

بررسی وضعیت شاپا^۱ در پایندهای ایران

کبری عظیمی^۲

چکیده: پژوهش حاضر به بررسی وضعیت شاپا و میزان استفاده از آن در پایندهای چاپی ایران می‌پردازد. روش پژوهش پیمایشی است و اطلاعات مورد نیاز از طریق توزیع پرسشنامه میان ۲۰ درصد از ناشران و تولیدکنندگان پایندهای چاپی سراسر ایران گردآوری شده است. یافته‌ها و نتایج پژوهش و بررسی آنها نشان می‌دهد که ۴۴ درصد از ناشران عضو مرکز بین‌المللی ISSN هستند و ۵۶ درصد عضو این مرکز نیستند. ولی فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه کمتر از ۵۰ درصد از پایندهای ایران شاپا دریافت نموده‌اند، با استفاده از آزمون مجذور خی^۲ (X^2) تأیید نشد. آگاهی و آشنایی ناشران از شاپا کم است و در مجموع عواملی چون دوری محل فعالیت، احساس عدم نیاز، کمبود وقت و عدم اطلاع از کاربرد این شماره باعث شده است تا رغبتی برای دریافت و در نهایت استفاده از شاپا وجود نداشته باشد. حدود ۴۳/۴ درصد از ناشران عضو هم معتقدند که شاپا هیچ کاربردی ندارد، اما بقیه آن را برای کارهایی چون سفارش، فروش و توزیع، مفید و مؤثر می‌دانند. بنابراین در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که در ایران به حد شایسته‌ای به شاپا توجه نشده است. تأسیس یک مرکز ملی، اتخاذ تصمیم‌های جدی‌تر از جانب مسئولان امر در زمینه دریافت شماره استاندارد و استفاده عملی از آن می‌تواند گام مؤثری در این راه باشد.

کلیدواژه‌ها: شاپا، پایندها، ایران

مقدمه

پایندها از معتبرترین مجراهای ارتباطی اهل دانش و پژوهش است که پیوسته کاتون توجه مجامع علمی، مراکز پژوهشی و علاقه‌مندان علم و تحقیق بوده است. از نظر افراد غیرمتخصص و عموم مردم نیز پاینده دارای جاذبه‌هایی است که در کتاب کمتر می‌توان یافت. به همین دلیل مخاطبانی دارد که الزاماً از لحاظ کمی و

کیفی با مخاطبان کتاب‌ها یکسان نیستند.

کوتاهی و فشردگی مطالب، روزآمد بودن نسبی اطلاعات و گاه زبان و بیان سهل‌تر در پایندهای غیرتخصصی، و همچنین اطلاعات اصیل، اندیشه‌های نو و ابجاز در پایندهای تخصصی سبب شده که امروزه

1. ISSN

۲. کارشناس ارشد کتابخانه وزارت امور خارجه

و مطمئن‌ترین روش برای آگاهی از وضعیت آن در ایران است. به عبارت دیگر پی‌بردن به میزان آشنایی ناشران از شایا معیار مناسبی برای ارزیابی خواهد بود. استفاده همه‌جانبه از شایا زمانی کارآمد است که همراه با آگاهی و دانش باشد. در غیر این صورت چیزی جز صرف وقت و هزینه برای دستیابی به شماره‌ای که صرفاً بر روی نشریه چاپ شده، نخواهد بود. با اتخاذ تصمیم‌های مناسب در زمینه استفاده از شایا، ایران نیز همانند بسیاری از کشورهای دیگر جای خود را در بازار بین‌المللی باز کرده و نشریات خود را در دیگر کشورها آسان‌تر مبادله و خرید و فروش خواهد کرد. کتابخانه‌ها نیز باید به‌طور جدی به استفاده از شایا توجه کنند، چراکه می‌تواند عامل مفیدی برای سفارش موجودی، فهرست‌نویسی اشتراکی، اسانت، اسانت بین‌المللی، بازیابی تقاضاها و دیگر خدمات باشد.

تعریف عملیاتی اجزای مسئله

۱. **پیابند (نشریات ادواری):** در این تحقیق، منظور از پیابند، نشریه ادواری است با عنوان مشخص که به صورت شماره‌ها یا جزوه‌های پیاپی با فاصله زمانی منظم برای مدت نامحدود در ایران چاپ و منتشر می‌شود و حاوی مقالاتی در موضوع‌های مختلف از نویسندگان متفاوت است. روزنامه شامل این تحقیق نمی‌شود.

۲. **شایا:** منظور از شایا یا به عبارتی شماره استاندارد بین‌المللی پیابندها (۳۳:۲) (نشریات ادواری) شماره‌ای است منحصر به فرد برای مشخص کردن و شناسایی یک نشریه ادواری که از هشت رقم تشکیل شده است. هفت رقم اول شماره منحصر به فرد برای پیابند و رقم آخر عدد کنترل‌کننده به‌شمار می‌آید. برای سهولت خواندن، چهار شماره اول با یک خط تیره از

شمارگان و تنوع قابل ملاحظه‌ای داشته باشند (۲۱:۱-۳۷). به همین نسبت به تعداد مراکز توزیع و انتشار نیز اضافه شده است. این توسعه روزافزون در امر چاپ، انتشار و توزیع، باعث شده با درایی از پیابندها مواجه شویم و مدت زمان بیشتری را صرف پیدا کردن پیابند و نشریه مورد نظر نماییم.

همین امر یعنی افزایش حجم پیابندهای منتشر شده، بالا رفتن تعداد عناوین و نیز لزوم بازیابی آسان و سریع اطلاعات، ضرورت تعیین استاندارد واحد برای شناسایی و توصیف کتابشناختی پیابندها را تنها چاره کار می‌داند. استاندارد که یک زبان مشترک به‌منظور تشخیص دقیق عنوان بدون توجه به نام کشور انتشار دهند، زبان، محتوا یا وضعیت آن باشد، بدین شیوه که پیابند پس از آنکه دارای شناسنامه‌ای کامل شد، شماره شناسنامه‌ای واحد نیز دریافت می‌دارد و ذکر همان شماره به تنهایی و بدون ذکر مشخصات دیگر حتی عنوان، دلالت بر پیابندی مشخص است.

بیان مسئله

شماره استاندارد بین‌المللی نشریات ادواری (شایا) (۴۸:۵) در نشر پیابندها اهمیت و کارایی بسیاری دارد و جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص داده است. از آنجا که شایا از اجزای اصلی پیابند به شمار می‌رود، وجود آن با توجه به کثرت عنوان‌های منتشر شده و حجم عظیم پیابندها ضروری و لازم است و با وجود اینکه در سال‌های اخیر شمار نشریات و پیابندهایی که شماره استاندارد دریافت کرده‌اند افزایش یافته است ولی هنوز کاربرد، فایده و لزوم استفاده از آن به درستی و به‌طور کامل برای همگان روشن نشده است.

آگاهی از نظرات ناشران ایرانی پیابندها درباب این مقوله به علت استفاده این قشر از شایا قابل اعتمادترین

فرضیه پژوهش

کمتر از ۵۰ درصد از پایاندهای ایران دارای شاها هستند.

پژوهش حاضر از نوع پیمایشی است. در این پژوهش از شیوه نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد. با آغاز نهمین نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات در اردیبهشت ماه سال ۱۳۸۱ و با توجه به محدودیت زمانی فقط میان ۲۰ درصد از ناشران پایاندهای ایران به تفکیک ناشران عضو و غیرعضو سازمان بین‌المللی شماره استاندارد پایاندها، پرسشنامه توزیع شده است. از مجموع ۱۹۲ ناشر مورد نظر فقط ۱۳۴ ناشر پرسشنامه پژوهش را تکمیل کردند و عودت دادند.

روش پژوهش و جامعه مورد مطالعه

جامعه آماری پژوهش را ناشران و تولیدکنندگان پایاندهای چاپی داخل کشور تشکیل می‌دهند که برای شناسایی ایشان از راهنمای مجله‌ها و روزنامه‌های ایران ۱۳۷۹ (۱۰۳) که تنها منبع معتبر در این زمینه است استفاده شد. در این راهنما، ۹۶۰ ناشر و تولیدکننده پایانده در سطح کشور شناسایی شده‌اند.

پیشینه پژوهش در ایران

با مطالعه روی پایان‌نامه‌ها و کارهای تحقیقاتی در ایران، مشخص شد تحقیق در زمینه شاها در ایران بی‌سابقه است و پژوهشی درباره آن انجام نگرفته است. اما تحقیق مشابهی در زمینه شماره استاندارد بین‌المللی کتاب (شابک) صورت گرفته که در زیر به آن اشاره می‌شود: - داریوش مظلومی (۱۳۷۷) در پژوهش خویش با استفاده از روش پیمایشی - توصیفی، وضعیت شابک را از نظر آشنایی ناشران، کاربرد شابک و عضویت ناشران بررسی کرده است. اطلاعات مورد نیاز این پژوهش از

چهار شماره دوم جدا می‌شوند. برای جلوگیری از هرگونه اشتباه حروف اختصار شاها در سمت چپ رقم‌ها قرار می‌گیرند. برخلاف شماره استاندارد کتاب هیچ کدام از ارقام شاها متضمن معنایی خاص نیست بلکه همچون شماره شناسنامه فقط معرف پایداری است که بدان تعلق گرفته است.

۳. ناشر: شخص، شرکت یا شخصیت حقوقی یا تالگانی که در داخل ایران مسئولیت انتشار یک یا چند پایانده چاپی را برای استفاده همگان برعهده دارد. همین شخص یا شرکت ممکن است چاپ‌کننده، ناشر و فروشنده یا چاپ‌کننده و ناشر یا ناشر و فروشنده باشد.

پرسش‌های اساسی

۱. میزان آشنایی ناشران با شاها تا چه حد است؟
۲. مواعی که ناشران برای استفاده از شاها دارند چیست؟
۳. ناشران اهمیت و موارد استفاده از شاها را در چه می‌دانند؟
۴. از شاها برای چه اقلام دیگری به جز نشریات چاپی استفاده می‌شود (از نظر ناشران)؟

هدف و فایده پژوهش

هدف پژوهش آگاهی از چگونگی استفاده از شاها توسط ناشران پایاندها در ایران است. همچنین با بررسی وضعیت شاها سعی بر این است که عوامل افزایش و کاهش کارایی آن در ایران شناسایی شوند. با آگاهی از وضعیت موجود، به تحلیل و بررسی منافع استفاده از شاها توسط ناشران پرداخته می‌شود و سعی در یافتن راهی مناسب برای گسترش محدوده استفاده از شاها در آینده خواهد شد.

کتابخانه، در امانت بین کتابخانه‌ای، سفارش و گردآوری نشریات و جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی انجام می‌گیرد. بررسی حاضر نشان می‌دهد که مشکلات کاربرد شاپا بین‌المللی ست و حل این مشکلات نیاز به همکاری بین‌المللی دارد (۶۵:۶-۷۷).

۳. رایس و میتلین^۴ (۱۹۸۴) در پژوهشی با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی در کتابخانه دانشگاه دالاس^۵ به بررسی سودمندی شاپا درج شده بر روی نسخه‌های نشریات به عنوان عامل بازیابی تقریباً ۸۰ درصد از رکوردهای اُسی.ال.سی پرداخته‌اند. نتیجه تحقیق بیان می‌کند که به کارگیری اقدامات مؤثرتری چون تکمیل جستجوهای اضافی در بانک اطلاعاتی اُسی.ال.سی، می‌تواند شاپا را به ابزار بسیار مناسبی برای کنترل نشریات تبدیل نماید (۱۰:۲۰۲-۴۱۳).

۴. لاپتون^۶ (۱۹۸۹) در پژوهشی برای تعیین اینکه آیا شماره استاندارد بین‌المللی نشریات بر روی پایاندها چاپ شده است یا خیر؟ طی مدت دو سال ۱۳۰۰۰ نشریه را در کتابخانه یکی از دانشگاه‌های ایالت کلرادو بررسی کرد و نتایج تحقیق نشان داد که ۷۶ درصد از کل جامعه مورد مطالعه دارای شماره شاپا برای هر عنوان نشریه هستند (۸:۱۸۷-۱۹۸).

۵. مونتگومری^۷ (۱۹۹۲) در تحقیق و پژوهش خویش میزان و نوع استفاده از شاپا را در کتابخانه‌های ایالات متحده مطالعه کرد. این بررسی از طریق ارسال دو نوع پرسشنامه انجام شد. بررسی پرسشنامه‌ای از ناشران نشریات، و نیز بررسی پرسشنامه‌ای از کتابخانه‌ها شامل استفاده کتابخانه از شاپا در امر امانت بین کتابخانه‌ای، سفارش و گردآوری ست. یافته‌های

طریق توزیع پرسشنامه میان ۱۰ درصد از ناشران تولیدکنندگان کتاب و مواد غیر چاپی کشور گردآوری شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ۸۸/۴ درصد از ناشران عضو سازمان جهانی شاپک هستند و ۱۱/۶ درصد از ناشران عضو نیستند. بیشتر ناشران انتشارات محدودی در سال دارند. آشنایی ناشران ایرانی از شاپک بسیار کم است. در حدود ۷۵ درصد از ناشران معتقدند شاپک هیچ کاربردی ندارد و بقیه نیز آن را برای کارهایی چون فروش، انبارگردانی، توزیع و اطلاع‌رسانی مفید می‌دانند. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان نتیجه گرفت که در ایران به حد شایسته‌ای به شاپک توجه نشده است (۴).

پیشینه در خارج از ایران

در بررسی انجام شده در پایگاه‌های ایزا و لیزا^۱ به موارد زیر برخورد شد:

۱. اسلیپ^۲ (۱۹۷۷) در یک تحقیق کاربردی خاطر نشان می‌سازد که در تعیین شماره استاندارد بین‌المللی نشریات ممکن است مشکلاتی به وجود آید. گاه یک عنوان چندین شماره شاپا گرفته است و گاه یک شماره شاپا به چندین عنوان ارجاع داده شده است. نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل این پژوهش بیانگر آن است که میزان خطا در تعیین شماره شاپا از ۰/۱ تا ۹/۴ درصد است و کنترل و بازیابی بیشتر برای کاهش این خطاها ضروری به نظر می‌رسد (۱۱:۲۶۵-۲۷۰).

۲. پارتلی^۳ (۱۹۸۲) در تحقیق خود خاطر نشان می‌سازد که مهم‌ترین کشورهای تولیدکننده نشریات، شاپا را برای نشریات خود پذیرفته‌اند. تقریباً ۹۰ درصد از نشریاتی که به کتابخانه‌های کشورهای پیشرفته وارد می‌شود دارای شماره استاندارد بین‌المللی هستند. بررسی فوق نشان می‌دهد که بیشترین استفاده از شاپا در

1. ISA & LISA 2. Sleep 3. Bartley
4. Rice & Mitlin 5. Dallas
6. Lupton 7. Montgomery

جدول ۲. توزیع فراوانی سال عضویت ناشران در مرکز شاپا

سال عضویت	فراوانی	درصد
۱۳۶۹	۴	۶/۷
۱۳۷۰	۲	۳/۴
۱۳۷۱	۲	۳/۴
۱۳۷۲	۲	۳/۴
۱۳۷۳	۷	۱۱/۹
۱۳۷۴	۶	۱۰/۲
۱۳۷۵	۹	۱۵/۲
۱۳۷۶	۷	۱۱/۹
۱۳۷۷	۳	۵/۱
۱۳۷۸	۸	۱۳/۶
۱۳۷۹	۳	۵/۱
۱۳۸۰	۵	۸/۵
۱۳۸۱	۱	۱/۶
جمع	۵۹	۱۰۰

دریافت کرده‌اند. در سال‌های ۱۳۷۳ و ۱۳۷۶ این میزان به ۱۱/۹ درصد رسیده است. بالاترین میزان مربوط به سال ۱۳۷۵ با ۱۵/۲ درصد و بعد از آن سال ۱۳۷۸ با ۱۳/۶ درصد است. سال ۱۳۷۴ این میزان ۱۰/۲ درصد رسیده و بعد از آن سال ۱۳۸۰ با ۸/۵ درصد است. سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۷۹ با ۵/۱ درصد بعد از آن قرار دارند و سال ۱۳۸۱ با ۱/۶ درصد در پایین‌ترین سطح است که البته باید در نظر داشت که فقط یک ماه و نیم ابتدای سال ۱۳۸۱ شامل این آمارگیری می‌شود (با توجه به زمان توزیع پرسشنامه‌ها در نهمین نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات).

جدول ۳. توزیع فراوانی دلایل عدم عضویت ناشران در مرکز شاپا

دلایل عدم عضویت	فراوانی	درصد
کمبود وقت	۱۲	۱۴/۸۱
دوری محل فعالیت	۰	۰
عدم احساس نیاز	۳۰	۳۷/۰۲
همه موارد	۱۹	۲۴/۴۶
عدم اطلاع	۲۰	۲۴/۶۹
جمع	۸۱	۱۰۰

پژوهش در جداول مستعد نشان داده شده‌اند (۱۷۸-۱۷۱:۹).

۶. جانسون^۱ (۱۹۹۷) در بررسی و تحقیق خویش به میزان استفاده از شاپا در امانت بین کتابخانه‌های پرداخته است. در این تحقیق ۲۶۰ پرسشنامه به کتابخانه‌ها ارسال شد که در کل به ۲۰۷ پرسشنامه پاسخ داده شده است. این بررسی نشان می‌دهد که استفاده از شاپا با پیشرفت فنی کشورها رابطه مستقیم دارد و کشورهایی که از نظام مکانیزه استفاده می‌کنند بیشتر از شاپا سود می‌برند. بیشتر کشورهای استفاده‌کننده، کشورهای اروپای غربی، امریکا، استرالیا و نیوزیلند هستند (۳۷۶-۳۶۷:۷).

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

داده‌های آماری استخراج شده از پرسشنامه‌ها در قالب جداول توزیع فراوانی و درصد توصیف شده‌اند. ۱۲ جدول برای توصیف داده‌های آماری آورده شده‌اند.

جدول ۱. توزیع فراوانی وضعیت عضویت ناشران در مرکز شاپا

عضویت در شاپا	فراوانی	درصد
بله	۵۹	۲۴
خیر	۷۵	۵۶
جمع	۱۳۴	۱۰۰

جدول ۱ نشانگر آن است که ۲۴ درصد از جامعه مورد پژوهش شماره استنادداره بین‌المللی (شاپا) دارند و در عین حال ۵۶ درصد از این جامعه فاقد این شماره هستند.

جدول ۲ بیانگر آن است که ۶/۷ درصد از جامعه مورد پژوهش در سال ۱۳۶۹ دارای شماره شاپا شده‌اند و قدیمی‌ترین پیایندهایی محسوب می‌شوند که این شماره را دریافت کرده‌اند. در سال‌های ۱۳۷۰، ۱۳۷۱ و ۱۳۷۲ فقط ۳/۴ درصد از جامعه مورد نظر این شماره را

جدول ۵ نشان‌دهنده آن است که ۳۷/۶ درصد از جامعه پژوهش برای افزایش آگاهی ناشران پبایندها درباره شماره شاپا تهیه جزوه راهنما را پیشنهاد کرده‌اند. ۲۷/۵ درصد از آنان، استفاده از رسانه‌های جمعی را پیشنهاد نموده‌اند. ۴/۷ درصد از جامعه مورد نظر برگزاری کلاس‌های آموزشی را مؤثر دانسته‌اند. ۳۰/۲ درصد نیز همه موارد فوق را مؤثر دانسته‌اند.

جدول ۶. توزیع فراوانی نظر ناشران در خصوص معرفی به عنوان یک ناشر جهانی توسط شاپا

معرفی به عنوان یک ناشر جهانی	فراوانی	درصد
بله	۱۰۶	۷۹/۱
خیر	۲۴	۱۷/۹
بدون پاسخ	۲	۳
جمع	۱۳۲	۱۰۰

جدول ۶ نشان‌دهنده آن است که ۷۹/۱ درصد از جامعه مورد پژوهش داشتن شماره شاپا را وسیله‌ای برای شناخته شدن به عنوان یک ناشر جهانی قبول دارند. ۱۷/۹ درصد از این جامعه، خلاف این نظر را دارند. ۳ درصد از جامعه مورد نظر نیز به این پرسش پاسخی ندادند.

جدول ۷. توزیع فراوانی میزان آشنایی ناشران از شاپا

میزان آشنایی	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۳	۲/۲
زیاد	۱۹	۱۴/۲
کم	۶۰	۴۴/۸
خیلی کم	۲۳	۳۲/۱
هیچ	۹	۶/۷
جمع	۱۳۲	۱۰۰

همان‌طور که در جدول ۷ ملاحظه می‌شود از مجموع ۱۳۲ ناشری که میزان آشنایی خود را از شاپا اظهار داشته‌اند، ۴۴/۸ درصد این میزان را کم، ۳۲/۱ درصد خیلی کم و ۱۴/۲ درصد این میزان را زیاد دانسته‌اند. فقط ۲/۲ درصد از ناشران در حد خیلی زیادی

جدول ۳ نشان‌دهنده آن است که ۳۷/۰۴ درصد از جامعه پژوهش به دلیل عدم احساس نیاز در صدد اخذ شاپا برنیامده‌اند. ۲۴/۶۹ درصد از این جامعه بی‌اطلاعی را دلیل عضو نشدن ذکر کرده‌اند. ۲۳/۴۶ درصد از آنان همه موارد ذکر شده در پرسشنامه یعنی کمبود وقت، دوری محل فعالیت و عدم احساس نیاز را دلایل عدم عضویت خود بیان نموده‌اند. ۱۴/۸۱ درصد از جامعه مورد نظر نیز فقط عامل کمبود وقت را دلیل این امر دانسته‌اند. هیچ یک از ناشران دوری محل فعالیت را به تنهایی دلیل این امر ندانسته‌اند.

جدول ۴. توزیع فراوانی موارد استفاده از شاپا

موارد استفاده از شاپا	فراوانی	درصد
سفارش	۵	۶/۶
فروش	۹	۱۱/۸
توزیع	۹	۱۱/۸
همه موارد	۲۰	۲۶/۴
هیچ کدام	۳۳	۲۴/۲
جمع	۷۶	۱۰۰

جدول ۴ نشان‌دهنده آن است که ۲۳/۲ درصد از جامعه مورد پژوهش از شماره شاپا برای انجام هیچ یک از امور جاری خود استفاده نمی‌کنند و آن را فقط شمارهای می‌دانند که بر روی پبایند درج می‌گردد. ۲۶/۴ درصد از این جامعه، این شماره را برای انجام امور مربوط به سفارش، فروش و توزیع به کار می‌برند. ۱۱/۸ درصد از آنان از این شماره برای فروش و به همین میزان نیز برای توزیع استفاده می‌کنند. فقط ۶/۶ درصد از جامعه مورد نظر شماره شاپا را در امور مربوط به سفارش به کار می‌برند.

جدول ۵. توزیع فراوانی نظر ناشران درباره نحوه بالا بردن آگاهی از شاپا

پیشنهاد ناشران	فراوانی	درصد
برگزاری کلاس‌های آموزشی	۷	۴/۷
تهیه جزوه راهنما	۵۶	۳۷/۶
استفاده از رسانه‌های جمعی	۴۱	۳۱/۵
همه موارد	۲۵	۳۰/۲
جمع	۱۳۹	۱۰۰

زیاد؛ ۴۲/۷ درصد به میزان کم؛ ۴۴ درصد به میزان خیلی کم درباره آشنایی دارند. ۱۲ درصد از این ناشران هیچ اطلاعی درباره آشنایی ندارند.

جدول ۱۰. توزیع فراوانی نظر ناشران درباره فایده و اهمیت شاها

اهمیت و فایده شاها	فراوانی درصد	
	فروانی	درصد
فروش، توزیع و سفارش	۱۲	۸/۱۱
معرفی ناشر بیابند در خارج از کشور	۵۱	۳۴/۴۶
سهولت در امر اطلاع‌رسانی	۳۴	۲۲/۹۷
همه موارد	۴۱	۲۷/۷
بدون فایده	۱۰	۶/۷۶
جمع	۱۲۸	۱۰۰

جدول ۱۰ نشان‌دهنده آن است که ۲۲/۹۷ درصد از ناشران، شاها را برای سهولت در امر اطلاع‌رسانی مؤثر می‌دانند. ۳۴/۳۶ درصد معتقدند که شاها می‌تواند آنان را به عنوان ناشر بیابند در خارج از کشور معرفی نماید. ۸/۱۱ درصد از آنان شاها را برای انجام امور فروش، توزیع و سفارش مفید می‌دانند. ۲۷/۷ درصد از جامعه پژوهش همه موارد فوق را بیان کرده‌اند و ۶/۷۶ درصد از این جامعه شاها را بدون فایده می‌دانند.

جدول ۱۱. توزیع فراوانی نظر ناشران درباره افزایش کارایی شاها در ایران

پیشنهاد ناشران	فراوانی درصد	
	فراوانی	درصد
تأسیس یک مرکز ملی	۳۴	۲۰/۳
تبلیغ برای آگاهی ناشران	۵۵	۳۴/۷
برگزاری کلاس‌های آموزشی	۷	۴/۲
کمک به کاربرد عملی شاها	۳۶	۲۱/۴
همه موارد	۳۶	۲۱/۴
هیچ کدام	-	-
جمع	۱۶۸	۱۰۰

جدول ۱۱ نشانگر آن است که ۳۴/۷ درصد از ناشران بر این عقیده‌اند که برای افزایش کارایی شاها در ایران، باید از تبلیغات برای آگاهی ناشران استفاده کرد. ۲۱/۴ درصد از جامعه مورد پژوهش معتقدند که برای تحقق این امر باید به کاربرد عملی شاها کمک شود.

با شاها آشنایی دارند و ۶/۴ درصد از ناشران هیچ آشنایی با آن ندارند.

جدول ۸. توزیع فراوانی میزان آشنایی ناشران از شاها با توجه به محل فعالیت

محل فعالیت	تهران		شهرستان‌ها	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
میزان آشنایی خیلی زیاد	۲	۲	۱	۳/۱
زیاد	۱۵	۱۴/۷	۲	۱۲/۵
کم	۴۰	۳۹/۱	۲۰	۶۲/۵
خیلی کم	۳۸	۳۷/۳	۵	۵/۶
هیچ	۷	۶/۹	۲	۶/۳
جمع	۱۰۲	۱۰۰	۳۲	۱۰۰

با توجه به داده‌های جدول ۸ ملاحظه می‌شود ناشرانی که محل فعالیت آنها در تهران است میزان آشنایی خود را از شاها به میزان ۲ درصد خیلی زیاد؛ ۱۴/۷ درصد زیاد؛ ۳۹/۱ درصد کم؛ ۳۷/۳ درصد خیلی کم؛ و ۶/۹ درصد هیچ اظهار داشته‌اند. ناشرانی که محل فعالیت آنان در شهرستان است این میزان را ۳/۱ درصد خیلی زیاد، ۱۲/۵ درصد زیاد؛ ۶۲/۵ درصد کم؛ ۵/۶ درصد خیلی کم؛ و ۶/۳ درصد هیچ اظهار داشته‌اند.

جدول ۹. توزیع فراوانی میزان آشنایی ناشران از شاها با توجه به عضویت

عضویت در مرکز شاها	بلی		خبر	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
میزان آشنایی خیلی زیاد	۳	۵/۱	۰	۰
زیاد	۱۸	۳۰/۵	۱	۱/۳
کم	۲۸	۴۷/۵	۳۲	۴۲/۷
خیلی کم	۱۰	۱۶/۹	۳۳	۴۲
هیچ	۰	۰	۹	۱۲
جمع	۵۹	۱۰۰	۷۵	۱۰۰

جدول ۹ نشان‌دهنده آن است که از میان ناشرانی که شماره شاها دارند ۵/۱ درصد به میزان خیلی زیاد؛ ۳۰/۵ درصد به میزان زیاد؛ ۴۷/۵ درصد به میزان کم؛ ۱۶/۹ درصد به میزان خیلی کم درباره آشنایی دارند. از میان ناشرانی که شماره شاها ندارند ۱/۳ درصد به میزان

۲۰/۳ درصد از این افراد اعتقاد دارند که این امر با تأسیس یک مرکز ملی در ایران میسر می‌شود. ۲۱/۴ درصد از آنان معتقدند که برای افزایش کارایی شاپا در ایران باید همهٔ موارد فوق رعایت شود. ۴/۲ درصد نیز بر این عقیده‌اند که برگزاری کلاس‌های آموزشی می‌تواند مؤثر باشد.

جدول ۱۲. توزیع فراوانی نظر ناشران در خصوص استفاده از شاپا برای نشریات غیرچاپی

مورد استفاده از شاپا	فراوانی	درصد
لوح فشرده	۱۴	۹/۷۹
دیسک لوزان	۵	۳/۵
فرم‌های الکترونیکی	۲۹	۲۰/۲۸
همهٔ موارد	۲۷	۱۸/۸۸
هیچ کدام	۱۲	۸/۳۹
اطلاعی ندارم	۵۶	۳۹/۱۶
جمع	۱۲۳	۱۰۰

همان گونه که در جدول ۱۲ ملاحظه می‌شود ۳۹/۱۶ درصد از جامعهٔ پژوهش هیچ اطلاعی دربارهٔ دیگر موارد استفاده از شاپا (غیر از نشریات چاپی) ندارند. ۲۰/۲۸ درصد از آنان بیان کرده‌اند که شاپا برای فرم‌های الکترونیکی نیز به کار می‌رود. ۹/۷۹ درصد از آنان لوح‌های فشرده و ۳/۵ درصد نیز دیسک لوزان را در این مورد نام برده‌اند. ۱۸/۸۸ درصد از جامعهٔ مورد نظر همهٔ موارد فوق را عنوان کرده‌اند و ۸/۳۹ درصد از آنان بیان کرده‌اند که شاپا فقط برای نشریات چاپی به کار برده می‌شود.

نتیجه‌گیری

۱. عضویت و عدم عضویت ناشران در مرکز شاپا: از میان بیاندهای منتشر شده ۲۴ درصد شمارهٔ استاندارد بین‌المللی شاپا دارند و در عین حال ۵۶ درصد از این جامعه فاقد این شماره هستند.
۲. سال دریافت شاپا: زمان دریافت شمارهٔ استاندارد بین‌المللی بیاندهای مورد پژوهش به بیش از

یک دههٔ قبل باز می‌گردد. به‌طوری که ۶/۷ درصد از آنها در سال ۱۳۶۹ این شماره را دریافت نموده‌اند و قدیمی‌ترین محسوب می‌شوند. در سال‌های ۱۳۷۰، ۱۳۷۱ و ۱۳۷۲ فقط ۳/۲ درصد از جامعهٔ مورد نظر این شماره را دریافت کرده‌اند. در سال‌های ۱۳۷۳ و ۱۳۷۶ این میزان به ۱۱/۹ درصد رسیده است. بالاترین میزان مربوط به سال ۱۳۷۵ با ۱۵/۲ درصد و بعد از آن سال ۱۳۷۸ با ۱۳/۶ درصد است. سال ۱۳۷۲ این میزان ۱۰/۲ درصد بوده و بعد از آن سال ۱۳۸۰ با ۸/۵ درصد سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۷۹ با ۵/۱ درصد بعد از آن قرار دارند و سال ۱۳۸۱ با ۱/۶ درصد در پایین‌ترین سطح است که البته باید در نظر داشت که تنها یک ماه و نیم ابتدای سال ۱۳۸۱ شامل این آمارگیری می‌شود (با توجه به زمان توزیع پرشنامه‌ها در نهمین نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات).

۳. دلایل عدم عضویت: از میان دلایل عدم عضویت ناشران بیاندهای چاپی ایران در مرکز شاپا، ۳۷/۰۴ درصد از جامعهٔ مورد پژوهش به دلیل عدم احساس نیاز در صدد اخذ شاپا برنیاورده‌اند. ۲۴/۶۹ درصد از این جامعه عدم اطلاع را دلیل اصلی دانسته‌اند. ۲۳/۴۶ درصد از آنان همهٔ موارد ذکر شده در پرشنامه یعنی کمبود وقت، دوری محل فعالیت و عدم احساس نیاز را دلایل عضو نشدن خود بیان کرده‌اند. ۱۴/۸۱ درصد از جامعهٔ مورد نظر نیز فقط عامل کمبود وقت را دلیل این امر دانسته‌اند. هیچ یک از ناشران دوری محل فعالیت را به تنهایی دلیل عدم عضویت در این مرکز بین‌المللی ندانسته است.

۴. موارد استفاده از شاپا: از مجموع ۵۹ ناشری که موفق به دریافت شاپا گردیده‌اند ۲۳/۴ درصد از آنان از این شماره برای انجام هیچ یک از امور جاری خود استفاده نمی‌کنند و از آن نقطه به عنوان شماره‌ای که بر روی پیابند درج می‌گردد استفاده می‌شود. ۲۶/۴ درصد از این جامعه، این شماره را به‌منظور انجام امور مربوط

کم؛ و ۶/۹ درصد هیچ اظهار داشته‌اند. ناشرانی که محل فعالیت آنان در شهرستان است. این میزان را ۳/۱ درصد خیلی زیاد؛ ۱۲/۵ درصد زیاد؛ ۶۲/۵ درصد کم؛ ۱۵/۶ درصد خیلی کم؛ و ۳/۶ درصد هیچ اظهار داشته‌اند.

از میان ناشرانی که شاپا دارند ۵/۱ درصد به میزان خیلی زیاد؛ ۳۰/۵ درصد به میزان زیاد؛ ۲۷/۵ درصد به میزان کم؛ ۱۶/۹ درصد به میزان خیلی کم درباره آشنایی دارند. از میان ناشرانی که شاپا ندارند ۱/۳ درصد به میزان زیاد؛ ۴۲/۷ درصد به میزان کم؛ ۴۴ درصد به میزان خیلی کم درباره آشنایی دارند. ۱۲ درصد از این ناشران هیچ اطلاعی درباره شاپا ندارند.

۸. اهمیت و فایده شاپا: اهمیت و فایده شاپا را می‌توان در اموری مانند اطلاع‌رسانی، معرفی ناشر، پیابند در خارج از کشور و انجام اموری مانند فروش، توزیع و سفارش مفید و مؤثر دانست. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که ۲۲/۹۷ درصد از ناشران شاپا را برای سهولت در امر اطلاع‌رسانی مؤثر می‌دانند. ۳۲/۴۶ درصد معتقدند که شاپا می‌تواند آنان را به عنوان ناشر پیابند در خارج از کشور معرفی نماید. ۸/۱۱ درصد از آنان شاپا را برای انجام امور فروش، توزیع و سفارش مفید می‌دانند. ۲۷/۷ درصد از جامعه پژوهش همه موارد فوق را بیان کرده‌اند و ۶/۷۶ درصد از این جامعه شاپا را بدون فایده می‌دانند.

۹. نظر ناشران درباره افزایش کارایی شاپا در ایران: به منظور افزایش کارایی شاپا در ایران ۳۲/۷ درصد از ناشران بر این عقیده‌اند که باید از تبلیغات استفاده کرد. ۲۱/۴ درصد از جامعه پژوهش معتقدند که برای تحقق این امر باید به کاربرد عملی شاپا کمک شود. ۲۰/۳ درصد از این افراد اعتقاد دارند که این امر با تأسیس یک مرکز ملی در ایران میسر می‌شود. ۲۱/۴ درصد از آنان معتقدند که برای افزایش کارایی شاپا در ایران باید همه موارد فوق رعایت شود. ۴/۲ درصد نیز بر این عقیده‌اند که برگزاری کلاس‌های آموزشی می‌تواند مؤثر باشد.

به سفارش، فروش و توزیع به کار می‌برند. ۱۱/۸ درصد از آنان از این شماره برای فروش و به همین میزان نیز برخی آنان برای توزیع از آن استفاده می‌کنند. فقط ۶/۶ درصد از جامعه مورد نظر شماره شاپا را در امور مربوط به سفارش به کار می‌برند.

۵. نظر ناشران درباره نحوه بالا بردن آگاهی ایشان از شاپا: به منظور آشنایی با شاپا و افزایش آگاهی ناشران از این مقوله ۳۷/۶ درصد از جامعه مورد پژوهش تهیه جزوه راهنما را پیشنهاد کرده‌اند. ۲۷/۵ درصد از آنان، استفاده از رسانه‌های جمعی، ۴/۷ درصد از جامعه مورد نظر برگزاری کلاس‌های آموزشی را مؤثر دانسته‌اند و ۳۰/۲ درصد نیز همه موارد فوق را پیشنهاد نموده‌اند.

۶. رابطه میان دریافت شاپا و مطرح شدن پیابندها در سطح جهان: دریافت شاپا از سوی ناشران بیانگر این مطلب است که نشریه مورد نظر در سطح جهان مطرح شده و قابل بازیابی است. به طوری که ۷۹/۱ درصد از جامعه پژوهش داشتن شماره شاپا را وسیله‌ای برای شناخته شدن به عنوان یک ناشر جهانی قبول دارند. ۱۷/۹ درصد از این جامعه خلاف این نظر را دارند. ۳ درصد از جامعه مورد نظر نیز به این پرسش پاسخی نداده‌اند.

۷. میزان آشنایی ناشران از شاپا: متأسفانه میزان آشنایی جامعه پژوهش از شاپا در حد مطلوب نیست به طوری که از مجموع ۱۳۲ ناشری که به پرسش مورد نظر پاسخ داده‌اند ۴۴/۸ درصد این میزان را کم؛ ۳۲/۱ درصد خیلی کم؛ و ۱۴/۲ درصد این میزان را زیاد دانسته‌اند. فقط ۲/۲ درصد از ناشران در حد خیلی زیادی با شاپا آشنایی دارند و ۶/۷ درصد از ناشران هیچ آشنایی با آن ندارند.

ناشرانی که محل فعالیت آنان در تهران است میزان آشنایی خود با شاپا را به میزان ۲ درصد خیلی زیاد، ۱۴/۷ درصد زیاد؛ ۳۹/۱ درصد کم؛ ۳۷/۳ درصد خیلی

۱۰. استفاده از شاها برای پیاپی‌های غیرچاپی: علاوه بر پیاپی‌های چاپی از شاها برای پیاپی‌هایی که در قالب لوح فشرده، شکل‌های الکترونیکی و لوزان تولید می‌گردد نیز استفاده می‌شود. اما ۳۹/۱۶ درصد از جامعه پژوهش هیچ اطلاعی دربارهٔ دیگر موارد استفادهٔ شاها ندارند. فقط ۲۰/۲۸ درصد از آنان بیان کرده‌اند که

در ایران به حد شایسته و در خور توجه‌ای به شمارهٔ استاندارد بین‌المللی پیاپی‌ها (شاها) پرداخته نشده است. چه در زمینهٔ دریافت و کسب این شماره و چه در باب استفادهٔ عملی از آن.

شاها برای شکل‌های الکترونیکی نیز به کار می‌رود. ۹/۷۹ درصد از آنان لوح فشرده و ۳/۵ درصد نیز دیسک لوزان را در این مورد نام برده‌اند. ۱۸/۸۸ درصد از جامعهٔ مورد نظر موارد فوق را عنوان کرده‌اند و ۸/۳۹ درصد از آنان بیان کرده‌اند که شاها فقط برای پیاپی‌های چاپی به کار برده می‌شود.

۱۱. کمتر از ۵۰ درصد از پیاپی‌های ایران شاها دارند (فرضیه): از مجموع ۱۳۴ ناشر پاسخ دهنده به پرسشنامه، ۵۹ نفر معادل ۴۴ درصد از شاها استفاده کرده و در مقابل ۷۵ نفر معادل ۵۶ درصد از شاها استفاده نمی‌کنند. اما آزمون کای اسکور انجام شده فرضیهٔ پژوهش را تأیید نمی‌کند. چرا که مقدار χ^2 محاسبه شده از مقدار مشخص در جدول با درجهٔ آزادی ۱ کوچکتر است بنابراین نمی‌توان گفت تفاوت معناداری میان استفاده از شاها یا عدم استفاده از آن وجود دارد. به عبارتی دیگر نمی‌توان اظهار داشت که کمتر از ۵۰ درصد از ناشران شاها دریافت نموده‌اند.

نتایج کلی

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که تاکنون در ایران به حد شایسته و در خور توجه‌ای به شمارهٔ استاندارد بین‌المللی پیاپی‌ها (شاها) پرداخته نشده است (چه در زمینهٔ دریافت و کسب این شماره و چه در باب استفادهٔ عملی از آن). بیشتر ناشران پیاپی‌های چاپی ایران با استناد به دلایل و موانعی چون عدم احساس نیاز، کمبود وقت، دوری محل فعالیت و در نهایت عدم اطلاع از وجود و مزایای شاها علی‌رغم اینکه بسیاری از آنان اشاره نموده‌اند که با کسب این شماره به عنوان ناشر جهانی پیاپی‌ها معرفی می‌گردند، تاکنون از دریافت شمارهٔ استاندارد بین‌المللی پیاپی‌ها سرباز زده‌اند. چرا که در ایران هیچ سازمانی به پیاپی‌های جدید به‌طور کامل دسترسی ندارد و فقط پیاپی‌هایی که باید اجازهٔ خروج از چاپخانه و صحافی را دریافت نمایند اجباراً از جانب ادارهٔ کل مطبوعات و نشریات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف به دریافت شاها می‌گردند که این مسئله شامل همهٔ پیاپی‌ها و نشریات ادواری به‌ویژه نشریات دولتی نمی‌شود. بیشتر ناشرانی هم که تاکنون موفق به دریافت شاها از سازمان جهانی شاها گردیده‌اند، با وجود اینکه این شماره در بازار نشر پیاپی‌ها و نیز اطلاع‌رسانی کاربردهای فراوانی دارد ولی با مشاهدهٔ آمارهای ارائه شده در می‌بایم که بیشتر آنها از موارد استفاده و مزایای کاربرد این شمارهٔ بین‌المللی بی‌اطلاع هستند. به‌طوری که ۴۳/۴ درصد از ناشران معتقدند که شاها هیچ‌گونه کاربردی ندارد و صرفاً از این شماره در حد درج آن روی جلد نشریه و پیاپی‌ها خویش استفاده می‌نمایند ولی بقیهٔ ناشران آن را جمعاً و یا به تنهایی برای انجام اموری مانند فروش، توزیع و سفارش مفید و مؤثر می‌دانند. علی‌رغم اینکه غیر از پیاپی‌های چاپی، اقلام غیرچاپی مانند لوح فشرده، لوح لوزان و شکل‌های الکترونیکی نیز شامل قانون شاها می‌شود، غالب ناشران

به نظر می‌رسد.

۲. چون عدم آگاهی ناشران پبایندها از کارآیی شاها، یکی از دلایل اصلی عدم عضویت و احساس بی‌نیازی آنهاست، برای افزایش آگاهی ایشان مواردی چون: برگزاری کلاس‌های آموزشی (نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات و حضور اکثر ناشران پبایندها، بهترین زمان و فرصت برای برگزاری این گونه کلاس‌هاست)، تهیه جزوهای آموزشی، تبلیغ و معرفی از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی و چاپ مقالاتی در زمینه کاربرد مناسب شاها در نشریات مربوط به چاپ و نشر توصیه می‌شود.

۳. یکی از دلایل عدم عضویت ناشران و ناآگاهی ایشان، عدم استفاده عملی از شاها است، برای کاربرد عملی آن موارد زیر توصیه می‌شود:

- آگاه نمودن ناشران و تولیدکنندگان پبایندها از فواید و کاربردهایی که شاها در سطح ملی و بین‌المللی دارد.

- ایجاد تسهیلات لازم برای ناشران عضو سازمان جهانی شاها.

- تشویق و ترغیب ناشران به استفاده از شاها و رمزینه (بارکد).

- به ناشران فاقد شاها برای بار اول، هشدار داده شود و پس از یک مهلت مشخص، اگر اقدام به اخذ شاها نکرده بودند مشمول جریمه نقدی گردند و در نهایت در تذکر سوم (پس از مهلت مقرر) امتیاز آنان لغو شود.

ب. برای کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی

از کاربردهای اصلی شاها، استفاده از آن در کتابخانه است، استفاده از آن در بازایی بسیار مفید و مشعرتر خواهد بود. برای کاربرد عملی شاها در کتابخانه‌های ایران موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- کمک به کتابخانه‌ها برای استفاده از شاها برای انجام کارهای جاری کتابخانه،

- استفاده از شاها برای سفارش و فراهم‌آوری،

- استفاده از شاها برای امانت بین کتابخانه‌ای،

نسبت به این مقوله اظهار بی‌اطلاعی نمودند. تعدادی نیز معتقدند که این شماره فقط مختص پبایندهای چاپی است. البته برخی ناشران نیز به استفاده از این شماره برای پبایندهایی که در قالب لوح فشرده، لوح لوزان و شکل‌های الکترونیکی تولید می‌گردد و یا در قالب همه موارد آن، اشاره کرده‌اند.

به منظور افزایش کارآیی شاها در ایران طبق آمارهای ارائه شده، ناشران پبایندها بیشترین گزینه را به تلاش برای تبلیغ به‌منظور آگاهی ناشران اختصاص داده‌اند و گزینه‌های بعدی به ترتیب به کمک برای کاربرد عملی شاها، تأسیس یک مرکز ملی در ایران و بالاخره برگزاری کلاس‌های آموزشی تخصیص یافته است. پرداختن به هر کدام از این مقوله‌ها به خوبی می‌تواند گام مؤثری برای افزایش کارآیی شاها و آگاهی ناشران (با توجه به اینکه آمارهای ارائه شده نمایانگر این است که میزان آگاهی کمی از شاها دارند) در ایران به شمار آید و به ناچار از نارسایی‌های آن در کشور به طرز چشمگیری کاسته خواهد شد.

پیشنهادها

الف. برای ناشران:

با توجه به نقش مؤثر و روزافزون شاها در بازار نشر پبایندها و مراکز اطلاع‌رسانی برای افزایش کارآیی آن و برطرف کردن موانعی که ناشران برای استفاده از شاها با آن مواجه هستند موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. از آنجا که یکی از اهداف مهم و اصلی شاها ایجاد هماهنگی و ارتباط میان ناشران پبایندها در سطح بین‌المللی است و برای رونق یافتن صنعت نشر پبایندهای ایران، اطلاع‌رسانی نقش مهمی ایفا می‌کند. برای رسیدن به چنین هدفی و گسترش نشر پبایندهای ایران در خارج از مرزها، ایجاد مؤسسه و مرکزی ملی زیر نظر کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران و یا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کاملاً ضروری و واجب

6. Bartly, Linda. "ISSN is for Serials". *Serial Review*, Vol.8, No.2 (1982): 65-77.
7. Johnson, Paul. "International Standard Serial Numbering (ISSN)". *Serial Librarian*, Vol.31, No.3, (1997): 367-376.
8. Lupton, David. "Tracking the ISSN". *Serial Librarians*, Vol.23, No.4 (1989): 187-198.
9. Montgomery, Barbara. "The User of the International Standard Serial Number ISSN". *American National Standard Institute*, Vol.34, No.4 (1994): 171-178.
10. Rice, P.O.; Mitlin, L.R. "The ISSN as retriever of OCLC Records". *Library Resources & Technical Services*, Vol.37, No.4 (1984): 403-413.
11. Sleep, Esther. "Whither the ISSN?: a practical experience". *Canadian Library Journal*, Vol.34, No.4 (1997): 265-270.

- چاپ مقالاتی در زمینه کاربرد شاها در کتابخانه‌ها برای بالا بردن آگاهی کتابداران در پیوندهای تخصصی کتابداری و اطلاع‌رسانی.
تاریخ دریافت: ۸۲/۱/۲۷

مآخذ

۱. حوی، عباس. "بررسی وضعیت مجلات منتشر شده در ایران (در طول برنامه پنج ساله اول توسعه ۶۸-۷۲)". کتابداری، دفتر پست و ششم و هشتم، (۱۳۷۶)، ۲۱-۳۷.
۲. سلطانی، پوری. "ISSN شماره شناسنامه پیوندهای رسانه، سال پنجم، ۱ (۱۳۷۳)، ۳۲.
۳. سلطانی، پوری؛ افتداز، رضا. *راهنمای مجله‌های ایران ۱۳۷۹*. تهران: کتابخانه ملی ایران، ۱۳۸۱.
۴. مظلی، داریوش. "بررسی وضعیت شاهاک در نشر ایران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، ۱۳۷۷.
۵. *دستنامه شماره استاندارد بین‌المللی کتاب (ISBN)* ترجمه داریوش مظلی، زیر نظر هرمز نوروز پوردملی. تهران: خانه کتاب، ۱۳۸۱.