

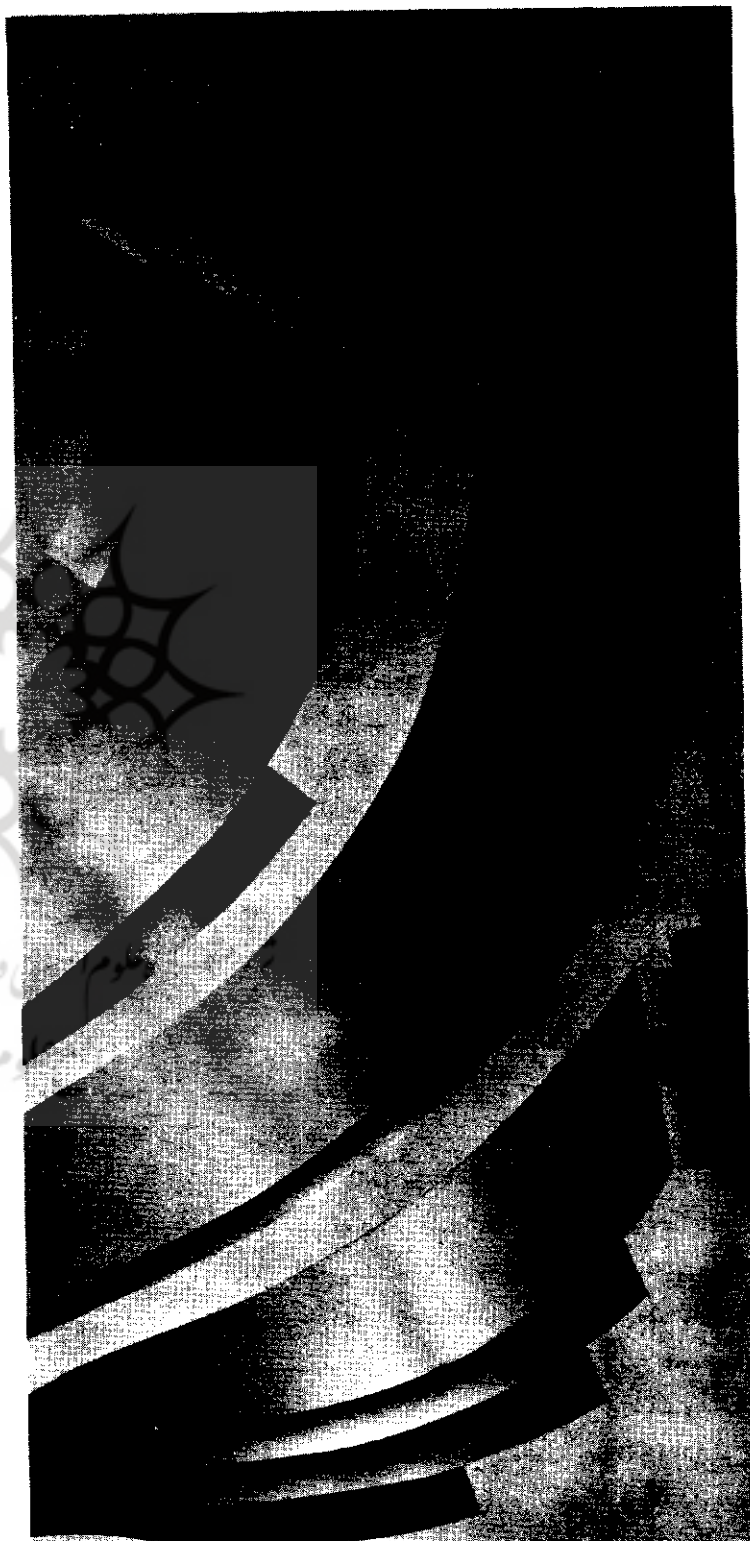
بن آی لیپز
ترجمه محسن نوکاریزی
عضو هیأت علمی دانشگاه بیرجند

سودمندی نمایه‌ها

بررسیهای تاریخی علوم به خوبی روشن کرده که در اکثر زمینه‌های علمی - و شاید همه آنها - پیشرفت ابتدا در فعالیتهای رایج تجاری، دولتی و نظامی و به دلیل ابداعاتی برای کاربردهای محدود آتی پدید می‌آید و نظریه اساسی یا شناخت وسیع آن زمینه بعدها توسعه می‌یابد. به نظر می‌رسد که نمایه‌سازی هم این تصویر اصلی علم را به خود گرفته باشد. کار عملی نمایه‌سازی به گذشته‌های دور - حداقل به کتابخانه‌های نسخ خطی عهد باستان و زمان اسکندریه - برمی‌گردد.

هانس ولیش می‌گوید نمایه با این طرح نسبتاً جدید و علمی چند دهه بعد از ظهور تکنولوژی چاپ گوتنبرگ (و قبل از رواج شماره گذاری کتاب) در چند کتاب ظاهر شد. نمایه‌سازی به عنوان یک مهارت یا شکل هنری و به عنوان یک تکنولوژی، در دهه‌های اخیر رشد کرده و توسعه یافته است. ظهور ماشینهای داده‌پردازی، بویژه کامپیوتر، تا حد زیادی نمایه‌سازی را تحت تأثیر قرار داده و آن را پویا ساخته است. با این وجود، نمایه‌سازی به عنوان یک علم (خوب، قابل اعتماد، قابل پیش‌گویی و پیچیده) هنوز قدمت چندانی ندارد. دستورالعملها و پیچیدگیهای بسیاری در مورد نحوه عمل در نمایه‌سازی داریم و بسیاری از مسائل آن را هم کورکورانه پذیرفته‌ایم. چنین نیست که هیچ دستورالعملی وجود نداشته باشد، اما آنهایی که وجود دارد اندک است یا عمیق نیست.

در اینجا سعی بر این نیست که ارزش تجربه عملی نادیده





انگاشته شود، بلکه می‌توان علم نمایه‌سازی منطقی‌تر و توسعه‌یافته‌تر از آنچه امروزه وجود دارد، داشت. این همان چیزی است که همه باید برای شرکت در آن یا حداقل تشویق آن تلاش کنیم.

مطمئناً هر عملی که پدیدار می‌شود، زمانی پیشرفت می‌کند که افراد درگیر با آن زمینه از آن جریانی پدیدآورند که استفاده از کاربردهای آنی و رایج آن راحت باشد تا در صورتی که از نظر ساختاری امکان‌پذیر باشد این کاربردها عناصر یا مفاهیم اولین تبیین‌کننده و شکل‌دهنده آن زمینه را منعکس کند. تلاش ما در این مقاله در این جهت دو مفهوم است، که در شمار اساسی‌ترین عناصر نمایه‌سازی به حساب می‌آید: ماهیت نمایه و ارزش آن (نمایه چیست؟ چه کاری انجام می‌دهد؟). ممکن است برخی افراد علاقه‌شان به نمایه به موزج بودن آن باشد، بدون توجه به کاربردهای آن؛ اما مطمئناً اکثر کسانی که در رابطه با نمایه فعالیت می‌کنند، به آن به عنوان ابزار یا خدماتی می‌اندیشند که بتواند برای دیگران قابل استفاده باشد و در بطن این کاربرد شناخته شود و توسعه یابد.

نقش نمایه

قبل از پرداختن به بحث ارزش، به طور خلاصه و سریع می‌گوییم که نمایه چیست و چه می‌کند. نمایه فهرستی از مدخل‌های معنی‌دار است که هر مدخل حداقل متشکل از دو عنصر و به یک ترتیب منطقی براساس عنصر اول مدخل تنظیم شده باشد (این ترتیب غالباً الفبایی است اما ممکن است به ترتیب منطقی دیگری غیر از الفبایی، مثل زمانی یا جغرافیایی نیز باشد). دومین عنصر مدخل نمایه اشاره‌گری به عبارتی از متن یا مکان یک رکورد در نوعی مجموعه است که حاوی و یا به هر شکل، مرتبط با اولین عنصر مدخل نمایه است. و بالاخره ترتیبی که در تنظیم نمایه به کار رفته با ترتیب عبارتهای متن یا رکوردهای مجموعه مورد اشاره فرق دارد.

بنابراین، نقش نمایه - نه الزاماً تنها نقش آن - تهیه شیوه عملی یافتن مواد خواسته شده برای خواننده یا جوینده اطلاعات، از متن یا رکوردهای مجموعه‌ای است که جستجو در آن مشکل است، به طوری که تهیه اطلاعات در نمایه برای کسی که اطلاعات سریع و آنی می‌خواهد، احتمالاً ساده‌تر از خود متن یا مجموعه باشد.

این کار خیلی ساده به نظر می‌رسد. اما کاری که نمایه‌ساز برای خواننده یا جوینده اطلاعات که در نمایه جستجو می‌کند، انجام می‌دهد یا باید انجام دهد، چیست؟ هر نوع امکاناتی را باید در نمایه‌سازی در نظر گرفت.

این امکانات ممکن است نمایه‌سازی نام افراد، نام اماکن جغرافیایی، رمزها، تاریخ، واژه، ترکیبات مصطلح، عبارات، مفهوم یا ترکیبات مفهومی و نظایر آن باشد. پوشش نمایه ممکن است گسترده یا انتخابی باشد. ممکن است در نمایه از مدخل‌های «نگاه‌کننده» یا «نیز نگاه‌کننده» برای ارجاع خواننده از یک مکان به مکان دیگر در داخل خود نمایه استفاده شود. نمایه‌ساز نباید فقط به اصطلاحات یا مفاهیم یا ترکیبات علنی موجود در متن یا رکوردهای مورد نمایه بسنده کند، بلکه می‌تواند نمایه‌سازی اصطلاحات و مفاهیمی را که از منابع دیگر یا مستندها به دست می‌آید، مد نظر قرار دهد.

ارزش

نمایه ممکن است کوتاه یا طولانی، دارای طرحی ساده یا پیچیده باشد؛ اما تنها چیزی که نمی‌تواند باشد، جامع بودن است. همان طور که همه واقفیم و می‌پذیریم - گاهی به طور حسی - هر متن یا مجموعه‌ای ممکن است به درجات مختلف یا به اندازه‌های متفاوت قابل تصور، نمایه شود و باز هم همیشه ممکن است کسی مدخل‌های بیشتری بیابد که از نظر منطقی بتوان به نمایه افزود. البته هر فرد مدخل‌ها را در صورتی در نمایه می‌آورد که «ارزشمند» به نظر برسند. اما تصمیم در مورد اینکه چه چیز در نمایه بیاید و چه طور بیاید، مسائلی نیازمند پاسخهای منطقی و دقیق است.

مسئله دیگر اینکه، می‌دانیم اگر لازم باشد پاسخهایی پیدا شود، این پاسخها مرتبط با مسئله ارزش یا ارزش احتمالی نمایه‌ای است که ممکن است تهیه کنیم. وقتی بخواهیم مفهوم «ارزش» را تجزیه و تحلیل کنیم، قدری مسئله برایمان روشن می‌شود؛ اما اکثر اطلاعات ما از نمایه نادرست است. ارزش یک کیفیت مطلق و عینی نیست؛ امری ذاتی محسوب نمی‌شود، فقط به دلیل محتوا و ساختار ارزشمند و مفید نیست؛ بلکه بیشتر با توجه به شخصی که آن را ارزشیابی می‌کند، زمانی که ارزشیابی انجام می‌شود، هدفی که برای آن در نظر گرفته می‌شود، ارزشمند است. ارزش (فایده) امری

صادق نیست؛ اما در اکثر کتابهای علمی دیگر که ممکن است شایسته نمایه دقیق و فشرده باشند، احساس می‌شود، بسیاری از این آثار بدون نمایه، یا با کوچکترین نمایه چاپ می‌شود که اغلب ضعیف گردآوری و ویرایش شده‌اند - به نحوی که نمایه برخی کتابها فقط برای حفظ ظاهر مناسب است نه برای مراجعه به آن.

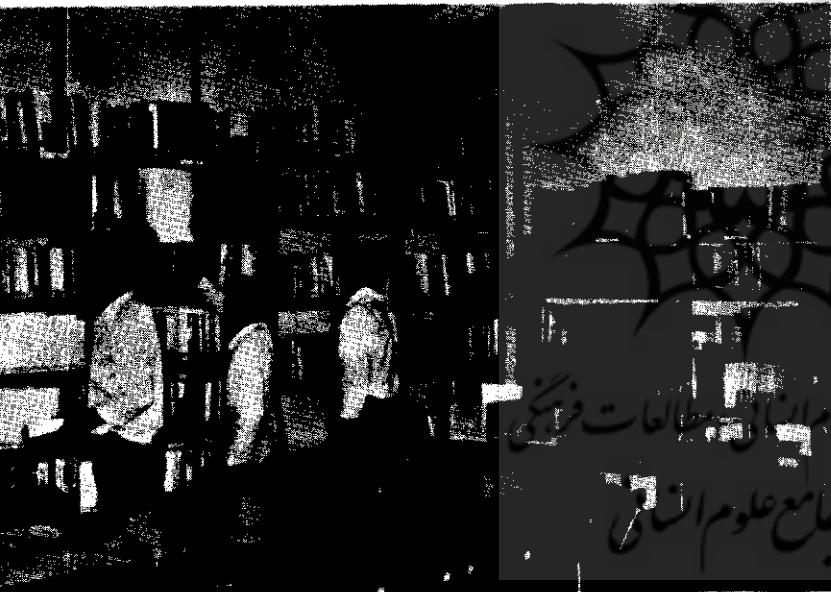
اگر ناشران نمایه کتاب را بی‌ارزش تلقی کنند، دلایل منطقی‌شان ممکن است از این قرار باشد: بهره عینی و مطلوب برای ناشر و سود بردن از فروش کتاب است. اگر در برداشتن نمایه، یا نمایه دقیق و فشرده اساساً به فروش بیشتر منجر نشود، هزینه تهیه و چاپ آن نمایه قابل توجیه نیست. خوب واقفیت این است که در بسیاری از کتابهای، نمایه‌دار، کیفیت یا حتی حذف نمایه، تأثیر مهمی در فروش کتاب ندارد.

ذهنی است - و بستگی به سه عنصر شخص، زمان، و هدف دارد. آنچه در نظر خواننده‌ای ارزشمند است ممکن است در نظر دیگری بی‌ارزش باشد، یا ممکن است بعدها در نظر شخص اول نیز بی‌ارزش شود و یا برعکس. به نظر می‌رسد پیش بینی دقیق درجه ارزش چیزی مثل نمایه متأسفانه آن قدر مشکل، پیچیده و غیرممکن است که ترجیح بدهیم برای راهنمایی به سحر و جادو متوسل شویم. دیگر اینکه، هم کسانی که نمایه را تهیه می‌کنند و هم کسانی که از آن استفاده می‌کنند، باید پیوسته (خواه منطقی یا حسی) درباره ارزش احتمالی نمایه ما قضاوت کنند و می‌کنند. این حوزه‌ای است که جهت ایجاد پایه‌ای مستقل برای آن باید مطالعه و تحقیق بیشتری انجام گیرد.

اگرچه ممکن است ما مفهوم «ارزش» را آن قدر متوجه نشده باشیم که بتوانیم به درستی نمایه مناسب برای هر خواننده و هر هدفی را پیش بینی کنیم؛ با این همه، قادریم درباره نمایه‌های مناسب برای گروه‌های خاص (گروه افراد همگن) براساس مشاهدات فعالیت‌هایشان در گذشته و با آگاهی از ظهور شیوه‌ها یا تکنولوژیهای جدید که به ویژگیهای گروهی خاص مرتبط است، به طور کاملاً منطقی قضاوت کنیم.

ناشران کتاب

برای نمونه، ناشران کتاب و نحوه برخورد آنها را با نمایه در نظر می‌گیریم. اگر چه ناشران کتاب و ویرایشگران‌شان استفاده کنندگان نهایی نمایه‌های کتاب نیستند، مستقیماً بر نمایه‌سازی کتاب تأثیر می‌گذارند - با تصمیم به اینکه نمایه‌ای در کتاب باید بیاید یا خیر، چه کسی نمایه‌سازی کند، نمایه با چه اندازه‌ای لازم یا مجاز است، احتمالاً تصمیم‌گیری در مورد برخی ویژگیهای طراحی و ساختاری نمایه و شیوه کنترل کیفیتی که در بررسی نمایه به کار برده می‌شود. از آنجایی که ناشران و کارکنان‌شان قدرت وضع یا رد نمایه و قدرت نحوه شکل دادن به آن را دارند، شناخت نحوه درک آنها نسبت به «ارزش» نمایه‌های کتاب برای نمایه‌سازان بسیار مهم است. تا آنجا که در کتابهای جدید دیدهام و از تجربیات دیگران شنیده‌ام، بسیاری از ناشران (نه همه آنها) ارزش نمایه‌های کتاب را در کوچک یا ناچیز بودن آنها تلقی می‌کنند. این قاعده در مورد کتابهای مرجع بزرگ، مثل دایرةالمعارفها و راهنماها



مجله «The Indexer» بخش منظمی به نام «نقد و بررسی نمایه‌ها» دارد که شامل قسمتهایی از نقد کتابهای جدیدی است که درباره نمایه کتاب بوده است. هم جای تعجب دارد، هم جای تأسف است که گهگاه منتقدین نمایه کتاب را، یا در کل وجود یک نمایه را مورد نقد و بررسی قرار می‌دهند و از کتاب نمایه‌دار با عنوان کیفیت یاد می‌کنند یا می‌گویند فهرست مطالب مفصل جای نمایه را پر می‌کند. فقط در همین نقد و بررسی یادی از نمایه می‌شود. معمولاً منتقدین کاملاً از نمایه بی‌خبرند.



دستیابی به فروش و سود بیشتر با تولید نمایه سازی کیفی کتاب، اما نمایه‌ای متفاوت با آن نوع نمایه که در گذشته داشتیم.

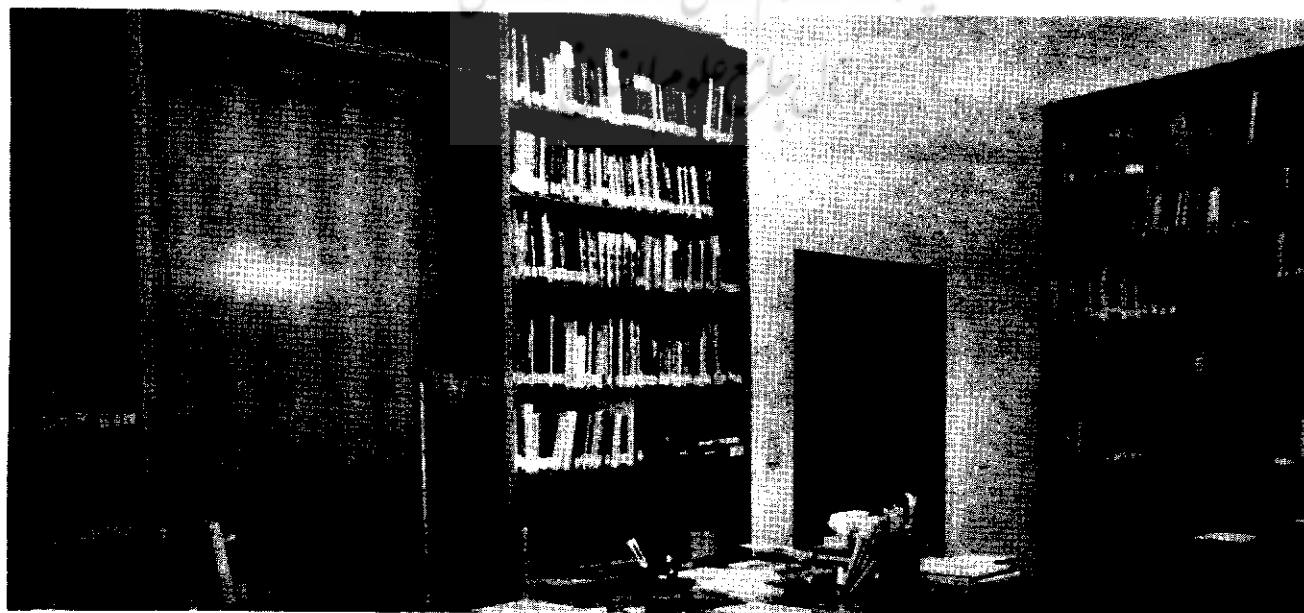
همان طور که می‌دانیم، نمایه کتاب توسعه یافت و اکنون نقش کمکی برای خواننده کتاب ایفا می‌کند. خواننده‌ای که به نمایه نگاه می‌کند، متن کتاب را در اختیار دارد. کتاب و نمایه‌اش با هم چاپ می‌شوند. اگر کتاب نمایه‌ای داشته باشد، ممکن است به خوبی از آن استفاده کند. تصمیم به خرید کتاب یا احتمالاً در گذشته بدون نگرانی در مورد نمایه آن اخذ می‌شد و یا امروزه خواننده با بررسی اجمالی متن کتاب تصمیم به خرید می‌گیرد نه با نگاه به نمایه کتاب. اما، همیشه بسیاری از مردم هستند که نه هرگز کتاب را دیده‌اند و نه درباره آن چیزی شنیده‌اند. بسیاری ممکن است از آن استفاده کنند. این افراد چگونه از آن مطلع شوند؟ آنها خریداران بالقوه‌ای هستند و ممکن است کتابداران را تشویق به خرید کتاب بکنند و کتابهایی که آنها در جستجویشان هستند و از آن بی‌خبرند، ممکن است جدید یا قدیمی باشند. اما برای ناشران فروش، فروش است. این بازارهای نامرئی کنونی، اگر بتوانند به آن دست یابند، ممکن است بسیار وسیع باشد. در این عصر کامپیوتر، با رشد سریع خدمات پایگاههای اطلاعاتی کتابشناختی که امروزه بسیاری از جستجوگران از آن استفاده می‌کنند - و با خوشحالی به استفاده از آن می‌پردازند، تا

در ده ماه گذشته، تمام نقدهای کتاب را در چهل مجله آمریکایی بررسی کردم تا وضع کتابهای آمریکایی را نسبت به منابع انگلیسی که تحت پوشش مجله «The Indexer» قرار دارد، بسنجیم. نقادانی که حرفی از نمایه بزنند، نادر هستند و در مجلات تخصصی نسبتاً کم تیراژ متمرکز شده‌اند. در بخش نقد و بررسی کتاب و نشریه پرتیراژ و همه‌جاگیر «نیویورک تایمز»، از بین صدها کتاب علمی که بررسی کردم، فقط در سه نقد (در طول ده ماه!) آن هم خیلی گذرا درباره نمایه حرفی زده شده بود. بنابراین، وقتی نقادان و خریداران، نمایه کتاب را خیلی مهم تلقی نمی‌کنند (بجز در مورد اندکی از کتابهای خاص)، چرا باید ناشران به آن توجه داشته باشند؟ شاید نمایه‌های کتاب اصلاً مهم نیستند. شاید خوانندگان هر چه می‌خواهند با دقت در فهرست مطالب و نگاهی سطحی به صفحات کتاب به سرعت و به مقدار کافی می‌توانند بیابند و معمولاً می‌یابند. هرچند ممکن است باور نکنیم، ولی گویی ناشر با منطقی ارزش نمایه را از جهت به حداکثر رساندن سود حاصل از فروش، زیر سؤال می‌برد.

پایگاههای اطلاعاتی پیوسته

اگر ارزشیابی اهمیت نمایه از دید ناشران در گذشته توجیه پذیر بود، ظهور کامپیوتر و پایگاههای اطلاعاتی همه چیز را متحول ساخته است - با افزایش بسیار زیاد موقعیتهای ناشران برای

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی



می‌دهند که ناشرانشان، به خوبی از منابع جدید آگاهند.

نمایه درهم کرد

شایسته است که افراد بیشتری به طور جدی در این زمینه کار کنند. حدود ۱۶ سال قبل، تلاش یکی از پیشگامان این بود که نشان دهد نمایه کتاب ممکن است علاوه بر توصیف کتاب، اهمیت دیگری داشته باشد. یک سازمان انتشاراتی کوچک به نام انتشارات «R&D» در ناحیه سانفرانسیسکو ایالات کالیفرنیا، یک سلسله دوازده تایی یا بیشتر نمایه درهم کرد در موضوعات مختلف علمی تهیه کرد. هر یک از این نمایه‌های درهم کرد (که نام تجاری «Cumindex» به خود گرفت) از نمایه ۵۰ یا ۱۰۰ کتاب، انتخابی از بهترین کتابهای آن رشته بوجود آمده تا در آن موضوع خاص و با استفاده از برنامه کامپیوتری برای ترکیب تمام نمایه کتابهای متفاوت، از نظر ساختار و

انتشارات ناشناخته گذشته را که ممکن است مواد اطلاعات مورد نظرشان را در بر داشته باشد شناسایی کننده، بررسی ناشران به آن، بازارهای نامرئی دست یافته‌اند. هر چه جستجوگر اطمینان بیشتری داشته باشد که موضوع شناسایی شده از پایگاه اطلاعاتی کتابشناختی همان خواسته اوست، به همان نسبت احتمال بدست آوردن نسخه‌ای از آن، غالباً با خرید آن، بیشتر است.

نمایه‌ها برای استفاده در این سیستم مناسب است؛ پایگاه اطلاعاتی کتابشناختی، پیوسته چیزی فراتر از نمایه حجمی که برای کتابشناسی منابع منتشر شده تهیه می‌شود، یا در برخی اوقات، فراتر از نمایه نامه‌هایی که همراه چکیده است، نیست. بسیاری از پایگاههای اطلاعاتی، تلاش می‌کنند تا علاوه بر پوشش مقالات، مجلات، گزارشهای دولتی و پروانه‌های اختراع و نظایر آن، کتابها را نیز تحت پوشش قرار دهند. اما در کل، میزان پوشش موضوع کتاب در پایگاههای کتابشناختی بسیار کم است، فقط به موضوعات اصلی کتاب ارجاع داده می‌شود، نه به کل جزئیات ویژه که در کتاب آمده است. پایگاه اطلاعاتی در اغلب موارد، اطلاعات مفصل درباره مقالات مجلات فراهم می‌آورد؛ مقاله اطلاعات کمتری را در بر می‌گیرد و شامل هر اطلاعاتی که باشد، آن اطلاعات شناس بیشتری از اطلاعات مشابه آن در کتاب، برای نمایه شدن در پایگاههای اطلاعاتی دارد. سازمانهای بوجود آورنده خدمات اطلاعات پیوسته، معمولاً قادر نیستند نمایه‌سازی مفصلی برای کتاب تهیه کنند. این سازمانها تولیداتشان را با افزایش تعداد نشریات تحت پوشش به فروش می‌رسانند، نه با کامل کردن حوزه تحت پوشش خود؛ لذا نشریات حجیم تندتر و با بی‌دقتی بیشتر نسبت به نشریات کوتاه تجزیه و تحلیل می‌شوند.

ناشری که در پی تثبیت ارزش و فایده نمایه‌سازی کتاب است، باید امروزه با مشکلات کمتری به آن - در پایگاههای اطلاعاتی پیوسته - برسد. ناشران باید انگیزه بیشتری برای شرکت در بسط حدود و کیفیت پوشش کتابهایشان در پایگاههای اطلاعاتی داشته باشند تا تقاضا برای کتابهای منتشره را تقویت کنند و پاسخ دهند. نمایه‌سازان کاملاً اطلاع



لغات با نظمی واحد قابل استفاده باشد. این نمایه درهم کرد به آسانی قابل دسترسی بود، هم دقت بالایی داشت و هم از نظر پوشش کتابهای برگزیده عمیق بود. انتشارات «R&D» ظاهراً کمی بعد از شروع سلسله انتشارات نمایه‌های درهم کرد، از فعالیت دست کشید و کار بهبود یا تولید این نوع نشریات ادامه نیافت. احتمالاً در گذشته این نمایه‌های درهم کرد به شکل چاپی از نظر اقتصادی نامناسب بود و بیشتر مناسب پایگاههای اطلاعاتی پیوسته بود. از این گذشته، انتشارات «R&D» نشان داد که اگر ناشران کتاب، نسبت به تولید و بهره‌برداری از نمایه سازی کتاب، جدی عمل کنند، چه کارهایی می‌توان با آن انجام داد. بسیاری از مشکلاتی را که انتشارات «R&D» باید در ترکیب نمایه‌ای کتاب نامتجانس از عهده آنها بر می‌آمد، به وضوح نشان داد که از ارائه کارهای استاندارد و نمایه‌سازی کتاب می‌توان بهره فراوان برد.

نمایه سازان کتاب به طور روزافزونی به ناشرانشان نمایه‌های ماشین‌خوان عرضه می‌کنند تا در حروفچینی نمایه‌های مورد استفاده قرار گیرد. در آینده نمایه‌سازان کتاب ممکن است برای کمک به افزایش فروش کتاب، نمایه‌هایی به شکل ماشین‌خوان برای استفاده در پایگاههای اطلاعاتی پیوسته، عرضه کنند. دو نوع مختلف نمایه کتاب، چاپی و ماشینی پیوسته، الزاماً کاملاً مثل هم نیستند، اگرچه هر دو از تجزیه و تحلیل انسان نشأت گرفته‌اند. اگر برای مقاصد مختلف به وجود آمده باشند، هیچ دلیلی ندارد که دو نوع نمایه کتاب از نظر محتوی یا اندازه یا ساخت یا نحوه ارائه به استفاده کنندگان یکسان باشند.

نتیجه گیری

هنوز نمایه‌سازی نمی‌تواند به عنوان یک علم دقیق مطرح باشد. دلایل داشتن و تولید نمایه، خدمت به کسانی است که نمایه را ارزشمند می‌یابند. ارزش امری ذهنی است و عبارت است از نسبت نامشخص بهره‌های دریافت شده در مقابل هزینه‌های مصرف شده برای بدست آوردن آن بهره‌ها. درک نمایه از سوی خوانندگان یا استفاده کنندگان، تنها

مسأله مهمی نیست که باید در نظر گرفته شود. چون ناشران و دیگر غیر استفاده کنندگان درگیر ممکن است تأثیر مهمی در تصمیم گیری درباره نمایه‌ها اعمال کنند.

با تلاش در فهم جو تکنولوژیکی متغیر برحسب تأثیر در بهره و هزینه‌ای که برای گروههای خاصی مهم‌اند، می‌توانیم با اطمینان بیشتر عکس‌العمل نشان دهیم، می‌توانیم نمایه بهتری تولید کنیم؛ نمایه‌ای که مفیدتر، سریعتر و دارای اشتباه کمتری باشد.

حتی اگر نمایه‌های دستی همیشه در رقابت روزافزونی با نمایه‌سازی کامپیوتری باشند، مطمئناً جا برای هر دو خواهد بود؛ مشروط بر اینکه ما (نمایه‌سازان دستی) قادر به توجیه بهره و هزینه باشیم و از امکانات روز افزون تولید نمایه‌هایی که از سوی استفاده کنندگان مفیدتر تلقی می‌شود، بهره‌مند گردیم.

یادداشتها:

* این مقاله ترجمه‌ای است از:

Ben Ami Lipetz, "The Usefulness of Indexes", *The Indexer* 16 (April 1989):173-176

1. Wellisch, Hans H. The oldest printed indexes, *The Indexer* 15(2)(Oct1986), 73_82

2. The address of R&D Press has been given in *Books in Print* since 1972 as Los Gatos, California; on some of the R&D Press imprints, the address was given as Los Altos.

3. For example, Frederick G. Kilgour, *The Library and Information Science CumIndex*, 1972 (Information Access Series, Vol. 7), vi + 722 pp. Los Altos, CA: R&D Press. This work includes (pp. ii-v), Background of the Cum Index system, by Series editors James L. Dolby and Howard L. Resnikoff.