسان توسط ناشر دیگری تجدید چاپ

شود، شابک آن تغییر خواهد کرد.

برای قالب های مختلف یک عنوان خاص، لازم است شابک های جداگانه ای

اختصاص یابد. مثلاً چاپی از کتاب که با جلد گالینگور صحافی شده با چاپ جلد

شومیز آن، شماره های متفاوتی خواهد گرفت. بر همین اساس، نسخه های همان کتاب به شکل ریز فیلم نیز شتابک مجزایی می گیرند.

برای کل مجموعه چند جلدی، یک شتابک تخصیص می یابد و علاوه بر آن به هریک از مجلدات نیز شتابک مجزا تعلق می گیرد.

هنگامی که چند ناشر به صورت مشترک کتابی را چاپ می کنند یا ناشرانی با ناشر اصلی همکاری دارند، شناسه ناشر مسئول پخش کتاب، در تعیین شتابک کتاب در نظر گرفته خواهد شد.

استفاده از شتابک در سیستم های سفارش از راه دور (9)

در سیستم سفارش از راه دور یک پردازنده مرکزی هدایت سیستم و فروشگاه هایی را که عضو

سیستم هستند بر عهده دارد. تمام فروشگاه های عضو از طریق سیستم به هم

متصل هستند و مردم کتاب های مورد نظر خود را از طریق سیستم از فروشگاه ها

تهیه می کنند. در صورتی که یک کتابفروشی، سفارشی را جزو موجودی خود

نداشته باشد، سفارش مورد نظر را به پردازنده مرکزی ارسال می نماید و از طریق آن به آگاهی ناشران می رسد و ناشر یا کتابفروشی که آن کتاب را دارد برای کتابفروشی درخواست دهنده ارسال می کند. در این سیستم براساس صرفه جویی در هزینه و وقت و جلوگیری از اشتباه از شتابک به عنوان کلید بازیابی و سفارش استفاده می کنند. سیستم سفارش از راه دور ابتدا در کشورهای آلمانی زبان به وجود آمد و بعدها دانمارک، امریکا، انگلیس و سایر کشورهای اروپایی سیستم های مشابهی با همکاری مؤسسات ملی شتابک به وجود آوردند.

شتابک در ایران باگسترش روزافزون نشر کتاب در ایران بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران و استفاده روزافزون از رایانه و سیستم های داده پردازشی در کارهای نشر و اطلاع رسانی، کم کم ضرورت وجود شتابک در ایران نیز بیش از پیش احساس گردید و در نتیجه معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان متولی کار نشر به فکر اخذ نمایندگی از مؤسسه جهانی شتابک افتاد. در سال 1372 با پیگیری های

معاونت امور فرهنگی، ایران به عضویت مؤسسه جهانی شبک در آمد و شماره گروهی ایران در نظام بین المللی کتاب عدد 964 تعیین گردید.

با استفاده از شناسه گروهی 964، یک میلیون عنوان کتاب قابل شماره گذاری است. در شبک ایران ناشران بر حسب میزان فعالیت انتشاراتی به چهار گروه به صورت زیر تقسیم می شوند.

شناسه	تعداد عنوانهای کتابهای ناشر	گروه
00	تا 10000 عنوان	یک
00	تا 10000 عنوان	یک
300	تا 1000 عنوان	دو
300	تا 1000 عنوان	دو
5500	تا 100 عنوان	سه
5500	تا 100 عنوان	سه

گروه	چهار	9999-
90000	تا 10	عنوان

براساس تعداد کتابهای منتشر شده توسط ناشر و زمان صرف شده برای انتشار آنها، ناشر در یکی از چهار گروه فوق جای داده می شود و فهرستی از شماره های مورد نیاز ناشر در اختیار او قرار می گیرد و ناشر خود می تواند در مجموعه شماره های مختص خود، کتاب هایش را شماره گذاری کند و در انتخاب ترتیب شماره گذاری کتابهایش مختار است، به شرط آن که باعث بی استفاده ماندن شماره های مختص به خود نشود.

از کل ناشران ایران (10) 88/4 درصد (1800 ناشر) عضو نظام شابک هستند و 11/6 درصد ناشران از شابک استفاده نمی کنند. تنها 9/14 درصد ناشران، مواد غیرچاپی (لوح های فشرده اعم از متنی و آموزشی، نشریه های الکترونیکی و چند رسانه ای و ...) تولید می کنند. در ابتدای این تحقیق، تعداد عنوان های منتشر شده ناشران به تفکیک محل فعالیت آن ها مورد بررسی قرار گرفته که در جدول شماره

یک نشان داده شده و در جدول شماره دو محل فعالیت ناشران به تفکیک ناشران

عضو و غیر عضو بررسی شده است.

جدول شماره 2. توزیع فراوانی ناشران بر حسب محل فعالیت، به تفکیک

ناشران عضو و غیر عضو در نظام شایک

www.kandoo.cn.com

www.kandoo.cn.com

جدول شماره 4، توزیع فراوانی پیشنهادهای ناشران برای بالا بردن آگاهی ناشران

درباره نوع کاربرد شایک

www.kandoo.cn.com

www.kandoo.cn.com

www.kandoo.cn.com

جدول شماره 5. توزیع فراوانی پیشنهادهای ناشران درباره نحوه آموزش

برای بالا بردن آگاهی ناشران

جدول شماره 6. توزیع فراوانی اطلاعات مورد نیاز ناشران ایرانی درباره ناشران

خارجی

www.kandoocn.com

www.kandoocn.com

www.kandoocn.com

www.kandoocn.com

www.kandoocn.com

جدول شماره 7. توزیع فراوانی دلایل عدم عضویت ناشران در نظام

شابک

نتیجه گیری

در یک جمع بندی کلی می توان نتیجه گرفت که در ایران توجه شایسته ای به شابک نشده و لذا بجا است که نارسایی ها و عواملی چون ناآگاهی ناشران از کارآیی شابک و مشکلات دوری محل فعالیت ناشران، از طرف مسئولین و دست اندرکاران

مورد توجه قرار گیرد.

به وجود آمدن یا ورود فن آوری زمانی موفق خواهد بود که فرهنگ استفاده از آن فراهم شود تا نوعی هماهنگی بین فن آوری و نحوه استفاده از آن به وجود آید. با افزایش استفاده از رایانه در صنعت نشر شاهد افزایش حجم انتشارات بوده ایم. در حالی که نوع برخورد با صنعت نشر، بخصوص بازار نشر، هنوز سنتی است و فکر سنتی بر آن حاکم است؛ به طوری که افزایش حجم انتشارات هیچ همگونی با شیوه های توزیع، سفارش، اطلاع رسانی و تبلیغ ندارد. با توجه به آمارهای به دست آمده در این بررسی، به طور کلی صنعت نشر در ایران ضعیف است و اکثر ناشران دارای انتشارات محدودی هستند. براساس آمارهای به دست آمده حدود 66/5 درصد ناشران زیر 10 عنوان کتاب در سال منتشر می کنند و فقط 3/6 درصد ناشران بالای 100 عنوان کتاب در هر سال تولید می کنند.

براساس آمارهای به دست آمده اکثر ناشران ایرانی عضو شتابک هستند. از کل ناشران 88/4 درصد ناشران عضو و 11/6 ناشران غیرعضو هستند. تعداد ناشران غیرعضو در شهرستان ها و مرکز استان ها بیش تر از تهران است؛ به طوری که درصد ناشران غیرعضو در تهران 6 درصد، مرکز استان ها 24/24 درصد و

شهرستان ها 41/66 درصد است. از میان دلایل عدم عضویت ناشران احساس بی نیازی بیش ترین فراوانی را دارد و بعد از آن به ترتیب دوری محل فعالیت، ناآگاهی ناشران و کمبود وقت قرار داشته است. البته هر چه فاصله از تهران بیش تر می شود. ناشران تمایل کم تری به عضویت نشان می دهند و دوری محل فعالیت تأثیر بسزایی در عدم عضویت ناشران دارد.

با وجود این که شایک در بازار نشر و اطلاع رسانی کاربردهای فراوانی دارد، ولی با مشاهده آمارهای ارائه شده در فصل گذشته متوجه می شویم که اکثر ناشران ایرانی از کاربردهای آن بی اطلاع هستند، به طوری که 75 درصد ناشران معتقدند که شایک هیچ کاربردی ندارد و بقیه ناشران آن را به ترتیب برای فروش، توزیع، سفارش، انبارگردانی و اطلاع رسانی مفید می دانند.

با مطالعه آمارهای به دست آمده متوجه می شویم که اکثر ناشران عضو شایک هستند، ولی هیچ همگونی بین تعداد ناشران عضو و آگاهی آن ها وجود ندارد؛ به طوری که 47 درصد ناشران هیچ گونه آگاهی از شایک ندارند یا آگاهی آن ها در

سطح بسیار پایینی است و تنها 19/51 درصد ناشران از آگاهی نسبتاً بالایی برخوردارند.

با وجود کنترل هایی که از طرف مؤسسه شایک ایران انجام می شود باز هم شاهد استفاده نامعتبر از شماره ها توسط ناشران هستیم، به طوری که براساس آمارهای به دست آمده، 21 درصد کتاب های منتشره در سال 1376 دارای شایک نامعتبر بوده اند.

با وجود این که غیر از کتاب (در شکل چاپی)، اقلام غیرچاپی نیز شامل قانون شایک می شوند و تقریباً 9/14 درصد ناشران ایرانی مواد غیرچاپی تولید می کنند، ولی تنها 13/1 درصد این ناشران (تولید کنندگان مواد غیرچاپی) از شایک استفاده می کنند که عواملی چون پراکندگی، ناشناس بودن و نبود اطلاع کافی موجب عدم عضویت آن ها شده است.

پیشنهاد

با توجه به نقش مؤثر شایک در بازار نشر و کتابخانه ها، برای بالابردن کارایی

شایک و برطرف

کردن مشکلاتی که ناشران برای استفاده از شابک با آن مواجه هستند مواردی پیشنهاد میشود.

1- از آنجا که ناآگاهی ناشران از کارایی شابک یکی از دلایل اصلی عدم عضویت و احساس عدم نیاز آن ها است، برای بالا بردن آگاهی آنها مواردی چون الف) تهیه جزوه راهنما، ب) برگزاری کلاس ها و کارگاه های آموزشی برای ناشران و کتابداران و کتابفروشان، ج) تبلیغ و معرفی از طریق رسانه ها، د) ترغیب ناشران به استفاده از شابک، ه) آگاه کردن ناشران از تسهیلاتی که مؤسسه شابک می تواند در اختیارشان قرار دهد، و) چاپ مقالاتی در زمینه کاربرد شابک در بازار نشر در مجلات مربوط به چاپ و نشر، توصیه می شود. در ضمن پیشنهاد می شود که سالانه در نمایشگاه بین المللی که اکثر ناشران در آن شرکت می کنند کارگاه آموزشی درباره شابک برگزار شود؛ همچنین با هماهنگی اتحادیه ناشران کلاس هایی برای ناشران در سطح کشور برگزار گردد.

2- برای از بین بردن مشکلاتی چون دوری محل فعالیت و کمبود وقت که از عوامل

مهم عدم عضویت تعدادی از ناشران است و همچنین صرفه جویی در هزینه ها موارد

زیر پیشنهاد می شود:

- عضویت ناشران از طریق پست و دورنویس بدون مراجعه حضوری آنان پذیرفته

شود؛

- اداره کل ارشاد استان ها زیر نظر مؤسسه شایک ایران، مستقیماً اقدام به عضویت

ناشران نمایند؛

- خدمات شایک ایران (عضویت، پاسخگویی به مشکلات ناشران، ارائه اطلاعات به

ناشران، ...) از طریق شبکه اطلاع رسانی کتاب رایانه، خانه کتاب ایران امکان پذیر

گردد.

3- از آنجا که یکی از دلایل عدم عضویت و ناآگاهی ناشران، عدم استفاده عملی از

شایک می باشد، برای کاربرد عملی شایک در بازار نشر موارد زیر پیشنهاد می شود:

- استفاده از شابک به عنوان کلیدواژه اصلی برگه های فروش در نمایشگاه هایی که از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار می شود و در فروشگاه های وابسته به

آن؛

- کمک به ناشران برای استفاده از شابک و رمزیننه در سیستم انبارگردانی و تهیه نرم افزار مطابق با نیازهای ناشران برای آن ها؛

- استفاده از شابک در سیستم های فروش ماشینی (مثل سیستم فروش ماشینی

خانه کتاب ایران)؛

- استفاده از شابک به عنوان کلیدواژه اصلی در خریدهای کلان وزارت فرهنگ و

ارشاد اسلامی از ناشران و نخریدن کتاب هایی که شابک ندارند؛

- کمک به ناشران برای شماره گذاری کتاب های قبلی خودشان؛

- استفاده از شابک برای موارد مربوط به کپی رایت؛

- ایجاد تسهیلاتی برای ناشران عضو؛

- انجام هماهنگی های لازم با انتشارات مراکز دولتی تا از انتشار کتابهای بی شابک خودداری کنند.

4- از آنجا که کتاب های غیرچاپی توسط ناشران تولید و در اکثر کتابفروشی ها و کتابخانه ها یافت می شوند، برای هماهنگی در بازار کتاب ها و اقلام غیرچاپی و ایجاد یکپارچگی در بازار نشر، ارائه شابک برای مواد غیرچاپی الزامی است. برای گسترش شابک در موارد غیرچاپی موارد زیر پیشنهاد می شود:

- تهیه خط مشی هایی برای ارائه شابک و رمزینه برای مواد غیرچاپی؛

- آگاه کردن ناشران و تولید کنندگان این مواد از فواید و کاربردهایی که شابک در سطح بین المللی و ملی دارد؛

- شناسایی و ترغیب تولید کنندگان مواد غیرچاپی برای عضویت در نظام شابک.

5- از آنجا که یکی از اهداف اصلی نظام شابک ایجاد هماهنگی و ارتباط بین ناشران

در سطح بین المللی است و برای رونق یافتن صنعت نشر ایران، اطلاع رسانی

نقش مهمی ایفا می کند. برای رسیدن به این هدف و گسترش انتشارات ایران در

خارج از مرزها، با ایجاد پایگاهی برای ارائه اطلاعات ناشران و کتاب های منتشره روی اینترنت موارد زیر پیشنهاد می شود:

- ارائه اطلاعات کامل ناشران ایران؛

- ارائه اطلاعات تازه های نشر؛

- ارائه اطلاعات مربوط به وضعیت نشر و شابک؛

- تبلیغ و اطلاع رسانی در سطح بین المللی درباره انتشارات ایران.

6- استفاده از شابک در فرآیند کتابخانه یکی از کاربردهای اصلی شابک می باشد،

به طوری که استفاده از شابک به عنوان عامل بازیابی بسیار مفید می باشد. برای

کاربرد عملی شابک در کتابخانه های ایران موارد زیر پیشنهاد می شود:

- کمک به کتابخانه ها برای استفاده از رمزینہ در کارهای جاری کتابخانه و کمک و

راهنمایی به آن ها در تهیه نرم افزارهایی که دارای امکانات خواندن رمزینہ و ایجاد

ارتباط بین رمزینہ و عنوان باشد؛

- استفاده از شابک در کارهای سفارش و فراهم آوری کتابخانه ها؛

- ارائه رایگان رمزینہ به کتابخانہ هایی کہ دارای سیستم ماشینی هستند و کمک به ماشینی کردن کتابخانہ ها؛

- استفاده از شابک در امانت بین کتابخانہ ای (هماہنگی با مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران برای استفاده از شابک در کارهای امانت بین کتابخانہ ای و طرح تعمیم)؛

- چاپ مقالاتی در مجلات تخصصی کتابداری در زمینہ کاربرد شابک در کتابخانہ ها برای بالا بردن آگاهی کتابداران.

پی نوشت ها

1-Unesco : "Unesco Statistical Yearbook." Unesco Publishing,
Bornan press, 1987,1997.

2- به علت کنارہ گیری امریکا و انگلیس از یونسکو، آمار فوق این دو کشور را در برنمی گیرد.

3-International Conference of Book Market: Research and Rationalization in the trade book .

4-Standard book Agency Ltd.

5-R.R. Bowker

6-Technical committee on Documentation of the International Standard Organization (ISO/TC)

7-International ISBN Agency

8- گروه هایی که ستاره خورده اند در ایران مشغول دریافت شابک می شوند.

9-Teleordering System .

10- لازم به ذکر است که براساس آخرین اطلاعات شابک ایران، تعداد ناشران عضو به

2300 ناشر رسیده است.