

MLIS-101

માહિતી પૃથ્થકરણ, પુનઃગઠન અને દ્રઢીકરણ
(Information Analysis, Repackaging and Consolidations)



સ્વાધ્યાયનું અજવાળું

ભારતના સંવિધાનના સર્જક, ભારતરત્ન ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકરની પાવન સ્મૃતિમાં ગરવા ગુજરાતમાં, ગુજરાત સરકારશ્રીએ ઈ.સ. ૧૯૮૪માં યુનિવર્સિટી ગ્રાન્ટ કમિશન અને ડિસ્ટન્સ એજ્યુકેશન કાઉન્સિલની માન્યતા મેળવી અમદાવાદમાં ગુજરાતના એક માત્ર મુક્ત વિશ્વવિદ્યાલય ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટીની સ્થાપના કરી છે.

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકરની ૧૨૫મી જન્મજયંતીના અવસરે જ ગુજરાત સરકાર દ્વારા યુનિવર્સિટી માટે અદ્યતન સગવડ સાથે, શાંત જગ્યા મેળવી જ્યોતિર્મય પરિસરનું નિર્માણ કરી આપ્યું. BAOUના સત્તામંડળે પણ યુનિવર્સિટીના આગવા ભવિષ્ય માટે ખૂબ સહયોગ આપ્યો, આપતા રહે છે.

શિક્ષણ એટલે માનવમાં થતું મૂડી રોકાણ, શિક્ષણ લોકસમાજની ગુણવત્તા સુધારણામાં અધિક ફાળો આપી શકે છે. અહીં મને સ્વામી વિવેકાનંદનું શિક્ષણવિષયક દર્શન યાદ આવે છે: ‘જેનાથી ચારિત્ર્યનું ઘડતર થાય, જેનાથી માનસિક ક્ષમતાનું નિર્માણ થાય, જેનાથી બૌદ્ધિક વિકાસ સાધી શકાય અને જેના થકી વ્યક્તિ પગભર બની શકે તેને શિક્ષણ કહેવાય.’

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી શિક્ષણમાં આવા ઉમદા વિચારને વરેલી છે. તેથી વિદ્યાર્થીઓને ગુણવત્તાયુક્ત, વ્યવસાયલક્ષી, જીવનલક્ષી શિક્ષણની સગવડ ઘરે બેઠાં મળી રહે તેવા પ્રયત્નો મક્કમ બની કરે છે. બહોળા સમાજના લોકોને ઉચ્ચશિક્ષણ પ્રાપ્ત થાય, છેવાડાના માણસોને ઉત્તમ કેળવણી એમનાં રોજિંદાં કામો કરતાં પ્રાપ્ત થતી રહે. વ્યવસાયિક લોકોને આગળના ભણતરની ઉત્તમ તક સાંપડે અને જીવનમાં પોતાની ક્ષમતાઓ, કૌશલ્યોને પ્રગટ કરી સારી કારકિર્દી ઘડે, સ્વાવલંબી બની ઉત્તમ જીવન જીવતાં સમાજ અને રાષ્ટ્રનિર્માણમાં પોતાનો પ્રદાન આપે એ માટે પ્રયાસરત છે.

‘સ્વાધ્યાય: પરમં તપ:’ ધ્યાનમંત્રને કેન્દ્રમાં રાખીને આ ઓપન યુનિવર્સિટી અહીં પ્રવેશ મેળવતા છાત્રોને સ્વઅધ્યયન માટે સરળતાથી સમજાય એવા ગુણવત્તાલક્ષી અભ્યાસક્રમ ઉપલબ્ધ કરાવી આપે છે. દરેક વિદ્યાર્થીને પ્રત્યેક વિષયની પાયાની સમજણ મળે તેની કાળજી રાખવામાં આવે છે. વિદ્યાર્થીઓને રસ પડે અને તેમની રુચિ કેળવાય તેવાં પાઠ્યપુસ્તકો નિષ્ણાત અધ્યાપકો દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. દૂરવર્તી શિક્ષણ પ્રાપ્ત કરવાની ખેવના રાખતા કોઈપણ ઉંમરના છાત્રોને માટે અભ્યાસસામગ્રી તૈયાર કરવા માટે શિક્ષણવિદ સાથે પરામર્શ કરવામાં આવે છે. એ પછી જ માળખું રચી અભ્યાસ સામગ્રીને પુસ્તક સ્વરૂપે છાત્રોના કરકમળોમાં અપાય છે. જેનો ઉપયોગ કરીને વિદ્યાર્થીઓ સંતોષપ્રદ અનુભવ કરી શકે છે.

યુનિવર્સિટીના તજજ્ઞ અધ્યાપકો ખૂબ જ કાળજીથી આ અભ્યાસક્રમોનું લેખન કરે છે. વિષય નિષ્ણાત પ્રોફેસર્સ દ્વારા તેનું પરામર્શન થયા પછી જ પરિણામલક્ષી અભ્યાસ સામગ્રી યુનિવર્સિટીના વિદ્યાર્થીઓને પહોંચે છે. ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી જ્ઞાનનું કેન્દ્રબિંદુ બની રહી છે. વિદ્યાર્થીઓને ‘સ્વાધ્યાય ટેલિવિઝન’, ‘સ્વાધ્યાય રેડિયો’ જેવાં દૂરવર્તી ઉપાદાનો થકી પણ એમનાં ઘરમાં શિક્ષણ પહોંચાડવાનો પુરુષાર્થ થઈ રહ્યો છે. ઉમદા હેતુ, શ્રેષ્ઠ ધ્યેયને આંબવા પરિશ્રમ રત યુનિવર્સિટીના જ્ઞાનની પરબસમા અધ્યાપકો તેમજ કર્મઠ કર્મચારીગણને અભિનંદન અને અમારી યુનિવર્સિટીના વિદ્યાર્થીઓ સફળ થવા ખૂબ મહેનત કરી, જીવન સફળ કરવાની સાથે જીવન સાર્થક કરે એવી પરમેશ્વરને પ્રાર્થના કરું છું.

અસ્તુ.

કુલપતિશ્રી ડૉ. અમીબહેન ઉપાધ્યાય

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, ‘જ્યોતિર્મય પરિસર’,

સરખેજ-ગાંધીનગર હાઈવે, છારોડી, અમદાવાદ.

નિદર્શન :	
પ્રો. (ડૉ.) અમી ઉપાધ્યાય	નિયામકશ્રી, સ્કૂલ ઓફ હ્યુમિનિટીઝ એન્ડ સોશિયલ સાયન્સિઝ ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ
નિયામક	
પ્રો. (ડૉ.) યોગેન્દ્ર પારેખ	નિયામકશ્રી, સ્કૂલ ઓફ હ્યુમિનિટીઝ એન્ડ સોશિયલ સાયન્સિઝ ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ
સંપાદન :	
પ્રો. (ડૉ.) પ્રિયાંકી વ્યાસ	પ્રોફેસર, ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન વિભાગ ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ.
ડૉ. નિશા જોષી	આસિસ્ટન્ટ પ્રોફેસર, ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન વિભાગ ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ
સહ - સંપાદન :	
શ્રી રોહિતકુમાર પરમાર	આસિસ્ટન્ટ પ્રોફેસર, ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન વિભાગ ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ
વિષય સમિતિ:	
પ્રો. (ડૉ.) પ્રિયાંકી વ્યાસ	પ્રોફેસર, ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન વિભાગ ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ
પ્રો. (ડૉ.) પ્રયત્નકર કાનડીયા	પ્રોફેસર, ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન વિભાગ, ગુજરાત વિદ્યાપીઠ, અમદાવાદ.
પ્રો. (ડૉ.) અતુલ ભટ્ટ	પ્રોફેસર, ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન વિભાગ, ગુજરાત યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ
ડૉ. મયંક ત્રિવેદી	ગ્રંથપાલ, શ્રીમતી હંસા મહેતા લાઈબ્રેરી, મહારાજા સયાજીરાવ યુનિવર્સિટી ઓફ બરોડા.
ડૉ. નિશા જોષી	આસિસ્ટન્ટ પ્રોફેસર, ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન વિભાગ ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ
લેખકશ્રીઓ:	
એકમ - 1	ડૉ. ધીરુભાઈ બગડા
એકમ - 2	ડૉ. બળવંત ટંડેલ
એકમ - 3,4	પ્રો. (ડૉ.) પ્રિયાંકી વ્યાસ, ડૉ. કિંજલ પરમાર
એકમ - 5,6,7,8,9	ડૉ. ચેતના શાહ
એકમ - 10,11	ડૉ. સંદીપ પાઠક
એકમ - 12,13	ડૉ. મૃગીની દવે
એકમ - 14,15,17	ડૉ. નિશા જોષી
એકમ - 16	ડૉ. વલ્લરી હાથી
વિષય પરામર્શકશ્રીઓ:	

પ્રો. (ડૉ.) પ્રિયાંકી વ્યાસ	પ્રો. (ડૉ.) પ્રયત્નકર કાનડીયા	ડૉ. ગીતા ગઢવી
ડૉ. મયંક ત્રિવેદી	ડૉ. શિશિર માંડલિયા	
ભાષા પરામર્શકશ્રીઓ:		
પ્રો. ઘનશ્યામ કે. ગઢવી	ડૉ. ભક્તિ વોરા	ડૉ. અજય રાવલ

પ્રકાશક: કુલસચિવ, ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ.



ISBN: 978-93-5598-473-9

પ્રકાશિત વર્ષ : 2025

© Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad, 2025

સર્વાધિકાર સુરક્ષિત

આ પાઠ્યપુસ્તક ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટીના ઉપક્રમે વિદ્યાર્થીલક્ષી સ્વ-અધ્યયન હેતુથી; દૂરવર્તી શિક્ષણના ઉદ્દેશને કેન્દ્રમાં રાખી તૈયાર કરવામાં આવેલ છે. જેના સર્વાધિકાર સુરક્ષિત છે. આ અભ્યાસ સામગ્રીનો કોઈપણ સ્વરૂપમાં ઉપયોગ કરતાં પહેલાં ડૉ.બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટીની લેખિત પરવાનગી લેવાની રહેશે.

પ્રસ્તાવના

ગ્રંથાલય એક એવી જગ્યા છે જ્યાં માહિતીનો સંગ્રહ થાય છે, માહિતી મોકલવામાં આવે છે, તેમજ એજ માહિતીને પુનઃપ્રાપ્ત પણ કરી શકાય છે. માસ્ટર ઓફ લાયબ્રેરી એન્ડ ઇન્ફોર્મેશન સાયન્સ (MLIS) અભ્યાસક્રમમાં પાયાની માહિતી જાણવી જરૂરી છે. MLIS 101 - માહિતી પૃથ્થકરણ, પુનઃગઠન અને દ્રઢીકરણ (Information Analysis, Repackaging and Consolidations) વિષય કુલ 17 એકમોમાં વહેંચવામાં આવ્યા છે.

વિભાગ - 1 માહિતીનું પૃથ્થકરણ જેમાં એકમ - 1 થી 4 નો સમાવેશ થાય છે. એકમ-1 માં માહિતી પૃથ્થકરણ અને માહિતી વિશ્લેષણની વ્યાખ્યા, પ્રકારો અને પદ્ધતિઓની વિસ્તૃત રીતે સમજ આપવામાં આવી છે. માહિતી કેવી રીતે એકત્રિત કરી શકાય, તેનું વિશ્લેષણ કેવી રીતે કરવું અને તેનું આલેખાત્મક રીતે પ્રસ્તુતિ કેવી રીતે કરવી તેની સમજ આપવામાં આવી છે. એકમ-2 વિજ્ઞાણ સામગ્રીના સર્જન અને વિકાસના વિવિધ તબક્કાઓ પર કેન્દ્રિત છે જેમાં સામગ્રીના મોડ્યુલ્સ, લાક્ષણિકતાઓ, વિકાસ પ્રક્રિયા તથા નિર્માણના પડકારો અને ધોરણોની વિસ્તૃત માહિતી આપવામાં આવી છે. એકમ-3 અને એકમ-4 બંને વિષય વસ્તુ વિશ્લેષણને સમર્પિત છે. એકમ-3 વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણના પરિભાષાત્મક પાઠ્યભૂમિ, ઇતિહાસ, અભિગમો અને પ્રક્રિયાઓને આવરી લે છે જ્યારે એકમ-4 માહિતી વિજ્ઞાન ક્ષેત્રમાં વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણના પ્રયોગાત્મક ઉપયોગ, માહિતી સંગ્રહ, પુનઃપ્રાપ્તિ અને પ્રસારની પ્રક્રિયાને સ્પષ્ટ કરે છે. આ ચારેય એકમો વિદ્યાર્થીઓને માહિતીનું ગહન વિશ્લેષણ અને વ્યવહારુ અરજી માટે જરૂરી પાયાનું જ્ઞાન પ્રદાન કરે છે.

વિભાગ - 2 માહિતી વસ્તુ અને માર્કેટિંગ જેમાં એકમ - 5 થી 9 નો સમાવેશ કરવામાં આવેલ છે. આ એકમોમાં માહિતી ઉત્પાદનો, સેવાઓ અને તેમના માર્કેટિંગ સાથે સંકળાયેલી વિવિધ પ્રક્રિયાઓ અને તત્વોની સમજ આપવામાં આવી છે. એકમ-5માં માહિતી ઉત્પાદનોની મૂળભૂત રચના, ખ્યાલ, પ્રકારો, સેવાઓ, તેમજ ડિઝાઇન અને વિકાસની વિગતો આપવામાં આવી છે. એકમ-6 માં માહિતી ઉપજ તરીકે માહિતીના મૂલ્ય અને તેનો ઉપયોગ સમજાવવામાં આવ્યો છે. એકમ-7માં ન્યૂઝલેટર, બુલેટિન, ડાયજેસ્ટ, ડોસિયે, તકનીકી પૂછપરછ, અનુક્રમણિકા બુલેટિન અને વિષય ગ્રંથસૂચિ જેવા વિવિધ માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓના ઉદાહરણો આપીને તેનું વર્ણન કરવામાં આવ્યું છે. એકમ-8 માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓના માર્કેટિંગ ઉપર કેન્દ્રિત છે, જેમાં કેવી રીતે ગ્રાહકના હિતમાં માહિતી પહોંચાડવી અને ઉપયોગ વધારવો એ સમજાવવામાં આવ્યું છે અને એકમ-9માં માહિતીના વિકેતાઓ જેવા કે પુસ્તકાલયો, માહિતી કેન્દ્રો, સંદર્ભ કેન્દ્રો, વિશ્લેષણ કેન્દ્રો, ગ્રંથસૂચિ સેવાઓ અને વિકેતાઓની ભૂમિકા રજૂ કરવામાં આવી છે. આ વિભાગ માહિતી સેવા વ્યવસાયમાં વ્યવસાયિકતા અને બજારમુલ્ય ઊભું કરવા માટે આધારરૂપ બને છે.

વિભાગ-૩: માહિતી દ્રઢીકરણ માહિતીનું સંગ્રહિત રૂપમાં સંગઠન કરીને તેનો વધુ ઉપયોગી અને વ્યવહારુ સ્વરૂપ આપવાનું કાર્ય સમજાવે છે. એકમ-૧૦ માં માહિતી દ્રઢીકરણનો અર્થ, વ્યાખ્યા, તેની જરૂરિયાત અને આ કાર્ય માટે જરૂરી આવડતને વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવી છે. એકમ-૧૧ માં દ્રઢીકરણની યોજના, ઉત્પાદનો અને રજૂઆતના નમૂનાઓ વિશે વિસ્તૃત માહિતી આપવામાં આવી છે. એકમ-૧૨માં ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ, સ્ટેટ ઓફ આર્ટ રિપોર્ટ, સમીક્ષાત્મક રિપોર્ટ અને કોન્ફરન્સ પ્રોસીડિંગ જેવા દ્રઢીકરણના વિવિધ ઉત્પાદનોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. જ્યારે એકમ-૧૩ માં વાર્ષિક અહેવાલો, માર્ગદર્શિકા, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન અને ગ્રંથસૂચિ જેવા માહિતીના સંકલનનું વર્ણન કરવામાં આવ્યું છે. આ વિભાગ માહિતીનું મૂલ્યવર્ધન કરીને ઉપયોગકર્તાઓ સુધી અસરકારક રીતે પહોંચાડવા માટે ઉપયોગી રીતો અને કૌશલ્યને વિકસાવશે.

વિભાગ-૪: માહિતીનું પુનઃગઠનમાં એકમ-૧૪ માં પુનઃગઠનનો અર્થ, તેની વિભાવના, પુનઃગઠિત માહિતી સેવાઓ અને તેની મૂલ્યાંકન પદ્ધતિઓની ચર્ચા કરવામાં આવી છે. એકમ-૧૫ માં રિસર્ચ ઇન પ્રોગ્રેસ અને બેકઅપ સેવાઓ જેવી સહાયક સેવાઓનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. એકમ-૧૬ માં પબ્લિકેશનની સાર્વત્રિક ઉપલબ્ધતા (Universal Availability of Publication - UAP) ની વિભાવના અને મહત્વ વિષે માહિતી આપવામાં આવી છે. એકમ-૧૭ માં ડેટાબેઝ આધારિત સેવાઓ, વિવિધ પ્રકારના ડેટાબેઝ અને તેમની ઉપયોગિતા તેમજ શોધક, સંપાદક જેવા ડેટાબેઝ ઇન્ટરમીડિયરીઝની ભૂમિકા વિસ્તૃત રીતે સમજાવવામાં આવી છે. આ વિભાગ માહિતીના લાભદાયક પુનઃપ્રસ્તુતિ માટે જરૂરી સિદ્ધાંતો અને પ્રયોગાત્મક કૌશલ્ય વિકસાવવામાં મદદરૂપ બનશે.

માહિતી પૃથ્થકરણ, પુનઃગઠન અને દ્રઢીકરણ

(Information Analysis, Repackaging and Consolidations)

એકમ : 1 માહિતી પૃથ્થકરણ: અર્થ, વ્યાખ્યા, જરૂરિયાત અને આવડત	01
એકમ : 2 વિજ્ઞાણકીય સામગ્રી ઉત્પાદન	15
એકમ : 3 વિષય વસ્તુ વિશ્લેષણ: અર્થ, વ્યાખ્યા, ઇતિહાસ, માપદંડ	39
એકમ : 4 ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ:	49
એકમ : 5 માહિતી ઉત્પાદનો: મૂળભૂત પાયો, પ્રકારો, ડિઝાઇન અને વિકાસ	63
એકમ : 6 માહિતી ઉપજો	88
એકમ : 7 માહિતી સેવાઓ	115
એકમ : 8 માહિતી ઉત્પાદન અને સેવાઓનું માર્કેટિંગ	142
એકમ : 9 માહિતી વિકેતા	175
એકમ : 10 માહિતી દ્રઢીકરણ: અર્થ, વ્યાખ્યા, જરૂરિયાત અને આવડત	200
એકમ : 11 માહિતી દ્રઢીકરણ આયોજન, ઉત્પાદન અને ફોર્મેટ	230
એકમ : 12 ઉત્પાદનનું દ્રઢીકરણ: સમીક્ષાઓ, અદ્યતન અહેવાલો , કોન્ફેરન્સ પ્રોસેડિંગ, ટ્રેન્ડ રીપોર્ટસ, ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ	261
એકમ : 13 ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ	284
એકમ : 14 માહિતીનું પુનઃગઠન : અર્થ, વિભાવના, સેવા અને મૂલ્યાંકન	308
એકમ : 15 રિસર્ચ ઇન પ્રોગ્રેસ, બેકઅપ સેવાઓ	321
એકમ : 16 સાર્વત્રિક પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા	360
એકમ : 17 ડેટાબેઝ, ડેટાબેઝનો પ્રકાર અને ઉપયોગ; ડેટાબેઝ ઇન્ટરમીડયેટર	374

માહિતી પૃથ્થકરણ : અર્થ, વ્યાખ્યા , જરૂરિયાત અને આવડત
(Information Analysis: Meaning, Definition, Needs and Skill)

-: રૂંદેખં :-

- 1.0 ઉદ્દેશો
- 1.1 પ્રસ્તાવના
- 1.2 માહિતી પૃથ્થકરણનો અર્થ
- 1.3 માહિતી પૃથ્થકરણની વ્યાખ્યા
- 1.4 ડેટા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયા
- 1.5 માહિતી વિશ્લેષણના પ્રકારો
- 1.6 ડેટા વિશ્લેષણની પદ્ધતિ
- 1.7 માહિતીની આલેખાત્મક રજૂઆત
- 1.8 સારાંશ
- 1.9 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો
- 1.10 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત
- 1.11 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 1.12 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

1.0 ઉદ્દેશો

આ એકમ વાંચ્યા પછી નીચે મુજબની માહિતીથી અવગત થશો.

- માહિતી પૃથ્થકરણની વ્યાખ્યા અને અર્થથી પરિચિત થશો.
- ડેટા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયા વિશે માહિતગાર થશો.
- માહિતી વિશ્લેષણના પ્રકારો વિશે ઊંડી સમજણ પ્રાપ્ત થશે.
- ડેટા વિશ્લેષણની પદ્ધતિઓને સમજી શકશો.
- માહિતીની આલેખાત્મક રજૂઆત વિશે વિસ્તૃત સમજ કેળવશો.

1.1 પ્રસ્તાવના

માહિતી એ દરેક વિષયમાં સંશોધનનું ખૂબ જ મહત્વ રહેલું છે, બધા જ સંશોધનોમાં માહિતી જુદા જુદા પ્રકારની પ્રાપ્ત થતી હોય છે જે પ્રાપ્ત થયેલ માહિતીના આધારે સંશોધનમાં જુદા જુદા તારણો અને નિષ્કર્ષો તારવવામાં આવતા હોય છે, જ્યારે કોઈપણ વિષયમાં સંશોધક

માહિતી એકત્રિત કરે છે ત્યારે તે માહિતી વિવિધ સ્વરૂપમાં પ્રાપ્ત થતી હોય છે, તે માહિતીને ચાર્ટ, આલેખ સોફ્ટવેર દ્વારા યોગ્ય રીતે ગોઠવવામાં આવતી હોય છે. માહિતી વિશ્લેષણ એ નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયાના સમર્થનમાં ડેટાને કાર્યક્ષમ જ્ઞાનમાં રૂપાંતરિત કરીને માહિતીનું નિરીક્ષણ અને મોડલિંગ કરવાની પ્રક્રિયા છે.

સંશોધન યોજના તૈયાર કરતી વખતે નક્કી કરેલા હેતુઓને અનુરૂપ એકત્રિત કરેલ માહિતીનું પ્રક્રિયાકરણ અને પૃથ્થકરણ કરવામાં આવે છે. ટેકનીકલી માહિતી પૃથ્થકરણમાં એકત્રિત કરેલ માહિતીનું સંપાદન, સાંકેતિકરણ, વર્ગીકરણ અને સારણીબદ્ધતા કરવામાં આવે છે. જેથી તે પૃથ્થકરણને લાયક બને. પૃથ્થકરણ એટલે માહિતી જૂથો વચ્ચે રહેલા સંબંધોની તરેહ શોધવા માટે કેટલાક માપનોની ગણતરી. આમ, “પૃથ્થકરણની પ્રક્રિયામાં નવી કે મૂળભૂત ઉત્કલ્પનાઓને સહાયક કે સંઘર્ષાત્મક સંબંધો કે તફાવતોને અંકશાસ્ત્રીય અર્થસૂચકતાની કસોટી લાગુ પાડવી કે જેથી નક્કી કરી શકાય કે કેટલી પ્રમાણભૂતતા સાથે માહિતીના તારણો દર્શાવી શકાય.”

“માહિતી પૃથ્થકરણ એ આપેલ માહિતી સ્ત્રોત દ્વારા જણાવવામાં આવેલી સૌથી મહત્વપૂર્ણ માહિતીને નિર્ધારિત કરવાની અને અલગ કરવાની પ્રક્રિયા છે. પૂર્વનિર્ધારિત મૂલ્યાંકન માપદંડના આધારે આ માહિતી સ્ત્રોત તેના ઘટક તત્વોમાં અલગ કરવાની પ્રક્રિયા છે”. પૃથ્થકરણ દરમિયાન, પસંદ કરેલ સ્ત્રોતોની સામગ્રીનો અભ્યાસ સ્ત્રોતો દ્વારા આપવામાં આવેલ મહત્વની માહિતીને ઓળખવા માટે કરવામાં આવે છે. સંબંધિત માહિતી કાઢવામાં આવે છે, મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે અને ચકાસવામાં આવે છે. છેલ્લે, એકત્રિત કરેલી માહિતીને અમુક પૂર્વ-નિર્ધારિત યોજના અનુસાર મથાળાઓ અને પેટા-મથાળાઓમાં ગોઠવવામાં આવે છે અને વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે.

1.2 માહિતી પૃથ્થકરણનો અર્થ

જો કે ઘણા જૂથો, સંગઠનો અને નિષ્ણાતો પાસે ડેટા પૃથ્થકરણની વિવિધ રીતો હોય છે, તેમાંથી મોટા ભાગનાને એક સરખી (એક-સાઈઝ-ફીટ) બધી વ્યાખ્યામાં નિસ્ચંદિત કરી શકાય છે. ડેટા વિશ્લેષણ એ કાચા ડેટાને સાફ કરવાની, બદલવાની અને પ્રક્રિયા કરવાની, કાર્યવાહી કરવા યોગ્ય, સંબંધિત માહિતી કાઢવાની પ્રક્રિયા છે જે વ્યવસાયોના જાણકારોને નિર્ણય લેવામાં મદદ કરે છે. આ પ્રક્રિયા ઉપયોગી આંતરદૃષ્ટિ અને આંકડાઓ પ્રદાન કરીને નિર્ણય લેવાની અંતર્ગત જોખમોને ઘટાડવામાં મદદ કરે છે, જે ઘણીવાર ચાર્ટ, છબીઓ, કોષ્ટકો અને આલેખમાં રજૂ કરવામાં આવે છે.

માહિતીનું પૃથ્થકરણ એટલે સ્વાભાવિક હકીકતો કે અર્થો નક્કી કરવા માટે સારણીબદ્ધ સામગ્રીનો અભ્યાસ તેમાં પ્રવર્તમાન સંકુલ પરિબળોને સરળ ભાગોમાં વહેંચી નાખવામાં આવે છે અને પછી અર્થઘટનના હેતુસર ભાગોને નવેસરથી ભેગા કરીને ગોઠવણી કરવામાં આવે છે. પૃથ્થકરણનો હેતુ માહિતીને બુધિગમ્ય અને અર્થઘટનાત્મક સ્વરૂપમાં રજૂ કરવાનો છે. પ્રક્રિયા તરીકે પૃથ્થકરણ એ સંશોધનમાં એક કે બીજા સ્વરૂપે પ્રારંભથી જ પ્રવેશે છે. સમસ્યા પસંદગીમાં, પદ્ધતિઓ નક્કી કરવામાં અને એકત્રિત કરેલ માહિતીમાંથી નિષ્કર્ષો તારવવામાં અને અર્થઘટનો કરવામાં ખરેખર તો માહિતી એકત્રિત કરતા પહેલા જ પૃથ્થકરણનું આયોજન કરવું જોઈએ. પ્રારંભનું પ્રાથમિક રૂપરેખાત્મક આયોજન, સંશોધન આગળ વધે તેમ, સંપૂર્ણ અને અંતિમ પૃથ્થકરણમાં પરીણમવું જોઈએ, એમાં આવશ્યકતા પ્રમાણે વધારા ઘટાડા થઈ શકે.

આ પ્રક્રિયા એક જાગ્રત, લચીલું અને મુક્તમન માંગી લે છે. પ્રત્યેક તબક્કે કાળજી અવશ્યક છે. કોઈ પણ સામ્યતા, તફાવતો, પ્રવાહો, અને લાક્ષણિક પરિબળો ધ્યાન બહાર જવા ન જોઈએ. સામગ્રીના વિશાળ વિભાજનને નાના એકમમાં વહેંચી દેવા જોઈએ અને નવા પરિબળો અને સંબંધો શોધવા માટે નવા સંયોજનમાં પુનઃ ગોઠવણી કરવી જોઈએ. માહિતીને શક્ય એટલા બધા ખૂણે થી તપાસવી જોઈએ કે જેથી નવીને નવી હકીકતો બહાર આવે.

જ્યારે પણ આપણે આપણા રોજિંદા જીવનમાં કોઈ નિર્ણય લઈએ છીએ ત્યારે ભૂતકાળમાં શું બન્યું છે અથવા જો આપણે તે નિર્ણય લઈશું તો શું થશે તેનું મૂલ્યાંકન કરીને ડેટા વિશ્લેષણનું એક સરળ ઉદાહરણ જોઈ શકાય છે. મૂળભૂત રીતે આ ભૂતકાળ અથવા ભવિષ્યનું વિશ્લેષણ કરવાની અને તે વિશ્લેષણની આધારે નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયા છે.

ડેટા પૃથ્થકરણ વિશેની ચર્ચાઓમાં “મેટા ડેટા” શબ્દ સાંભળવો અસામાન્ય નથી. ઉપયોગી માહિતીમાં મેટા ડેટાની પ્રક્રિયા કરવામાં ડેટા વિશ્લેષણ નિર્ણાયક ભૂમિકા ભજવે છે. નિયોફાઈટ ડેટા વિશ્લેષકો કે જેઓ મેટા ડેટા ફંડામેન્ટલ્સની સમીક્ષા કરીને વધુ ઊંડાણપૂર્વક જાણકારી મેળવવા માંગે છે.

1.3 માહિતી પૃથ્થકરણની વ્યાખ્યા

માહિતી પૃથ્થકરણ એ આપેલ માહિતી સ્ત્રોત દ્વારા આપવામાં આવેલ સૌથી મહત્વપૂર્ણ માહિતી નિર્ધારિત કરવા અને તેને અલગ કરવાની પ્રક્રિયા કરવામાં આવે છે અને પૂર્વનિર્ધારિત મૂલ્યાંકન માપદંડના માપદંડો આ માહિતીના સૂત્રોને તેના લેખકો વચ્ચે અલગ પ્રક્રિયા કરવામાં આવે છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

(1) માહિતી પૃથ્થકરણની વ્યાખ્યા આપી તેનો અર્થ સમજાવો.

- નોંધ: i) નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો.
ii) એકમના અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તર સરખાવો.

1.4 ડેટા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયા

“ડેટા વિશ્લેષણ શું છે” પ્રશ્નનો જવાબ આપવો એ માત્ર પ્રથમ પગલું છે. હવે આપણે જોઈશું કે તે કેવી રીતે કાર્ય કરે છે.? ડેટા પૃથ્થકરણની પ્રક્રિયા અથવા વૈકલ્પિક રીતે, ડેટા પૃથ્થકરણના પગલાઓમાં, બધી માહિતી ભેગી કરવી, તેની પ્રક્રિયા કરવી, ડેટાનું અન્વેષણ કરવું અને તેનો ઉપયોગ પેટર્ન અને અન્ય આંતરદૃષ્ટિ શોધવાનો સમાવેશ થાય છે. ડેટા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયામાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે :

- **ડેટાની તત્પરતા ભેગી કરવી:** કોઈ પણ સંશોધન કરવા માટે કાચા ડેટાની ખૂબ જ જરૂરિયાત હોય છે. સંશોધનમાં ડેટા વગર કોઈ ચોક્કસ તારણો તારવવા ખૂબ જ મુશ્કેલ છે. તમારી જાતને પૂછો કે તમે આ વિશ્લેષણ શા માટે કરી રહ્યાં છો, તમે કયા પ્રકારના ડેટાનો ઉપયોગ કરવા માંગો છો અને તમે કયા ડેટાનું વિશ્લેષણ કરવાની યોજના ઘડી રહ્યા છો.
- **ડેટા સંગ્રહ:** તમારી ઓળખાયેલી આવશ્યકતાઓ દ્વારા માર્ગદર્શન આપીને, તમારા સ્ત્રોતોમાંથી ડેટા એકત્રિત કરવાનો સમય છે. સ્ત્રોતોમાં કેસ સ્ટડી, સર્વેક્ષણો, ઇન્ટરવ્યુ, પ્રશ્નાવલિ, પ્રત્યક્ષ અવલોકન અને જૂથોનો સમાવેશ થાય છે. વિશ્લેષણ માટે એકત્રિત ડેટા ગોઠવવાનું સુનિશ્ચિત કરો.
- **ડેટા ક્લિનિંગ:** તમે એકત્રિત કરો છો તે તમામ ડેટા ઉપયોગી થશે નહીં, તેથી તેને વ્યવસ્થિત કરવાનો સમય છે. આ પ્રક્રિયા તે છે જ્યાં તમે ખાલી જગ્યાઓમાં, ડુપ્લિકેટ રેકૉર્ડ્સ અને મૂળભૂત ભૂલોને દૂર કરો છો. વિશ્લેષણ માટે માહિતી મોકલતાં પહેલાં ડેટા ક્લિનિંગ કરવું ખૂબ જ જરૂરી બને છે.
- **ડેટા એનાલિસિસ:** ડેટાનું અર્થઘટન કરવામાં અને સમજવામાં અને નિષ્કર્ષ પર પહોંચવામાં તમારી મદદ માટે તમે ડેટા એનાલિસિસ સૉફ્ટવેર અને અન્ય સાધનોનો ઉપયોગ કરો છો તે અહીં છે. ડેટા વિશ્લેષણ સાધનોમાં Excel, Python, R, Looker, Rapid Miner, Chartio, Metabase, Redash અને Microsoft Power BI નો સમાવેશ થાય છે.
- **ડેટા અર્થઘટન:** હવે જ્યારે તમારી પાસે તમારા પરિણામો છે, તમારે તેનું અર્થઘટન કરવાની જરૂર છે અને તમારા તારણો પર આધારિત ક્રિયાના શ્રેષ્ઠ અભ્યાસક્રમો સાથે આવવાની જરૂર છે.
- **ડેટા વિઝ્યુલાઇઝેશન:** ડેટા વિઝ્યુલાઇઝેશન એ કહેવાની એક ફેન્સી પદ્ધતિ છે, “તમારી માહિતીને લોકો વાંચી અને સમજી શકે તે રીતે ગ્રાફિકલી બતાવો.” તમે ચાર્ટ, ગ્રાફ, નકશા, બુલેટ પોઇન્ટ અથવા અન્ય પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરી શકો છો. વિઝ્યુલાઇઝેશન તમને ડેટાસેટ્સની તુલના કરવામાં અને સંબંધોનું અવલોકન કરવામાં મદદ કરીને મૂલ્યવાન આંતરદૃષ્ટિ મેળવવામાં મદદ કરે છે.
- **સંશોધન ડેટા વિશ્લેષણની આવશ્યકતા અને આવડત :** સંશોધકના કામનો એક વિશાળ ભાગ ડેટા દ્વારા તપાસવાનું છે. તે શાબ્દિક રીતે “સંશોધન” ની વ્યાખ્યા છે. જો કે, આજના માહિતી યુગ નિયમિતપણે ડેટાની ભરતી તરંગ ઉત્પન્ન કરે છે, જે સૌથી સમર્પિત સંશોધકને પણ ડૂબી જવા માટે પૂરતું છે.

ડેટા વિશ્લેષણ માહિતીને વધુ સચોટ અને સંબંધિત સ્વરૂપમાં નિર્યંદિત કરવામાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે, જે સંશોધકો માટે તેમના કાર્યને સરળ બનાવે છે.

ડેટા વિશ્લેષણ સંશોધકોને વિવિધ સાધનોની વિશાળ પસંદગી પણ પ્રદાન કરે છે, જેમ કે વર્ણનાત્મક આંકડા, અનુમાનિત વિશ્લેષણ અને માત્રાત્મક વિશ્લેષણ સારાંશ આપવા માટે, ડેટા વિશ્લેષણ સંશોધકોને વધુ સારા ડેટા અને કથિત ડેટાનું વિશ્લેષણ અને અભ્યાસ કરવાની વધુ સારી રીતો પ્રદાન કરે છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

(2) ડેટા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયા વિસ્તૃતમાં સમજાવો.

નોંધ: i) નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો.

ii) એકમના અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તર સરખાવો.

1.5 માહિતી વિશ્લેષણના પ્રકારો

ડેટા વિશ્લેષણના અડધા ડઝન લોકપ્રિય પ્રકારો આજે ઉપલબ્ધ છે, જે સામાન્ય રીતે ટેકનોલોજી અને બિઝનેસની દુનિયામાં કાર્યરત છે.

• **Diagnostic Analysis (ડાયગ્નોસ્ટિક એનાલિસિસ)**: ડાયગ્નોસ્ટિક એનાલિસિસ એ પ્રશ્નનો જવાબ આપે છે, “આ કેમ થયું?” આંકડાકીય પૃથ્થકરણમાંથી મેળવેલ આંતરદૃષ્ટિનો ઉપયોગ કરીને વિશ્લેષકો ડેટામાં પેટર્નને ઓળખવા માટે ડાયગ્નોસ્ટિક વિશ્લેષણનો ઉપયોગ કરે છે. આદર્શરીતે, વિશ્લેષકો ભૂતકાળમાં અસ્તિત્વમાં રહેલા સમાન નમૂનાઓ શોધે છે અને પરિણામે, વર્તમાન પડકારોને આશાપૂર્વક ઉકેલવા માટે તે ઉકેલોનો ઉપયોગ કરે છે.

• **Predictable Analysis (અનુમાનિત વિશ્લેષણ)**: અનુમાનિત વિશ્લેષણ પ્રશ્નનો જવાબ આપે છે, ‘શું થવાની સંભાવના સોથી વધુ છે?’ જૂના ડેટા તેમજ વર્તમાન ઘટનાઓમાં જોવા મળતા દાખલાઓનો ઉપયોગ કરીને, વિશ્લેષકો ભવિષ્યની ઘટનાઓની આગાહી કરે છે. જ્યારે ૧૦૦ ટકા સચોટ આગાહી જેવી કોઈ વસ્તુ નથી, જો વિશ્લેષકો પાસે પુષ્કળ વિગતવાર માહિતી અને તેનું સંપૂર્ણ સંશોધન કરવાની શિસ્ત હોય તો મતભેદો સુધરે છે.

• **Prescriptive analysis (પ્રિસ્ક્રિપ્ટિવ એનાલિસિસ)**: અન્ય ડેટા એનાલિસિસ પ્રકારોમાંથી મેળવેલી તમામ આંતરદૃષ્ટિને મિક્સ કરો અને તમારી પાસે પ્રિસ્ક્રિપ્ટિવ એનાલિસિસ છે. કેટલીકવાર, સમસ્યાને ફક્ત એક વિશ્લેષણ પ્રકારથી હલ કરી શકાતી નથી, અને તેના બદલે બહુવિધ આંતરદૃષ્ટિની જરૂર પડે છે.

• **Statistical analysis (આંકડાકીય વિશ્લેષણ)**: આંકડાકીય વિશ્લેષણ પ્રશ્નનો જવાબ આપે છે, ‘શું થયું?’ આ વિશ્લેષણ ડેશબોર્ડનો ઉપયોગ કરીને ડેટા સંગ્રહ, વિશ્લેષણ, મોડેલિંગ, અર્થઘટન અને પ્રસ્તુતિને આવરી લે છે. આંકડાકીય વિશ્લેષણ બે પેટા વર્ગોમાં વિભાજિત થાય છે:-

- **વર્ણનાત્મક**: વર્ણનાત્મક વિશ્લેષણ સંક્ષિપ્ત આંકડાકીય માહિતીના સંપૂર્ણ અથવા પસંદગી સાથે કામ કરે છે. તે સ્પષ્ટ ડેટામાં સતત ડેટા અને ટકાવારી અને ફ્રીક્વન્સીઝમાં અર્થ અને વિચલનો દર્શાવે છે.

- **અનુમાનિત:** અનુમાનિત વિશ્લેષણ સંપૂર્ણ ડેટામાંથી મેળવેલા નમૂનાઓ સાથે કામ કરે છે. એક વિશ્લેષક વિવિધ નમૂનાઓ પસંદ કરીને સમાન વ્યાપક ડેટા સેટમાંથી જુદા જુદા નિષ્કર્ષ પર પહોંચી શકે છે.

● **ટેક્સ્ટ વિશ્લેષણ:** “ડેટા માઈનિંગ” પણ કહેવાય છે, ટેક્સ્ટ વિશ્લેષણ મેટા ડેટાસેટ્સમાં રહેતી પેટર્ન શોધવા માટે ડેટાબેસેસ અને ડેટા માઈનિંગ સાધનોનો ઉપયોગ કરે છે. તે કાચા ડેટાને ઉપયોગી વ્યવસાય માહિતીમાં પરિવર્તિત કરે છે. ટેક્સ્ટ પૃથ્થકરણ એ દલીલપૂર્વક માહિતી વિશ્લેષણની સૌથી સીધી અને સૌથી સીધી પદ્ધતિ છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

(3) માહિતી વિશ્લેષણના પ્રકારો વિસ્તૃતમાં જણાવો.

નોંધ: i) નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો.

ii) એકમના અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તર સરખાવો.

1.6 ડેટા વિશ્લેષણની પદ્ધતિ

કેટલાક વ્યાવસાયિકો “ડેટા વિશ્લેષણ પદ્ધતિઓ” અને “ડેટા વિશ્લેષણ તકનીકો” શબ્દોનો એકબીજાના પુરકમાં ઉપયોગ કરે છે. આ બાબતને વધુ જટિલ બનાવવા માટે, કેટલીકવાર લોકો અગાઉ ચર્ચા કરેલ “ડેટા વિશ્લેષણ પ્રકારો” ને પણ મેદાનમાં ફેંકી દે છે! અહીં અમારી આશા એ છે કે કયા પ્રકારનાં ડેટા વિશ્લેષણ અસ્તિત્વમાં છે અને તેનો ઉપયોગ કરવામાં આવતી વિવિધ રીતો વચ્ચે ભેદ સ્થાપિત કરવાની છે.

જો કે ત્યાં ઘણી બધી માહિતી વિશ્લેષણ પદ્ધતિઓ ઉપલબ્ધ છે, તે બધા બે પ્રાથમિક પ્રકારોમાંથી એકમાં આવે છે: ગુણાત્મક વિશ્લેષણ અને માત્રાત્મક વિશ્લેષણ

● **ગુણાત્મક ડેટા વિશ્લેષણ:** ગુણાત્મક ડેટા વિશ્લેષણ પદ્ધતિ શબ્દો, પ્રતીકો, ચિત્રો અને અવલોકનો દ્વારા ડેટા મેળવે છે. આ પદ્ધતિ આંકડાઓનો ઉપયોગ કરતી નથી. સૌથી સામાન્ય ગુણાત્મક પદ્ધતિઓમાં શામેલ છે.

- વર્તણૂક અને મૌખિક ડેટાના વિશ્લેષણ માટે સામગ્રી વિશ્લેષણ.

- ઈન્ટરવ્યુ, ડાયરી, સર્વેક્ષણોમાંથી મેળવેલા ડેટા સાથે કામ કરવા માટે વર્ણનાત્મક વિશ્લેષણ.

- ગ્રાઉન્ડેડ થિયરી, એક અથવા વધુ ભૂતકાળના કેસોનો અભ્યાસ કરીને અને એક્સ્ટ્રાપોલેટ કરીને આપેલ ઘટનાના કારણભૂત સ્પષ્ટીકરણો વિકસાવવા માટે કરે છે.

● જથ્થાત્મક ડેટા વિશ્લેષણ: આંકડાકીય માહિતી વિશ્લેષણ પદ્ધતિઓ કાચો ડેટા એકત્રિત કરે છે અને તેને સંખ્યાત્મક ડેટામાં પ્રક્રિયા કરે છે. જથ્થાત્મક વિશ્લેષણ પદ્ધતિઓમાં શામેલ છે.

- પૂર્વધારણા પરીક્ષણ, ડેટા સેટ અથવા વસ્તી વિષયક માટે આપેલ પૂર્વધારણા અથવા સિદ્ધાંતના સત્યનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે

- સરેરાશ, અથવા સરેરાશ એ સૂચિ પરની વસ્તુઓની સંખ્યા દ્વારા સંખ્યાઓની સૂચિના સરવાળાને વિભાજિત કરીને વિષયના એકંદર વલણને નિર્ધારિત કરે છે.

- નમૂનાનું કદ નિર્ધારણ લોકોના મોટા જૂથમાંથી લેવામાં આવેલા નાના નમૂનાનો ઉપયોગ કરે છે અને તેનું વિશ્લેષણ કરે છે.

1.7 માહિતીની આલેખાત્મક રજૂઆત

કેન્દ્રીકરણ અને અર્થઘટનના હેતુસર સંશોધન માહિતીને આલેખાત્મક સ્વરૂપે પણ રજૂ કરવામાં આવે છે. એક આલેખ એ માહિતીના ગણનું ભૌમિતિક સ્વરૂપ છે. તે ગાણિતિક ચિત્ર પૂરું પાડે છે. અને સંશોધકને હકીકતો કે માહિતીને દૃશ્ય સ્વરૂપે વિચારવામાં મદદ કરે છે. માહિતીની આલેખાત્મક રજૂઆત એટલા માટે સલાહ ભરેલી છે કે તે એની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ છતી કરે છે. તેને સમાજ યુક્ત બનાવે છે અને એક આવૃત્તિ વિવરણની સારણીની બીજી સાથે તુલના કરવામાં સરળતા કરી આપે છે. આપણે આવૃત્તિ વિતરણના સંદર્ભમાં નીચેના પાંચ પ્રકારની આલેખાત્મક રજૂઆત જોઈએ.

૧. સ્તંભાલેખ : જેમાં આવૃત્તિઓને સ્તંભના પ્રદેશો દ્વારા દર્શાવવામાં આવે છે.

૨. આવૃત્તિ બહુ કોણ : પ્રત્યેક વર્ગનું મધ્યબિંદુ અને તેને અનુરૂપ આવૃત્તિ વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવતા બિંદુઓના જોડાણ દ્વારા બનતો આલેખ.

૩. સુરૂપ આવૃત્તિ બહુકોણ : જે વર્ગની આવૃત્તિ સાથે તેની આગફ અને પાછળના વર્ગની આવૃત્તિઓનો સરવાળો કરી સરાસરી આવૃત્તિ શોધવામાં આવે તે સુરૂપ આવૃત્તિ. પ્રાપ્તક વર્ગ અને સુરૂપ આવૃત્તિઓનો આલેખ દોરવાથી સુરૂપ આવૃત્તિ બહુકોણ મળે છે.

૪. સંગ્રહિત આવૃત્તિ બહુકોણ : જે તે વર્ગને અનુરૂપ સંગ્રહિત આવૃત્તિઓને લઈને દોરાતો આલેખ.

૫. સંગ્રહિત શતમાન આવૃત્તિ વક્ર : જેને તોરણ આલેખ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે જેમાં જે સંગ્રહિત આવૃત્તિઓને ટકાવારીમાં ફેરવવામાં આવી છે તે ટકાવારી લઈને આલેખ દોરવામાં આવે છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

(4) માહિતીની આલેખાત્મક રજૂઆત જણાવો.

નોંધ: i) નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો.

ii) એકમના અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તર સરખાવો.

1.8 સારાંશ

કાળજીપૂર્વક મહત્વનું કાર્ય કરનારાઓ કોઈને કોઈ તબક્કે પોતાના કાર્યના સંદર્ભમાં સમસ્યા અનુભવે છે. આ પૈકીના ઘણા લોકો આ સમસ્યાના નિરાકણ માટે પ્રયત્ન કરતા હોય છે. તેમાં ઘણીવાર સંશોધન આકાર લેતું હોય છે. શિક્ષણના ઘણા વિચારકોના મતે સમગ્ર શિક્ષણ પર્યાવરણમાં ઘણી બધી સમસ્યાઓ પડેલી છે. આમાંની કેટલીક સમસ્યાઓ સંશોધન દ્વારા ઉકેલી શકાય તેમ છે. માત્ર શિક્ષણ ક્ષેત્રમાં જ સંશોધન હાથ ધરી શકાય તેવું નથી. શિક્ષણ સિવાયના અન્ય કાર્યક્ષેત્રોમાં પણ સંશોધન હાથ ધરી શકાય અને હાથ ધરવામાં પણ આવે છે. જેમ કે, ઉધોગોમાં માલની ગુણવત્તા વધારવામાં, વેચાણ વધારવામાં સંશોધન ઉપયોગી બને છે.

1.9 તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને ઉત્તરો

1. માહિતી પૃથ્થકરણની વ્યાખ્યા

“માહિતી પૃથ્થકરણ એ આપેલ માહિતી સ્ત્રોત દ્વારા આપવામાં આવેલ સૌથી મહત્વપૂર્ણ માહિતીને નિર્ધારિત કરવા અને તેને અલગ કરવાની પ્રક્રિયા છે અને પૂર્વનિર્ધારિત મૂલ્યાંકન માપદંડના આધારે આ માહિતી સ્ત્રોતને તેના ઘટક તત્વોમાં અલગ કરવાની પ્રક્રિયા છે”.

માહિતી પૃથ્થકરણનો અર્થ

ઘણા જૂથો, સંગઠનો અને નિષ્ણાતો પાસે ડેટા પૃથ્થકરણની વિવિધ રીતો હોય છે, તેમાંથી મોટા ભાગનાને એક-સાઈઝ-ફીટ-બધી વ્યાખ્યામાં નિસ્યંદિત કરી શકાય છે. ડેટા વિશ્લેષણ એ કાચા ડેટાને સાફ કરવાની, બદલવાની અને પ્રક્રિયા કરવાની અને કાર્યવાહી કરવા યોગ્ય, સંબંધિત માહિતી કાઢવાની પ્રક્રિયા છે જે વ્યવસાયોના જાણકારોને નિર્ણય લેવામાં મદદ કરે છે. આ પ્રક્રિયા ઉપયોગી આંતરદષ્ટિ અને આંકડાઓ પ્રદાન કરીને નિર્ણય લેવાની અંતર્ગત જોખમોને ઘટાડવામાં મદદ કરે છે, જે ઘણીવાર ચાર્ટ, છબીઓ, કોષ્ટકો અને આલેખમાં રજૂ કરવામાં આવે છે.

માહિતીનું પૃથ્થકરણ એટલે સ્વાભાવિક હકીકતો કે અર્થો નક્કી કરવા માટે સારણીબદ્ધ સામગ્રીનો અભ્યાસ તેમાં પ્રવર્તમાન સંકુલ પરિબળોને સરળ ભાગોમાં વહેચી નાખવામાં આવે છે અને પછી અર્થઘટનના હેતુસર ભાગોને નવેસરથી ભેગા કરીને ગોઠવણી કરવામાં આવે છે. પૃથ્થકરણનો હેતુ માહિતીને બુધિગમ્ય અને

અર્થઘટનાત્મક સ્વરૂપમાં રજૂ કરવાનો છે. પ્રક્રિયા તરીકે પૃથ્થકરણ એ સંશોધનમાં એક કે બીજા સ્વરૂપે પ્રારંભથી જ પ્રવેશે છે. સમસ્યા પસંદગીમાં, પદ્ધતિઓ નક્કી કરવામાં અને એકત્રિત રેલ માહિતીમાંથી નિષ્કર્ષો તારવવામાં અને અર્થઘટનો કરવામાં ખરેખર તો માહિતી એકત્રિત કરતાં પહેલાં જ પૃથ્થકરણનું આયોજન કરવું જોઈએ. પ્રારંભનું પ્રાથમિક રૂપરેખામક આયોજન, સંશોધન આગળ વધે તેમ, સંપૂર્ણ અને અંતિમ પૃથ્થકરણમાં પરીણમવું જોઈએ એમાં આવશ્યકતા પ્રમાણે વધારા ઘટાડા થઈ શકે. આ પ્રક્રિયા એક જાગ્રત, લચીલું અને મુક્તમન માંગી લે છે. પ્રત્યેક તબક્કે કાળજી અવશ્યક છે. કોઈ પણ સામ્યતા, તફાવતો, પ્રવાહો, અને લાક્ષણિક પરિબળો ધ્યાન બહાર જવા ન જોઈએ. સામગ્રીના વિશાળ વિભાજનને નાના એકમમાં વહેંચી દેવા જોઈએ અને નવા પરિબળો અને સંબંધો શોધવા માટે નવા સંયોજનમાં પુનઃ ગોઠવણી કરવી જોઈએ. માહિતીને શક્ય એટલા બધા ખૂણેથી તપાસવી જોઈએ કે જેથી નવીને નવી હકીકતો બહાર આવે.

જ્યારે પણ આપણે આપણા રોજિંદા જીવનમાં કોઈ નિર્ણય લઈએ છીએ ત્યારે ભૂતકાલમાં શું બન્યું છે ? અથવા જો આપણે તે નિર્ણય લઈશું તો શું થશે ? તેનું મૂલ્યાંકન કરીને ડેટા વિશ્લેષણનું એક સરળ ઉદાહરણ જોઈ શકાય છે. મૂળભૂત રીતે આ ભૂતકાળ અથવા ભવિષ્યનું વિશ્લેષણ કરવાની અને તે વિશ્લેષણની આધારે નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયા છે.

2. ડેટા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયા

“ડેટા વિશ્લેષણ શું છે ?” પ્રશ્નનો જવાબ આપવો એ માત્ર પ્રથમ પગલું છે. હવે આપણે જોઈશું કે તે કેવી રીતે કાર્ય કરે છે.? ડેટા પૃથ્થકરણની પ્રક્રિયા, અથવા વૈકલ્પિક રીતે, ડેટા પૃથ્થકરણના પગલાઓમાં, બધી માહિતી ભેગી કરવી, તેની પ્રક્રિયા કરવી, ડેટાનું અન્વેષણ કરવું અને તેનો ઉપયોગ પેટર્ન અને અન્ય આંતરદૃષ્ટિ શોધવાનો સમાવેશ થાય છે. ડેટા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયામાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે :

- ડેટાની આવશ્યકતા ભેગી કરવી: કોઈ પણ સંશોધન કરવા માટે કાચા ડેટાની ખુબ જ જરૂરિયાત હોય છે. સંશોધનમાં ડેટા વગર કોઈ ચોક્કસ તારણો તારવવા ખૂબજ મુશ્કેલ છે. તમારી જાતને પૂછો કે તમે આ વિશ્લેષણ શા માટે કરી રહ્યાં છો, તમે કયા પ્રકારના ડેટાનો ઉપયોગ કરવા માંગો છો અને તમે કયા ડેટાનું વિશ્લેષણ કરવાની યોજના ઘડી રહ્યા છો.
- ડેટા સંગ્રહ: તમારી ઓળખાયેલી આવશ્યકતાઓ દ્વારા માર્ગદર્શન આપીને, તમારા સ્ત્રોતોમાંથી ડેટા એકત્રિત કરવાનો સમય છે. સ્ત્રોતોમાં કેસ સ્ટડી, સર્વેક્ષણો, ઇન્ટરવ્યુ, પ્રશ્નાવલિ, પ્રત્યક્ષ અવલોકન અને જૂથોનો સમાવેશ થાય છે. વિશ્લેષણ માટે એકત્રિત ડેટા ગોઠવવાનું સુનિશ્ચિત કરો.
- ડેટા ક્લિનિંગ: તમે એકત્રિત કરો છો તે તમામ ડેટા ઉપયોગી થશે નહીં, તેથી તેને વ્યવસ્થિત કરવાનો સમય છે. આ પ્રક્રિયા તે છે જ્યાં તમે ખાલી જગ્યાઓમાં, ડુપ્લિકેટ રેકૉર્ડ્સ અને મૂળભૂત ભૂલોને દૂર કરો છો. વિશ્લેષણ માટે માહિતી મોકલતા પહેલા ડેટા ક્લિનિંગ કરવું ખુબજ જરૂરી બને છે.

- **ડેટા એનાલિસિસ:** ડેટાનું અર્થઘટન કરવામાં અને સમજવામાં અને નિષ્કર્ષ પર પહોંચવામાં તમારી મદદ માટે તમે ડેટા એનાલિસિસ સૉફ્ટવેર અને અન્ય સાધનોનો ઉપયોગ કરો છો તે અહીં છે. ડેટા વિશ્લેષણ સાધનોમાં Excel, Python, R, Looker, Rapid Miner, Chartio, Metabase, Redash અને Microsoft Power BI નો સમાવેશ થાય છે.
- **ડેટા અર્થઘટન:** હવે જ્યારે તમારી પાસે તમારા પરિણામો છે, તમારે તેનું અર્થઘટન કરવાની જરૂર છે અને તમારા તારણો પર આધારિત ક્રિયાના શ્રેષ્ઠ અભ્યાસક્રમો સાથે આવવાની જરૂર છે.
- **ડેટા વિઝ્યુલાઇઝેશન:** ડેટા વિઝ્યુલાઇઝેશન એ કહેવાની એક ફેન્સી રીત છે, “તમારી માહિતીને લોકો વાંચી અને સમજી શકે તે રીતે ગ્રાફિકલી બતાવો.” તમે ચાર્ટ, ગ્રાફ, નકશા, બુલેટ પોઇન્ટ અથવા અન્ય પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરી શકો છો. વિઝ્યુલાઇઝેશન તમને ડેટાસેટ્સની તુલના કરવામાં અને સંબંધોનું અવલોકન કરવામાં મદદ કરીને મૂલ્યવાન આંતરદૃષ્ટિ મેળવવામાં મદદ કરે છે.
- **સંશોધનમાં ડેટા વિશ્લેષણની જરૂરિયાત અને આવડત :**સંશોધકના કામનો એક વિશાળ ભાગ ડેટા દ્વારા તપાસવાનું છે. તે શાબ્દિક રીતે “સંશોધન” ની વ્યાખ્યા છે. જો કે, આજના માહિતી યુગ નિયમિતપણે ડેટાની ભરતી તરંગ ઉત્પન્ન કરે છે, જે સૌથી સમર્પિત સંશોધકને પણ ડૂબી જવા માટે પૂરતું છે. ડેટા વિશ્લેષણ માહિતીને વધુ સચોટ અને સંબંધિત સ્વરૂપમાં નિસ્યંદિત કરવામાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે, જે સંશોધકો માટે તેમના કાર્યને સરફ બનાવે છે. ડેટા વિશ્લેષણ સંશોધકોને વિવિધ સાધનોની વિશાળ પસંદગી પણ પ્રદાન કરે છે, જેમ કે વર્ણનાત્મક આંકડા, અનુમાનિત વિશ્લેષણ અને માત્રાત્મક વિશ્લેષણ સારાંશ આપવા માટે, ડેટા વિશ્લેષણ સંશોધકોને વધુ સારા ડેટા અને કથિત ડેટાનું વિશ્લેષણ અને અભ્યાસ કરવાની વધુ સારી રીતો પ્રદાન કરે છે.

3. માહિતી વિશ્લેષણના પ્રકારો

ડેટા વિશ્લેષણના અડધા ડઝન લોકપ્રિય પ્રકારો આજે ઉપલબ્ધ છે, જે સામાન્ય રીતે ટેકનોલોજી અને બિઝનેસની દુનિયામાં કાર્યરત છે.

- **ડાયગ્નોસ્ટિક એનાલિસિસ:** ડાયગ્નોસ્ટિક એનાલિસિસ એ પ્રશ્નનો જવાબ આપે છે, “આ કેમ થયું?” આંકડાકીય પૃથ્થકરણમાંથી મેળવેલ આંતરદૃષ્ટિનો ઉપયોગ કરીને વિશ્લેષકો ડેટામાં પેટર્નને ઓળખવા માટે ડાયગ્નોસ્ટિક વિશ્લેષણનો ઉપયોગ કરે છે. આદર્શ રીતે, વિશ્લેષકો ભૂતકાળમાં અસ્તિત્વમાં રહેલા સમાન નમૂનાઓ શોધે છે અને પરિણામે, વર્તમાન પડકારોને આશાપૂર્વક ઉકેલવા માટે તે ઉકેલોનો ઉપયોગ કરે છે.
- **અનુમાનિત વિશ્લેષણ:** અનુમાનિત વિશ્લેષણ પ્રશ્નનો જવાબ આપે છે, “શું થવાની સંભાવના સૌથી વધુ છે?” જૂના ડેટા તેમજ વર્તમાન ઘટનાઓમાં જોવા મળતા દાખલાઓનો ઉપયોગ કરીને, વિશ્લેષકો ભવિષ્યની ઘટનાઓની આગાહી કરે છે. જ્યારે ૧૦૦ ટકા સચોટ આગાહી જેવી કોઈ વસ્તુ નથી, જો વિશ્લેષકો પાસે

પુષ્કળ વિગતવાર માહિતી અને તેનું સંપૂર્ણ સંશોધન કરવાની શિસ્ત હોય તો મતભેદો સુધરે છે.

- **પ્રિસ્ક્રિપ્ટિવ એનાલિસિસ:** અન્ય ડેટા એનાલિસિસ પ્રકારોમાંથી મેળવેલી તમામ આંતરદષ્ટિને મિક્સ કરો અને તમારી પાસે પ્રિસ્ક્રિપ્ટિવ એનાલિસિસ છે. કેટલીકવાર, સમસ્યાને ફક્ત એક વિશ્લેષણ પ્રકારથી હલ કરી શકાતી નથી, અને તેના બદલે બહુવિધ આંતરદષ્ટિની જરૂર પડે છે.
- **ટેક્સ્ટ વિશ્લેષણ:** “ડેટા માઈનિંગ” પણ કહેવાય છે, ટેક્સ્ટ વિશ્લેષણ મેટા ડેટાસેટ્સમાં રહેતી પેટર્ન શોધવા માટે ડેટાબેસેસ અને ડેટા માઈનિંગ સાધનોનો ઉપયોગ કરે છે. તે કાચા ડેટાને ઉપયોગી વ્યવસાય માહિતીમાં પરિવર્તિત કરે છે. ટેક્સ્ટ પૃથ્થકરણ એ દલીલપૂર્વક માહિતી વિશ્લેષણની સૌથી સીધી પદ્ધતિ છે.

4. માહિતીની આલેખાત્મક રજૂઆત

કેન્દ્રીકરણ અને અર્થઘટનના હેતુસર સંશોધન માહિતીને આલેખાત્મક સ્વરૂપે પણ રજૂ કરવામાં આવે છે. એક આલેખ એ માહિતીના ગણનું ભૌમિતિક સ્વરૂપ છે. OEt, kY rOE rI °k..t..kzUAp અને સંશોધકને હકીકતો કે માહિતીને દર્શ્ય સ્વરૂપે વિચારવામાં મદદ કરે છે. માહિતીની આલેખાત્મક રજૂઆત એટલા માટે સલાહ ભરેલી છે કે તે એની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ છતી કરે છે. તેને સમાજયુક્ત બનાવે છે અને એક આવૃત્તિ વિવરણની સારણીની બીજી સાથે તુલના કરવામાં સરળતા કરી આપે છે. આપણે આવૃત્તિ વિતરણના સંદર્ભમાં નીચેના પાંચ પ્રકારની આલેખાત્મક રજૂઆત જોઈએ.

૧. **સ્તંભાલેખ :** જેમાં આવૃત્તિઓને સ્તંભના પ્રદેશો દ્વારા દર્શાવવામાં આવે છે.

૨. **આવૃત્તિ બહુ કોણ :** પ્રત્યેક વર્ગનું મધ્યબિંદુ અને તેને અનુરૂપ આવૃત્તિ વચ્ચેનો સંબંધ દર્શાવતા બિંદુઓના જોડાણ દ્વારા બનતો આલેખ.

૩. **સુરૂપ આવૃત્તિ બહુકોણ :** જે વર્ગની આવૃત્તિ સાથે તેની આગળ અને પાછળના વર્ગની આવૃત્તિઓનો સરવાળો કરી સરાસરી આવૃત્તિ શોધવામાં આવે તે સુરૂપ આવૃત્તિ. પ્રાપ્ત વર્ગ અને સુરૂપ આવૃત્તિઓ આલેખ દોરવાથી સુરૂપ આવૃત્તિ બહુકોણ મળે છે.

૪. **સંગ્રહિત આવૃત્તિ બહુકોણ :** જે તે વર્ગને અનુરૂપ સંગ્રહિત આવૃત્તિઓને લઈને દોરાતો આલેખ.

૫. **સંગ્રહિત શતમાન આવૃત્તિ વક્ર :** જેને તોરણ આલેખ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે જેમાં જે સંગ્રહિત આવૃત્તિઓને ટકાવારીમાં ફેરવવામાં આવી છે તે ટકાવારીમાં ફેરવવામાં આવી છે તે ટકાવારી લઈને આલેખ દોરવામાં આવે છે.

1.10 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. “માહિતી વિશ્લેષણ” નો મુખ્ય હેતુ શું છે?
 - A) ડેટા એકત્રિત કરવો.
 - B) ડેટાને માહિતીમાં પરિવર્તિત કરવું.
 - C) માહિતી સંગ્રહિત કરવી.
 - D) માહિતી નષ્ટ કરવી.
2. માહિતી વિશ્લેષણની પ્રક્રિયામાં પ્રથમ પગલું કયું છે?
 - A) ડેટા વિશ્લેષણ
 - B) ડેટા વિઝ્યુલાઇઝેશન
 - C) ડેટાની જરૂરિયાત નક્કી કરવી
 - D) ડેટા ક્લીનિંગ
3. નીચેમાંથી કયું ડેટા વિશ્લેષણનું સાધન નથી?
 - A) Excel
 - B) Python
 - C) Power BI
 - D) MS Word
4. “Diagnostic Analysis” શું જવાબ આપે છે?
 - A) શું થશે?
 - B) શું થયું?
 - C) કેમ થયું?
 - D) શું કરવું જોઈએ?
5. Predictive Analysis નો ઉપયોગ શા માટે થાય છે?
 - A) ભૂતકાળનું વિશ્લેષણ કરવા
 - B) ભવિષ્યની આગાહી કરવા
 - C) ડેટા સંગ્રહ કરવા
 - D) માહિતી પ્રકાશિત કરવા
6. Prescriptive Analysis શું સૂચવે છે?
 - A) શું થયું?
 - B) શું થશે?
 - C) શું કરવું જોઈએ?
 - D) કેમ થયું?
7. “ગુણાત્મક ડેટા વિશ્લેષણ”માં કયા પ્રકારના ડેટાનો ઉપયોગ થાય છે?
 - A) આંકડાકીય ડેટા
 - B) શબ્દો અને ચિત્રો
 - C) સંખ્યાઓ
 - D) ગણિતીય સૂત્રો
8. “માત્રાત્મક ડેટા વિશ્લેષણ”માં શું થાય છે?
 - A) શબ્દોનું વિશ્લેષણ
 - B) સંખ્યાત્મક ડેટાનું વિશ્લેષણ
 - C) ચિત્રોનું વિશ્લેષણ
 - D) ભાષાનું વિશ્લેષણ

9. ડેટા ક્લીનિંગનો હેતુ શું છે?

- A) ડેટા એકત્રિત કરવો B) ખોટા અને ડુપ્લિકેટ ડેટા દૂર કરવો
C) ડેટા પ્રસ્તુત કરવો D) ડેટા સંગ્રહિત કરવો

10. ડેટા વિઝ્યુલાઇઝેશનનો મુખ્ય હેતુ શું છે?

- A) ડેટા છુપાવવો B) ડેટાને ગ્રાફિક રીતે રજૂ કરવો
C) ડેટા કાઢી નાખવો D) ડેટા સંગ્રહિત કરવો

જવાબ :

જવાબ 1: B) ડેટાને માહિતીમાં પરિવર્તિત કરવું.

જવાબ 2: C) ડેટાની જરૂરિયાત નક્કી કરવી.

જવાબ 3: D) MS Word

જવાબ 4: C) કેમ થયું?

જવાબ 5: B) ભવિષ્યની આગાહી કરવા

જવાબ 6: D) શું કરવું જોઈએ?

જવાબ 7: B) શબ્દો અને ચિત્રો

જવાબ 8: B) સંખ્યાત્મક ડેટાનું વિશ્લેષણ

જવાબ 9: B) ખોટા અને ડુપ્લિકેટ ડેટા દૂર કરવો

જવાબ 10: B) ડેટાને ગ્રાફિક રીતે રજૂ કરવો

1.11 ચાવીરૂપ શબ્દો

- **વર્ણનાત્મક:** વર્ણનાત્મક વિશ્લેષણ સંક્ષિપ્ત આંકડાકીય માહિતીના સંપૂર્ણ અથવા પસંદગી સાથે કામ કરે છે.
- **સંગ્રહિત આવૃત્તિ બહુકોણ :** જે તે વર્ગને અનુરૂપ સંગ્રહિત આવૃત્તિઓને લઈને દોરાતો આલેખ.
- **સુરૂપ આવૃત્તિ બહુકોણ :** જે વર્ગની આવૃત્તિ સાથે તેની આગળ અને પાછળના વર્ગની આવૃત્તિઓનો સરવાળો કરી સરાસરી આવૃત્તિ શોધવામાં આવે તે સુરૂપ આવૃત્તિ.

1.12 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

- શુક્લ ગજેન્દ્ર બી. (2016) સંશોધન પધ્ધતિઓ. સુરત, ન્યુ પોપ્યુલર પ્રકાશન.
- ઉચાટ ડી.એ. (2012) શિક્ષણ અને સામાજિક વિજ્ઞાનોમાં સંશોધનનું પધ્ધતિશાસ્ત્ર. રાજકોટ, પારસ. પ્રકાશન
- શાહ દીપિકા ભદ્રેશ. (2009) શૈક્ષણિક સંશોધન. અમદાવાદ, પ્રમુખ પ્રકાશન.
- દેસાઈ, એચ.જી. અને દેસાઈ, કે.જી. (1997) સંશોધન પધ્ધતિઓ અને પ્રવિધિઓ. અમદાવાદ, યુનિવર્સિટી ગ્રંથનિર્માણ બોર્ડ.
- Kothari, C.R.(2001) Research Methodology. New Delhi, Wishwa Prakashan
- Seetharama, S. and Karisiddappa, C R. Current Research In Library And Information Science . Jaipur, R B S A Publishers.
- Goswami, Inder Mohan. Research Methodology In Library Science . New Delhi , Commonwealth Publishers
- <https://www.simplilearn.com/data-analysis-methods-process-types-article>
- https://cio-wiki.org/wiki/Information_Analysis



એકમ - 2 : વિજ્ઞાણકીય સામગ્રી ઉત્પાદન (Electronic Content Creation)

રૂપરેખા

- 2.0 હેતુઓ
- 2.1 પ્રસ્તાવના
- 2.2 વિજ્ઞાણ સામગ્રી
 - 2.2.1 અર્થ અને વ્યાખ્યા
 - 2.2.2 લાક્ષણિકતાઓ
- 2.3 વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જન
 - 2.3.1 જરૂરિયાત
 - 2.3.2 મહત્ત્વ
- 2.4 વિજ્ઞાણ સામગ્રી વિકાસના તબક્કાઓ
- 2.5 વિજ્ઞાણ સામગ્રીના મોડ્યુલો
- 2.6 વિજ્ઞાણ સામગ્રી મોડ્યુલના વિકાસમાં પ્રક્રિયા, પગલાં, ભૂમિકા અને જવાબદારીઓ
- 2.7 વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જનના ધોરણો
- 2.8 વિજ્ઞાણ સામગ્રી વિકાસની માર્ગદર્શિકાઓ
- 2.9 વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જનના પડકારો
- 2.10 સારાંશ
- 2.11 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો
- 2.12 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત
- 2.13 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 2.14 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

2.0 હેતુઓ (Objectives)

- વિજ્ઞાણ સામગ્રીના સર્જન અને વિકાસના આ યુનિટના મુખ્ય હેતુઓ નીચે મુજબ છે. આ યુનિટ વાંચ્યા પછી તમે નીચે પ્રમાણે સક્ષમ બની શકો.
- વિજ્ઞાણ સામગ્રીની લાક્ષણિકતાઓ જાણી શકાય.
- વિજ્ઞાણ સામગ્રીના વિવિધ મોડ્યુલ્સની માહિતી મેળવી શકાય.
- વિજ્ઞાણ સામગ્રી વિકાસના તબક્કાઓ વિશે સમજણ મેળવી શકાય.
- વિજ્ઞાણ સામગ્રી મોડ્યુલ્સના વિકાસમાં પ્રક્રિયા, પગલા, ભૂમિકાઓ અને જવાબદારીઓ જાણી શકાય.
- વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જનના પડકારો વિશે જાણ થઈ શકે.

- વિજાણુ સામગ્રીના સર્જનના વિવિધ ધોરણો તેમજ માર્ગદર્શિકાઓની સમજણ કેળવી શકાય.

2.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

MHRD (મિનિસ્ટ્રી ઓફ હુમન રિસોર્સ ડેવલપમેન્ટ તેના નેશનલ મશન ઓન એજ્યુકેશન) દ્વારા ICT (NME ICT) હેઠળ, 87 અંડરગ્રેજ્યુએટ (UG) વિષયો માટે ઇ-સામગ્રીના વિકાસ માટે કન્સોર્ટિયમ ઓફ એજ્યુકેશનલ કોમ્યુનિકેશન (CEC) ને ભંડોળ ફાળવ્યું છે. આ સામગ્રી અને તેની ગુણવત્તા મજબૂત શિક્ષણ અધ્યયન પ્રણાલીના મુખ્ય ઘટકો છે. સિસ્ટમને ઉચ્ચ ગુણવત્તાવાળી, અભ્યાસક્રમ આધારિત, ઇન્ટરેક્ટિવ બનાવવાનો પ્રસ્તાવ છે. સામાજિક વિજ્ઞાન, કળા, લલિત કળા અને માનવતા, પ્રાકૃતિક અને ગાણિતિક વિજ્ઞાન અને ભાષાશાસ્ત્ર અને ભાષાઓ ઇ-સામગ્રીની તમામ શાખાઓમાં વિવિધ વિષયો પરની સામગ્રી સમર્પિત લર્નિંગ મેનેજમેન્ટ સિસ્ટમ દ્વારા વિકસિત ઓપન એક્સેસ પર ઉપલબ્ધ કરી શકાય. ઇ-સામગ્રીનો વિકાસ એ એક વિશિષ્ટ કાર્ય છે જેમાં વિડિયો નિર્માતા, ડિઝાઇનર અને સૂચનાત્મક ડિઝાઇનરની કુશળતા જરૂરી છે. જો કે, અધ્યાપન અને સંશોધન સાથે સંકળાયેલા શિક્ષણવિદો અથવા વૈજ્ઞાનિકો સંપૂર્ણ લાયક અને સક્ષમ છે.

2.2 વિજાણુ સામગ્રી (Electronic Content)

શૈક્ષણિક મહત્ત્વની વિશાળ વિવિધતા ધરાવતી ડિજિટલ સામગ્રી ઓનલાઇન ઉપલબ્ધ છે. કેટલીક ગુણવત્તાયુક્ત સામગ્રી કે જે મફતમાં ઉપલબ્ધ છે અથવા ન્યૂનતમ પ્રતિબંધો સાથે શિક્ષકો અને વિદ્યાર્થીઓ તેમના શિક્ષણ અને અધ્યયન માટે ઉપયોગ, પુનઃઉપયોગ અને સંશોધન માટે કરી શકે છે. જેમ જેમ પાઠ્યપુસ્તકો વધુ વિસ્તૃત બનતા જાય છે તેમ, વિદ્યાર્થીઓ પાઠ્યપુસ્તકોમાંથી ડિજિટલ અભ્યાસક્રમ સામગ્રી તરફ પ્રયાણ કરી રહ્યા છે. આ સામગ્રી શિક્ષકો અને વિદ્યાર્થીઓ બંનેને વધુ ક્રિયાપ્રતિક્રિયા અને સામાજિક સહયોગ પ્રદાન કરે છે. વિજાણુ સામગ્રી (ઇ-સામગ્રી) એ એક એવી સામગ્રી છે જેનો ઉપયોગ, પુનઃઉપયોગ અને વિતરણ કરી શકાય છે.

સમય, સ્થળ અને શીખવાની ઝડપની સુગમતાના કારણે ઇ-સામગ્રી લોકપ્રિયતા મેળવી રહ્યું છે. ઇ-સામગ્રી માં વિવિધ ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમો દ્વારા બનાવવામાં અને વિતરિત કરવામાં આવતી તમામ પ્રકારની સામગ્રીનો સમાવેશ થાય છે. ઇ-સામગ્રી ઘણા વિષયોમાં અને લગભગ તમામ સ્તરના શિક્ષણમાં ઉપલબ્ધ છે. તેનો ઉપયોગ વિવિધ જરૂરિયાતો, વિવિધ ખ્યાલો અને અગાઉના અનુભવ અને કૌશલ્ય સ્તરો સાથે વિવિધ પ્રકારના શીખનારાઓ દ્વારા કરી શકાય છે.

ઇ-સામગ્રી વિશ્વભરના અમર્યાદિત સંખ્યામાં વપરાશકર્તાઓ વચ્ચે સરળતાથી અને તરત જ વહેંચી અને વિતરિત કરી શકાય છે. શિક્ષકો, વિદ્યાર્થીઓ અને અન્ય લોકો સારી રીતે ડિઝાઇન કરેલ અને વિકસિત ઇ-સામગ્રીના ઉપયોગથી લાભ મેળવે છે. શૈક્ષણિક સંસ્થાઓ માટે તેમના કાર્યક્રમને તેમના શિક્ષકો અને વિદ્યાર્થીઓ માટે કેમ્પસમાં, ઘરે અને અન્ય સામુદાયિક શિક્ષણ અથવા સંશોધન કેન્દ્રોમાં સુલભ બનાવવું ફાયદાકારક છે. ઓપન અને ડિસ્ટન્સ લર્નિંગ સંસ્થાઓ માટે તેની નોંધપાત્ર અસરો જોવા મળે છે.

2.2.1 વિજાણુ સામગ્રીનો અર્થ અને વ્યાખ્યા (Meaning and definition of Electronic Content) :

ઇલેક્ટ્રોનિક સામગ્રી (ઇ-સામગ્રી), જેને ડિજિટલ સામગ્રી તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે, તે નેટવર્ક આધારિત ઇલેક્ટ્રોનિક ઉપકરણો પર વિતરિત અથવા ઇન્ટરનેટ જેવા કોમ્પ્યુટર નેટવર્કનો ઉપયોગ કરીને ઉપલબ્ધ કરવામાં આવેલી સામગ્રી અથવા માહિતીનો સંદર્ભ આપે છે.

ઓક્સફર્ડ ડિક્શનરી અનુસાર, ઇ-સામગ્રી એ ડિજિટલ ટેક્સ્ટ અને છબીઓ છે જે વેબ પૃષ્ઠ પર પ્રદર્શિત થાય છે.

સારી રીતે વિકસિત ઈ સામગ્રી ઘણીવાર વિવિધ શીખનારાઓને વિતરિત કરી શકાય છે. વ્યક્તિગત અભ્યાસક્રમના ઘટકો જેમ કે એકમો, પાઠ અને મીડિયા તત્ત્વો જેમ કે ગ્રાફિક્સ અને એનિમેશનનો વિવિધ સંદર્ભોમાં પુનઃ ઉપયોગ કરી શકાય છે.

2.2.2 વિજ્ઞાણ સામગ્રી વિકાસની લાક્ષણિકતાઓ (Characteristics of e-content development):

અનુરાગ સક્સેના (2011) અનુસાર, શૈક્ષણિક ઈ-સામગ્રી રૂપાંતરણની જે સંબંધિત પદ્ધતિઓ સમજાવવામાં આવી છે, જેવી કે,

(i) જાતે શીખવું અને શોધ કે તપાસ દ્વારા શીખવું; (ii) વિષય વસ્તુનો ઉપયોગ કરીને શીખવું; (iii) પરીક્ષણ/મૂલ્યાંકન દ્વારા શીખવું ; (iv) સિમ્યુલેશન દ્વારા શીખવું અને (v) ભૂમિકા ભજવીને શીખવું. ઈસામગ્રીના વિકાસ માટે યુનિવર્સિટી ગ્રાન્ટ્સ કમિશન, ઈન્ડિયા (UGC, India)ની માર્ગદર્શિકા મુજબ નીચે પ્રમાણેની શ્રેણીઓ જરૂરી છે જેમ કે,

(1) હોમ; (ii) ઉદ્દેશ્યો; (iii) વિષયઆલેખન; (iv) સારાંશ; (v) ચિત્રો અને એનિમેશન સાથેનો ટેક્સ્ટ; (vi) વિડિયો અને ઓડિયો; (vii) એસાઈનમેન્ટ, ક્વિઝ અને ટ્યુટોરીયલ; (viii) સંદર્ભો, શબ્દકોશો અને લિંક્સ; (ix) કેસ સ્ટડી; (x) FAQ; (xi) ડાઉનલોડ કરો; (xii) બ્લોગ અને (xiii) સંપર્ક.

આ શ્રેણીઓ ક્રમશઃ વિષયવસ્તુ નિષ્ણાતો દ્વારા ટેકનિકલ સપોર્ટ સાથે ગોઠવવામાં આવે છે અને ઈ-સામગ્રી વિકસાવવામાં આવે છે.

ઈ-લર્નિંગ એ એક પ્રક્રિયા છે અને ઈ-સામગ્રી એ પેદાશ છે. ઈસામગ્રી સામાન્ય રીતે વિદ્યાર્થીઓને પોતાના શિક્ષણના કાર્યમાં ઘણી બધી માહિતીઓના માર્ગદર્શન આપવા માટે રચાયેલ છે. ઈ-સામગ્રી પેકેજનો ઉપયોગ આભાસી વર્ગખંડની પરિસ્થિતિઓમાં શિક્ષક તરીકે થઈ શકે છે. શીખવાની ગુણવત્તા માત્ર પ્રક્રિયાના સ્વરૂપ પર જ નહીં પણ કઈ સામગ્રી દ્વારા શીખવવામાં આવે છે અને સામગ્રી કેવી રીતે રજૂ કરવામાં આવે છે તેના પર પણ આધાર રાખે છે.

વર્ગખંડમાં, ટેકનોલોજી શીખનારને ઉત્તેજિત કરે છે અને શીખનારને શીખવાની પ્રક્રિયા સાથે જોડે છે. પુસ્તકો મગજનું વિસ્તરણ છે; વિડિયો એ આંખનું વિસ્તરણ છે; ઓડિયો એ કાનનું વિસ્તરણ છે; ઓડિયો કોન્ફરન્સિંગ એ મન અને સ્વરનું વિસ્તરણ છે; કમ્પ્યુટર એ મન, હાથ અને આંખો પરનું વિસ્તરણ છે; સેટેલાઈટ ટેકનોલોજી એ માનવીય પહોંચનું વિસ્તરણ છે અને કોમ્પ્યુટર નેટવર્ક માનવ સહકારનું વિસ્તરણ છે, તો આપણે ઈ-સામગ્રી પાસેથી શું અપેક્ષા રાખીએ છીએ કે તે શીખનારને એવી રીતે ઉત્તેજિત કરવા સક્ષમ હોવા જોઈએ.

ઈ-સામગ્રી વિદ્યાર્થીઓ માટે મૂલ્યવાન છે અને તમામ વ્યક્તિગત સૂચના પ્રણાલીઓ માટે શિક્ષકોને પણ મદદરૂપ છે; ઈ-સામગ્રી એ સૂચનાનું નવીનતમ સ્વરૂપ છે જેણે વિવિધ ખ્યાલો સાથે એકત્રિત કરવા માટે વધુ ધ્યાન આકર્ષિત કર્યું છે. ઈ-સામગ્રીનું અંતિમ ધ્યેય અસરકારક શિક્ષણ દ્વારા શીખનારાઓ વચ્ચેની અસમાનતાને દૂર કરવાનો છે. ઈ-સામગ્રી શિક્ષકને અસરકારક રીતે સુવિધા આપે છે. તે શીખનારના જ્ઞાન સ્તરમાં વધારો કરે છે જે સર્જનાત્મક વિચાર તરફ દોરી જાય છે અને તે આપેલ લિંક્સ અને સંદર્ભોના આધારે ભવિષ્યના વિચારો આપે છે.

ઈ-લર્નિંગમાં ઇલેક્ટ્રોનિકલી સપોર્ટેડ લર્નિંગ અને ટીચિંગના તમામ સ્વરૂપોનો સમાવેશ થાય છે. માહિતી અને સંચાર પ્રણાલીઓ શીખવાની પ્રક્રિયાના અમલીકરણ માટે ચોક્કસ માધ્યમ તરીકે સેવા આપે છે, પછી ભલે તે નેટવર્ક લર્નિંગ હોય કે ન હોય. તેને ઓનલાઈન અને ઓફલાઈન તરીકે વર્ગીકૃત કરી શક્ય છે. ઈ-ફોરમ, એસએમએસ, એમએમએસ, સર્ચ એન્જિન, મેટા સર્ચ એન્જિન, ઈ-ડિક્શનરી, ઈ-બુક્સ અને ઈ-જર્નલ્સ દ્વારા ઓનલાઈન લર્નિંગ કરવામાં આવે છે.

2.3 વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જન

વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જનએ ઓનલાઈન પ્લેટફોર્મ માટે ડિજિટલ સામગ્રી બનાવવાની પ્રક્રિયા છે, જેમ કે વીડિયો, એનિમેશન અને ઇન્ટરેક્ટિવ ક્વિઝ, ઇ-સામગ્રીને ઇલેક્ટ્રોનિક સામગ્રી અથવા ડિજિટલ સામગ્રી તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. ઇ-સામગ્રીનો ઉપયોગ વિદ્યાર્થીઓ અને શિક્ષકોને જ્ઞાનને દુરવર્તી અથવા પ્રત્યક્ષ શીખવા અને ટ્રાન્સફર કરવામાં મદદ કરવા માટે થઈ શકે છે. તે ડિજિટલ લર્નિંગ એન્વાયર્નમેન્ટ્સ (DLEs) અને ડિજિટલ ઇન્ટરેક્ટિવ વ્હાઈટબોર્ડ્સ (e-iWBs) દ્વારા વિદ્યાર્થીઓ સુધી પહોંચાડી શકાય છે. ઇ-સામગ્રી શીખવવા અને શીખવા માટે ફાયદાકારક હોઈ શકે છે કારણ કે, તે શીખનાર-કેન્દ્રિત છે, શિક્ષક-મૈત્રીપૂર્ણ છે, પરિવર્તન સ્વ-ગતિવાળા શિક્ષણ માટે પરવાનગી આપે છે, અને બહુ-સંવેદનાત્મક શિક્ષણ વાતાવરણ બનાવે છે. ઇ-સામગ્રી બનાવવા માટેની કેટલીક શ્રેષ્ઠ પદ્ધતિઓમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે: ચિત્રો માટે કેપ્શન્સ પ્રદાન કરવા, ચિત્રોમાં ટેક્સ્ટને ન્યૂનતમ રાખવા, એનિમેશનનો હેતુ અને પ્રકૃતિ સમજાવવી, એનિમેશન સરળતાથી રજૂ થાય તેની ખાતરી કરવી, અને ટેક્સ્ટને ઉપસાવવા કે હાઈલાઈટ કરવા માટે વિરોધાભાસી રંગોનો ઉપયોગ કરવો.

2.3.1 વિજ્ઞાણ સામગ્રી વિકાસની જરૂરિયાત (Needs of e-content development)

1. કોઈપણ સમયે, કોઈપણ જગ્યાએ, કોઈપણ બાબતમાં તેમના જ્ઞાનનું મૂલ્યાંકન કરીને જીવનભર વ્યક્તિને શિક્ષણ મળે તે માટે પ્રોત્સાહિત કરવું.
2. વિશ્વમાં દરેક મિનિટે નિષ્ણાતો દ્વારા જ્ઞાનનો વિસ્ફોટ થઈ રહ્યો છે. તેથી વિષય સંબંધિત નવીનતમ ખ્યાલ શીખનારાઓના વિકાસ માટે સુલભ બનાવે છે.
3. વર્ગખંડમાં દરેક વિદ્યાર્થીનું એક આગવી વ્યક્તિત્વ હોય છે. તેની/તેણીની જરૂરિયાતો અન્ય કરતા અલગ હોય છે. તેથી શીખનાર એ સ્વ-શિક્ષણ તકનીકો દ્વારા શીખવાની જરૂરિયાતો પૂરી પાડે છે.
4. ઇ-સામગ્રી દ્વારા સ્પષ્ટ-કટ કલ્પનાત્મક ડિલવરી અને વિચારો આપીને શીખનારાઓના મગજમાં કન્સેપ્ટ મેપિંગ બનાવવું.
5. પદ્ધતિઓ, પગલાં, ઉદાહરણો, શબ્દભંડોળ, ઉચ્ચારણ અને અન્યને બદલ્યા (વિના અલગ-અલગ સમયે શિક્ષણ દ્વારા સમાન ખ્યાલને ઘટાડવો. માનવ શિક્ષક દ્વારા તે શક્ય નથી પણ ઇ-સામગ્રી ડિલવરી દ્વારા શક્ય છે.

2.3.2 વિજ્ઞાણ સામગ્રી વિકાસનું મહત્વ (Importance of E-content Development)

ઇ-સામગ્રી વિકાસનું મહત્વ આ પ્રમાણે છે :

1. વિદ્યાર્થીઓની ક્ષમતાઓને ધ્યાનમાં રાખીને સામગ્રી તૈયાર કરવાનું સારું આયોજન.
2. ઇ-સામગ્રી ઓનલાઈન અને ઓફલાઈન ઉપકરણો પર વિતરિત કરવામાં આવે છે.
3. ઇ-સામગ્રીથી લર્નિંગ વિશ્વમાં ગમે ત્યાં શક્ય છે.
4. ઇ-સામગ્રીથી લર્નિંગ કોઈપણ સમયે શક્ય છે.
5. કોઈપણ વિશ્વ જાતિ, સમુદાય, ધર્મ, દેશ વગેરેને ધ્યાનમાં લીધા વિના ઇ-સામગ્રી દ્વારા શીખી શકે છે.
6. વર્ગખંડમાં તેની ઉપલબ્ધતા માટે મલ્ટીમીડિયા સાથે ઇ-સામગ્રીનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે.
7. ઇ-સામગ્રીનું મૂલ્યાંકન શિક્ષક કરતાં વધુ અસરકારક રીતે માન્યતા, વિશ્વસનીયતા અને ઉપયોગીતા દ્વારા કરી શકાય છે.

8. ઈ-સામગ્રીમાં પ્રમાણિત માહિતી હોય છે અને તેમાં વિદ્યાર્થીઓની ક્ષમતા અને સમય બદલાતા અદ્યતન માહિતીનો સમાવેશ જોવા મળે છે.
9. એક ઈ-સામગ્રીને ઘણી વિવિધ બાબતો જેવી કે સ્ટિલ પિકચર, અિનમેશન, ફોટો, વીડિયો ફિલ્મો, ગેમ્સ, સિમ્યુલેશન મોડ્યુલ, ઓનલાઈન ઉપલબ્ધતા વગેરે સાથે જોડીને સામગ્રી બનાવી શકાય છે.
10. પ્રાથમિક ડેટા મેમરી ડિવાઈસ અથવા સેકન્ડરી ડેટા મેમરી ડિવાઈસ દ્વારા સલામતી સાથે કોઈપણ ફેરફાર અથવા નુકસાન વિના ઈ-સામગ્રી લાંબા ગાળા માટે જાળવી શકાય છે.
11. ઈ-સામગ્રીનો ઉપયોગ ઔપચારિક અને બિન-ઔપચારિક સંસ્થામાં થઈ શકે છે.
12. ઈ-સામગ્રી બહુવિધ સંચાર ચેનલો જેમ કે ઈમેલ, ફોરમ, ચેટ, બ્લોગ્સ, ટ્વિટર, વેબસાઈટ વગેરે દ્વારા વિતરિત કરી શકાય છે.
13. એન્ડ્રોઈડ મોબાઈલ ફોન દ્વારા પણ ઈ-સામગ્રી પહોંચાડી શકાય છે.
14. ઈ-સામગ્રી વિડિલવરી વિદ્યાર્થીઓની મગજની શક્તિને વધારી રહી છે જેમ કે પરંપરાગત ચોક અને ટોક પદ્ધતિ કરતાં સ્પષ્ટ કલ્પના, તર્કસંગત વિચારસંશોધન યોગ્યતા, ખ્યાલ જ્ઞાન અને સમજણ દ્વારા મગજની શક્તિને વધારો કરે છે.
15. ઈ-સામગ્રીનો ઉપયોગ વિકલાંગ તેમજ સામાજિક પછાત બાળકો તથા વિદ્યાર્થીઓ માટે થઈ શકે છે.
16. ઈ-સામગ્રી શિક્ષકોના કાર્યને ઘટાડી શકે છે
17. ઈ-સામગ્રી વધુ સારી રીતે શીખવા માટે વિદ્યાર્થીઓના મૈત્રીપૂર્ણ અભિગમ તરફ વલણ ધરાવે છે.
18. સમગ્ર વિશ્વમાં ઈન્ટરનેટ પર ઈ-સામગ્રી સરળતાથી એક્સેસ કરી શકાય છે.
19. પેન ડ્રાઈવ, ગૂગલ ડ્રાઈવ, સીડી, વીસીડી વગેરે જેવા સેકન્ડરી મેમરી ડિવાઈસ દ્વારા ઈ-સામગ્રીનો ઉપયોગ સરળતાથી લઈ શકાય છે.
20. પરંપરાગત પુસ્તક પ્રિન્ટિંગ સાથે સરખામણી કરવામાં આવે ત્યારે ઈ-સામગ્રી એ વજનહીન સામગ્રી છે.
21. વજનવાળા પુસ્તકો વહન કરીને વિદ્યાર્થી વધુ વજનથી મુક્તિ અનુભવે છે.
22. ઈ-સામગ્રી એ પેપરલેસ અભિગમ જેવા કુદરતી સ્ત્રોતોના અધોગલિથી ઉત્પાદન માટે પર્યાવરણનો અનુકૂળ અભિગમ ધરાવે છે.
23. વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા વિદ્યાર્થીઓ અને નિષ્ણાતો દ્વારા સામગ્રીના નિષ્ણાતો દ્વારા વિશ્વભરમાં વિચારોની આપ-લે દ્વારા ઈ-સામગ્રીને ઉત્તેજિત કરી શકાય છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
 - ii) તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો
- (1) વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જનની મુખ્ય જરૂરીયાત અને મહત્વ ટૂંકમાં જણાવો.

2.4 વિજાણુ સામગ્રી વિકાસના તબક્કાઓ (Steps of E-content Development)

ઈ-સામગ્રી વિકાસમાં છ તબક્કાઓનો સમાવેશ થાય છે જે આ પ્રમાણે છે :

1. વિશ્લેષણ,
2. ડિઝાઈન,
3. વિકાસ
4. પરીક્ષણ,
5. અમલીકરણ
6. મૂલ્યાંકન

1. વિશ્લેષણનો તબક્કો :

આ તબક્કો સૌથી મહત્વપૂર્ણ છે. આ તબક્કાની જવાબદારીની ગણતરી વિષયના નિષ્ણાતોના મંતવ્યો, લક્ષ્ય પ્રેક્ષકો (target audience), ઉદ્દેશ્યો અને તેના લક્ષ્યો દ્વારા કરવામાં આવે છે. આ તબક્કે, આપણે પ્રેક્ષકો અને તેમની કુશળતા, ઈ-સામગ્રીનું બજેટ, વિતરણપદ્ધતિઓ અને તેની નિયંત્રણ સાથે તેની મર્યાદાઓ જાણવાની જરૂર છે.

2. ડિઝાઈનનો તબક્કો :

આ તબક્કામાં લર્નિંગ સોલ્યુશનની સંપૂર્ણ ડિઝાઈનનો સમાવેશ થાય છે. તે ઈ-સામગ્રીની તૈયારીનું આયોજન કરવામાં મદદ કરે છે. આ તબક્કે, આપણે આયોજન, સંબંધિત સોફ્ટવેરનો ઉપયોગ જાણવો જોઈએ; આવશ્યક કુશળતા; પાઠો, ચિત્રો, વિડિયો અને યોગ્ય એનિમેશન જેવા વિષયોની સર્જનાત્મક અને નવીન ક્રિયાપ્રતિક્રિયાઓ વગેરે.

3. વિકાસનો તબક્કો :

આ તબક્કો ઈ-સામગ્રી ડિઝાઈનના વાસ્તવિક ઉત્પાદનની ચિંતા કરે છે. તે ટેક્સ્ટ, ઓડીયો, વિડિયો એનિમેશન, સંદર્ભો, બ્લોગ્સ, લિંક્સ અને MCQs (બહુવિધ પસંદગીના પ્રશ્નો)ને અમુક પ્રોગ્રામિંગ સુવિધાઓ જેમ કે હોમ, એક્ઝિટ, નેક્સ્ટ વગેરે સાથે મિશ્ર કરીને ઈ-સામગ્રી બનાવવામાં મદદ કરે છે.

4. પરીક્ષણનો તબક્કો :

આ તબક્કો વાસ્તવિક શૈક્ષણિક ક્ષેત્રમાં ઈ-સામગ્રીનું સંચાલન કરવામાં મદદ કરે છે. આ તબક્કે, આપણે જોડણીની ભૂલો, સામગ્રીની ભૂલો, છબીની સ્પષ્ટતા, સંબંધિત વિડિઓઝ, યોગ્ય ઓડિઓ, એનિમેશન સમય અને હાઈપરલિંકની તપાસ કરવી જોઈએ.

5. અમલીકરણનો તબક્કો :

આ તબક્કો લક્ષ્ય પ્રેક્ષકો/ શ્રોતાઓને ઈ-સામગ્રીનું સંચાલન કરવામાં મદદ કરે છે. આ તબક્કો સમજાવે છે કે તેને કેવી રીતે ઈન્સ્ટોલ કરવું અને તેનો ઉપયોગ કરવો અને ઈ સામગ્રીનો ઉપયોગ કરતી વખતે તેમની મુશ્કેલીઓનો અનુભવ કરવો તે ઉત્પાદનની ચોકસાઈ અને ગુણવત્તાની જાળવણીને તપાસે છે.

6. મૂલ્યાંકન તબક્કો :

આ તબક્કો ઈ-સામગ્રી અને તેની અસરકારકતાને સંતોષવામાં મદદ કરે છે. આ તબક્કો શીખનારાઓ અને પ્રશિક્ષકો બંનેના પ્રતિસાદને ધ્યાનમાં લે છે. પ્રતિસાદની પ્રતિક્રિયાઓ બાદ, ઈ-સામગ્રીની અસરકારક ડિલિવરી માટે ઈ-સામગ્રીને પોસ્ટ-પ્રોડક્શન તરીકે ફરીથી ડિઝાઇન કરવામાં આવે છે.

2.5 વિજ્ઞાણ સામગ્રી મોડ્યુલ (e-Content Module)

ઈ-સામગ્રી મોડ્યુલમાં નીચેના ઘટકો સામેલ હોય છે:

Home

- a. Objectives
- b. Subject Mapping
- c. Summary
- d. Text
 - 1. Case studies
 - 2. FAQ's
- e. Video and audio
- f. Assignments
 - 1. Quiz
 - 2. Tutorial
- g. References
 - 1. Glossary
 - 2. Links
- h. Download
- i. Contact

● ઈ-કન્ટેન્ટ મોડ્યુલના ચાર ચતુર્થાંશ :

(1) ચતુર્થાંશ-I (ઈ-ટેક્સ્ટ) :

ઈ-ટેક્સ્ટમાં .rtf/.doc/.odt ફોર્મેટમાં મોડ્યુલના વિષય પર વિગતવાર લખાણ સાથે ઓછામાં ઓછા 8 પૃષ્ઠો અથવા ઓછામાં ઓછા 3000 શબ્દો હોવા જોઈએ. વિષયના વર્ણનને સ્પષ્ટ કરવા માટે શબ્દો/ પૃષ્ઠોની સંખ્યા પૂરતી હોવી જોઈએ જેથી સ્વતંત્ર શીખવાનું પણ શક્ય બને. ભાષા ખૂબ જ સરળ હોવી જોઈએ અને વિષયને વ્યવસ્થિત અને તાર્કિક રીતે રજૂ કરવો જોઈએ.

મોડ્યુલમાં નીચેના ઘટકો હોવા જોઈએ:

- જવાબોની સ્વ-ચકાસણી
- રોજિંદા જીવનના ઉદાહરણો અને એપ્લિકેશન, જો લાગુ પડતા હોય તો
- ચિત્રો (છબીઓ, નકશા, ગ્રાફિક્સ 2D અને 3D)
- જ્યાં જરૂર હોય ત્યાં યોગ્ય લિંક (URL) આપવી

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

- નવીનતમ વિકાસ અને વલણો
- સારાંશ

ટેક્સ્ટ કે લખાણનું વર્ણન મલ્ટીમીડિયા પૂર્તિ સાથે પણ સમૃદ્ધ હોવું જોઈએ, મલ્ટીમીડિયા પૂર્તિમાં એવી છબીઓ શામેલ હોવી જોઈએ કે જેના માટેનું રિઝોલ્યુશન લગભગ 600 dpi (dots per image) હોવું જોઈએ, એનિમેશન, ગ્રાફિક્સ, વિડિયો અથવા ઓડિયો ક્લિપ્સ, લાઈન ડ્રોઈંગ્સ, હેન્ડ ડ્રોઈંગ્સ. સ્વ ચકાસણી એક્સરસાઈઝમાં શીખનારાઓને પ્રશ્નો સાથે જવાબો આપવામાં આવે છે જેમાં તેઓ કેવી રીતે પ્રેક્ટિસ કરી રહ્યા છે. તેનું મૂલ્યાંકન કરવાની મંજૂરી આપે છે. તેમને સ્વ-ગ્રેડીંગ સાથે ઓનલાઈન કરવાથી તાત્કાલિક પ્રતિસાદ પ્રાપ્ત થાય છે. સ્વ-તપાસની એક્સરસાઈઝ ટેક્સ્ટના મુખ્ય ભાગમાં બાંધવામાં આવે છે. રોજિંદા જીવનની અરજીઓ, જો લાગુ પડતી હોય તો, સામેલ કરવી જોઈએ. દરેક વિષય અથવા સબટોપિક માટે, જો જરૂરી હોયતો. સામગ્રી લેખકે મોડ્યુલને સમજાવવા માટે ઉદાહરણોનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ. સારાંશ શીખનારને મોડ્યુલની ઝડપથી સમીક્ષા કરવામાં મદદ કરશે.

ટેક્સ્ટ ફોર્મેટ : ટેક્સ્ટને વિભાગો, પેટાવિભાગો અને જ્યાં જરૂરી હોય ત્યાં પેટા-પેટા વિભાગોમાં વિભાજિત કરી શકાય છે.

- (a) ફોન્ટ્સ: ‘ટાઈમ્સ ન્યૂ રોમન’ અથવા ‘એરિયલ’ ફોન્ટ (કદ 11) નો ઉપયોગ કરીને ટેક્સ્ટને ફોર્મેટ કરો. સિંગલ લાઈન સ્પેસિંગ સાથે ટેક્સ્ટમાં એક્સમાન ફોન્ટ સાઈઝ અને સ્ટાઈલ જાળવી રાખો. મોડ્યુલને ક્રમિક પૃષ્ઠ નંબરો સોંપો.
- (b) ફોર્મેટિંગ વિભાગો, પેટા-વિભાગો અને પેટા-પેટા વિભાગો : પ્રથમ વિભાગમાં સંબંધિત કાર્યના સંક્ષિપ્ત સંદર્ભો સાથે, કાર્યનો ઉદ્દેશ્ય, તેનો અવકાશ અને અહેવાલ કરાયેલ મુખ્ય એડવાન્સિસ સ્પષ્ટપણે જણાવવી જોઈએ.
- (c) શૈલી, અંતર અને ક્રમાંકન: નંબરિંગ માટે પસંદગીનું ફોર્મેટ વિભાગો 1., 2., 3., ટાઈમ્સ ન્યૂ રોમન બોલ્ડમાં, પેટાવિભાગને 2.1., 2.2., 2.3., ... ટાઈમ્સ ન્યૂ રોમન ઇટાલિક્સમાં અને પેટા-પેટાવિભાગને 2.3.1., 2.3.2., ટાઈમ્સ ન્યૂ રોમન ઇટાલિક્સમાં ક્રમાંકિત કરવા જોઈએ.

(2) ચતુર્થાંશ-II (સ્વ-શિક્ષણ - ઓડિયો/વિડિયો)

વિષયને સમજાવવા માટે વિડિયો દ્વારા સામગ્રીનું વિતરણ એ ઈ-સામગ્રીના દરેક મોડ્યુલનું આવશ્યક ઘટક છે. તેમાં મલ્ટીમીડિયા, એનિમેશન, ઓક્યુમેન્ટરી, સિમ્યુલેશન, વર્ચ્યુઅલ લેબ વગેરેનો સમાવેશ થઈ શકે છે. વિડિયો સ્પોકન ટ્યુટોરીયલ જેવો ન હોવો જોઈએ (પ્રેઝન્ટેશન સ્લાઈડ્સમાં લખાણનો ઓડિયો વર્ણન વોઈસ ઓવર), સ્પષ્ટ દ્રશ્ય વર્ણન તેમજ ટેક્સ્ટ જરૂરી છે. પ્રશિક્ષણ પ્રદર્શન, ઉદાહરણોનું ચિત્રણ, કેસ સ્ટડી, ઓક્યુમેન્ટરી વગેરે જ્યાં પણ લાગુ પડે અથવા શક્ય હોય ત્યાં ઉમેરવું જોઈએ. શક્ય છે કે કન્ટેન્ટ રાઈટર/ડોમેન એક્સપર્ટ મલ્ટીમીડિયા/ગ્રાફિક્સ બનાવવાની કળાથી સંપૂર્ણ રીતે પરિચિત ન હોય આવા કિસ્સાઓમાં, સામગ્રી લેખકે સ્ટોરી બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને તેની / તેણીની મલ્ટીમીડિયા આવશ્યકતાઓનું વર્ણન કરવું જોઈએ. વિડિયોનો સમયગાળો 30 મિનિટનો હોવો જોઈએ. વિડિયો ટ્યુટોરીયલ મોડ્યુલનો વિષય સમજાવે છે. તે સામગ્રી લેખક / નિષ્ણાત દ્વારા શરૂ થવી જોઈએ. સામાન્ય રીતે, 25% કરતા ઓછો સમયમાં લેખક / નિષ્ણાત વિડિયોમાં દેખાઈ શકે છે. બાકીનો સમય જેમાં વિભાગો અથવા પેટા-વિભાગો વચ્ચે અથવા ગ્રાફિક્સ,

વિજ્ઞાપકીય સામગ્રી ઉત્પાદન

એનિમેશન, PPT અને અન્ય સંબંધિત વિઝ્યુઅલના પ્રદર્શન દરમિયાન વિડિયો સમયરેખા લેખક/નિષ્ણાતનો અવાજ લઈ શકે છે. જે નિષ્ણાત/લેખકનો વીડિયો રેકૉર્ડ કરવામાં આવી રહ્યો છે તેણે સીધા લેન્સમાં જોવું જોઈએ અને કેમેરા સામે વાત કરવી જોઈએ. વિડિયોનું ફોર્મેટ MPEG4 હોવું આવશ્યક છે. ટેમ્પલેટમાં સમાવિષ્ટ કરવા માટે વિડિયોની ગુણવત્તા 720x576 (પિક્સેલ), 25 (ફ્રેમ/સેકન્ડ), 450 (TVL રિઝોલ્યુશન), 450 Mbps હોવી જોઈએ.

ઓડિયો સ્પષ્ટ અને શ્રેષ્ઠ ગુણવત્તાનો હોવો જોઈએ, ખાતરી કરો કે ત્યાં બેકગ્રાઉન્ડમાં કોઈ વિચલિત અવાજતો નથી. વપરાયેલ સાધન વ્યાવસાયિક હોવું જોઈએ.

પ્રસ્તુતિ : પ્રસ્તુતિ વિડિયોનો એક ભાગ હોઈ શકે છે. પ્રસ્તુતિ માટેનું ફોર્મેટ PPT (પાવરપોઈન્ટ પ્રેઝન્ટેશન પ્રોગ્રામ) હોય છે અને પ્રસ્તુતિની તૈયારી દરમિયાન :

- ટેક્સ્ટના લાંબા બ્લોકનો ઉપયોગ કરવાનું ટાળો.
- પસંદગીના બુલેટ પોઈન્ટનો ઉપયોગ કરો.
- Arial, Verdana, Helvetica અથવા Myriad pro વગેરે જેવા ફોન્ટ્સનો ઉપયોગ કરો.
- સ્પષ્ટ જોઈ શકાય તે માટે ફોન્ટની સાઈઝ 20 કરતાં ઓછી નહીં વાપરો.
- શક્ય તેટલું યોગ્ય રીતે ગ્રાફિક્સ અને છબીઓ ઉમેરો,

(3) ચતુર્થાંશ-III (વધુ જાણો/વેબ સંસાધનો/પૂરક સામગ્રી) :

વધુ જાણો ચતુર્થાંશમાં સંબંધિત મોડ્યુલોની પૂરક સામગ્રી વિવિધ સ્વરૂપોમાં જોવા મળે છે. આ વિવિધ સ્વરૂપો નીચે મુજબ હોઈ શકે છે :

- (i) પુસ્તકો, લેખો, સંશોધન પત્રો, જર્નલ્સ, કેસ સ્ટડી વગેરે.
- (ii) વધુ વાંચન માટેની વેબ સાઈટ્સની લિંક્સ, વિકીપીડિયાલિંક્સ, ઓપન સોર્સ સામગ્રી વગેરે.
- (iii) શબ્દાવલિ.

(4) ચતુર્થાંશ-IV - (સ્વ-મૂલ્યાંકન) :

સ્વ-મૂલ્યાંકન માટે, સામગ્રી લેખક / નિષ્ણાતે નીચેનામાંથી એક અથવા વધુ ફોર્મેટમાં દરેક મોડ્યુલ માટે ઓછામાં ઓછા 10-15 પ્રશ્નો પ્રદાન કરવા જોઈએ.

- (i) જવાબ સાથે બહુવિધ પસંદગીના પ્રશ્નો
- (ii) સાચા અને ખોટા નિવેદનો

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- (i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- (ii) તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો.

(2) ઈ-સામગ્રી મોડ્યુલમાં મુખ્ય ઘટકો જણાવો.

2.6 વિજ્ઞાણ સામગ્રી મોડ્યુલના વિકાસમાં પ્રક્રિયા, પગલાં, ભૂમિકા અને જવાબદારીઓ :

ઈ-સામગ્રીના મોડ્યુલ વિકાસમાં જે પ્રક્રિયા તેમજ તેમાં સંકળાયેલા તમામ વિષય સંયોજકથી માંડીને CEC ટીમના દરેક સભ્યોની ટીમની ભૂમિકા અને જવાબદારીઓ આ પ્રમાણે છે.

1. વિષય સંયોજક

- (a) 3 વર્ષના UG અભ્યાસક્રમ માટે UGC મોડલ અભ્યાસક્રમ અપનાવવો.
- (b) વિષયનું મેપિંગ - પેપર્સ/વિષયો/મોડ્યુલ્સ પર વિહંગાવલોકન (વિષય દીઠ સરેરાશ 300 મોડ્યુલો)
- (c) વિષય નિષ્ણાતોની ઓળખ અને પેપર્સ/વિષયો/મોડ્યુલ્સની ફાળવણી
- (d) વિષય નિષ્ણાત દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવેલ શૈક્ષણિક સ્ક્રિપ્ટની ચકાસણી.
- (e) મોડ્યુલોની સમીક્ષા, સોંપેલ મોડ્યુલોને પૂર્ણ કરવા માટે વિષય નિષ્ણાત સાથે સંકલન.

2. વિષય નિષ્ણાતો

- (a) ઓરિએન્ટેશન વર્કશોપમાં ભાગ લેવો
- (b) વિષય સંયોજક સાથે પરામર્શમાં પેપર્સ/વિષયો/મોડ્યુલ્સનું અંતિમીકરણ
- (c) ઈ-સામગ્રી ઉત્પાદન માટે સૂચનાત્મક ડિઝાઇન અને વ્યૂહરચનાઓની તૈયારી,
- (d) ઈ-ટેમ્પલેટના અન્ય ઘટકો જેમ કે મોડ્યુલ મેપિંગ, ઉદ્દેશ્યો, સારાંશ, ડાઉનલોડ કરવા યોગ્ય ટેક્સ્ટ, કેસ સ્ટડીઝ, વારંવાર પુછવામાં આવતા પ્રશ્ન (FAQ), અસાઈનમેન્ટ્સ, કિવઝ, ટ્યુટોરીયલ, સંદર્ભો, શબ્દાવલિ, વેબ સંદર્ભો વગેરે સાથે મોડ્યુલ મુજબની શૈક્ષણિક સ્ક્રિપ્ટ પ્રદાન કરવી.
- (e) ઓન કેમેરા પ્રેઝન્ટેશન (ઓડિયો વિડિયો રેકોર્ડિંગ),
- (f) મોડ્યુલ્સના પૂર્વાવલોકન માટે ટીમના સભ્ય બનવું

3. નિર્માતા/ઉત્પાદન સહાયક

- (a) ઉત્પાદનના વિવિધ પાસાઓ અંગે વિષય નિષ્ણાતોને સંક્ષિપ્તમાં જણાવવું.
- (b) વિષય સંયોજકો દ્વારા ચકાસણી કર્યા પછી વિષય નિષ્ણાતો દ્વારા પ્રદાન કરાયેલ શૈક્ષણિક સ્ક્રિપ્ટ્સનું ઓડિઓ/વિડિયો ફોર્મેટ વિકસાવવું.
- (c) વિષયની જરૂરિયાત મુજબ એનિમેશન, ગ્રાફિક્સ, ટેક્સ્ટ સ્લાઈડ્સ અને ચાર્ટ્સ જેવા ચિત્રોનો સમાવેશ કરવો.

- (d) ઓડિયો/વિડિયો રેકોર્ડિંગ,
- (e) વિડિયો એડિટિંગ સાથે પ્રોગ્રામમાં નિપુણતા.
- (a) PDR અને ગુણવત્તા ચકાસવી.
- (b) CEC નિષ્ણાત/પૂર્વાવલોકન ટીમ દ્વારા સૂચવ્યા મુજબ સુધારો કરવો.
4. સ્ટુડિયો ઓપરેશન ટીમ :
 - (a) વિડિયો પ્રોગ્રામનું સ્ટુડિયો રેકોર્ડિંગ કરવું.
 - (b) કેમેરામેન - લાઈટિંગ અને કેમેરા ઓપરેશન,
 - (c) ટેકનિકલ આસિસ્ટન્ટ રેકોર્ડિંગ દરમિયાન વિડિયો સ્વિચિંગ, ઓડિયો મિક્સિંગ, સ્ટુડિયો સજ્જતા અને ટેકનિકલ સપોર્ટ.
 - (d) ટેકનિશિયન - લાઈટિંગ, ટેકનિકલ સપોર્ટ, ઓડિયો/વિડિયો રેકોર્ડિંગ વગેરે,
5. એનિમેશન/ગ્રાફિક્સ કલાકાર :
 - (a) નિર્માતા દ્વારા આવશ્યકતા મુજબ 2D/3D એનિમેશન, ગ્રાફિક્સ, બાર, ચાર્ટની તૈયારી,
 - (b) વિષય નિષ્ણાત દ્વારા પ્રદાન કરવામાં આવેલ મોડેલ્સ, ચિત્રો, ગ્રાફ, ચાર્ટ, નકશા અને અન્ય ઘટકોનું રિજીટાઈઝેશન.
6. સંપાદકો :
 - (a) સામગ્રીની જરૂરિયાત મુજબ યોગ્ય વિઝ્યુલાઈઝેશન સાથે વિડિયો પ્રોગ્રામનું સંપાદન કરવું.
 - (b) વિડિયો પ્રોગ્રામનું ડાઉન કન્વર્ઝન 50/25 Mbps થી 250-450 kbps અને ઈ-સામગ્રીના 5-7 મિનિટના છુટા ભાગો કરી દેવા.
7. સહાયક કમ્પ્યુટર પ્રોગ્રામર (ફ્લેશ એકીકરણ) :
 - (a) ઈકન્ટેન્ટ ટેમ્પલેટના વિવિધ ઘટકોનું પ્રોજેક્ટ આધારિત એકીકરણ.
 - (b) સુસંગતતા માટે બહુવિધ પ્લેટફોર્મ્સ પર માન્યતા.
 - (c) DVD/હાર્ડ ડિસ્ક પર રેકોર્ડિંગ,
8. ગુણવત્તા ખાતરી ટીમ :

સભ્યો:

મીડિયા સેન્ટરના નિર્માતા નિર્દેશક, સંયોજક, વિષય કાર્ય, સામગ્રી વિકાસકર્તા સિવાય એક વિષય નિષ્ણાત.

જવાબદારીઓ :

 - પૂર્વાવલોકન, ગુણવત્તા ખાતરી અને પ્રમાણપત્ર.
 - ઈ-કન્ટેન્ટ મોડ્યુલનું સીઈસીમાં ટ્રાન્સફર.
9. Consortium for Educational Communication (CEC) ટીમ
 - (a) મુખ્ય તપાસનીસ (Principal Investigator- PI) અને Co-PI :
 - પીઆઈ અને કો-પીઆઈ દ્વારા સંકલન અને દેખરેખ

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

- માસિક અને ત્રિમાસિક પ્રગતિ અહેવાલો દ્વારા કાર્યક્રમનું નિરીક્ષણ.
- (b) પુસ્તકાલય :
 - CEC લાઈબ્રેરી દ્વારા પહોંચ્યાની રસીદ
 - મલ્ટીમીડિયા યુનિટ સાથે ઈ-કન્ટેન્ટ ઈટીવી પ્રોગ્રામનું મેટા-ટેગિંગ
- (c) સોફ્ટવેર યુનિટ :
 - વિડિયો ઘટકોનું બીજા તબક્કાનું પૂર્વાવલોકન,
 - CEC ખાતે મામૂલી કરેકશન. જો નકારવામાં આવે તો કોઈપણ મોટા સુધારા પ્રજનન માટે મીડિયા કેન્દ્રો પર પાછા ફરવું.
 - સોફ્ટવેર યુનિટ દ્વારા અંતિમ સ્વીકૃતિ પ્રમાણપત્ર અને માન્યતા.
- (d) મલ્ટીમીડિયા :
 - ઈ-કન્ટેન્ટ ઈટીવી પ્રોગ્રામનું મેટા-ટેગિંગ
 - વેબ પોર્ટલ પર અપલોડ કરવું.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- (i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
 - (ii) તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો
- (3) વિષય નિષ્ણાતની આગેવાની હેઠળની ટીમની ભૂમિકાઓ/ જવાબદારીઓ જણાવો.

2.7 વિજ્ઞાણ સામગ્રી સર્જનના ધોરણો (Standard of e-content creation)

ઓડિયો ધોરણો :

વિડિયોના ત્રણ પ્રકાર છે - વર્ણનાત્મક અથવા વોઈસ-ઓવર (VO), મ્યુઝિક-સ્પીચ (M) અને સાઉન્ડ ઇફેક્ટ્સ (SFX). ઉપયોગમાં લેવાતા ઓડિયોના પ્રકારો સ્પષ્ટ કરો. જરૂરી સંગીત અને સાઉન્ડ ઇફેક્ટના પ્રકારનો ઉલ્લેખ કરવો. જો વોઈસ ઓવરનો ઉપયોગ કરવો હોય તો વોઈસની સ્ક્રિપ્ટ તૈયાર કરવી અને તેને મોડ્યુલ પર લખવી અને નોંધ મૂકવી કે લખાણના ભાગ ઓડિયો તરીકે વિતરિત કરવામાં આવશે.

- (i) વોઈસ ઓવર ટેક્સ્ટ, વિડિયો એનિમેશન અથવા ગ્રાફિક સાથે સમન્વય થવો જોઈએ.
- (ii) વપરાયેલ વોઈસ ઓવર ભાગ ભજવેલ પાત્રની લિંગ અને ઉંમર અનુસાર યોગ્ય હોવો જોઈએ.
- (iii) વપરાતી અવાજની પ્રતિભા શીખવાની વસ્તુમાં દેખાતા પાત્રો માટે યોગ્ય હોવી જોઈએ.
- (iv) ઓડિયોનું વોલ્યુમ, ટોન શીખવાની વસ્તુની બહાર સુસંગત અને સ્પષ્ટ હોવા જોઈએ.
- (v) ઉચ્ચાર સાચો હોવો જોઈએ અને સ્વર પણ સ્પષ્ટ અને તટસ્થ વંશીય ઉચ્ચાર સાથે હોવો જોઈએ.

- (vi) વપરાયેલી ભાષા ભાષાકીય રીતે સાચી, વિષયસાથે સુસંગત અને લક્ષ્ય જૂથ માટે યોગ્ય હોવી જોઈએ.
- (vii) પ્રમાણભૂત બ્રિટિશ અંગ્રેજીનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ.
- (viii) બેકગ્રાઉન્ડમાં વપરાયેલ સંગીત કોપી રાઈટ એક્ટનું પાલન કરતું હોવું જોઈએ.
- (ix) ધ્વનિની અસરો સામગ્રી સાથે સુસંગત હોવી જોઈએ.
- (x) ઓડિયોનું કોઈ ઓવરલેપિંગ ના થવું જોઈએ.
- (xi) જ્યાં શક્ય અને યોગ્ય હોય ત્યાં ટૂંકા વાક્યોનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ.
- (xii) વોઈસ-ઓવરથી માત્ર તે જ જણાવવું જોઈએ જે સંબંધિત છે.
- (xiii) ટૂંકી અને સરળ ઓડિયો સ્ક્રિપ્ટનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ.

વિડિયો ધોરણો :

વિડિયો સામગ્રીમાં સંક્ષિપ્ત વર્ણન શામેલ કરવાનું છે. વિડિયો નીચેના ધોરણોનો હોવો જોઈએ

- (i) સમયગાળો : 25 - 30 મિનિટ
- (ii) ફોર્મેટ : CCIR, PAL-B, 720 x 576 પિક્સેલ્સ
- (iii) ઉચ્ચ રિઝોલ્યુશન ફાઈલો @ 25 Mbps
- (iv) MP4 ફાઈલ ફોર્મેટ પર 500 kbps પર સંકુચિત એવી ઓછી રિઝોલ્યુશન ફાઈલો

છબી/ગ્રાફિક્સ (2D અને 3D) ધોરણો

સામગ્રી લેખક હાથથી દોરેલી છબી અથવા વેબ પર સાર્વજનિક રૂપે ઉપલબ્ધ છબીનો સંદર્ભ પ્રદાન કરી શકે છે જેને સંશોધિત કરવાની જરૂર છે. અન્યથા તે/તેણી આઉટ-સોર્સિંગ સેવાઓ દ્વારા વિકસાવવામાં આવનાર છબીનું સંક્ષિપ્ત વર્ણન પણ આપી શકે છે.

- (i) ગ્રાફિક્સ તાર્કિક હોવા જોઈએ અને વાસ્તવિક જીવનની પરિસ્થિતિઓ સાથે વિરોધાભાસીન હોવા જોઈએ.
- (ii) ગ્રાફિક્સથી શિખવામાં વધારો અને તેને સમર્થન આપવું જોઈએ.
- (iii) મુખ્ય માહિતી પ્રકાશિત કરવા માટે ગ્રાફિક્સ અથવા એનીમેશનનો ઉપયોગ કરી શકાય છે.
- (iv) ગ્રાફિક્સ અથવા એનીમેશન (લિંગવંશીયતા, ધર્મ, વગેરે)માં પૂર્વગ્રહ ટાળવા જોઈએ.
- (v) આકૃતિ ગ્રાફિક્સમાં લીટીઓ સીધી, સુઘડ હોવી જોઈએ અને જાડાઈની પસંદગી ગ્રાફિક માટે યોગ્ય હોવી જોઈએ.
- (vi) ડાયાગ્રામ વાસ્તવિક કદના પ્રમાણમાં હોવા જોઈએ.
- (vii) લેબલ્સ :

તમામ આકૃતિઓ સરસ રીતે લેબલવાળી હોવી જોઈએ.

- ડેશ લાઈન્સ, જ્યારે વપરાય છે, ત્યારે સંબંધિત બિંદુઓ સાથે છેદે છે તેવા ડેશ સાથે શરૂ અને સમાપ્ત થવી જોઈએ.

છબીઓ માટે ફોર્મેટ (ગ્રાફિક્સ) :

- (i) ઉચ્ચ ગુણવત્તા આઉટપુટ મેળવવા માટે, ઈમેજ રિઝોલ્યુશન વાસ્તવિક ફિનિશ સાઈઝ પર 600 dpi હોવું જોઈએ. છબીઓને એમ્બેડ કરવાની ખાતરી કરો અથવા લિંક કરેલી છબી ફાઈલો સપ્લાય કરો.

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

- (ii) ચિત્રો/આકૃતિગ્રાફિક/નકશો/કોષ્ટકને લખાણમાં તેમના અનુક્રમ પ્રમાણે નંબર આપો.
- (iii) દરેક આકૃતિને અલગ ફાઈલ તરીકે સબમીટ કરો.
- (iv) આકૃતિનંબરો અને ઉપયોગમાં લેવાતા ફોર્મેટના સંદર્ભમાં સ્રોત ફાઈલોની સરળ ઓળખ માટે, ખાતરી કરો કે ફાઈલના નામમાં આકૃતિનંબર તેમજ ફોર્મેટનો પ્રકાર હોવો જોઈએ, ઉદાહરણ તરીકે :
 - (v) ફાઈલનું નામ
 - Fig1, TIFF એટલે કે TIFF ફોર્મેટમાં આકૃતિ-1
 - Fig.2. EPS એટલે EPS ફોર્મેટમાં આકૃતિ-2
- (vi) ચિત્રોને અલગથી શીર્ષક આપો. શીર્ષકમાં સંક્ષિપ્ત શીર્ષક (આકૃતિ પર નહીં) અને ચિત્રનું વર્ણન હોવું જોઈએ.
- (vii) ચિત્રોમાં લખાણને ન્યૂનતમ રાખો પરંતુ ઉપયોગમાં લેવાતા તમામ ચિન્હો અને સંક્ષિપ્ત શબ્દો સમજાવો.
- (viii) આકૃતિ શીર્ષક મુખ્ય ટેક્સ્ટના સંદર્ભ વિના સમજી શકાય તેવા હોવા જોઈએ.
- (ix) આકૃતિને કન્વર્ટ કરો અથવા નીચેના ફોર્મેટમાં ઇમેજ ફાઈલ તરીકે સાચવો: EPS : વેક્ટર ડ્રોઈંગ, ફોન્ટ એમ્બેડ કરો અથવા ટેક્સ્ટને ‘ગ્રાફિક્સ’ તરીકે સાચવો.
 - TIFF : રંગ અથવા ગ્રેસ્કેલ ફોટોગ્રાફ્સ (હાફટોન) : હંમેશા ઓછામાં ઓછા 300 dpiનો ઉપયોગ કરવો.
 - TIFF : બીટમેપ્સ લાઈન ડ્રોઈંગ્સ: ઓછામાં ઓછા 1000 dpi નો ઉપયોગ કરવો.
 - TIFF : સંયોજનો બીટમેપ્સ લાઈન/અર્ધ-ટોન (રંગ અથવા ગ્રેસ્કેલ) ઓછામાં ઓછું 500 dpi જરૂરી છે.

એનિમેશન 2D અને 3D ધોરણો

મોડ્યુલમાં એનિમેશનના સ્વભાવ અને હેતુને ચોક્કસ હલનચલન (ફેડ ઇન, ફેડ આઉટ, ઝૂમ ઇન, ઝૂમ આઉટ વગેરે) સાથે સમજાવો અથવા પ્રક્રિયાનું વર્ણન કરતા ફ્લો ચાર્ટ દર્શાવો. ઉદાહરણ : ઘટી રહેલા પાણી સાથે ડેમના હાઈડ્રોઇલેક્ટ્રીસીટી ચિત્રનું નિર્માણમાં મૂવિંગ ટર્બાઇન, વીજ ઉત્પાદનને પ્રતિબિંબિત કરતી તરંગો, વીજળી ટાવર, ગ્લોઈંગ બલ્બ વગેરે.

- (i) વપરાયેલ એનિમેશન શક્ય તેટલું સરળ વર્ણન કરવું જોઈએ.
- (ii) ઝબકતા લખાણો: ઝબકવાનો રંગ વિરોધાભાસી હોવો જોઈએ.
- (iii) એનિમેશન સામગ્રી સાથે સંબંધિત હોવું જોઈએ અને ચોક્કસ હોવું જોઈએ.
- (iv) એનિમેશનનો ઉપયોગ શિક્ષણને ટેકો આપવા અને વધારવાના હેતુથી થવો જોઈએ.

સિમ્યુલેશન

સિમ્યુલેશન એ સિસ્ટમના સંચાલનનું અનુકરણ છે. પ્રથમ અનુકરણની ક્રિયા માટે જરૂરી છે કે એક મોડેલ વિકસાવવામાં આવે જે પસંદ કરેલ ભૌતિક અથવા અમૂર્ત સિસ્ટમ અથવા પ્રક્રિયાની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ અથવા વર્તનને રજૂ કરે. મોડેલ સિસ્ટમનું જ પ્રતિનિધિત્વ કરે છે, જ્યારે સિમ્યુલેશન સમયાંતરે સિસ્ટમની કામગીરીનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે. સારા સિમ્યુલેશન્સ મહત્તમ સ્તરની ક્રિયા-

પ્રતિક્રિયા પૂરી પાડે છે કારણ કે તે વપરાશકર્તાને ઈનપુટ પરિમાણો બદલીને અને ગ્રાફિકલ રજૂઆતમાં પરિણામ જોઈને ખ્યાલ, પ્રક્રિયા, સંબંધ વગેરેનું અન્વેષણ કરવાની મંજૂરી આપે છે. કમ્પ્યુટર સિમ્યુલેશન એ કમ્પ્યુટર પર વાસ્તવિક જીવન અથવા અનુમાનિત પરિસ્થિતિને મોડેલ કરવાનો પ્રયાસ છે જેથી સિસ્ટમ કેવી રીતે કાર્ય કરે છે તે જોવા માટે તેનો અભ્યાસ કરી શકાય. સિમ્યુલેશનમાં ચલોને બદલીને, સિસ્ટમના વર્તન વિશે આગાહીઓ કરી શકાય છે. તે અભ્યાસ હેઠળની સિસ્ટમની વર્તણૂકની વર્ચ્યુઅલ તપાસ કરવા માટેનું એક સાધન છે.

1. શીખવાની વસ્તુ નીચેના લઘુત્તમ વાતાવરણમાં અસરકારક રીતે ચાલવી જોઈએ.
 - ઈન્ટરનેટ એક્સપ્લોરર 5.5 નેટસ્કેપ 7.0 મોઝિલા 4.0 ફાયરફોક્સ 1.5, સફારી 1.2 અને ઓપેરા 6.
 - Windows 98Se, Macintosh OS x અથવા Linux SUSE 9/Linux Red Hat 9 ઓપરેટિંગસિસ્ટમ.
 - (i) પૃષ્ઠો વચ્ચેની લોડિંગસમય સંપૂર્ણ હોવો જોઈએ.
 - (ii) પ્રોગ્રામિંગ અભિગમ પરિવર્તનશીલ હોવો જોઈએ.

પ્રસ્તુતિના ધોરણો :

- (i) ડિસ્પ્લે માટે રંગો ડિઝાઇન કરતી વખતે, ફોરગ્રાઉન્ડ અને બેકગ્રાઉન્ડ વચ્ચે કોન્ટ્રાસ્ટ હોવો જોઈએ.
- (ii) ટેક્સ્ટ ડિસ્પ્લે
- (iii) ફોન્ટ્સ
 - (a) ટેક્સ્ટ માટે ઉપયોગમાં લેવાતા રંગો સ્ક્રીનની પૃષ્ઠભૂમિ સામે સ્પષ્ટપણે દૃશ્યમાન હોવા જોઈએ.
 - (b) સુસંગત લખાણનું કદ સમગ્ર દરમિયાન જાળવવું જોઈએ.
- (iv) પ્રસ્તુતિ
 - ટેક્સ્ટને તે મુજબ સ્થાન આપવું જોઈએ. અવ્યવસ્થિતતાને ટાળવા માટે સ્ક્રીન પરના ટેક્સ્ટની માત્રા ઓપ્ટિમાઇઝ કરવી જોઈએ.
 - માહિતીના બ્લોક્સને પર્યાપ્ત જગ્યા દ્વારા અલગ કરવા જોઈએ.
 - મહત્વના મુદ્દાઓ પર ભાર મૂકવા માટે માર્જિન, સંરેખણ અને અંતરનો ઉપયોગ કરવો.
 - સ્ક્રીન પર ગડબડ ટાળવા માટે સ્પષ્ટીકરણો/ગણતરીઓ ધરાવતી પોપ-અપ સ્ક્રીન માત્ર માંગના આધારે જ દેખાવી જોઈએ (ઉદાહરણ : “માઉસ ઓવર” યોગ્ય વિસ્તારનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ).

અભ્યાસક્રમ અને શિક્ષણશાસ્ત્રના ધોરણો :

- (i) તમામ સામગ્રી UGC મોડલ અભ્યાસક્રમ ધોરણોને અનુરૂપ હોવો જોઈએ.
- (ii) શીખવાની વસ્તુ (લર્નિંગ ઓબ્જેક્ટ) તેના ઉદ્દેશ્યો. શીખવાના પરિણામો, ઉદ્દેશ્યો, કૌશલ્યો અને મૂલ્યોના સંદર્ભમાં અભ્યાસક્રમને અનુરૂપ છે.

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

- (iii) શીખવાની વસ્તુ જ્ઞાનના સંપાદનને પ્રોત્સાહન આપે છે.
- (iv) લર્નિંગ ઓબ્જેક્ટ સ્વ-ગિત, સ્વ-એક્સેસ અને સ્વ-નિર્દેશિત શિક્ષણની મંજૂરી આપે છે.
- (v) શીખવાની સિદ્ધિ માટે સામગ્રીએ સ્પષ્ટ શીખવાની વ્યૂહરચનાનું પાલન કરવું જોઈએ.
- (vi) સામગ્રી સચોટ, માન્ય, અપ-ટુ-ડેટ અને ભૂલો વિનાની હોવી જોઈએ.
- (vii) શીખવાની વસ્તુ શીખનારને ઉત્તેજિત અને પ્રોત્સાહિત કરવી જોઈએ.

સામગ્રી વિતરિતના ધોરણો :

A. CECને વિતરિત કરવું :

- (i) વિડયોપ્રોગ્રામ્સ (25 - 30 મિનિટ અવધિ)
 - (a) ઓપ્ટિકલ ડિસ્ક પર ઉચ્ચ રિઝોલ્યુશનની ફાઈલો @ 25 mbps.
 - (b) MP4 ફાઈલ ફોર્મેટ પર 500 Kbps પર સંકુચિત ઓછી રિઝોલ્યુશન ફાઈલો
- (ii) ટેમ્પલેટમાં એમ્બેડ કરેલા તમામ ઘટકો સાથેની ઈ-સામગ્રી
- (iii) Learning Object Repositories - LoRs માટે 3 મિનિટનો સમયગાળો
- (iv) મીડિયા કેન્દ્રો પર જાળવવામાં આવશે (MOOC-એમઓઓસી/ઓનલાઈન અભ્યાસક્રમોના વિકાસ માટે અને સામગ્રીના આર્કાઈવ માટે ફાઈલો મીડિયા કેન્દ્રો પર રાખવાની છે.)
- (v) CECને વિતરિત કરવામાં આવેલ તમામ વસ્તુઓની નકલ
- (vi) ટેક્સ્ટ ફાઈલો - ઉદ્દેશ્યો, સારાંશ, ટેક્સ્ટ (કેસ સ્ટડી અને FAQs), અસાઈનમેન્ટ (ક્વિઝ અને ટ્યુટોરિયલ્સ), સંદર્ભ (ગ્લોસરી અને લિંક્સ) વગેરે - MS વર્ડ (.doc/.docx) ફાઈલમાં.
- (vii) ડાઉનલોડ્સ/ઈ-બુક્સ-પીડીએફ ફાઈલ ફોર્મેટ.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- (i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- (ii) તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો.

(4) વિડીયોના ધોરણો જણાવો :

2.6 વિજ્ઞાણ સામગ્રી વિકાસની માર્ગદર્શિકાઓ (Guidelines for Electronic Content Development)

UGC ઈ-કન્ટેન્ટ સ્કીમનો ઉદ્દેશ્ય ઉચ્ચ ગુણવત્તાવાળા ઈ-સામગ્રીનો વિકાસ કરવાનો છે, તેમજ લાંબા ગાળે આવી સામગ્રી પેદા કરવા માટે નિપુણતા છે. આ યોજના ઈ-સામગ્રીના વિકાસ માટે કોલેજો અને યુનિવર્સિટીઓમાં સ્થિત શિક્ષકો અને અન્ય નિષ્ણાતોને નાણાકીય સહાય અને તકનીકી સહાય પૂરી પાડે છે. અહીં વર્ણવેલ ઈ-સામગ્રી વિકાસ અને સંલગ્ન વેબ આધારિત શિક્ષણને પરંપરાગત શિક્ષણ અને શિક્ષણને બદલવાની કોશિશ કરતા નથી, પરંતુ તેમને પૂરક બનાવવાની અપેક્ષા રાખે છે. શિક્ષણમાં ઈ-સામગ્રીનો સમાવેશ હવે અનિવાર્ય છે, અને UGC પહેલ નવા પડકારોને પહોંચી વળવા અને આ નવાં ઉભરતા ક્ષેત્રમાં ભારતને આગેવાની લેવામાં મદદ કરવા માટે રચાયેલ છે. ઈ-સામગ્રી, એકવાર વિકસિત થઈ જાય પછી. UGC ઈન્ફર્મેશન નેટવર્ક (UGC INFONET)ની મિરર સાઈટ્સ પર જાળવવામાં આવશે અને તે કન્સોર્ટિયમ ફોર એજ્યુકેશન કોમ્યુનિકેશન (CEC) વેબસાઈટ પર પણ ઉપલબ્ધ રહેશે. સામગ્રી સમગ્ર દેશમાં ભારતીય યુનિવર્સિટી સિસ્ટમના તમામ શિક્ષકો અને વિદ્યાર્થીઓ માટે સુલભ હશે. આ યોજનાનો ધ્યેય વ્યક્તિગત શિક્ષકો, કોલેજો અને યુનિવર્સિટીઓમાં શિક્ષકોના જૂથો અને સામગ્રી વિકાસ અને મલ્ટીમીડિયા ઉત્પાદનમાં IT ઉદ્યોગના નિષ્ણાતોને ઇલેક્ટ્રોનિક ફોર્મેટમાં શૈક્ષણિક સામગ્રી વિકસાવવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવાનો છે, જે વિવિધ શિક્ષણ અને શીખવાના કાર્યક્રમોમાં ઉપયોગ માટે યોગ્ય છે. આ યોજના તમામ વિષયો અને વિદ્યાશાખાના શિક્ષકો માટે ખુલ્લી છે.

પાત્રતા :

- ઈ-સામગ્રી વિકાસ અને/અથવા
- ઈ-સામગ્રીના પ્રોગ્રામ ડેવલપમેન્ટ માટે નીચેનામાંથી કોઈપણ દ્વારા CECને દરખાસ્ત સબમીટ કરી શકાય છે.
 - અંડરગ્રેજ્યુએટ અથવા પોસ્ટ-ગ્રેજ્યુએટ શિક્ષણનો અનુભવ ધરાવતા કોલોજો અને યુનિવર્સિટીઓ સાથે જોડાયેલા નિવૃત્ત શિક્ષકો સહિત શિક્ષકો.
 - કોલેજ અથવા યુનિવર્સિટી વિભાગો
 - કોલેજ અથવા યુનિવર્સિટી
 - યુનિવર્સિટીઓનું સંઘ
 - વાણિજ્યિક સંસ્થાઓ અથવા પ્રોડક્શન હાઉસ કે જેઓ ઈ-કન્ટેન્ટ, LOR અને વિડિયોના ઉત્પાદનમાં સંબંધિત અનુભવ ધરાવે છે.

અમલીકરણ એજન્સી

શૈક્ષણિક સંચાર માટેનું કન્સોર્ટિયમ, યુજીસીનું ઈન્ટર યુનિવર્સિટી સેન્ટર, (www.cec-ugc.org)એ UGC ઈ-સામગ્રી સ્કીમની અમલીકરણ અને દેખરેખ એજન્સી હશે. CEC ઈ-સામગ્રી વિકાસ માટે ટેકનિકલ વિશિષ્ટતાઓ, ઉત્પાદન ફોર્મેટ, ટેમ્પલેટ અને અન્ય માર્ગદર્શન પણ પ્રદાન કરશે.

વિજ્ઞાણ સામગ્રીના મોડ્યુલ અને સામગ્રીનો સમયગાળો

સામગ્રીનો સમયગાળો વર્ગખંડમાં સામગ્રીની લેવડદેવડ કરશે માટે જરૂરી કલાકોની સંખ્યાના આધારે અંદાજવામાં આવ્યો છે. ઉદાહરણ તરીકે, વર્ગખંડમાં અભ્યાસક્રમ માટે એક કેડિટની જરૂર છે અને કેડિટ 15 કલાકની સમકક્ષ છે. કોર્સની સામગ્રીને 15 કલાકના વર્ગખંડમાં શિક્ષણ તરીકે લેવામાં આવશે. સરેરાશ, UG વિદ્યાર્થીઓએ શૈક્ષણિક વર્ષમાં 6 થી 8 પેપર લેવા પડે છે. તેથી, 3 વર્ષના

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

અભ્યાસ સમયગાળા દરમિયાન વિદ્યાર્થી 18 - 24 પેપર લઈ શકે છે. દરેક પેપરને 20 - 25 પાઠની જરૂર હોય છે. એક પાઠ ભણાવવામાં ત્રણ કલાકનો સમય લાગશે એવું ધારીને, એક પેપર પૂર્ણ કરવા માટે 60 થી 75 કલાકની જરૂર પડશે, વર્ગખંડના અઢી કલાકના લેક્ચરને સામાન્ય રીતે 30 મિનિટના સમયગાળાના ઈ-કન્ટેન્ટ મોડ્યુલ દ્વારા આવરી લેવામાં આવે છે. તેથી, સંપૂર્ણ અભ્યાસક્રમ પૂર્ણ કરવા માટે સરેરાશ 300 મોડ્યુલની જરૂર પડે છે. એ જ રીતે, દરેક મોડ્યુલને લગતા પ્રોગ્રામ ડેવલપર દ્વારા ઉત્પાદિત વિડિઓ પ્રોગ્રામનો સમયગાળો લગભગ 30 મિનિટનો હોવો જોઈએ. પ્રોગ્રામ ડેવલપર દ્વારા ઉત્પાદિત મોડ્યુલોથી સંબંધિત 'લર્નિંગ ઓબ્જેક્ટ રિપોઝીટરી' (LOR)નું ઉત્પાદન અને પીસી અને ઈન્ટરનેટમાં ઉપયોગ માટે 1-2 મિનિટનો સમયગાળો હશે.

પ્રોગ્રામની દેખરેખ : (EMMRC)

ઈ-કન્ટેન્ટ ડેવલપમેન્ટની સમગ્ર પ્રક્રિયાને શિક્ષણવિદો, ટેકનોલોજીસ્ટ અને મીડિયા મેનેજરોના સમર્થનની જરૂર છે. EMMRCની (જે પહેલાથી જ ઈ-કન્ટેન્ટના ઉત્પાદનમાં રોકાયેલ છે) અને સમાન અનુભવ ધરાવતી કોઈપણ અન્ય પ્રોડક્શન એજન્સીઓ ઈ-કન્ટેન્ટના ઉત્પાદનમાં રોકાયેલી રહેશે.

CEC નિયામક એક શૈક્ષણિક સ્થાયી સમિતિની રચના કરશે, જેના શબ્દોમાં, CECના અધિકારીઓ ઉપરાંત, ટેકનિકલ અને ઉત્પાદન નિષ્ણાતોનો પણ સમાવેશ થશે.

CEC સમિતિ દ્વારા શરૂ કરાયેલા દરેક ઈ-કોર્સ માટે કોર્સ કોઓર્ડિનેટર પસંદ કરવા અને તેમાં જોડાવા માટે જવાબદાર રહેશે. શૈક્ષણિક સ્થાયી સમિતિ ત્રણ મહિનામાં એક વાર અથવા જો જરૂરી હોય તો વધુ વખત મળેલી દરખાસ્તોની તપાસ કરવા.

દરેક ઈ-કન્ટેન્ટ કોર્સના વિકાસ માટે પ્રોડક્શન એજન્સી/એજન્સીને જોડવા અને સોંપવામાં આવનાર મોડ્યુલોની સંખ્યાની ભલામણ કરવા. નાણાંકીય પેકેજ ઓફર કરવા માટે બેઠક કરશે. સામગ્રી અને પ્રોગ્રામ ડેવલપમેન્ટ વ્યક્તિઓ/એજન્સી, શું સોંપાયેલ કાર્ય સામગ્રી વિકાસ અથવા પ્રોગ્રામ વિકાસ માટે છે. વગેરે. ઈ-કન્ટેન્ટ ડેવલપમેન્ટ સંબંધિત મુદ્દાઓને લગતા નિર્ણયો લેવા માટે સમિતિ જવાબદાર ટોચની સંસ્થા હશે.

અભ્યાસ સંયોજકો :

શૈક્ષણિક સ્થાયી સમિતિ CEC દ્વારા શરૂ કરાયેલા દરેક ઈ-કોર્સ માટે કોર્સ કોઓર્ડિનેટરને જોડશે. કોર્સ કો-ઓર્ડિનેટરની જવાબદારી હશે.

- એક અભ્યાસક્રમ ફેમ કરો અને સોંપેલ વિષય પર અભ્યાસક્રમમાં સુધારાઓ દાખલ કરો.
- સંખ્યાબંધ વિષય નિષ્ણાત(ઓ) પસંદ કરો અને તેને/તેણીને સોંપેલ વિષય પર સામગ્રી વિકાસ કામ માટેના મોડ્યુલો તેમને સોંપો.
- ખાતરી કરો કે ટેક્સ્ટ, લેક્ચર અને સંપૂર્ણ અભ્યાસક્રમ સામગ્રી CEC ઈ-કન્ટેન્ટ ટેમ્પલેટ મુજબ ઉપલબ્ધ છે.
- ખાતરી કરો કે સમગ્ર અભ્યાસક્રમના તમામ ઈ-કન્ટેન્ટ મોડ્યુલ પ્રોડક્શન એજન્સી/એજન્સી સાથે મળીને બનાવવામાં આવે છે જેને કામ સોંપવામાં આવ્યું છે.
- ઉત્પાદિત કાર્યક્રમોનું પૂર્વાવલોકન કરો અને શૈક્ષણિક રીતે તેની સાચીતાને પ્રમાણિત કરો.
- યોગ્ય ઈ-કન્ટેન્ટ જનરેશન માટે પ્રોગ્રામ ડેવલપર અને CEC સાથે સંકલન કરો.
- સુનિશ્ચિત કરો કે CEC દ્વારા સૂચવવામાં આવેલ સુધારાઓ સામેલ છે.

કોર્સ કોઓર્ડિનેટરને ત્રણ વર્ષના UG કોર્સ માટે રૂ. 3,00,000નું માનદ વેતન વિષય દીઠ ચૂકવવામાં આવશે. જો કે, જો વિષય નિષ્ણાતે સોંપેલ સંપૂર્ણ કોર્સ માટે કાર્ય પૂર્ણ કર્યું નથી, તો બાકીના કામ માટે અન્ય કોર્સ કો-ઓર્ડિનેટર રોકાયેલા રહેશે અને બંને કોર્સ કો-ઓર્ડિનેટર ફાળવેલ કાર્ય અને દરેક દ્વારા પૂર્ણ કરેલ કાર્યના આધારે પ્રમાણસર રકમ ચૂકવવામાં આવશે.

સામગ્રી વિકાસ અને વિષય નિષ્ણાતો :

ઈ-સામગ્રી બનાવવા માટે પ્રસ્તાવિત અભ્યાસક્રમ અંડરગ્રેજ્યુએટ સ્તરના અભ્યાસક્રમો માટે UGC મોડલ અભ્યાસક્રમ મુજબ હશે. જો કે, કોર્સ કો-ઓર્ડિનેટર સાથે પરામર્શ કરી વિષય નિષ્ણાતો દ્વારા તે ચોક્કસ વિષયમાં થયેલા નવીનતમ વિકાસને સમાવિષ્ટ કરવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે. અહીં આશય વિષય પર મૂલ્યવર્ધિત માહિતીને અવકાશ આપવાનો છે.

વિષય નિષ્ણાત(ઓ) નીચેના પાસાઓને સમાવતા દરેક મોડ્યુલ માટે શૈક્ષણિક સામગ્રીનો સંપૂર્ણ ટેક્સ્ટ તૈયાર કરશે અને કોર્સ કો-ઓર્ડિનેટર અથવા પ્રોડક્શન એજન્સીને પ્રિન્ટ ફોર્મ પર અને સોફ્ટ કોપી તરીકે DVD પર ટેક્સ્ટ સબમિટ કરશે :

(a) હોમ (b) ઉદ્દેશ્યો (c) વિષય મેપિંગ (d) સારાંશ (e) ટેક્સ્ટ કેસ સ્ટડીઝ FAQ's (f) વિડિઓ અને ઓડિઓ (g) અસાઈનમેન્ટ્સ, ક્વિઝ, ટ્યુટોરિયલ (h) સંદર્ભો, શબ્દાવલિ, લિંક્સ (i) ડાઉનલોડ કરો (j) બ્લોગ (k) સંપર્ક

વિષય નિષ્ણાતો પોઈન્ટ્સ અને ગ્રાફિક્સ, એનિમેશન અને અન્ય માહિતીને પણ ઓળખશે જે મોડ્યુલમાં સમાવવા માટે જરૂરી છે. જ્યાં સુધી મોડ્યુલનું નિર્માણ અને મંજૂર ન થાય ત્યાં સુધી તે/તેણી/તેઓ શૈક્ષણિક સમર્થન આપવાનું ચાલુ રાખશે.

વિષય નિષ્ણાતોને ઈ-કન્ટેન્ટ ડેવલપમેન્ટના સંખ્યાબંધ મોડ્યુલોની શૈક્ષણિક સામગ્રી બનાવવાની ઓફર કરવામાં આવી શકે છે અને દરેક મોડ્યુલ માટે તેમને/તેણી/તેમને પેકેજ તરીકે, રૂ. 12,000 પ્રતિ માનદ વેતન ચૂકવવામાં આવશે. માત્ર શૈક્ષણિક સામગ્રી પ્રદાન કરવા માટેનું મોડ્યુલ, અથવા શૈક્ષણિક સામગ્રી પ્રદાન કરવા તેમજ કેમેરા પર પ્રસ્તુતકર્તા તરીકે દેખાવા માટે રૂ. 15,000 પ્રતિ મોડ્યુલ. જો કે, જો વિષય નિષ્ણાત પ્રસ્તુતકર્તા તરીકે કામ કરતા ન હોય તો પ્રતિ મોડ્યુલ રૂ. 3,000ની ચૂકવણી સાથે પ્રસ્તુતકર્તાઓની સેવાઓનો લાભ લઈ શકાય છે.

દરેક મોડ્યુલને સફળતાપૂર્વક પૂર્ણ કર્યા પછી CEC દ્વારા આની ચૂકવણી કરવામાં આવશે.

આ ઉપરાંત વિષય નિષ્ણાતે પ્રશ્નોની બેંક બનાવવાની રહેશે અને તેના જવાબો LoRના સ્વરૂપમાં લખવાના રહેશે. આ માટે તેને/તેણીને દરેક મોડ્યુલમાં લગભગ દસ, સંખ્યાબદ્ધ LoR માટે દરેક પ્રશ્નનો જવાબ લખવા માટે રૂ. 100 ચૂકવવામાં આવશે.

પ્રસારિતતા

એ સુનિશ્ચિત કરવું જરૂરી છે કે નીચેના ઉત્પાદનો CEC દ્વારા નિર્દિષ્ટ તકનીકી વિશિષ્ટતાઓ અને ઉત્પાદન ફોર્મેટ મુજબ વિતરિત કરવામાં આવશે :

- (1) પીસી અને ઈન્ટરનેટમાં ઉપયોગ માટે યોગ્ય ઈ-કન્ટેન્ટ મોડ્યુલ્સનું ઉત્પાદન
- (2) ટીવી પ્રસારણમાં ઉપયોગ માટે યોગ્ય વિડીયો પ્રોગ્રામનું ઉત્પાદન
- (3) ઉત્પાદિત મોડ્યુલ અને પીસી અને ઈન્ટરનેટમાં ઉપયોગ માટે સંબંધિત લર્નિંગ ઓબ્જેક્ટ રિપોઝીટરી (LoR)નું ઉત્પાદન. LoR એ મોડ્યુલમાં ઉદ્ભવતા સંખ્યાબંધ પ્રશ્નોના ટૂંકા જવાબ (1-2 મિનિટ) વિડીયો ગ્રાફિક્સ એનિમેશન અને ટેક્સ્ટ પર હોય છે.

2.9 વિજાણુ સામગ્રી સર્જનના પડકારો (Challenges in Electronic content creation)

આભાસી વર્ગખંડ :

ઓનલાઈન અને ઈ-લર્નિંગ બંનેના પાસાઓનો સમાવેશ થાય છે; જે મોટાભાગે વેબ-કેન્દ્રિત છે;

- શીખનારાઓ વર્ગખંડની અંદર કે બહાર હોઈ શકે છે.
- તેઓ મલ્ટીમીડિયા ઉપકરણોનો ઉપયોગ કરે છે.
- શીખનારાઓ, શિક્ષકો, સાથીદારો અને વહીવટદારો વચ્ચે સુમેળ અને અસુમેળ બંને રીતે ઉચ્ચ સ્તરની ક્રિયા પ્રતિ-ક્રિયાઓમાં સક્ષમતા જોવા મળે છે.

ઇલેક્ટ્રોનિકલી આધારીત શીખવું અને શીખવવું.

- કમ્પ્યુટર અને નેટવર્ક દ્વારા કૌશલ્ય અને જ્ઞાનની ફેરબદલીની સક્ષમતા
- વેબ-આધારિત શિક્ષણ
- સામગ્રી ઇન્ટરનેટ, ઇન્ટ્રાનેટ/એક્સ્ટ્રાનેટ, ઓડિયો અથવા વિડિયોટેપ, સેટેલાઈટ ટીવી અને સીડી-રોમ દ્વારા વિતરિત કરવામાં આવે છે.

ઓનલાઈન શિક્ષણ :

દૂરવર્તી શિક્ષણને વધારવા માટે ICTની એપ્લિકેશન;

- ઓપન લર્નિંગને સક્ષમ કરે છે;
- શીખવાની પ્રવૃત્તિઓને વધુ પરિવર્તનશીલ બનાવે છે.
- તે શીખવાની પ્રવૃત્તિઓને ઘણી શીખવાની જગ્યાઓ વચ્ચે વિતરીત કરવા સક્ષમ બનાવે છે.
- પોષણક્ષમતા વધારો કરે છે.

અભિમુખ શિક્ષણની ચર્ચા :

લેક્ચર્સ, લેબોસ્ટરી સેશન્સ ટ્યુટોરિયલ્સ અને ત્યાબાદ હોમવર્ક અસાઈનમેન્ટ્સ, ક્વિઝ, ટર્મ પેપર્સ અને પરીક્ષાઓ અથવા ટેસ્કનો સમાવેશ થાય છે. પ્રક્રિયાના બેચ-મોડ પર પરીક્ષા. આ બધી પ્રક્રિયાઓ વધુને વધુ બિનકાર્યક્ષમ અને ખર્ચાળ બની રહી છે.

2.10 સારાંશ

ભારતીય ઉચ્ચ શિક્ષણની UGC મોટે ભાગે પ્રગતિશીલ, સુમેળભર્યા અને સર્જનાત્મક શિક્ષણ માટે વિદ્યાર્થી મૈત્રીપૂર્ણ અભિગમ અને મનોવૈજ્ઞાનિક અભિગમ સાથે શિક્ષણ પ્રણાલીમાં ફેરફાર કરવા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે. વિદ્યાર્થીઓ એ ભારતના આર્થિક વિકાસનો શ્રેષ્ઠ ભાવિશ્રોત છે. તેથી, આપણું શિક્ષણ આધુનિકીકરણ વિશ્વ સાથે સહયોગ કરે છે. વિદ્યાર્થીઓએ શિક્ષક સિવાય - સામગ્રી ડિલિવરીમાંથી તેમનું જ્ઞાન મેળવવું જોઈએ. ઈ-સામગ્રી વિદ્યાર્થીઓના મનના સ્પષ્ટ વિચારો તેમના વિષયમાં બહાર લાવી શકે છે અને ઈ-સામગ્રી ડિલિવરી દ્વારા સરળ શિક્ષણ શક્ય છે.

2.11 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

- (1) કોઈપણ સમયે, કોઈપણ જગ્યાએ, કોઈપણ બાબતમાં તેમના જ્ઞાનનું મૂલ્યાંકન કરીને જીવનભર વ્યક્તિને શિક્ષણ મળે તે માટે પ્રોત્સાહિત કરવું. ઈ-સામગ્રીનો ઉપયોગ ઔપચારિક અને બિન-ઔપચારિક સંસ્થામાં થઈ શકે છે. ઈ-સામગ્રી બહુવિધ સંચાન ચેનલો જેમ કે ઈ-મેલ, ફોરમ,

ચેટ, બ્લોગ્સ, ટ્વિટર, વેબસાઈટ વગેરે દ્વારા વિતરિત કરી શકાય છે. એન્ડ્રોઈડ મોબાઈલ ફોન દ્વારા પણ ઈ-સામગ્રી પહોંચાડી શકાય છે. ઈ-કન્ટેન્ટનો ઉપયોગ વિકલાંગતા તેમજ સામાજિક પછાત બાળકો તથા વિદ્યાર્થીઓ માટે થઈ શકે છે. જ્યાં સુધી તેઓ આ ખ્યાલને સમજી ન જાય ત્યાં સુધી વિદ્યાર્થીઓ વર્ગખંડમાં અને વર્ગખંડની બહાર ઘણી વખત એક ખ્યાલનું પુનરાવર્તન જોઈ શકે છે.

(2) ઈ-સામગ્રી મોડ્યુલમાં નીચેના ઘટકો સામેલ હોય છે :

Home

- (a) Obejctives
- (b) Subject Mapping
- (c) Summary
- (d) Text
 - (1) Case studies
 - (2) FAQ's
- (e) Video and audio
- (f) Assignments
 - (1) Quiz
 - (2) Tutorial
- (g) References
 - (1) Glossary
 - (2) Links
- (h) Download
- (i) Contact

(3) વિષય નિષ્ણાતની આગેવાની હેઠળની ટીમની નીચેની ભૂમિકાઓ/જવાબદારીઓ હોય છે.

- સુસંગતતા અને જરૂરિયાતનું આયોજન કર્યા પછી કૌશલ્ય અથવા વ્યાવસાયિક તાલીમ માટે અથવા હાલના અભ્યાસક્રમ અનુસાર અભ્યાસક્રમો પ્રસ્તાવિત કરવા.
- વિશ્લેષણ સ્તર (મૂળભૂત / અદ્યતન વગેરે). પ્રવેશ સ્તરની આવશ્યકતાઓ. સમયગાળો, શીખવાના મોડ્યુલોની સંખ્યા અને તેમના મેપિંગને વ્યાખ્યાયિત કરવા.
- દરખાસ્તમાં માપી શકાય તેવા ઉદ્દેશ્યો અને શીખવાના પરિણામો, મૂલ્યાંકન અને મૂલ્યાંકન વ્યૂહરચના, અભ્યાસક્રમની રૂપરેખા વગેરેનો પણ સમાવેશ થવો જોઈએ. સમય મર્યાદામાં ઉત્પાદન હાથ ધરવાનું શક્ય બને તે માટે અભ્યાસક્રમ તૈયાર કરવા અને સંબંધિત પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરવા માટે વિષય નિષ્ણાતની જવાબદારી રહેશે જેથી અભ્યાસક્રમ નિર્ધારિત સમયમાં પહોંચાડી શકાય.
- સામગ્રી અને ઉત્પાદનની ગુણવત્તા સુનિશ્ચિત કરવા માટે શૈક્ષણિક ટીમ ઉત્પાદન પછીની સમીક્ષા કરે તેવી અપેક્ષા છે.
- વિષયના નિષ્ણાતે એ પણ સુનિશ્ચિત કરવું જોઈએ કે સામગ્રી સાહિત્ય ચોરી અને કોપીરાઈટ મુદ્દાઓથી મુક્ત છે. જ્યાં પણ પરવાનગીની આવશ્યકતા હોય, ત્યાં બાહ્ય રીતે પ્રાપ્ત કરેલી સામગ્રીનું પુનઃઉત્પાદન કરો, આવી સામગ્રીનો સમાવેશ થાય તે

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

પહેલાં પરવાનગીઓ મેળવવામાં આવે છે. જ્યાં જરૂરી હોય ત્યાં, ટિપ્પણીઓ અને અવતરણોને બાહ્ય સ્ત્રોત સામગ્રી માટે સ્વીકૃત ફોર્મેટમાં સમાવવામાં આવે છે.

- વિષય નિષ્ણાત / ટીમે શૈક્ષણિક સંયોજકો અથવા પીઅર સમીક્ષા ટીમ CEC દ્વારા નિર્ધારિત કર્યા મુજબ જરૂરી સુધારા પણ કરવા જોઈએ.

(4) વિડિયો સામગ્રીમાં સંક્ષિપ્ત વર્ણન શામેલ કરવાનું છે. વિડિયો નીચેના ધોરણોનો હોવો જોઈએ.

- (i) સમયગાળો : 25 મિનિટ
- (ii) ફોર્મેટ : CCIR, PAL-B, 720 x 576 પિકસેલ્સ
- (iii) ઉચ્ચ રિઝોલ્યુશન ફાઈલો @ 25 Mbps
- (iv) MP4 ફાઈલ ફોર્મેટ પર 500 kbps પર સંકુચિત એવી ઓછી રિઝોલ્યુશન ફાઈલો

1. એકમ અંત પ્રવૃત્તિ :

નીચે આપવામાં આવેલા પ્રશ્નોના જવાબ લખો.

- (1) વિજાણુ સામગ્રી સર્જનના તબક્કાઓ તથા મોડ્યુલ્સની ચર્ચા કરો
- (2) વિજાણુ સામગ્રી સર્જનના વિવિધ ધોરણો સમજાવો.
- (3) વિજાણુ સામગ્રી સર્જન તૈયાર કરવા માટેની માર્ગદર્શિકાઓ સમજાવો.

2.12 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. “E-content” નો અર્થ શું છે?

- | | |
|-------------------------|---|
| A) માત્ર છાપેલ સામગ્રી | B) ડિજિટલ/ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમમાં ઉપલબ્ધ સામગ્રી |
| C) માત્ર વિડિયો સામગ્રી | D) માત્ર પુસ્તકો |

2. E-content development માટે મુખ્ય કેટલા તબક્કા છે?

- | | | | |
|------|------|------|------|
| A) 4 | B) 5 | C) 6 | D) 7 |
|------|------|------|------|

3. નીચેમાંથી કયો તબક્કો E-content development નો પ્રથમ તબક્કો છે?

- | | | | |
|-----------|-------------|------------|--------------|
| A) ડિઝાઇન | B) વિશ્લેષણ | C) અમલીકરણ | D) મૂલ્યાંકન |
|-----------|-------------|------------|--------------|

4. E-content નો એક મુખ્ય લાભ કયો છે?

- | | |
|-----------------------------|---|
| A) માત્ર ક્લાસરૂમમાં ઉપયોગી | B) કોઈપણ સમયે અને જગ્યાએ શીખવાની સુવિધા |
| C) ફક્ત શિક્ષકો માટે ઉપયોગી | D) મોંઘી હોય છે |

5. નીચેમાંથી કયો E-content નો ઘટક નથી?

- | | | | |
|-----------|----------|----------------------|------------|
| A) વિડિયો | B) ઓડિયો | C) પુસ્તક પ્રિન્ટિંગ | D) એનિમેશન |
|-----------|----------|----------------------|------------|

6. “Quiz” અને “Tutorial” કયા ભાગમાં આવે છે?
 A) References B) Assignment C) Summary D) Contact
7. “E-content” નું મુખ્ય ઉદ્દેશ શું છે?
 A) મનોરંજન B) માહિતી સંગ્રહ C) અસરકારક શિક્ષણ D) વેપાર
8. “Testing stage” માં શું કરવામાં આવે છે?
 A) સામગ્રી બનાવવી B) સામગ્રીનું મૂલ્યાંકન અને ખામીઓ તપાસવી
 C) ડિઝાઇન બનાવવી D) વિષય પસંદ કરવો
9. નીચેમાંથી કયું E-content નું લક્ષણ છે?
 A) એકવાર ઉપયોગ પછી નકામી B) ફરીથી ઉપયોગ કરી શકાય છે
 C) માત્ર ઓફલાઇન D) સ્થિર
10. “Home, Objectives, Summary” વગેરે શું છે?
 A) Software B) Hardware
 C) E-content Module ના ભાગો D) Programming languages

જવાબ :

જવાબ 1: B) ડિજિટલ/ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમમાં ઉપલબ્ધ સામગ્રી

જવાબ 2: C) 6

જવાબ 3: B) વિશ્લેષણ

જવાબ 4: B) કોઈપણ સમયે અને જગ્યાએ શીખવાની સુવિધા

જવાબ 5: B) પુસ્તક પ્રિન્ટિંગ

જવાબ 6: B) Assignment

જવાબ 7: C) અસરકારક શિક્ષણ

જવાબ 8: B) સામગ્રીનું મૂલ્યાંકન અને ખામીઓ તપાસવી

જવાબ 9: B) ફરીથી ઉપયોગ કરી શકાય છે

જવાબ 10: C) E-content Module ના ભાગો

2.12 ચાવીરૂપ શબ્દો

- ઈલેક્ટ્રોનિક સામગ્રી ઈ-સામગ્રી : તેને ડિજિટલ સામગ્રી તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે, તે નેટવર્ક આધારિત ઈલેક્ટ્રોનિક ઉપકરણો પર વિતરિત અથવા ઇન્ટરનેટ જેવા કમ્પ્યુટર નેટવર્કનો ઉપયોગ કરીને ઉપલબ્ધ કરવામાં આવેલી સામગ્રી અથવા માહિતી કે સંદર્ભ આપે છે.
- સિમ્યુલેશન : સિમ્યુલેશન એ સિસ્ટમના સંચાલનનું અનુકરણ પ્રથમ અનુકરણની ક્રિયા માટે જરૂરી છે કે એક મોડેલ વિકસાવવામાં આવે જે પસંદ કરેલ ભૌતિક અથવા સંપૂર્ણ સિસ્ટમ અથવા પ્રક્રિયાની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ અથવા વર્તનને રજૂ કરે છે.

2.13 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

- (1) CEC. (n.d.). E-content development (A Compilation of Best Practice by). New Delhi, Delhi, India.
- (2) Choksi, A. P. (2017). E-Content : A Classroom Anywhere - Anytime. IJARLLE, 2(1), 185-189.
- (3) University Grants Commission. (2007). Guidelines for E-Content Development. Retrieved March 21, 2022, from UG38C : www.ugc.ac.in/oldpdf/xiplanpdf/econtentxiplan.pdf
- (4) Nachimuthu, K. (2012). Need of E-Content Development in Education. Education Today, An International Journal of Education and Humanities, 3(2), 72-80.
- (5) Smith, S. (2018, July 6). 7 Steps of e-learning Content Development Process. Retrieved May 16, 2022, from elearning industry : <https://elearningindustry.com/elearning-content-development-process-steps>.

એકમ-૩ : વિષય વસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ : અર્થ, વ્યાખ્યા, ઇતિહાસ અને માપદંડ
(Content Analysis: An Overview)

: રૂપરેખા :

- 3.0 ઉદ્દેશો
- 3.1 પ્રસ્તાવના
- 3.2 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ
 - 3.2.1 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ: અર્થ અને વ્યાખ્યા
 - 3.2.2 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણની શરૂઆત ઇતિહાસ
- 3.3 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ વિશ્લેષણના વિશ્લેષણ માટેના મૂળભૂત અભિગમો
- 3.4 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ પ્રકાર
- 3.5 વિષયવસ્તુ/સામગ્રીના વિશ્લેષણ ઘટકો
- 3.6 સારાંશ
- 3.7 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તર
- 3.8 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત
- 3.9 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 3.10 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

3.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

આ એકમનો અભ્યાસ કર્યા બાદ તમે નીચેની માહિતીની જાણકારી મેળવી શકશો તેમજ સમજી શકશો.

- વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણની વિભાવના સમજી શકશો.
- વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણનો અર્થ, વ્યાખ્યા અને ઇતિહાસની માહિતી મેળવી શકશો.
- વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણના વિવિધ માપદંડો અને મૂળભૂત અભિગમોની જાણકારી પ્રાપ્ત થશે.
- વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણની પ્રક્રિયાની સમજૂતી, વિશ્લેષણ પૃથ્થકરણ તેમજ વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણના પ્રકાર અને ઘટકોની સમજૂતી મળશે.

3.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

આજનો યુગ માહિતીનો યુગ છે. રોજ-બરોજના જીવનમાં પ્રત્યાયન માટે માહિતીની જરૂરિયાત રહેતી હોય છે. માહિતી વિવિધ સ્વરૂપમાં ઉપલબ્ધ હોય છે. માહિતી મુદ્રિત, અમુદ્રિત, માનવ સંસાધન તેમજ અન્ય સ્વરૂપમાં સંગ્રહાયેલી હોય છે. પરંતુ આજના ડિજિટલ યુગમાં સાચી માહિતી ક્યાંથી મળશે તે જાણવું અઘરું છે. દરેક વ્યક્તિને સાચી માહિતી શોધવાના પ્લેટફોર્મનો ખ્યાલ હોતો નથી. આથી જ મોટાભાગના માહિતી મેળવનાર ગુગલ, ફાયરફોક્સ, કોમ જેવા ટૂલ્સનો ઉપયોગ કરીને માહિતી

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

શોધવાનો પ્રયત્ન કરે છે. ગ્રંથાલયજ્ઞાનનો ભંડાર છે. જેમાં માહિતી અને જ્ઞાન પુસ્તકના સ્વરૂપ સમાવવામાં આવી છે. ગ્રંથાલયમાં સંગ્રહેલા સંગ્રહ સાચી માહિતી પહોંચાડવાનું કામ કરે છે. સામગ્રી પૃથ્થકરણ એ શબ્દોના ઉપયોગના સંદર્ભમાં બદલી શકાય અથવા માન્ય હોય તેવા શબ્દોને ઉપયોગમાં લેવાની એક સંશોધન તકનીક છે. સામગ્રીપૃથ્થકરણ એ એક સંશોધન સાધન છે જેનો ઉપયોગ ગ્રંથો અથવા ગ્રંથોના સમૂહોમાં ચોક્કસ શબ્દો અથવા શબ્દોના સમાનાર્થી નક્કી કરવા માટે થાય છે. સંશોધકો આવા શબ્દો અને વિભાવનાઓની ચોક્કસાઈ અર્થો સંબંધોનું પ્રમાણ અને વિશ્લેષણ કરે છે.

ઐતિહાસિક રીતે જોઈએ તો સામગ્રી વિશ્લેષણ એ સમય માંગી લેતી પ્રક્રિયા છે પૃથ્થકરણ ગૃહ સંચાલિત પદ્ધતિથી કરવામાં આવતું હોય છે અથવા વ્યક્તિ કોડ્સ માનાંક ધીમા મેઈનફ્રેમ કોમ્પ્યુટરનો ઉપયોગ કરીને પંચ કરાયેલ ડેટાનું પંચ કાર્ડ્સ દ્વારા વિશ્લેષણ કરે છે એક અભ્યાસ દ્વારા અવા હજારો કાર્ડ તૈયાર કરવાની રોજગારી મળતી હોય છે માનવીય ભૂલો અને સમયની મર્યાદાના લીધે મોટા ગ્રંથો માટે આ પદ્ધતિ ઉપયોગી બનતી નથી. સામગ્રી વિશ્લેષણ પદ્ધતિની મર્યાદા હોવા છતાં 1940ના દાયકાથી આ પદ્ધતિને સંશોધન પદ્ધતિ તરીકે ઉપયોગમાં લેવામાં આવે છે. આમ 1950ના મધ્ય સુધીમાં સંશોધકો ફક્ત શબ્દોને બદલે વિભાવનાઓ અને સિમેન્ટીક સંબંધો પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરીને વિશ્લેષણની વધુ આધુનિક પદ્ધતિઓની જરૂરિયાતને ધ્યાનમાં લેવાનું શરૂ કરી રહ્યા હતા. સામગ્રી વિશ્લેષણ જો કે તે ઘણીવાર લેખિત શબ્દોનું વિશ્લેષણ કરે છે તે એક સંખ્યાત્મક પદ્ધતિ છે સામગ્રી વિશ્લેષણના પરિણામો સંખ્યાઓ અને ટકાવારીમાં હોય છે. જે સામગ્રીનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવે છે તે કોઈપણ સ્વરૂપમાં હોઈ શકે છે પરંતુ ઘણીવાર તેનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવે તે પહેલાં તેને લેખિત શબ્દોમાં રૂપાંતરિત કરવામાં આવે છે. મુખ્ય સ્ત્રોતો કે મુદ્રિત પ્રકાશનો પ્રસારણ કાર્યક્રમો અન્ય રેકૉર્ડિંગ્સ ઇન્ટરનેટ અથવા જીવંત પરિસ્થિતિઓ હોઈ શકે છે. આ બધી સામગ્રી એવી છે જે લોકોએ બનાવી છે.

3.2 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ (Content Analysis)

સામગ્રી વિશ્લેષણ એ સામાજિક વિજ્ઞાનમાં પ્રત્યાયન માટે વિવિધ વિષયની સામગ્રીનો અભ્યાસ કરવા માટેની એક પદ્ધતિ છે. અર્લ બેબીના મત અનુસાર માનવ દ્વારા સંગ્રહાયેલ માહિતી, જ્ઞાન અથવા સંદેશ જેમ કે પુસ્તકો, વેબસાઈટ્સ ચિત્રો અને કાયદાનો અભ્યાસ. સામગ્રી પૃથ્થકરણ એ એક સંશોધન સાધન છે જેનો ઉપયોગ ગ્રંથો અથવા ગ્રંથોના સમૂહોમાં ચોક્કસ શબ્દો અથવા વિચારની નોંધ નક્કી કરવા માટે થાય છે. શબ્દો મુખ્ય રીતે પુસ્તક, પુસ્તક પ્રકરણો, નિબંધો, ઇન્ટરવ્યૂ, ચર્ચાઓ, સમાચારની હેડલાઈન્સ, લેખો, ઐતિહાસિક દસ્તાવેજો, ભાષણો, વાર્તાલાપ, જાહેરાત, થિયેટર, અનૌપચારિક તરીકે વગેરે રીતે વ્યાપકતાથી વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે.

3.2.1 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ : અર્થ અને વ્યાખ્યા (Meaning and Definition of Content Analysis) :

એક જ ઘટનાના એક જ અભ્યાસમાં શબ્દોથી અલગ અલગ પ્રકારના પરિણામ રજૂ થઈ શકે છે. દા.ત. એક જ ક્લાસના વિદ્યાર્થીઓ અને ટીચરની મુલાકાત, લેક્ચર, ક્લાસરૂમ ચર્ચા તેમજ વધારાની પ્રવૃત્તિ કરાવીને તેનું વિશ્લેષણ કરતા અલગ અલગ પરિણામો મળવાની સંભાવના રહેલી છે. કોઈ પણ શબ્દો ઉપર સામગ્રી વિશ્લેષણ/વસ્તુ વિશ્લેષણ માટે શબ્દોને કોડિંગ કરી, તેના ઘણા શબ્દો બનાવી, શબ્દસમૂહનો ઉપયોગ કરી, ફકરા, ટેન્સ અથવા વાક્યની ચકાસણી સામગ્રી વિશ્લેષણની મૂળભૂત પદ્ધતિઓ એટલે કે વૈચારિક વિશ્લેષણ અથવા સંબંધિત વિશ્લેષણમાંથી એકનો ઉપયોગ કરી સમજી શકાય છે.

વ્યાખ્યા (Definition) :

વિવિધ મહાનુભાવો દ્વારા સામગ્રી વિશ્લેષણની વિવિધ વ્યાખ્યાઓ આપવામાં આવી છે જે નીચે મુજબ છે :

બેરેલ્સન (1952) એ સામગ્રી વિશ્લેષણને ‘ઉદ્દેશ્ય, વ્યવસ્થિત ગોઠવણી અને સંખ્યાત્મક વર્ણન માટે પ્રત્યાયનની એક સંશોધન તકનીક’ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કર્યું. (Berelson (1952) defined content analysis as “a research technique for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of the communication.”)

Stone, Dunphy, Smith, and Ogilvie (1966) સામગ્રી પૃથ્થકરણને ‘શબ્દોની અંદર નિર્દિષ્ટ લાક્ષણિકતાઓને વ્યવસ્થિત રીતે અને ઉદ્દેશ્યપૂર્વક ઓળખીને અનુમાન બનાવવા માટેની સંશોધન તકનીક’ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરે છે. (Stone, Dunphy, Smith, and Ogilvie (1966) define content analysis as “a research technique for making inferences by systematically and objectively identifying specified characteristics within a text.”)

ક્રિપેન્ડોર્ફ (1969) “વિશ્લેષિત ગ્રંથોના સ્ત્રોતોના રાજ્યો અથવા ગુણધર્મો વિશેના અનુમાનને અલગ પાડે છે. (Krippendorff (1969) distinguished “inferences about the states or properties of the sources of the analyzed texts.”)

વેબર (1990) વ્યાખ્યાયિત કરે છે ‘સામગ્રી વિશ્લેષણ એ સંશોધન પદ્ધતિ છે જે ટેક્સ્ટમાંથી માન્ય અનુમાન બનાવવા માટે પ્રક્રિયાઓના સમૂહનો ઉપયોગ કરે છે.’ (Weber (1990) defines “Content analysis is a research method that uses a set of procedures to make valid inferences from the text.”)

મેર્ટન (1991) લખે છે ‘સામાજિક વાસ્તવિકતાની પૂછપરછ માટેની સામગ્રીવિશ્લેષણ એ એક પદ્ધતિ છે, જેમાં મેનિફેસ્ટ ટેક્સ્ટના લક્ષણોમાંથી અપ્રગટ સંદર્ભના લક્ષણોનો સમાવેશ થાય છે.’ (Merten (1991) writes content analysis is a method for inquiring into social reality, which consists of inferring features of a nonmanifest context from features of the manifest text.”) Shapiro and Markoff’s (1997) “સામાજિક વિજ્ઞાન સાથે સંબંધિત કેટલીક લાક્ષણિકતાઓની હાજરી, તીવ્રતા અથવા આવર્તનનું પ્રતિનિધિત્વ કરતા આંકડાકીય રીતે ચાલાકી કરી શકાય તેવા પ્રતીકોના પ્રમાણભૂત સમૂહમાં ટેક્સ્ટ (અથવા અન્ય પ્રતીકો) નો કોઈપણ પદ્ધતિસરનો ઘટાડો...’ વ્યાખ્યાયિત કરે છે. (Shapiro and Markoff s (1997) defines “any systematic reduction...of text (or other symbols) to a standard set of statistically manipulable symbols representing the presence, the intensity, or the frequency of some characteristics relevant to social science.”)

3.2.2 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણની શરૂઆત/ઇતિહાસ (History of Content Analysis) :

સૌ પ્રથમવાર 1948માં બેરેલ્સન અને લેઝાર્સ દ્વારા લખવામાં આવેલ મીમિયોગ્રાફ “ધ એનાલિસિસ ઓફ કમ્યુનિકેશન કન્ટેન્ટ”માં સંશોધન પદ્ધતિ તરીકે સામગ્રી વિશ્લેષણનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો હતો. જેને 1961માં સૌ પ્રથમવાર વેબસ્ટરના અંગ્રેજી શબ્દકોશમાં સૂચિબદ્ધ કરવામાં આવ્યો હતો. 17મી સદીમાં વ્યવસ્થિત શબ્દોનું લખાણ ચર્ચમાં શરૂ કરવામાં આવ્યું હતું. પ્રિન્ટિંગ પ્રેસની શરૂઆત પછી ચર્ચ દ્વારા ધર્મ સિવાયના પુસ્તકોના કન્ટેન્ટને લોકો સુધી પહોંચાડવામાં મુશ્કેલીઓ ઊભી થતી હતી આથી ન્યૂઝપેપરમાં અન્ય કન્ટેન્ટ મોકલવાનો પ્રયાસ શરૂ થયો. કવિઓ દ્વારા લખવામાં આવતી કવિતાઓ અને ગીતોના શબ્દો અને લખાણને

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

પણ માન્યતા મળતી ગઈ અને આવા લખાણ અને સામગ્રી વિશ્લેષણમાં ઉમેરતા ગયા. બીજા વિશ્વયુદ્ધ દરમિયાન ઘણી સરકારો દ્વારા માસ કોમ્યુનિકેશનના ક્ષેત્રમાં અખબારોની સામગ્રીનું વિશ્લેષણ કરવા માટે સામગ્રી વિશ્લેષણનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો હતો. આ પદ્ધતિ વ્યાપારી ક્ષેત્રે તેમજ અન્ય વાણિજ્ય ક્ષેત્રમાં પણ જાહેરાત અને પ્રચાર માટે કરવામાં આવતો હતો. 1940 દરમિયાન USA અને UKમાં સામગ્રી વિશ્લેષણને સાહિત્યના અભ્યાસ માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવ્યું. ભારતમાં રઘુવીર સિંહા દ્વારા 1977માં ‘સાહિત્યમાં સામાજિક અસરો’ ઉપરના સંશોધન વિષયમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ કરવાનો પ્રયાસ કર્યો હતો.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- ii) તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો

(1) વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણનો અર્થ અને વ્યાખ્યા આપો.

(2) વિષય વસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણનો ઇતિહાસ જણાવો ?

3.3 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણના વિશ્લેષણ માટેના મૂળભૂત અભિગમો (Approaches for Analysis of Content Analysis)

કોઈ પણ ગ્રૂપ ડેટાનું વિશ્લેષણ કરવાના મુખ્ય બે અભિગમ :

3.3.1 એથનોગ્રાફિક સારાંશ અને

3.3.2 સામગ્રી વિશ્લેષણ

સામગ્રી વિશ્લેષણનો અભિગમ ડેટાનું આંકડાકીય વર્ણન કરે છે. જે કોઈ ચોક્કસ પરિબળોનો ઉલ્લેખ કરે છે જ્યારે એથનોગ્રાફીમાં સંશોધનનું વર્ણનાત્મક વર્ણન કરવામાં આવે છે, અવલોકનો, તારણો અને સૂચનો વ્યાખ્યાયિત કરવાનું કાર્ય કરે છે. એથનોગ્રાફિક સારાંશ અને સામગ્રી વિશ્લેષણ એક બીજાના વિરોધાભાસ નથી, પરંતુ આ બંને અભિગમને સાથે રાખીને વિશ્લેષણ સરળતાથી અને ચોક્કસ રીતે કરી શકાય છે.

3.4 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ પ્રકાર (Types of Content Analysis)

સામગ્રી વિશ્લેષણની બે સામાન્ય શ્રેણીઓ : (1) વૈચારિક વિશ્લેષણ (2) સંબંધી વિશ્લેષણ

3.4.1 વૈચારિક વિશ્લેષણ (conceptual Analysis) : સામાન્ય રીતે સામગ્રી વિશ્લેષણ શબ્દને વૈચારિક વિશ્લેષણ તરીકે લેવામાં આવતું હોય છે. વૈચારિક વિશ્લેષણનો ખ્યાલ સામાન્ય રીતે પરીક્ષાલક્ષી પસંદ કરવામાં આવતો હોય છે. તેમજ વિશ્લેષણમાં તેની ગણતરી અને પુરાવાનો સમાવેશ થતો હોય છે. વિષયલક્ષી પદ્ધતિમાં જ્યારે સ્પષ્ટ શબ્દો સરળતાથી ઓળખી શકાય, અસરકારકતા દર્શાવવા તેનું કોડીંગ કરી શકાય, તેમજ જટિલ પરિસ્થિતિમાં તેની અસરકારકતાનું સ્તર નક્કી કરી શકાય ત્યારે તેને વિષય વિશ્લેષણ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

3.4.2 સંબંધિત વિશ્લેષણ (Relational Analysis) : વૈચારિક વિશ્લેષણની શરૂઆત શબ્દ અથવા આપેલ શબ્દના અર્થને વૈચારિક રીતે રજૂ કરવાથી થાય છે, જ્યારે સંબંધિત વિશ્લેષણ શબ્દની શરૂઆતના વિચારને આગળ વધારવાના પ્રયત્નો કરે છે. સંબંધિત વિશ્લેષણને સિમેન્ટિક એનાલિસિસ તરીકે પણ ઓળખી શકાય છે. આમ જોઈએ તો સંબંધિત વિશ્લેષણ એ સિમેન્ટિક, અર્થપૂર્ણ અને સંબંધો ઉપર વધારે ભાર મૂકે છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો

(3) વિષયવસ્તુ/સામગ્રીના વિશ્લેષણના પ્રકાર જણાવી સંબંધિત વિશ્લેષણની ચર્ચા કરો.

3.5 વિષયવસ્તુ/સામગ્રીના વિશ્લેષણ ઘટકો (Component of Content Analysis)

Krippendorff (2004) દ્વારા સામગ્રી વિશ્લેષણના વિવિધ ઘટકો આપ્યા જે સામગ્રી એટલે કે કોઈ પણ લખાણનું મૂલ્યાંકન કરવામાં તેમજ વિશ્લેષણ કરવામાં તબક્કાવાર ડિઝાઈન તૈયાર કરવામાં મદદ કરે છે. જે ઘટકોનું વર્ણન નીચે મુજબ છે :

એકીકરણ (Unitizing) : એકીકરણ એ ટેક્સ્ટ જેવા કે દસ્તાવેજો, છબીઓ, અવાજ અને અન્ય અવલોકન આધારિત સામગ્રીઓનું વિશ્લેષણ કરવાનો એક સરળ રસ્તો છે.

નમૂનો (Sampling) : વિશ્લેષણ કરવા માટે જરૂરિયાત અનુસાર સ્ત્રોતની ચકાસણી કરી, બિનજરૂરી માહિતીને દૂર કરે છે. લખાણ અથવા ટેક્સ્ટની અર્થ, કઈ માહિતીનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે, તેમજ તે માહિતીને કયા સંદર્ભમાં લેવામાં આવે છે તેનો નમૂનો આ ઘટક દ્વારા દર્શાવવી શકાય છે. નમૂનાની પસંદગી હંમેશાં મોટી સંખ્યામાં કરવી જોઈએ જેથી સંશોધનના કોઈ પણ પ્રશ્નનો યોગ્ય ઉત્તર મળી રહે.

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

રેકોડિંગ/કોડિંગ (Recording/coding) : જ્યારે વાચક, સંશોધક અથવા વિશ્લેષક તેના અવલોકન અને અનુભવોના આધારે સામગ્રીને સમજે અને તેનું વિશ્લેષણ કરે ત્યારે રેકોડિંગ અથવા કોડિંગની જરૂરિયાત ઊભી થાય છે. જે એડિટ કર્યા વગરના શબ્દો/લખાણ/સામગ્રીને રૂપાંતરિત કરશે તેમજ જે અવાજ એ દિશામાં ગોઠવવામાં નથી આવ્યા તેની ગોઠવણી કરશે.

ડેટા ઘટાડવો (Reducing data) : જ્યારે કોઈ ડેટા મોટી સંખ્યામાં ઉપલબ્ધ હોય અને તેનું વિશ્લેષણ કરવાનું થાય ત્યારે વિશ્લેષક અલગ અલગ પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરીને વધારાનો ડેટા ઘટાડી અસરકારક ડેટા આપવાનો પ્રયત્ન કરે છે. દા.ત ડેટાનું પૃથ્થકરણ કરતી વખતે અલગ અલગ શબ્દો વારંવાર લખતા હોય છે. શબ્દોની આવૃત્તિ વિશેની સારણી બનાવતી વખતે ડેટા અચોક્કસ અને અયોગ્ય લાગતો હોય છે. આવા ડેટામાંથી ધારો કે દસથી ઓછી આવૃત્તિ ધરાવતા શબ્દોને ડેટામાંથી દૂર કરીએ તો પણ માહિતી અને પૃથ્થકરણમાં કોઈ નકારાત્મક અસર નહિ થાય આથી આ રીતે વધારો ડેટા પૃથ્થકરણમાંથી ઘટાડી શકાય છે જે સામગ્રી વિશ્લેષણમાં ખૂબ ઉપયોગી પણ બને છે.

અનુમાન (Inferring): Krippendorff (2004) દ્વારા અમુક અનુમાનોનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. જે અનુમાનો એક ચોક્કસ મુદ્દા ઉપરથી અન્ય એક ચોક્કસ માહિતી અથવા ડેટા સાથે જોડે છે જે પૃથ્થકરણનું ઘડતર કરવામાં મદદરૂપ બને છે. એવા અનુમાનો કે જે સામગ્રી વિશ્લેષણના સંદર્ભમાં કોઈ માહિતી આપી શકે છે. પરંતુ ઘણા અન્ય વિદ્વાનો દ્વારા સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે પ્રેરક અને અનુમાનિક અભિગમોનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

જવાબ વર્ણવતી (Narrating Answer) : જવાબના વર્ણનના આધારે સંશોધન પ્રશ્નોના યોગ્ય ઉત્તર આપવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે, જે ઉપલબ્ધ સાહિત્યમાંથી નવા તારણો અને સૂચનો આપવાનો પ્રયાસ કરે છે. જવાબને આ રીતે વર્ણન કરવાની પદ્ધતિ પરંપરાગત રીતે કરવામાં આવતા વિશ્લેષણના આધારે થાય છે.

આમ ઉપરોક્ત જણાવેલ સામગ્રી વિશ્લેષણના મુખ્ય છ ઘટકો છે જેના આધારે શબ્દોના અથવા ટેક્સ્ટના યોગ્ય ઉત્તર મેળવી શકાય છે જે માત્રાત્મક સામગ્રી વિશ્લેષણમાં પુનરાવર્તિત પ્રક્રિયા છે, જેમાં સંશોધન વિકાસના તબક્કામાં જ્યાં સુધી કોઈ ચોક્કસ ગુણવત્તાયુક્ત ઉત્તર ન મળે ત્યાં સુધી આ પ્રક્રિયા ચાલુ રહે છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો

(4) વિષયવસ્તુ/સામગ્રીના વિશ્લેષણના કોઈ પણ બે ઘટકોની ચર્ચા કરો.

2.0 સારાંશ (Summary)

આપણે આ એકમમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ એટલે શું તેની જાણકારી મેળવી તેની સાથે તેનો અર્થ અને વિવિધ મહાનુભાવો દ્વારા આપવામાં આવેલ વ્યાખ્યાઓની ચર્ચા કરી, સામગ્રી વિશ્લેષણ એક એવી પ્રક્રિયા છે જેમાં શબ્દોની ગુણાત્મક ચકાસણી કરવામાં આવે છે. સામગ્રી વિશ્લેષણના મૂળભૂત અભિગમો જેનામાં એથનોગ્રાફિક સારાંશ અને સામગ્રી વિશ્લેષણનો સમાવેશ થાય છે, આ ઉપરાંત સામગ્રી વિશ્લેષણના મુખ્ય બે પ્રકાર છે એક વૈચારિક સામગ્રી વિશ્લેષણ અને સંબંધિત સામગ્રી વિશ્લેષણ જેની અલગ અલગ ખાસિયતો છે. આ ઉપરાંત krippendorff (2004) દ્વારા સામગ્રી વિશ્લેષણના વિવિધ ઘટકો આપવામાં આવ્યા છે.

જેમ કે એકીકરણ, નમૂનો, રેકોર્ડિંગ/કોર્ડિંગ, ડેટા ઘટાડવો, અનુમાન, જવાબ વર્ણવતા વગેરે જે સામગ્રી વિશ્લેષણમાં સંશોધન તબક્કે યોગ્ય નિર્ણય લેવામાં અને ઉત્તર આપવામાં મદદ કરે છે.

3.7 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તર (Answer to Self-Check Exercise)

ઉત્તર-1 : કોઈ પણ શબ્દો ઉપર સામગ્રી વિશ્લેષણ/વસ્તુ વિશ્લેષણ માટે શબ્દોને કોર્ડિંગ કરી, તેના ઘણા શબ્દો બનાવી, શબ્દસમૂહનો ઉપયોગ કરી, ફકરા, ટેન્સ અથવા વાક્યની ચકાસણી સામગ્રી વિશ્લેષણની મૂળભૂત પદ્ધતિઓ એટલે કે વૈચારિક વિશ્લેષણ અથવા સંબંધિત વિશ્લેષણમાંથી એકનો ઉપયોગ કરી સમજી શકાય છે.

વ્યાખ્યા (Definition) :

Stone, Dunphy, Smith, and Ogilvie (1966) સામગ્રી પૃથ્થકરણને ‘શબ્દોની અંદર નિર્દિષ્ટ લાક્ષણિકતાઓને વ્યવસ્થિત રીતે અને ઉદ્દેશ્યપૂર્વક ઓળખીને અનુમાન બનાવવા માટેની સંશોધન તકનિક’ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરે છે. (Stone, Dunphy, Smith, and Ogilvie (1966) define content analysis as “a research technique for making inferences by systematically and objectively identifying specified characteristics within a text.”)

Shapiro and Markoffs (1997) “સામાજિક વિજ્ઞાન સાથે સંબંધિત કેટલીક લાક્ષણિકતાઓની હાજરી, તીવ્રતા અથવા આવર્તનનું પ્રતિનિધિત્વ કરતા આંકડાકીય રીતે ચાલાકી કરી શકાય તેવા પ્રતીકોના પ્રમાણભૂત સમૂહમાં ટેકસ્ટ (અથવા અન્ય પ્રતીકો) નો કોઈપણ પદ્ધતિસરનો ઘટાડો...’ વ્યાખ્યાયિત કરે છે. (Shapiro and Markoff s (1997) defines “any systematic reduction...of text (or other symbols) to a standard set of statistically manipulable symbols representing the presence, the intensity, or the frequency of some characteristics relevant to social science.”)

ઉત્તર-2 : સૌ પ્રથમવાર 1948માં બેરેલ્સન અને લેઝાર્સ દ્વારા લખવામાં આવેલ મિમિયોગ્રાફ “ધ એનાલિસિસ ઓફ કમ્યુનિકેશન કન્ટેન્ટ’માં સંશોધન પદ્ધતિ તરીકે સામગ્રી વિશ્લેષણનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો હતો, જેને 1961માં સૌ પ્રથમવાર વેબસ્ટરના અંગ્રેજી શબ્દકોશમાં સૂચિબદ્ધ કરવામાં આવ્યો હતો. બીજા વિશ્વયુદ્ધ દરમિયાન ઘણી સરકારો દ્વારા માસ કોમ્યુનિકેશનના ક્ષેત્રમાં અખબારોની સામગ્રીનું વિશ્લેષણ કરવા માટે સામગ્રી વિશ્લેષણનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો હતો. આ પદ્ધતિ વ્યાપારી ક્ષેત્રે તેમજ અન્ય વાણિજ્ય ક્ષેત્રમાં પણ જાહેરાત અને પ્રચાર માટે કરવામાં આવતો હતો. 1940 દરમિયાન USA અને UKમાં સામગ્રી વિશ્લેષણને સાહિત્યના અભ્યાસ માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવ્યું. ભારતમાં રઘુવીર સિંહા દ્વારા 1977માં “સાહિત્યમાં સામાજિક અસરો” ઉપરના સંશોધન વિષયમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ કરવાનો પ્રયાસ કર્યો હતો.

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

ઉત્તર-3 : સામગ્રી વિશ્લેષણની બે સામાન્ય શ્રેણીઓ (1) વૈચારિક વિશ્લેષણ, (2) સંબંધી વિશ્લેષણ
(1) સંબંધિત વિશ્લેષણ (Relational Analysis) : વૈચારિક વિશ્લેષણની શરૂઆત શબ્દ અથવા આપેલ શબ્દના અર્થને વૈચારિક રીતે રજૂ કરવાથી થાય છે. જ્યારે સંબંધિત વિશ્લેષણ શબ્દની શરૂઆતના વિચારને આગળ વધારવાના પ્રયત્નો કરે છે. સંબંધિત વિશ્લેષણને સિમેન્ટીક એનાલિસિસ તરીકે પણ ઓળખી શકાય છે. આમ જોઈએ તો સંબંધિત વિશ્લેષણ એ સિમેન્ટીક, અર્થપૂર્ણ અને સંબંધો ઉપર વધારે ભાર મુકે છે.

ઉત્તર-4 : krippendorff (2014) દ્વારા સામગ્રી વિશ્લેષણના વિવિધ ઘટકો આપ્યા જે સામગ્રી એટલે કે કોઈ પણ લખાણનું મૂલ્યાંકન કરવામાં તેમજ વિશ્લેષણ કરવામાં તબક્કાવાર ડિઝાઈન તૈયાર કરવામાં મદદ કરે છે. જે ઘટકોનું વર્ણન નીચે મુજબ છે :

- એકીકરણ (Unitizing) : એકીકરણ એ ટેક્સ્ટ જેવા કે દસ્તાવેજો, છબીઓ, અવાજ અને અન્ય અવલોકન આધારિત સામગ્રીઓનું વિશ્લેષણ કરવાનો એક સરળ રસ્તો છે.
- નમૂનો (Sampling) : વિશ્લેષણ કરવા માટે જરૂરિયાત અનુસાર સ્ત્રોતની ચકાસણી કરી, બિનજરૂરી માહિતીને દૂર કરે છે. લખાણ અથવા ટેક્સ્ટની અર્થ, કઈ માહિતીનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે, તેમજ તે માહિતીને કયા સંદર્ભમાં લેવામાં આવે છે તેનો નમૂનો આ ઘટક દ્વારા દર્શાવી શકાય છે. નમૂનાની પસંદગી હંમેશાં મોટી સંખ્યામાં કરવી જોઈએ જેથી સંશોધનના કોઈ પણ પ્રશ્નનો યોગ્ય ઉત્તર મળી રહે.
- રેકોર્ડિંગ/કોડિંગ (Recording/coding) : જ્યારે વાચક, સંશોધક અથવા વિશ્લેષક તેના અવલોકન અને અનુભવોના આધારે સામગ્રીને સમજે અને તેનું વિશ્લેષણ કરે ત્યારે રેકોર્ડિંગ અથવા કોડિંગની જરૂરિયાત ઉભી થાય છે. જે એડિટ કર્યા વગરના શબ્દો/લખાણ/સામગ્રીને રૂપાંતરિત કરશે તેમજ જે અવાજ એ દિશામાં ગોઠવવામાં નથી આવ્યા તેની ગોઠવણી કરશે.

3.8 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. Content Analysis નો મુખ્ય અર્થ શું છે?
A) માહિતી સંગ્રહ
B) માહિતીનું વિશ્લેષણ
C) માહિતીનું પ્રકાશન
D) માહિતીનું સંગ્રહણ
2. Berelson (1952) મુજબ Content Analysis મુખ્ય કેટલા તબક્કા છે?
A) માત્ર ગુણાત્મક અભ્યાસ
B) વ્યક્તિગત અભિગમ
C) ઉદ્દેશ્યપૂર્ણ, વ્યવસ્થિત અને પરિમાણાત્મક વર્ણન
D) ઐતિહાસિક અભ્યાસ
3. Content Analysis કયા ક્ષેત્રમાં ઉપયોગી છે?
A) ફક્ત વિજ્ઞાન
B) ફક્ત કલા
C) સામાજિક વિજ્ઞાન
D) ફક્ત ગણિત
4. Content Analysis ની શરૂઆત કયા વર્ષમાં નોંધાઈ?
A) 1950
B) 1948
C) 1960
D) 1977
5. નીચેમાંથી Content Analysis નો ઘટક કયો છે?
A) Printing
B) Coding
C) Binding
D) Editing

6. નીચેમાંથી Content Analysis નો પ્રકાર કયો છે?

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| A) પ્રયોગાત્મક વિશ્લેષણ | B) સંખ્યાત્મક વિશ્લેષણ |
| C) વૈચારિક વિશ્લેષણ | D) આંકડાકીય વિશ્લેષણ |

7. Relational Analysis નો મુખ્ય ધ્યાન કયા પર હોય છે?

- | | |
|------------------|--------------------|
| A) શબ્દોની ગણતરી | B) સંબંધો અને અર્થ |
| C) ડેટા સંગ્રહ | D) ગ્રાફ બનાવવો |

8. Sampling નો અર્થ શું છે?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| A) બધા ડેટા લેવું | B) જરૂરી ડેટા પસંદ કરવું |
| C) ડેટા કાઢી નાખવો | D) ડેટા લખવો |

9. Data Reduction નો હેતુ શું છે?

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| A) ડેટા વધારવો | B) ડેટા સંગ્રહ કરવો. |
| C) અનાવશ્યક ડેટા દૂર કરવો | D) ડેટા છાપવો. |

10. Content Analysis માં “Coding” નો ઘટક નથી?

- | | |
|--------------------|---------------------------------------|
| A) પ્રોગ્રામિંગ | B) શબ્દોને ગોઠવવું અને વર્ગીકરણ કરવું |
| C) ડેટા કાઢી નાખવો | D) ડેટા પ્રિન્ટ કરવો |

જવાબ :

જવાબ 1: B) માહિતીનું વિશ્લેષણ

જવાબ 2: C) ઉદ્દેશ્યપૂર્ણ, વ્યવસ્થિત અને પરિમાણાત્મક વર્ણન

જવાબ 3: C) સામાજિક વિજ્ઞાન

જવાબ 4: B) 1948

જવાબ 5: B) Coding

જવાબ 6: C) વૈચારિક વિશ્લેષણ

જવાબ 7: B) સંબંધો અને અર્થ

જવાબ 8: B) જરૂરી ડેટા પસંદ કરવું

જવાબ 9: C) અનાવશ્યક ડેટા દૂર કરવો.

જવાબ 10: B) શબ્દોને ગોઠવવું અને વર્ગીકરણ કરવું

3.9 ચાવીરૂપ શબ્દો (Keywords)

- **સામગ્રી વિશ્લેષણ :** સંશોધનમાં ચોક્કસ પરિબલોને ધ્યાનમાં રાખીને કરવામાં આવતું ડેટાનું આંકડાકીય.
- **એથનોગ્રાફિક સારાંશ :** સંશોધનમાં સામગ્રી વિશ્લેષણનું કરવામાં આવતું વર્ણનાત્મક વર્ણન એટલે એથનોગ્રાફિક સારાંશ,
- **નમૂનો (Sampling) :** વિશ્લેષણ કરવા માટે જરૂરિયાત અનુસાર સ્ત્રોતની ચકાસણી કરી, બિનજરૂરી માહિતીને દૂર કરે છે. લખાણ અથવા ટેક્સ્ટની અર્થ, કઈ માહિતીનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે, તેમજ તે માહિતીને કયા સંદર્ભમાં લેવામાં આવે છે તેનો નમૂનો આ ઘટક દ્વારા દર્શાવી શકાય છે. નમૂનાની પસંદગી હંમેશાં મોટી સંખ્યામાં કરવી જોઈએ જેથી સંશોધનના કોઈ પણ પ્રશ્નનો યોગ્ય ઉત્તર મળી રહે.
- **વૈચારિક વિશ્લેષણ (Conceptual Analysis) :** વિષયલક્ષી પદ્ધતિમાં જ્યારે સ્પષ્ટ શબ્દો સરળતાથી ઓળખી શકાય, અસરકારકતા દર્શાવવા તેનું કોડીંગ કરી શકાય, તેમજ જટિલ પરિસ્થિતિમાં તેની અસરકારકતાનું સ્તર નક્કી કરી શકાય ત્યારે તેને વિષય વિશ્લેષણ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.
- **સંબંધિત વિશ્લેષણ (Relational Analysis) :** સંબંધિત વિશ્લેષણ શબ્દની શરૂઆતના વિચારને આગળ વધારવાના પ્રયત્નો કરે છે. સંબંધિત વિશ્લેષણને સિમેન્ટીક એનાલિસિસ તરીકે પણ ઓળખી શકાય છે. આમ જોઈએ તો સંબંધિત વિશ્લેષણ એ સિમેન્ટીક, અર્થપૂર્ણ અને સંબંધો ઉપર વધારે ભાર મૂકે છે.

3.10 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન (References and Further Reading)

- (1) Agrahari, Ashutosh. “Content Analysis of Online Library and Information Science Journals A Study.” University, 2018. shodhganga.inflibnet.ac.in, <http://shodhganga.inflibnet.ac.in:8080/jspui/handle/10603/219512>.
- (2) Kaur, Jovita, editor. INFORMATION_ANALYSIS_AND_REPACKAGING. LAXMI PUBLICATIONS (P) LTD. pg.300, ISBN: 978-93-5274-714-6
- (3) http://ebooks.lpu.in/library_and_info_sciences/MLIS/year_1/DLIS402_INFORMATION_ANALYSIS_AND_REPACKAGING.pdf. Shende, M.K. S., & Dhande, M, S P. (2017). Content Analysis: Need Of Present and Future Libraries. 2, 3.

એકમ-4 : ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ

: રૂપરેખા :

- 4.0 ઉદ્દેશો
- 4.1 પ્રસ્તાવના
- 4.2 વિષય વસ્તુ / સામગ્રી વિશ્લેષણ
- 4.3 ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં વિષય વસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ
- 4.4 વિષય વસ્તુ / સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ડેટાના સ્ત્રોત
- 4.5 સારાંશ
- 4.6 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તર
- 4.7 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત
- 4.8 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 4.9 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

4.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

આ એકમનો અભ્યાસ કર્યા બાદ તમે નીચેની બાબતોથી જાણકાર બનશો :

- વિષય વસ્તુ અને વિષય વસ્તુ વિશ્લેષણની માહિતી પ્રાપ્ત થશે.
- ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન ક્ષેત્રમાં વિષય વસ્તુ વિશ્લેષણનું મહત્ત્વ તેમજ તેની ઉપયોગિતાથી જાણકાર બનશો.
- વિષય વસ્તુ વિશ્લેષણથી માહિતી સંગ્રહ કરવી. માહિતી પુનઃ પ્રાપ્ત કરવી તેમજ માહિતીનો પ્રસાર કરવાની સમજણ મેળવી શકશો.

4.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

આજના બદલતા માહિતી યુગ અને જ્ઞાન યુગમાં રોજ-બરોજ નવી માહિતી ઉદ્ભવે છે, સંગ્રહ થાય છે તેમજ વિવિધ જગ્યાએ પ્રસારિત થાય છે. દરેક ક્ષેત્રમાં માહિતી એક અગત્યનો ભાગ ભજવે છે, માહિતીની મદદથી માહિતી સંચાર તેમજ પ્રત્યાયન શક્ય બને છે. માહિતી અને ગ્રંથાલય વિજ્ઞાન એક એવું ક્ષેત્ર છે જેમાં અલગ-અલગ માહિતી વ્યાવસાયિક તેમજ ગ્રંથાલય વ્યવસાયિકનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે. જ્યારે આવા વ્યવસાયોમાં અમુક મહત્ત્વના ઘટકોનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે ત્યારે તેમની ઉપયોગિતા તેમજ મહત્ત્વ વધી જાય છે. જેમાં નીચે મુજબના ઘટકોનો સમાવેશ થઈ શકે છે જેમ કે...

- માહિતી સામગ્રી એટલે કે તૈયાર કરેલો એવો ડેટા જે માહિતી સ્વરૂપમાં ઉદ્ભવ કરી શકાય, સંચાર કરી શકાય, સંગ્રહિત કરી શકાય, તેમજ પ્રસારિત કરી શકાય.

- જે લોકો સામગ્રી સાથે કાર્ય કરતા હોય તેઓ માહિતી બનાવવી, માહિતી મેળવવી, તેમજ તેને સંચાર પ્રક્રિયામાં લઈ શકાય તે યોગ્ય બનાવે છે.
- સામગ્રીના ઉદ્ભવ, સંચાર, સંગ્રહ અથવા રૂપાંતરણને સમર્થન આપવા માટે વપરાતી તકનિકનો ઉપયોગ કરી શકાય છે.

4.2 વિષય વસ્તુ / સામગ્રી વિશ્લેષણ (Content Analysis)

સામગ્રી વિશ્લેષણ એક સંશોધન પદ્ધતિ છે. જેમાં બે ઘટકો છે : એક સામગ્રી અને બીજું વિશ્લેષણ. જેમાં સામગ્રીમાં ટેક્સ્ટનો સમાવેશ થાય છે જે સમજાવી શકાય, વ્યક્ત કરી શકાય અને જે ગુણાત્મક અને સંખ્યાત્મક વિશ્લેષણ પદ્ધતિથી ડેટા અને માહિતીનું વિશ્લેષણ થઈ શકે છે. આમ સામગ્રી વિશ્લેષણ એ સામગ્રીને ગુણાત્મક અને સંખ્યાત્મક રીતે વર્ણન કરવાની એક વ્યવસ્થિત પદ્ધતિ છે. ટેક્સ્ટમાં હસ્તલિખિત લેખો, ભાષણો, સમાચાર, પત્રો તેમજ સંચારસામગ્રી અને વીડિયો રેકૉર્ડ્સનો સમાવેશ થઈ શકે છે. આવા ટેક્સ્ટ માનવ સાથે થયેલ ચર્ચા અને મલ્ટીમીડિયાથી રેકૉર્ડ કરવામાં આવતી હોય છે.

હાર્ડટ અને માર્શના મત મુજબ સામગ્રી વિશ્લેષણ / પૃથ્થકરણ એ એક સંશોધન પદ્ધતિ છે જેનો જર્નાલિઝમ અને મલ્ટીમીડિયા સંચારમાં ઉપયોગિતાની દૃષ્ટિએ લાંબો ઇતિહાસ છે. તેનો ઉપયોગ ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન (LIS)માં પણ થાય છે. સામગ્રી વિશ્લેષણ એ “સંદેશની લાક્ષણિકતાઓનું વ્યવસ્થિત, ઉદ્દેશ્ય, માત્રાત્મક વિશ્લેષણ” છે. કાગળ પર, ડિજિટલી અથવા એનાલોગ ઓડિયો અથવા વીડિયો ફોર્મેટમાં નિશ્ચિત રીતે સંગ્રહિત કરેલી કોઈપણ માહિતીને સંદેશ ગણી શકાય. સામગ્રી વિશ્લેષણ મૂળરૂપે જર્નલ લેખો, સમાચારપત્રો, પુસ્તકો, પ્રશ્નાવલિના પ્રતિભાવો અને ઇન્ટરવ્યુ જેવા લખાણનું વિશ્લેષણ કરવા માટે વિકસાવવામાં આવ્યું હતું. જર્નાલિઝમ અને મલ્ટીમીડિયા સંદેશા વ્યવહારમાં, સામગ્રી વિશ્લેષણની પ્રક્રિયાઓનો ઉપયોગ ગ્રાફિકલ, ઓરલ અને વીડિયો સંદેશાઓ જેમ કે જાહેરાતો, ટેલિવિઝન અને ફિલ્મનું વિશ્લેષણ કરવા માટે પણ કરવામાં આવે છે.

ALA Glossary of Library and Information Science, 1983 મુજબ સામગ્રી વિશ્લેષણમાં મુખ્ય માહિતીને વર્ગીકરણ, ટેબલ્સ, મૂલ્યાંકન તેમજ વિશિષ્ટ કોડિંગના આધારે દર્શાવવામાં આવે છે. વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણ એ સંદેશાવ્યવહારની સામગ્રીનો અભ્યાસ કરવા માટે સામાજિક વૈજ્ઞાનિકો દ્વારા વ્યાપકપણે ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી સંશોધન પદ્ધતિ છે.

4.2.1 વિષય વસ્તુ / સામગ્રી વિશ્લેષણ એક વૈજ્ઞાનિક તકનિક તરીકે (Content Analysis as Scientific Technique) :

સંશોધન તરીકે સામગ્રી વિશ્લેષણના ઘણા ઘટકો છે જેમાંથી અમુક સંશોધક દ્વારા સ્વીકારવામાં આવે છે તો અમુક ઘટકોનો અસ્વીકાર કરવામાં આવે છે. અન્ય સંશોધન પદ્ધતિઓની જેમ સામગ્રી વિશ્લેષણમાં છ અલગ અલગ વૈજ્ઞાનિક સિદ્ધાંતોની પદ્ધતિનો સમાવેશ કરે છે, જે નીચે મુજબ છે :

ઉદ્દેશ્ય (Objectivity) : તેનો અર્થ એ છે કે કેટલાક સ્પષ્ટ નિયમોના આધારે વિશ્લેષણ કરવામાં આવે છે, જેમાં સંશોધકને સામગ્રી (દસ્તાવેજ, સંદેશ વગેરે)માંથી કોઈ નિષ્કર્ષ પર પહોંચવામાં મદદ કરે.

વ્યવસ્થિત (Systematic) : સામગ્રી વિશ્લેષણ એ નિયમ-આધારિત તકનિક છે. આ પદ્ધતિ હેઠળ સામગ્રીનું વિશ્લેષણ પ્રક્રિયાના નિયમો અનુસાર કરીને, સામગ્રીને વિશ્લેષણાત્મક

બનાવીને તબક્કાવાર વિશ્લેષણ કરવાનું છે. જેમાં તૈયાર ફોર્મેટમાં વાચક તેની જરૂરિયાત અનુસાર સુધારા વધારા કરી શકે છે અને યોગ્ય માહિતીને મૂકી શકે છે.

સામાન્યીકરણ (Generalization) : સંશોધન પદ્ધતિને વૈજ્ઞાનિક તકનિક તરીકે સ્વીકારવા માટે સામાન્યીકરણએ અગત્યનો ઘટક છે. સેમ્પલ પદ્ધતિની મદદથી સરળતાથી ટોટલ પોપ્યુલેશનમાંથી સેમ્પલના આધારે પરિણામો આપવામાં આવે છે.

પ્રતિકૃતિક્ષમતા (Reliability) : સંશોધન પદ્ધતિમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે સામાન્યીકરણ દરમિયાન મળેલ તારણોને રેપ્લીકીબીલીટીના આધારે ચોક્કસ તારણો આપી શકાય છે. જેનો અભ્યાસમાં પુનરાવર્તન દરમિયાન ફરીથી તારણોનો ઉપયોગ કરી શકાય છે.

વિશ્વસનિયતા (Reliability) : સંશોધન પ્રક્રિયા દરમિયાન સામગ્રી વિશ્લેષણની માપન પ્રક્રિયા કરવામાં આવે છે, તેમજ આ માપન પ્રક્રિયા પુનરાવર્તન કરવામાં આવે છે. વિશ્વસનિયતાના સ્વીકાર વિના સામગ્રી વિશ્લેષણનું માપન અર્થહીન એટલે કે કોઈ પણ અર્થ વિનાની બની જાય છે. અને આવા માપનના પરિણામો કોઈ સંશોધનમાં ઉપયોગમાં લઈ શકતા નથી.

સમય મર્યાદા (Validity) : સામગ્રી વિશ્લેષણનો ખ્યાલ વેલીડિટી સરળતાથી પ્રયોગમુલક માપક સાથે સમજાવે છે. સામગ્રી વિશ્લેષણમાં સંશોધન મહત્ત્વ પૂર્ણ ભાગ છે, જે નિર્ણય લેવામાં તેમજ નવા ખ્યાલ અને માપન માટે જુદી જુદી માર્ગદર્શિકા આપે છે.

આમ, ઉપરોક્ત સિદ્ધાંતોના આધારે સામગ્રી વિશ્લેષણ તકનિક એ ટેક્સ્ટનું વિશ્લેષણ કરવા માટેનું વૈજ્ઞાનિક ટુલ્સ છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો

(1) સામગ્રી વિશ્લેષણનો અર્થ સમજાવો.

(2) સામગ્રી વિશ્લેષણ એક વૈજ્ઞાનિક તકનિક છે આ વાક્ય સમજાવી, તેના કોઈ પણ ત્રણ સિદ્ધાંતો જણાવો.

4.3 ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં વિષય વસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ (Content Analysis in Library and Information Science)

આજના માહિતી યુગમાં વિવિધ વિષયો જેવા કે માર્કેટિંગ, કમ્પ્યુટર સાયન્સ, મેનેજમેન્ટ, હેલ્થ કમ્યુનિકેશન, અને પોલિટીકલ સાયન્સમાં ઘણા એવા અસરકારક મુદ્દાઓનો વ્યાપ વધી રહ્યો છે, જેમાં ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં પણ સંશોધન ક્ષેત્રે ઘણા મુદ્દાઓ તેમજ માહિતી મેળવવા માટે માનવીય વર્તણૂકો અસર કરતી હોય છે. દા.ત. આપણે સામગ્રી વિશ્લેષણને અસર કરતા મુદ્દાઓની જાણકારી મેળવવા માટે, ટોપ પાંચ ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનની જર્નલ્સનું સામગ્રી વિશ્લેષણ કરીએ. આ જર્નલ્સમાં 1999થી 2003 પ્રકાશિત થયેલા આર્ટીકલ્સ જે $N=716$ જેમાંથી યાદચ્છિક રીતે $n=242$ લેવામાં આવ્યા. જેમાંથી $n=35$ જે સેમ્પલ તરીકે લેવાયા તે આર્ટીકલ સૌથી વધારે અસરકારક અને વધુ સાઈટ થતા હશે. જ્યારે $n=12$ જે આર્ટીકલ રહ્યા તેઓ કોઈક નાની-મોટી ખામીઓ અથવા મુદ્દાઓના કારણે સાઈટ થતા નથી. આમ ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનના સંશોધનમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ એ માહિતી સેવાની સૈદ્ધાંતિક તેમજ વ્યવહારુ રીતે ગુણવત્તામાં સુધારો કરવામાં મદદ કરે છે.

સામાન્ય રીતે જોઈએ તો સામગ્રી વિશ્લેષણ વિચારોના માહિતી સંચારના માધ્યમથી સમાજિક બદલાવ, સાંસ્કૃતિક ઘટનાઓ, સામાજિક પ્રશ્નને સમજવા માટે ઉપયોગી બને છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ નીચે મુજબ ઉપયોગમાં લઈ શકાય છે.

- સામગ્રીનો વધતો થતો વિકાસ
- સૈદ્ધાંતિક અને પ્રાયોગિક વધતા પ્રશ્નો
- માહિતીસંચારની અસર વધતા
- ઉત્કલ્પના ચકાસણીનો ઉપયોગ વધતા તેમજ વર્ણનાત્મક સંશોધનના વધારો
- વિવિધ પ્રકારની સામગ્રીમાં વધતો વપરાશ
- સામગ્રીમાં કમ્પ્યુટર અને ટેક્નિકોનો ઉપયોગ

ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન એક એવું વ્યવસાયિક છે જેમાં વિવિધ સ્ત્રોતો, હસ્તપ્રલેખો, માહિતી સેવાઓ, પ્રકાશનો, જર્નલ, ન્યૂઝપેપર વગેરેનો ઉપયોગ વધતો જાય છે. તેની સાથે ટેકનોલોજીના વાતાવરણમાં ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન ક્ષેત્રમાં વિવિધ પ્રકારના વિકાસ થતા હોય છે, જેમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ એક અગત્યનો ભાગ ભજવે છે. સામગ્રી વિશ્લેષણથી વિવિધ સામગ્રીઓનો વિકાસ, તેમનો ઉપયોગ, સુધારા તેમજ અન્ય સામગ્રીઓની જરૂરિયાત અને વિકાસથી ઉપભોક્તાઓની વધતી જતી માંગને સરળતાથી પૂરી કરી શકાય છે.

4.4 વિષયવસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ડેટાના સ્ત્રોત (Sources of data for Content Analysis)

ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં આમ જોઈએ તો સામગ્રી વિશ્લેષણ રેકૉર્ડ કરેલ સામગ્રી સાથે સંબંધ ધરાવે છે. જે કેટલાક વિચારો, ડેટા, માહિતી અથવા જ્ઞાનને આવનાર પેઢી સુધી સંચાર કરવામાં મદદ કરે છે અને આવા જ રેકૉર્ડ કરેલા મટિરિયલ અથવા માહિતીને સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ડેટાના સ્ત્રોત તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ડેટા ભેગો કરવા માટે અમુક ડેટા સ્ત્રોત નીચે મુજબ છે.

- **ન્યૂઝપેપર :** લેખિત રીતે માહિતી સંચારનું ઉત્તમ ઉદાહરણ એટલે ન્યૂઝપેપર, જે માત્ર સ્થાનિક, રાષ્ટ્રીય, આંતરરાષ્ટ્રીય કક્ષાના સમાચાર સિવાય રાજકારણીય, અર્થતંત્ર અને સાંસ્કૃતિક સમાચારની જાણકારી પણ આપે છે. જે સામાન્ય લોકોના વિચારથી લઈને જ્ઞાની અને મહાન લોકોના વિચારોને રજૂ કરતો ડેટા / માહિતી સ્ત્રોત છે. આથી જ કહી શકાય કે ન્યૂઝપેપર એ માહિતી માટેનો કીમતી સ્ત્રોત છે.
 - **પુસ્તકો અને મેગેઝીન :** આ બંને સ્ત્રોત વિષય વસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ખુબ જ મહત્વના છે. ગ્રંથાલયમાં સચવાયેલા જુદા જુદા સ્ત્રોત જેવા કે પુસ્તકો, જર્નલ્સ, મેગેઝીન અને અન્ય સ્ત્રોતો સામાન્ય થી જટિલ માહિતી તેમજ ભૂતકાળ થી વર્તમાન માહિતીને આપવાનો પ્રયત્ન કરે છે.
 - **આર્કાઇવ કરેલા દસ્તાવેજો :** આર્કાઇવમાં ઉપલબ્ધ દસ્તાવેજોને મેળવવા ખૂબ જ મુશ્કેલ છે, પરંતુ જો આવા દસ્તાવેજો મળે તો તેને વિશિષ્ટ સાચવણી અને જડવાની આપવામાં આવે છે. આવા મહત્વના દસ્તાવેજો ઇતિહાસમાં પત્રલેખન અને પત્ર વ્યવહારમાં ઉપયોગી બનતા હોય છે.
 - **ફિલ્મ્સ :** ફિલ્મ્સમાં વીડીયોટેપ તેમજ અન્ય ડેટા સ્ત્રોતનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે. ફિલ્મ્સના વિશ્લેષણ દરમિયાન કોઈ એક ચોક્કસ થીમ ઉપરથી વિશ્લેષણ કરી શકાય છે. યુવામાં બદલાવ, શોષણ અને ભ્રષ્ટાચાર, મહિલાઓના અધિકાર વગેરે.
 - **દસ્તાવેજ :** દસ્તાવેજો ગ્રંથાલય, ઓફિસ, આર્કાઇવ તેમજ માહિતી કેન્દ્રોમાંથી છુટા પાડીને લેવામાં આવે છે. સામગ્રી વિશ્લેષણમાં રેડિયો દ્વારા સંગ્રહિત કરવામાં આવેલ ભાષણો, આખ્યાનો અને વિવિધ કાર્યક્રમો ખૂબ જ મહત્વના છે.
- ઉપરોક્ત ડેટા સ્ત્રોત સિવાય સામગ્રી વિશ્લેષણમાં પીરીયોડીક, સંશોધન પત્રો, બુક ચેપ્ટર, ગીતોના રાગ, સરકારની નીતિ, ઈમેજ, રેકોર્ડિંગ, ડાયરી, ટ્વીટર, ઇન્ટરવ્યૂ, વેબપેજ, જાહેરાતો, રેડિયો કાર્યક્રમો, કાયદાઓ, પાર્લામેન્ટ ભાષણનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન ક્ષેત્રમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ એ કોઈ વિશિષ્ટ ક્ષેત્ર વિષય ક્ષેત્ર, વૈચારિક વિશ્લેષણ, વિવિધ પ્રકાશનોમાં પ્રકાશિત થયેલ સિદ્ધાંતો સમજવા, જર્નલ્સમાં પ્રકાશિત આર્ટીકલ્સનો વિકાસ જોવા માટે કરવામાં આવે છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ :

- i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- ii) તમારો જવાબ યુનિટના અંતમાં આપેલ જવાબ સાથે ચકાસો

પ્રશ્ન 3 : ડેટા સ્ત્રોતનો અર્થ આપી, ડેટા સ્ત્રોતના માધ્યમો જણાવો :

4.5 સારાંશ (Summary)

આ એકમમાં આપણે સામગ્રી વિશ્લેષણની વિભાવના સમજાયા તેમજ સામગ્રી વિશ્લેષણ ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાન ક્ષેત્રમાં વિવિધ સ્ત્રોતોના વિકાસની અને તેના ઉપયોગની સમજૂતી આપે છે, સામગ્રી વિશ્લેષણના વિવિધ ઘટકો જે સામાન્ય રીતે દરેક પ્રકારના સ્ત્રોતના વિશ્લેષણ એટલે કે વર્ણનાત્મક તેમજ પ્રાયોગિક રીતે સ્ત્રોતનું વિભાજન કરવામાં મદદ કરે છે. આ ઉપરાંત ડેટા મેળવવા માટેના વિવિધ સ્ત્રોતો જેવા કે ન્યુપેપર, ટેલીવીઝન, રેડિયો, પોડકાસ્ટ, પુસ્તકો, હસ્તપ્રતો વગેરેનો ઉપયોગ કરીને સામગ્રી વિશ્લેષણમાં એક નવું યોગદાન આપી શકાય છે.

4.6 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તર (Answer to Self-Check Exercise)

ઉત્તર 1 : સામગ્રી વિશ્લેષણ એક સંશોધન પદ્ધતિ છે, જેમાં બે ઘટકો છે એક સામગ્રી અને બીજું વિશ્લેષણ, જેમાં સામગ્રીમાં ટેક્સ્ટનો સમાવેશ થાય છે જે સમજાવી શકાય, વ્યક્ત કરી શકાય અને જે ગુણાત્મક અને સંખ્યાત્મક વિશ્લેષણ પદ્ધતિથી ડેટા અને માહિતીનું વિશ્લેષણ થઈ શકે છે. આમ સામગ્રી વિશ્લેષણ એ સામગ્રીને ગુણાત્મક અને સંખ્યાત્મક રીતે વર્ણન કરવાની એક વ્યવસ્થિત પદ્ધતિ છે. ટેક્સ્ટમાં હસ્તલિખિત લેખો, ભાષણો, સમાચાર, પત્રો તેમજ સંચારસામગ્રી અને વીડિયો રેકૉર્ડ્સનો સમાવેશ થઈ શકે છે. આવા ટેક્સ્ટ માનવ સાથે થયેલ ચર્ચા અને મલ્ટીમીડિયાથી રેકૉર્ડ કરવામાં આવતી હોય છે.

ઉત્તર 2 : સંશોધન તરીકે સામગ્રી વિશ્લેષણના ઘણા ઘટકો છે જેમાંથી અમુક સંશોધક દ્વારા સ્વીકારવામાં આવે છે તો અમુક ઘટકોનો અસ્વીકાર કરવામાં આવે છે. અન્ય સંશોધન પદ્ધતિઓની જેમ સામગ્રી વિશ્લેષણમાં છ અલગ અલગ વૈજ્ઞાનિક સિદ્ધાંતોની પદ્ધતિનો સમાવેશ કરે છે, જે નીચે મુજબ છે :

ઉદ્દેશ્ય (Objectivity) : તેનો અર્થ એ છે કે કેટલાક સ્પષ્ટ નિયમોના આધારે વિશ્લેષણ કરવામાં આવે છે, જેમાં સંશોધકને સામગ્રી (દસ્તાવેજ, સંદેશ વગેરે)માંથી કોઈ નિષ્કર્ષ પર પહોંચવામાં મદદ કરે છે.

વ્યવસ્થિત (Systematic) : સામગ્રી વિશ્લેષણ એ નિયમ આધારિત તકનિક છે. આ પદ્ધતિ હેઠળ સામગ્રીનું વિશ્લેષણ પ્રક્રિયાના નિયમો અનુસાર સામગ્રીને વિશ્લેષણાત્મક બનાવીને તબક્કાવાર વિશ્લેષણ કરવાનું છે. જેમાં તૈયાર ફોર્મેટમાં વાચક તેની જરૂરિયાત અનુસાર સુધારા વધારા કરી શકે છે અને યોગ્ય માહિતીને મૂકી શકે છે.

સામાન્યીકરણ (Generalization) : સંશોધન પદ્ધતિને વૈજ્ઞાનિક તકનિક તરીકે સ્વીકારવા માટે સામાન્યીકરણ એ અગત્યનો ઘટક છે. સેમ્પલ પદ્ધતિની મદદથી સરળતાથી ટોટલ પોપ્યુલેશનમાંથી સેમ્પલના આધારે પરિણામો આપવામાં આવે છે.

ઉત્તર 3 : ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં આમ જોઈએ તો સામગ્રી વિશ્લેષણ રેકૉર્ડ કરેલ સામગ્રી સાથે સંબંધ ધરાવે છે. જે કેટલાક વિચારો, ડેટા, માહિતી અથવા જ્ઞાનને આવનાર પેઢી સુધી સંચાર કરવામાં મદદ કરે છે અને આવા જ રેકૉર્ડ કરેલા મટિરિયલ અથવા માહિતીને સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ડેટાના સ્ત્રોત તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ડેટા ભેગો કરવા માટે અમુક ડેટા સ્ત્રોત નીચે મુજબ છે.

- ન્યૂઝપેપર : લેખિત રીતે માહિતી સંચારનું ઉત્તમ ઉદાહરણ એટલે ન્યૂઝપેપર, જે માત્ર સ્થાનિક, રાષ્ટ્રીય, આંતરરાષ્ટ્રીય કક્ષાના સમાચાર સિવાય રાજકારણીય, અર્થતંત્ર અને સાંસ્કૃતિક સમાચારની જાણકારી પણ આપે છે. જે સામાન્ય લોકોના વિચારથી લઈને જ્ઞાની અને મહાન લોકોના વિચારોને રજુ કરતો ડેટા/ માહિતી સ્ત્રોત છે આથી જ કહી શકાય કે ન્યૂઝપેપર એ માહિતી માટેનો કિંમતી સ્ત્રોત છે.
- પુસ્તકો અને મેગેઝીન આ બંને સ્ત્રોત વિષય વસ્તુ/સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે ખુબ જ મહત્વના છે. ગ્રંથાલયમાં સચવાયેલા જુદા જુદા સ્ત્રોત જેવા કે પુસ્તકો, જર્નલ્સ, મેગેઝીન અને અન્ય સ્ત્રોતો સામાન્ય થી જટિલ માહિતી તેમજ ભૂતકાળ થી વર્તમાન માહિતીને આપવાનો પ્રયત્ન કરે છે.
- આર્કાઇવ કરેલા દસ્તાવેજો આર્કાઇવમાં ઉપલબ્ધ દસ્તાવેજોને મેળવવા ખુબ જ મુશ્કેલ છે, પરંતુ જો આવા દસ્તાવેજો મળે તો તેને વિશિષ્ટ સાચવણી અને જાળવણી આપવામાં આવે છે. આવા મહત્વના દસ્તાવેજો ઇતિહાસમાં પત્રલેખન અને પત્ર વ્યવહારમાં ઉપયોગી બનતા હોય છે.

4.7 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. 'સામગ્રી વિશ્લેષણ' શું છે?

A) શિક્ષણ પદ્ધતિ	B) સંશોધન પદ્ધતિ
C) લેખન કળા	D) સંચાર માધ્યમ
2. સામગ્રી વિશ્લેષણમાં મુખ્ય બે ઘટકો કયા છે?

A) ડેટા અને માહિતી	B) સામગ્રી અને વિશ્લેષણ
C) પુસ્તક અને લેખ	D) સંશોધન અને પ્રયોગ
3. નીચે પૈકી કયું સામગ્રી વિશ્લેષણનું લક્ષણ નથી?

A) Objectivity	B) Systematic
C) Randomness	D) Reliability
4. 'Objectivity' નો અર્થ શું છે?

A) વ્યક્તિગત અભિપ્રાય	B) સ્પષ્ટ નિયમોના આધારે વિશ્લેષણ
C) અનુમાન	D) કલ્પના
5. 'Systematic' નો અર્થ શું છે?

A) અનિયમિત પ્રક્રિયા	B) નિયમ આધારિત પ્રક્રિયા
C) ધીમી પ્રક્રિયા	D) વ્યક્તિગત પ્રક્રિયા

માહિતીનું પૃથ્થકરણ (Information Analysis)

6. 'Generalization' શું દર્શાવે છે?

- A) એક વ્યક્તિનો અભ્યાસ
B) નમૂના પરથી આખી વસ્તી અંગે તારણ
C) ફક્ત ડેટા સંગ્રહ
D) માહિતી પ્રકાશન

7. નીચે પૈકી કયું ડેટા સ્ત્રોત નથી?

- A) ન્યુઝપેપર B) પુસ્તકો C) ફિલ્મો D) ખેલકૂદ

8. સામગ્રી વિશ્લેષણમાં કઈ પ્રકારની માહિતીનો સમાવેશ થાય છે?

- A) માત્ર લખાણ
B) માત્ર ચિત્રો
C) લખાણ, ઓડિયો, વિડિયો
D) માત્ર આંકડા

9. LIS ક્ષેત્રમાં સામગ્રી વિશ્લેષણનો ઉપયોગ શું માટે થાય છે?

- A) રમતગમત
B) માહિતી સેવાઓમાં સુધારણા
C) રસોઈ
D) પ્રવાસ

10. 'Reliability' નો અર્થ શું છે?

- A) માહિતીનો અભાવ
B) પરિણામોની પુનરાવર્તન ક્ષમતા
C) નવી શોધ
D) અણધારી પ્રક્રિયા

જવાબ :

જવાબ 1: B) સંશોધન પદ્ધતિ

જવાબ 2: B) સામગ્રી અને વિશ્લેષણ

જવાબ 3: C) Randomness

જવાબ 4: B) સ્પષ્ટ નિયમોના આધારે વિશ્લેષણ

જવાબ 5: B) નિયમ આધારિત પ્રક્રિયા

જવાબ 6: B) નમૂના પરથી આખી વસ્તી અંગે તારણ

જવાબ 7: D) ખેલકૂદ

જવાબ 8: C) લખાણ, ઓડિયો, વિડિયો

જવાબ 9: B) માહિતી સેવાઓમાં સુધારણા

જવાબ 10: B) પરિણામોની પુનરાવર્તન ક્ષમતા

4.8 ચાવીરૂપ શબ્દો (Keywords)

- **પ્રતિકૃતિક્ષમતા (Replicability) :** સંશોધન પદ્ધતિમાં સામગ્રી વિશ્લેષણ માટે સામાન્યીકરણ દરમિયાન મળેલ તારણોને રેપ્લીકીબીલીટીના આધારે ચોક્કસ તારણો આપી શકાય છે. જેનો અભ્યાસમાં પુનરાવર્તન દરમિયાન ફરીથી તારણોનો ઉપયોગ કરી શકાય છે.
- **દસ્તાવેજ :** દસ્તાવેજો ગ્રંથાલય, ઓફીસ, આર્કાઇવ તેમજ માહિતી કેન્દ્રોમાંથી છુટા પાડીને લેવામાં આવે છે. સામગ્રી વિશ્લેષણમાં રેડિયો દ્વારા સંગ્રહિત કરવામાં આવેલ ભાષણો, આખ્યાનો અને વિવિધ કાર્યક્રમો ખૂબ જ મહત્વના છે.
- **સામગ્રી વિશ્લેષણ :** ALA Glossary of Library and Informakion Science, 1983 મુજબ સામગ્રી વિશ્લેષણમાં મુખ્ય માહિતીને વર્ગીકરણ, ટેબલ્સ, મુલ્યાંકન તેમજ વિશિષ્ટ કોડીંગના આધારે દર્શાવવામાં આવે છે. વિષયવસ્તુ વિશ્લેષણ એ સંદેશાવ્યવહારની સામગ્રીનો અભ્યાસ કરવા માટે સામાજિક વૈજ્ઞાનિકો દ્વારા વ્યાપકપણે ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી સંશોધન પદ્ધતિ છે.

4.9 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન (References and Further Reading)

- (1) Agrahari, Ashutosh. “Content Analysis of Online Library and Information Science Journals A Study.” University, 2018. shodhganga.inflibnet.ac.in, <http://shodhganga.inflibnet.ac.in:8080/jspui/handle/10603/219512>
- (2) Kaur, Jovita, editor. INFORMATION_ANALYSIS_AND_REPACKAGING. LAXMI PUBLICATIONS(P)LTD, Pg.300, ISBN: 978-93-5274-714-6
- (3) http://ebooks.lpu.de.in/library_and_info_sciences/MLIS/year_1/DLIS402_INFORMATION_ANALYSIS_AND_REPACKAGING.pdf. Shende, M.K. S., & Dhande, M. S. P. (2017). Content Analysis : Need Of Present and Future Libraries. 2, 3.

Content analysis in Library and Information Science research

Article (Author's Name and Year)	Purpose	Date Sources	Type of Content analysis
Heising, 2009	To identify difference and correspondence among different Knowledge management models	Research publication and proceeding's paper on KM	Quantitative and Qualitative
Hall and Davison, 2007	To identify the use of blog technology	Students blog comment	Qualitative
Kim and Oh, 2009	To examines the criteria of questioner select the best answers in a social Q and A site (Yahoo ! Answers) within the theoretical frame work of relevance research	Commentson Yahoo! Answers	Qualitative
Lynch and Smith, 2001	- To identify significant changes in content Advertisement. - To identify technology knowledge in job requirements; - To identify behavioral skill in job advertisement	Advertisements in C & RL News	Quantitative
Al-Debei and Avison, 2010	To study the BM (business Model) concept frame work	Literature on BM (business mode)	Quantitative
Kracker and Wang, 2002	To investigate student's perceptions of research and research paper anxiety	Written paragraph on research experience by students	Quantitative
Koufogiannak is, Slater and Crumely, 2004	To identify discussion on political issue	Library and informations students (LIS) literature	Qualitative

Himelboim, Gleave and Smith, 2009	To identify discussion cataly stonpolitical issue	Message of political Usene news groups	Quantitative and Qualitative
Croneis and Henderson	To examine electronic service position 2002	Jobad vertisemention College and Research Libraries News	Quantitative
Aharony, 2009	To describe and classify the LIS blogosphere	Library professional blogs	Quantitative
Quiroga and Mostafa, 2002	To identify empirical research methods	Research papers	Quantitative
Shachaf, 2009	To examine the quality of answer on Wikipedia reference desk	Answer on Wiki pedia reference desk	Quantitative
Mathews and Pardue 2009	To identify requirements job analysis	ALA sonline Job List	Quantitative
Walter and Mediavilla, 2005	To evaluate the effectiveness of Tutor.com's Live Homework Help service	100 transcripts of online transactions between teensad the virtaul reference librariansin California	Quantitative
Zhang, 2008	To study undergraduate student's mental models of the Web ason information retrieval system	Data collected from questionnaire semistructure dintervies, and participant observation	Quantitative
Bar-Illan, 2004	To understand the characteristics of self flinking	Institution webpage	Quantitative qualitative
Kim, Coyle and Stoerger, 2009	To examine collectivist and individualist cultural influences ont he design of organizational websites originating in South Korea and U.S.	American and South Korean company-sponsored websites	Quantitative

Hara, Shachaf and Stoerger, 2009	To identify the values that can be assigned to some categories (relevancy of discussion, boundary crossing and cultural diversity)	e-mail message of online discussion forums	Quantitative
McKechnie and Pettigrew, 2002	- To examine the use of the oryin LIS research - To understand the idea of posts that appear in the blogs	Research publication	Quantitative
Aharony, 2009		Librarians' Blogosphere	Quantitative and Quantitative
Aharony, 2009	To explored the role of the literature in the diffusion of new information	Articles published in medical and onsumer publication	Quantitative and Quantitative
Genuis, 2006	To explored the role of the literature in the diffusion of new information	Articles published in medical and consumer publication	Quantitative and Quantitative
Aharony, 2010	To identify emerging trends in the field of information literacy	Bibliographical data from web of science	Quantitative
Mackenzie, 2005	To analyze on what basis and by what procedure managers select individuals to serve as information sources	Recorded data from interview	Quantitative
Shachaf, 2005	To identify the typology of ethics procedure managers select individuals to serve as information sources	Data from English versions of codes of ethics proposed by professional associations	Quantitative
Kim and Jeong, 2006	To examine the state and characteristics of theoretical research in Library and Information Science	Research publications	Qualitative and Quantitative
Lee and Bates, 2007	To examine use, perception and extent of weblog technology used by Irish	Irish library and librarian web logs	Quantitative and Qualitative

	Library and information science		
Bar-Ilan, 2007	To examine the use of blogs by librarians and libraries	Contention blogs	Qualitative and Quantitative
Corrall, Sheila, 2007	- To explore and investigate the development to findicators - To evaluate level of engagement of institutions in UK with information literacy.	Public domian document which were accessible from institutional	Qualitative
Jeong and Kim, 2005	Toanalyse the knowledge structure of LIS in South Korea	Scholarly resear charticles	Qualitative and Quantitative
Marchionini and Mu, 2003	To analyse how people understand electronic tables and to inform development of a web based statistical table browser	Research publication	Qualitative and Quantitative
Kracker, 2010	To understand the human understanding of libraries and the implications of this understanding for library use and service.	User study and content analysis of user narratives	Qualitative and Quantitative
Mbambo and Cronje, 2002	To study that the use of internet reduce the development gap between developing countries and developedones.	Discussion list	Quantitative and Qualitative
Stansbury, 2002	To study the role of problem statement in scholarly journals	Problem statements injournal publications	Quantitative and Qualitative
Clyde, 2004	To study changes in school websites	School websites (1996-2002)	Quantitative
Wang and Gao, 2004	To identify technical services	Institution allibrary websites	Quantitatives



માહિતી ઉત્પાદનો : મૂળભૂત પાયો, પ્રકારો, ડિઝાઇન અને વિકાસ

-: રૂપરેખા :-

- 5.0 ઉદ્દેશો (Objectives)
- 5.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)
- 5.2 માહિતી ઉત્પાદનો / પાયો
- 5.3 માહિતી ઉત્પાદનોના પ્રકાર (Type Of Information Product)
 - 5.3.1 ઈ-બુક્સ
 - 5.3.2 વર્કબુક / નમૂનાઓ
 - 5.3.3 ઑનલાઇન અભ્યાસક્રમો
 - 5.3.4 વેબિનાર
 - 5.3.5 વર્ચ્યુઅલ સમિટ
 - 5.3.6 સભ્યપદ સાઈટ્સ
 - 5.3.7 એપ્લિકેશન
 - 5.3.8 ફેસબુક જૂથો અથવા ખાનગી સમુદાયો
 - 5.3.9 નિષ્ણાત ઈન્ટરવ્યુમાંથી ઑડિયા (Audio From Expert Interviews)
- 5.4 માહિતી ઉત્પાદનો ડિઝાઇન અને વિકાસ (Design and Development of Information Product)
 - 5.4.1 ટેકનિકલ / રિપોર્ટ લેખન (Technical Report Writing)
 - 5.4.2 સંપાદન
 - 5.4.3 પ્રિન્ટિંગ અને પ્રૂફ રીડિંગ
- 5.5 સારાંશ
- 5.6 તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને ઉત્તરો
- 5.7 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત
- 5.8 ચાવીરૂપ શબ્દો (Keywords)
- 5.9 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

5.0 ઉદ્દેશો (Objective)

આ એકમના અધ્યન બાદ તમે આ બાબતથી સક્ષમ બનશો.

- માહિતી ઉત્પાદનો એટલે શું તે જાણી શકશો.
- માહિતી ઉત્પાદનોના પ્રકાર, તેના ઉદાહરણ, કિંમત, બનાવવા માટે લાગતો સમય, વેચાણ વગેરેથી માહિતગાર થશો.
- ટેકનિકલ / રિપોર્ટ લેખન ની માહિતી મેળવશો.
- માહિતી પ્રોડક્ટ બનાવવા માટે સંપાદન ની પ્રક્રિયા અને બાબતોની માહિતી મેળવશો.
- પ્રોડક્ટ ડિઝાઇન અને વિકાસની માહિતી મેળવશો
- પ્રિન્ટિંગ અને પ્રૂફ રીડિંગ ની ભૂમિકા સમજશો.

5.1 પ્રસ્તાવના

માહિતી ઉત્પાદનો ડિજિટલ રીતે વેચાય છે, અને વેબસાઇટ પરથી ડાઉનલોડ કરી શકાય છે. માહિતી ઉત્પાદનો એવા ઉત્પાદનો છે કે જે તમે વેચો છો તેનો સૌથી મહત્વપૂર્ણ ભાગ જ્ઞાન છે. “માહિતી” એ માહિતી ઉત્પાદનનું મુખ્ય મૂલ્ય છે, કે જે ઘણીવાર કોઈપણ પ્રકારનું ભૌતિક સ્વરૂપ ધરાવતું નથી પણ તે માહિતી ઉત્પાદનોના પ્રકારોમાં સામેલ છે. કોને માહિતી ઉત્પાદન માટે વિચારની જરૂર છે. માહિતી ઉત્પાદનો બિઝનેસ શરૂ કરવાની એક શ્રેષ્ઠ તક છે. જો તમારી પાસે ખરેખર ચોક્કસ ક્ષેત્રમાં ઘણું જ્ઞાન અને મૂલ્યવાન કૌશલ્ય સમૂહ છે જેના માટે લોકો તમને પહેલેથી જ ચૂકવણી કરે છે. આ જ્ઞાનને ઉત્પાદનમાં ફેરવો.

ઉદાહરણ

UX ડિઝાઇનર છે. કોઈ શંકા નથી કે તમે UX ડિઝાઇન વિશે જાણો છો - તમે “યુએક્સ ડિઝાઇનર કેવી રીતે બનવું” પર એક ઇ-બુક લખી શકો છો અને તેને તમારી વેબસાઇટ પર વેચી શકો છો. માહિતી ઉત્પાદનોનો મુખ્ય ફાયદો છે - એકવાર તમે પ્રથમ બનાવ્યા પછી, તેની નકલો બનાવવા માટે કાંઈપણ ખર્ચ થશે નહીં.

આ એકમમાં માહિતી ઉત્પાદનો પ્રકાર પર એક નજર નાખીએ છીએ જે તમે બનાવી અને વેચી શકો છો: ઇબુક્સ, ઓનલાઇન અભ્યાસક્રમો, સભ્યપદ સાઈટ્સ વગેરે તમારા સમય, આવકની અપેક્ષા, કુશળતા અને ટેકનિકલ કૌશલ્યોના આધારે ઉત્પાદન થઈ શકે છે ચાલો તે બધાનું વિશ્લેષણ કરીએ.

5.2 માહિતી ઉત્પાદનો / પાયો

માહિતી વપરાશકર્તા તરીકે કોઈપણ વ્યક્તિ કે જેને દસ્તાવેજ સ્ત્રોતોની શ્રેણીમાંથી પસંદ કરેલી માહિતીની જરૂર હોય અને માહિતીની જરૂરિયાતો અનુસાર વિકસાવવામાં આવી હોય. વપરાશકર્તાને ડોક્યુમેન્ટરીની જરૂર છે એટલે કે, એવી માહિતી કે જેનો હેતુ દસ્તાવેજ (દસ્તાવેજો) છે અને મૂર્ત માધ્યમ પર રેકૉર્ડ કરેલ છે. હકીકતલક્ષી ચોક્કસ હકીકત, ઘટના અથવા તેમના સંયોજનને દર્શાવતી માહિતી;

ચોક્કસ વિચારો,, વિભાવનાઓ, મંતવ્યો, ધારણાઓ દર્શાવતી વૈચારિક માહિતી; ગ્રંથસૂચિ દસ્તાવેજ વિશેની માહિતી ધરાવતી માહિતી, માહિતી વપરાશકર્તાને દસ્તાવેજના અસ્તિત્વ, તેના આંતરિક (અર્થપૂર્ણ) અને બાહ્ય (ઔપચારિક) ચિહ્નો અને ગુણધર્મો વિશે, દસ્તાવેજના પ્રવાહ,, સંસાધન, ભંડોળમાં અભિગમ માટે તૈયાર કરવામાં આવે છે. આ માહિતી મૌખિક, હસ્તલિખિત, મુદ્રિત, ઇલેક્ટ્રોનિક, કેટેલોગ અને ફાઈલિંગ કેબિનેટ, ગ્રંથસૂચિ મેન્યુઅલ, સમીક્ષાઓ અને ડાયજેસ્ટ્સ તેમજ અન્ય દસ્તાવેજોના ભાગો વગેરે તરીકે કોઈપણ સ્વરૂપમાં સબમિટ કરી શકાય છે. પારિભાષિક રીતે, માહિતી ઉત્પાદનો વિભાવના સ્પષ્ટ રીતે વ્યાખ્યાયિત નથી ઘણીવાર સમાનાર્થી તરીકે તે ઉપયોગમાં લેવાય છે.

F. Kotler 1 વ્યાખ્યાયિત કરે છે સેવાઓ પ્રવૃત્તિ તરીકે જે એક પક્ષ બીજાને ઓફર કરી શકે છે; એક અગોચર ક્રિયા જે કોઈપણના કબજામાં પરિણમતી નથી. તેની જોગવાઈ મૂર્ત ઉત્પાદન સાથે સંકળાયેલ હોઈ શકે છે.

આઈટી લો વિકિ -"એક આઈટમ કે જે ચોક્કસ હેતુને પહોંચી વળવા માટે માહિતીના એક અથવા વધુ સ્ત્રોતોમાંથી લેવામાં આવી હોય"

માહિતી ઉત્પાદન એ એક લેખ (ઘણી વખત ડિજિટલ) છે જ્યાં પૂર્વવ્યાખ્યાયિત હેતુને પૂર્ણ કરવા માટે ગ્રાહકને સૂચના આપવા, શિક્ષિત કરવા અથવા માર્ગદર્શન આપવા માટે ડેટા અને માહિતી ચોક્કસ ફોર્મેટમાં સંરચિત કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે જોઈએ તો,

ગુનાની વાર્તાની ઈ-બુક એ માહિતી ઉત્પાદન નથી. પરંતુ ગુનાની તપાસ કેવી રીતે કરવી તે ઈ-બુક છે.

રશિયન સંશોધક વી. વી.2 દ્વારા 'માહિતી ઉત્પાદનો' શબ્દનો સામાન્ય શબ્દ તરીકે ઉપયોગ કરવાની સલાહ આપવામાં આવે છે, એમ ધારીને કે તે મૂર્ત અને બંને રીતે રજૂ કરી શકાય છે. અમૂર્ત સ્વરૂપ. એવા કિસ્સામાં જ્યારે માહિતી અને પુસ્તકાલય પ્રવૃત્તિઓના પરિણામો સામગ્રી, ભૌતિક સ્વરૂપ પ્રાપ્ત કરે છે, શબ્દનો ઉપયોગ થાય છે "માહિતી ઉત્પાદન". ડાયજેસ્ટ, વિશ્લેષણાત્મક સમીક્ષાઓ, ગ્રંથસૂચિ, અમૂર્ત જર્નલ્સ, વગેરેનો ઉપયોગ માહિતી ઉત્પાદનો તરીકેથી શકે છે.

ઉત્પાદન એ કાર્યક્ષમતા અને દેખાવ બંનેને નિર્ધારિત કરતી લાક્ષણિકતાઓનો સરવાળો અને સંપૂર્ણ સ્વરૂપ છે. આગામી સંશોધિત માહિતી તૈયાર કરવાની પ્રક્રિયામાં લાક્ષણિકતાઓમાં ફેરફાર શક્ય છે, જે ઉત્પાદનમાં પ્રકાશન સમયે સ્થિર સ્વરૂપમાં પ્રવેશે છે. માહિતી ઉત્પાદનો મૂર્ત સ્વરૂપમાં રજૂ કરી માહિતી ઉત્પાદન શબ્દનો ઉપયોગ તેને દર્શાવવા માટે થાય છે, અથવા માહિતી ઉત્પાદનો તરીકે માહિતી ઉત્પાદન ડાયજેસ્ટ, વિશ્લેષણાત્મક સમીક્ષાઓ, ગ્રંથસૂચિ વગેરેનો ઉપયોગ થઈ શકે છે.

માહિતી ઉત્પાદનો - માહિતી અને લાઈબ્રેરી પ્રવૃત્તિઓનું અંતિમ પરિણામ જેનો હેતુ વપરાશકર્તાઓની માહિતી જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવાનો છે જે માહિતી ઉત્પાદનો સ્વરૂપમાં પ્રસ્તુત છે.

માહિતી ઉત્પાદન - માહિતી અને પુસ્તકાલય પ્રવૃત્તિઓનું અંતિમ પરિણામ, ભૌતિક માધ્યમ પર નિશ્ચિત છે, જે વપરાશકર્તાઓની માહિતી જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે તેનો ફરીથી ઉપયોગ કરવાનું શક્ય બનાવે છે.

માહિતી ઉત્પાદનોની લાક્ષણિકતાઓ

- ઉપયોગિતા
- પ્રતિકૃતિ
- વૃદ્ધત્વ
- લક્ષ્યીકરણ
- તીવ્રતા
- એક્સેસ

સમય જતાં માહિતી ઉત્પાદનો તેમનું ગ્રાહક મૂલ્ય ગુમાવે છે. ઉત્પાદનોએ વપરાશકર્તાઓના અમુક જૂથોની લાક્ષણિકતાઓ અને તેમના વ્યક્તિગત ગુણધર્મોને ધ્યાનમાં લેવા જોઈએ. માહિતી ઉત્પાદન માટે વધુ અને વધુ અદ્યતન તકનીકી સાધનો અને સૉફ્ટવેર અને ભાષાકીય સહાયની જરૂર છે. આથી માહિતી ઉત્પાદનોના ઉત્પાદનના માધ્યમો બનાવવા માટે, ઉચ્ચ સ્તરના જ્ઞાનની જરૂર છે. માહિતી ઉત્પાદનના નવા માધ્યમો તકનીકી સુધારણાનું પરિણામ નથી, પરંતુ નવીનતમ વૈજ્ઞાનિક સિદ્ધિઓનો ઉપયોગ છે. માહિતી ઉત્પાદનની પ્રક્રિયામાં મોટાભાગે તેના વિશે નવા જ્ઞાનના સંપાદનનો સમાવેશ થાય છે અને જેઓ વિકાસ કરે છે અને જેઓ બુદ્ધિશાળી પ્રણાલીઓનો ઉપયોગ કરે છે તેઓને બૌદ્ધિક શ્રમમાંથી મુક્તિ મળતી નથી. માહિતી ઉત્પાદન તે સમાવિષ્ટ માહિતીને જાળવી રાખે છે, પછી ભલે તે કેટલી વખત ઉપયોગમાં લેવાય છે.

5.3 માહિતી ઉત્પાદનોના પ્રકાર (Type Of Information Product)

-
- ઈ-બુક
- વર્કબુક / નમૂનાઓ
- ઓનલાઈન અભ્યાસક્રમો
- વેબિનાર
- વર્ચ્યુઅલ સમિટ
- સભ્યપદ સાઈટ્સ
- એપ્લિકેશન
- ફેસબુક જૂથો અથવા ખાનગી સમુદાયો
- નિષ્ણાંત ઈન્ટરવ્યુમાંથી ઓડિયો (Audio from expert interviews)

❖ કઈ ઈન્ફોપ્રોડક્ટ્સ બનાવવી ? (Which infoproducts to create ?)

માહિતી ઉત્પાદનના તમામ પ્રકાર માટે નીચે મુજબના મુદ્દા ધ્યાને લેવાં જોઈએ.

- માપદંડ- માહિતી ઉત્પાદનો બનાવવા નક્કી કરવામાં આવેલ માપદંડ
- સમય- કેટલો સમય અને કેટલી મહેનત લાગશે.
- આવક- કેટલી આવક મેળવવા માંગો છો. નીચા ભાવે અથવા ઓછા પરંતુ ઊંચા ભાવે વધુ વેચાણ કરવાનું પસંદ કરો છો?
- નિપુણતા -તમારી પાસે વિષય નું કેટલું જ્ઞાન અને અનુભવ છે?
- ઉપભોક્તા શું શોધી રહ્યા છે?
- ટેકનોલોજી ઉપયોગ અને જાણકારી

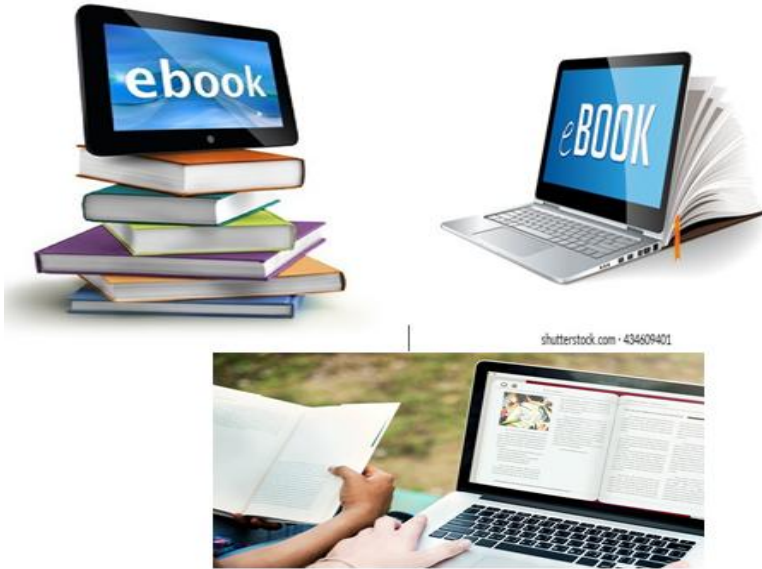
❖ માહિતી ઉત્પાદનોના પ્રકાર (Type Of Information Product)

5.3.1 ઈ-બુક

ઈલેક્ટ્રોનિક ઉપકરણો પર વાંચી શકાય અને ડિજિટલ ફોર્મમાં હોય તેને ઈ -બુક કહેવાય છે. જ્ઞાન પ્રકરણોમાં સંરચિત છે અને શબ્દમાં લેખિત સ્વરૂપે પ્રદાન કરવામાં આવ્યું છે.

E-Books એ ઓનલાઈન ઉપલબ્ધ ડિજિટલ પુસ્તક અને એક ઉત્તમ મુખ્ય ચુંબક ઉદાહરણ છે. E-Books એ લીડ મેગ્નેટનું સૌથી લોકપ્રિય સ્વરૂપ છે અને માર્કેટર્સ આજે તેનો ઉપયોગ વધારે છે. ઈ-બુક લખવામાં થોડો સમય લંબાઈ પર આધાર રાખે છે. તેને એકસાથે મૂકવામાં થોડો સમય લાગશે. પરંતુ એકવાર તેને વેચવાનું શરૂ કર્યા પછી અપેક્ષા કરતાં વધુ ઝડપથી ડિજિટલ છાજલીઓમાંથી ઉપયોગ થશે. જો તમે તમારો વિષય જાણો છો, તો તેને લખવું અને વેચવું એટલું મુશ્કેલ નથી તમારા મનમાં ગમે તે વિષય હોય, ફક્ત તેને પરંપરાગત પુસ્તક તરીકે ટાઈપ કરો જે તમે ઘરે વાંચશો - પરંતુ થોડા તફાવત સાથે કે તેનું ફોર્મેટ ઓનલાઈન હશે.

ટેકનોલોજી અથવા ડેટા બદલાય તો તેને અપડેટ કરવું પડે, પુસ્તકના સર્જનમાં કદ અને ક્ષમતાના આધારે સમય લાગે.



ઉદાહરણ તરીકે

- પ્રવાસની યોજના બનાવવામાં મદદ કરવા યાત્રા માર્ગદર્શિકા
- રાંધવામાં મદદ કરવા માટે કુકબુક

લેખ દીઠ મર્યાદિત આવકની સંભાવના. પ્રમોટ કરતી વખતે સ્પષ્ટ હોવું જોઈએ તેમાં શું સામેલ છે અને શું સામેલ નથી. વિષય અને ઉપભોક્તા કોણ છે તેના આધારે તે બદલાઈ શકે છે. તે વર્ડ અને પાવરપોઈન્ટમાં બનાવવા અથવા PDF તરીકે સાચવવા જેટલું સરળ હોઈ શકે છે. સ્ક્રીનના કદને અનુરૂપ થવા માટે ફોર્મેટ કરી શકાય છે.

Amazon, Barnes અને **Noble** જેવા બુક પ્લેટફોર્મ દ્વારા વેબસાઈટ પર વેચાણ કરી શકાય છે. એવી વેબસાઈટ પર કે જે ઈ-બુક બનાવટમાં નિષ્ણાત હોય અને પ્રિન્ટેડ વર્ઝન પણ વેચી શકે દા. ત. બ્લર્બ, વાસ્તવિક જીવંત રાશિઓ, મારી ગંતવ્ય માર્ગદર્શિકા જે પી.ડી.એફ. દસ્તાવેજો છે.

5.3.2 વર્કબુક / નમૂનાઓ

તે વ્યક્તિ ને ભરવા માટે પ્રશ્નો અને કસરતો સાથેનું સંરચિત સ્વરૂપ છે. વર્કબુક સામાન્ય રીતે માહિતી ઉત્પાદનો બનાવવા અને વેચવા માટેના સૌથી સરળ પ્રકારોમાંથી એક છે. આ એક ઈ-બુક છે કે જેને ભરી શકાય છે. ફોર્મેટ કરેલી જગ્યાઓ ગ્રાહકને પૂર્ણ કરવા માટે બાકી છે. કેટલીકવાર ઈ-બુક તરીકે વર્કબુક ઍડ-ઍન દરીકે વેચ્યં છે. ઍડ-ઍન તરીકે વેચાય છે.



વર્કબુક પુસ્તકો, કાર્ય પરિસ્થિતિના વિશ્લેષણને દસ્તાવેજીકૃત કરવા અને વ્યૂહરચના માટે ઉત્તમ છે. વર્કબુક વિવિધ પ્રેક્ષકો માટે સરસ છે. વર્કબુક સામાન્ય રીતે માહિતી ઉત્પાદનો બનાવવા અને વેચવા માટેના સૌથી સરળ પ્રકારોમાંથી એક છે. તે વ્યક્તિને ભરવા માટે પ્રશ્નો અને કસરતો સાથેનું સંરચિત સ્વરૂપ છે. વિષય શાબ્દિક રીતે કંઈપણ હોઈ શકે. જો તમે તમારા પ્રકારની માહિતી ઉત્પાદન તરીકે વર્કબુક બનાવવો છો, તો તમે તેને એકલા ઉત્પાદન તરીકે વેચી શકો છો અથવા તેને અન્ય માહિતી ઉત્પાદન સાથે અપસેલ તરીકે ઉમેરી શકો છો. જો તમે તમારા પ્રકારની માહિતી ઉત્પાદન તરીકે વર્કબુક બનાવવાનું નક્કી કરો છો, તો તમે તેને એકલા ઉત્પાદન તરીકે વેચી શકો છો અથવા તેને અન્ય માહિતી ઉત્પાદન સાથે અપસેલ તરીકે ઉમેરી શકો છો. ઉદાહરણ તરીકે.

- જો તમે રિયલ એસ્ટેટ કોચ છો, તો તમે ‘ઘર ખરીદતા પહેલા દેવામાંથી બહાર નીકળવા માટે બજેટ બનાવવાની વર્કબુક બનાવી શકો છો.
- જો તમે હેલ્થ કોચ છો, તો તમે ‘વજન ઘટાડવા માટે સ્વસ્થ આહાર યોજનાની રચના’ વર્કબુક બનાવી શકો છો.

એકવાર લખો માત્ર પ્રમોશન જરૂરી છે. ટેકનોલોજી અથવા ડેટા બદલાય તોજ તમારે તેને અપડેટ કરવી પડે. . લેખ દીઠ મર્યાદિત આવકની સંભાવના છે. તેને વર્ડમાં બનાવવા અથવા PDF તરીકે સાચવવા જેટલું સરળ છે. ગ્રાહક તેને છાપે છે અને તેના પર લખે છે. એડોબ સોફ્ટવેર ઈન્ડિઝાઇનનો ઉપયોગ ફોર્મેટ ફિલ્ડને ફોર્મેટ કરવા અને તેનો ઉપયોગ કરવાનો એક સરસ ઉપાય છે. એકવાર ઇન્ટરેક્ટિવ પીડીએફમાં સાચવ્યા પછી, લોકો તેને ઇલેક્ટ્રોનિક રીતે ભરી શકે છે.

સેલ્ઝ જેવા ઈ-કોમર્સ પ્લેટફોર્મનો ઉપયોગ કરીને તમારા બ્લોગ પર તેને વેચવાનો અહીં શ્રેષ્ઠ વિકલ્પ છે. ગ્રાહકો માટે તે ઘણીવાર વધુ વ્યવહારુ હોવા છતાં તે ભાગ્યે જ બનાવવામાં આવે છે. લોકો હંમેશાં સંપૂર્ણ પુસ્તક વાંચવા માંગતા નથી . તમારા જીવનને વ્યવસ્થિત બનાવવા માટે ચમકતા મમ્મી પ્રિન્ટેબલ Inner Social Lmedianess એક ઉત્પાદન ધરાવે છે જે Pinterest પ્રક્રિયા વિશે મિશ્ર ઇ-બુક/વર્કબુક છે બ્લોગર્સ, જે લોકોને તેમનો હેતુ શોધવામાં મદદ કરે છે, તેઓ ઘણી બધી વર્કબુકનો ઉપયોગ કરે છે.

5.3.3 ઓનલાઇન અભ્યાસક્રમો

વિષય પર શીખવાની અને શિક્ષિત કરવાની આ એક સરળ રીત છે. આમાં લાંબા, કંટાળાજનક ભૌતિક કાગળોમાંથી પસાર થવાની જરૂર નથી. તે ડિજિટલ સ્વરૂપ પર આધારિત છે. અને લોકો ને તે ગમે છે. જો તમે એકવાર ઓનલાઇન કોર્સ કર્યો હોય, તો તમે સમજો છો કે ડિજિટલ લર્નિંગ કેવી રીતે કાર્ય કરે છે. જો માહિતી ઉત્પાદન તરીકે ઓનલાઇન કોર્સ બનાવવાનું વિચારી એ તો, જે તે વિષય પર કુશળતા, ઓછી કિંમત, નોંધપાત્ર સમય અને રોકાણની જરૂર પડશે. તે ઉચ્ચ નફો આપશે. ઓનલાઇન અભ્યાસક્રમો અને તાલીમમાં સામાન્ય રીતે બહુવિધ મોડ્યુલ્સનો સમાવેશ થાય છે અને આપેલા વિષયની ઊંડાણપૂર્વક સમીક્ષા ઓફર કરે છે.



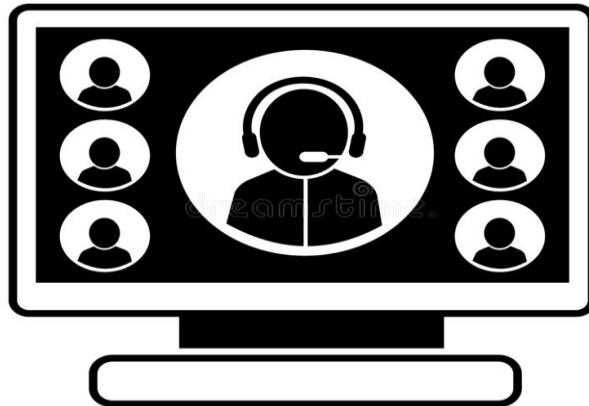
ઓનલાઈન પદ્ધતિઓ દ્વારા શીખવવામાં આવતો અભ્યાસક્રમ જેમાં ઓનલાઈન માધ્યમ દ્વારા અભ્યાસક્રમ શીખવામાં આવે છે. અને પરીક્ષા પણ લેવા મા આવે છે પ્રોગ્રામ જ્ઞાનને સ્થાનાંતરિત કરવા અને તેને કેવી રીતે લાગુ કરવું તે શીખવવા માટે ઓનલાઈન પદ્ધતિઓ દ્વારા શીખવવામાં આવે છે.

ઉદાહરણો

1. Graphic Designing
2. Big Data Analysis
3. Online MBA
4. Social Media Markating
5. યોગા
6. ફૂડ એન્ડ ન્યુટ્રિશન
7. ચાઈલ્ડ કેર એન્ડ ડેવલપમેન્ટ

તમે તેને એકવાર લખો અને પછી તે નિષ્ક્રિય આવક છે. જો ટેકનોલોજી અથવા ડેટા બદલાય તો તમારે તેને અપડેટ કરવું પડશે પરંતુ આ કામ જરૂરીયાત મુજબ કરવું જોઈએ અને વારંવાર નહીં. વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપવા માટે એકવાર તે શરૂ કરી કેટલાંક કલાકોની યોજના બનાવો અથવા 1 થી 3 અઠવાડિયાને નક્કી કરો. માત્ર પ્રમોશન જરૂરી છે. સમયની પ્રતિબદ્ધતા વધારે હોવાનું માનવામાં આવે છે, વેચાણનું પ્રમાણ ઓછું છે. કિંમત ઈ-બુક કરતાં નોંધપાત્ર રીતે વધારે હોઈ શકે છે.

ઈ-બુક કરતાં પરિણામની અપેક્ષા વધારે હોવાથી ઉચ્ચ સ્તરની કુશળતાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે. ઓનલાઈન અભ્યાસક્રમમાં નિષ્ણાત ઈન્ટરવ્યૂ ઉમેરીને અથવા અન્ય નિષ્ણાતો સાથે સહયોગ કરીને કુશળતા વધારી શકાય છે. વીડિયો, ટ્રાન્સક્રિપ્ટ, વર્કશીટ્સ સાથે ઓનલાઈન પ્લેટફોર્મ પર વધુ ડિઝાઈન કરેલ પ્રોડક્ટ તરીકે વિકસાવી શકાય છે. તે ઈ મેઈલ દ્વારા મોકલવામાં આવેલ કોર્સ જેટલો સરળ હોઈ શકે છે. ઈકોમર્સ પ્લેટફોર્મ દ્વારા ઈમેલ કોર્સની એક્સેસ વેચી શકાય હોસ્ટિંગ પ્લેટફોર્મ અને તેમની ઈ-કોમર્સ સિસ્ટમનો ઉપયોગ કરી શકાય પરંતુ પ્રમોશન જાતે કરવું પડે. ઉદાહરણ તરીકે Teachable સાથે એવા પ્લેટફોર્મનો ઉપયોગ કરી શકાય કે જે પ્રમોશન પોતે કરે, જેમ કે Udemy (મોટા પ્રેક્ષકો પહોંચ્યા પરંતુ ઓછા માર્જિન અને ઓછું નિયંત્રણ) અથવા વેબસાઈટ પર કીવર્ડ સુરક્ષિત વિસ્તાર બનાવી શકાય અને સેલ્સ જેવા ઈ-કોમર્સ પ્લેટફોર્મ દ્વારા એક્સેસ વેચી શકાય .



5.3.4 વેબિનાર (Webinar)

સામાન્ય રીતે 1 થી 2 કલાક સુધી ચાલતા લાઇવ અથવા પ્રી-રેકોર્ડ કરેલા વીડિયો ને વેબિનાર કહેવાય છે તેને ન્યૂનતમ સંસાધનો સાથે ગમે ત્યારે હોસ્ટ કરી શકાય છે. વિષય કંઈપણ હોઈ શકે છે - કુશળતાના સ્તર પર આધાર રાખીને વેબિનાર્સ ખરેખર સારી રીતે રૂપાંતરિત થાય છે કારણ કે આજના પ્રેક્ષકો લેખિત ઉત્પાદનો કરતાં દ્રશ્ય ઉત્પાદનો વધારે પસંદ કરે છે.

વાસ્તવિક રીતે સેલ્સ ફનલ સ્વચાલિત વેબિનાર ઉમેરવા એ વધારાની આવકનો પ્રવાહ ઉમેરવાનો સારો માર્ગ છે, પરંતુ તમે લાઇવ વેબિનાર સાથે નોંધપાત્ર રીતે વધુ સારા પરિણામો પ્રાપ્ત થઈ શકે છે. વેબિનાર્સ વધુ વખત મફત ઈવેન્ટ્સ તરીકે ઓફર કરવામાં આવે છે. ગ્રાહકોને મફત ડેમો વેબિનાર ઓફર કરીએ તો જ્યાં તેઓ ને સેવા, કિંમતો અને તેમના માટે જે સમસ્યા હલ કરીએ તે વિશે તેઓ વધુ જાણી શકે છે. જો આપણે ડેમો વીડિઓઝ અથવા વેબિનાર કેવી રીતે બનાવવું તે જાણતા નથી, તો તે બનાવવા ખૂબ જ સરળ છે. પરંતુ તેને જીવંત તાલીમ ઉત્પાદન તરીકે વેચવું અસામાન્ય નથી. વેબિનાર રેકોર્ડ કરી શકાય છે અને પછી તેને વેચવાનું ચાલુ રાખી શકાય. HubSpot મુજબ, 24. 9% માર્કેટર્સ વેબિનાર્સનો ઉપયોગ કરી રહ્યાં છે. મોટાભાગે સદસ્યતા સાઈટ્સ અને અભ્યાસક્રમો જેવા મોટા ઉત્પાદનો તરફ લોકોને આકર્ષવાના માર્ગ તરીકે જોવામાં આવે છે પરંતુ તે પોતે જ વેચી શકાય છે.

ઉદાહરણ તરીકે

“તમારા બ્લોગમાં કાનૂની જરૂરિયાતોની મૂળભૂત બાબતો છે તેની ખાતરી કરવા માટે 1 કલાકનો વેબિનાર તમારા રેઝ્યૂમેને ફરીથી કામ કરવા પર 1 કલાકનો વેબિનાર” એક વખત રેકોર્ડિંગ પછી નિષ્ક્રિય આવક થાય. નવી ટેકનિક વિકસિત થાય તો જ બીજું રેકોર્ડ કરવું પડે. વેબિનાર વર્કબુક અથવા કોર્સની જેમ કાર્યક્ષમ નથી પરંતુ જો તે ખૂબ જ ચોક્કસ મુદ્દાઓને સંબોધિત થાય તો તેનું મૂલ્ય ગણી શકાય. ખૂબ ચોક્કસ મુદ્દાઓ પર કુશળતાની જરૂર છે. ઉદાહરણ તરીકે જોઈએ તો ઘણા એકાઉન્ટ્સ બનાવવા હોય તો ગ્રાહકોને એક જાતે બનાવવાના માર્ગ પર લઈ જઈ શકાય છે. વેબિનાર સોફ્ટવેરનો ઉપયોગ કરવા સક્ષમ અને અવરોધોને હેન્ડલ કરવા માટે તૈયાર રહેવું જરૂરી છે. ઈકોમર્સ પ્લેટફોર્મ દ્વારા વિડિઓ સાથે પૃષ્ઠની એક્સેસ થી વેચી શકાય છે. એક પ્લેટફોર્મનો ઉપયોગ કરવાથી પ્રતિભાગીઓ પાસેથી શુલ્ક લેવાની અથવા રેકોર્ડ કર્યા પછી તેને વેચવાની મંજૂરી મળે છે. વેબિનાર પોતાના ઉત્પાદનો અથવા અન્ય નિષ્ણાતોના ઉત્પાદનો સાથેના બંડલમાં સમાવવા માટે પણ શ્રેષ્ઠ છે.

5.3.5 વર્ચ્યુઅલ સમિટ

એક સંપૂર્ણ વેબસાઈટ અથવા વેબસાઈટનો એક વિભાગ કે જ્યાં ફક્ત સભ્યપદ ધરાવતા લોકો દ્વારા જ એક્સેસ કરી શકાય, કોન્ફરન્સ જેવું છે પણ ઓનલાઈન છે. વિષય માટે ઉપયોગી છે પણ તેને અદ્યતન રાખવી પડે. સભ્યપદ સાઈટ એક્સેસ એ ઈન્ફોપ્રોડક્ટ્સનો પ્રકાર છે. લોકોમાં રુચિ રાખવા અને પ્રોગ્રામનો ભાગ બનાવવા માટે સભ્યપદ સાઈટ પર નિયમિતપણે સામગ્રી ઉમેરવી જરૂરી છે. વ્યાપક વિષયોની આસપાસ વર્ચ્યુઅલ સમિટ બનાવી શકાય છે. કેટલાક અનુભવી ટ્રાવેલ બ્લોગર્સ ટ્રાવેલ બ્લોગ મોનેટાઈઝેશન સમિટ કરવા માટે ભાગીદારી કરે છે. દરેક નિષ્ણાત વેબિનારને સંસાધનો અને

એક્શન પ્લાન સાથેના કોર્સમાં રૂપાંતરિત કરી સમિટ કરતાં પણ આગળ રહે છે પ્રોબ્લોગરે તેની ઓન-સાઈટ કોન્ફરન્સને વર્ચ્યુઅલ ટિકિટ સાથે વર્ચ્યુઅલ સમિટમાં ફેરવી દીધી છે.

ઉદાહરણ તરીકે,

‘તમારા વ્યક્તિગત નાણાંને કેવી રીતે ઇન્વેસ્ટ કરવાં’ વિશે વર્ચ્યુઅલ સમિટમાં વક્તાઓ હોઈ શકે છે.

તમારા નાણાંનું સંચાલન કેવી રીતે કરવું ?

શ્રેષ્ઠ રોકાણ કેવી રીતે અને ક્યાં કરવું ?

તમારી આવક કેવી રીતે ઉભી કરવી ?

ઓછા સમયમા વધારે નફો કેવી રીતે મેળવો ?

સ્પીકર્સ મેનેજ કરવાથી લઈને પ્રમોશન સુધી બધું જ કામ ટેકનોલોજીના ઉપયોગથી થતું હોવાથી એક્સાથે મૂકવા માટે ખૂબ જ સમય માંગી લે છે. વ્યાપક વિષય અને વક્તાઓ સાથે વર્ચ્યુઅલ સબમિટનો પ્રચાર કરી શકે તેવા વિશાળ પ્રેક્ષકોની એક્સેસ મળે છે કોઈ સામાન્ય અભિગમ નથી પણ કિંમત સેંકડો ડોલર સુધી બદલાઈ શકે છે. આયોજન અને નેટવર્કિંગમાં નિપુણ હોવા જોઈએ, વિષય જરૂરી નથી વક્તાઓની કુશળતા અને ટેકનિકલ કૌશલ્ય જરૂરી છે. લેન્ડિંગ પૃષ્ઠ દ્વારા પ્રચાર કરી શકાય અથવા વેબસાઈટ પર અને સ્પીકર્સ નેટવર્ક દ્વારા પ્રચાર કરી શકાય. સાથે વર્ચ્યુઅલ સમિટમાં ફેરવી દીધી છે.

5.3.6 એપ (App)

એપ્લિકેશન એ માહિતી સાથેના અરસપરસ સંબંધને મંજૂરી આપે છે. માહિતી ઉત્પાદનોના પ્રકારોમાં ફોન એપ્લિકેશન્સ સમાવેશ થાય છે.

ઉદાહરણો

Google નકશા ઘણા બધા ડેટા અને માહિતીનો ઉપયોગ

ક્યાં છો, તે જાણવા અને એક બિંદુ સુધી પહોંચવા માટે કરવામાં આવે છે. એપ્લિકેશન્સના ફોર્મેટમાં ટ્રાવેલ ગાઈડ, કોઈપણ જગ્યા ફરવા જવા માટે, જોવાલાયક સ્થળ માટેની માહિતી મેળવવા માટે એપ્લિકેશનનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. વાનગીઓ શોધવા માટેની એપ્લિકેશનો, મ્યુઝિયમની મુલાકાત લેવામાં સહાય કરવા માટેની એપ્લિકેશનો કન્ટેન્ટ બનાવવા, એપને સ્ટ્રક્ચર અને કોડ કરવા માટે થોડો સમય જરૂરી છે. અપગ્રેડ જરૂરી છે. મોટાભાગની એપ્લિકેશનો મફત અને ઓછી કિંમતની હોય છે. પરંતુ લાખો વપરાશકર્તાઓની એક્સેસ એપ સ્ટોર્સ દ્વારા મળે છે. એપ્લિકેશનના પ્રકાર પર આધારિત છે તે મુજબ તે બદલાય છે ટેકનિકલ કૌશલ્ય જરૂરી અને એપ્લિકેશન કોડિંગ આવશ્યક છે. દરેક ઉપકરણ માટે એપ સ્ટોર હોય છે.

5.3.7 સભ્યપદ સાઈટ

ઓનલાઈન વ્યવસાયનો કોઈપણ ભાગ છે જે ગ્રાહકોને સામગ્રી પ્રદાન કરે છે. સામગ્રીની એક્સેસને ફક્ત તે જ લોકો માટે મર્યાદિત છે જેઓ એક્સેસ માટે ચૂકવણી કરે છે. ગ્રાહકો કે જેઓ વિશિષ્ટ સામગ્રી અને વિશેષાધિકારો સાથે સભ્યોના ક્ષેત્રમાં પ્રવેશ મેળવે છે અને વિશિષ્ટ જ્ઞાનને શોધી લેવાનો લાભ મેળવવાનું શરૂ કરે છે. ફક્ત સભ્યપદ ધરાવતા લોકો દ્વારા જ એક્સેસ કરી શકાય એવી વેબસાઈટનો એક વિભાગ અથવા એક સંપૂર્ણ વેબસાઈટ છે. તે વિષય માટે સરસ છે તેને અદ્યતન રાખવાની જરૂર છે.

ફક્ત એક સેકન્ડ માટે કલ્પના કરો કે મૂવીઝ અને શોને બદલે, Netflix ખરેખર તાલીમ, વિડિયો, પોડકાસ્ટ અથવા અન્ય કોઈ મૂલ્યવાન સંસાધન પ્રદાન કરે છે જેમાંથી તમે શીખી શકો.

ઉદાહરણો

- મૂવીઝ અને શોને બદલે, Netflix ખરેખર તાલીમ, વિડિયો, પોડકાસ્ટ અથવા અન્ય કોઈ મૂલ્યવાન સંસાધન પ્રદાન કરે છે જેમાંથી તમે શીખી શકો.
- બાસ વગાડવાનું શીખવા માટે પાઠ સાથે સ્કોટની સભ્યપદ સાઈટ
- ઉચ્ચ તકનીકી સાધનોનો ઉપયોગ કરવા માટે સાપ્તાહિક નવી ટીપ્સ અને ટ્યુટોરિયલ્સ.

લોકોને પ્રોગ્રામનો ભાગ બનાવવા અને રુચિ રાખવા માટે સભ્યપદ સાઈટ પર સામગ્રી નિયમિતપણે ઉમેરવી આવશ્યક છે.

વાર્ષિક અથવા માસિક સભ્યપદ સાથે પુનરાવર્તિત આવક.

સામગ્રીના જથ્થા અને તકનીકીને આધારે એક વર્ષથી એક મહિનાની આવક થઈ શકે. સભ્યપદ સાઈટ પર સતત ઉચ્ચ ગુણવત્તાવાળી સામગ્રી લાવવા કુશળતા ખૂબ ઊંચી હોવી જોઈએ.

એકવાર સભ્યપદ વિસ્તાર સેટ થઈ જાય, પછી તમારા બ્લોગ મુજબ જ પ્રકાશિત કરવું પડશે. પ્લગઈન્સ તમારી સભ્યપદ સાઈટ્સનું સંચાલન કરવામાં મદદ રૂપ થઈ શકે છે પ્લગઈન અથવા ઈ-કોમર્સ પ્લેટફોર્મ દ્વારા રિકરિંગ પેમેન્ટ પ્લાન સેટ કરી વેચી શકાય છે.

5.3.8 ફેસબુક જૂથો અથવા ખાનગી સમુદાયો

ફેસબુક જૂથો અને ખાનગી સમુદાયો સંભવિત ગ્રાહકોના સ્ત્રોત છે. ફેસબુક જૂથો વાસ્તવમાં કોચ માટે શ્રેષ્ઠ લીડ જનરેશન યુક્તિઓમાંથી એક છે. Slack અથવા Facebook જેવી સાઈટ્સ છે કે જે ખાનગી URL પાસવર્ડ સાથે તેમના સહભાગીઓ સાથે ચાલુ ટીપ્સ અને માહિતી શેર કરવાની સરળ રીત પ્રદાન કરી શકે છે. સંભાવનાઓ સમુદાયમાં જોડાવા અથવા સભ્યપદ લેવા માંગે છે તેમને ઉપયોગી ટીપ્સ, માહિતી અને કોઈપણ સમસ્યાના ઉકેલો પ્રદાન કરી શકે છે. જૂથોમાંથી તરત જ ઘણા પૈસા કમાઈ શકતા નથી, પરંતુ તેઓ બ્રાંડમાં વિશ્વાસ વધારવા તરફ ખૂબ આગળ વધે છે. આ પ્રકારની માહિતી ઉત્પાદન બનાવવા માટે પ્રતિબદ્ધ થાઓ છો, ત્યારે તમારે જાણવું જોઈએ કે તેમાં તમારી તરફથી સતત

સહભાગિતાની જરૂર પડશે. પરંતુ વેચાણ માટેના સસ્તા પ્રકારનાં માહિતી ઉત્પાદનોમાંથી એક હોવાનું પણ વલણ ધરાવે છે.

5.3.9 નિષ્ણાત ઇન્ટરવ્યુમાંથી ઓડિયો (Audio From Expert Interviews)

ઓડિયો માહિતી ઉત્પાદન ચીટ શીટ છે. ઇન્ટરવ્યુ પ્રોડક્ટ બનાવવા માટે 1-5 દિવસ નો સમય લાગે છે. ઇન્ટરવ્યુ વેચી શકાય છે ઇન્ટરવ્યુઅર તરીકે થોડી પ્રેક્ટિસ અને કેટલાક ઓડિયો રેકોર્ડિંગની જરૂર ઇન્ટરવ્યુ બનાવવા માટે નિષ્ણાતોની બોલવાની ફી ખૂબ જ વધારે હોય છે કારણકે લોકો નિષ્ણાતોને સાંભળવાનું પસંદ કરે છે.

5.4 માહિતી ઉત્પાદનો ડિઝાઇન અને વિકાસ (Design and Development of Information Product)

માહિતી ઉત્પાદનો ડિઝાઇન અને વિકાસમાં ટેકનિકલ / રિપોર્ટ લેખન શું છે ? કેવી રીતે લખી શકાય, તેનું સંપાદન કેવી રીતે થાય, તેનો વિસ્તાર, તે શા માટે જરૂરી છે. તેનો વિસ્તાર કેટલો હોય. તેનું પ્રિન્ટિંગ અને પ્રૂફ રીડિંગ ફોટો ટાઇપ સેટિંગ, ડેસ્ક - ટોપ - પબ્લિશિંગ (DTP) અને રિ-પ્રોડક્શનનો સમાવેશ થાય છે.

વિવિધ તકનીકી અને શૈક્ષણિક સંસ્થાઓના સંશોધન અને વિકાસ અહેવાલો સાહિત્યના વિશિષ્ટ સ્વરૂપ તરીકે ઉભરી આવ્યા છે. સંશોધન જ્ઞાનના સ્ત્રોતમાં વધારો કરે છે અને ક્રિયા માટેના આધાર તરીકે તેનો ઉપયોગ થાય છે.

5.4.1 ટેકનિકલ / રિપોર્ટ લેખન (Technical Report Writing)

રિપોર્ટ એટલે શું ?

ચોક્કસ પ્રવૃત્તિ માટે વ્યવસાય અથવા ઉદ્યોગ શા માટે? કેવી રીતે? વિગતોમાં તપાસાયેલ દસ્તાવેજ એટલે ‘રિપોર્ટ’ સ્પષ્ટતા અને રજૂઆત પર આધાર રાખે છે. કાર્યાત્મક દરેક રિપોર્ટ એરેન્જમેન્ટ જુએ છે, કોઈ વિષય વિશે આગળ વધતા પહેલા, તમે જાતે વિચારો જ્ઞાન શું છે? તમે શું વિચારી રહ્યા છો? શું તમે કાર્યવાહીની જાણ કરી રહ્યાં છો? તેની શું વિગતો હોવી જોઈએ વ્યવસ્થા સંદર્ભે જોઈએ તો રજૂઆતના પ્રશ્નોના જવાબોની માહિતીની ગોઠવણી અને કયા પ્રકારનાં શબ્દો પર ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે? કેવી રીતે તે ચાર્ટ, આકૃતિઓ, ચિત્રની ગોઠવણી થાય. વ્યવસાય અથવા ઉદ્યોગ પણ, ચોક્કસ પ્રવૃત્તિ અથવા પ્રોગ્રામ વિશેની હકીકતોની વ્યવસ્થિત રજૂઆત ઉપયોગી છે.

આપેલ સમસ્યાની વિગતવાર તપાસને ‘રિપોર્ટ’ કહેવાય છે. કે જે અહેવાલની અસરકારકતા વિષયવસ્તુ અને રજૂઆતની સ્પષ્ટતા અને સંપૂર્ણતા પર ઘણો આધાર રાખતો દસ્તાવેજ સ્વરૂપ છે. અહેવાલ લેખન કાર્યાત્મક લેખન છે. કાર્યાત્મક લેખનમાં ચોક્કસાઈ, સંક્ષિપ્તતા અને સ્પષ્ટતા છે. અહેવાલમાં તારણો (અવલોકન, પ્રયોગ અથવા સંશોધન દ્વારા), વિચારોની જોડણી અને ભલામણોના આધારે હકીકતો જણાવવી આવશ્યક છે. દરેક અહેવાલના ચાર તબક્કાઓ હોય છે.

1. તૈયારી, 2. ગોઠવણ, 3. લેખન, 4. પુનરાવર્તન.

લખવા માટે આગળ વધતા પહેલાં, મારો વાચક કોણ છે? તેનું પૃષ્ઠભૂમિ જ્ઞાન શું છે? તેનું તકનીકી અને સમજણનું સ્તર શું છે? કયું વધારાનું જ્ઞાન પૂરું પાડવાનું છે? કઈ વિગતો આપવાની છે?

તે બાબત ધ્યાને રાખી વ્યક્તિએ વિષય, અવકાશ અને હેતુ વિશે સ્પષ્ટતા કરવી જોઈએ. તમે કયા હેતુ માટે લખો છો તે નક્કી કરો? શું તમે કોઈ નવો વિચાર રજૂ કરવાનો પ્રયાસ કરી રહ્યાં છો? શું તમે કેટલાક તારણોની જાણ કરી રહ્યાં છો અથવા, પગલાં લેવાની ભલામણ કરી રહ્યાં છો?

માહિતી તાર્કિક ક્રમ, વિષયવસ્તુની રજૂઆતનો ક્રમ તે પ્રશ્નોના જવાબોના આધારે માહિતીની ગોઠવણી નક્કી કરવાની છે? કઈ પરિભાષા અને કેવા પ્રકારના શબ્દો વાપરવાના છે? કયા વિચારો પર ભાર મૂકવો જોઈએ? કોષ્ટકો, ચાર્ટ્સ, આકૃતિઓ, ચિત્રો વગેરે દ્વારા ટેક્સ્ટને કેવી રીતે રજૂ કરવું? લખવાનું શરૂ કરતાં પહેલાં, તમારો અભ્યાસ લક્ષિત ઉદ્દેશ્યોને સિદ્ધ થાય છે કે કેમ, તમારા રિપોર્ટ નું થોડું સામાજિક અને વૈજ્ઞાનિક મહત્ત્વ છે. યાદ રાખવું જોઈએ કે કાર્યાત્મક અહેવાલ લખી રહ્યા છો. સ્પષ્ટ ભાષા આર્થિક રીતે ઉપયોગમાં લેવાતા શબ્દો સાથે સંક્ષિપ્ત હોવી જોઈએ; સામગ્રીને અગાઉ આયોજિત ક્રમમાં મૂકો. પ્રથમ ડ્રાફ્ટ હંમેશા રફ ડ્રાફ્ટ હોય છે, જેને રિવિઝન અને પોલિશિંગની જરૂર પડે જો શક્ય હોય તો, પ્રથમ ડ્રાફ્ટ એક બેઠકમાં લખો. અહેવાલનું શીર્ષક વ્યાપક અને સંક્ષિપ્ત હોવું જોઈએ જેમાં સમાવિષ્ટોની સંપૂર્ણ સમજ હોય. પરિચયમાં કાર્યની પૃષ્ઠભૂમિ, અગાઉના અભ્યાસો, ઉદ્દેશ્યો, પદ્ધતિ, પૂર્વધારણા, ઉપયોગમાં લેવાતા સાધનો ઉપયોગમાં લીધેલ શબ્દોની શબ્દાવલિ દર્શાવવી જોઈએ. નિષ્કર્ષમાં મુખ્ય ચર્ચા, તારણો અને અનુમાનો, ભલામણો અને વધુ સંશોધનના ક્ષેત્રોનો સંક્ષિપ્ત હિસાબ હોવો જોઈએ અથવા આગળની કાર્યવાહી હાથ ધરવી જોઈએ. જ્યારે રિપોર્ટનો ડ્રાફ્ટ પૂર્ણ થાય પછી થોડાક સમય પછી ફરીથી વાંચવાનો પ્રયાસ કરો ‘ઉતાવળમાં લખો અને નવરાશમાં પોલિશ કરો’ એ યોગ્ય સિદ્ધાંત છે.

5.4.2 સંપાદન

અહેવાલની ગુણવત્તા સુધારવા માટે સંપાદન એ એક આવશ્યક પગલું છે. સંપાદકે ફોર્મેટના સંદર્ભમાં તેના ધોરણો જોઈ તેને સુધારવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ. કોમ્પ્યુનિટીમાં અસરકારક બનવા સૌથી ઓછા શબ્દોનો ઉપયોગ કરો. સંપાદનનું કામ છે જે પ્રૂફ અને મૂળ સંપાદનને સુધારવાનો પ્રયત્ન કરે, અર્થ સાથે, લેખકની લેખકની મૂળ શૈલીને પોલિશ કરવા ફરીથી લખવાનું. સંપાદકે ધ્યાન રાખવું જોઈએ નામ, લાયકાત, સંદર્ભ ટાઇપોગ્રાફી, ચિત્રો, તારીખો, યોગ્ય નામો, પૃષ્ઠની તૈયારી. તમારી જાતે નક્કી કરો કેવો અભ્યાસ થયો છે. અભ્યાસ કે તે અમુક સામાજિક અને વૈજ્ઞાનિક છે. કાર્યાત્મક અહેવાલમાં સંતુલિત શૈલી શ્રેષ્ઠ છે. એક અર્થ સાથે વપરાયેલ શબ્દો સાથે સંક્ષિપ્તમાં લખાયેલ છે. વિષયવસ્તુની વ્યાપક સમજ હોવી જોઈએ. કાર્યની પૃષ્ઠભૂમિ, પદ્ધતિ, પૂર્વધારણા, ઉપયોગમાં લેવાતા શબ્દોની ગ્લોસરી, મુખ્ય સંદર્ભો, ભલામણો રિપોર્ટના ડ્રાફ્ટની આગેવાની કરે છે. ડ્રાફ્ટ કરો અને તેને ફરીથી વાંચવાનો પ્રયાસ કરો. એક સાથે વાંચો અને નવરાશમાં પોલિશ કરો અર્થ સ્પષ્ટ કરવા માટે એક સારો ફેરફાર છે.

ઘણા સ્રોતોમાં ભૂલ ભરેલી હસ્તપ્રતો અને અહેવાલોમાં હોય છે. સંપાદક સારી રીતે લખેલી હસ્તપ્રતને પણ વધુ સારી બનાવે છે. સંપાદકનો ઉદ્દેશ્ય હસ્તપ્રતને તેના સૌથી આકર્ષક સ્વરૂપ, શબ્દસમૂહશાસ્ત્ર અને સાચી ભાવનામાં વાચક સમક્ષ રજૂ કરવાનો હોવો જોઈએ. સંપાદકે જોવું જોઈએ કે હસ્તપ્રત સામગ્રી, સંસ્થા, શૈલી અને ફોર્મેટના સંદર્ભમાં ચોક્કસ ધોરણોને પૂર્ણ કરે છે. સંપાદકે માત્ર ભૂલો જ સુધારવી જોઈએ નહીં, પરંતુ તેને સુધારવાનો પ્રયાસ પણ કરવો જોઈએ. સંપાદિત અહેવાલ સંક્ષિપ્ત હોવો જોઈએ સંપાદનનું કામ બે પ્રકારનું હોઈ શકે છે - યાંત્રિક સંપાદન, જે વિરામચિહ્નો, જોડણી અને વ્યાકરણને સુધારવાનો પ્રયત્ન કરે; અને મૂળ સંપાદન, જેમાં સંપાદક પણ અર્થની તપાસ કરે, જો જરૂરી હોય તો પુનઃલેખન અથવા પુનર્ગઠન કરશે અને લેખકની મૂળ શૈલી બદલ્યા વિના લેખકના ઉપયોગ અને ભાષાને પોલિશ કરશે. સંપાદકે શીર્ષક, પેટા-શીર્ષક, લેખકનું નામ, લાયકાત, સંદર્ભો, નોંધો, વિભાગીય શીર્ષકો, ટાઇપોગ્રાફી, ચિત્રો, પરિશિષ્ટો, અવતરણો, સંખ્યાઓ, તારીખો, યોગ્ય નામો, પૃષ્ઠ ક્રમાંક, લખાણનું સાતત્ય વગેરેની કાળજીપૂર્વક તપાસ કરવી જોઈએ. સંપાદકે ભાષા પર પણ ધ્યાન આપવું જોઈએ ભાષા સમજી શકાય એવી સરળ હોવી જોઈએ; વ્યાકરણને આવરી લેતી સંખ્યા અને સક્રિય ક્રિયાપદો, ક્રમ, વિભાજિત અપૂર્ણતા ટાળવા, નિષ્ક્રિય પર સક્રિય અવાજનો ઉપયોગ હોવો જોઈએ. કેપિટલાઇઝેશન, હાઇફનેટિંગ, સંક્ષિપ્ત શબ્દો, વિદેશી શબ્દોનો ઉપયોગ, યોગ્ય નામો વગેરે; શૈલી - સરળ પ્રવાહ સાથે એકરૂપતા; તથ્યો ચકાસવા અને ફરીથી તપાસવા; સેન્સ - ક્રમ, લેખિતમાં તર્ક, સૂચનોમાં સ્પષ્ટ; અને સ્પષ્ટ તારણો, ચોક્કસ ભલામણો અને સૂચનો હોવા જોઈએ.

5.4.3 પ્રિન્ટિંગ અને પ્રૂફ રીડિંગ

મેટર કમ્પોઝ કર્યા પછી, કમ્પોઝ કરવામાં જે ભૂલો થઈ હોય તે શોધવા માટે તેને ફરી એકવાર વાંચવું જોઈએ તેને પ્રૂફ રીડિંગ તરીકે ઓળખાય છે. સંપાદન કર્યા પછી હસ્તપ્રત પ્રિન્ટરને મોકલવામાં આવે છે. સંપાદક તેને જોઈતા ફેરફારોને ચિહ્નિત કરવા માટે ચોક્કસ પ્રમાણભૂત પ્રતીકોનો ઉપયોગ કરે છે, જે સામાન્ય રીતે પ્રિન્ટરને જાણતા હોય છે. મેટર પ્રૂફ - રીડર એ જ ચિહ્નોનો ઉપયોગ કરે છે જે સંપાદક દ્વારા સુધારણાની સૂચના આપવા માટે વપરાય છે. પ્રૂફ રીડર સામાન્ય રીતે ટાઇપોગ્રાફિકલ ભૂલો, વિરામચિહ્નો, નંબરિંગ, પૃષ્ઠ ક્રમાંકન, ખોટા ટાઇપફેસ, ગુમ થયેલ અક્ષરો વગેરેની કાળજી લે છે.

❖ પ્રિન્ટિંગ :

ત્રણ પ્રકારના ટાઇપોગ્રાફિક પ્રિન્ટિંગ માટે ઉપયોગી છે. લેટર પ્રેસ (રાહત) ગ્રેવ્યુર (ઇન્ટાગ્લિઓ) અને લિથોગ્રાફી (પ્લાનોગ્રાફિક). પુસ્તકો, સામયિકો, અખબારો વગેરે છાપવા માટે લેટર પ્રેસ કલા ચિત્રોના પુનઃઉત્પાદન માટે ગ્રેવ્યુર પ્રિન્ટિંગ, નકશા, પોસ્ટર વગેરે છાપવા માટે લિથોગ્રાફીનો ઉપયોગ થાય છે. વિવિધ પ્રકારની ટાઇપોગ્રાફિક પ્રિન્ટિંગ પ્રક્રિયાઓ છે જેને વ્યાપક રીતે “ઓફિસ પ્રજનન તકનીકો” તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તેમાં નોન - કમ્પોઝિશન માસ્ટર પ્રોડક્શન ફ્લેટ - બેડ ઓફસેટ, સ્ટેન્સિલ અને સ્પિરિટ ડુપ્લિકેટિંગ તેમજ એડિટોરિયલ ડોક્યુમેન્ટ પ્રોસેસિંગની અદ્યતન પદ્ધતિઓનો સમાવેશ થાય છે.

❖ ઇલેક્ટ્રોનિક ટાઇપરાઇટર

વિવિધ પ્રકારના કદ, ચહેરાના સેટ પ્રદાન કરો; જે pr ડિફરન્શિયલ સ્પેસિંગને નજીકથી મળતા આવે છે, ખાસ કરીને જટિલ વૈજ્ઞાનિક માટે ઉપયોગમાં લેવાતી લાઇન વાજબીપણું એક ફ્લેક્સોરાઇટર પ્રિન્ટિંગની તૈયારી માટે ઉપયોગમાં લેવાતા ટાઇપસીઆર બંનેનું ઉત્પાદન કરે છે: પેપર ટેપ જેનો ઉપયોગ કમ્પોઝ કરેલ ટેક્સ્ટને ફરીથી ટાઇપ કરવા અને કમ્પ્યુટર માટે કરી શકાય છે.

❖ ફોટો – ટાઇપસેટિંગ

કંપોઝિંગ ટાઇપરાઇટરની જેમ, ફોટોટાઇપ સેટિંગ મશીનોનો પ્રિન્ટિંગ માસ્ટર્સ તરીકે વધુને વધુ ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. આ મશીનો વિવિધ પ્રકારના ચહેરાની શૈલીઓ અને વિવિધ મૂળાક્ષરોના ચિહ્નોનો ઉપયોગ થાય છે તેમાં હાઇ-સ્પીડ ઇલેક્ટ્રોનિક પ્રિન્ટિંગ ઉપકરણોનો ઉપયોગ થાય છે કમ્પ્યુટર્સમાંથી ટેક્સ્ટ અને ગ્રાફિકલ માહિતીના સીધા આઉટપુટને મંજૂરી આપે છે કંપોઝિંગ ટાઇપરાઇટરની જેમ, p masters માટે photic નો વધુને વધુ ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. આ મશીન્સ પ્રકારનું કદ બદલવા માટે વિવિધ મૂળાક્ષરો અને ચિહ્નોનો ઉપયોગ કરે છે. વલણ એ ઇલેક્ટ્રોનિક પ્રિન્ટિંગ ઉપકરણો છે જેમાંથી ટેક્સ્ટ અને ગ્રાફિકલ માહિતીને મંજૂરી આપે છે.

❖ ડેસ્ક - ટોપ પબ્લિશિંગ (DTP)

DTP પેકેજ 1980 ના મધ્યમાં આવ્યા હતા શબ્દ કરતાં અત્યાધુનિક - પ્રોસેસિંગ pa વર્તમાન શબ્દ - ડીટીપી પેકેજની પ્રોસેસિંગ પેકેજ સુવિધાઓ. સામાન્ય રીતે ડોક અને વર્ડમાં સંપાદિત - ડીટીપી પેકેજમાં પ્રોસેસિંગ પેકેજ, જ્યાં પૃષ્ઠો = ડેસ્ક - ટોયની સીડી - રોમ પ્રકાશન વિકાસ.

ડેસ્ક - ટોપ પબ્લિશિંગ એ કોમ્પ્યુટર પર કોપીના ઉત્પાદન સાથે ચાલતું કોમ્બિના સોફ્ટવેર છે .

DTP નો ઉપયોગ ડોક્યુમેન્ટ = ન્યૂઝલેટર્સ, પત્રિકાઓ, પોસ્ટરો, મેનૂ ઇન્વોઇસ તૈયાર કરવા માટે થાય છે જેમાં ટેક્સ્ટ હોય છે અને ઘણી વખત રજૂઆત મહત્વપૂર્ણ છે. હસ્તપ્રત પ્રિન્ટરને મોકલવામાં આવે છે. સામાન્ય રીતે પ્રિન્ટરને જાણતા ફેરફારોને ચિહ્નિત કરવા માટેના પ્રતીકોનો ઉપયોગ સંપાદકો કરે છે. જે ટાઇપોગ્રાફિકલ ભૂલો, નમ્બરિંગ, પૃષ્ઠ ક્રમાંકન, ખોટા ટાઇપફેસની કાળજી રાખે છે, દસ્તાવેજો વર્ડ-પ્રોસેસિંગ પેકેજમાં બનાવવામાં અને સંપાદિત કરવામાં આવે છે અને પછી DTP પેકેજમાં આયાત કરવામાં આવે છે, જ્યાં પૃષ્ઠો ડિઝાઇન કરવામાં આવે છે.

ડેસ્ક - ટોયની સીડી - રોમ પ્રકાશન એ એક નવું ક્ષેત્ર છે.

5.5 સારાંશ

માહિતી અને લાઇબ્રેરી પ્રવૃત્તિઓનું અંતિમ પરિણામ જેનો હેતુ વપરાશકર્તાઓની માહિતી જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવાનો છે. માહિતી વપરાશકર્તા તરીકે કોઈપણ વ્યક્તિ કે જેને દસ્તાવેજ સ્ત્રોતોની શ્રેણીમાંથી પસંદ કરેલી માહિતીની જરૂર હોય અને માહિતીની જરૂરિયાતો અનુસાર વિકસાવવામાં આવી હોય છે આ એકમમાં આપણે માહિતી ઉત્પાદનો તેનો મૂળભૂત પાયો, પ્રકારો, ડિઝાઇન અને વિકાસ વિશે માહિતી મેળવી. ઇન્ફોપ્રોડક્ટ્સ બનાવવા માટે માહિતી ઉત્પાદનના ક્યાં

મુદ્દા ધ્યાને લેવા જોઈએ. રીપોર્ટ કઈ રીતે લખી શકાય અહેવાલની ગુણવત્તા સુધારવા માટે સંપાદન એ એક આવશ્યક પગલું છે. સંપાદકે ફોર્મેટના સંદર્ભમાં ટી ધોરણો જોઈ તેને સુધારવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ. કોમ્યુનિટીમાં અસરકારક બનવા સૌથી ઓછા શબ્દોનો ઉપયોગ કરો. સંપાદનનું કામ છે જે અને મૂળ સંપાદનને સુધારવાનો પ્રયત્ન કરે.

5.6. તમારી પ્રગતિ તપાસો અને તેના ઉત્તરો

(A) નીચે આપેલ પ્રશ્નોના સવિસ્તાર જવાબ આપો.

પ્રશ્ન -1 માહિતી ઉત્પાદનો / પાથો વિશે જણાવો.

ઉત્તર -1 માહિતી વપરાશકર્તા તરીકે કોઈપણ વ્યક્તિ કે જેને દસ્તાવેજી સ્ત્રોતોની શ્રેણીમાંથી પસંદ કરેલી માહિતીની જરૂર હોય અને માહિતીની જરૂરિયાતો અનુસાર વિકસાવવામાં આવી હોય. વપરાશકર્તાને ડોક્યુમેન્ટરીની જરૂર છે એટલે કે, એવી માહિતી કે જેનો હેતુ દસ્તાવેજ (દસ્તાવેજો) છે અને મૂર્ત માધ્યમ પર રેકૉર્ડ કરેલ છે. હકીકતલક્ષી ચોક્કસ હકીકત, ઘટના અથવા તેમના સંયોજનને દર્શાવતી માહિતી; ચોક્કસ વિચારો,, વિભાવનાઓ, મંતવ્યો, ધારણાઓ દર્શાવતી વૈચારિક માહિતી; ગ્રંથસૂચિ દસ્તાવેજ વિશેની માહિતી ધરાવતી માહિતી, માહિતી વપરાશકર્તાને દસ્તાવેજના અસ્તિત્વ, તેના આંતરિક (અર્થપૂર્ણ) અને બાહ્ય (ઔપચારિક) ચિહ્નો અને ગુણધર્મો વિશે, દસ્તાવેજના પ્રવાહ,, સંસાધન, ભંગોળમાં અભિગમ માટે તૈયાર કરવામાં આવે છે. આ માહિતી મૌખિક, હસ્તલિખિત, મુદ્રિત, ઇલેક્ટ્રોનિક, કેટેલોગ અને ફાઈલિંગ કેબિનેટ, ગ્રંથસૂચિ મેન્યુઅલ, સમીક્ષાઓ અને ડાયજેસ્ટ્સ તેમજ અન્ય દસ્તાવેજોના ભાગો વગેરે તરીકે કોઈપણ સ્વરૂપમાં સબમિટ કરી શકાય છે. પારિભાષિક રીતે, માહિતી ઉત્પાદનો વિભાવના સ્પષ્ટ રીતે વ્યાખ્યાયિત નથી ઘણીવાર સમાનાર્થી તરીકે તે ઉપયોગમાં લેવાય છે.

F. Kotler 1 વ્યાખ્યાયિત કરે છે સેવાઓ પ્રવૃત્તિ તરીકે જે એક પક્ષ બીજાને ઓફર કરી શકે છે; એક અગોચર ક્રિયા જે કોઈપણના કબજામાં પરિણમતી નથી. તેની જોગવાઈ મૂર્ત ઉત્પાદન સાથે સંકળાયેલ હોઈ શકે છે.

આઈટી લો વિકિ -"એક આઈટમ કે જે ચોક્કસ હેતુને પહોંચી વળવા માટે માહિતીના એક અથવા વધુ સ્ત્રોતોમાંથી લેવામાં આવી હોય"

માહિતી ઉત્પાદન એ એક લેખ (ઘણી વખત ડિજિટલ) છે જ્યાં પૂર્વવ્યાખ્યાયિત હેતુને પૂર્ણ કરવા માટે ગ્રાહકને સૂચના આપવા, શિક્ષિત કરવા અથવા માર્ગદર્શન આપવા માટે ડેટા અને માહિતી ચોક્કસ ફોર્મેટમાં સંરચિત કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે જોઈએ તો,

ગુનાની વાર્તાની ઇ-બુક એ માહિતી ઉત્પાદન નથી. પરંતુ ગુનાની તપાસ કેવી રીતે કરવી તે ઇ-બુક છે.

રશિયન સંશોધક વી. વી.2 દ્વારા ‘માહિતી ઉત્પાદનો’ શબ્દનો સામાન્ય શબ્દ તરીકે ઉપયોગ કરવાની સલાહ આપવામાં આવે છે, એમ ધારીને કે તે મૂર્ત અને બંને રીતે રજૂ કરી શકાય છે. અમૂર્ત

સ્વરૂપ. એવા કિસ્સામાં જ્યારે માહિતી અને પુસ્તકાલય પ્રવૃત્તિઓના પરિણામો સામગ્રી, ભૌતિક સ્વરૂપ પ્રાપ્ત કરે છે, શબ્દનો ઉપયોગ થાય છે "માહિતી ઉત્પાદન". ડાયજેસ્ટ, વિશ્લેષણાત્મક સમીક્ષાઓ, ગ્રંથસૂચિ, અમૂર્ત જર્નલ્સ, વગેરેનો ઉપયોગ માહિતી ઉત્પાદનો તરીકેથી શકે છે.

ઉત્પાદન એ કાર્યક્ષમતા અને દેખાવ બંનેને નિર્ધારિત કરતી લાક્ષણિકતાઓનો સરવાળો અને સંપૂર્ણ સ્વરૂપ છે. આગામી સંશોધિત માહિતી તૈયાર કરવાની પ્રક્રિયામાં લાક્ષણિકતાઓમાં ફેરફાર શક્ય છે, જે ઉત્પાદનમાં પ્રકાશન સમયે સ્થિર સ્વરૂપમાં પ્રવેશે છે. માહિતી ઉત્પાદનો મૂર્ત સ્વરૂપમાં રજૂ કરી માહિતી ઉત્પાદન શબ્દનો ઉપયોગ તેને દર્શાવવા માટે થાય છે, અથવા માહિતી ઉત્પાદનો તરીકે માહિતી ઉત્પાદન ડાયજેસ્ટ, વિશ્લેષણાત્મક સમીક્ષાઓ, ગ્રંથસૂચિ વગેરેનો ઉપયોગ થઈ શકે છે.

માહિતી ઉત્પાદનો - માહિતી અને લાઇબ્રેરી પ્રવૃત્તિઓનું અંતિમ પરિણામ જેનો હેતુ વપરાશકર્તાઓની માહિતી જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવાનો છે જે માહિતી ઉત્પાદનો સ્વરૂપમાં પ્રસ્તુત છે.

માહિતી ઉત્પાદન - માહિતી અને પુસ્તકાલય પ્રવૃત્તિઓનું અંતિમ પરિણામ, ભૌતિક માધ્યમ પર નિશ્ચિત છે, જે વપરાશકર્તાઓની માહિતી જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે તેનો ફરીથી ઉપયોગ કરવાનું શક્ય બનાવે છે.

માહિતી ઉત્પાદનોની લાક્ષણિકતાઓ

- ઉપયોગિતા
- પ્રતિકૃતિ
- વૃદ્ધત્વ
- લક્ષ્યીકરણ
- તીવ્રતા
- એક્સેસ

સમય જતાં માહિતી ઉત્પાદનો તેમનું ગ્રાહક મૂલ્ય ગુમાવે છે. ઉત્પાદનોએ વપરાશકર્તાઓના અમુક જૂથોની લાક્ષણિકતાઓ અને તેમના વ્યક્તિગત ગુણધર્મોને ધ્યાનમાં લેવા જોઈએ. માહિતી ઉત્પાદન માટે વધુ અને વધુ અદ્યતન તકનીકી સાધનો અને સૉફ્ટવેર અને ભાષાકીય સહાયની જરૂર છે આથી માહિતી ઉત્પાદનોના ઉત્પાદનના માધ્યમો બનાવવા માટે, ઉચ્ચ સ્તરના જ્ઞાનની જરૂર છે. માહિતી ઉત્પાદનના નવા માધ્યમો તકનીકી સુધારણાનું પરિણામ નથી, પરંતુ નવીનતમ વૈજ્ઞાનિક સિદ્ધિઓનો ઉપયોગ છે. માહિતી ઉત્પાદનની પ્રક્રિયામાં મોટાભાગે તેના વિશે નવા જ્ઞાનના સંપાદનનો સમાવેશ થાય છે અને જેઓ વિકાસ કરે છે અને જેઓ બુદ્ધિશાળી પ્રણાલીઓનો ઉપયોગ કરે છે તેઓને બૌદ્ધિક શ્રમમાંથી મુક્તિ મળતી નથી. માહિતી ઉત્પાદન તે સમાવિષ્ટ માહિતીને જાળવી રાખે છે, પછી ભલે તે કેટલી વખત ઉપયોગમાં લેવાય છે.

પ્રશ્ન-2 માહિતી ઉત્પાદનોના પ્રકારો જણાવી ઈ-બુક વિશે જણાવો.

ઉત્તર-2 માહિતી ઉત્પાદનોનાં પ્રકારો નીચે મુજબ છે.

- ઈ-બુક
- વર્કબુક / નમૂનાઓ
- ઓનલાઈન અભ્યાસક્રમો
- વેબિનાર
- વર્ચ્યુઅલ સમિટ
- સભ્યપદ સાઈટ્સ
- એપ્લિકેશન
- ફેસબુક જૂથો અથવા ખાનગી સમુદાયો
- નિષ્ણાંત ઈન્ટરવ્યુમાંથી ઓડિયો (Audio from expert interviews)

❖ કઈ ઈન્ફોપ્રોડક્ટ્સ બનાવવી ? (Which infoproducts to create ?)

માહિતી ઉત્પાદનોના તમામ પ્રકાર માટે નીચે મુજબના મુદ્દા ધ્યાને લેવાં જોઈએ.

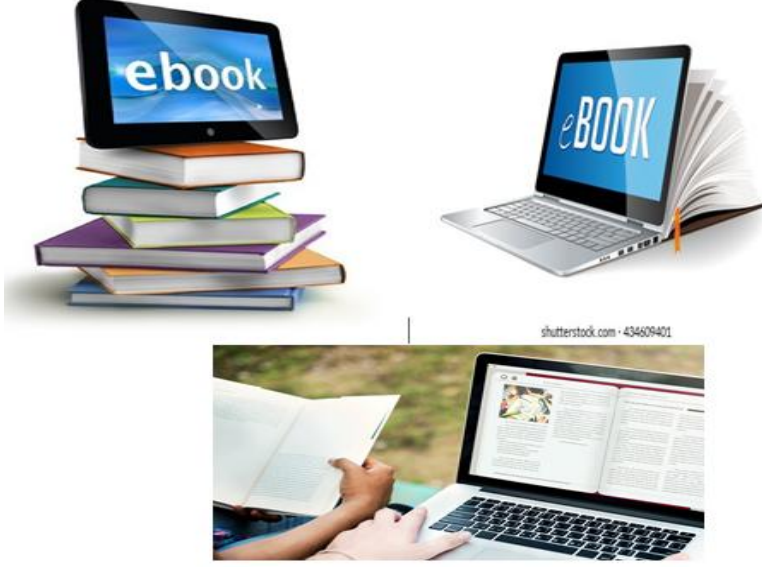
- માપદંડ- માહિતી ઉત્પાદનો બનાવવા નક્કી કરવામાં આવેલ માપદંડ
- સમય- કેટલો સમય અને કેટલી મહેનત લાગશે.
- આવક- કેટલી આવક મેળવવા માંગો છો. નીચા ભાવે અથવા ઓછા પરંતુ ઊંચા ભાવે વધુ વેચાણ કરવાનું પસંદ કરો છો?
- નિપુણતા -તમારી પાસે વિષય નું કેટલું જ્ઞાન અને અનુભવ છે?
- ઉપભોક્તા શું શોધી રહ્યા છે?
- ટેકનોલોજી ઉપયોગ અને જાણકારી

ઈ-બુક

ઈલેક્ટ્રોનિક ઉપકરણો પર વાંચી શકાય અને ડિજિટલ ફોર્મમાં હોય તેને ઈ -બુક કહેવાય છે. જ્ઞાન પ્રકરણોમાં સંરચિત છે અને શબ્દમાં લેખિત સ્વરૂપે પ્રદાન કરવામાં આવ્યું છે.

E-Books એ ઓનલાઈન ઉપલબ્ધ ડિજિટલ પુસ્તક અને એક ઉત્તમ મુખ્ય ચુંબક ઉદાહરણ છે. E-Books એ લીડ મેગ્નેટનું સૌથી લોકપ્રિય સ્વરૂપ છે અને માર્કેટર્સ આજે તેનો ઉપયોગ વધારે છે. ઈ-બુક લખવામાં થોડો સમય લંબાઈ પર આધાર રાખે છે. તેને એકસાથે મૂકવામાં થોડો સમય લાગશે. પરંતુ એકવાર તેને વેચવાનું શરૂ કર્યા પછી અપેક્ષા કરતાં વધુ ઝડપથી ડિજિટલ છાજલીઓમાંથી ઉપયોગ થશે. જો તમે તમારો વિષય જાણો છો, તો તેને લખવું અને વેચવું એટલું મુશ્કેલ નથી તમારા મનમાં ગમે તે વિષય હોય, ફક્ત તેને પરંપરાગત પુસ્તક તરીકે ટાઈપ કરો જે તમે ઘરે વાંચશો - પરંતુ થોડા તફાવત સાથે કે તેનું ફોર્મેટ ઓનલાઈન હશે.

ટેકનોલોજી અથવા ડેટા બદલાય તો તેને અપડેટ કરવું પડે, પુસ્તકના સર્જનમાં કદ અને ક્ષમતાના આધારે સમય લાગે.



ઉદાહરણ તરીકે

- પ્રવાસની યોજના બનાવવામાં મદદ કરવા યાત્રા માર્ગદર્શિકા
- રાંધવામાં મદદ કરવા માટે કુકબુક

લેખ દીઠ મર્યાદિત આવકની સંભાવના. પ્રમોટ કરતી વખતે સ્પષ્ટ હોવું જોઈએ તેમાં શું સામેલ છે અને શું સામેલ નથી. વિષય અને ઉપભોક્તા કોણ છે તેના આધારે તે બદલાઈ શકે છે. તે વર્ડ અને પાવરપોઈન્ટમાં બનાવવા અથવા PDF તરીકે સાચવવા જેટલું સરળ હોઈ શકે છે. સ્ક્રીનના કદને અનુરૂપ થવા માટે ફોર્મેટ કરી શકાય છે.

Amazon, Barnes અને **Noble** જેવા બુક પ્લેટફોર્મ દ્વારા વેબસાઈટ પર વેચાણ કરી શકાય છે. એવી વેબસાઈટ પર કે જે ઈ-બુક બનાવટમાં નિષ્ણાત હોય અને પ્રિન્ટેડ વર્ઝન પણ વેચી શકે દા. ત. બ્લર્બ, વાસ્તવિક જીવંત રાશિઓ, મારી ગંતવ્ય માર્ગદર્શિકા જે પી.ડી.એફ. દસ્તાવેજો છે.

(B) નીચે આપેલ પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો.

પ્રશ્ન-1 ઓનલાઈન અભ્યાસક્રમો વિશે જણાવો.

ઉત્તર -1 વિષય પર શીખવાની અને શિક્ષિત કરવાની આ એક સરળ રીત છે. આમાં લાંબા, કંટાળાજનક ભૌતિક કાગળોમાંથી પસાર થવાની જરૂર નથી. તે ડિજિટલ સ્વરૂપ પર આધારિત છે. અને લોકો ને તે ગમે છે. જો તમે એકવાર ઓનલાઈન કોર્સ કર્યો હોય, તો તમે સમજો છો કે ડિજિટલ લર્નિંગ કેવી રીતે કાર્ય કરે છે. જો માહિતી ઉત્પાદન તરીકે ઓનલાઈન કોર્સ બનાવવાનું વિચારી એ તો, જે તે વિષય પર કુશળતા, ઓછી કિંમત, નોંધપાત્ર સમય અને રોકાણની જરૂર પડશે. તે ઉચ્ચ નફો આપશે. ઓનલાઈન

અભ્યાસક્રમો અને તાલીમમાં સામાન્ય રીતે બહુવિધ મોડ્યુલ્સનો સમાવેશ થાય છે અને આપેલા વિષયની ઊંડાણપૂર્વક સમીક્ષા ઓફર કરે છે.

ઓનલાઈન પદ્ધતિઓ દ્વારા શીખવવામાં આવતો અભ્યાસક્રમ જેમાં ઓનલાઈન માધ્યમ દ્વારા અભ્યાસક્રમ શીખવામાં આવે છે. અને પરીક્ષા પણ લેવા મા આવે છે પ્રોગ્રામ જ્ઞાનને સ્થાનાંતરિત કરવા અને તેને કેવી રીતે લાગુ કરવું તે શીખવવા માટે ઓનલાઈન પદ્ધતિઓ દ્વારા શીખવવામાં આવે છે.

ઉદાહરણો

1. Graphic Designing
2. Big Data Analysis
3. Online MBA
4. Social Media Marketing
5. યોગા
6. ફૂડ એન્ડ ન્યુટ્રિશન
7. ચાઈલ્ડ કેર એન્ડ ડેવલપમેન્ટ

તમે તેને એકવાર લખો અને પછી તે નિષ્ક્રિય આવક છે. જો ટેકનોલોજી અથવા ડેટા બદલાય તો તમારે તેને અપડેટ કરવું પડશે પરંતુ આ કામ જરૂરીયાત મુજબ કરવું જોઈએ અને વારંવાર નહીં. વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપવા માટે એકવાર તે શરૂ કરી કેટલાંક કલાકોની યોજના બનાવો અથવા 1 થી 3 અઠવાડિયાને નક્કી કરો. માત્ર પ્રમોશન જરૂરી છે. સમયની પ્રતિબદ્ધતા વધારે હોવાનું માનવામાં આવે છે, વેચાણનું પ્રમાણ ઓછું છે. કિંમત ઈ-બુક કરતાં નોંધપાત્ર રીતે વધારે હોઈ શકે છે.

ઈ-બુક કરતાં પરિણામની અપેક્ષા વધારે હોવાથી ઉચ્ચ સ્તરની કુશળતાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે. ઓનલાઈન અભ્યાસક્રમમાં નિષ્ણાત ઈન્ટરવ્યૂ ઉમેરીને અથવા અન્ય નિષ્ણાતો સાથે સહયોગ કરીને કુશળતા વધારી શકાય છે. વીડિયો, ટ્રાન્સક્રિપ્ટ, વર્કશીટ્સ સાથે ઓનલાઈન પ્લેટફોર્મ પર વધુ ડિઝાઈન કરેલ પ્રોડક્ટ તરીકે વિકસાવી શકાય છે. તે ઈ મેઈલ દ્વારા મોકલવામાં આવેલ કોર્સ જેટલો સરળ હોઈ શકે છે. ઈકોમર્સ પ્લેટફોર્મ દ્વારા ઈમેલ કોર્સની એક્સેસ વેચી શકાય હોસ્ટિંગ પ્લેટફોર્મ અને તેમની ઈ-કોમર્સ સિસ્ટમનો ઉપયોગ કરી શકાય પરંતુ પ્રમોશન જાતે કરવું પડે. ઉદાહરણ તરીકે Teachable સાથે એવા પ્લેટફોર્મનો ઉપયોગ કરી શકાય કે જે પ્રમોશન પોતે કરે, જેમ કે Udemy (મોટા પ્રેક્ષકો પહોંચ્યા પરંતુ ઓછા માર્જિન અને ઓછું નિયંત્રણ) અથવા વેબસાઈટ પર કીર્વડ સુરક્ષિત વિસ્તાર બનાવી શકાય અને સેલ્સ જેવા ઈ-કોમર્સ પ્લેટફોર્મ દ્વારા એક્સેસ વેચી શકાય.

પ્રશ્ન-2 સભ્યપદ સાઈટ અને ફ્રેસબુક જૂથો અથવા ખાનગી સમુદાયો વિશે સમજાવો.

ઉત્તર -2 ઓનલાઈન વ્યવસાયનો કોઈપણ ભાગ છે જે ગ્રાહકોને સામગ્રી પ્રદાન કરે છે. સામગ્રીની એક્સેસને ફક્ત તે જ લોકો માટે મર્યાદિત છે જેઓ એક્સેસ માટે ચૂકવણી કરે છે. ગ્રાહકો કે જેઓ વિશિષ્ટ સામગ્રી અને વિશેષાધિકારો સાથે સભ્યોના ક્ષેત્રમાં પ્રવેશ મેળવે છે અને વિશિષ્ટ જ્ઞાનને શોધી લેવાનો લાભ મેળવવાનું શરૂ કરે છે. ફક્ત સભ્યપદ ધરાવતા લોકો દ્વારા જ એક્સેસ કરી શકાય એવી વેબસાઈટનો એક વિભાગ અથવા એક સંપૂર્ણ વેબસાઈટ છે. તે વિષય માટે સરસ છે તેને અદ્યતન રાખવાની જરૂર છે.

ફક્ત એક સેકન્ડ માટે કલ્પના કરો કે મૂવીઝ અને શોને બદલે, Netflix ખરેખર તાલીમ, વિડિયો, પોડકાસ્ટ અથવા અન્ય કોઈ મૂલ્યવાન સંસાધન પ્રદાન કરે છે જેમાંથી તમે શીખી શકો.

ઉદાહરણો

- મૂવીઝ અને શોને બદલે, Netflix ખરેખર તાલીમ, વિડિયો, પોડકાસ્ટ અથવા અન્ય કોઈ મૂલ્યવાન સંસાધન પ્રદાન કરે છે જેમાંથી તમે શીખી શકો.
- બાસ વગાડવાનું શીખવા માટે પાઠ સાથે સ્કોટની સભ્યપદ સાઈટ
- ઉચ્ચ તકનીકી સાધનોનો ઉપયોગ કરવા માટે સાપ્તાહિક નવી ટીપ્સ અને ટ્યુટોરિયલ્સ.

લોકોને પ્રોગ્રામનો ભાગ બનાવવા અને રુચિ રાખવા માટે સભ્યપદ સાઈટ પર સામગ્રી નિયમિતપણે ઉમેરવી આવશ્યક છે.

વાર્ષિક અથવા માસિક સભ્યપદ સાથે પુનરાવર્તિત આવક.

સામગ્રીના જથ્થા અને તકનીકીને આધારે એક વર્ષથી એક મહિનાની આવક થઈ શકે. સભ્યપદ સાઈટ પર સતત ઉચ્ચ ગુણવત્તાવાળી સામગ્રી લાવવા કુશળતા ખૂબ ઊંચી હોવી જોઈએ.

એકવાર સભ્યપદ વિસ્તાર સેટ થઈ જાય, પછી તમારા બ્લોગ મુજબ જ પ્રકાશિત કરવું પડશે. પ્લગઇન્સ તમારી સભ્યપદ સાઈટ્સનું સંચાલન કરવામાં મદદ રૂપ થઈ શકે છે પ્લગઇન અથવા ઈ-કોમર્સ પ્લેટફોર્મ દ્વારા રિકરિંગ પેમેન્ટ પ્લાન સેટ કરી વેચી શકાય છે.

ફેસબુક જૂથો અથવા ખાનગી સમુદાયો

ફેસબુક જૂથો અને ખાનગી સમુદાયો સંભવિત ગ્રાહકોના સ્ત્રોત છે. ફેસબુક જૂથો વાસ્તવમાં કોચ માટે શ્રેષ્ઠ લીડ જનરેશન યુક્તિઓમાંથી એક છે. Slack અથવા Facebook જેવી સાઈટ્સ છે કે જે ખાનગી URL પાસવર્ડ સાથે તેમના સહભાગીઓ સાથે ચાલુ ટીપ્સ અને માહિતી શેર કરવાની સરળ રીત પ્રદાન કરી શકે છે. સંભાવનાઓ સમુદાયમાં જોડાવા અથવા સભ્યપદ લેવા માંગે છે તેમને ઉપયોગી ટીપ્સ, માહિતી અને કોઈપણ સમસ્યાના ઉકેલો પ્રદાન કરી શકે છે. જૂથોમાંથી તરત જ ઘણા પૈસા કમાઈ શકતા નથી, પરંતુ તેઓ બ્રાંડમાં વિશ્વાસ વધારવા તરફ ખૂબ આગળ વધે છે. આ પ્રકારની માહિતી ઉત્પાદન બનાવવા માટે પ્રતિબદ્ધ થાઓ છો, ત્યારે તમારે જાણવું જોઈએ કે તેમાં તમારી તરફથી સતત સહભાગિતાની જરૂર પડશે. પરંતુ વેચાણ માટેના સસ્તા પ્રકારનાં માહિતી ઉત્પાદનોમાંથી એક હોવાનું પણ વલણ ધરાવે છે.

(C) ટૂંકનોંધ લખો.

1) ટેકનિકલ / રિપોર્ટ લેખન

ઉત્તર -1 ચોક્કસ પ્રવૃત્તિ માટે વ્યવસાય અથવા ઉદ્યોગ શા માટે? કેવી રીતે? વિગતોમાં તપાસાયેલ દસ્તાવેજ એટલે 'રિપોર્ટ' સ્પષ્ટતા અને રજૂઆત પર આધાર રાખે છે. કાર્યાત્મક દરેક રિપોર્ટ

એરેન્જમેન્ટ જુએ છે,કોઈ વિષય વિશે આગળ વધતા પહેલા,તમે જાતે વિચારો જ્ઞાન શું છે? તમે શું વિચારી રહ્યા છો? શું તમે કાર્યવાહીની જાણ કરી રહ્યાં છો? તેની શું વિગતો હોવી જોઈએ વ્યવસ્થા સંદર્ભે જોઈએ તો રજૂઆતના પ્રશ્નોના જવાબોની માહિતીની ગોઠવણી અને કયા પ્રકારનાં શબ્દો પર ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે? કેવી રીતે તે ચાર્ટ, આકૃતિઓ, ચિત્રની ગોઠવણી થાય. વ્યવસાય અથવા ઉદ્યોગ પણ, ચોક્કસ પ્રવૃત્તિ અથવા પ્રોગ્રામ વિશેની હકીકતોની વ્યવસ્થિત રજૂઆત ઉપયોગી છે.

આપેલ સમસ્યાની વિગતવાર તપાસને ‘રિપોર્ટ’ કહેવાય છે. કે જે અહેવાલની અસરકારકતા વિષયવસ્તુ અને રજૂઆતની સ્પષ્ટતા અને સંપૂર્ણતા પર ઘણો આધાર રાખતો દસ્તાવેજ સ્વરૂપ છે. અહેવાલ લેખન કાર્યાત્મક લેખન છે. કાર્યાત્મક લેખનમાં ચોકસાઈ, સંક્ષિપ્તતા અને સ્પષ્ટતા છે. અહેવાલમાં તારણો (અવલોકન, પ્રયોગ અથવા સંશોધન દ્વારા), વિચારોની જોડણી અને ભલામણોના આધારે હકીકતો જણાવવી આવશ્યક છે. દરેક અહેવાલના ચાર તબક્કાઓ હોય છે.

1. તૈયારી, 2. ગોઠવણ, 3. લેખન, 4. પુનરાવર્તન.

લખવા માટે આગળ વધતા પહેલાં, મારો વાચક કોણ છે? તેનું પૃષ્ઠભૂમિ જ્ઞાન શું છે? તેનું તકનીકી અને સમજણનું સ્તર શું છે? કયું વધારાનું જ્ઞાન પૂરું પાડવાનું છે? કઈ વિગતો આપવાની છે ?

તે બાબત ધ્યાને રાખી વ્યક્તિએ વિષય, અવકાશ અને હેતુ વિશે સ્પષ્ટતા કરવી જોઈએ. તમે કયા હેતુ માટે લખો છો તે નક્કી કરો? શું તમે કોઈ નવો વિચાર રજૂ કરવાનો પ્રયાસ કરી રહ્યાં છો? શું તમે કેટલાક તારણોની જાણ કરી રહ્યાં છો અથવા, પગલાં લેવાની ભલામણ કરી રહ્યાં છો?

માહિતી તાર્કિક ક્રમ, વિષયવસ્તુની રજૂઆતનો ક્રમ તે પ્રશ્નોના જવાબોના આધારે માહિતીની ગોઠવણી નક્કી કરવાની છે? કઈ પરિભાષા અને કેવા પ્રકારના શબ્દો વાપરવાના છે? કયા વિચારો પર ભાર મૂકવો જોઈએ? કોષ્ટકો, ચાર્ટ્સ, આકૃતિઓ, ચિત્રો વગેરે દ્વારા ટેક્સ્ટને કેવી રીતે રજુ કરવું? લખવાનું શરૂ કરતાં પહેલાં, તમારો અભ્યાસ લક્ષિત ઉદ્દેશ્યોને સિદ્ધ થાય છે કે કેમ, તમારા રિપોર્ટ નું થોડું સામાજિક અને વૈજ્ઞાનિક મહત્ત્વ છે. . યાદ રાખવું જોઈએ કે કાર્યાત્મક અહેવાલ લખી રહ્યા છો. સ્પષ્ટ ભાષા આર્થિક રીતે ઉપયોગમાં લેવાતા શબ્દો સાથે સંક્ષિપ્ત હોવી જોઈએ; સામગ્રીને અગાઉ આયોજિત ક્રમમાં મૂકો. પ્રથમ ડ્રાફ્ટ હંમેશા રફ ડ્રાફ્ટ હોય છે, જેને રિવિઝન અને પોલિશિંગની જરૂર પડે જો શક્ય હોય તો, પ્રથમ ડ્રાફ્ટ એક બેઠકમાં લખો. અહેવાલનું શીર્ષક વ્યાપક અને સંક્ષિપ્ત હોવું જોઈએ જેમાં સમાવિષ્ટોની સંપૂર્ણ સમજ હોય. પરિચયમાં કાર્યની પૃષ્ઠભૂમિ, અગાઉના અભ્યાસો, ઉદ્દેશ્યો, પદ્ધતિ, પૂર્વધારણા, ઉપયોગમાં લેવાતા સાધનો ઉપયોગમાં લીધેલ શબ્દોની શબ્દાવલિ દર્શાવવી જોઈએ. નિષ્કર્ષમાં મુખ્ય ચર્ચા, તારણો અને અનુમાનો, ભલામણો અને વધુ સંશોધનના ક્ષેત્રોનો સંક્ષિપ્ત હિસાબ હોવો જોઈએ અથવા આગળની કાર્યવાહી હાથ ધરવી જોઈએ. જ્યારે રિપોર્ટનો ડ્રાફ્ટ પૂર્ણ થાય પછી થોડાક સમય પછી ફરીથી વાંચવાનો પ્રયાસ કરો ‘ઉતાવળમાં લખો અને નવરાશમાં પોલિશ કરો’ એ યોગ્ય સિદ્ધાંત છે.

1) પ્રિન્ટિંગ અને પ્રૂફ રીડિંગ

ઉત્તર - 2 મેટર કમ્પોઝ કર્યા પછી, કમ્પોઝ કરવામાં જે ભૂલો થઈ હોય તે શોધવા માટે તેને ફરી એકવાર વાંચવું જોઈએ તેને પ્રૂફ રીડિંગ તરીકે ઓળખાય છે. સંપાદન કર્યા પછી હસ્તપ્રત પ્રિન્ટરને મોકલવામાં આવે છે. સંપાદક તેને જોઈતા ફેરફારોને ચિહ્નિત કરવા માટે ચોક્કસ પ્રમાણભૂત પ્રતીકોનો ઉપયોગ કરે છે, જે સામાન્ય રીતે પ્રિન્ટરને જાણતા હોય છે. મેટર પ્રૂફ - રીડર એ જ ચિહ્નોનો ઉપયોગ કરે છે જે સંપાદક દ્વારા સુધારણાની સૂચના આપવા માટે વપરાય છે. પ્રૂફ રીડર સામાન્ય રીતે ટાઈપોગ્રાફિકલ ભૂલો, વિરામચિહ્નો, નંબરિંગ, પૃષ્ઠ ક્રમાંકન, ખોટા ટાઈપફેસ, ગુમ થયેલ અક્ષરો વગેરેની કાળજી લે છે.

❖ પ્રિન્ટિંગ :

ત્રણ પ્રકારના ટાઈપોગ્રાફિક પ્રિન્ટિંગ માટે ઉપયોગી છે. લેટર પ્રેસ (રાહત) ગ્રેવ્યુર (ઈન્ટાગ્લિઓ) અને લિથોગ્રાફી (પ્લાનોગ્રાફિક). પુસ્તકો, સામયિકો, અખબારો વગેરે છાપવા માટે લેટર પ્રેસ કલા ચિત્રોના પુનઃઉત્પાદન માટે ગ્રેવ્યુર પ્રિન્ટિંગ, નકશા, પોસ્ટર વગેરે છાપવા માટે લિથોગ્રાફીનો ઉપયોગ થાય છે. વિવિધ પ્રકારની ટાઈપોગ્રાફિક પ્રિન્ટિંગ પ્રક્રિયાઓ છે જેને વ્યાપક રીતે “ઓફિસ પ્રજનન તકનીકો” તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તેમાં નોન - કમ્પોઝિશન માસ્ટર પ્રોડક્શન ફ્લેટ - બેડ ઓફસેટ, સ્ટેન્સિલ અને સ્પિરિટ ડુપ્લિકેટિંગ તેમજ એડિટોરિયલ ડોક્યુમેન્ટ પ્રોસેસિંગની અદ્યતન પદ્ધતિઓનો સમાવેશ થાય છે.

5.7 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. ચોક્કસ પ્રવૃત્તિ માટે વ્યવસાય અથવા ઉદ્યોગ શા માટે? કેવી રીતે? વિગતોમાં તપાસાયેલ દસ્તાવેજ એટલે ----- જે સ્પષ્ટતા અને રજૂઆત પર આધાર રાખે છે.
 - a) રિપોર્ટ
 - b) માહિતી ઉત્પાદનો
 - c) સંપાદન
 - d) ડેસ્ક - ટોપ પબ્લિશિંગ (DTP)
2. અહેવાલની ગુણવત્તા સુધારવા માટે સંપાદન એ એક આવશ્યક પગલું છે. સંપાદકે ફોર્મેટના સંદર્ભમાં કયા ધોરણો જોઈ તેને સુધારવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ.?
 - (a) ટી ધોરણો
 - (b) એલ ધોરણો
 - (c) એફ ધોરણો
 - (d) ઉપરના બધા

3. ઈલેક્ટ્રોનિક ઉપકરણો પર વાંચી શકાય અને ડિજિટલ ફોર્મમાં હોય તેને શું કહેવાય છે.?
- ઈ-બુક
 - ફેસબુક
 - વર્ક બુક
 - વર્ચ્યુઅલ સમિટ
4. DTP પેકેજો -----ના મધ્યમાં આવ્યા હતા.
- 1980
 - 1960
 - 1987
 - 1970
5. કેટલા પ્રકારના ટાઈપોગ્રાફિક પ્રિન્ટિંગ માટે ઉપયોગી છે ?
- ત્રણ
 - ચાર
 - બે
 - પાંચ

ઉત્તરો :-

1. (a) રીપોર્ટ
2. (a) ટી ધોરણો
3. (a) ઈ-બુક
4. (a) 1980
5. (a) ત્રણ

5.8 ચાવીરૂપ શબ્દો

ઈ-બુક (e-Book) :-

ઈલેક્ટ્રોનિક્સ ઉપકરણો પર વાંચી શકાય અને ડિજિટલ ફોર્મમાં હોય તેને ઈ-બુક કહેવાય છે.

રિપોર્ટ (Report) :-

ચોક્કસ પ્રવૃત્તિ માટે વ્યવસાય અથવા ઉદ્યોગ શા માટે ? કેવી રીતે? વિગતોમાં તપાસાયેલ દસ્તાવેજ એટલે ‘રિપોર્ટ’ જે સ્પષ્ટતા અને રજૂઆત પર આધાર રાખે છે.

ડેસ્ક-ટોપ પબ્લિશિંગ (DTP) :-

ડેસ્ક-ટોપ પબ્લિશિંગ એ કોમ્પ્યુટર પર કોપીના ઉત્પાદન સાથે ચાલતું કોમ્પિના સોફ્ટવેર છે.

5.9 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

1. Atherton, Pauline A. Handbook for Information Systems and Services. Paris: UNESCO, 1977, pp. 188-89.
2. Carter, Roger. Information Technology Handbook, London: Heinmann, 1987.
3. Feinstein, David L. And others. Computers: concepts and applications. Ed 4. Wim C Brown, 1990.
4. Kaul, R. Abacus to Artificial Intelligence. (SC Reporter v 25; June 1988. pp. 320-25).
5. Kumar, P. S. G. And Tejomurti a. Printing and Publishing: Technology and Trends - Impact on the Library and Information Business (Sherma, R. K. and Tripathi, B. P., Ed. Information Management in Libraries in the 21st Century. New Delhi: Ess Ess, 1989. p 76-81).
6. Maltha, D. J. Technical literature search and written report. London: Pitman, 1976.
7. Atherton, Pauline A. માહિતી પ્રણાલીઓ અને સેવાઓ માટે હેન્ડબુક. પેરિસ: યુનેસ્કો, ૧૯૭૭, પૃષ્ઠ: 188-89.
8. કાર્ટર, રોજર. ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી હેન્ડબુક, લંડન: હેઈનમેન, 1987.
9. ફેઈન્સ્ટાઈન, ડેવિડ એલ. અને અન્ય. કમ્પ્યુટર્સ: ખ્યાલો અને એપ્લિકેશન્સ. એડ 4. Wm C બ્રાઉન, 1990.
10. કૌલ, આર. એબેકસ ટુ આર્ટિફિશિયલ ઈન્ટેલિજન્સ. (એસસી રિપોર્ટ v 25; જૂન 1988. પૃષ્ઠ 320-25).
11. કુમાર, P. S. G. અને તેજોમૂર્તિ એ. પ્રિન્ટિંગ અને પબ્લિશિંગ: ટેકનોલોજી અને વલણ - પુસ્તકાલય અને માહિતી વ્યવસાય પર અસર (શેરમા, આર. કે. અને ત્રિપતિ, બી. પી., એડ. ૨૧મી સદીમાં પુસ્તકાલયોમાં માહિતીનું સંચાલન. નવી દિલ્હી: Ess, 1989. p 76-81). માલથા, ડી. જે. ટેકનિકલ સાહિત્ય શોધ અને લેખિત અહેવાલ. લંડન: પિટમેન, 1976.

-: રૂપરેખા :-

6.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

6.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

6.2 માહિતી ઉપજો

6.2.1 ન્યુઝ લેટર

6.2.2 ઉપજ અને વેપાર પત્રિકાઓ

6.2.3 સંસ્થા સામાયિકોની વિષય વસ્તુ

6.2.4 પ્રગતિ અહેવાલ

6.2.5 સમીક્ષા અને સંબંધિત પ્રકાશનો

6.2.6 પ્રવાહ અહેવાલો

6.2.7 આંકડાકીય સમીક્ષા

6.2.8 તકનીકી સંક્ષેપો

6.3 માહિતી સ્ત્રોતના સહાયક ઉપકરણો

6.3.1 વિષય વસ્તુનીસારણી (Table of Contents)

6.3.2 નિર્દેશીકાઓ (Indexs)

6.3.3. સારણીની યાદી (List of Tables)

6.3.4 ચિત્ર વિરૂપણોની યાદી (List of Illustrations)

6.3.5 ખુલાસરૂપ નોંધો (Explanatory Notes)

6.3.6 અભ્યાસ પ્રવેશિકા (Pro padia)

6.3.7 સારકરણ / નિર્દેશીકરણ સેવાઓ (Abstracting / Indexing Services)

6.3.8 ગ્રંથ સમીક્ષા (Book Review)

6.3.9 સંદર્ભ ગ્રંથપાલ (Referance Librarian)

6.3.10 ઈન્ટરનેટ

6.4 સારાંશ

6.5 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના પ્રશ્નો અને ઉત્તરો

6.6 ચાવીરૂપ શબ્દો (Key words)

6.7 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન (Reference and further reading)

6.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

આ એકમના અધ્યન બાદ તમે આ બાબતથી સક્ષમ બનશો.

- માહિતી ઉપજોના પ્રકારો અને લાક્ષણિકતાઓ ઓળખવી.
- માહિતી ઉપજોનું મહત્વ જાણવું.
- માહિતી ઉપજો પર ટેકનોલોજીની અસર જાણવી.
- માહિતી ઉપજોની વાડ્મયસૂચિગત નિયંત્રણની સમસ્યા જાણવી.
- માહિતી દઢીકરણ વ્યાખ્યાયિત કરી મુલ્યો અને લાભ દર્શાવવા.
- માહિતી ઉપજોમાં સમાયેલી પાયાની પ્રક્રિયા સમજવી.
- માહિતી ઉપજો દ્વારા લક્ષ્યાંકિત સમુહોને અપાતી સેવાઓ જાણવી.

6.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

આ એકમમાં તમે માહિતી ઉપજો વિશે અભ્યાસ કરશો. આ માહિતી ઉપજો લોકોને સંસ્થાના નોંધપાત્ર દેખાવ, અદ્યતન પ્રવૃત્તિઓ અને સેવાઓથી માહિતીગાર થશો. માહિતી ઉપજોનો મૂળભૂત હેતુ સંસ્થાની પ્રતિષ્ઠામાં વધારો કરવો, ઉત્પાદનો અને સેવાઓને ઉત્તેજન પૂરું પાડવાનો છે. વ્યાપારી અને જાહેર સેવા ક્ષેત્રો પર ટેકનોલોજીની અસર જોવા મળે છે.

કોઈપણ વ્યક્તિએ સફળતા મેળવવા, વૃદ્ધિ અને વિકાસ સાધવા માટે વૈજ્ઞાનિક, તકનીકી અને વ્યાપારી માહિતી મેળવવી ખુબ જ જરૂરી હોય છે. સંભવિત ઉપભોક્તાઓ માહિતી ઉપજોમાંથી લાભ મેળવવા માંગે છે. પરંતુરજુ થયેલ માહિતી તેઓ વાંચી શકે, સમજી શકે, સ્વીકારી શકે તેવી ભાષામાં હોતી નથી. માહિતી વિસ્ફોટને કારણે માહિતીની અસરકારક ઉપયોગની સમસ્યા રહે છે. જુદી જુદી કક્ષાના ઉપભોક્તાને દઢીકૃત માહિતીની જરૂર હોય છે. દઢીકૃત માહિતીએ ચોક્કસ ઉપભોક્તાની સેવા પૂરી પડવાના હેતુથી “જાહેર જ્ઞાનની” પસંદગી, પૃથ્થકરણ અને મૂલ્યાંકન કરી શકાય તેવાં નવા માળખામાં પુનઃગઠન કરે છે. નિર્ણય ઘડતર અને સમસ્યાના સમાધાનમાં મૂલ્યતા જોઈએ તો નિર્ણય લેનારને પૂરી પાડવામાં આવતી માહિતી દઢીકરણ વધે તેમ તેના મૂલ્યમાં વધારો થાય છે.

આ એકમમાં તમે ન્યૂઝલેટર, સંસ્થા સામયિકો વેપારીઓ ઉપજ પત્રિકાઓ, સમીક્ષાઓ, પ્રગતિ અહેવાલો, પ્રવાહ અહેવાલો અને વિશે અભ્યાસ કરી શકશો.

6.2 માહિતી ઉપજો

6.2.1 ન્યૂઝ લેટર

ન્યૂઝલેટર એ મુદ્રિત, વિજાણું, થોડા પૃષ્ઠોનું કોઈ અન્ય સ્વરૂપમાં ક્રમિક પ્રકાશન છે. તે સમયાંતરે પ્રકાશિત થાય છે. તે ચોક્કસ ઉપભોક્તાના માટે અદ્યતન માહિતી કે સમાચરપત્રોને રજુ કરે છે. સમાચાર ફેલાવા માટે ન્યૂઝ લેટરની શરૂઆત ઈ.સ.1600 અને 1700 ની શરૂઆતમાં થઈ હતી. ન્યૂઝ લેટરને Corantos, Courants, Occurrents જેવા નામથી ઓળખાતું હતું. જાહેર ઘટનાઓ, વ્યાપારી સમાચાર બેંક કર્મચારીના રસના સમાચાર વગેરે માહિતીનો સમાવેશ ન્યૂઝ લેટરમાં કરવામાં આવતો હતો. ઈ.સ. 1500 ના સમયગાળામાં આવા સત્તાવાર પૃષ્ઠો શરૂ થયા હતા. Gazette નામથી ઓળખાતા આ પત્રને લોકો સિક્કા ખર્ચીને વાંચી શકતા. ઈ.સ.1609 થી

સ્ટ્રેટબર્ગ અને ત્યારબાદ જર્મનીમાંથી અઠવાડિક પત્ર તરીકે પ્રકાશિત થયેલ. 1704 માં Boston New Letter નામથી પ્રથમ ન્યુઝલેટર પ્રસિદ્ધ થયું. જે સમાચારપત્ર બન્યું. ઈ.સ. 1700 માં ન્યુઝ લેટર પ્રકાશિત થયા જેમાંથી 1800 માં મોટાભાગના સમાચાર પત્રો બન્યા. 1923 માં ધંધા માટે સૌથી વધારે વંચાતું ન્યુઝ લેટર તરીકે Kiplinger Letter પ્રસિદ્ધ થયું. 1930 પ્રસિદ્ધ થયું. ૧૯૩૦માં ધંધાકીય જૂથોના ન્યુઝ લેટર, 1934 માં Telecommunications Reports પ્રસિદ્ધ થયા. 1964 માં News letters on News letters પ્રથમ ન્યુઝલેટર પ્રસિદ્ધ થયું. ન્યુઝ લેટર જુદા જુદા પ્રકારના હોય છે. તે નીચે મુજબ છે.

- જાહેરક્ષેત્રો/ વિભાગો
- ખાનગી અને શૈક્ષણિક સંસ્થાઓ
- જાહેર સાહસો
- સંગઠનો
- વિકાસ અને સંશોધન સંસ્થાઓ

ન્યુઝલેટરના હેતુ જોઈએ તો સાદું અને સરળ સ્વરૂપ ધરાવે છે. ચોક્કસ પ્રકારના ઉપભોક્તાને ઝડપી માહિતી પૂરી પાડે છે. સંસ્થાઓ તેમની પ્રવૃત્તિઓના સમાચારો લક્ષિત જૂથોને સમયસર અને ઝડપથી પહોંચાડવા માટે ન્યુઝ લેટરનો ઉપયોગ કરે છે. ન્યુઝ લેટરના કાર્યો વિશે જોઈએ તો સંસ્થાની સેવાઓને પ્રોત્સાહન અને પ્રચાર કરે છે. પરિષદો, કાર્યશાળા અને પરિસંવાદો વગેરેની જાહેરાત કરે છે. ન્યુઝલેટરનું વિષય વસ્તુ તેના હેતુ પર આધારિત હોય છે. જુદા જુદા પ્રકારના ન્યુઝલેટર માહિતીની વિવિધ કક્ષાનો સમાવેશ કરે છે. ઔદ્યોગિક સાહસોના ન્યુઝલેટર આંતરિક અને બાહ્ય ફેલાવા માટેના એમ બે પ્રકારના હોય છે. બાહ્ય ફેલાવા માટેના ન્યુઝલેટરમાં સંગઠનના લક્ષ્યોની સિદ્ધી, ગ્રાહકો માટેના વળતર, ફાયદાઓની જાહેરાતો, નવા ઉત્પાદનની માહિતી હોય છે. જ્યારે આંતરિક ફેલાવા માટેના ન્યુઝ લેટરમાં કર્મચારી વિષયક, સામાજિક, સાંસ્કૃતિક પ્રવૃત્તિઓ, કર્મચારી દ્વારા રજૂ થતાં લેખો, વાર્તામાં વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.

❖ વિજ્ઞાણકીય ન્યુઝ લેટર (Electronic News Letter)

તેની શરૂઆત 1990 ના દાયકામાં થઈ. વિજ્ઞાણકીય રીતે પ્રસિદ્ધ થતાં કમ્પ્યુટર દ્વારા મોકલવામાં આવતા ન્યુઝ લેટરને વિજ્ઞાણકીય ન્યુઝ લેટર કહેવાય છે. વિજ્ઞાણકીય ન્યુઝ લેટરને હાઈપર લીંકથી વેબપેજ સાથે જોડવામાં આવે છે. અને ગ્રાહકોને ઓન-લાઈન મેળવવા માટે સ્વેરછાએ લવાજમ ભરતા હોય છે. વિજ્ઞાણકીય ન્યુઝલેટર વિષય વસ્તુની વિસ્તૃત માહિતી તરીકે મહત્ત્વ ધરાવે છે. ધંધા-ઉદ્યોગમાં વધારે લોકો તેમના ઉત્પાદનોની જાહેર ખબર વિજ્ઞાણ ન્યુઝ લેટરમાં આપે છે. કારણકે તેની અસરકારતા વધારે હોય છે. આ પ્રકારના ન્યુઝ લેટરથી ઉપભોક્તાની પ્રાપ્તિ સ્થાને માહિતી સીધી મળે છે. તે તત્કાલીન માહિતી ચોક્કસ ખર્ચને પહોંચાડી ઉપભોક્તા માટે લાગણીભર્યા સંબંધો સ્થાપિત કરે છે. ઉપભોક્તા જેવી માહિતી પ્રાપ્ત થાય કે તુરંત જ તેના સાથી મિત્રોને માહિતી આગળ પહોંચાડે છે. ન્યુઝ લેટરમાં અદ્યતન માહિતી હોય છે. જે તત્કાલીન ઉપયોગ માટેની હોય છે. આથી તે ઝડપથી પોતાની અદ્યતનતા ગુમાવે છે આથી તેમને કાયમી સ્વરૂપ ધરાવતી નિર્દેશીકરણ અને સારકરણ જેવી સેવાઓમાં સમાવેશ કરવામાં આવતો નથી.

6.2.2. ઉપજ અને વેપાર પત્રિકાઓ

ઉત્પાદકો, પ્રકાશનો અને વિતરકોની વિવિધ પ્રકારની ઉપજો વસ્તુઓ અને સેવાઓની માહિતી પૂરી પાડવા માટે તૈયાર કરવામાં આવતી ઉપજોને વેપાર અને ઉપજ પત્રિકાઓ કહેવાય છે. આ પત્રિકાઓમાં વાસ્તવિક સ્વરૂપે રસાયણો, દવા, ગ્રંથો, ઘર વપરાશના ચીજો સંશોધન અને ઉદ્યોગમાં ઉપયોગી જટિલ યંત્રો અને સાધન વગેરેનો સમાવેશ કરતી તમામ પ્રકારની ઉપજ અથવા સેવાનો સમાવેશ કરે છે. તેનો હેતુ વેપાર વધારવાનો અને તેના ગુણધર્મોનું વર્ણન કરવાનો છે.

જ્યોર્જ વીલર દ્વારા ૧૫૬૪માં તૈયાર થયેલ ગ્રંથસૂચિપત્રોનું Ausburg વિકેતાએ સૂચિપત્ર તૈયાર કર્યું. ત્યારબાદ ઔષધ અને રસાયણ ક્ષેત્રમાં સૂચિપત્રો તૈયાર થયા, 1760 માં ન્યુપોર્ટના Jhon Tweedy દ્વારા ઔષધ તૈયાર સૂચિપત્ર તૈયાર કરવામાં આવેલ. 1780 ના દાયકામાં ગ્રાહકો માટે એજન્ટો જ વસ્તુઓ ખરીદતા હતા કારણકે બર્મિંગહામ અને શેફીલ્ડ ધાતુઓ ઉત્પાદકના નામે બતાવાતા ન હતા. ઔદ્યોગિક વિકાસ વધવાની સાથે સાથે વ્યાપાર અને વેપાર સૂચિપત્રોની સંખ્યામાં પણ વધારો જોવા મળ્યો. 1744-1990 સુધીમાં પ્રસિદ્ધ થયેલ અનેટીકન્ટ પણ વિવરણાત્મક Guide to American trade Catalouge પ્રસિદ્ધ થયું.

વેપાર અને ઉપજ પત્રિકાઓની લાક્ષણિકતા જોઈએ તો આ પત્રિકામાં દર્શાવામાં આવતી માહિતીના સ્વરૂપ, કદ અને જથ્થામાં વિવિધતા હોય છે. તેનો વિસ્તાર સામાયિક અથવા ચોપાનિયામાં એક ઉપજની નાની જાહેરાતથી શરૂ કરીને મોટી સંખ્યાના કે એક ઉત્પાદકોની હજારો ઉપજોની જાહેરાતના વધારે ભાગના પ્રકારો સુધીનું હોઈ શકે છે.

- વર્ણનાત્મક વિગત ધરાવે છે તે સૈદ્ધાંતિક વિગત દર્શાવતી નથી.
- પ્રાથમિક સ્ત્રોત છે.
- વિના મૂલ્યે વિતરણ
- માહિતી ઝડપથી તેની અદ્યતનતા ગુમાવે છે.
- ચોક્કસ સમય અવધિ નથી.
- માહિતીનું વિસ્તરણ સામાન્ય જાહેરાતથી શરૂ થઈ વિસ્તૃત વર્ણન સુધી વિસ્તાર પામે છે.

કાર્યો

વેપાર અને ઉપજ પત્રિકાઓ વેચાણ વધારવાના હેતુથી પ્રકાશિત થાય છે. ઉપભોક્તાના વિશિષ્ટ સમૂહ માટે માહિતીના મહત્વના સ્ત્રોત તરીકે કાર્ય કરે છે. ઔદ્યોગિક ઉપજોની વિશિષ્ટ માહિતી તથા વિશિષ્ટ માહિતી બજારમાંથી મળી રહેશે કે નહીં તે જાણવા મદદરૂપ બને છે. ટેકનોલોજી સાથે સંકળાયેલાઓને જુદા જુદા ઉત્પાદકો દ્વારા પ્રાપ્ત થતી એક એકસરખી ઉપજોની સરખામણી કરવા અને યોગ્ય ઉપજ પસંદગી કરવામાં મદદરૂપ બને છે. મહત્વના સ્ત્રોત તરીકે ધંધાકીય ઇતિહાસ, પૂરાતત્વ અને ટેકનોલોજીના ઇતિહાસ માટે કાર્ય કરે છે. વેપાર સાહિત્યના સ્ત્રોતો વિશે વિચારીએ તો,

- તકનીકી સામયિકો અને જાહેર ખબરો.
- સામાયિકોની પુરવણીઓ અને વિશિષ્ટતાઓ.
- ડિરેક્ટરીઓ.
- વેપાર પોર્ટલ અને કંપનીની વેબસાઈટ

- ઉપજ વર્ણનો કે જે વેપારના પ્રદર્શન અર્થે મોકલવામાં આવતા હોય.

❖ તકનીકી સામયિકો અને જાહેર ખબરો:-

વેપાર સામાયિક અથવા કોઈ એકાદ વેપાર તકનીકી દ્વારા ટેકનોલોજી અને ઉદ્યોગના મોટાભાગના ક્ષેત્રો આવરી લેવામાં આવે છે. જેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ પ્રાથમિક સ્ત્રોતમાંથી વેરવિખેર માહિતીને પુનઃગઠન દ્વારા માહિતીની જરૂરિયાત માટે ભેગી કરવાનો છે. આવા સામયિકો લવાજમથી નહીં પરંતુ સામયિકમાં અપાતી ઉપજો અને સેવાઓની ઉત્પાદકોની આવક દ્વારા પ્રાપ્ત થયા હોય છે. તેનું મુખ્ય કાર્ય નવી ઔદ્યોગીક ઉપજ અથવા સામગ્રી જાહેરાતનું છે.

❖ સામાયિકોની પુરવણીઓ અને વિશિષ્ટો :-

સામયિકોની પુરવણીઓ અને વિશિષ્ટ અંકો તકનીકી સામયિકો Buyers guide અથવા Directory Issue તરીકે પ્રકાશિત થતાં તકનીકી સામયિકો વાર્ષિક અથવા પુરવણી સ્વરૂપે પ્રકાશિત થતાં હોય છે.

❖ ડિરેક્ટરીઝ :-

160 થી વધારે દેશોની આંતરરાષ્ટ્રીય ટેકનોલોજી ડિરેક્ટરી કે જે ટેકનોલોજી અને ઈજનેરીની કોઈ એક શાખા ધરાવતી અનેક કંપનીઓ અને ઉપજોના ડેટા રજૂ કરતું સ્વતંત્ર પ્રકાશન છે. હવાઈ વાહનો, વિમાનોના ઉત્પાદકો અને સાધન સામગ્રી, વિમાન સેવાઓ સાથે જોડાયેલી સરકારી એજન્સીઓ અને અન્ય સંગઠનને આવરી લેતું સ્વતંત્ર પ્રકાશન Word Aviation Directory છે. ભારતીય ઉદ્યોગનું માધ્યમ ઈન્ટરનેટ પરની કંપનીઓની વેબસાઈટ અને પોર્ટલ છે. જે પ્રમાણમાં ઓછી ખર્ચાળ હોવાથી વૈશ્વિક કક્ષાએ ગ્રાહકો સુધી પહોંચવા માટેની તક મળે છે. આવી કંપનીઓ ઓનલાઈન તેમની ઉપજો સૂચિપત્રો ધરાવતી હોવાથી ઉપજો અને સેવાઓની અદ્યતન માહિતી પૂરી પાડે છે.

❖ વેપાર પોર્ટલ અને કંપનીની વેબસાઈટ :

ઉત્પાદકો દ્વારા પ્રકાશિત થતાં સૂચિપત્રો કંપનીની ઉપજો અને અમલનો વાસ્તવિક તકનીકી ડેટા દર્શાવે છે. તેનો વ્યાપ કોઈ એક ઉપજના તકનીકી ડેટા આપે એક કાગળના પૃષ્ઠથી શરૂ કરીને તમામ ઉપજોનું વિગતવાર વર્ણન ધરાવતા ગ્રંથ સુધી છે. આ સૂચિપત્રો સીધા ગ્રાહકને મોકલી આપવામાં આવે છે.

❖ ઉપજ વર્ણનો કે જે વેપારના પ્રદર્શન અર્થે મોકલવામાં આવતા હોય :

ઉત્પાદકો તેમજ ઉપજો વ્યવસાયિક સંઘો દ્વારા યોજાતી પરિષદો અને સંમેલનોમાં પ્રદર્શિત કરી સૂચિપત્રનું વિતરણ કરે છે. પ્રદર્શનનો અને આંતરરાષ્ટ્રીય વેપાર મેળાઓ અને પ્રદર્શનોમાં પણ માહિતી પત્રો અથવા બુલેટીનના સ્વરૂપે વેપાર સૂચિપત્રો રજૂ કરવામાં આવે છે.

❖ વાઙ્મય સૂચિગત નિયંત્રણ

ઉત્પાદકો દ્વારા વેપાર સૂચિપત્રો ગ્રંથાલયમાં વિનામૂલ્યે મોકલવામાં આવે છે. ગ્રંથાલયમાં આવા પ્રકાશનોની પ્રાપ્તિ અને વ્યવસ્થા પદ્ધતિસરની હોતી નથી. ગ્રંથાલયોમાં તેની ગોઠવણી ફાઈલોમાં ઉત્પાદકો નામના વર્ણાનુક્રમે મોકલવામાં આવે છે. આવા પ્રકારનું સાહિત્ય ખૂબ જ ઝડપથી જુનું થઈ જતું હોવાથી નિર્દેશીકરણ અને સારકરણ સેવામાં સમાવેશ થતો નથી. કારણ આ માહિતી ક્ષણિક સામગ્રી સાથે સંબંધ ધરાવે છે.

6.2.3 સંસ્થા સામયિકોનું વિષયવસ્તુ

સંસ્થા સામયિકોનું વિષયવસ્તુ સામયિકોના પ્રકાર સાથે સંબંધ ધરાવે છે. સંસ્થા સામાયિક માનવ સ્રોત તરીકે કંપનીના સમાચારપત્રની ભૂમિકા ભજવે છે. સંગઠનના કર્મચારીઓમાં સંઘભાવના ઊભી કરવા માટે “આંતરિક સંસ્થા સામાયિક” માનવસ્રોત માટે તૈયાર કરવામાં આવે છે. આવા સામયિકોમાં સમાચારો, કર્મચારીના લેખો, રમતગમતના સમાચારો, બદલીઓ, કલ્યાણલક્ષી કાર્યક્રમો, પ્રોત્સાહનો, બક્ષીશ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. તકનીકી માહિતી સ્રોત તરીકે સંસ્થા સામાયિક થોડું મૂલ્ય ધરાવે છે.

વિષયવસ્તુ ધરાવતી માહિતીના આધારે તેને ત્રણ શ્રેણીમાં વહેંચી શકાય. પ્રથમ કક્ષા, દ્વિતીય કક્ષા અને તૃતીય કક્ષા પ્રથમ કક્ષામાં પ્રકાશકની પ્રતિષ્ઠા અને માનક તકનીકી સામાયિકની સમકક્ષ આવતા સામયિકો પ્રથમ કક્ષામાં આવે છે.

આ સામયિકોમાં સંશોધનની મુલ્યતા અને વિકાસ કર્મચારીઓ દ્વારા રજૂ થતાં લેખો પર આધારિત છે. આવા સામયિકો કંપનીની પેદાશો અને સેવાઓને માત્ર પ્રકાશન દ્વારા ઉત્તેજન આપતા નથી. પરંતુ કંપનીના જે તે વિષય સંબંધિત સંશોધનમાં માનાંકોની શ્રેષ્ઠતા પૂરી પાડે છે. બીજી કક્ષામાં આવતા બાહ્ય સંસ્થા સામયિકોનું સ્વરૂપ સામાયિક જેવું છે કે જે કંપનીને ઉત્તેજન આપવા પૂરતા હોય છે. તેમાં તકનીકી વિગતો રજૂ કરવામાં આવતી નથી. ત્રીજી કક્ષામાં આવતા બાહ્ય સંસ્થા સામાયિક સૂચિપત્ર જેવું હોય છે. જેમાં કંપની દ્વારા રજૂ થતી નવી ઉપજો, વસ્તુઓ, પ્રક્રિયાઓ અને સેવાઓની વર્ણનાત્મક વિગતો દર્શાવવામાં આવે છે.

સંસ્થા સામાયિકની લાક્ષણિકતાઓ જોઈએ તો,

- સહાયકસંગઠન દ્વારા તૈયાર થાય છે.
- સંગઠનની પ્રતિષ્ઠા વધારવા અને ઉપજો અને સેવાઓ ઉત્તેજન આપવા માટે તૈયાર કરવામાં આવે છે.
- ગ્રાહકોને વિનામૂલ્યે આપવામાં આવે છે.
- સહાય સંગઠન દ્વારા અલગ નાણાની ફાળવણીથી નાણાકીય ભંડોળ ઊભી કરવામાં આવે છે.
- સહાયકસંગઠન સિવાયની જાહેરાતોનો સમાવેશ થતો નથી.
- તેનું મુદ્રણ, આકર્ષિતકરે તેવું રંગીન અને સારી ગુણવત્તાવાળા કાગળ પર કરવામાં આવે છે. આ સામયિકો તકનીકી માહિતી સ્રોત બની શકે. પરંતુ મોટાભાગના માહિતીપ્રદ સંસ્થા સામાયિકોની પ્રાપ્તિ અને પ્રક્રિયામાં ઉપેક્ષા સેવામાં આવે છે. પ્રકાશનની અનિયમિતતા અને માનકીકરણની સમસ્યાઓ વાઙ્મય સૂચિગત નિયંત્રણ સાથે જોડાયેલી છે. મોટાભાગના

સંસ્થા સામયિકોને સંશોધન કાર્યના હેતુસર મોટાભાગની નિર્દેશીકરણ અને સારકરણ સેવાઓમાં સમાવેશ કરવામાં આવે છે.

6.2.4 પ્રગતિ અહેવાલ (STATE OF THE ART REPORTS)

આ અહેવાલોને પરંપરાગત “વિવેચનાત્મક” સમીક્ષાઓ કહી શકાય કારણકે તે વિષયના તમામ ક્ષેત્રનો અને ઐતિહાસિક બાબતોનો સમાવેશ કરતાં નથી. તેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ છેલ્લી અને અદ્યતન પરિસ્થિતિનું વર્ણન કરવાનો છે. પછી ભલે ને ટેકનોલોજીનો પ્રભાવ કે ટેકનોલોજી વગેરે હોય. તેઓ પરંપરાગત સમીક્ષાઓ કરતાં સમયસરના અને મુખ્યત્વે અદ્યતન અવબોધન સાધન તરીકે સેવા આપનારા છે. અદ્યતનતાને લીધે પ્રગતિ અહેવાલો મોટેભાગે અવૈધિક અહેવાલો તરીકે પ્રકાશિત થતાં હોય છે. આવા અહેવાલો માંગને આધારે મર્યાદિત જૂથ માટે ઊંચી કિંમતે વેચવામાં આવતા અને ઝડપથી કાલગ્રસ્ત થઈ જતાં હોય છે.

❖ ટેકનોલોજી પ્રગતિ અહેવાલો :-

આ અહેવાલો ટેકનોલોજીની ઉપજ, પ્રક્રિયાની પ્રગતિ, લાક્ષણિકતાઓ અથવા ઉપયોગિતાઓનો મૂલ્યાંકન, સરખામણી અને સારાંશ કરે છે. ઉપભોક્તા અને ઉપયોગના હેતુને આધારે તેનું ક્ષેત્ર અલગ પડે છે. ટેકનોલોજીના આવા અહેવાલો નીચેના દર્ષિબિંદુઓ આવરી લે છે.

1) તકનીકી અથવા ઈજનેરી દર્ષિબિંદુઓ

આવા અહેવાલો આવી ટેકનોલોજી તકનીકીની વિગતો રજૂ કરે છે. આવા અહેવાલો ટેકનોલોજી ક્ષેત્રે આધુનિકતા લાવવા, હેતુઓની તુલના કરવા, ટેકનોલોજી સંબંધિત આકૃતિ તૈયાર કરવા માટે ઉપયોગી છે. તેના ઉપયોગ જોઈએ તો કોઈ ચોક્કસ ટેકનોલોજીના ઉપયોગ માટે તેની જરૂરીયાત લાક્ષણિકતાઓ અને આર્થિક બાબતો પર ભાર મુકવા ઉપરાંત ટકાઉપણું અને ઉપયોગિતા અંગેની શરતોને આવરી લે છે.

દા.ત. TRB State of the Art Report 8 : guide to

❖ બજાર અહેવાલો :-

આ અહેવાલો ઉદ્યોગ અથવા બજારની પરિસ્થિતિને અનુલક્ષીને આર્થિક બાબતો, નફો, લાક્ષણિકતા, સાંપ્રત પ્રવાહો સંભવિતતા વગેરે દર્શાવે છે. આ અહેવાલોનો પણ વિવિધ ઉપયોગનો પરિચય આપે છે.

6.2.5 સમીક્ષા અને સંબંધિત પ્રકાશનો

સમગ્ર વિશ્વમાં પ્રાથમિક સાહિત્ય જુદી જુદી ભાષા અને સ્વરૂપમાં પથરાયેલું છે. પ્રાથમિક સ્રોતમાં પ્રકાશિત સાહિત્યને પધ્ધતિસરની નિર્દેશીકરણ અથવા સારાંશની સારકરણ અને નિર્દેશીકરણ સેવાઓ, સૂચિપત્રો અને વાઙ્મયસૂચિ દ્વારા નિયંત્રણ પ્રાપ્ત થાય છે. તેની ગોઠવણી સહાયક ક્રમમાં થાય છે. પ્રાથમિક સ્રોતની વૃદ્ધિની સાથે સાથે નિર્દેશીકરણ અને સારકરણ સેવાઓનું પ્રમાણ વધતું જાય છે. તેની પ્રત્યેક વિગત વાઙ્મયસૂચિ વિવરણ સાથે સ્વતંત્ર દર્શાવાય છે. એકબીજા સાથે જોડાયેલ નથી. પણ બીજી વિગત વાઙ્મયસૂચિ સાથે દર્શાવવામાં આવે છે. આમાં પ્રાથમિક સાહિત્યની

રજૂઆત વધારે સંક્ષિપ્તમાં પ્રાપ્ત થાય છે. તે ખૂબ જ જરૂરી છે. એક એક ક્ષેત્રનાં નિષ્ણાંત દ્વારા કરવામાં આવતો વિસ્તૃત અહેવાલ કોઈ વિષય અથવા તેની નિરૂપિત જ્ઞાનના વિવેચનાત્મક સમન્વય તરીકે સમીક્ષાઓને ગણવામાં આવે છે.

❖ લાક્ષણિકતા

- 1) પ્રાથમિક સાહિત્યનું સંકલન
- 2) મૂલ્યાંકન
- 3) વ્યવસ્થિત ગોઠવણી

સાર સામાયિક કરતાં સમીક્ષાત્મક લેખ સમીક્ષા પામેલા લેખોમાંના દરેકની સાથે સંબંધ સ્થાપિત કરી માહિતીના અન્ય જથ્થા સાથે જોડાય છે. સમીક્ષા માટે મૂલ્યાંકન એ આવશ્યક લાક્ષણિકતા કહેવાય. કેટલીક સમીક્ષા માટે મૂલ્યાંકન આવશ્યકતા સ્વરૂપે છે જ્યારે કેટલીક સમીક્ષા આડકતરી રીતે તેનો સમાવેશ કરે છે. સમીક્ષાની મહત્વની લાક્ષણિકતા વ્યવસ્થિત ગોઠવણી છે. સમીક્ષામાં લખાણના પ્રત્યેક પૃષ્ઠ પર ઉદ્ધિત કરેલા સંદર્ભોની સંખ્યા અથવા પ્રાથમિક પ્રલેખોના પૃષ્ઠો પરથી પ્રલેખના સમીક્ષા પામેલા પૃષ્ઠોનું પ્રમાણ એકબીજા ક્ષેત્રમાં તેમજ એક જ ક્ષેત્રમાં ગોઠવણીનું પ્રમાણ લાંબો લેખોમાં અલગ હોય છે. સમીક્ષા પ્રસંગોપાત કે ક્યારેક નિયમિતરૂપે પ્રકાશિત થતી હોય છે. વાચકોની જરૂરિયાત મુજબ નિષ્ણાંતો, વિદ્યાર્થી કે ઉપભોક્તા માટે લખવામાં આવે છે. તેનું સ્વરૂપ ગ્રંથ સ્વરૂપમાં સમીક્ષાત્મક પ્રબંધ અથવા સંઘાત પ્રબંધ સુધી વિસ્તરી શકે છે. સંભવિત ઉપભોક્તા અભ્યાસ, માહિતીસ્રોતની પસંદગી, મૂલ્યાંકન, પૃથ્થકરણ અને સંયોજન ટૂંકી રજૂઆત વગેરે મહત્વના લક્ષણો છે. સમીક્ષા તૈયાર કરવી તે પડકારરૂપ કાર્ય છે.

❖ પ્રકારો:-

- 1) વાર્ત્તમય સૂચિગત
- 2) સૂચનાત્મક

પ્રથમકક્ષામાં આવતી સમીક્ષાઓ કોઈ ચોક્કસ સમયગાળામાં કોઈ વિષય કે મુદ્દા ઉપર પ્રકાશિત સાહિત્યની પસંદગી માટે મૂલ્યાંકન પર કેન્દ્રિત છે. બીજી કક્ષાની સમીક્ષાઓ કોઈ ચોક્કસ વૈજ્ઞાનિક અથવા તકનીકી સમસ્યાઓ અને તેના ઉકેલો પર કેન્દ્રિત હોય છે.

❖ સમીક્ષાના મુખ્યત્વે બે કાર્યો છે.

- 1) ઐતિહાસિક અથવા વિષય સંબંધિત કાર્યો
- 2) સમકાલીન કે આધુનિક અથવા ઉપભોક્તા સંબંધિત કાર્યો

1) ઐતિહાસિક કાર્યો કોઈ વિષય અથવા મુદ્દા સાથે સંબંધિત છે.

- તજજ્ઞો દ્વારા પ્રકાશિત સાહિત્યનું મૂલ્યાંકન
- જુદા જુદા સ્રોતોમાંથી માહિતી અલગ કરી સંબંધિત માળખામાં ગોઠવણી
- રજૂ થયેલ જ્ઞાન સ્રોતને ટૂંકમાં દર્શાવવું
- વેરવિખેર પ્રલેખને બદલે એક જ પ્રલેખને પસંદ કરવો.
- ભાવિ સંશોધન માટે સૂચન
- નવા ક્ષેત્રોની ઓળખ ઊભી કરવી.

2) સમકાલીનસમીક્ષાના કાર્યો છે જે ઉપભોક્તાને વ્યક્તિગત ફાયદારૂપ છે.

- અદ્યતન અવલોકનનું કાર્ય.
- અન્ય સાહિત્ય શોધની પ્રાપ્તિ
- શિક્ષણનું કાર્ય
- ધ્યાન પર લાવવાનું કાર્ય
- પ્રેરણા
- વિચારોની ફળદ્રુપતાની ચકાસણી

❖ ઉદાહરણો:-

1) **Annual review, Inc.**

વાર્ષિક સમીક્ષાઓ વિવેચનાત્મક અને પ્રગતિ સમીક્ષાઓ વિસ્તૃત વિષયને કેન્દ્રમાં રાખી વાર્ષિક ગ્રંથ સ્વરૂપમાં પ્રકાશિત થાય છે. તે જે તે વિષયના તજજ્ઞો દ્વારા લખાયેલ પેટા વિષયો કે વિદ્યાશાખાઓ પરના સમીક્ષાત્મક લેખો સાથે સંબંધ ધરાવે છે.

2) **ઉચ્ચસ્તરીય સમીક્ષાઓ:-**

વિવેચનાત્મક અને પ્રગતિ સમીક્ષાઓ ગ્રંથ સ્વરૂપમાં પણ નિયમિતપણે ભાગ્યે જ પ્રકાશિત થાય છે. બે કે ત્રણ વર્ષે એકવાર પ્રકાશિત થાય છે.

દા.ત. Advance in virus Research

સામાયિક પ્રકારની :-માસિક અથવા ત્રૈમાસિક સ્વરૂપે પ્રકાશિત થતી વિધ્વમંડળની વિવેચનાત્મક સમીક્ષાઓ

દા.ત. Chemical Reviews

❖ **પ્રસિદ્ધ સામયિકો :-**

પ્રસિદ્ધ સમીક્ષાત્મક લેખો રજૂ કરતાં સામયિકો કે જેમાં વિશેષણોને સ્પર્શના વિષયોમાં વિસ્તૃત ક્ષેત્રનો સમાવેશ થાય છે.

દા.ત. Scientific American, Science reporter

❖ **નિબંધ પ્રકારની :-**

શિક્ષણમાં ઉપયોગી વિદ્યાર્થીઓ અને શિક્ષકોના વિસ્તૃત જૂથોને અનુલક્ષીને પ્રસિદ્ધ થતી નિબંધ પ્રકારની સમીક્ષા છે.

દા.ત. Essays in Radiology

6.2.6 પ્રવાહ અહેવાલો (TREND REPORT)

કોઈપણ વિષયક્ષેત્રના આધુનિક વિકાસ અને અદ્યતન સંશોધન પ્રવાહનું પદ્ધતિસરનું ચિત્ર પૂરું પાડે તેને પ્રવાહ અહેવાલ કહેવાય. તેનો મુખ્ય હેતુ વિશિષ્ટ સમયગાળામાં પ્રકાશિત થયેલ બે-ત્રણ કે વધારે વર્ષોને આવરી લેનાર કોઈ પણ વિષયના સાહિત્યનું પૃથ્થકરણ પરના સંશોધન આધારિત મુખ્ય પ્રવાહોને ટૂંકા સ્વરૂપમાં દર્શાવાનો છે. આ એવી ઉપજો છે કે જે વિષય વિશેષતા અને નિર્ણય લેનાર

માટે ખૂબ જ ઉપયોગી છે. અહેવાલો વિદ્યાર્થીઓને સંશોધન માટે નવા ક્ષેત્રો મેળવવા માટે આગળ વધવામાં મદદરૂપ કરે છે.

ગોપીનાથના મતે પ્રવાહ અહેવાલ એ વિષયનું વિવરણ છે.

❖ જરૂરિયાત:-

ચોક્કસ વિષય ક્ષેત્રના અદ્યતન વિકાસ અને સંશોધન પ્રવાહોનું અવલોકન પ્રવાહ અહેવાલો પૂરું પાડે છે. તે

- સંશોધકોને તેમના વિષયમાં થયેલ અદ્યતન સંશોધનની જાણકારી રાખવા.
- સંશોધન માટે આયોજનકારો અને નિર્ણાયકોને અને નાણા આપતી સંસ્થામાં પ્રેરણા પૂરી પાડવા.
- વિદ્યાર્થીઓને તેમનું સંશોધનનું ક્ષેત્ર ઓળખવામાં.

❖ તૈયારી:-

પ્રવાહ અહેવાલો નિષ્ણાંતો દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. તે તૈયાર કરવાની પ્રક્રિયામાં ઘણો સમય લાગે છે અને કાર્ય મુશ્કેલ છે. તેને ઓળખી ભૌતિક રીતે પ્રાપ્ત કરવામાં આવે છે. તેનું વાંચન ઝીણવટભરી તપાસ, મૂલ્યાંકન અને પસંદગી બાદ જે સામગ્રી સમાવેશ કરવામાં આવે છે અને ત્યારબાદ અહેવાલ લેખન કરવામાં આવે છે.

પ્રવાહ અહેવાલ તૈયાર કરવા માટે નીચે મુજબની લાયકાતો આવશ્યક :-

- વિષયના વિવિધ ઘટકોથી માહિતગાર
- સંબંધિત વિષય પરના વિવિધ માહિતી સ્ત્રોતથી જાણકાર હોવું.
- વિશિષ્ટ ઉપભોક્તા સાથે વ્યવહાર રાખવા જોઈએ.
- વિષય નિષ્ણાંતો જે ચોક્કસ વિષયનું જરૂરી જ્ઞાન હોવું જોઈએ.

પ્રવાહ અહેવાલ તૈયાર કરવાની પરિસ્થિતિની માહિતીગાર હોવા જોઈએ :- પ્રવાહ અહેવાલ તૈયાર કરવાની પ્રક્રિયાને ત્રણ વિભાગમાં વિભાજન કરી શકાય છે.

- 1) વૈચારિક કક્ષા
- 2) શાબ્દિક કક્ષા
- 3) સંજ્ઞાત્મક કક્ષા

❖ વૈચારિક કક્ષામાં નીચેના કાર્યોનો સમાવેશ થાય છે.

- માહિતી સ્ત્રોતનું એકત્રીકરણ
- માહિતીનું મૂલ્યાંકન
- સહાયક ક્રમમાં માહિતી શોધ
- પસંદ થયેલ માહિતી વ્યવસ્થિત પાઠ્યસામગ્રીમાં સંકલિત કરવી.

❖ શાબ્દિક કક્ષામાં કાર્યો

- વિરુદ્ધાર્થી સ્તરે પ્રાપ્ત વિચારોનું સહાયક ક્રમમાં જાળવવા.

- ભાષામાં વિચારોને વ્યક્ત કરવા માટે સંબંધિત પરિબલો વ્યક્ત કરવા.

❖ સંજ્ઞાત્મક કક્ષા :-

- વિચારોને સહાયક ક્રમમાં ગોઠવવા.
- પાઠ્ય સામગ્રી અને ભાષાને ઉપયોગમાં લેવી જોઈએ.
- પ્રવાહ અહેવાલની સામગ્રી ઉપજમાં આપ્યા પૃષ્ઠ અને અનુક્રમણિકા પૃષ્ઠનો સમાવેશ થાય છે. જેમાં ટૂંકી માહિતીપ્રદ, પ્રકરણ મુજબ પાઠ્યલવાજમનું માળખું, સંદર્ભસૂચિ, પરિશિષ્ટ અને વ્યાખ્યાનો સમાવેશ થાય છે.

ઉદાહરણ

Degree in Information Science, New Delhi, INSDOC (Un Published)

6.2.7 આંકડાકીય સમીક્ષાઓ

આ સમીક્ષાઓ સ્વતંત્ર અથવા એક પ્રકાશન સ્વરૂપે હોઈ શકે છે. આ પ્રકારની સમીક્ષાઓ ખાસ કરીને અદ્યતન પ્રવાહો, પરિણામ આધારિત બાબતોની ચકાસણી અને પરિસ્થિતિઓની ચકાસણી કરવા માટે આંકડાઓનું મૂલ્યાંકન કરી યોગ્ય રીતે ગોઠવણી કરે છે. તકનીકી, બજાર, વસતી વૈજ્ઞાનિક ક્ષેત્રો સાથે સંબંધિત આંકડાઓને વિસ્તૃત રીતે રજુ કરે છે.

માહિતી દઢીકરણ માટેના સ્રોતની પસંદગી માટે કોઈ એક પ્રકારનો માપદંડ તમામ પ્રકારના ઉપભોક્તા માટેની તમામ ઉપજો માટે કોઈ એક પ્રકારનો માપદંડ નક્કી થઈ શકતો નથી. માહિતી પૃથ્થકરણ કેન્દ્રની વિવિધ ઉપજો અને હેતુઓ માટે માપદંડ જરૂરી છે. માહિતીના દઢીકરણ માટે વિદ્રતાપૂર્ણ ગુણવત્તા માટેના માપદંડનો ઉપયોગ માહિતી ઉપજોની જેમ કરવામાં આવે છે. જેમાં માહિતી સ્રોતની પસંદગી અને મૂલ્યાંકનને પણ ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે. મૂલ્યાંકનના માપદંડ જોઈએ તો...

- ઉપભોક્તા મૂલ્યાંકન માહિતી સેવાઓ માટે
- મૂલ્યવાન સમીક્ષાત્મક પ્રકાશનની પસંદગી

સમીક્ષાત્મક માપદંડોથી વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી પ્રકાશનોની કૃતિઓની ગુણવત્તા તેના ઉપયોગમાં લેવાતી કૃતિઓની ગુણવત્તા નક્કી કરે છે. વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીના સ્રોતની પસંદગી કરવા આ સ્રોતનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. માહિતી સેવાઓના ઉપભોક્તા મૂલ્યાંકન માટે ઉપયોગી પાંચ સામાન્ય વર્ગો છે.

- 1) માહિતીની ગુણવત્તા
- 2) સેવાનું ક્ષેત્ર
- 3) સેવા પ્રાપ્તિની સરળતા
- 4) સેવાની કિંમત
- 5) માહિતી ઉપયુક્તતા

6.2.8 તકનીકી સંક્ષેપો (Technical Digests) :-

ઉદ્યોગ કોઈ પણ હોય તેની વૃદ્ધિ માટે વ્યાપારને લગતી માહિતી, બજાર વ્યવસ્થા અદ્યતન તકનીકી અને વૈજ્ઞાનિક માહિતી જરૂરી છે. વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી સાહિત્યના ઝડપી વિકાસને લીધે તકનીકી કર્મચારીઓને તેમના રસના વિષયોમાં થતા અદ્યતન વિકાસથી જાણકાર રહેવું મુશ્કેલ હોય છે. તેમની માહિતી જરૂરીયાતને પહોંચી વળવા માટે તકનીકી સંક્ષેપ સેવા પુરી પાડવામાં આવે છે. જેમાં ઉદ્યોગ સાથે સંકળાયેલ માહિતીને મૂલ્યાંકન પૃથ્થકરણ અને દૃઢીકૃત કરી પ્રસારીત કરે છે. તેની વ્યાખ્યા અને અર્થ જોઈએ તો,

❖ Webster's Dictionary અનુસાર :-

“મુદ્દાના જરૂરી હાર્દને વળગી રહી સાહિત્યના કોઈ અંશ અથવા માહિતીના અંગને સારાંશ સ્વરૂપમાં ટૂંકાવવું.”

લેખિત કાર્યના પધ્ધતિસરના ટૂંકા સ્વરૂપને સંક્ષેપ કહેવાય, જે કૃતિના કર્તાને બદલે અન્ય દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. તે ટૂંક સાર (Synopsis) કરતા મોટો હોય છે.

ગુહાના મત અનુસાર “હકીકતમાં સંક્ષેપ એ પ્રલેખનું પૂર્ણ પ્રતિનિધિત્વ છે. જે હેતુ પૂર્વક લોકોના વિવિધ સમૂહોની જરૂરીયાતને અનુરૂપ ફરીથી લખવામાં આવે છે. જે પૂર્ણપણે મૂળ પ્રલેખની અવેજી તરીકેની સેવા પૂરી પાડે છે.”

સામાન્ય રીતે સંક્ષેપો એ સામયિકો પ્રકાશનો હોય છે. જેમાં ઘણાં બધા સ્ત્રોતમાંથી તારવણી કરી કૃતિને પધ્ધતિસર ક્રમમાં ટૂંકાણમાં દર્શાવવામાં આવે છે. સારસંગ્રહ અને ટૂંકસાર એ સંક્ષેપના સમાનાર્થી શબ્દો છે. સંક્ષેપો માંગ ઊભી થાય ત્યારે અથવા તત્કાલીન સંદર્ભની અપેક્ષાએ સાહિત્યથી વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી વિષયક્ષેત્રને આવરી તૈયાર કરવામાં આવે છે.

❖ કાર્યો :-

તકનીકી કાર્ય કરવા માટે તે ઉપયોગી માહિતી સ્ત્રોત છે. તેઓ તેમાંથી તકનીકી ડેટા વિષે માહિતી મેળવે છે. ઉદ્યોગના કર્મચારીની વિવિધ પ્રકારની માંગ હોય છે. તે તકનીકી સંક્ષેપો દ્વારા પુર્ણ કરી શકાય છે. ઉપભોક્તા સમૂહો તેમની જરૂરીયાતને પહોંચે તેવો અભિગમ તકનીકી સંક્ષેપો ધરાવે છે તેના કાર્યો જોઈએ તો

- જુદા જુદા કર્મચારીઓને તેમના ક્ષેત્રના અદ્યતન વિકાસની માહિતી પૂરી પાડવી.
- નવા વિકાસની જાણકારી આપવી.
- સમયસર માહિતી પૂરી પાડવી.

સંશોધન અને ઉત્પાદન કેન્દ્રો વચ્ચે અસરકારક માધ્યમ તરીકે સેવા પ્રદાન કરી કર્મચારીઓની કક્ષાને ધ્યાને રાખીને વિવિધ પ્રકારના સંક્ષેપો તૈયાર કરવામાં આવતા હોય છે. તેને શ્રેણીઓ કહેવામાં આવે છે. દા.ત. કારીગર કક્ષાના કર્મચારીઓ, ઉચ્ચ સંચાલન, મધ્યમ સંચાલન, ઉચ્ચ સંચાલન માટેના સંક્ષેપો માટે ઉદ્યોગ ગૃહ, નાણા, ઉત્પાદન, સંશોધન, વિકાસ, કર્મચારીઓ વેચાણ માટે સંપર્કોને આવરી લેવામાં આવે છે. મધ્યમ/નિરીક્ષકીય સંચાલન માટેના સંક્ષેપો તેઓને ઉપયોગી માહિતીનો સમાવેશ કરે છે. રોજબરોજની તકનીકી સમસ્યાના નિરાકરણ માટે તકનીકી સંક્ષેપો ઉપયોગી છે. તેના દ્વારા ઉત્પાદન પધ્ધતિમાં આધુનિકતા લાવી શકાય છે.

❖ આયોજન :-

કોઈ પણ માહિતી સેવા માટે આયોજન એ સૌપ્રથમ સોપાન છે. જેમાં ,

- માહિતી સ્રોતનો સંગ્રહ
- મૂલ્યાંકન
- રજૂઆત
- ઉપભોક્તાની માહિતી જરૂરીયાતને ઓળખવી
- પ્રસાર

જેવા સોપાનોનો સમાવેશ થાય છે.

ઉપભોક્તાઓની માહિતી જરૂરીયાતો અલગ અલગ હોય છે.

દા.ત. ઉત્પાદન સાથે જોડાયેલ વ્યક્તિની માહિતીની જરૂરીયાત ઉત્પાદન પ્રક્રિયાઓના પ્રયોગ, પધ્ધતિ, સેવાઓ અને સામગ્રીનું આયોજન હોય જ્યારે સંશોધન પ્રવૃત્તિમાં રોકાયેલ વ્યક્તિઓને નવી ઉપજો, પ્રક્રિયા, યંત્ર સામગ્રી ઉદ્યોગ સંબંધિત અદ્યતન માહિતીની જરૂરીયાત હોય છે. આમ ઉપભોક્તાની જરૂરીયાત મુજબ વિવિધ પ્રકારની સમીક્ષા તૈયાર કરવામાં આવતી હોય છે. તકનીકી સંક્ષેપોના માહિતીસ્રોતમાં વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીને લગતા વિદ્રતાપૂર્ણ સામયિકો, ઉત્પાદકોના સૂચિપત્રો, કંપની અહેવાલો, સમાચાર પત્રો, વેબ સાઈટ, ઈન્ટરનેટ પરના પોર્ટલનો સમાવેશ થાય છે.

વિવિધ સ્રોતમાંથી એકત્રીત કરેલ માહિતીનું યોગ્ય મૂલ્યાંકન, પૃથ્થકરણ અને દૃઢીકરણ જરૂરી છે. વિવિધ કક્ષાના ઉપભોક્તાના સમૂહને ધ્યાનમાં રાખીને માહિતીનું પૃથ્થકરણ અને મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે. માહિતી વિશેષજ્ઞો દ્વારા તેનું મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે. ઉપભોક્તા જૂથોને ધ્યાનમાં રાખીને સરળ ભાષામાં તકનીકી સંક્ષેપો તૈયાર કરવામાં આવે છે. વિષય વસ્તુની ચોક્કસતા, પ્રમાણભૂતતા સ્પષ્ટતા, સાતત્ય અને ટૂંકાણ એ તકનીકી સંક્ષેપોના ગુણધર્મો છે.

તકનીકી સંક્ષેપો તૈયાર કરવા માટે તેની રજૂઆત અને આલેખન સમજી શકાય તેવું સરળ હોવું જોઈએ. જરૂરી હોય એટલા જ વિચારની રજૂઆત હોવી જોઈએ. ૨૦૦ થી ૩૦૦ શબ્દો ટુંકા પરંતુ ટાઈપ કરેલા ત્રણ થી ચાર પાનાથી વધારે ન હોવો જોઈએ. અંતમાં સંપૂર્ણ વાઙ્મયસૂચિગત વિગત આપેલ હોવી જોઈએ. તેનું પ્રસારણ નિયમિતપણે ચોક્કસ સમયાંતરે સંક્ષેપ પ્રસારીત થવું જોઈએ. વાઙ્મય માહિતી એકત્રિત કરવા અને સંક્ષેપ તૈયાર કરવા માટે ઓછામાં ઓછો સમય લાગવો જોઈએ.

દા.ત. Management Digest :- માનવીય સ્રોત છે. જેમાં લઘુ ઉદ્યોગ અને રોજગાર સંબંધિત સામાયિક લેખોનો સંક્ષેપ છે.

Techman :- ઉપજ અને ટેકનોલોજીના મોટા વિસ્તારનો સમાવેશ કરતી તકનીકી અને સાધનસામગ્રીના લેખોનો સાર રજૂ કરે છે.

6.3 માહિતીસ્રોતના સહાયક ઉપકરણો (Aids to Information Sources) :-

માહિતીસ્રોતના મુદ્રિત અને અમુદ્રિત પ્રકારોમાં વિવિધ પ્રકારો સમાયેલા છે. વિવિધ માહિતીની પધ્ધતિ અને કાર્યક્રમો રાષ્ટ્રીય આંતરરાષ્ટ્રીય અને સ્થાનિક જરૂરીયાતને પહોંચી વળવા સજ્જ થયેલ છે. આ વિભાગમાં આપણે આપણી જાતને વિવિધ પ્રકારના માહિતીસ્રોત અને તેને સંબંધિત સાધનો તરીકે સંબોધિત કરીશું.

❖ માહિતીસ્રોતો :-

માહિતીસ્રોતને પ્રલેખીય અને બિનપ્રલેખીય સ્રોત તરીકે વર્ગીકૃત કરી શકાય છે. તેમણે વિષયવસ્તુના આધારે પ્રાથમિક, દ્વિતીય અને તૃતીય સ્રોત તરીકે વર્ગીકૃત કરી શકાય છે. આ સ્રોત સાથે આપણે કાર્ય કર્યું હશે.

દા.ત. પુસ્તકસૂચિઓ ઉપલબ્ધ હોય ત્યાં આપણે તેનો ઉપયોગ પણ કર્યો હશે. મોટાભાગના કિસ્સામાં સમજૂતી નોંધોની અવગણના થાય છે. ઘણીવાર તે સૌથી વધારે કિંમતી સાધન તરીકે કાર્ય કરે છે. આ સાધનોમાંથી આપણે કેટલાક સાધનોથી માહિતગાર થઈએ.

❖ માહિતીસ્રોતોના ઉપકરણોનો અર્થ :-

વ્યક્તિ કે પ્રલેખ કે પ્રલેખનો ભાગ જેને સ્રોતમાં જરૂરી માહિતી શોધવામાં મદદ કરે છે. તેણે માહિતીસ્રોતના ઉપકરણો તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

ઉપકરણ તરીકે એક વ્યક્તિ સંદર્ભ ગ્રંથાલય હોઈ શકે અથવા અન્ય ઉપકરણો.

દા.ત વિષયવસ્તુની સારણી, નિર્દેશીકાઓ નોંધો વગેરે આપણને શોધવામાં મદદ કરે છે. સામયિકો સંક્ષેપ અને નિર્દેશીકા માહિતી સંગ્રહો ઓનલાઈન વિજ્ઞાન સ્વરૂપમાં ઉપલબ્ધ સી.ડી રોમ આધારિત સંશોધકો માહિતીસ્રોતો વિવિધ પ્રકારના પ્રવેશ માટે સમય માટે સ્થળ ઉપયોગ કરી શકે છે.

6.3.1 વિષયવસ્તુની સારણી (Table of Contents) :-

પ્રત્યેક માહિતી સ્રોત વિષયવસ્તુ સાથે કે જેમાં વિષયવસ્તુના કોઠા અથવા માત્ર દસ્તાવેજોની વિષયવસ્તુઓની આવૃત્તિ પુરી પડાય છે. સામયિકોના વિષયવસ્તુના કોઠા પર આધારિત Current Contents વર્દમંન જાગ્રદદં તેવું દરીકે ઝેળખંય છે. દેનુ ઈન્ટરનેટ સ્વરૂપ દે ઝડપી પ્રવેશ મંટે Thomsom ISI ની સૌથી વધારે શોધાતી — સેવાઓમાની એક છે. પ્રકાશકોની વેબસાઈડ પર અસંખ્ય અભ્યાસુ સામયિકોની વિગતોના કોઠા મળી રહે છે. જેવું સામાયિક પ્રકાશિત થાય કે ઈન્ટરનેટની મદદથી તે અંક જોઈ શકે છે. સંદર્ભ પરિષદ, કાર્યવાહી, ટેકનીકલ અહેવાલો, વિશિષ્ટ સામયિકોના અંકો જેવા દસ્તાવેજોની વિગત દ્વારા અથવા તો યજમાન સંસ્થા દ્વારા જોઈ શકાય છે. કેટલીકવાર વિગતોની એક માત્ર ચાવી તરીકે વિગતોની સારણીનું કાર્ય હોય છે. જે પુસ્તક સૂચિ પુરી પાડતા નથી તેવું સાહિત્યકાર્ય કરે છે. વિગતોના કોઠો નિર્દેશીકાઓ દ્વારા ભજવાતી ભૂમિકાને પૂરક બનતા કેટલાક કિસ્સામાં જોવા મળે છે. સંક્ષેપકરણના મુદ્રિત સંસ્કરણમાં આ બાબતનો સમાવેશ થાય છે.

6.3.2 નિર્દેશીકાઓ (Indexs) :-

થોડાક અપવાદ સિવાય પ્રાથમિક, દ્વિતીય અને તૃતીય માહિતી સ્ત્રોત માટે નિર્દેશીકાઓ હોય છે. જે માહિતી સ્ત્રોત માટે સૌથી મોટું સાધન છે. નિર્દેશીકાઓ પ્રકાર સંખ્યા અને પ્રકાશનના સ્વરૂપ પર આધારિત છે. સૌથી મોટી સંખ્યામાં સારકરણ સામયિકો વચ્ચે નિર્દેશીકાઓ હોય છે. જેને જુથકૃત કરવા માટે અંકસૂચિ અને વોલ્યુમનો ઉપયોગ થાય છે. નિર્દેશીકાઓલેખક, વિષય, સૂત્ર, પેટન્ટ, રાસાયણિક પદાર્થ અને સૂચિઓમાં નોંધણી નંબરનો સમાવેશ તેમાં કરતા હોય છે.

● વ્યક્તિગતકર્તા નિર્દેશીકા (Personal Author Index) :-

આ નિર્દેશીકામાં સૌથી સામાન્ય સૂચિ ધરાવતી છે. તેમાં લેખકોના નામ, એન્ટ્રીનંબર, પૃષ્ઠ સંખ્યાનો સમાવેશ થતો હોય છે.

● નિગમકર્તા નિર્દેશીકા (Corporate Author Index) :-

ટેકનીકલ અહેવાલો, ધોરણો, પેટન્ટ સંસ્થાઓ દ્વારા ઉત્પાદિત થતી નિર્દેશીકા છે. સામૂહિક કર્તા પ્રલેખ સ્થાન નક્કી કરવા માટે અગત્યનો ભાગ ભજવે છે. Physical Abstract, IMLS Atomindex તેના ઉદાહરણ છે.

● કર્તા સંલગ્ન નિર્દેશીકા (Author Affiliation Index) :-

સંશોધકો, શિક્ષકો, વિદ્યાર્થીઓ તેમના સંબંધિત ક્ષેત્રોમાં છેલ્લામાં છેલ્લી માહિતી મેળવવા માટે માંગતા હોય છે. મુદ્રિત પ્રલેખો માહિતી વિસ્ફોટને લીધે જૂની થઈ જતી હોય છે. સંશોધક એવી માહિતી પસંદગી કરે છે કે જે સંબંધિત સમસ્યાની નજીક અને નવી હોય. Science Citation Index, Social Citation Index વગેરેમાં જોડાણ નિર્દેશના પ્રવેશ ન્યાય પૂર્ણ હોય છે.

● વ્યક્તિગત નિર્દેશીકા :-

સંસ્થાની નિર્દેશીકામાં તેના મુખ્ય અધિકારી અને કર્મચારીઓ તેની પ્રવૃત્તિઓનો સમાવેશ થાય છે. સંશોધન યોજનામાં સામાન્ય રીતે સંશોધકો અને નિષ્ણાંતોનો સમાવેશ કરે છે.

દા.ત. Commonwealth University Yearbook

● વિષય નિર્દેશીકા (Subject Index) :-

તમામ નિર્દેશીકામાં વિષય નિર્દેશીકા ખૂબ જ અગત્યના છે. તમામ પ્રકારના પ્રકાશનોમાં તે જોવા મળતી હોય છે. આમાં પ્રલેખોના વિચાર વિષયની ચાવી હોય છે. પ્રલેખોની પુનઃપ્રાપ્તિ માટે ઉપયોગમાં લેવાતી KWIC, KWOC, PRECIS, KWOC નિર્દેશીકાઓ છે. જુદા જુદા નિર્દેશો છે. જેવા કે,

1) ચાવીરૂપ શબ્દ નિર્દેશીકા (Keyword Index) :-

Chemical Abstract માં પ્રત્યેક અંક ચાવીરૂપ શબ્દના નિર્દેશ પુરા પાડે છે. આલ્ફાબેટ પ્રમાણે ગોઠવાયેલ વિષયના ચાવીરૂપ શબ્દો વિષયને અનુરૂપ હોય છે કે જેનો ઉલ્લેખ સામાન્ય રીતે પછીથી લખાય છે. ઉપયોગમાં લીધેલ ઘણાં શબ્દોને સાર અને નિર્દેશોમાં ટૂંકાક્ષર બનાવાય છે.

2) પરંપરાગત વિષય નિર્દેશિકાં (Conventional Subject Index) :-

પરંપરાગત વિષય નિર્દેશિકાર્થ Chemical Substance Index અને General Subject Index ને સમાવતી CA ના વોલ્યુમ નિર્દેશો પૈકીની એક નિર્દેશિકા છે.

a) રાસાયણિક તત્વ નિર્દેશિકા :-

રાસાયણિક તત્વ નિર્દેશિકામાં પદાર્થ નિર્દેશ CA નિર્દેશ નામોની કક્કાવારી યાદીનો સમાવેશ રાસાયણિક પદાર્થ નિર્દેશમાં થાય છે. કે જેમાં દરેક રાસાયણિક પદાર્થને ઓળખી તેમણે યોગ્ય સારકમને જોડાયેલાં CAS Registry Numbers સાથે પુરા પાડવામાં આવે છે. અભ્યાસ કરાયેલ કેટલીક બાબતોનો વર્ણન કરતી નોંધોમાં પુસ્તક સુધારણા અભિવ્યક્તિનો પણ સમાવેશ થાય છે.

b) સામાન્ય વિષય નિર્દેશિકા (General Subject Index) :-

આ નિર્દેશિકા રાસાયણિક પદાર્થોના વર્ગો, છોડ અને પ્રાણીઓના વૈજ્ઞાનિક નામને જોડે છે. મોટાભાગની નોંધો CA સારકમોની સાથે પુસ્તક સુધારણા અભિવ્યક્તિનો સમાવેશ કરી મૂળ પ્રલેખના મુદ્દાની બાબતોનું વર્ણન કરે છે.

3) મુખ્યસૂત્ર નિર્દેશિકા (Formula Index) :-

રાસાયણિક પદાર્થ માટે વિશિષ્ટ અણુસૂત્રો વ્યાખ્યાઓ હોવાથી Formula Index દ્વારા રાસાયણિક સાહિત્ય સાહિત્ય શોધવા માટે ખૂબ જ ઉપયોગી છે. આ નિર્દેશિકામાં રાસાયણિક સૂત્ર રજૂ કરવા માટે વિશિષ્ટ માર્ગનો ઉપયોગ થાય છે. રાસાયણિક સૂત્રો કક્કાવારી પ્રમાણે અને ચિત્રાત્મક તત્વો પણ વિશિષ્ટક્રમમાં ગોઠવાય છે. જેને લીધે પરંપરાગત સૂત્રોમાં ચિત્રાત્મક તત્વો વિશિષ્ટક્રમમાં ગોઠવાય છે.

4) CAS નોંધણી ક્રમાંક (CAS Registry Number) :-

CAS નોંધણી પદ્ધતિમાં સ્વયંસંચાલિત રાસાયણિક પદાર્થના દ્વિપરિમાણીય રચના આકૃતિઓને ઓળખતી કમ્પ્યુટર આધારિત પદ્ધતિ છે. આ પદ્ધતિમાં દરેકને અલગ ઝંઘજી નોંધણી નંબર અપાય છે. આ નંબર CA નિર્દેશ નામ અને અન્ય માતૃત્વને અણુ માળખા સાથે જોડવા માટે મોટી પ્રક્રિયા પદ્ધતિ ઉપયોગમાં લેવાય છે.

BIOSIS – વિષયસૂચિની વિવિધતા પૂરી પાડતી Biological Abstracts છે. KWIC નિર્દેશિકા ઉદાહરણ જોઈએ તો Biological Abstracts Subject in Context (BASIC) છે. જે સ્વયંસંચાલિત છે. જેમાં નિર્દેશ ત્રણ સ્તંભમાં વિભાજિત, શીર્ષકનો ચાવીરૂપ શબ્દ બીજા સ્તંભમાં કક્કાવારી પ્રમાણે અને બીજા શબ્દમાં પ્રથમ શબ્દને આગળ આવીને અને પાછળ આવીને શીર્ષકના ભાગો સંદર્ભો પૂરો પાડે છે.

❖ BIOSYSTEMATIC INDEX :-

આ Index વર્ગીકરણાત્મક કક્ષાની યાદી સાથે વોલ્યુમના પ્રકાશિત સારના નંબર સાથેની યાદી આપે છે. વિષય અને પેટા વિષય રજૂ કરતી નોંધણીની બાજુમાં દેખાતું ટુંકા સંક્ષેપ વિશે વધારે આંતરસૂચ પૂરી પાડે છે.

❖ પરિવર્તન વિષય નિર્દેશીકા (Permuterm Subject Index) :-

સામાયિક લેખના શીર્ષક, શબ્દો અને પુસ્તક પર આધારિત વિનિયમ નિર્દેશ છે. દરેક શીર્ષકના મહત્વના શબ્દને અન્ય શબ્દો સાથે જોડાય છે. દરેક શીર્ષકનો શબ્દ કક્કાવારીમાં ગોઠવતાં વારાફરતી પ્રાથમિક શબ્દ બને છે. દા.ત. Science Citation Index (SCI) એ વિનિયમ નિર્દેશ છે.

❖ પ્રલેખ પરત્વે નિર્દેશીકા (Index to Documents) :-

પ્રલેખ પરત્વે નિર્દેશીકામાં સારકરણ અને નિર્દેશીકરણ સેવામાં પેટન્ટ, ટેકનીકલ અહેવાલો, પરિષદ કાર્યવાહી પુસ્તકો અને વાઙ્મયસૂચિનો સમાવેશ થાય છે કે જે પ્રલેખોની પુનઃપ્રાપ્તિની સરળતા માટે નિર્દેશો પુરા પાડે છે.

1) એક્સ્વ નિર્દેશીકા (Patent Index) :-

પેટન્ટ નિર્દેશોએ પેટન્ટ કચેરીઓની કક્કાવારી યાદી છે. દરેક પેટન્ટ ક્રમ CA સાર નંબર અને પેટન્ટના ઇતિહાસ દ્વારા પેટન્ટના ક્રમ પરત્વે પ્રતિસંદર્ભ દ્વારા અનુસરાય છે.

2) તકનીકી અહેવાલ પરત્વે નિર્દેશીકા (Index to Technical Reports) :-

આ નિર્દેશીકા પરમાણુ, અવકાશ અને સુરક્ષા વિજ્ઞાનના ક્ષેત્રમાં અગત્યના પ્રલેખો બનાવે છે. INIS Atomindex ગ્રંથ 78 ના અહેવાલ ધોરણ અને પેટન્ટ કરી નિર્દેશ પુનઃઉત્પાદિત કરતી કેટલીક નોંધો દ્વિતીય સેવાઓને આવરી લે છે.

3) પરિષદ પ્રલેખ પરત્વે નિર્દેશીકા (Index to Conference Documents) :-

Engineering Index જેવી અસંખ્ય દ્વિતીય સેવાઓ પરિષદ પ્રલેખો આવરી લેવાય છે કે જે પરિષદ પ્રલેખો માટે જુદા નિર્દેશ પુરા પાડે છે.

4) ISSN નિર્દેશીકા (ISSN Index) :-

મુદ્રિત પ્રકાશનના ઓળખની સરળતા માટે International Standard Social Number (ISSN) નંબર અપાય છે કે જેનાથી મુદ્રિત પ્રકાશનું સ્થાન શોધી શકાય છે. Serial Directory અને Ulrich's International Periodicals Directory ISSN નિર્દેશીકાના ઉદાહરણ છે.

5) સ્થાન નિર્દેશીકા (place Index):-

સારકરણ/ નિર્દેશીકાની સેવા રેલવેના ટાઈમટેબલ, નકશા, ડિરેક્ટરી અને નકશાઓ સ્થાન નિર્દેશ કરે છે. કેટલાક સ્થાન નિર્દેશમાં અલગ હોય.

6) ટૂંકાક્ષરી શબ્દોનો નિર્દેશ (Abbreviations Index) :-

નિર્દેશીકાઓ, દ્વિતીય કક્ષાની સેવાઓ, વાર્ષિકી જેવા પ્રકાશનોમાં આ નિર્દેશનો ઉપયોગ થાય છે. આવા ઘણા પ્રકાશનોમાં ટૂંકાક્ષરી શબ્દોની યાદી તેને સંલગ્ન વિસ્તાર સામે જોવા મળે છે.

7) કાળક્રમ નિર્દેશીકા (Chronological Index) :-

આ નિર્દેશીકામાં માહિતીનો પ્રકાર નિર્દેશીકાથી નિર્દેશીકા સુધી જુદા પડે છે. ઐતિહાસિક પ્રકાશનોમાં તે જોવા મળે છે. દા.ત. ભવિષ્યની પરિષદોની વિવિધ પરિયોજિત સમય World meetings out side United states and Canada માં આપેલ છે. પ્રત્યેક નોંધમાં તારીખ, સ્થળ, નોંધણીક્રમ અને જુદા જુદા શિર્ષકો આપવામાં આવેલ છે.

6.3.3 સારણીની યાદી (List of Tables) :-

કેટલાક સામયિકો, મોનોગ્રાફ, હેન્ડબુક, વાર્ષિકી અંકશાસ્ત્રીય પ્રકાશનોમાં આંકડાકીય ઉપભોક્તાને આંકડાકીય માહિતીની જરૂરીયાત હોય છે. કેટલાક પુસ્તકોમાં આંકડાકીય માહિતી હોવાને લીધે કોઠાઓનો ઉપયોગ કરી માહિતી આપવામાં આવેલ હોવાથી માહિતી સુધી પહોંચવું સંશોધકને ખુબ જ ઉપયોગી હોય છે અને તે સંશોધકનો સમય બચાવે છે.

6.3.4 ચિત્ર વિરૂપણોની યાદી (List of Illustrations) :-

આ યાદી વ્યક્તિની છબી અને સ્થાન જાણવા માટે ઉપયોગી સાધન છે. કેટલાક પ્રકાશનમાં નકશા, તૈલચિત્ર, છબીઓ વગેરેની યાદી પૂરી પાડે છે.

6.3.5 ખુલાસરૂપ નોંધો (Explanatory Notes) :-

જેનો હેતુ સમાન હોય, જુદા જુદા નામથી ઓળખાતી હોય, ઉપભોક્તાને પ્રલેખમાં રહેલ માહિતી સરળતાથી સમજી શકાય એવી નિર્દેશીકાઓ ખુલાસા રૂપ તરીકે ઓળખાય છે. વાચકો માહિતીસ્ત્રોતમાં ઉપયોગમાં લેવાતા પ્રતીકો, રજૂઆત અને નિશાનીઓથી વાકેફ હોતા નથી. આથી તેમણે મદદની જરૂર પડતી હોય છે. દા.ત. શબ્દકોશનો પરામર્શન કરતા વાચકને ખબર હોતી નથી કે કેટલાક શબ્દ કેપીટલથી શરૂ થાય છે. જ્યારે અન્ય થતા નથી એની ખબર ન હોવાથી મુશ્કેલી ઉભી થાય છે જેના ખુલ્લામાં રૂપ નોંધ મદદરૂપ થાય છે.

6.3.6 અભ્યાસ પ્રવેશિકા (Pro padia) :-

New Encyclopedia Britanica નું અભ્યાસ પ્રવેશિકા (Propadia) એ દ્વિતીય ઉદાહરણ છે.

જ્ઞાનને 10 ભાગમાં વિભાજિત કરે છે. પ્રત્યેક વિભાગમાં Macropaedia માં ચિત્રિત લેખો સૂચકો સાથે પુનઃ વિભાજિત કરવામાં આવ્યા છે. જરૂરી વિષયની માહિતી મેળવવા માટે સંપૂર્ણ ચિત્રને Propacdia નો પરામર્શન અનિવાર્ય શરત છે.

6.3.7 સારકરણ / નિર્દેશીકરણ સેવાઓ (Abstracting / Indexing Services) :-

સમગ્ર વિશ્વમાં નવા સંશોધનો જુદી જુદી ભાષામાં પ્રગટ થતા હોય છે. આ પ્રલેખોમાં વિવિધતા પૂર્ણ માહિતી હોય છે. આ તમામ પ્રલેખો પ્રથમ માહિતીસ્ત્રોત હોય છે. સંશોધકો તેના વિષયને સંલગ્ન ક્ષેત્ર સાથે સંપર્ક કરવા તેના વિષયને લગતા તમામ દસ્તાવેજો વિષે જાણવું હોય છે. તે જાણકારી તે સારકરણ અને નિર્દેશીકરણ સેવાઓ દ્વારા મેળવી શકાય છે. આ સેવાઓ માહિતીના વિશાળ ફલકમાંથી જરૂરી માહિતી મેળવવા ખૂબ જ ઉપયોગી પુરવાર થાય છે. કમ્પ્યુટરના ઉપયોગથી શોધ સરળ અને સમય તો બચાવ અને ઓછા ખર્ચે ઉપલબ્ધ થાય છે. સારકરણ અને

નિર્દેશી કરણ સાધનો સંશોધકને સાહિત્યના વિશાળ જથ્થામાંથી જરૂરી માહિતી શોધવા મદદરૂપ થાય છે. વિજ્ઞાનરૂપે માહિતી ઓફ લાઈન અને ઓનલાઈન ઉપલબ્ધ થાય છે. સીડી રોમ આધારીત ઓનલાઈન સેવા મોટા મુદ્રિત ગ્રંથોમાંથી મુક્તિ આપે છે.

6.3.8 ગ્રંથ સમીક્ષા (Book Review) :-

માહિતી સ્રોતના અગત્યના સાધન તરીકે સામયિકોમાં સમાવિષ્ટ પુસ્તકનો આલોચના વિભાગ કાર્ય કરી પુસ્તકના આલોચના વિભાગમાંથી સંશોધકો જરૂરી માહિતી મેળવવા માટે તે પુસ્તક ઉપયોગી છે કે નહીં તે નક્કી કરી સંદર્ભ તરીકે તેનો ઉપયોગ કરે છે. Book Review Index અને Book Review Digest જેવા સામયિકોમાં પ્રકાશિત થતી પુસ્તક આલોચના તરફના પ્રવેશ માટે સૂચિકરણ સામયિકો છે. 500 કરતાં વધારે સામયિકોની સૂચિ Book Review Indexમાં માં પ્રકાશિત થતી હોય છે. The Book review Digest માં બાળ નવલકથા અને બિન નવલકથા તથા પ્રવર્તમાન યુવાન વર્ગ માટેના નવલકથાઓના સાર આલોચનાનો સમાવેશ કરે છે.

6.3.9 સંદર્ભ ગ્રંથપાલ (Referance Librarian) :-

માહિતીની ક્ષતિપૂર્તિ માટે વિવિધ સ્રોતોમાં ગ્રંથપાલ મહત્વનું સાધન છે. ઉપયોગ કર્તાના વિશાળ સમૂહની વિવિધ જરૂરીયાતો શોધવા સંદર્ભ ગ્રંથપાલ અસંખ્ય સ્રોત માહિતી શોધવામાં મદદરૂપ થાય છે.

6.3.10 ઈન્ટરનેટ :-

પુસ્તકાલયો અને માહિતીકેન્દ્રો સ્રોત પ્રલેખ પર માહિતી એકત્રિત કરવાની સરળતા માટે ભૌતિક રીતે ઉપલબ્ધ હોય છે. માહિતીસ્રોતના કેટલાક સાધનો ઈન્ટરનેટ પર ઉપલબ્ધ છે કે જેના દ્વારા સંશોધક માહિતી ઝડપથી મેળવી શકે છે. વેબસાઈટ દ્વારા વિવિધ માહિતી મેળવી શકાય છે કે જે વ્યવસાયિક કે બીનવ્યવસાયિક સંગઠનો દ્વારા વિકસાવેલ હોય છે અને અદ્યતન રાખવામાં આવતા હોય છે. ઈન્ટરનેટના ઉદભવ સાથે ડિજિટલ પુસ્તકાલય, વચ્ચુયલ પુસ્તકાલય, ઈ-પુસ્તકાલય, ઈ-સામાયિક, ઈ-જર્નલ, ઈ-વાણિજ્ય, ઈ-સરકારી વહીવટ, ઈ-અભ્યાસ સામગ્રી, ઈ-બુક્સ જેવા માહિતી સંગ્રહો ઈન્ટરનેટ પર ઉપલબ્ધ હોવાથી ઈન્ટરનેટનો ઉપયોગ કરનાર તે સીધી જ મેળવી શકે છે.

ઉત્પાદકોના વિવિધ સમૂહો માહિતી ઉત્પાદકો અથવા સેવાઓના ગ્રાહકો સુધી પહોંચાડવા માટે ઈન્ટરનેટ ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરી રહ્યા છીએ. પુસ્તકો અને સંદર્ભ સામગ્રી માહિતી પ્રકાશકોની વેબસાઈટ — પુસ્તક વિકેતા વેબસાઈટ અને પુસ્તકાલયના OPAC માંથી સરળતાથી શોધી શકાય છે. Web- OPAC ઓનલાઈન સૂચિપત્રો વિશ્વના સંબંધિત પુસ્તકાલયો દ્વારા બનાવાય છે. ઈ- કોમર્સ ટેકનોલોજીના ઉપયોગ કરીને ઓનલાઈન વિકેતાઓ તેની વેબસાઈટ દ્વારા નમૂનાઓ પુસ્તકો, DVD, સંગીત, દ્રશ્યો અને સામગ્રી વેચે છે. ઈન્ટરનેટ માહિતીસ્રોતના અગત્યના સાધન તરીકે કાર્ય કરે છે.

6.4 સારાંશ

આ એકમમાં માહિતી ઉપજો તરીકે બુલેટીન, સંસ્થા સામયિકો તેમજ વેપાર અને ઉપજ પત્રિકાઓ સમીક્ષા, પ્રગતી અહેવાલો, પ્રવાહ અહેવાલો અને તકનીકી સંક્ષેપો વિષે ચર્ચા કરી ઉપયોગીઓનો ઈતિહાસ, કાર્યો, પ્રકારો, લાક્ષણિકતાઓનું ટૂંકમાં વર્ણન કરે છે. કમ્પ્યુટર અને દૂર પ્રત્યાયન ટેકનોલોજીને લીધે ઔદ્યોગિક અને વ્યાપારી સંગઠનોની પ્રત્યાયન પદ્ધતિમાં થયેલ ફેરફારોને લીધે થયેલ પ્રગતિની ચર્ચા કરેલ છે. તેઓ વિજ્ઞાન માહિતી ઉપજો દ્વારા કેવી રીતે આગળ વધ્યા છે તેની ટૂંકાણમાં માહિતી પુરી પાડે છે. વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી, સ્વાસ્થ્ય, ધંધો, શિક્ષણ અને સંબંધિત ક્ષેત્રોમાં હાજર સાહિત્યની નહીવત ઉપયોગના કારણે સાહિત્યમાં વિપુલ પ્રમાણમાં વધારો વિવિધ પ્રકારના ઉપભોક્તાને એવાં સ્વરૂપમાં માહિતીની જરૂરીયાત હોય છે કે તેઓ તેમના કાર્યના માળખામાં રહીને માહિતીને જરૂરીયાત મુજબ મેળવી ઉપયોગ કરી શકે. ઉપભોક્તાને માહિતી શક્તિ સ્વરૂપમાં પ્રાપ્ત થાય તો તરત જ ઉપયોગ કરતાં હોય છે.

6.5. તમારી પ્રગતિ ચકાસોના પ્રશ્નો અને ઉત્તરો

(A) નીચે આપેલ પ્રશ્નોના ઉત્તરો સવિસ્તાર સમજાવો.

પ્રશ્ન 1) વેપાર અને ઉપજ પત્રિકાના કાર્યો જણાવો.

ઉત્તર 1) વેપાર અને ઉપજ પત્રિકાના કાર્યો નીચે મુજબ છે.

કાર્યો

વેપાર અને ઉપજ પત્રિકાઓ વેચાણ વધારવાના હેતુથી પ્રકાશિત થાય છે. ઉપભોક્તાના વિશિષ્ટ સમૂહ માટે માહિતીના મહત્વના સ્ત્રોત તરીકે કાર્ય કરે છે. ઔદ્યોગિક ઉપજોની વિશિષ્ટ માહિતી તથા વિશિષ્ટ માહિતી બજારમાંથી મળી રહેશે કે નહીં તે જાણવા મદદરૂપ બને છે. ટેકનોલોજી સાથે સંકળાયેલાઓને જુદા જુદા ઉત્પાદકો દ્વારા પ્રાપ્ત થતી એક એક્સરપ્ચી ઉપજોની સરખામણી કરવા અને યોગ્ય ઉપજ પસંદગી કરવામાં મદદરૂપ બને છે. મહત્વના સ્ત્રોત તરીકે ધંધાકીય ઈતિહાસ, પૂરાતત્વ અને ટેકનોલોજીના ઈતિહાસ માટે કાર્ય કરે છે. વેપાર સાહિત્યના સ્ત્રોતો વિશે વિચારીએ તો,

- તકનીકી સામયિકો અને જાહેર ખબરો.
- સામાયિકોની પુરવણીઓ અને વિશિષ્ટતાઓ.
- ડિરેક્ટરીઓ.
- વેપાર પોર્ટલ અને કંપનીની વેબસાઈટ
- ઉપજ વર્ણનો કે જે વેપારના પ્રદર્શન અર્થે મોકલવામાં આવતા હોય.

❖ તકનીકી સામયિકો અને જાહેર ખબરો:-

વેપાર સામાયિક અથવા કોઈ એકાદ વેપાર તકનીકી દ્વારા ટેકનોલોજી અને ઉદ્યોગના મોટાભાગના ક્ષેત્રો આવરી લેવામાં આવે છે. જેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ પ્રાથમિક સ્ત્રોતમાંથી વેરવિખેર માહિતીને પુનઃગઠન દ્વારા માહિતીની જરૂરિયાત માટે ભેગી કરવાનો છે. આવા સામયિકો લવાજમથી નહીં પરંતુ સામયિકમાં અપાતી ઉપજો અને સેવાઓની ઉત્પાદકોની આવક દ્વારા પ્રાપ્ત થયા હોય છે. તેનું મુખ્ય કાર્ય નવી ઔદ્યોગિક ઉપજ અથવા સામગ્રી જાહેરાતનું છે.

❖ સામાયિકોની પુરવણીઓ અને વિશિષ્ટો :-

સામાયિકોની પુરવણીઓ અને વિશિષ્ટ અંકો તકનીકી સામાયિકો Buyers guide અથવા Directory Issue તરીકે પ્રકાશિત થતાં તકનીકી સામાયિકો વાર્ષિક અથવા પુરવણી સ્વરૂપે પ્રકાશિત થતાં હોય છે.

❖ ડિરેક્ટરીઓ:-

160 થી વધારે દેશોની આંતરરાષ્ટ્રીય ટેકનોલોજી ડિરેક્ટરી કે જે ટેકનોલોજી અને ઈજનેરીની કોઈ એક શાખા ધરાવતી અનેક કંપનીઓ અને ઉપજોના ડેટા રજુ કરતું સ્વતંત્ર પ્રકાશન છે. હવાઈ વાહનો, વિમાનોના ઉત્પાદકો અને સાધન સામગ્રી, વિમાન સેવાઓ સાથે જોડાયેલી સરકારી એજન્સીઓ અને અન્ય સંગઠનને આવરી લેતું સ્વતંત્ર પ્રકાશન Word Aviation Directory છે. ભારતીય ઉદ્યોગનું માધ્યમ ઈન્ટરનેટ પરની કંપનીઓની વેબસાઈટ અને પોર્ટલ છે. જે પ્રમાણમાં ઓછી ખર્ચાળ હોવાથી વૈશ્વિક કક્ષાએ ગ્રાહકો સુધી પહોંચવા માટેની તક મળે છે. આવી કંપનીઓ ઓનલાઈન તેમની ઉપજો સૂચિપત્રો ધરાવતી હોવાથી ઉપજો અને સેવાઓની અદ્યતન માહિતી પૂરી પાડે છે.

❖ વેપાર પોર્ટલ અને કંપનીની વેબસાઈટ :

ઉત્પાદકો દ્વારા પ્રકાશિત થતાં સૂચિપત્રો કંપનીની ઉપજો અને અમલનો વાસ્તવિક તકનીકી ડેટા દર્શાવે છે. તેનો વ્યાપ કોઈ એક ઉપજના તકનીકી ડેટા આપે એક કાગળના પૃષ્ઠથી શરૂ કરીને તમામ ઉપજોનું વિગતવાર વર્ણન ધરાવતા ગ્રંથ સુધી છે. આ સૂચિપત્રો સીધા ગ્રાહકને મોકલી આપવામાં આવે છે.

❖ ઉપજ વર્ણનો કે જે વેપારના પ્રદર્શન અર્થે મોકલવામાં આવતા હોય :

ઉત્પાદકો તેમજ ઉપજો વ્યવસાયિક સંઘો દ્વારા યોજાતી પરિષદો અને સંમેલનોમાં પ્રદર્શિત કરી સૂચિપત્રનું વિતરણ કરે છે. પ્રદર્શનનો અને આંતરરાષ્ટ્રીય વેપાર મેળાઓ અને પ્રદર્શનોમાં પણ માહિતી પત્રો અથવા બુલેટીનના સ્વરૂપે વેપાર સૂચિપત્રો રજુ કરવામાં આવે છે.

પ્રશ્ન 2) તકનીકી પૂછપરછ સેવામાં માહિતી સ્રોતની વિગતે ચર્ચા કરો.

ઉત્તર 2) માહિતી સ્રોતો :- તકનીકી પૂછપરછ સેવા પૂરી પાડવા માટે પ્રલેખીય અને બિનપ્રલેખીય માહિતી સ્રોતની જરૂરીયાત હોય છે.

1) પ્રલેખીય માહિતી સ્રોત (Documentary Source)

- સંશોધન સામાયિકો
- વાણિજ્ય અને વેપાર સામાયિકો
- હેન્ડબુક અને પરિચય પુસ્તિકાઓ
- જાહેરાતો
- પેટન્ટ
- માનાંકો

- g. આંકડાકીય સ્ત્રોત
- h. ડિરેક્ટરી

2) બિનપ્રલેખીય સ્ત્રોત (Non- Documentary Source)

- a. સલાહકાર સંસ્થાઓ
- b. માહિતી પૃથ્થકરણ કેન્દ્રો
- c. પેટન્ટ કાર્યશાસ્ત્રીઓ
- d. વેપાર પ્રતિનિધિઓ

1) પ્રલેખીય સ્ત્રોતો (Documentary Sources)

a. સંશોધન સામયિકો :-

કોઈ ઈજનેરી સંસ્થામાંથી કેમિકલ પ્રક્રિયાની છેલ્લી સંશોધનની માહિતી માંગેલ હોય તો તેના લેખો અને સમાયિકોમાંથી માહિતી શોધવી પડે.

b. વેપાર સામયિકો :-

વેપાર ધંધા વિષે અદ્યતન માહિતી વેપાર અને ધંધાને લગતા અદ્યતન લેખોમાંથી મળે આ માટે પ્રાથમિક સ્ત્રોત કે જેમાં વાસ્તવિક માહિતી રહેલ છે તે શોધવા માટે દ્વિતીય અને તૃતીય કક્ષાના સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ કરવો પડે છે. વાણિજ્ય સંબંધિત માહિતી પુરી પાડવા માટે ABI / INFORM Global અને LEXIS- NEXIS નો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

c. હેન્ડબુક અને પરિચય પુસ્તિકા :-

આ સ્ત્રોતને માર્ગદર્શિકા તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. તેમાં માહિતી ટુંકાણમાં હોય છે. જેમાં વિવિધ આકૃતિ, ટેબલ, આલેખ, સુત્રો, સિધ્ધાંતો, પ્રતીકો વગેરેનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. ઈજનેરી અને ટેકનિશિયનો દ્વારા ઉપયોગમાં લેવાતા સ્ત્રોત છે. ઈજનેરી અને તકનીકી ક્ષેત્રમાં માહિતી વિસ્તૃત પ્રમાણમાં હોય છે. સંદર્ભ ગ્રંથપાલો માહિતી શોધવા અને સંચાલન માટે સંદર્ભ સાધન તરીકે તેનો ઉપયોગ કરે છે.

દા.ત. Chemical Rubber Company

ચાંચરણ વિજ્ઞાન અને રસાયણશાસ્ત્ર ક્ષેત્રમાં પુસ્તિકા પ્રકાશિત કરે છે.

d. જાહેરાતો:- (Advertisement)

સંસ્થાઓ તેમના ઉત્પાદનનો અને સેવાઓની વૃદ્ધિ માટે જાહેરાત આપે છે. જાહેરાતો વેપારી સામયિકો વર્તમાનપત્રો, પુસ્તકો, રેડિયો, ટી.વી. અને ઈન્ટરનેટ પર જોવા મળે છે. આ જાહેરાતો પેઢીના મહત્વના ભાગની માહિતી આપે છે. જે હરીફાઈ કરતી કંપનીને પણ ઉપયોગી પુરવાર થાય છે.

e. પેટન્ટ :- (Patents)

જે કંપનીઓ સંશોધન કરતી હોય છે તેમણે તેમના સંશોધનના રક્ષણ માટે તેમના ઈજારાની જરૂરીયાત હોય છે અને બે રીતથી સંશોધન પ્રવૃત્તિમાન પેટન્ટ પણ તેમણે માપવાની જરૂર હોય છે. પેટન્ટ તૈયાર કરવા માટે નિષ્ણાંતો દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. તેને પેટન્ટના કાયદાશાસ્ત્રી તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

મોટા ભાગના દેશોમાં પેટન્ટ પદ્ધતિઓ માટે કાયદાઓ હોય છે. અને તે અધિકૃત પ્રકાશનો દ્વારા પ્રકાશિત કરવામાં આવતા હોય છે. ભારતીય પેટન્ટ શોધ માટેની વાડમયસૂચિ સાધનોમાંની એક છે. તે CD રોમ પરનો માહિતી સંગ્રહ છે કે જે IMPAT, વાડમયસૂચિ એ NISCAR દ્વારા તૈયાર કરેલ છે. તે ભારતમાં માન્યતા પામેલ 52600 ભારતીય પેટન્ટમાં માહિતી પુરી પાડે છે. (1975-2001)

f. માનાંકો :- (Standards)

માનાંકોની જરૂરીયાત વસ્તુની/ઉત્પાદનની વિશ્વસનીયતા, સમાનતા, પ્રક્રિયા અને સેવાની ખાતરી આપવા માટે જરૂરી છે. જેમની પાસે વિસ્તૃત બજાર અને નિકાસના અવકાશ છે તેવા ઉત્પાદકો તેમના ઉત્પાદનો દેશ વિદેશમાં સ્વીકારવાની યોગ્યતાની ખાતરી કરવા માનાંકોની શોધમાં હોય છે. માનાંકો કાર્યનું લઘુત્તમ ધારેલ માટે ગુણવત્તાસભર સેવાઓ માટે ભલામણ કર્તા હોય છે. માનાંકો બે પ્રકારના હોય છે. 1) મૂળભૂત 2) તકનીકી મૂળભૂત માનાંકો મૂળભૂત અસ્તિત્વ ધરાવતા ચીજવસ્તુ સાથે સંબંધિત છે. જ્યારે તકનીકી માનાંકો ઉત્પાદન સેવા સાથે સંબંધિત છે. સંદર્ભ ગ્રંથપાલ દ્વારા મોટાભાગના પ્રશ્નો આંતરરાષ્ટ્રીય પ્રાદેશિક અને રાષ્ટ્રીય માનાંકો સંસ્થા દ્વારા તૈયાર કરાયેલ વાડમયસૂચિ સાધનોનો ઉપયોગ કરી હલ કરી શકાય છે. માનાંકો માટે આંતરરાષ્ટ્રીય માટે રાષ્ટ્રીય સંગઠનો કાર્યરત છે.

g. આંકડાકીય સ્ત્રોતો :- (Statistical Sources)

ભારતમાં જે દેશના આંકડાકીય પ્રવૃત્તિઓના સમન્વય માટે કેન્દ્રીય આંકડાકીય સંસ્થા જવાબદાર છે. આ સંસ્થાની સેવામાં રાષ્ટ્રીય આવક હિસાબ, ઉદ્યોગોના વાર્ષિક સર્વે, ગ્રાહક મૂલ્યાંકન, આંકડાકીય માહિતીનો પ્રસારનો સમાવેશ થાય છે.

CSD ના પ્રકારો નીચે મુજબ છે.

2) રાષ્ટ્રીય સ્ત્રોતો :-

- 1) Statistical Abstract India Annual
- 2) Index of Industrial Production

આંતરરાષ્ટ્રીય સ્ત્રોતો :-

- 1) Statistical year book 1948 –

(B) નીચે આપેલા પ્રશ્નોના ટૂંકમાં ઉત્તર આપો .

પ્રશ્ન : 1 વિજાણું ન્યુઝ લેટર મુદ્રિત ન્યુઝ લેટર કરતાં વધારે સારું કઈ રીતે કહેવાય?

ઉત્તર- 1 વિજ્ઞાણું બુલેટીન મોકલવામાં ઝડપી, કિંમતમાં સસ્તા તેમજ મુદ્રિત આવૃત્તિ કરતાં વધારે લોકોને પહોંચાડી શકાતા હોવાથી જાગૃત બુલેટીન કરતાં તેને વધારે સારા ગણાવી શકાય. ઉપભોક્તાને માહિતી મળતાની સાથે જ તે બીજાને મોકલે છે. જે મુદ્રિત બુલેટીન જેટલા ઝડપથી મોકલી શકાતું નથી.

પ્રશ્ન : 2 માહિતી સ્ત્રોતનાં સહાયક ઉપકરણો જણાવો.

ઉત્તર - 2 માહિતી સ્ત્રોતના સહાયક ઉપકરણો નીચે મુજબ છે.

- વિષય વસ્તુનીસારણી (Table of Contents)
- નિર્દેશીકાઓ (Indexs)
- સારણીની યાદી (List of Tables)
- ચિત્ર વિરૂપણોની યાદી (List of Illustrations)

પ્રશ્ન 3 માહિતી ઉપજો એટલે શું ? માહિતી ઉપજો જણાવો.

ઉત્તર – 3 માહિતી ઉપજો એટલે કે કોઈપણ વ્યક્તિએ સફળતા મેળવવા, વૃદ્ધિ અને વિકાસ સાધવા માટે વૈજ્ઞાનિક, તકનીકી અને વ્યાપારી માહિતી મેળવવી ખુબ જ જરૂરી હોય છે. સંભવિત ઉપભોક્તાઓ માહિતી ઉપજોમાંથી લાભ મેળવવા માંગે છે. પરંતુરજુ થયેલ માહિતી તેઓ વાંચી શકે, સમજી શકે, સ્વીકારી શકે તેવી ભાષામાં હોતી નથી. માહિતી વિસ્ફોટને કારણે માહિતીની અસરકારક ઉપયોગની સમસ્યા રહે છે. જુદી જુદી કક્ષાના ઉપભોક્તાને દઢીકૃત માહિતીની જરૂર હોય છે. દઢીકૃત માહિતીએ ચોક્કસ ઉપભોક્તાની સેવા પૂરી પડવાના હેતુથી “જાહેર જ્ઞાનની” પસંદગી, પૃથ્થકરણ અને મૂલ્યાંકન કરી શકાય તેવાં નવા માળખામાં પુનઃગઠન કરે છે. નિર્ણય ઘડતર અને સમસ્યાના સમાધાનમાં મૂલ્યતા જોઈએ તો નિર્ણય લેનારને પૂરી પાડવામાં આવતી માહિતી દઢીકરણ વધે તેમ તેના મૂલ્યમાં વધારો થાય છે.

માહિતી ઉપજો નીચે મુજબ છે.

- ન્યુઝ લેટર
- ઉપજ અને વેપાર પત્રિકાઓ
- સંસ્થા સામાયિકોની વિષય વસ્તુ
- પ્રગતિ અહેવાલ
- સમીક્ષા અને સંબંધિત પ્રકાશનો
- પ્રવાહ અહેવાલો
- આંકડાકીય સમીક્ષા
- તકનીકી સંક્ષેપો

(C) નીચે આપેલી ટૂંકનોંધ લખો.

1) આંકડાકીય સમીક્ષાઓ.

ઉત્તર -1) આ સમીક્ષાઓ સ્વતંત્ર અથવા એક પ્રકાશન સ્વરૂપે હોઈ શકે છે. આ પ્રકારની સમીક્ષાઓ ખાસ કરીને અઘતન પ્રવાહો, પરિણામ આધારિત બાબતોની ચકાસણી અને પરિસ્થિતિઓની

ચકાસણી કરવા માટે આંકડાઓનું મૂલ્યાંકન કરી યોગ્ય રીતે ગોઠવણી કરે છે. તકનીકી, બજાર, વસતી વૈજ્ઞાનિક ક્ષેત્રો સાથે સંબંધિત આંકડાઓને વિસ્તૃત રીતે રજુ કરે છે.

માહિતી દઢીકરણ માટેના સ્ત્રોતની પસંદગી માટે કોઈ એક પ્રકારનો માપદંડ તમામ પ્રકારના ઉપભોક્તા માટેની તમામ ઉપજો માટે કોઈ એક પ્રકારનો માપદંડ નક્કી થઈ શકતો નથી. માહિતી પૃથ્થકરણ કેન્દ્રની વિવિધ ઉપજો અને હેતુઓ માટે માપદંડ જરૂરી છે. માહિતીના દઢીકરણ માટે વિદ્રતાપૂર્ણ ગુણવત્તા માટેના માપદંડનો ઉપયોગ માહિતી ઉપજોની જેમ કરવામાં આવે છે. જેમાં માહિતી સ્ત્રોતની પસંદગી અને મૂલ્યાંકનને પણ ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે. મૂલ્યાંકનના માપદંડ જોઈએ તો...

- ઉપભોક્તા મૂલ્યાંકન માહિતી સેવાઓ માટે
- મૂલ્યવાન સમીક્ષાત્મક પ્રકાશનની પસંદગી

સમીક્ષાત્મક માપદંડોથી વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી પ્રકાશનોની કૃતિઓની ગુણવત્તા તેના ઉપયોગમાં લેવાતી કૃતિઓની ગુણવત્તા નક્કી કરે છે. વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીના સ્ત્રોતની પસંદગી કરવા આ સ્ત્રોતનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. માહિતી સેવાઓના ઉપભોક્તા મૂલ્યાંકન માટે ઉપયોગી પાંચ સામાન્ય વર્ગો છે.

- 1) માહિતીની ગુણવત્તા
- 2) સેવાનું ક્ષેત્ર
- 3) સેવા પ્રાપ્તિની સરળતા
- 4) સેવાની કિંમત
- 5) માહિતી ઉપયુક્તતા

2) ગ્રંથ સમીક્ષા.

ઉત્તર -2 માહિતી સ્ત્રોતના અગત્યના સાધન તરીકે સામયિકોમાં સમાવિષ્ટ પુસ્તકનો આલોચના વિભાગ કાર્ય કરી પુસ્તકના આલોચના વિભાગમાંથી સંશોધકો જરૂરી માહિતી મેળવવા માટે તે પુસ્તક ઉપયોગી છે કે નહીં તે નક્કી કરી સંદર્ભ તરીકે તેનો ઉપયોગ કરે છે. Book Review Index અને Book Review Digest જેવાં સામયિકોમાં પ્રકાશિત થતી પુસ્તક આલોચના તરફના પ્રવેશ માટે સૂચિકરણ સામયિકો છે.

500 કરતાં વધારે સામયિકોની સૂચિ Book Review Index માં પ્રકાશિત થતી હોય છે. The Book review Digest માં બાળ નવલકથા અને બિન નવલકથા તથા પ્રવર્તમાન યુવાન વર્ગ માટેના નવલકથાઓના સાર આલોચનાનો સમાવેશ કરે છે.

(D) બહુવૈકલ્પિક પ્રશ્નો.

- 1) 1760 માં ન્યૂપોર્ટના Jhon Tweedy દ્વારા ક્યાં સૂચિપત્રો તૈયાર કરવામાં આવ્યા.
(A) ઔષધ સૂચિપત્ર (B) રસાયણસૂચિપત્ર
(C) સંશોધનસૂચિપત્ર (D) વેપારસૂચિપત્ર
- 2) પ્રવાહ અહેવાલ એ વિષયનું વિવરણ છે. તેવો કોનો મત છે.
(A) રંગનાથન (B) ગોપીનાથ રંગનાથન

- (B) સેયર્સ (D) ઉપરનામાંથી એક પણ નહીં.
- 3) News letters on News Letters પ્રથમ News Letters પ્રસિદ્ધ થયા વર્ષ.....
- (A) 1964 (B) 1930
(B) 1923 (D) 1800
- 4) KWIC, KWOC, PRECIS એ કઈ નિર્દેશીકાઓ છે ?
- (A) ચાવીરૂપ શબ્દ નિર્દેશીકા (B) વ્યક્તિગત નિર્દેશીકા
(C) નિગમકર્તા નિર્દેશીકા (D) વિષય નિર્દેશીકા
- 5) New Encyclopedia Britanica એ શાનું ઉદાહરણ છે ?
- (A) ગ્રંથ સમીક્ષા (B) કાળક્રમ નિર્દેશીકા
(C) અભ્યાસ પ્રવેશિકા (D) ઉપરનામાંથી એક પણ નહીં.

બહુવૈકલ્પિક પ્રશ્નોનાં ઉત્તરો.

(1) A (2) B (3) A (4) D (5) C

6.6 ચાવીરૂપ શબ્દો (key WORDS)

કંપની પ્રોફાઈલ (Company Profile)	(માહિતી પુનઃપ્રાપ્તિના સંદર્ભમાં) માહિતી સેવા માટે પસંદગીયુક્ત માહિતી પ્રસાર સેવાનો ઉપયોગ કરવા કોઈ ચોક્કસ કંપનીના રસની લાક્ષણિકતાઓ દર્શાવતા નિર્દેશી પદોનો સમૂહ
ચોપાનિયું : (Pamphlet)-	આવરણ પૃષ્ઠને બાદ કરતા સામાન્યતઃ પાંચ પૃષ્ઠોનું પરંતુ ૧૮ પૃષ્ઠોથી વધારે ન હોય તેવું બિન સામયિક પ્રકાશન
ન્યૂઝલેટર (Newslater)-	ન્યૂઝલેટર એ સંગઠના દ્વારા તૈયાર કરાવામાં આવતું પ્રકાશન છે, જે મોટેભાગે સાદા સ્વરૂપમાં અને વ્યવસ્થિત શૈલીમાં નિશ્ચિતલોકો (સભ્યો)ને ઝડપી માહિતી પૂરી પાડવા માટે છે.
પત્રિકા (Bullating) :-	(1) ચોપાનિયા સ્વરૂપનું એવું પ્રકાશન કે જે સરકાર, મંડળ કે સંગઠના દ્વારા નિયમિત સમયાંતરે રજૂ કરવામાં આવે છે. (2) એવું સામયિક અથવા પ્રસંગોપાત કરવામાં આવતું પ્રકાશન કે જે ગ્રંથાલયમાં ઉમેરાતા ગ્રંથોની યાદીઓ અથવા અન્ય ગ્રંથાલયની માહિતીનો સમાવેશ કરે છે.

6.7 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન (REFERENCES AND FURTHER READING)

- Albert. Walker (1974) House Journals in Kerit. A (aal) (eds) Encyclopadia of Libracy and Information Science New York Marcel Dekker Vol. 11. p. 61-4
- Beach. Mark (1995) Editing your Newslater How to Produce of Effective Publi- cation Using Traditional Tools and Computers, 4th ed. Cincinnati F & w Publications

- Fjallbrant, Nacy (1975) Scholarly Communication Historical Development and New Possibilities IATUL Conference on Scholarly Communication in Focus' Trondheim Norway 1997 (<http://wnkul.org/conferenceproceeding>)
- Houghton, Bernard (1975) Scientific Periodicals Their Historical Development Characteristics and Control. London: Clive Bingley.
- Markes, John and Jacob, Nilesen (1998). Writing for the web. Jan 6, 1998 ([http:// www.usesit.com/papers/webwriting](http://www.usesit.com/papers/webwriting))

-: રૂપરેખા :-

7.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

7.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

7.2 માહિતી સેવાઓ

7.2.1 અનુવાદ સેવા

7.2.2 પ્રલેખ વિતરણ સેવા

7.2.3 સાહિત્ય શોધ અને વાઙ્મયસૂચિ સેવા

7.2.4 શોધ તકનીકી અને પૂછપરછ

7.2.5 ઉલ્લેખ પૃથક્કરણ આધારિત પેદાશો અને સેવાઓ

7.2.6 માહિતી સેવાની રૂપાંતરિત વ્યવસ્થા

7.3 સારાંશ

7.4 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો (Answer to self-check exercises)

7.5 ચાવીરૂપ શબ્દો (Key words)

7.6 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન (Reference and further reading)

7.0 ઉદ્દેશો Objectives

આ એકમના અધ્યન બાદ તમે આ બાબતથી સક્ષમ બનશો.

- માહિતી સેવાઓના પ્રકારો અને લાક્ષણિકતાઓ ઓળખવી.
- માહિતી સેવાઓનું મહત્ત્વ જાણવું.
- માહિતી સેવાઓમાં સમાયેલી પાયાની પ્રક્રિયા સમજવી.
- માહિતી ઉપજો દ્વારા લક્ષ્યાંકિત સમુહોને અપાતી સેવાઓ જાણવી.
- ઉપભોક્તાની માંગને અનુરૂપ ગ્રંથાલયોમાં અપાતી સેવાઓનું મહત્ત્વ શીખશો.
- ધંધાકીય સાહિત્ય શોધ અને સંશોધન અને વિકાસ પ્રવૃત્તિનું મહત્ત્વ સમજવું.
- માહિતી સેવા પર કમ્પ્યુટર અને પ્રત્યાયન ટેકનોલોજીની અસર.
- અનુવાદ સેવા અને સંસ્થાની ઓળખ મેળવવી.

7.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

આ એકમમાં તમે માહિતી સેવાઓ વિશે અભ્યાસ કરશો. આ માહિતી સેવાઓ સંસ્થાના નોંધપાત્ર દેખાવ, અદ્યતન પ્રવૃત્તિઓ અને સેવાઓથી માહિતીગાર થશો. માહિતી સેવાઓનો

મૂળભૂત હેતુ સંસ્થાની પ્રતિષ્ઠામાં વધારો કરવો, સેવાઓને ઉત્તેજન પૂરું પાડવાનો છે. વ્યાપારી અને જાહેર સેવા ક્ષેત્રો પર ટેકનોલોજીની અસર જોવા મળે છે.

માહિતી સેવામાં બે કક્ષાઓમાં વિભાજિત કરી શકાય.

(૧) સક્રિય અથવા અપેક્ષિત

(૨) નિષ્ક્રિય અથવા પ્રતિભાવાત્મક

ઉપભોક્તા અપેક્ષિત માંગના આધારે અપેક્ષિત અને ઉપભોક્તા વિનંતીને આધારે પ્રતિભાવાત્મક એકમમાં વસ્તુ અથવા નિષ્ક્રિય સેવાઓ પૂરી પાડવામાં આવે છે. આ બંને પ્રકારની સેવાઓ ગ્રંથાલયના સામગ્રી-સ્ત્રોતના ઉપયોગમાં વધારો કરી પ્રલેખો સાથે જોડી ઉપભોક્તાની માંગને પહોંચી વળે છે. આ એકમમાં તમે પ્રતિભાવાત્મક સેવાઓ, ઈન્ટરનેટ વિષય વસ્તુ પૃથ્થકરણ, માહિતી અને પુસ્તકાલયો અત્યાધુનિક ટેકનોલોજી અને બદલાતી જરૂરિયાત સાથે તાલમેલ માટે માહિતી સેવાનું રૂપાંતર શક્તિમાન બનાવવા વધારે સાધન સંપન્ન હશે.

7.2 માહિતી સેવાઓ (Information Services)

માહિતી વિસ્ફોટના લીધે માહિતી સંસ્થાઓ, સેવાઓ અને ઉપજો અસ્તિત્વમાં આવી છે. માહિતી સેવાઓના વિશાળ ફલક પર બે કક્ષામાં વિભાજિત કરાય છે.

૧) સક્રિય અથવા અપેક્ષિત માહિતી સેવામાં

૨) નિષ્ક્રિય અથવા પ્રતિભાવાત્મક

સક્રિય માહિતી સેવાઓ ઉપભોક્તાની અપેક્ષિત માંગના આધારે આપવામાં આવે છે. જ્યારે નિષ્ક્રિય સેવાઓ ઉપભોક્તાની વિનંતીને ધ્યાનમાં રાખી આપવામાં આવે છે. આ બંને પ્રકારની સેવાઓ ગ્રંથાલયના સામગ્રી — સ્ત્રોતના ઉપયોગમાં વધારો કરી ઉપભોક્તાને ગ્રંથાલયના પ્રલેખો સાથે જોડે છે. આ સેવાઓ ગ્રંથાલયના પ્રકાર ઉપભોક્તા પ્રકારની વિવિધતાને અનુરૂપ સેવા માટે ગોઠવવામાં આવે છે.

7.2.1 અનુવાદ સેવા

કોઈ પણ ભાષામાં પ્રકાશિત થતા વૈજ્ઞાનિક સંશોધનો વૈજ્ઞાનિકોના ધ્યાન પર લાવવા જોઈએ. કોઈ પણ દેશ ગમે તેટલો વિકસિત હોય તે અન્ય દેશોમાં સંશોધિત વૈજ્ઞાનિક માહિતીની અવગણના કરી શકે નહીં. વિશ્વમાં ૪૦% થી ૮૦% સુધીનું પ્રકાશિત થતું સાહિત્ય અંગ્રેજી વિષયની ભાષામાં હોય છે. અને અંગ્રેજી જાણકાર લોકો સુધી સીધી ઉપલબ્ધ છે. મુખ્ય આંતરરાષ્ટ્રીય સારકરણ અને નિર્દેશીકરણ સેવાઓ અંગ્રેજીમાં પ્રકાશિત થાય છે. અન્ય ભાષાના લેખો માટે સાર સંક્ષેપ સેવાઓ અંગ્રેજી ભાષાનું સંક્ષિપ્તરૂપ આવે છે. જેનાથી વૈજ્ઞાનિકો લેખની પ્રાસંગિકતા જાણી શકે અને જરૂર જણાયતો તે લેખનું અનુવાદ કરવી શકે.

❖ અનુવાદ પ્રક્રિયા

આપણે જે ભાષા જાણતા હોઈએ સમજતા હોઈએ તે ભાષામાં અનુવાદ કરવા માટે (L1) એક ભાષામાંથી (L2) બીજી ભાષામાં પુસ્તકોની માહિતી ચોક્કસાઈ પૂર્વક બદલવાની પ્રક્રિયા (SL) એ પહેલી સ્રોત ભાષા અને (TL) લક્ષ્ય ભાષા કહેવાય છે. અનુવાદ પ્રક્રિયામાં ભાષા નિષ્ણાંત સ્રોત ભાષામાં આપેલ પુસ્તકીય વિવિધ દર્ષિબિંદુથી પૃથ્થકરણ કરે છે. જે કરવા માટે વાક્યને વ્યાકરણ, માળખું, શબ્દશાસ્ત્ર, વાક્ય વિન્યાસ, પર્યાયવાચક બાબતોને ધ્યાનમાં રાખે છે.

સ્રોત ભાષાની માહિતી જેમ ચોક્કસાઈ પૂર્વક સમજાય તેમ લક્ષ્ય ભાષામાં તેની તબદીલી વધારે ચોક્કસાઈ પૂર્વક કરે છે. ભાષાંતર કરનાર પાસે લક્ષ્ય ભાષા અને સ્રોત ભાષા બન્નેનું પુરતું જ્ઞાન હોવું જોઈએ. તે વિષય તજજ્ઞ પણ હોવો જોઈએ. કે જેથી તે સારો અનુવાદ કરી શકે.

❖ વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી સંસ્થામાં અનુવાદ સેવાઓ

કેટલીક જાહેર ક્ષેત્રની સરકારી અને વિકાસ સંસ્થાઓ પાસે તેમની અનુવાદની જરૂરીયાતો માટે આંતરિક અનુવાદ સુવિધા હોય છે. આ અનુવાદ એકમમાં સંસ્થાનું અવિભાજ્ય અંગ છે. આ અનુવાદ એવા બે પ્રકારની હોય :-

- 1) વિદેશી ભાષામાંથી આંતરિક અનુવાદ સેવા કે જે સંસ્થાની સ્થાનિક અનુવાદ જરૂરીયાત પૂરતી હોય છે.
- 2) ચૂકવણા આધારે સામાન્ય અનુવાદ સેવા વિદેશી ભાષામાંથી અંગ્રેજી ભાષામાં પુરી પાડવામાં આવે છે. દા.ત. NISCAIR

❖ અનુવાદ સેવાનું વ્યવસ્થાપન :-

ભાષાના અનુવાદની સુવિધા માહિતી કેન્દ્રમાં બે પ્રકારે ગોઠવી શકાય.

- ૧) આંતરીક કર્મચારી
- ૨) બાહ્ય કર્મચારી

આ બન્ને પૈકી પ્રકાર નક્કી કરતાં પહેલા અનુવાદની જરૂરીયાતનું મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ. જો જે વિદેશી ભાષા માટે દર વર્ષે માંગણી 1000 પાનાથી વધારે હોય તો કાર્ય માટે કર્મચારીની નિયુક્તિ કરવી કરકસર ભર્યું ગણાય. જો પરદેશી ભાષાના અનુવાદની માંગણી સમય પૂરતી જ હોય તો પાનાની સંખ્યા ઓછી હોય તો બહારની એજન્સી પાસે કામ કરાવવું જોઈએ. આ માટે માહિતી કેન્દ્રો NISCAIR જેવી કેન્દ્રીય અનુવાદ એજન્સીઓ પાસે કામ કરાવે છે. અથવા પોતાની નિશ્ચિત કરેલ ગ્રુપ માટે કરાવે. મોટેભાગે NISCAIR જેવી સંસ્થા પાસે અનુવાદ કરાવવું વધારે હિતકારી છે. કારણ ત્યાં ગુણવત્તાયુક્ત અનુવાદકો મળી રહે અને અનુવાદના દર પણ દરેક માટે સમાન હોય છે.

❖ NISCAIR :-

NISCAIR એ વિદેશીભાષાનું અનુવાદ સેવા કેન્દ્ર છે. તેની સ્થાપના 1952માં થઈ. તે રાષ્ટ્રીય પ્રયોગશાળામાં, સંશોધન અને વિકાસ સંસ્થા, વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી સંસ્થા, જાહેર ક્ષેત્રો, વિશ્વવિદ્યાલયો, ઉદ્યોગો, સંશોધન વિદ્વાનો વગેરેને ભાષાંતર સેવા પુરી પાડે છે. જેમાં

ચાઇનીઝ, ડેનિશ ડચ, ફ્રાંચ, જર્મન, હંગેરી અને ઈટાલીયન જાપાનીઝ, નોર્વેનીયન, પોર્ટુગીઝ, રુમાનિયા રશિયન, Serbocroatain, સ્પેનિલ, સ્વીડીશ વગેરે જેવી ભાષાઓ અંગ્રજી ભાષામાં અનુવાદ કરી આવે છે.

NISCAIR જાપાનીઝ ભાષામાં દુભાષિય સેવા પૂરી પાડે છે. NISCAIR મુખ્યત્વે તકનીકી અનુવાદ સાથે સંબંધ ધરાવે છે, જેને કારણે મોટાભાગના કર્મચારી અનુવાદકો તેમજ અનુવાદકોનો સમૂહ પાસે વિષય શાખાઓમાં તેમજ ભાષાઓમાં અનુસ્નાતક કક્ષાના કર્મચારીઓ હોય છે. ટુકડી અનુવાદકોની નિશ્ચિત કરેલ પસંદગી પ્રક્રિયાને આધારે કરવામાં આવે છે.

❖ ભાષાવિજ્ઞાન – સમાજ વિજ્ઞાનની ભાષાંતર સંસ્થાઓ :-

- (1) ભારતીય ભાષાઓમાં પાઠ્યપુસ્તક પુસ્તકોનું અનુવાદ માટે NISCAIR—શૈક્ષણિક સંશોધન અને તાલીમ રાષ્ટ્રીય પરિષદ National Book Trust (NBT) કાર્યરત છે.
- (2) અંગ્રેજી રાજ્ય ભાષામાં અનુવાદ કાર્ય કરતી શૈક્ષણિક સંશોધન અને તાલીમની રાજ્ય પરિષદ.
- (3) હિન્દી અકાદમી અને સાહિત્ય અકાદમી કેન્દ્રીય હિન્દી નિયામક અનુવાદ કામગીરી કરે.
- (4) સંરક્ષણ અધિકારીઓ અને જવાબદારી લીધેલ ઉમેદવારો માટે School of Foreign Language (SEF) Delhi દ્વારા ચાઇનીઝ, ફ્રેંચ, જર્મની, જાપાનીઝ અને રશિયન ભાષામાં અભ્યાસક્રમો ચાલે છે. તે અનુવાદનું કાર્ય પણ કરે છે.
- (5) અંગ્રેજી અને વિદેશી ભાષાઓની કેન્દ્રીય સંસ્થા, હૈદરાબાદ અને ઈન્ડિયન કાઉન્સેલર કલ્ચર રીલેસન, મદ્રાસી ભાષા અભ્યાસક્રમો ચલાવે છે અને અનુવાદ પ્રવૃત્તિઓ કરે છે.
- (6) ભારતીય સાંસ્કૃતિક વારસાને વિશ્વ સુધી પહોંચાડવા માટે પુસ્તકો અને અન્ય સાહિત્યિક પ્રલેખોનું અનુવાદ Indian Councilor Clutural Relations, Delhi દ્વારા કરવામાં આવે છે.

❖ વાઙ્મય સૂચિગત નિયંત્રણ :-

અનુવાદ સેવા એ સમય લેતી અને ખર્ચાળ પ્રક્રિયા છે. વૈજ્ઞાનિકો અને માહિતી વ્યાવસાયિકો માટે પ્રવર્તમાન અનુવાદ અને થઈ રહેલા અનુવાદને શોધવા માટે સમર્થ હોવા જોઈએ કે જેથી કરીને બેવડાતા અનુવાદનો ખર્ચ અટકી શકે. 300 કરતાં પણ વધારે વૈજ્ઞાનિક અને તકનીકી સામયિકો પહેલા પૃષ્ઠ થી છેલ્લા પૃષ્ઠ સુધી અનુવાદ કરે છે. તેમાંના કેટલાક નીચે મુજબ છે.

- 1) પ્રથમ પાનાથી છેલ્લા પાના સુધી અનુવાદથી થયેલા સામયિકોની યાદી Ulrich's Periodical Dictionary પૂરી પાડે છે.
- 2) પ્રથમ પાનાથી છેલ્લા પાના સુધી અનુવાદ થયેલા સામયિકો અને પસંદગીયુક્ત અનુવાદ થયેલા લેખો સમાવિષ્ટ કરતાં સામયિકોની યાદી Journals of Translation (1950 થી) આપે છે.
- 3) World Translation Index (WTI) (1987 to Dec. 1997) વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીના તમામ ક્ષેત્રોમાં બધી જ ભાષાઓમાંથી પાશ્ચાત્ય યુરોપિયન ભાષાઓની

અનુવાદ નિર્દેશીકા છે. WTI એ મૂળ અને અનુવાદ થયેલ પ્રલેખોના વાઙ્મય સૂચિગત સંદર્ભો સમાવેશ કરે છે.

- 4) International Translation Center (ITC) તેનું જુનું નામ European Translation Center હતું. તેની સ્થાપના 1961માં થઈ હતી. 1975 માં તેનું નામ ITC થયું. પશ્ચિમમાં યુરોપીયન દેશો વચ્ચે અમેરિકા દ્વારા પ્રેરિત સહકારની વિશાળ યોજના Organisation for Economic Corporation and Development (OECD) ના માર્ગદર્શનથી કેન્દ્રની સ્થાપનાથઈ હતી. તેનો મુખ્ય હેતુ અનુવાદને બેવડાતું અટકવાનો હતો.
- 5) તમામ ક્ષેત્રની અંગ્રેજી અનુવાદ કરાયેલ ગ્રંથોની વાઙ્મય સૂચિગત વિગતો પુરી પાડતું Index translation Unesco દ્વારા વાર્ષિક ધોરણે તેનું પ્રકાશન થાય છે. UNESCO ના 100જેટલા સભ્ય દેશોમાં પ્રકાશિત અને અનુવાદ થયેલ ગ્રંથોની વાઙ્મયસૂચિનો machine readable database જાળવે છે. તેના ડેટાબેઝમાં 14લાખ કરતાં વધારે નોંધો દર ત્રણ મહીને ડેટાબેઝનું નવીનીકરણ કરવામાં આવે છે.

❖ યંત્ર દ્વારા અનુવાદ :-

યંત્ર દ્વારા અનુવાદ એ કુદરતી ભાષામાંથી અન્ય ભાષામાં અનુવાદ કરવા માટે કમ્પ્યુટરનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. MT પદ્ધતિમાં કમ્પ્યુટર પ્રોગ્રામ એક ભાષાની પાઠ્યપુસ્તકનું પૃથ્થકરણ કરી અન્ય ભાષા લક્ષ્યની ભાષામાં પાઠ્યસામગ્રી તૈયાર કરે છે. જેમાં માનવીય સ્ત્રોતનો ઉપયોગ થતો નથી. અનુવાદ પ્રક્રિયામાં પાઠ્યસામગ્રીના અર્થોના સંકેત અને લક્ષ્ય પાઠ્યસામગ્રીમાં અર્થના પુનઃસંકેત ગ્રહણનો સમાવેશ થાય છે. આ સરળ પ્રક્રિયા સાથે જટિલ જ્ઞાનાત્મક કાર્ય રહેલ છે. અનુવાદકને લક્ષભાષાના અર્થના સંકેત ગ્રહણ કરવા ઊંડા જ્ઞાનની જરૂર હોય છે. તેમાંજ MT પદ્ધતિનો પડકાર છે. માણસ જે રીતે પાઠ્યસામગ્રીને સમજે તેમ તેનો પ્રોગ્રામ ઘડવો અને લક્ષ ભાષામાં તેવી પાઠ્યસામગ્રીનું સર્જન કરવું કે તે એવી લાગવી જોઈએ કે માનવ દ્વારા તેનું સર્જન થયું હોય 1954 માં MT પદ્ધતિનું પ્રથમ પ્રદર્શન ન્યુયોર્ક માં IBM મુખ્ય કચેરીમાં યોજાયું હતું.

TAUM 20,000/- શબ્દો અને પ્રયોગો સાથેની મર્યાદિત વિસ્તારના કાર્ય માટે MI પદ્ધતિનું ઉદાહરણ છે. 1977 થઈ 15 મિલીયન શબ્દોનું ફ્રેન્ચમાંથી અંગ્રેજીમાં અનુવાદ કાર્ય કર્યું હતું. દ્વિભાષી શબ્દકોષોનો પ્રત્યક્ષ અનુવાદ પર આધારિત હતી તે 1980 સુધીમાં ભાષાના ગુણનાત્મક વિકાસ સાથે સુસંસ્કૃત વલણને પરવાનગી મળતાં પરોક્ષ પદ્ધતિ પણ અમલમાં આવી.

❖ આંતરિક અનુવાદ (Interlingual Approach) :-

આ પદ્ધતિમાં અનુવાદ બે પાયાના તબક્કામાં હોય છે. સ્ત્રોત ભાષામાંથી આંતર ભાષામાં અને આંતરભાષામાંથી લક્ષ્યભાષામાં Cordier Mograbhi મેં આંતરભાષા પ્રયોગાત્મક પદ્ધતિનું ઉદાહરણ છે. જે રસોઈ વાનગીનું અનુવાદ ફ્રેન્ચમાંથી અરેબિકમાં ભાષાંતર કરે છે.

મેઈન ફ્રેમ કમ્પ્યુટર માટે સૌથી વિસ્તૃત જાણીતી MT પદ્ધતિ જોઈએ તો SAYSTRAM, METAL, LOGOS અને FUJITSU (ATCAS) પદ્ધતિઓ છે. તે રશિયન ભાષામાંથી અંગ્રેજી ભાષામાં અનુવાદ માટે તૈયાર કરવામાં આવી હતી LOGOS જર્મનીમાંથી અંગ્રેજી Fujitus

ATLAS એ અંગ્રેજીમાંથી જાપાનીઝ અને એની વિરુદ્ધ માટે છે. METAL પદ્ધતિથી જર્મનીમાંથી અંગ્રેજી અને અંગ્રેજીમાંથી જર્મન જર્મનીમાંથી સ્પેનિશ ફ્રેંચમાંથી ડચ અને ડચમાંથી ફ્રેંચ માટે છે. ઈન્ટરનેટ પર e – books માટે માંગ જેવી કે વેબ પેજ, ઈ-મેલ, વિજાણુ chat યાદીનો ઝડપથી વિકાસ થઈ રહ્યો છે. System, Logos, Globlink, Fujitsu, JICST અને NEC જેવા ધણા MT વિકેતા માર્ગને આધારે અનુવાદ સેવાઓ આપી રહ્યાં છે. અનુવાદ સેવા આપતી કેટલીક સાઈટ પણ છે. વિશાળ કમ્પ્યુટર સંગ્રહ શક્તિઓના વિકાસ સાથે અનુવાદના સાધનોનો વિકાસ થયો.

ISTA એ ભારતીય વૈજ્ઞાનિક અનુવાદ મંડળ છે, તે જાહેર અને સરકારી વાર્તાલાપો, ચર્ચાઓ, સેમિનાર, સર્વેક્ષણો, કાર્યશાખાઓ વગેરે દ્વારા પ્રકાશમાં લાવવા પ્રયત્નશીલ છે. તેનો હેતુ ભારતમાં વૈજ્ઞાનિક,

- અનુવાદ માટેની સુવિધાઓમાં વૃદ્ધિ કરવી
- તેનો મોભો સુધારવા પ્રયત્નો કરવા.
- તાલીમ સુવિધામાં વધારો કરવો.
- વૈજ્ઞાનિક સુવિધા પર સેમિનાર અને પરિસંવાદનું આયોજન કરવું.
- પ્રકાશનો તૈયાર કરવા વગેરે છે.

ટુંકમાં કહીએ તો અનુવાદ સેવાની જરૂરીયાત પ્રલેખન અને માહિતી કેન્દ્રમાં અનુવાદ સેવા કેવી રીતે આપવી અનુવાદના વાઙ્મય સૂચિગત અંકુશનો ટુંકો અહેવાલ MT પદ્ધતિની ચર્ચા કરવામાં આવી.

7.2.2 પ્રલેખ વિતરણ સેવા (Document Delivery Service)

પ્રલેખ વિતરણ સેવાને DDS સેવા પણ કહેવામાં આવે છે. જેમાં મૂળ દસ્તાવેજ અથવા પ્રિન્ટ અથવા ઇલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપમાં માગ્યા મુજબ દસ્તાવેજને પુરા પાડવા સાથે પ્રલેખ વિતરણ સેવા જોડાયેલ છે. જેમાં મૂળ દસ્તાવેજના સ્વરૂપ અને સ્થાનને ધ્યાનમાં લેવામાં આવતા નથી. મોટાભાગની માહિતી સેવાઓ ઉપભોક્તાને માર્ગદર્શન આપવા માટે લક્ષિત કરાય જેમાં જરૂરી માહિતી શક્ય હોય ત્યાં સુધી ઉપલબ્ધ હોય છે. જ્યારે DDS એ જરૂરી દસ્તાવેજોની શોધ છે. જે માંગણી કરનારને માગ્યા મુજબ પ્રિન્ટ કે ઇલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપમાં માહિતી પુરી પાડવામાં આવે છે.

1950 ના ગાળામાં ફોટોકોપીની શરૂઆત અને 1970 ના ગાળામાં મોટાભાગે ફોટોકોપીયરના ઉપયોગ સાથે દસ્તાવેજો ઉછીના આપવા સુધી સીમિત ન રહેતા દસ્તાવેજોની નકલો પુરી પાડવા શરૂ થયું. 1980 ના દાયકામાં કમ્પ્યુટર, સ્કેનર અને ટેકનોલોજીના આગમનથી દસ્તાવેજોને ઇલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપમાં સાચવવાનું શક્ય બન્યું જેનાથી ડોક્યુમેન્ટનું વિતરણ કરવું ઝડપી બન્યું. ઉપભોક્તા પોતે પ્રકાશનનો સીધો સંપર્ક કરી તેની પસંદગીના સ્થળે માહિતી / લેખ મેળવી શકે છે. આમ ઇલેક્ટ્રોનિક સામયિકો અને પુસ્તકોની માહિતી DDS દ્વારા ઉપભોક્તા પોતાના સ્થળે સીધી મેળવી શકે છે. પરંપરાગત ગ્રંથાલયોથી શરૂ થઈ વિશિષ્ટ દસ્તાવેજ વિતરણ કેન્દ્રોથી પણ DDS સેવાનું વિસ્તરણ થયું છે.

❖ વ્યાખ્યા :-

DDS માંગ ઉપભોક્તાના દસ્તાવેજના પુરવઠા સાથે સંબંધ ધરાવે છે. મૂળ પ્રત અથવા ફોટોકોપી મૂળના સ્થાન અને સ્વરૂપને ધ્યાનમાં લીધા વિના ડોક્યુમેન્ટ ડીલેવરી સેન્ટર (DDC) માંગેલ નકલો પૂરી પાડે છે.

❖ DDS ની જરૂરીયાત :-

માહિતી વિસ્ફોટને લીધે કોઈ પણ ગ્રંથાલય ઉપભોક્તાની જરૂરીયાતને પૂરી પાડવા માટે તમામ પ્રકારની માહિતી રાખી શકતા નથી. અપુરતા સંસાધનોને કારણે કમ્પ્યુટરના ઉપયોગ વધ્યો છે. કોઈપણ માહિતી પદ્ધતિનો મુખ્ય હેતુ તેના ઉપભોક્તાને જરૂરી માહિતી સમયસર પૂરી પાડવી તે હોય છે, કે જેથી તેનો મહત્તમ ઉપયોગ કરી શકાય. ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજીના વિકાસને કારણે પ્રાથમિક સાહિત્યની પ્રાપ્તિ ખૂબ જ સુગમ બની છે. મોટાભાગના માહિતી સંગ્રહો, શાખાઓ ઓનલાઈન અથવા સીડી રોમ પર ઉપલબ્ધ છે. આ માહિતી સંગ્રહોની ઉપલબ્ધી સરળ અને સમયસર થાય તેવી માંગમાં વૃદ્ધિ થઈ છે. ઈન્ટરનેટ પર બીજા ગ્રંથાલયના Online કેટલોગ OPAC ના લીધે માંગમાં ઝડપી વધારો થયો છે.

❖ લાક્ષણિકતાઓ (Characteristics)

DDS ની લાક્ષણિકતાઓ જોઈએતો ૧) ગતિ ૨) કિંમત અને સંતોષ છે.

સામાન્ય રીતે DDS સેવા ઝડપી અને તમામ ઉપભોક્તાની માંગ સંતોષી શકે તેવી હોવી જોઈએ.

❖ ઝડપ (Speed) :-

પ્રલેખ પૂર્તિ સેવાની ઝડપને વિનંતી મેળવવાની પધ્ધતિ અને પ્રલેખ પૂરા પાડવાની રીત અસર કરે છે.

ટપાલ, વિજાણુ સંદેશો ઓનલાઈન કે ટેલિફોન દ્વારા વિનંતી મેળવી શકાય ઓનલાઈન વિનંતી અને ઇલેક્ટ્રોનિક વહેંચણીથી સૌથી ઝડપી સેવા પૂરી પાડી શકાય છે. જો કે કિંમતની દૃષ્ટિએ આ રીતે સેવા પૂરી પાડવી ખર્ચાળ છે. પરંતુ અન્ય પ્રલેખ પૂરા પાડવાની ઝડપ કરતાં વધારે છે.

પ્રલેખ શોધવા માટે સંખ્યાને લાગતો સમય જો પ્રલેખ ન હોય તો તેના સ્થાનને શોધવા માટે લાગતો સમય, વિનંતી, ગ્રંથાલય પાસેથી પ્રાપ્તિ અને ત્યારબાદ ગ્રંથાલય દ્વારા ઉપભોક્તાને વિતરણ વગેરે માટે ખૂબ સમય લાગે છે. આમ પ્રક્રિયા સેવાની ગતિને અસર કરે છે. Online public Access ને લીધે દૂરના સ્થળેથી માહિતી શોધવી, જરૂરી પ્રલેખોની માંગ કરવી અને તુરંત જ જરૂરી પ્રલેખ મેળવવો વિજાણુ રીતે શક્ય બન્યો છે. જે ખૂબ જ ખર્ચાળ છે.

❖ કિંમત :-

પ્રલેખ પૂર્તિ સેવામાં કિંમત અસરકારક હોવી જોઈએ. તેમાં પ્રત્યક્ષ કે અપરોક્ષ કિંમત પણ ધ્યાનમાં લેવી જોઈએ. પ્રત્યક્ષ કિંમતમાં સેવા મેળવવા માટેની કિંમત છે. એટલે કે વિનંતીની પ્રક્રિયા કરવાની કિંમત જેવી કે પ્રલેખની નકલ કરાવવી, પોસ્ટેજ ખર્ચ વગેરે અપ્રત્યક્ષ કિંમતમાં સંગ્રહની બાંધણી અને જાળવણીનો ખર્ચ, કર્મચારીના પગાર, સાધન ખર્ચ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. જેમ

સેવાની માંગ વધારે તેમ ખર્ચ ઓછો અને સેવાની માંગ ઓછી તેમ ખર્ચ વધારે થાય તે રીતે કિંમતનું ચુકવણું કરવાનું થાય.

ઉચ્ચ સંતોષ કક્ષાએ સેવા આપનાર કેન્દ્રમાં જરૂરી ઉપલબ્ધતા પર આધાર રાખતું નથી પણ આ પ્રલેખની કેન્દ્રની શોધવાની શક્તિ અને ઝડપી વિશ્વમાંની માહિતી પુરી પાડવા પર આધાર રાખે છે.

❖ DDS ના મોડ્સ :-

DDS સેવામાં પ્રિન્ટ અથવા ડિજિટલ સ્વરૂપમાં નકલો મેલ/કુરીયર અથવા અન્ય રીતે વિતરણ કરવામાં આવે છે. ઉપભોક્તાઓને દસ્તાવેજ વિતરણ માટે ત્રણ પ્રકારની કામગીરી કરવાની થાય છે.

- દસ્તાવેજની ઓળખ :-
- દસ્તાવેજનું સ્થાન
- દસ્તાવેજ પ્રાપ્તિ

દસ્તાવેજ ઓળખ માટે દસ્તાવેજોની ગ્રંથસૂચિ હોવી જોઈએ. જેમાં લેખકનું નામ, શીર્ષક, સ્ત્રોત, વોલ્યુમમાં પૃષ્ઠ વગેરે ઉપભોક્તા વેબ સાઈટ અથવા ડેટાબેઝમાંથી શોધી વિગતોની ચકાસણી કરી શકે. દસ્તાવેજના સ્થાન જણાવે છે કે જરૂરી દસ્તાવેજો જેની પાસે છે તેણે ઓળખવું યુનિયન કેટલોગના ઉપયોગથી ગ્રંથાલયમાં દસ્તાવેજ ઉપલબ્ધ છે કે નહીં તે ઉપભોક્તા જાણી શકે છે. દસ્તાવેજની પ્રાપ્તિ માટે ગ્રંથાલયોની સેવા પર આધાર રાખે છે. દસ્તાવેજ વિતરણની પ્રાપ્તિની ઘણી રીતો છે.

- લાઈબ્રેરી નેટવર્ક્સ પાસે દસ્તાવેજની વિનંતી.
- દસ્તાવેજ વિતરણ સેવા પ્રદાતાઓને દસ્તાવેજની વિનંતી.
- ફી એક્સેસ માટે દસ્તાવેજોની ડિજિટલ નકલો માટે વેબ પર શોધવું.

❖ ઇલેક્ટ્રોનિક દસ્તાવેજ વિતરણ સેવા :-

પ્રલેખો પૂરા પાડવા અને વિનંતીઓ મેળવવા માટે વિજ્ઞાણ તકનીકીનો ઉપયોગ કરતી પદ્ધતિઓને ઇલેક્ટ્રોનિક દસ્તાવેજ વિતરણ સેવા કહેવામાં આવે છે. (EDDS) આ સેવામાં પરંપરાગત રીતે ઉપભોક્તા માટે માહિતી ભૌતિક માધ્યમો જેવા કે પ્રિન્ટ, સાઉન્ડ રેકોર્ડિંગ, વિડીયો વગેરેમાં રેકોર્ડ કરવામાં આવે છે. ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમોના ઉપયોગ દ્વારા ઈ-મેલ અથવા વર્લ્ડ વાઈડ વેબ દ્વારા ડિજિટલ સ્વરૂપે ગ્રંથાલયોમાંથી પુરા પાડવામાં આવે છે. આ સેવામાં માહિતી તત્કાલીન એક્સેસ પ્રદાન કરી શકાય છે. આ સેવામાં ઉપભોક્તા તેને જરૂરી માહિતીની વિનંતી ટેલિફોન, ઈ-મેલ ફેક્સ અથવા ઓનલાઈન ઓર્ડર દ્વારા કરે છે. જરૂરી દસ્તાવેજ ઈ-મેલ, ફેક્સ અથવા ડોક્યુમેન્ટ ડિલિવરી સોફ્ટવેર જેવા ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમો દ્વારા મોકલવામાં આવે છે. આ રીતની સેવા પૂરી પાડનાર કેન્દ્રોને પ્રલેખ પૂર્તિ કેન્દ્રો તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

પ્રલેખ પૂર્તિ કેન્દ્રોમાં આ સેવા સામયિક લેખો માટે હોય છે. સંશોધકો માટે સંશોધન અને વિકાસ પરિણામો પ્રકાશિત કરવા માટેનું સૌથી પસંદગી પાત્ર માધ્યમ સામયિક છે. વિજ્ઞાણ પ્રકાશનની અસર અદ્યતન અવલોધન સેવા. નિર્દેશીકરણ, સારકરણ પણ થઈ રહી છે. પરંપરાગત પ્રકાશકો પણ પોતાના પ્રકાશનોની વિજ્ઞાણ આવૃત્તિ ઉપલબ્ધ કરાવે છે. Ingenta અને Catchword

જેવા એકાકારો લવાજમ સાથે એજન્સીઓ જેવી કે EBSCO પોર્ટલ સાથે એકત્રીકરણ સેવા Inforetative અને Proquest ઓનલાઈન માહિતી સેવાનો સમાવેશ થાય છે. આ માટેની એજન્સીઓ જોઈએ તો

1) Article Delivery Over Network Information on System (ADONIS):-

અજમાયશી યોજના તરીકે શરૂ કરેલ તબીબી પ્રકાશનોના સહકાર અને સંગઠન દ્વારા શરૂ કરાયેલું ADONIS એ CD ROM સંગ્રહ અને ક્ષતિપૂર્તિ પદ્ધતિ છે. ADONIS પ્રક્રિયામાં સામયિકો પ્રકાશિત થતાં જ તેનું સ્કેનીંગ કરી CD રોમમાં યંત્ર વાંચન જેવી છબી એકત્રિત કરાય છે. અને અનુક્રમણિકાઓની સાથે જોડાયેલ દસ્તાવેજ વિતરણ કેન્દ્રો અને ગ્રંથાલયોને માહિતી આપવામાં આવે છે.

1991 માં ADONIS વ્યાવસાયિક રૂપે શરૂ થયું. 1997 સુધીમાં 70 કરતાં વધારે પ્રકાશકો 850 જેવી તબીબી સામયિકોના લેખો પાડતુ હતું. CD – ROM ઉત્પાદન 1997 ના વર્ષમાં બંધ કરવામાં આવ્યું.

2) Inter Library Loan Service of Online Computer Library Center (OCLCILL) -

OCLC અમેરિકામાં સ્થાપેલું ઓનલાઈન ગ્રંથાલય માળખું છે. OCLCILL સમગ્ર વિશ્વની સૌથી મોટી કમ્પ્યુટરની ઓનલાઈન ILL સેવા છે. તે વેબઆધારિત સહભાજન વ્યવસ્થા સોફ્ટવેર છે. જે સ્વયં સંચાલિત આંતર પુસ્તક લોન કાર્ય સંચાલિત કરે છે. જેમાં ઉછીનું લેવું, આપવું અને સામાયિક લેખોનું વિતરણ કરવું. Worldcat અને OCLCILL બંને તરફ આંતરમુખ છે. OCLC ની First Search શોધ સેવા અને ILL ની વિનંતી સેવા સાથે જોડાયેલ છે. ઉપયોગ કરતાં વેબ દ્વારા તેમની વિનંતી શોધી શકે અને મોકલી શકે છે.

3) DOLINE : ILL Systems of National Library of Medicine, USA:-

National Libry of Medicine (MLM) ની આંતર ગ્રંથાલય નું કાર્ય કરી સ્વયં સંચાલિત પદ્ધતિ છે. DOLINE વધારે તબીબી ગ્રંથાલયોને આવરે છે. DOLINE ના ત્રણ મહત્વના કાર્યો છે.

1. DOCUSER એ ILL સેવા અને પથ નિર્ધારણ સારણીનો સમાવેશ કરતું સંસ્થાકીય માહિતીનો ઉપયોગ કરનાર છે.
2. SERHOLD - 3200 ગ્રંથાલયોની 14 મીલીયન સામાયિક મૂડીકૃત માહિતીનો સંગ્રહ છે.
3. REQUESTS ઉછીનું આપવું, લેવું અને સ્થાન તથા રદ કરવાનું કાર્ય કરે છે.
4. DOLINE- અમેરીકા અને કેનેડામાં તબીબી પુસ્તકાલયમાં વપરાતી બીલ પદ્ધતિ છે.
5. વિજ્ઞાન સામાયિક સેવા પૂરી પાડનારાઓ (E Journal Services Providers)- પ્રકાશકો પોતે ઈન્ટરનેટ પર તેમના ઈ-જર્નલ પૂરા પાડે છે અથવા તો ઈ-જર્નલ સેવા પૂરી પાડનાર સંસ્થા દ્વારા ઈર્નલ પૂરા પાડે છે. કેટલીક સંસ્થાઓ વિજ્ઞાન સામાયિક સેવા પૂરી પાડે છે.

ઉદાહરણ તરીકે,

Science Direct

Springer Link

EBSCOS Information Services

Proquest

J-Store

❖ આંતર – રાષ્ટ્રીય સંગઠનોની ભૂમિકા :-

રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય કક્ષાએ આંતર ગ્રંથાલય લોન અને વિજ્ઞાણ દસ્તાવેજ વિતરણ માટે કેટલીક વિટંબણાઓ અને નિયંત્રણો છે.

કોપીરાઈટ પર વૈશ્વિક અને આંતરરાષ્ટ્રીય પરિષદ ભારતના લેખકો અને પ્રકાશકોના તેમના સાહિત્યિક કાર્ય પર સંપૂર્ણ અધિકારોનો સ્વીકાર કરે છે પણ સાથે સાથે શૈક્ષણિક હેતુ માટે ઉપયોગકર્તાના લાભ માટે એક નકલમાં દસ્તાવેજ બનાવવાની પરવાનગી પણ આપે છે. આમ છતાં વિજ્ઞાણ માધ્યમના પ્રકાશન માટે કોપીરાઈટ કાયદામાં અસ્પષ્ટતા છે અને સતત બદલાતો રહે છે, મોટાભાગના ઈ-પ્રકાશનો પરવાના સંધિ થઈ વેચી રહ્યા છે. પરવાના સંધિના કઠિન કલમો ઈ-પ્રકાશનનો ઉપયોગ પર ગ્રંથાલય પર નિયંત્રણો લાદે છે. જેની ચર્ચા આંતરરાષ્ટ્રીય સંસ્થાઓમાં ચર્ચાઈ છે અને તેનો ઉકેલ શોધવા તેમાં સક્રિય રીતે જોડાય છે. આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે કેટલીક કાર્યરત જોઈએ તો.

- 1) IFLA (International Federation of Library Association and Institutions)
- 2) ISOILL The International Standard for Inter – Library Loan.
- 3) COUNTER (Counting Online Usage of Networked Electronic Resources)
- 4) ICOLC International Collation of Library Consortia તાસ્થં

ભારતમાં દસ્તાવેજ ડિલિવરી એજન્સીઓ :- ભારતમાં દસ્તાવેજ સેવા આપનાર એજન્સીઓ છે. તેઓ ફોટોકોપી, ફેક્સ, ઈમેજ, ડિજિટલ, ઈમેજના મોડ દ્વારા દસ્તાવેજની નકલો પુરી પાડે છે. ડુપ્લિકેટ ઇલેક્ટ્રોનિક ફાઈલો, વિતરણ માટેના વિકલ્પો પોસ્ટ – મેલ, કુરીયર, ફેક્સ નો ઉપયોગ કરે છે. આ સંસ્થાઓ એકબીજા સાથે સ્પર્ધાત્મક રીતે સેવાની ગતિના સંદર્ભોમાં કાર્ય કરે છે.

INFIBNET ઈન્ટરલાઈબ્રેરી લોન અને જેના માટે તેણે વિતરણ સેવાઓ શરૂ કરી છે. જેના માટે તેને યુનિવર્સિટી લાઈબ્રેરીઓને નિયુક્ત કરી છે. DDS હેતુ માટે જર્નલ્સ સબસ્ક્રાઈબ કરી, યુનિવર્સિટીઓ માટે વિનંતી કરી શકે. આ સેવા હેઠળ જોડાયેલ યુનિવર્સિટીઓ ગ્રંથાલયો તરીકે સેવા આપશે. આ સેવા નોપ્રોફિટ – નો લોસના આધારે આપવામાં આવે છે. જેમાં દસ્તાવેજોની ડિલિવરી કેન્દ્રો અને માંગ પર ડિલિવરી, કાગળોની નકલો, ઉપલબ્ધ જર્નલ, કોન્ફરન્સની કાર્યવાહી અને અન્ય સામગ્રી નજીવી કિંમતે આપવામાં આવે છે. શૈક્ષણિક અને સંશોધન સમુદાયમાં INFIBNET ની ભૂમિકા આ સેવાને પ્રોત્સાહન આપવાની છે. INFIBNET ની સેવા ભારતમાં નોંધપાત્ર છે. તે આધુનિક યુગમાં શ્રેષ્ઠ અને મહત્વપૂર્ણ સેવામાંની એક છે. આ સેવાની સંશોધન વિદ્વાનો, શિક્ષણ અને સમય બચાવે છે, શૈક્ષણિક ગ્રંથાલયોએ આ સુવિધા ઉપભોક્તા સુધી પહોંચાડવી પડશે અને અન્ય લોકોને પ્રોત્સાહન કરવા પડશે. તકનીકી, આર્થિક અને સમાજ શાસ્ત્રીય અવરોધો દૂર કરી અસરકારક ઇલેક્ટ્રોનિક દસ્તાવેજ વિતરણ સેવા પૂરી પાડવી જોઈએ.

7.2.3 સાહિત્ય શોધ અને વાઙ્મયસૂચિ સેવા (Literature Search and Bibliography)

7.2.3.1 સાહિત્ય શોધ :-

સામાન્ય રીતે આવી માહિતીની માંગ અધ્યાપક, વ્યાવસાયિક. સંશોધક વૈજ્ઞાનિક કે અધિકારી કર્તા હોય છે. આવી સેવા વિશિષ્ટ ગ્રંથાલયો પૂરી પાડતા હોય છે. આવી માહિતી શોધ ઘણા બધા

સ્ત્રોતમાંથી મળી શકે છે. જેવાકે પ્રાથમિક અને દ્વિતીય કક્ષાના માહિતી સ્ત્રોત પુસ્તકો, સામયિકો તથા અગ્રંથ સામગ્રી વગેરેમાંથી કેટલીકવાર આવી માહિતી પુરી પાડવા માટે વિશાળ સ્ત્રોત કે અનૌપચારિક માહિતી સ્ત્રોતનો પણ ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. આ સેવા આપવામાં ઘણો સમય લાગે છે. કેવી રીતે? શું? ક્યાં? ક્યારે જેવા પ્રશ્નોના હકીકત શોધવા માટે પ્રસ્તુત સંદર્ભ સેવા પૂરી પાડવામાં આવે છે.

પેન્સિલની શોધ ક્યારે થઈ? ગાંધીજી વિષયક માહિતી, શબ્દોના અર્થ, માણસના શરીરમાં કેટલા હાડકા છે વગેરે માહિતી સંદર્ભ પુસ્તકો જેવા કે શબ્દકોષ, વિશ્વકોષ, વાર્ષિક જીવનચરિત્રોમાંથી ખુબ જ ઓછા સમયમાં શોધી શકાય છે. સાહિત્ય શોધની સેવા બે રીતે ઊંડાણ અને વ્યાપક શ્રેણીમાં શોધવામાં આવે છે. સંપૂર્ણપણે શોધ માટે એક કરતાં વધારે સ્ત્રોતનો ઉપયોગ કરવો જરૂરી બને છે.

❖ વ્યાખ્યા :-

ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનના ઓનલાઈન શબ્દકોશ મુજબ “નિષ્ણાંતોને સંશોધન કાર્ય માટે વ્યાપક સંદર્ભ સેવા સાથે સરખાવી શકાય કે જે સરખાવી નિષ્ણાંતોને સંશોધન કાર્ય માટે અથવા તો કોઈ ચોક્કસ પ્રશ્નના ઉકેલ માટે નિષ્ણાંતોને પૂરી પાડવામાં આવે છે.

❖ સાહિત્ય શોધની જરૂરિયાત :-

સંશોધનમાં સાહિત્ય શોધની ખુબ જ જરૂરિયાત હોય છે. કોઈ પણ સંશોધક નવી યોજનાની શરૂઆત કરતો હોય કે શોધ પરિણામોની નોંધ કરતો હોય ત્યારે તેને જાણી લેવું જોઈએ કે બીજાઓ કોઈ શોધ કરનારે શું નોંધેલ છે?

આ માટે અગાઉ પ્રકાશિત થયેલ સાહિત્યની વાંચનસૂચીમાં વ્યાપક શોધ કરવી જરૂરી હોય છે. બીજો દ્વારા કોઈ પણ શોધ પ્રશ્નનો જવાબ કેવી રીતે શોધ્યો છે તે શોધવા પણ ઉપયોગી છે. સાહિત્ય શોધ એ

શોધ અને અભ્યાસ માટે મદદરૂપ થવા શોધનું ડુપ્લીકેશન અટકાવવા શોધ પ્રશ્નોના નિરાકરણ માટે શોધના અપેક્ષિત ક્ષેત્રોને શોધવા માટે ખૂબ જ જરૂરી છે.

7.2.3.2 વાંચનસૂચિ

વાંચનસૂચિ સેવા માંગને આધારે આપવામાં આવે છે. કેટલીક વાર અપેક્ષિત માંગને આધારે પણ વાંચનસૂચિનું સંપાદન કરવામાં આવે છે. ચોક્કસ પ્રસંગ જેવા કે પરિસંવાદ કાર્ય શિબિરમાં ભાગ લેનાર ઉમેદવારોને જેતે વિષય પર આધુનિક સાહિત્ય પુરુ પાડવા માટે સંપાદન કરવામાં આવે છે.

વિશ્વવિદ્યાલય અને સાર્વજનિક ગ્રંથાલયો આવા પ્રકારની સેવા વારંવાર પુરી પાડે છે. વાંચનસૂચિના સંપાદન માટે તેમાં સમાવિષ્ટ દરેક પગલાની જાણકારીની સમજ હોવી જરૂરી છે.

7.2.4 તકનીકી શોધ અને પૂછપરછ સેવા (Technical Research and Inquiry Technique Services)

7.2.4.1 શોધ તકનીકી (Research Technique)

જે તે વિષયની વાંઝમયસૂચિ અને પરંપરાગત શોધ માટેના પગથીયા નીચે મુજબ છે.

- 1) વિષયની સમજ
- 2) વિષય ક્ષેત્ર વ્યાપ અને સમય માટેનો નિર્ણય
- 3) શોધની વ્યૂહરચના
- 4) સ્રોતની શોધ અને સ્કેનીંગ
- 5) નોંધ કરવી
- 6) ગોઠવણી
- 7) નિર્દેશીકરણ

નીચે મુજબના નિર્ણય લેવા માટે ઉપભોક્તા સાથે વ્યક્તિગત સંપર્ક જરૂરી છે. જેને સંદર્ભે મુલાકાત કહી શકાય.

૧) વિષયની સમજ :-

વિષયની સમજ માટે શબ્દકોશ વિશ્વકોશનો ઉપયોગ કરીને જે તે વિષયનું જ્ઞાન અને ચોક્કસ વિષય એકમ અને તેને સંબંધિત ક્ષેત્રો વિષે જાણવું જોઈએ. ખરેખર ઉપભોક્તા જરૂરીયાત જાણવા માટે ઉપભોક્તા સાથે વાતચીત મહત્વનું પરીબળ છે.

2) વિષય ક્ષેત્ર, વ્યાપ્તિ અને સમયનો નિર્ણય :-

વિષય ક્ષેત્ર માટે વાંઝમયસૂચિ પસંદગી યુક્ત કે વ્યાપ્ત છે તે નક્કી કરો.

વ્યાપ :- ક્યાં પ્રકારના પ્રલેખનો સમાવેશ કરવાનો છે દા.ત સામયિકો લેખ, સંશોધન અહેવાલ.

સમય :- વાંઝમય સૂચિગત પાશ્ચાત દુરવર્તી કે વર્તમાન સમયને અનુરૂપ તૈયાર કરવાની છે તે નક્કી કરવું.

ઉપરોક્ત બાબત સંદર્ભે ઉપભોક્તાને કઈ માહિતીની જરૂર છે તેણે ક્યાં ક્ષેત્રનો સંપર્ક કર્યો છે અને કેટલા સમયમાં માહિતીની જરૂર છે તે જાણવું જોઈએ.

3) શોધ વ્યૂહ રચના ધડનાર :-

- સ્પષ્ટ અને ટૂંકુ વિષય વિધાન નક્કી કરવું.
- વિષયની વિભાવના સ્પષ્ટ કરવી.
- નિર્દેશીકરણ પદ્ધતિની મદદથી સૂચિ બનાવવી.
- શોધ માટેના સાધનોને ઓળખવા.
- વિષયની વાંઝમય સૂચિ અસ્તિત્વમાં છે કે નહીં તે જાણવું જેથી સમયની બચત થઈ શકે.

4) સ્કેનીંગ :-

વાઝમય સૂચિ બનાવવા માટે જરૂરી માહિતી સ્કેનીંગ કરીને મેળવવામાં આવે છે. છેલ્લે પ્રાથમિક સ્ત્રોતો માટે સારકરણ અને નિર્દેશીકરણ સાથે સંપર્ક કરીને વર્તમાન માહિતી મેળવાય છે. જેમાં પ્રકાશનોના સ્ત્રોતોનો સમાવેશ થાય છે.

1. પરિષદ લેખો
2. સંશોધન અહેવાલો
3. શોધ પ્રબંધો
4. એકસ્વ
5. માનકો
6. ઉલ્લેખ નિર્દેશીકા

5) નોંધ કરવી

પ્રલેખની વાઝમય સૂચિ બનાવવા માટે નક્કી કરેલ પધ્ધતિ મુજબ દરેક વસ્તુ પ્રમાણે નોંધ બનાવવા આવે છે જેમાં નીચે મુજબના રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય ધારાધોરણો ઉપયોગમાં લેવાય છે.
IS : 2381 : 1978 : વાઝમય સૂચિ સંદર્ભો

ISO:690:1975 પ્રલેખો વાઝમય સૂચી
દરેક નોંધ 5 × 3” ના કાર્ડમાં તૈયાર કરી યોગ્ય રીતે ગોઠવી શકાય છે.

6) ગોઠવણી :-

નોંધોની ગોઠવણી, વર્ણા મુક્ત, કાલાનુક્રમ અથવા પધ્ધતિસર ગોઠવવામાં આવે છે. વાઝમય સૂચિ ઓછી હોય તો પ્રકાશન વર્ષ મુજબ, લેખક પ્રમાણે અને નોંધો વધારે હોયતો વર્ગીકરણ ક્રમ અનુસાર અથવા વિશાળ વિષયના શીર્ષકને ક્કાવાળી પ્રમાણે ગોઠવવી જોઈએ.

7) નિર્દેશીકરણ :-

બધા જ ઉપભોક્તાની જરૂરીયાતને સંતોષવા માટે શીર્ષક, લેખક અને વિષય નિર્દેશીકા તૈયાર કરવામાં આવે છે. નાની વાઝમય સૂચિ માટે નિર્દેશીકાની જરૂર હોતી નથી પણ મોટી વાઝમય સૂચિ માટે નિર્દેશીકા તૈયાર કરવી જરૂરી છે.

❖ કમ્પ્યુટર આધારિત શોધ :-

ઓનલાઈન શોધ માટે શ્રી રાઉલે (1990) માટે ત્રણ પેઢી અને ચૌધરી (2009) એ ચાર પેઢી નક્કી કરી હતી.

1. વાઝમયસૂચી ડેટાબેઝ કે ધીમી સેવાની આપ લે કરી શકતા 1981 પહેલાના સમયગાળાના સાધનો
2. મધ્યકક્ષાની ગતિ ધરાવતા P.C. કે જેમાં ઉપભોક્તાની વાઝમયસૂચી અને સંપૂર્ણ પાઠ આધારિત ડેટાબેઝનો ઉપયોગ કરી શકતા.

૩. ત્રીજો ૧૯૯૦ સમયગાળો મલ્ટીમીડીયા -P.C. સંપૂર્ણ પાઠ આધારિત ડેટાબેઝને કારણે ઉપભોક્તાને શીખવા માટે મદદરૂપ થયા.

૧૯૯૦ ની શરૂઆતનો સમયગાળો કે વેબ પ્રાપ્તિ ઓનલાઈન શોધ શક્ય બની. પહેલાં ઓનલાઈન શોધ મધ્યસ્થીના મદદથી કરવી પડતી અને ખૂબ જ ખર્ચાળ હતી. હાલ ઓનલાઈન સેવા આપનાર પાસેથી ઉપભોક્તા જાતે જ શોધી શકે છે. ઓનલાઈન શોધથી વર્તમાન માહિતી ખૂબ જ ઝડપી અને ઓછી ખર્ચાળ બની.

❖ કમ્પ્યુટર આધારિત શોધના ફાયદા :-

૧. ગુણવત્તાયુક્ત શોધ
૨. ચાવીરૂપ શબ્દોની શોધ
૩. બુલીયન શોધ

ઓનલાઈન શોધ માટે ઇલેક્ટ્રોનિક ડેટાબેઝ ચાર પદ્ધતિથી મળે છે.

- ૧) CD – ROM – વ્યવતંચિક શૈધ તેવં પુરી પંડનંર DIALOG વગેરે
- ૨) ઓન લાઈન માહિતી પ્રાપ્તિ (રીમોટ એક્સેસ)
- ૩) વેબસાઈટ સ્વરૂપ દ્વારા દૂરસ્થ માહિતી
- ૪) મુદ્રિત સ્વરૂપે

❖ સોપાનો :-

ઇલેક્ટ્રોનિક ડેટાબેઝ શોધવા માટે જુદી જુદી પદ્ધતિ મુજબ જુદા જુદા પગથિયા જોડાયેલા છે. દરેક પદ્ધતિને પોતાની આંતરિક રીત ભાત હોય છે. ચોક્કસ પ્રકારની શોધ માટે ઓર્ડર આપવો પડે છે. વેબ આધારિત શોધ માટે ઉપભોક્તા કમાન્ડ અનુરૂપ ગ્રાફીકલ ઓનલાઈન શોધ ખૂબ જ સરળ છે. ઓનલાઈન સેવા પૂરી પાડનાર અને સી.ડી. રોમ ઉત્પાદન કરનાર તાલીમ મોડ્યુલસ પુરા પાડતા હોય છે. જેનાથી નવા લોકો શોધ માટે એક પછી એક પગલાં દ્વારા જરૂરી માહિતી મેળવે છે. કેટલાક ઓનલાઈન શોધ પ્રાપ્તિ કરવા માટે સ્રોત પૂરા પાડે છે. તો કેટલાક શોધ કરવાનું સોફ્ટવેર પુરું પાડે છે. ઓનલાઈન શોધ માટે ચોક્કસ વિષયની શોધ માટેની વાડ્મયસૂચી માટે ચોક્કસ પ્રકારના પગલાં મુજબ શોધ કરવી પડે તેના સોપાન નીચે મુજબ છે.

- વિષયની સમજ
- તેનું ક્ષેત્ર, વ્યાપ અને સમય
- ઇન્ટરનેટની સુવિધા
- જોડાણ
- ડેટાબેઝની પસંદગી
- રચના
- માળખું
- શોધ પુનઃરચના
- પૂર્તિની રીત
- પહેલા બે સોપાનો મેન્યુલ શોધ મુજબ હોય છે.

3) ઈન્ટરનેટ :-

ઓનલાઈન સેવા મેળવવા માટે ઈન્ટરનેટની સુવિધા હોવી આવશ્યક છે. આ સેવા માટે ઈન્ટરનેટ સેવા પુરી પાડનાર BSNL, VSNC, MTNL સેવા વગેરે નોંધણી કરાવવી જરૂરી છે જોડાણ આ ડાયલઅપ ISDN અથવા તો લીઝ લાઈન હોઈ શકે. ઓનલાઈન સેવા પુરી પાડનાર વિકેતા જેવા કે DIALOG, SDC અથવા પોતાના પ્રકાશકો કે જેઓ પોતાના ડેટાબેઝની વેબ આધારિત સેવા પૂરી પાડે છે. તેની પાસે નોંધણી કરાવવી પડે.

આ સેવા લાયસન્સ અથવા લવાજમથી મળે છે. નોંધણી કરાવવાથી યુઝર્સ આઈડી અને પાસવર્ડ મળે છે. શોધની શરૂઆત કરતાં પહેલાં સેવા આપનાર પાસેથી સેવા મેળવવાના અધિકાર પ્રાપ્ત કરવા જોઈએ.

4) જોડાણ :-

આ સોપાનમાં ઓનલાઈન સેવા પૂરી પાડનાર સાથે જોડાણ વેબ ઈન્ટરફેસથી કરવામાં આવે છે. જેના માટે વેબનું સરનામું ઉપભોક્તાની ઓળખ માટેના નક્કી કરેલા શબ્દો હોવા જરૂરી છે.

5) ડેટાબેઝની પસંદગી

યોગ્ય ડેટાબેઝની પસંદગી એ મહત્વનું પરિબળ છે.

6) રચના :-

યોગ્ય શબ્દ અથવા શબ્દસમૂહની પસંદગી સાથે જોડાયેલ છે. શોધ કરતાં પહેલાં ઉપભોક્તા સાથે મુલાકાત કરી શોધ માટેની રચના કરવામાં આવે છે. ઓનલાઈન શોધ એવી પૂરી પાડનારાઓ બે પ્રકારની સેવા પૂરી પાડતી હોય છે.

- 1) નવા શોધકો
- 2) વિદ્રાન શોધકો

નવા શોધકો માટે ગ્રાફિક યુઝર ઈન્ટરફેસ સેવા હોય છે. જ્યારે વિદ્રાનો માટે કમાન્ડ આધારિત સેવા આપવામાં આવે છે. વિદ્રાનો પાસે શોધ સેવા મેળવવા માટે કમાન્ડનું જ્ઞાન હોવું આવશ્યક છે. શોધ કરવા માટેના શોધ વિધાનો નક્કી કર્યા પછી જ ઓનલાઈન શોધ પ્રક્રિયા શરૂ થાય છે.

7) માળખું :-

શોધ માટે માળખાની પસંદગી કરવામાં આવે છે. એટલે કે ટૂંકાણમાં માહિતી જોવી છે કે વિસ્તૃત C.D રોમથી શોધ કરતાં સંપૂર્ણ માહિતી પ્રાપ્ત થાય છે. ઓનલાઈન શોધ માટે તેનો ખર્ચ સમય સાથે જોડાયેલ છે પરંતુ શોધથી નમૂના ઉલ્લેખ જોઈ શકાય અને શોધમાં સુધારા વધારા કરી શકાય છે.

8) શોધની પુનઃરચના :-

જો ઓનલાઈન શોધ કરતાં જરૂરી માહિતી પ્રાપ્ત ન થાય તો શોધ માટે બીજો શબ્દ કે શબ્દ સમૂહનો ઉપયોગ કરી યોગ્ય ગોઠવણી કરી શોધ કરી શકાય છે. સામાન્ય રીતે શોધ પ્રક્રિયા જુદી જુદી

વારંવાર કરવામાં આવતી હોય છે. જેથી તેના દ્વારા મળતા પરિણામો ઉપભોક્તાની સરખામણી કરી શકે જો શોધ દરમિયાન વધારે ઉલ્લેખો મળે તો ત્યારે અનુરૂપ શબ્દો શોધી શકાય.

❖ પૂર્તિની રીત :-

કમ્પ્યુટર પરઓનલાઈન શોધ કરેલ માહિતી ડાઉનલોડ કરી શકાય અને પ્રિન્ટ દ્વારા મેળવી પણ શકાય છે.

કેટલીકવાર શોધ નિષ્ફળ પણ જતી હોય છે. તેની પાછળનું મુખ્ય કારણ શોધ કરનાર વ્યક્તિ આ પદ્ધતિથી માહિતગાર હોતો નથી. શોધ કરનાર પાસે વિસ્તૃત માહિતીનો અભાવ હોય છે. માહિતી વિસ્ફોટને લીધે અવારનવાર બહાર પડતા શબ્દોથી શોધ કરનાર માહિતીગાર ન હોવાથી શોધ નિષ્ફળ જતી હોય છે.

માનવીય શોધ એ સારી પદ્ધતિ છે. જ્યારે એક કે બે ઉલ્લેખની જરૂર હોય, ઊંડાણપૂર્વકની શોધ હોય, વિષયનો થોડો ખ્યાલ હોય ત્યારે માનવીય શોધ થાય.

એક કે એક થી વધારે વિષય પર શોધ કરવાની હોય આ વિષય પર શોધ થયેલ હોય તેનો વિષય ચોક્કસ અને જટિલ હોય ત્યારે ઓનલાઈન શોધની પસંદગી કરવી જોઈએ. કોઈ પણ સંશોધકે ઓનલાઈન શોધનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ. શોધ માટે સંશોધન કે ઊંડાણ, શબ્દોને સાંકળવાની ક્ષમતા અને ઝડપને ધ્યાને લઈ શોધની પસંદગી કરવાની હોય છે.

7.2.4.2 તકનીકી પૂછપરછ સેવા (Technique Inquiry Service) :-

સામાન્ય રીતે વિશિષ્ટ ગ્રંથાલયો દ્વારા વાણિજ્ય અને ઔદ્યોગિક સંસ્થાઓને તકનીકી પૂછપરછ સેવા પૂરી પાડવામાં આવે છે. World book શબ્દકોશ મુજબ તેની વ્યાખ્યા જોઈએ તો,

“વિજ્ઞાન અને કલાના ક્ષેત્રમાં વિશેષ કરવાના આશયથી ખાસ કાર્ય કરવામાં આવે”
Electrolysis‘Protein’ એ તકનીકી શબ્દો છે.”

❖ હેતુ :-

તકનીકી પૂછપરછના હેતુ નીચે મુજબ છે.

- યંત્રની ગોઠવણી, સમારકામ અથવા આયોજન માટે
- તકનીકી સમસ્યાના નિરાકરણ
- નિર્ણયના ઘડતર અને અમલ માટે

❖ વ્યાપ :-

તકનીકી પૂછપરછનો વ્યાપ પૂરછાના પ્રકાર સાથે સંબંધિત અને પૂછપરછની વિવિધતા પર આધારિત છે. સાહિત્યના વિસ્તૃત શોધ સાથે ટેકનોલોજીના વિકાસ માટેની પૂછપરછ જોડાયેલી હોય છે. માહિતીના સરળ તથ્યો અથવા ડેટા શોધવા માટે પરિચય પુસ્તિકા અને હેન્ડબુક શોધ માટે પુરતા હોય છે. દા.ત. રાસાયણિક તત્વોના રાસાયણિક સૂત્રો અથવા સમારકામ અને જાળવણી સંબંધિત શોધ.

❖ શોધ રીત :-

પ્રશ્નના આધારની શોધ ,માનવીય હોય કે કમ્પ્યુટર પરની તે શબ્દકોશ, હસ્તપોથી અને હસ્તલેખો પસંદગી માટે કમ્પ્યુટરયુક્ત શોધ ખૂબ ઉપયોગી પદ્ધતિ છે. આ ઉપરાંત સરકારી કાયદાકીય માહિતી, ઉત્પાદનોની આયાત – નિકાસ, બેંક લોન વગેરે શોધ માટે પણ કમ્પ્યુટરયુક્ત શોધ વધારે ઉપયોગી છે. તે માત્ર URL જાણી શોધી શકાય છે.

દા.ત. <http://www.indicatalog.com> ભારતીય વેબ ડિરેક્ટરી ભારતીય ઔદ્યોગિક અને વાણિજ્ય સાહસોની વિસ્તૃત માહિતી પુરી પાડે છે. જેમાં ઉદ્યોગો, બેંક, નાણાકીય સંસ્થાઓ, રોકાણકાર, શેર બજાર. નાણાકીય સલાહકાર વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. વિગતવાર માહિતી શોધ માટે સંબંધિત વેબસાઈટનો ઉપયોગ કરવો પડે છે.

❖ માહિતી સ્ત્રોતો :-

તકનીકી પૂછપરછ સેવા પૂરી પાડવા માટે પ્રલેખીય અને બિનપ્રલેખીય માહિતી સ્ત્રોતની જરૂરીયાત હોય છે.

1) પ્રલેખીય માહિતી સ્ત્રોત (Documentary Source)

- સંશોધન સમાયિકો
- વાણિજ્ય અને વેપાર સમાયિકો
- હેન્ડબુક અને પરિચય પુસ્તિકાઓ
- જાહેરાતો
- પેટન્ટ
- માનાંકો
- આંકડાકીય સ્ત્રોત
- ડિરેક્ટરી

2) બિનપ્રલેખીય સ્ત્રોત (Non- Documentary Source)

- સલાહકાર સંસ્થાઓ
- માહિતી પૃથ્થકરણ કેન્દ્રો
- પેટન્ટ કાર્યશાસ્ત્રીઓ
- વેપાર પ્રતિનિધિઓ

1) પ્રલેખીય સ્ત્રોતો (Documentary Sources)

a. સંશોધન સામયિકો :-

કોઈ ઈજનેરી સંસ્થામાંથી કેમિકલ પ્રક્રિયાની છેલ્લી સંશોધનની માહિતી માંગેલ હોય તો તેના લેખો S અને T સમાયિકોમાંથી માહિતી શોધવી પડે.

b. વેપાર સામયિકો :-

વેપાર ધંધા વિષે અદ્યતન માહિતી વેપાર અને ધંધાને લગતા અદ્યતન લેખોમાંથી મળે આ માટે પ્રાથમિક સ્ત્રોત કે જેમાં વાસ્તવિક માહિતી રહેલ છે તે શોધવા માટે દ્વિતીય અને તૃતીય કક્ષાના સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ કરવો પડે છે. વાણિજ્ય સંબંધિત માહિતી પુરી પાડવા માટે AB1/INFORM Global અને LEXIS- NEXIS નો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

c. હેન્ડબુક અને પરિચય પુસ્તિકા :-

આ સ્ત્રોતને માર્ગદર્શિકા તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. તેમાં માહિતી ટુંકાણમાં હોય છે. જેમાં વિવિધ આકૃતિ, ટેબલ, આલેખ, સુત્રો, સિધ્ધાંતો, પ્રતીકો વગેરેનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. ઈજનેરો અને ટેકનિશિયનો દ્વારા ઉપયોગમાં લેવાતા સ્ત્રોત છે. ઈજનેરી અને તકનીકી ક્ષેત્રમાં માહિતી વિસ્તૃત પ્રમાણમાં હોય છે. સંદર્ભ ગ્રંથપાલો માહિતી શોધવા અને સંચાલન માટે સંદર્ભ સાધન તરીકે તેનો ઉપયોગ કરે છે.

દા.ત. Chemical Rubber Company

પર્યાવરણ વિજ્ઞાન અને રસાયણશાસ્ત્ર ક્ષેત્રમાં પુસ્તિકા પ્રકાશિત કરે છે.

d. જાહેરાતો:- (Advertisement)

સંસ્થાઓ તેમના ઉત્પાદનનો અને સેવાઓની વૃદ્ધિ માટે જાહેરાત આપે છે. જાહેરાતો વેપારી સામયિકો વર્તમાનપત્રો, પુસ્તકો, રેડિયો, ટી.વી. અને ઇન્ટરનેટ પર જોવા મળે છે. આ જાહેરાતો પેઢીના મહત્વના ભાગની માહિતી આપે છે. જે હરીફાઈ કરતી કંપનીને પણ ઉપયોગી પુરવાર થાય છે.

e. પેટન્ટ :- (Patents)

જે કંપનીઓ સંશોધન કરતી હોય છે તેમણે તેમના સંશોધનના રક્ષણ માટે તેમના ઈજારાની જરૂરીયાત હોય છે અને બે રીતની સંશોધન પ્રવર્તમાન પેટન્ટ પણ તેમણે જાણવાની જરૂર હોય છે. પેટન્ટ તૈયાર કરવા માટે નિષ્ણાંતો દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. તેમાં પેટન્ટના કાયદાશાસ્ત્રી તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

મોટા ભાગના દેશોમાં પેટન્ટ પદ્ધતિઓ માટે કાયદાઓ હોય છે. અને તે અધિકૃત પ્રકાશનો દ્વારા પ્રકાશિત કરવામાં આવતા હોય છે. ભારતીય પેટન્ટ શોધ માટેની વાઙ્મયસૂચિ સાધનોમાંની એક છે. તે CD રોમ પરનો માહિતી સંગ્રહ છે કે જે su INPAT, INPAT એ NISCAR દ્વારા તૈયાર કરેલ છે. તે ભારતમાં માન્યતા પામેલ 52600 ભારતીય પેટન્ટની માહિતી પુરી પાડે છે. (1975-2002)

f. માનકો :- (Standards)

માનકોની જરૂરીયાત વસ્તુની/ઉત્પાદનની વિશ્વસનીયતા, સમાનતા, પ્રક્રિયા અને સેવાની ખાતરી આપવા માટે જરૂરી છે. જેમની પાસે વિસ્તૃત બજાર અને નિકાસના અવકાશ છે તેવા

ઉત્પાદકો તેમના ઉત્પાદનો દેશ વિદેશમાં સ્વીકારવાની યોગ્યતાની ખાતરી કરવા માનાંકોની શોધમાં હોય છે. માનાંકો કાર્યનું લઘુત્તમ ધારેણ અને ગુણવત્તાસભર સેવાઓ માટે ભલામણ કર્તા હોય છે. માનાંકો બે પ્રકારના હોય છે. (1) મૂળભૂત (2) તકનીકી મૂળભૂત માનાંકો મૂળભૂત અસ્તિત્વ ધરાવતા ચીજવસ્તુ સાથે સંબંધિત છે. જ્યારે તકનીકી માનાંકો ઉત્પાદન સેવા સાથે સંબંધિત છે. સંદર્ભ ગ્રંથપાલ દ્વારા મોટાભાગના પ્રશ્નો આંતરરાષ્ટ્રીય પ્રાદેશિક અને રાષ્ટ્રીય માનાંકો સંસ્થા દ્વારા તૈયાર કરાયેલ વાડ્મયસૂચિ સાધનોનો ઉપયોગ કરી હલ કરી શકાય છે. માનાંકો અને આંતરરાષ્ટ્રીય માટે રાષ્ટ્રીય સંગઠનો કાર્યરત છે.

g. આંકડાકીય સ્ત્રોતો :- (Statistical Sources)

ભારતમાં જે દેશના આંકડાકીય પ્રવૃત્તિઓના સમન્વય માટે કેન્દ્રીય આંકડાકીય સંસ્થા જવાબદાર છે. આ સંસ્થાની સેવામાં રાષ્ટ્રીય આવક હિસાબ, ઉદ્યોગોના વાર્ષિક સર્વે, ગ્રાહક મૂલ્યાંકન, આંકડાકીય માહિતીનો પ્રસારનો સમાવેશ થાય છે. CSD ના પ્રકારો નીચે મુજબ છે.

રાષ્ટ્રીય સ્ત્રોતો :-

- 1) Statistical Abstract India Annue
- 2) Index of Industrial Production

આંતરરાષ્ટ્રીય સ્ત્રોતો :-

Statistical year book 1948 –

2) બિન પ્રલેખીય સ્ત્રોતો :-

a. સલાહ સંગઠનો :-

તકનીકી તપાસ ક્ષેત્રમાં સલાહ સંગઠનો અને સલાહકારો દ્વારા અપાતી સેવાઓનો સમાવેશ થાય છે. આ સેવાઓ ઉપયોગની સ્થાપનાથી શરૂ થઈ ઉત્પાદનોના બજાર સુધીની હોય છે. ઉદ્યોગની જરૂરીયાતને આધારેની યોજનાઓ, નવા ઉદ્યોગને સ્થાપવાને લગતી, નવા બજારને લગતી પ્રવૃત્તિઓ હાથ પર લે છે.

b. માહિતી પૃથ્થકરણ કેન્દ્રો :-

CMIE એક એવું IAC છે કે જે ભારતના આર્થિક અને વ્યાપારી માહિતીના આધારે વિવિધ અર્થતંત્રના ક્ષેત્રોમાં ઉત્પાદનો અને સેવાઓની માહિતી પૃથ્થકરણ તૈયાર કરે છે. સંશોધન પુરા પાડે છે. તે મુદ્રિત અને વિજ્ઞાણકીય સ્વરૂપે ઉપલબ્ધ છે. તેમાં કેટલીય સેવાઓ અને માહિતી સંગ્રહો પુરા પડાય છે.

c. કાયદાકીય એકસ્વ :-

પેટન્ટ કાયદાકીય વિશેષજ્ઞોને પેટન્ટ કાયદાવિદો કહેવામાં આવે છે. તેઓ પેટન્ટને લગતી તમામ બાબતો સાથે સંબંધ ધરાવે છે. તેઓ વિશાળ અનુભવને લીધે પેટન્ટના દસ્તાવેજો હલ કરવા અને ટેકનીકલ પ્રશ્નોના જવાબ આપે છે. તેમની નોંધણી Controller General of Patents

Design and Trademarks (CGPDTM) સાથે નોંધાયેલા હોય છે. અને આ સાથે જોડાયેલ એજન્ટોના નામ તેના પ્રકાશનોના અધિકૃત ગેઝેટમાં પ્રકાશિત થાય છે.

d) વ્યાપારી પ્રતિનિધીઓ :-

કેટલીક વેપારી પેઢીઓ વેપારની વૃદ્ધિ માટે વ્યાપારી પ્રતિનિધીમાં રાખતી હોય છે. આ પ્રતિનિધીઓ દ્વારા ભાવિ ખરીદારોની મુલાકાત લઈ કંપનીના ઉત્પાદનોનું વેચાણ કરે છે. નમુના પુરા પાડે છે અને પ્રદર્શનોનું આયોજન કરે છે. તેઓ ઉત્પાદન સંબંધિત તકનીકી પ્રશ્નોના જવાબ પણ આપે છે.

7.2.5 ઉલ્લેખ પૃથ્થકરણ આધારિત પેદાશો અને સેવાઓ :-

સંદર્ભોની યાદીને ઉલ્લેખ કહેવામાં આવે છે. લેખક જેનો ઉલ્લેખ લખાણમાં કરે છે. ઉલ્લેખ આપનાર પેપરમાં ઉલ્લેખો અને સંદર્ભ શબ્દો પરસ્પર આપવા સંદર્ભ તરીકે ઓળખાય છે.

❖ અર્થ :-

ઉલ્લેખનો પરના અભ્યાસો ઉલ્લેખ પૃથ્થકરણ તરીકે વપરાય છે. તેને Cito – analysis અભ્યાસો તરીકે પણ ઉલ્લેખાય છે. ઉલ્લેખ પૃથ્થકરણ દ્વારા વિકસેલ સેવાઓ અને ઉત્પાદનો Cito – analytical ઉત્પાદનો તરીકે ઓળખાય છે.

❖ હેતુ :-

- સંશોધન સામયિકોનું પરોક્ષ મૂલ્યાંકન કરવા
- ગ્રંથાલયમાં પ્રલેખોના ઉપયોગને નિશ્ચિત કરવા
- અગત્યના પ્રલેખો મેળવવાનું માર્ગદર્શન આપવા
- કાર્યકરો શોધવાનો
- સંસ્થાએ બીજાઓ ઉપર કરેલ અસર ચિત્રિત કરવા.
- જ્ઞાન વિસ્ફોટ, વિતરણ, વિકાસ અને વિષયાંગી પ્રાચીનતાનું મૂલ્યાંકન કરવું.

❖ ઉલ્લેખ નિર્દેશીકાઓ :-

ઉલ્લેખ નિર્દેશીકા એ ઉલ્લેખિત સંદર્ભો સાથે સ્રોત નમૂનાઓ પર પ્રક્રિયા કરતી સ્વયંસંચાલિત સૂચિકરણની પ્રક્રિયા છે. ઉલ્લેખ નિર્દેશીકરણ એ Cito – analytical ઉત્પાદનોનો આધાર છે. 1960 ના દાયકાની શરૂઆતની બે પ્રયોગાત્મક યોજનામાં Dr. Engene Garfield સંકળાયેલા હતા. તેમાં નિર્દેશીકરણ ક્ષેત્રમાં અગ્રગણી હતા.

આ બે યોજનામાં બે ઉત્પાદન કંપની દ્વારા યોજેલા 5000 રાસાયણિક પેટન્ટના ઉલ્લેખોની નિર્દેશીકરણ અને National Institute of Health America ની Genetic citation Index યોજના.

- 562 સામયિકો અને મિલિયન ઉલ્લેખો આવરતું Science Citation Index ડૉ. ગોરફીલ્ડ દ્વારા પ્રકાશિત કરવામાં આવ્યું.

- 2001માં IST web of knowledge પીઠિકા શરૂ થઈ કે જે વિવિધ મુદ્રિત અને વિજ્ઞાન સ્રોત જેવી પેટન્ટ પ્રક્રિયાઓ, સામયિક સાહિત્ય, સંશોધનો અને જૈવિક ક્રમિકતાને જોડે છે.

❖ **Science Citation Index (SCI) :-**

વિશ્વના 200 વિદ્યાશાખાના અગ્રણી તકનીકી અને વૈજ્ઞાનિક સામાયિકોના પ્રવેશનો સમાવેશ SCI માં થાય છે. તેમાં કેટલાક સામયિકો ઉપરાંત પુસ્તકો પણ આવરી લેવામાં આવે છે. તે દ્વિમાસિક છે. ૧૯૮૮થી સીડી રોમ આવૃત્તિ ઉપલબ્ધ છે. 1988 થી સીડી રોમ આવૃત્તિ ઉપલબ્ધ છે. SCI વિજ્ઞાનકીય આવૃત્તિનો અસંખ્ય પ્રવેશ કેન્દ્ર છે. શોધકારો પુનઃ પ્રાપ્તિ નોંધો તેમજ શોધ સ્તરોની સેવા કરી શકે છે.

❖ **Social Science Abstract (SSCI) :-**

SSI ના 300 કરતાં વધારે જર્નલમાંથી પસંદગીના સંદર્ભિત બાબતો અને વિવિધ વિદ્યાશાખાઓમાં દુનિયાના લગભગ 1700 અગ્રણી સામાજિક અને વર્ણલૂક વિજ્ઞાન સામયિકોનો પ્રવેશ પૂરો પાડે છે. તેમાં મોનોગ્રાફ પણ હોય છે. તે દ્વિમાસિક છે. વાર્ષિક અને 29 બહુવર્ષિય સીડી રોમ આવૃત્તિ 1989 થઈ શરૂ કરીને વર્ષમાં ચાર વખત પ્રકાશિત થાય છે. 1951 સુધીના ગ્રંથો ઉપલબ્ધ છે.

❖ **કલા અને માનવવિદ્યા નિર્દેશીકા :-**

1150 કરતાં વધારે માનવવિદ્યાના સામયિકોની પ્રાપ્તિ પૂરી પડતો સંચય છે. અમુક વિદ્યાશાખાનાં વિસ્તૃત ક્ષેત્રોમાં 7000 SST તથા સમાજ વિજ્ઞાન સામયિકોમાંથી વ્યક્તિગત રીતે પસંદગીના નમૂનાનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે. દ્વિમાસિક મુદ્રિત આવૃત્તિ અને ચાર માસિક સી.ડી. રોમમાં પ્રકાશિત થાય છે. 1980 થઈ પૂર્વ ગ્રંથો મળે છે.

❖ **ઉલ્લેખ નિર્દેશીકાઓ આધારિત ઉપજો :-**

વિવિધ હેતુઓ માટે ઉલ્લેખ પૃથ્થકરણ આધારે ઉલ્લેખ નિર્દેશીકાઓ વિકસાવી શકાય છે. ISI એ આવા અસંખ્ય ઉત્પાદનો વિકસાવ્યા છે. દા.ત.

❖ **સામયિક ઉલ્લેખ અહેવાલ (Journal Citation Report) :-**

ICR સંપૂર્ણ ઉલ્લેખ અસર પરિબળ, તત્કાલ SCI અને SSCI ના સ્રોત જર્નલના વર્તમાન વર્ષના અંકોના સંદર્ભોમાંથી અર્થ — જીવન ઉલ્લેખ દ્વારા જર્નલની ક્રમિક યાદી પૂરી પાડે છે તે SSI સામયિકોની યાદી પણ પૂરી પાડે છે.

1975 વાર્ષિક પ્રકાશિત વિશ્વના અગ્રીમ જર્નલનું મૂલ્યાંકન 1975થી કરે છે. વિશ્વના તમામ અગત્યની SSI અને સમાજવિજ્ઞાન સામયિકો માટે માહિતીબાણ તરીકે કાર્ય કરતું cita — analytical અધિતથ્ય ઉત્પાદન છે. તે મુદ્રિત અને CD રોમ સ્વરૂપે ઉપલબ્ધ છે. JCK નો ઉપયોગ ગ્રંથાલયો પ્રકાશનો, સંપાદકો, લેખકો, માહિતી પૃથ્થકરણ કન્દ્રો વગેરે કરે છે.

❖ **ઉલ્લેખ નિર્દેશીકાનો ઉપયોગ :-**

- સંખ્યા સેવાઓ અને ઉત્પાદનો ઉત્પાદિત કરવા.

- વાઙ્મયસૂચિના સંપાદન અને સાહિત્ય શોધ સેવા માટે
- સંદર્ભની જાણકારી મેળવવા
- વિષયોના માળખાના અભ્યાસ માટે
- સંશોધનમાં ભારતીય જ્ઞાનનું વૈશ્વિક સ્તરે મૂલ્યાંકન કરવા

7.2.6 માહિતી સેવાની રૂપાંતરિત વ્યવસ્થા :-

માહિતી ટેકનોલોજીના ઉપયોગને લીધે ઉપભોક્તા માટે પુસ્તકાલય અને માહિતી સેવાઓની પધ્ધતિ બદલાવી છે. માહિતી કેન્દ્રો અને પુસ્તકાલયમાં ICIના સાધનો અને તકનીકીનો ઉપયોગ થાય છે. ICI ના ઉપયોગથી જરૂરીયાત મુજબ માહિતી સ્ત્રોત અને સેવામાં રૂપાંતર શક્ય બન્યું છે અને માહિતી સેવામાં વૈવિધ્ય રીતે પૂરી પાડી શકાય છે.

મોટાભાગના ઉપભોક્તા ઉત્પાદનની સેવા સ્વરૂપમાં માંગે છે કે જે સરળતાથી માહિતીના મૂલ્ય અને પ્રસ્તુતાનું માપન કરવા તેઓને મદદ કરી.

ઈન્ટરનેટ પર અસંખ્ય રૂપાંતરિત માહિતી સેવા ઉલ્લેખ છે. ઘણા માહિતી સ્ત્રોતો ઈન્ટરનેટ આધારિત ઉત્પાદનો અથવા સીડી રોમ ઉત્પાદનો તરીકે ઉપલબ્ધ છે. સીડી રોમ કરતાં ઈન્ટરનેટ વધારે ઉપયોગી સ્ત્રોત છે. ICI ના ઉપયોગથી અસંખ્ય રૂપાંતરિત માહિતી સેવાનું ઉત્પાદન કરી ઈન્ટરનેટ દ્વારા ઉપલબ્ધ કરવી શકાય છે.

❖ ISI web science :-

ISI web science એ 1997 થી શરૂ કરાયેલ ઉલ્લેખ ગ્રંથાલય અને વિસ્તૃત વાઙ્મય સૂચિના પ્રવેશનો વેબ આધારિત સમન્વય છે. Thomson scientific તહેવતી Institute or scientific information (ISI) નું ઉત્પાદન કરે છે. જેમાં SCI, SSCI, ASHCI, Index Chemicus અને current chemical Reaction એમ પાંચ ડેટા બેઝનો સમાવેશ કરે છે. તે વિવિધ શોધ વિકલ્પો રજૂ કરી વર્ષોની શૃંખલામાંથી પાશ્ચાત્યવર્તી ઉલ્લેખો અને સ્ત્રોત ડેટાબેઝને શોધે છે. web of science નં ના નીચે મુજબના વિકલ્પો છે. વિસ્તૃત વાઙ્મયસૂચી અને ઉલ્લેખ ગ્રંથાલયના પ્રવેશનો વેબ આધારિત સમન્વય એટલે ISI Web Science તેની શરૂઆત 1997 માં થયેલ. તેમાં SCI, SSCI, ASHCI, Index Medicus અને Current Chemical Reaction જેવા પાંચ ડેટાબેઝનો સમાવેશ થાય છે. તેના દ્વારા અધિકૃત વિષયવસ્તુની શોધ સુવિધા પુરી પાડવામાં આવે છે. વર્ષોની શૃંખલામાંથી સ્ત્રોત ડેટાબેઝને અને પાશ્ચાત્યવર્તી ઉલ્લેખો શોધવાની શક્તિઓ ધરાવે છે. શોધકને વિવિધ શોધ વિકલ્પોમાંથી માહિતી સંગ્રહો પસંદ કરવાની તક પુરી પાડે છે. તેના શોધ વિકલ્પો જોઈએતો તેમાં વિકસીત, રૂપાંતરીત, સામાન્ય, ઝડપી, રચના, વિકસીત અને મુક્ત શોધનો વિકલ્પ પુરો પડે છે.

- ઝડપી શોધ
- સામાન્ય શોધ
- સંદર્ભ શોધ
- રચના શોધ
- વિકસિત શોધ

- મુક્ત કરેલ સેવા શોધ

❖ લક્ષણો :-

- વર્તમાન સંશોધનના પેપર અથવા અન્ય પ્રકાશિત બાબતો શોધવા
- સમયસર શોધ
- પ્રાથમિક સાહિત્યની સંપૂર્ણ માહિતી પૂરી પાડવી
- 1900 – 1994 માં પ્રકાશિત વૈજ્ઞાનિક લેખોના માટે ઉપયોગકારને પ્રવેશ આપે છે.
- માહિતી સંગ્રહમાંથી ઉપયોગકર્તા નોંધ વિકાસ કરી શકે અથવા ડાઉનલોડ કરી શકે છે.
- વર્તમાન સંશોધન પર પ્રકાશિત અન્ય બાબતની અસર શોધવા સમયસર પ્રયત્નો કરે છે.
- ઉપયોગકર્તા માહિતી સંગ્રહોમાંથી નોંધો ડાઉનલોડ કરી શોધ સૂત્રો સેવ કરી શકે છે.
- પ્રાથમિક સામર્થ્ય પુરું પાડે છે.

❖ ISI Web of Knowledge :-

વિદ્વાનો, સંશોધકો અને માહિતી વ્યાવસાયિકોને વિવિધ સ્ત્રોતને શોધ કરવા માટે મદદ કરતું ISI Web of Knowledge સુગ્રંથિત ઈન્ટરનેટ આધારિત મંચ છે.

તેના જુદા જુદા વિષય વસ્તુઓ જોઈએતો,

❖ હાર્દરૂપ વિષયવસ્તુ :-

તેનું હાર્દરૂપ વિષય વસ્તુ થઈ વર્તમાન વિદ્રતાપૂર્ણ સાહિત્ય, સામાયિક સાહિત્ય અને ઉલ્લેખ નિર્દેશી, પરિષદ કાર્યવાહી અને ઈજરાપત્ર સાહિત્યના પ્રવેશ માટેનું સાધન છે.

❖ પૃથ્થકરણીય વિષયવસ્તુ :-

જો વિદ્રતાપૂર્ણ સામયિકોના મૂલ્યાંકન માટેનું સાધન SSI તથા સમાજવિકસાયેલ પ્રવાહો શોધવા માટેનું સાધન છે તે વિશ્વની સૌથી વધારે ઉલ્લેખ સંશોધકો અને તેમની સિદ્ધી પર માહિતી પૂરી પાડે છે.

❖ યજમાન વિષયવસ્તુ :-

જીવવિજ્ઞાનોના સાહિત્યની પ્રાપ્તિ જીવન અને કૃષિ વિજ્ઞાનના સાહિત્યના ખાદ્ય વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી સાર.

❖ માહિતી વ્યવસ્થાપક ઉપકરણો :-

- ઈન્ટરનેટ સ્ત્રોતો અને પુસ્તકાલયોના સંગ્રહોની સમાવેશ કરવા અને પુન : શોધ માટે શક્તિશાળી બનાવે છે.
- પ્રકાશકો દ્વારા પ્રકાશિત સંપૂર્ણ ગ્રંથ પ્રલેખોના સીધા જ પ્રવેશ માટે આવી જોડી જોડનાર ISI web of knowledge તમામ પ્રકારની વર્તમાન જરૂરીયાત સંબંધિત માહિતીની જરૂરીયાતો પૂરી પાડે છે. તે દરરોજની જરૂરીયાતો તથા આલંધન જરૂરીયાતો સંબંધિત માહિતી પૂરી પાડે છે. આ માહિતી પેદાશો અસંખ્ય માહિતી પેદાશોને ગ્રંથિત કરીને ગતિશીલ અને બહુ વિધ માહિતી આપે છે.

❖ J- Gate :-

પુસ્તકાલયો અને માહિતી કેન્દ્રો માટે 2001 થી Informatics (India) દ્વારા પુરી પાડવામાં આવતી વિષયવસ્તુ પ્રવેશ દ્વાર સેવા છે.

J – Gate 14000 કરતાં પણ વધારે સામયિકોના વિષયવસ્તુ પરત્વે ઈન્ટરનેટ આધારિત સેવા પુરી પાડે છે. 3000 કરતા વધારે Open Access સામયિકોનો તેમાં સમાવેશ થાય છે. ઉપભોક્તાને પૂર્ણ ગ્રંથલેખો મારફતે ઉપલબ્ધ છે. J – Gate ના માહિતી સંગ્રહો વિવિધ પ્રવેશ બિંદુઓ જેવાકે વિષય, લેખક, ચાવીરૂપ શબ્દો વગેરે અંગ્રજી ભાષામાં શોધી શકાય. J – Gate ની અંદર કૃષિ અને જીવશાસ્ત્ર, કલા અને ભાષાવિજ્ઞાન, મૂળભૂત વિજ્ઞાનો, પુસ્તકાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનના ઉપભોક્તા એકજ સમયે એક જ વિષય અથવા એક કે વધારે વિષયની શોધ કરી શકે છે. J – Gate સેવાને J – Gate Custom Content (JCC) Service અને J – Gate Custom Contents for Consortia, (JCCC) રૂપાંતરિત કરે છે. ઉપયોગકર્તા UGC Infonet માં સામયિકો સુધીજ તેની શોધ મર્યાદિત કરી શકે છે. ગ્રંથાલયમાં ઉપયોગકર્તા લવાજમ ભરાયેલ સામયિકોની વિષયવસ્તુની સારણી શોધી શકે છે. મેળવી શકે છે. JCC અને JCCC ઉપયોગ કર્તાએ e-mail દ્વારા સામયિકોની વિષયવસ્તુ સારણી પુરી પાડે છે. આ ઈ-મેઈલ સેવા – JOC તરીકે અપાય છે. ઉપયોગકર્તા પોતાની રીતે પોતાના રસના વિષયોની માહિતી શોધી શકે છે. J – Gate વર્તમાન માહિતી જરૂરિયાતોની માહિતી પુરી પાડે છે.

7.3 સારાંશ

આ એકમમાં ઉપભોક્તાને માહિતી શક્તિ સ્વરૂપમાં પ્રાપ્ત થાય તો તરત જ ઉપયોગ કરતાં હોય છે. આ એકમમાં સાહિત્ય શોધ સેવા, તકનીકી તપાસ સેવા, પ્રલેખપૂર્તિ સેવા, અનુવાદ સેવા વિષે ચર્ચા કરી કમ્પ્યુટર અને દૂરપ્રત્યાયન ટેકનોલોજીના વિકાસ પરતેની અસરની ચર્ચા કરવામાં આવી છે. કમ્પ્યુટર આધારિત શોધમાં ઓછો સમય અને ખર્ચની પ્રક્રિયા બનાવી છે. યંત્ર ભાષાંતર સંશોધન Main Frame માટે અસંખ્ય MT પદ્ધતિઓ પર્સનલ કમ્પ્યુટર અને ઈન્ટરનેટમાં પરિણમી છે. કમ્પ્યુટર આધારિત અનુવાદ સાધનોની ઉપલબ્ધતા દ્વા.ત. બહુભાષી શબ્દકોશ પર્યાયવાચી શબ્દોની ડેટાબેઝ બહુભાષી શબ્દ પ્રક્રિયા વ્યાવસાયિક અનુવાદકો દ્વારા અનુવાદ કાર્યને અત્યંત સુસજ્જ બનાવી રહ્યા છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓમાં વિષયવસ્તુ પૃથ્થકરણ અને તેનો વિનિયોગ ઉપભોક્તાની માહિતી એવા જરૂરિયાત અનુસાર માહિતી સેવાઓની રૂપાંતરિત વ્યવસ્થા, ઉલ્લેખ પૃથ્થકરણ પેદાશો અને માહિતી સેવાઓમાં તેના વિનિયોગની ચર્ચા કરી પ્રલેખીય અને બિન પ્રલેખીય માહિતી સ્ત્રોતની ચર્ચા કરી. માહિતીસ્ત્રોત તરીકે ઈન્ટરનેટના ઉપયોગની ચર્ચા કરી. તમામ સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ કરીને એક વ્યાવસાયિક ગ્રંથપાલ ઉપયોગકારને મૂલ્યવર્ધિત માહિતી સેવા પુરી પાડી શકે છે.

7.4 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

પ્રશ્ન : 1 માહિતી સેવાઓના પ્રકારો જણાવો.

ઉત્તર: 1 માહિતી સેવાઓના પ્રકારો નીચે મુજબ છે.

અનુવાદ સેવા, પ્રલેખ વિતરણ સેવા, વાઙ્મયસૂચી અને સાહિત્ય શોધ સેવા, શોધ તકનીકી અને પૂછપરછ સેવા, ઉદ્દેખ પૃથક્કરણ આધારિત પેદાશો અને સેવાઓ, માહિતી સેવાની રૂપાંતરિત વ્યવસ્થા સેવા.

પ્રશ્ન : 2 બિન પ્રલેખીય સ્ત્રોતો જણાવો.

ઉત્તર: 2 બિન પ્રલેખીય સ્ત્રોતો નીચે મુજબ છે.

સલાહ સંગ્રહનો, માહિતી પૃથક્કરણ કેન્દ્રો, કાયદાકીય એક્સ્વ, વ્યાપારી પ્રતિનિધિઓ

પ્રશ્ન : 3 ISI web science ના લક્ષણો જણાવો.

ઉત્તર: 3 ISI web science ના લક્ષણો નીચે મુજબ છે.

- વર્તમાન સંશોધનના પેપર અથવા અન્ય પ્રકાશિત બાબતો શોધવા
- સમયસર શોધ
- પ્રાથમિક સાહિત્યની સંપૂર્ણ માહિતી પૂરી પાડવી
- ૧૯૦૦ – ૧૯૮૪ માં પ્રકાશિત વૈજ્ઞાનિક લેખોના માટે ઉપયોગકારને પ્રવેશ આપે છે.
- માહિતી સંગ્રહમાંથી ઉપયોગકર્તા નોંધ વિકાસ કરી શકે અથવા ડાઉનલોડ કરી શકે છે.
- વર્તમાન સંશોધન પર પ્રકાશિત અન્ય બાબતની અસર શોધવા સમયસર પ્રયત્નો કરે છે.
- ઉપયોગકર્તા માહિતી સંગ્રહોમાંથી નોંધો ડાઉનલોડ કરી શોધ સૂત્રો સેવ કરી શકે છે.
- પ્રાથમિક સામર્થ્ય પુરું પાડે છે.

પ્રશ્ન : 4 ન્યુઝલેટરને નિર્દેશીકરણ અને સારાંશીકરણ જેવી સેવાઓમાં સમાવેશ કરવામાં શા માટે આવતો નથી ?

ઉત્તર- 4 - ન્યુઝ લેટરમાં રહેલ માહિતી અદ્યતન હોય છે. જે તત્કાલીન ઉપયોગ માટેની હોય છે. આને લીધે તે ઝડપથી પોતાની અદ્યતનતા ગુમાવતી હોવાથી કાયમી સ્વરૂપ ધરાવતી નિર્દેશીકરણ અને સારાંશીકરણ જેવી સેવાઓમાં ઉપયોગ કરવામાં આવતો નથી.

❖ બહુવૈકલ્પિક પ્રશ્નો.

- 1) માહિતી સેવાઓના મુખ્ય પ્રકાર કેટલા છે?
(A) 1 (B) 2 (C) 3 (D) 4
- 2) સક્રિય માહિતી સેવા શું આધારિત છે?
(A) વપરાશકર્તાની વિનંતી પર (B) વપરાશકર્તાની અપેક્ષિત માંગ પર
(B) પુસ્તકાલયના નિયમો પર (D) ટેકનોલોજી પર
- 3) નિષ્ક્રિય માહિતી સેવા કઈ બાબત પર આધારિત છે?
(A) આપમેળે સેવા (B) વપરાશકર્તાની વિનંતી

(C) લાઇબ્રેરી મેનેજમેન્ટ

(D) માહિતી સંગ્રહ

4) અનુવાદ સેવા શું છે?

(A) માહિતી સંગ્રહ કરવાની પ્રક્રિયા

(B) ડોક્યુમેન્ટ વિતરણ

(C) એક ભાષામાંથી બીજી ભાષામાં રૂપાંતર

(D) સૂચિ બનાવવી

5) NISCAIR શું છે?

(A) પુસ્તકાલય

(B) અનુવાદ સેવા કેન્દ્ર

(C) શાળા

(D) પ્રકાશન કંપની

6) Document Delivery Service (DDS) શું કરે છે?

(A) પુસ્તકો વેચે છે.

(B) માહિતી શોધે છે.

(C) દસ્તાવેજ પૂરા પાડે છે.

(D) ભાષાંતર કરે છે.

7) અનુવાદ પ્રક્રિયામાં SL નો અર્થ શું છે?

(A) Source Language

(B) Simple Language

(C) Standard Language

(D) System Language

8) Information Services નો મુખ્ય હેતુ શું છે?

(A) પૈસા કમાવા

(B) માહિતી પહોંચાડવી

(C) મનોરંજન

(D) શિક્ષણ બંધ કરવું

9) MT (Machine Translation) માં શું ઉપયોગ થાય છે?

(A) માણસ

(B) પુસ્તક

(C) કમ્પ્યુટર

(D) શિક્ષક

10) World Translation Index (WTI) શું દર્શાવે છે?

(A) પુસ્તકોની કિંમત

(B) અનુવાદિત દસ્તાવેજોની સૂચિ

(C) લાઇબ્રેરી સમય

(D) વિદ્યાર્થી યાદી

બહુવૈકલ્પિક પ્રશ્નોનાં ઉત્તરો.

(1) B

(2) B

(3) B

(4) C

(5) B

(6) C

(7) A

(8) B

(9) C

(10) B

7.5 ચાવીરૂપ શબ્દો (KEY WORDS)

1. **Research Library Group (RLG)** : માહિતી પ્રવેશ અને વ્યવસ્થાપનના પડકારોના ઉકેલ સર્જવામાં સાથે કાર્ય કરતું નફારહિત સભ્યપદ.
2. **દફતર સંગ્રહ (Archive)** :- માન્ય સંગ્રહાલયમાં રખાયેલ જાહેર નોંધો અથવા ઐતિહાસિક દસ્તાવેજો.
3. **Translation Memory (TM)** : તે માનવ અનુવાદકો માટે કમ્પ્યુટર આધારિત સાધનો જેમાં શબ્દકોષો, પર્યાયવાચી માહિતી સંગ્રહો, બહુભાષી શબ્દ પ્રક્રિયા સોફ્ટવેર, સ્કેનર, લેસર પ્રીન્ટર અને ટ્રાન્સલેશન મેમરીનો સમાવેશ થાય છે.
4. **સહપદ (Cito-Analytical Product)** : સ્રોતલેખ શીર્ષકમાં જોવા મળતો શબ્દ અને વિનિમય વિષય નિર્દેશમાં પ્રાથમિક પદના ઉત્તરતા દરથી ગણાતું પદ.
5. **Citation (ઉલ્લેખ)** :- સંદર્ભોની યાદી છે કે જેનો ઉલ્લેખ લેખક દ્વારા તેના લખાણમાં કરવામાં આવે છે.

7.6 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન (Reference and further reading)

1. Americal chemical society (2002), Chemical Abstracts - Index condie, Columbus (ohio) Chemical Abstracts Service.
2. Denis E. B. (1981). Using the Biological Literature: A Practical Guide: NY: Marcel Deuker.
3. Penland, partic R. (1971). Content Analysis. In Kent, Alien and Lancour, Harold (ed) Encyclopaedia of Libeary and Information Science, New York: Marcel Dekher Inc. vol. 5, pp. 632-65.
4. Rejam T. N. (1997). Content Analysis and its correlation to users. MLIS-03, Block-3. Unit-9, New Delhi, Indira Gandhi Open University.
5. Sen, B. K. (1997). Aids to Information Sources, In MLIS-03, Block-3, Unit-12 New Delhi Indira Gandhi National Open University.
6. Sheery, E.R. (1976) Guide Reference books 9th ed. Chicago ALA.
7. Vickery, B. C (1968). Analysis of Information. In Kent, Allen and Lancour, Hareld (eds) Encyclopaedia of library and Information Science. New York: Marcel Deuker Inc. Vol. 1, PP 355-84.
8. McGarth, Mike (2003). Interlending and Document Supply: A Review of Recent Literature. XLIV. Interlending and Document Supply. 31(1), 35-41.
9. McGarth, Mike (2003). Interlending and Document Supply: A Review of Recent Literature. XLVI. Interlending and Document & Supply. 31(3), 201-07.
10. McGarth, Mike (2004). Interlending and Document Supply: A Review of Recent Literature. XLVIII. Interlending and Document Supply. 32(1), 50-4.
11. Anand, CM. (1994). Document Delivery Service. In:MLIS-04, Block-02, Unit-7. New Delhi: IGNOU.
12. Dhaka, R.P.S. (1994). Translation Service. Revised by Kumar, Shailender. In: MLIS- 04, Block-02, Unit-8. New Delhi: IGNOU.
13. Sen, B.K. (1994). Literature Searches and Bibliographies. In: MLIS-04, Block-02, Unit-5. New Delhi: IGNOU.
14. Sen, B.K. (1994). Technical Enquiry Service. In: MLIS-04, Block-02, Unit-6. New Delhi: IGNOU.

-: રૂપરેખા ::-

- 8.0 ઉદ્દેશો
- 8.1 પ્રસ્તાવના
- 8.2 માર્કેટિંગનો ખ્યાલ, વ્યાખ્યા
- 8.3 ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓ સાથે માર્કેટિંગનું જોડાણ
 - 8.3.1 ગ્રંથાલયમાં માર્કેટિંગનું અમલીકરણ
- 8.4 માહિતી ઉત્પાદન અને સેવાઓનું માર્કેટિંગ
 - 8.4.1 ગ્રંથાલયમાં માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ.
- 8.5 માહિતી ઉત્પાદન શ્રેણીઓ
- 8.6 ગ્રંથપાલમાં માર્કેટિંગ કૌશલ્યો
- 8.7 માર્કેટિંગ મિક્સ
- 8.8 માહિતી સેવાઓના માર્કેટિંગની જરૂરિયાત
- 8.9 ઈ- માર્કેટિંગ
- 8.10 સારાંશ
- 8.11 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 8.12 તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને ઉત્તરો
- 8.13 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

8.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

આ એકમ વાંચ્યા પછી, તમે સક્ષમ થશો:

- માહિતી એક વસ્તુ કે વેચાણ કરી શકાય તેવું ઉત્પાદન હોઈ શકે તેવી વિભાવન રજૂ કરવા.
- માહિતીના વિતરણની પ્રક્રિયા સમજવા.
- માહિતીનું બજારમાં વેચાણની શક્યતા નક્કી કરવા.
- માહિતી ઉત્પાદન અને સેવાઓમાં વીજાણું માર્કેટિંગની આવશ્યકતા જાણવા.
- માર્કેટિંગનો અર્થ અને ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવામાં તેની જરૂરિયાત સમજવા.
- માર્કેટિંગની વ્યૂહરચના ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવામાં કેવી રીતે લાગુ કરી શકાય તે સમજવા.
- ગ્રંથાલય અને માહિતીસેવામાં લાગુ પડતા માર્કેટિંગ મિશ્રણની વિભાવના અને સેવાઓના વર્ણન કરવા.

- ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાના સેટમાં માર્કેટિંગની જરૂરિયાત સમજવાનો.
- ગ્રંથપાલના માર્કેટિંગ કૌશલ્યો જાણવા.
- વિસ્તૃત ગ્રાહક ફોકસ અભિગમ અને અમલીકરણ સાથે સંબંધિત મુદ્દાઓ સમજવા.
- ગ્રંથાલય અને માહિતીસેવા સાથે માર્કેટિંગને જોડવા.
- માર્કેટિંગના નિર્ણયો ગ્રંથાલયમાં રોજિંદી કામગીરીમાં લેવા.
- ગ્રંથાલય અને માહિતીસેવાઓ સાથે માર્કેટિંગનું જોડાણ.

8.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

માહિતી બજારની 'નવી અર્થવ્યવસ્થા'માં પરિવર્તનના બે સૌથી શક્તિશાળી ડ્રાઇવર્સ, માહિતી અને સંચાર તકનીક અને બજારોનું આંતરરાષ્ટ્રીયકરણ, માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ માટેના બજાર પર મજબૂત અસર કરી રહ્યા છે. નવા વ્યૂહાત્મક જોડાણો બનાવવાની, નવા બજાર વિભાગોને ઓળખવા અને નવા ઉત્પાદનો વિકસાવવાની અને સામાન્ય રીતે, સપ્લાયર્સ અને ગ્રાહકો વચ્ચેના બદલાતા સંબંધોનું સંચાલન કરવાની માહિતી ઉદ્યોગની તમામ સંસ્થાને જરૂર છે. માહિતી બજારની સંસ્થાઓએ ટકી રહેવા અને વિકાસ કરવા, તેમના મિશન અને ભૂમિકા વિશે આત્મવિશ્વાસ રાખવો અને તકનીકી, આર્થિક, રાજકીય અને સામાજિક પરિબળો પ્રત્યે સતત સતર્ક રહેવાની, માર્કેટિંગ વિભાવનાઓ, અભિગમો અને યુક્તિઓના સંપૂર્ણ શસ્ત્રાગારનો ઉપયોગ કરવાની જરૂર છે. એક સંસ્થા કે જે માર્કેટિંગ ખ્યાલને અપનાવે છે તે ઉત્પાદનો પ્રદાન કરવાનો પ્રયાસ કરે છે જે ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને સંતોષે છે કે જે સંસ્થાને તેના લક્ષ્યો હાંસલ કરવા દે છે. માર્કેટિંગનો મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય ગ્રાહક સંતોષ છે. સંસ્થાના તમામ ક્ષેત્રો અને પ્રવૃત્તિઓને પર માર્કેટિંગનો ખ્યાલ અસર કરે છે. માર્કેટિંગને સંસ્થામાં પ્રવેશવાની જરૂર છે, માત્ર પ્રમોશનલ પ્રવૃત્તિઓ વિભાગ દ્વારા કરવામાં આવતી પ્રવૃત્તિઓને જ નહીં. Rowley1 (2006) માહિતી માર્કેટિંગને "માહિતી-આધારિત ઉત્પાદનો અને સેવાઓના માર્કેટિંગ તરીકે" વ્યાખ્યાયિત કરે છે. પુસ્તકો, ડીવીડી, સીડી, જર્નલ્સ લેખો, ડેટાબેઝ, ઇલેક્ટ્રોનિક જર્નલ્સ, અખબારો અને ડેટાબેઝનો સામાન્ય માહિતી આધારિત ઉત્પાદનોમાં સમાવેશ થાય છે. સામાન્ય માહિતી-આધારિત સેવાઓમાં ડેટાબેઝની એક્સેસ, ઇલેક્ટ્રોનિક વર્તમાન-જાગૃતિ સેવા, બિઝનેસ કન્સલ્ટન્સી સેવાઓ, વિષયના ગેટવે અને પોર્ટલ અને વેબ-આધારિત માહિતી સેવાઓનો સમાવેશ થાય છે. ગ્રાહક અને ઉત્પાદક વચ્ચે ઇન્ટરફેસ તરીકે ગ્રંથાલયો અને બુક શોપ, ડેટાબેઝ ઉત્પાદકો, ઓનલાઈન શોધ સેવાઓ(Online Search Services), બિઝનેસ ઇન્ટેલિજન્સ સેવાઓ (Business Intelligence Services) અને પોર્ટલ આ ઉત્પાદનોના સંદર્ભમાં ગ્રાહક અને ઉત્પાદક વચ્ચે ઇન્ટરફેસ કામ કરે છે. માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું માર્કેટિંગ એ ગ્રંથાલયો અને માહિતી સેવા ક્ષેત્રમાં એકદમ નવો ખ્યાલ છે. સમાજની પ્રવૃત્તિઓના પરિણામે, માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓની માંગ સતત વધતી રહી છે. દસ્તાવેજોની વધતી કિંમત, માહિતીની માંગમાં ફેરફાર સ્પર્ધા વગેરે જેવા પરિબળોને લીધે ગ્રંથાલયોમાં માર્કેટિંગ તકનીકોનો ઉપયોગ જરૂરી બન્યો છે. ગ્રંથાલયોએ આધુનિક તકનીકી અને સ્પર્ધાત્મક વિશ્વમાં ટકી રહેવા માટે અન્ય સેવા સંસ્થાઓની જેમ યોગ્ય સમયે યોગ્ય ઉપભોક્તાને જરૂરી રીતે યોગ્ય માહિતી પૂરી પાડવા માટે માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓનો ઉપયોગ કરી ગ્રંથાલયશાસ્ત્રના સુત્રોને સાકાર કરવા પડશે.

21મી સદીમાં ઉપભોગકતાઓનો સંતોષ કોઈપણ ગ્રંથાલયની સીમાઓથી આગળ છે ગ્રંથપાલનો ભાર ગ્રાહક સેવા પર કેન્દ્રિત છે. માહિતી હવે સ્થાન-આશ્રિત રહી નથી, તેથી ગ્રંથપાલોએ હવે એ હકીકત સ્વીકારવી પડશે કે તેઓ મુખ્ય માહિતીપ્રદાન કરતા નથી. માહિતી શૈક્ષણિક વાતાવરણમાં પરિવર્તનના બે ઉત્પ્રેરક માહિતી અને સંચાર તકનીકો (ICTs) અને ઈન્ટરનેટ કે જે ભૌતિક ગ્રંથાલયને અન્ય જગ્યાએ ઉપલબ્ધ સંસાધનોની વર્ચ્યુઅલ લાઈબ્રેરી સાથે બદલવા તરફ દોરે છે. ઉપભોક્તા માટે ગ્રંથાલયમાં આવ્યા વિના તેમને જોઈતી વસ્તુ ઈન્ટરનેટ અને વર્લ્ડ વાઈડ વેબ (WWW) થી શોધવાનું શક્ય અને ઝડપી બન્યું છે. આનલાઈન વિષય શોધ એ હવે દિવસનો કમ છે અને વર્ચ્યુઅલ લાઈબ્રેરી એ ભવિષ્યનો પડકાર છે.

ગ્રંથપાલો હવે માહિતીના ઉપયોગકર્તાઓ અને જ્ઞાનના ઓનલાઈન ભંડાર વચ્ચેની એકમાત્ર કડી નથી, કારણ કે. ઉપભોક્તાઓ ઈન્ટરનેટ અને વેબ પર સ્વતંત્ર રીતે શોધ કરી શકે છે. ઈન્ટરનેટ ટેકનોલોજી સમાન સમુદાયના અને ભૌગોલિક રીતે દૂર લોકોને એકસાથે લાવી અનન્ય તકો પૂરી પાડે છે. સમાન ક્ષેત્રના વિદ્વાનો તેમના મંતવ્યો અને દ્રષ્ટિકોણ ઓનલાઈન શેર કરે છે. ગ્રંથાલય સેવા માટે મર્યાદિતનાણાકીય અને કર્મચારી સંસાધનો માહિતી બ્રહ્માંડના કેન્દ્રમાં ન હોવા માટે કોઈ બહાનું નહીં ચાલે. વર્ચ્યુઅલ લાઈબ્રેરીના નવા પડકારને સ્વીકારવા ગ્રંથપાલોને સક્ષમ બનાવવા માટે પરિવર્તનની જરૂર છે.

ICT એ વિકાસ માટે એક મહત્વપૂર્ણ સાધન છે, પરંતુ તે વિકાસનું સર્જન કરતું નથી. માહિતીનો ઉપયોગ કરતા લોકો તેના ઉત્પાદનમાં ભાગ લે છે માહિતીનો વિકાસ ટકાઉ બને અને માહિતી ઉપયોગની પ્રક્રિયા દ્વારા જ્ઞાન બની જાય છે. ઉપભોક્તાઓના શિક્ષણ અને સંશોધનમાં વધારો કરવા માટે ICT નો અસરકારક રીતે ઉપયોગ કેવી રીતે કરવો તે અંગે શિક્ષિત અને પ્રશિક્ષિત કરવાની જરૂર છે. ICT ના પડકારનો સામનો કરવા ગ્રંથપાલોએ ડેટાબેઝનો વિકાસ કરવો જોઈએ અને તેમની સંસ્થાઓને ફરીથી ડિઝાઈન કરવી જોઈએ ઉપભોક્તાઓને મદદ કરવા અને તેમને શિક્ષિત કરી શકે તે માટે પ્રોફેશનલ લાઈબ્રેરી સ્ટાફને ICT કૌશલ્યોમાં તાલીમ આપવી જોઈએ. ગતિશીલ માહિતી વાતાવરણ કુશળતાના સતત નવીકરણની માંગ કરે છે.

8.2 માર્કેટિંગનો ખ્યાલ, વ્યાખ્યા (Concept and Definition of Marketing)

માર્કેટિંગનો અર્થ એ છે કે તે માનવ જરૂરિયાતો અને જરૂરિયાતોને સંતોષવાના હેતુથી સંભવિત વિનિમયને વાસ્તવિક બનાવવા માટે બજાર સાથે કામ કરવું. ગ્રાહકના દૃષ્ટિકોણથી તે તેના અંતિમ પરિણામના દૃષ્ટિકોણથી જોવામાં આવતો સમગ્ર વ્યવસાય છે. માર્કેટિંગ એ ઉત્પાદનો (માલ) અને સેવાઓના માર્કેટિંગને લગતી સમસ્યાઓ વિશેના ડેટાનું વ્યવસ્થિત એકત્રીકરણ, રેકોર્ડિંગ અને વિશ્લેષણ છે.

❖ વ્યાખ્યા

અમેરિકન માર્કેટિંગ એસોસિએશન (એએમએ) અનુસાર “માર્કેટિંગ એ વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓનું પ્રદર્શન છે જે ઉત્પાદકથી ગ્રાહક અથવા વપરાશકર્તા સુધી માલ અને સેવાઓના પ્રવાહનું નિર્દેશન કરે છે.”

Kotler 2 (2006) અનુસાર “માર્કેટિંગ એટલે કે બજારો સાથે કામ કરીને માનવ જરૂરિયાત અને ઈચ્છાઓને સંતોષવાના હેતુથી સંભવિત વિનિમયને વાસ્તવિક બનાવવા માટે.”

Stanton 3 ના શબ્દોમાં, “માર્કેટિંગ એ આયોજન કરવા માટે વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા કરવાની કુલ સિસ્ટમ છે, સંતોષકારક ઉત્પાદનો અને સેવાઓની કિંમત, પ્રચાર અને વિતરણ અને સંભવિત માટે પ્રસ્તુત કરો ગ્રાહકો.”

Dragon 4 એ માર્કેટિંગની વિભાવનાને સરસ રીતે વ્યાખ્યાયિત કરી અને તેના મુખ્ય પાસાઓને અનુસરે છે. “માર્કેટિંગ એ આયોજન અને ઈચ્છિત વિનિમય પ્રાપ્ત કરવા માટેનો એક વ્યવસ્થિત અભિગમ છે.”

અન્ય જૂથો સાથે સંબંધો. માર્કેટિંગ વિકાસ, જાળવણી અને/અથવા સાથે સંબંધિત છે.

ઉત્પાદનો, સેવાઓ, સંસ્થાઓ, વ્યક્તિઓ, સ્થાનો અથવા સંડોવતા વિનિમય સંબંધોનું નિયમન કરવું.

❖ કારણો

આયર્ટ અને વિલિયમ્સે માન્યું કે “માર્કેટિંગ એવી યોજના છે જે ઉત્પાદનો પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે, રિલિવરીનું સ્થળ અથવા મોડ, બજારમાં કિંમત/કિંમતની ગોઠવણ અને પ્રમોશન! ખાસ ગ્રંથપાલના બજારના લક્ષિત સેગમેન્ટ્સ.”

અમેરિકન માર્કેટિંગ એસોસિએશન (એ.એમ.એ)ની બીજી વ્યાખ્યા “માર્કેટિંગ એ સંસ્થાકીય કાર્ય છે અને ગ્રાહકોને મૂલ્ય બનાવવા, સંચાર કરવા અને પહોંચાડવા અને સંસ્થા અને તેના હિતધારકોને લાભ થાય તે રીતે ગ્રાહક સંબંધોનું સંચાલન કરવા માટેની પ્રક્રિયાઓનો સમૂહ છે.”

ઉપરોક્ત વ્યાખ્યાઓ માર્કેટિંગમાં વિવિધ પ્રવૃત્તિઓ માટે બોલાવે છે. તેમાં,

1. બજાર સંશોધન અને ગ્રાહકોનું વિશ્લેષણ
2. ઉત્પાદનો અને સેવાઓનો વિકાસ
3. કિંમત
4. વિતરણ
5. પ્રમોશન
6. ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું મૂલ્યાંકન.

માર્કેટિંગની ઉપરોક્ત તમામ પ્રવૃત્તિઓ અન્ય ઔદ્યોગિક ક્ષેત્રો પર લાગુ છે. માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓના ક્ષેત્રમાં સમાન રીતે લાગુ પડે છે. પછી ભલે તે નફા માટે હોય કે બિન-લાભકારી ક્ષેત્ર, પદ્ધતિઓ સમાન રહે છે જ્યારેનીતિ બદલાય છે. - ગ્રાહકો અથવા ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતો અને જરૂરિયાતોનો સંતોષ. ચાર્ટર્ડ ઈન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ માર્કેટિંગ વ્યક્ત કરે છે કે “માર્કેટિંગ એ ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને નફાકારક રીતે ઓળખવા, અપેક્ષા રાખવા અને સંતોષવા માટે જવાબદાર મેનેજમેન્ટ પ્રક્રિયા છે”.

8.3 ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓ સાથે માર્કેટિંગનું જોડાણ- (Linkage of Marketing with Library and Information Services)

પ્રથમ દ્રષ્ટિએ એમ લાગે કે ‘માર્કેટિંગ’ અને ‘ગ્રંથાલયો’ અલગ અલગ છે. LIS વ્યાવસાયિકોમાં માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિ ઘણાને બોજ લાગે છે. જો ગ્રંથપાલ માર્કેટિંગને કુદરતી પ્રવૃત્તિ તરીકે ન જોવે તો, શું ગ્રંથપાલો રોજ રોજ જે કાર્ય કરે છે તેમાં ગેર સમજ ઊભી થાય છે અને તેને ખોટી જગ્યા એ મુકવામાં આવે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓમાં. ઘણી વખત, માર્કેટિંગને વધારાનું ગણવામાં આવે છે. ગ્રંથાલયોમાં માર્કેટિંગના નિષ્ણયો રોજિંદી કામગીરીમાં લેવામાં આવે છે, જેવાકે લાઈબ્રેરીના સ્થાન, ખુલવાનો સમય, નવી સુવિધા અથવા સેવાનું આયોજન, ઉપભોક્તાઓ/વપરાશકર્તા જૂથો અનુસાર સેવાઓ પ્રદાન કરવી વગેરે. ગ્રંથાલયોની ફિલસૂફી પુસ્તકાલય વિજ્ઞાનના પાંચ સૂત્રોની આસપાસ ફરે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતીસેવાઓમાં વિવિધ માર્કેટિંગ કાર્યો જરૂરી જણાયા છે અને ગ્રંથપાલે તેનો ઉપયોગ કર્યો છે. અન્ય તમામ વ્યવસાયિક લોકોની જેમ ગ્રંથપાલો, સભાનપણે માર્કેટિંગમાં છે. ઉદ્દેશ્ય વિશે વારંવાર પૂછવામાં આવતાનીચેના કેટલાક મૂળભૂત પ્રશ્નો છે. તમે જવાબો જુઓ, તો તમને તે મળશે કે દરેક વસ્તુને કોઈને કોઈ રીતે માર્કેટિંગ સાથે વ્યવહાર કરવામાં આવે છે.

(1) ગ્રંથાલયનો હેતુ શું છે?

સાચી માહિતી યોગ્ય સમયે યોગ્ય ઉપયોગકર્તા પાસે એ પુસ્તકાલય વ્યવસાયનું મૂળ હેતુ છે.

(2) ગ્રંથાલય સેવામાં વપરાશકર્તાઓનું સ્થાન શું છે?

ઉપભોક્તાઓ સૌથી મહત્વપૂર્ણ ભાગ અને પુસ્તકાલય સેવાઓનું કેન્દ્રિય કેન્દ્ર છે. કોઈપણ ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓનું માપન વપરાશકર્તાની મર્યાદા પરથી કરવામાં આવે છે. વ્યક્તિ, પ્રક્રિયા અથવા ઉત્પાદનમાંથી સંતોષ.

(3) ગ્રંથાલય તેમના વપરાશકર્તાઓને કેવી રીતે સેવા આપે છે?

વ્યાવસાયિક વર્તુળમાં ચર્ચાનો વિષય રહ્યો છે કે ગ્રંથાલયે કઈ સેવા આપવી જોઈએ અને કઈ નહીં, ઉપભોક્તાને સેવા આપવા અને સંસ્થા માટે કામ કરવા માટે ગ્રંથાલયોની જરૂર છે, વપરાશકર્તાઓ સ્વ-સેવાઓ માટે પ્રેરિત, શિક્ષિત અને સશક્ત હોવા જોઈએ.

સ્વ-સેવાઓ માટે પ્રેરિત, શિક્ષિત અને સશક્ત હોવા જોઈએ.

(4) ગ્રંથાલય સેવાનું સ્વરૂપ કેવી રીતે બદલાઈ રહ્યું છે?

ટેકનોલોજીનાયુગમાં માહિતી સેવાનું સ્વરૂપ બદલાયું છે. ઉપભોક્તાની માગ બદલાઈ છે. ગ્રંથાલય માટેનો ખરો પડકાર સંગ્રહ, સ્ટાફ અને મેનેજ કરવાનો નથી પરંતુ સંસાધનોને સેવાઓમાં ફેરવવાનો છે. જેમકે ઈન-હાઉસથી આઉટ-રીચ, ફીથી કિંમતમાં, રિએક્ટિવથી પ્રો-એક્ટિવ અને વ્યક્તિગત સેવા માટે સમૂહ-કસ્ટમાઈઝેશન થઈ રહ્યું છે.

8.3.1 ગ્રંથાલયમાં માર્કેટિંગનું અમલીકરણ

પીટર એફ. ડ્રકરે સાચું જ કહ્યું હતું કે ‘વહેલાં કે પછી બધા વિચારોનું આયોજન કરવું પડે છે. કામમાં અધોગતિ કરો’ તે મુજબ તમામ માર્કેટિંગ કાર્ય કરવા માટે વિચાર અને આયોજન ધરાવે છે.

માર્કેટિંગનું અસરકારક અમલીકરણનીચેના પાસા પર આધાર રાખે છે.

- બધાને ખબર હોવી જોઈએ માર્કેટિંગની સફળતા માટે કામ કરો છો.
- ગ્રંથાલયમાં માર્કેટિંગ સંસ્કૃતિ વિકસાવવી.
- વિકાસલક્ષી, સેવા લક્ષી સ્ટાફનો વિકાસ કરવો.
- સેવા સંસ્કૃતિને પ્રોત્સાહન આપવું.
- ધ્યેયને હાંસલ કરવા માટે ખર્ચનું સ્પષ્ટ વિશ્લેષણ:
- માર્કેટિંગની જુદી જુદી યોજના સંબંધિત ક્રિયાઓનો વિકાસ અને અમલીકરણ.
- સતત માર્કેટિંગ પ્રયત્નો કરવા.
- માર્કેટિંગનું પરિણામ જાણવા માટે માર્કેટિંગ પ્રયાસોનું નિરીક્ષણ કરવું

8.4 માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું માર્કેટિંગ:

(Marketing of Information Products and Services)

માહિતી એ શક્તિ છે અને પુસ્તકાલયો અને માહિતી કેન્દ્રો આ શક્તિનો ભંડાર છે. માહિતીનું માર્કેટિંગ એ પ્રવૃત્તિઓનો સમૂહ છે જેના થકી માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ સંભવિત વપરાશકર્તાઓ સુધી પહોંચાડવામાં આવે છે. માર્કેટિંગનો કોન્સેપ્ટ યુઝર ઓરિએન્ટેડ છે. માર્કેટિંગ અને તેની તકનીકો જો માહિતી સેવાઓ પર લાગુ કરવામાં આવે તો ઉપભોક્તાઓની માહિતીની અપેક્ષિત જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરવામાં મહત્વપૂર્ણ મદદ કરી શકે છે. માર્કેટિંગ ઉપભોક્તાઓનો સંતોષ વધારવામાં મદદ કરે છે, અને સ્પર્ધાનું એક તત્ત્વ લાવે છે, જેના પરિણામે વધુ સારી સેવાઓ પૂરી પાડવા, સમય, નાણાં અને શ્રમની બચત અને નવીનતમ માહિતી તકનીકને અનુરૂપ થવા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવામાં આવે છે. માહિતી હવે એક વેપારી વસ્તુ બની ગઈ છે, જેના કારણે માર્કેટિંગનો ઉદભવ થયો છે. આજે માહિતીનું ઊંચું મૂલ્ય અને રાષ્ટ્રના વિકાસ માટે વ્યૂહાત્મક સંસાધન તરીકે તેના મહત્વને કારણે માહિતીને બજારોમાં વેચવા માટેના ઉત્પાદનમાં બદલાઈ ગઈ છે.

8.4.1 ગ્રંથાલયમાં માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ

(Information Products and Services in Library)

1. બજાર સંશોધન અને ગ્રાહકોનું વિશ્લેષણ-

(Market Research and Customers' Analysis)

ગ્રંથાલયમાં ઉપભોક્તા વધુને વધુમાંગ કરી રહ્યા છે. તેઓ વિશાળ પસંદગી, ઝડપી ડિલિવરી, સરળ એક્સેસ અને સેવાઓની શ્રેણીની અપેક્ષા રાખે છે જેમ કે ‘ઓનલાઈન પબ્લિક એક્સેસ કેટેલોગ (OPAC), ઈલેક્ટ્રોનિક માહિતી સેવાઓ, ગ્રંથસૂચિ અને સંપૂર્ણ ટેક્સ્ટ સેવાઓ અને માઈક્રોફિલ્મિંગ સુવિધાઓ, અત્યાધુનિક માહિતી સેવાઓ, ઊંડાણપૂર્વકની તપાસ અને સંશોધન સેવાઓ, માહિતી કૌશલ્ય કાર્યક્રમો, પરંપરાગત કાર્યક્રમો. આ બધી સેવાઓ પૂરી પાડવા માટે ગ્રંથાલય જોઈએ. ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતો વિશે વધુ સારી રીતે ગ્રંથાલયો સમજણ ધરાવે છે અને

તેમની સાથે ગાઢ સંપર્ક ધરાવે છે. ગ્રંથાલયોએ જૂથો અને વ્યક્તિઓ બંનેની ચોક્કસ જરૂરિયાતોને ઓળખવા માટે વધુ સક્રિય અભિગમ અને વાસ્તવિક અને સંભવિત ઉપભોક્તાઓ. માટે તેઓએ બજારના કાર્યક્રમો હાથ ધરવા પડશે. ગ્રંથાલયો એ માહિતી મેળવવાનું વર્તન, ઉપભોક્તાઓનો અભ્યાસ, ઉપભોક્તાઓ માટે જરૂરી સર્વેક્ષણો હાથ ધરવા જોઈએ. ગ્રંથાલયો એ વપરાશકર્તાઓ કોણ છે, તેઓને જે સેવાઓ જોઈએ છે, તેમની અપેક્ષાઓ છે તે ઓળખવી પડશે. ગ્રંથાલયમાંથી તેઓ જે લાભ શોધી રહ્યા છે તે જરૂરિયાતો અને અપેક્ષાઓ હાલના ઉત્પાદનો અને સેવાઓ દ્વારા પૂરી થાય છે. કે કેમ, વર્તમાનમાં સુધારો કરીને અથવા વિકાસ કરીને આનો વધુ અસરકારક રીતે સામનો કેવી રીતે કરી શકાય.

2. ઉત્પાદનો અને સેવાઓનો વિકાસ. (Development of Products and Services)

ગ્રંથાલયના ઉત્પાદનો પુસ્તકો, સામયિકો, અહેવાલોથી લઈને હોઈ શકે છે. ઈલેક્ટ્રોનિક દસ્તાવેજો અને સેવાઓ જેમ કે સર્ક્યુલેશન, ઈન્ટર લાઈબ્રેરી લોન, આંતરરાષ્ટ્રીય ડેટાબેઝ ઓનલાઈન શોધ અને CD-ROM શોધને એક્સેસ કરવા માટે સંદર્ભ સેવા. ગ્રંથાલયના ઉત્પાદનો અને સેવાઓ ગ્રાહકલક્ષી હોવી જોઈએ. નવા ઉત્પાદનો અને સેવાઓ ડિઝાઈન કરતી વખતે અથવા જૂનાને ફરીથી ડિઝાઈન કરતાં, ગ્રંથપાલોએ વપરાશકર્તાઓ અને તેમની માહિતીને ધ્યાનમાં રાખવી જોઈએ. ઉત્પાદન, જો જરૂરી હોય તો, તેને વધુ વ્યાપક રીતે લોચ કરતા પહેલા જરૂરિયાતો, ઉત્પાદનો બનાવવા માટે ઉપલબ્ધ હાલની માળખાકીય સુવિધાઓ અને સેવાઓ, ઉપયોગમાં લેવાતી ટેકનોલોજી, સંસાધનોની દ્રષ્ટિએ ગ્રંથાલયની શક્તિઓ અને નબળાઈઓ, કર્મચારીઓ અને નિષ્ણાત કુશળતાના ક્ષેત્રો કેટલાક વપરાશકર્તાઓ, ગ્રાહકો સાથે પરીક્ષણ કરી શકાય છે. જેમના સૂચનો સેવામાં ફેરફાર કરવા માટે ધ્યાનમાં લેઈ શકાય છે.

3. કિંમત (Price)

માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનોની કિંમત નિર્ધારણ એ એક મહત્વપૂર્ણ પાસું છે. માર્કેટિંગ નવો ખ્યાલ છે અને ગ્રંથાલયમાં માર્કેટિંગ ઓછામાં ઓછો લાગુ પડે છે સેવાઓ સામાન્ય રીતે મફત આપવામાં આવે છે. જ્યાં કિંમત લેવાય છે. ત્યાં ગ્રંથાલય અલગ પડે છે ઉદ્યોગો યુનિવર્સિટીમાં માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનો છે કે કેમ તે એક ચર્ચાસ્પદ મુદ્દો છે ગ્રંથાલય સેવાની કિંમત હોવી જોઈએ કે નહીં. તે માહિતીની હજુ પણ વ્યાપક અપેક્ષા છે.

આધુનિક ટેકનોલોજીના ઉપયોગ કરવા માટે ઘણાંનાણાંનું રોકાણ કરવું પડે છે. માહિતી ઉત્પાદન, પ્રક્રિયા માટે પ્રોસેસર્સ, કમ્પ્યુટર્સ અને ટેલિકોમ્યુનિકેશનનેટવર્ક્સ અને ટ્રાન્સમિશન. ડેટાબેઝનું નિર્માણ પોતે ખૂબ ખર્ચાળ છે. જો કોઈને માહિતી તાત્કાલિક, વ્યાપક, અદ્યતન અને વિશ્વવ્યાપી જોઈતી હોય તો હવે તે મફત સેવા નથી. લાઈબ્રેરીઓમાં ફોટોકોપી, માઈક્રોફિલ્મિંગ, ઈન્ટર-લાઈબ્રેરી લોન જેવી સેવાઓ વિશેષતા માટે ચાર્જ લેવા જોઈએ.

4. વિતરણ: (Distribution)

વિતરણ વિવિધ માધ્યમો દ્વારા માહિતીના પ્રસારને લગતું છે. પરંપરાગત રીતે, ઉપભોક્તાએ માહિતી મેળવવા અથવા તેનો ઉપયોગ કરવા માટે વ્યક્તિગત રીતે ગ્રંથાલયમાં આવવું પડે છે, પરંતુ

ગ્રંથાલયોમાં ખાસ કરીને કોમ્પ્યુટરમાં માહિતી ટેકનોલોજીના આગમનને કારણે ટેલિકોમ્યુનિકેશન્સ અને નેટવર્કિંગ ચિત્રને સંપૂર્ણપણે બદલીનાખ્યું છે. માહિતીને દૂરથી એક્સેસ કરવા. માર્કેટિંગના દૃષ્ટિકોણથી, ગ્રંથાલયોએ કમ્પ્યુટર આધારિત માહિતી સંગ્રહ અને પુનઃપ્રાપ્તિ માટે જવું જોઈએ, કારણ કે તે વધુ માહિતી એક્સેસમાં સારી સુગમતા પ્રદાન કરે છે.

5. પ્રમોશન (Promotion)

માર્કેટિંગમાં પ્રમોશન એ બીજું મહત્વનું પરિબળ છે. તેમાં મિકેનિઝમ સામેલ છે જેના દ્વારા લક્ષ્ય જૂથોને ઉપલબ્ધ સંસાધનો, સેવાઓ અને ઉત્પાદનો વિશે માહિતગાર કરવામાં આવે છે. ગ્રંથાલયો તે અનિવાર્યપણે ‘લાઈબ્રેરી તેના ગ્રાહકો સુધી પહોંચે છે. ગ્રંથાલયમાં, માહિતીના પ્રચાર માટે વિવિધ પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરી શકાય છે જેમ કે, બ્રોશર, પેમ્ફલેટ, માર્ગદર્શિકા, જર્નલ્સ, હેન્ડબુક, જાહેરાત દ્વારા પ્રચાર જેવી સેવાઓ મીડિયા, ડાયરેક્ટ મેઈલ, પ્રદર્શનો, પરિષદોમાં પ્રદર્શનો ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું મૂલ્યાંકન માર્કેટિંગ અભિગમ મૂલ્યાંકન વિના સરકારક હોઈ શકે નહિ તેથી, તે જરૂરી છે.

- નિરંતર નવીનીકરણ માટે માર્કેટિંગ કાર્યક્રમોની અસરકારકતાનું મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ.
- ઉત્પાદનો અને સેવાઓની અસરકારકતા, સંસ્થાઓના ઉદ્દેશ્યો, આંતરિક શક્તિઓ અને નબળાઈઓના સંબંધમાં મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ.
- કોઈપણ ઉત્પાદન અથવા સેવા હવેમાંમાં છે કે નથી, ગ્રાહકોનો સંતોષ અને માંગનું મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ.

8.5 માહિતી ઉત્પાદન શ્રેણીઓ (Information Product Categories)

(1) દસ્તાવેજો (પ્રિન્ટ અને ઇલેક્ટ્રોનિક)

સામયિકો/જર્નલ, અખબારો, ન્યૂઝલેટર્સ અને બુલેટિન બોર્ડ

(2) સંદર્ભ દસ્તાવેજો:

જ્ઞાનકોશ, શબ્દકોશ, ગ્રંથસૂચિ અને ગ્રંથસૂચિ ડેટાબેઝ અને ડિરેક્ટરીઓ અને ડેટાબેઝ

(3) પુસ્તકો

(4) અન્ય:

સરકાર અને અન્ય એજન્સીઓ તરફથી પ્રકાશિત અહેવાલો, વિડિઓઝ, સંગીત સીડી, ડીવીડી, મલ્ટીમીડિયા દસ્તાવેજો, સરકારી પ્રકાશનો, કોર્પોરેટ રિપોર્ટ્સ-ટેકનિકલ અને બિઝનેસ, પેટન્ટ, કોન્ફરન્સની કાર્યવાહી

(5) સેવાઓ:

- Information Services (માહિતી સેવાઓ)
- Document Delivery Services (દસ્તાવેજ વિતરણ સેવા)
- Inter-Library Loans Services (આંતર-ગ્રંથાલય લોન સેવા)
- End-User Training (અંતિમ વપરાશકર્તા તાલીમ)
- Markart Research Agencies (બજાર સંશોધન એજન્સીઓ)
- Information Service Providers (ISPs) (માહિતી સેવા પ્રદાતાઓ (ISPs))

- Alerting Services (ચેતવણી સેવાઓ)
- Helpdesk Services (હેલ્પડેસ્ક સેવાઓ)
- Consultancy Services (કન્સલ્ટન્સી સેવાઓ)
- Financial And Business Information Services (નાણાકીય અને વ્યવસાય માહિતી સેવાઓ)
- Entertainment Services (મનોરંજન સેવાઓ)
- Computing services. Rowley4 (2006).

8.6 ગ્રંથપાલનાં માર્કેટિંગ કૌશલ્યો (Marketing Skills in Librarians):

આધુનિક વિશ્વમાં યાંત્રિકીરણ, કોમ્પ્યુટરીકરણ, તકનીકી વિકાસ અને નવીન શોધને કારણે ગ્રંથાલય અને ગ્રંથાલય સેવાઓ પર પ્રભાવિત થયા છે. વિવિધ તકનીકી વિકાસને લીધે ગ્રંથાલય વ્યવસાય બદલાઈ ગયો છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી પ્રૌદ્યોગિક નિષ્ણાતો પેપરલેસ સોસાયટી અને ગ્રંથાલય માટે ડિજિટલ લાયબ્રેરી ઉપર જઈ રહ્યા છે. માહિતીના ઝડપી એક્સેસ માટે ગ્રંથાલય પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરી રહ્યા છે. ઈન્ટરનેટ દ્વારા એક જ ક્લિકથી કોઈપણ માહિતી ઝડપથી મેળવવી શકાય છે. આજે ઉપભોક્તા અત્યાધુનિક ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરીને જરૂરી માહિતી મેળવવા અને પસંદ કરવા માટે વધુ સારી રીતે સક્ષમ છે. હવે પ્રિન્ટને બદલે ઈલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપમાં માહિતીની માંગ વધી રહી છે. આ તમામ પરિબળો પુસ્તકાલય અને માહિતી સેવાઓમાં રોકાયેલા વ્યવસાયિકોને તેમની પાસેના કૌશલ્ય વિશે પુનર્વિચાર કરવા માટે મજબૂર કરી રહ્યા છે. માહિતીના ઉત્પાદનો અને સેવાઓ માટે સ્પર્ધાત્મક માર્કેટિંગ માટે ગ્રંથપાલોનેનીચેની કેટલીક કુશળતા કેળવવાની જરૂર પડે છે.

1. વિશ્લેષણાત્મક કુશળતા

બજાર વિશ્લેષણ અને ઉત્પાદન વિશ્લેષણ બે મૂળભૂત વિશ્લેષણાત્મક કૌશલ્યો ગ્રંથપાલ પાસે હોવા જોઈએ. બજાર વિશ્લેષણ એ છે કે વપરાશકર્તા શું ઇચ્છે છે અને ઉત્પાદન વિશ્લેષણ તે છે જે પ્રદાન કરીએ છીએ. ગ્રંથપાલે તેના માહિતી ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતો જાણવી જોઈએ. અને ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતો અનુસાર પુસ્તકાલય સેવાઓ પ્રદાન કરવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ.

2. આયોજન કૌશલ્યો:

ઉત્પાદન વિકાસ, વિતરણ, પ્રમોશન વગેરે જેવા આયોજન કૌશલ્યો સાથે ગ્રંથપાલ કુશળ હોવા જોઈએ. ગ્રંથપાલે ઓછામાં ઓછા સમય અને ખર્ચ સાથે શ્રેષ્ઠ સેવાઓ પ્રદાન કરવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ. તેઓએ ઉત્પાદનોના પરિભ્રમણ તેમજ તેની સુલભતા માટે યોગ્ય માર્ગો પણ નક્કી કરવા જોઈએ.

3. લક્ષ્ય બજાર:

સંસ્થાનીનીતિનો એક ભાગ અને પારસલ તરીકે માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું માર્કેટિંગ હોવું જોઈએ. માર્કેટિંગ માટેનો સ્ટાફ યોગ્ય રીતે પ્રશિક્ષિત અને કુશળ હોવો જોઈએ. આખી સંસ્થા કે જેમાં લાઈબ્રેરી એક ભાગ છે, તેને માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિ માટે પ્રેરિત કરવાની જરૂર છે.

4. નિયંત્રણ કુશળતા:

નિયંત્રિત કુશળતા માટે બજારને નિયંત્રિત કરવાની જરૂર છે. ગ્રંથપાલે વર્તન સંબંધી પ્રતિભાવોથી પોતાને માહિતગાર રાખવાથી ઉપભોક્તાની સતત બદલાતી માંગને ધ્યાનમાં રાખીને સેવાઓ પૂરી પાડવામાં મદદ મળશે.

8.7 માર્કેટિંગ મિક્સ: (Marketing Mix)

‘માર્કેટિંગ મિક્સ’ એ અર્પણ કરવાની રૂપરેખા એક રીત છે જે સંસ્થા તેના પસંદ કરેલા ગ્રાહક જૂથોને આપવામાં છે. માર્કેટિંગ મિશ્રણને માર્કેટિંગના ચાર મુખ્ય સાધનો 4Ps તરીકે ઓળખાય છે ઉત્પાદન, કિંમત, સ્થળ અને પ્રસાર સંયોજનના સંદર્ભમાં વારંવાર વર્ણવવામાં આવે છે કે જે નિયંત્રિત ચલોનું અલગ અલગ પ્રમાણમાં મિશ્રણ છે. ‘માર્કેટિંગ મિક્સ’ વેચાણ વ્યવસ્થાના ઉદ્દેશોને હાસલ કરવા માટે વિવિધ પરીસ્થિતિમાં ઉપયોગમાં લેવામાં આવે છે લાભ મેળવવા માટે આ પરિબળોનું કૌશલ્યપૂર્વક મિશ્રણ કરવું જરૂરી છે.

સંસ્થાએ ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને ઓળખવા માટે મહત્તમ માર્કેટિંગ મિશ્રણ માટે પ્રક્રિયાઓની શ્રેણી હાથ ધરવાની જરૂર છે. વિસ્તૃત માર્કેટિંગ મિશ્રણ લોકો, પ્રક્રિયા અને ભૌતિક વાતાવરણ (7Ps) ઉમેરે છે.. વર્તમાન પ્રોડક્ટ ઓફરિંગ માટે ગ્રાહકોના પ્રતિભાવો માહિતીનો એક મૂલ્યવાન સ્ત્રોત છે, જે વેચાણ અને વપરાશના સ્તરો, ગ્રાહકની ફરિયાદો અને અન્ય ચેનલો દ્વારા સ્પષ્ટ થશે જેના દ્વારા સંસ્થા તેના ગ્રાહકોને સાંભળે છે. સંભવિત નવા ઉત્પાદનો, સેવાઓ અથવા સંદેશાવ્યવહાર સંદેશાઓ અને સ્પર્ધકોના ઉત્પાદનો પ્રત્યેના ગ્રાહકોના વલણ પર અન્ય ડેટા એકત્રિત કરી શકાય છે.

1. ઉત્પાદન:

ઉત્પાદન એ સંચાલન સાથે વ્યવહાર કરતું માર્કેટિંગ મિશ્રણનું પાસું છે . ઉત્પાદન એ દરેક વસ્તુ કે જે ગ્રાહક દ્વારા માર્કેટિંગ વિનિમયમાં પ્રાપ્ત થાય છે. ઉત્પાદન એ વિચારો, સામાન, સેવાઓ, અનુભવ, સંસ્થાઓ, વ્યક્તિઓ અથવા સ્થાનો અથવા આમાંથી બે અથવા વધુનું સંયોજન હોઈ શકે છે. પરંપરાગત પુસ્તકાલય સેવાઓ, બજાર સંશોધન સેવાઓ અને ચેતવણી સેવાઓ, પુસ્તકો અને ડેટાબેઝ જેવી માહિતી સેવાનું એક્સેસ માહિતી ઉદ્યોગ આપે છે સેવા એ એક એવી પ્રવૃત્તિ અથવા લાભ છે જે એક પક્ષ બીજાને ઓફર કરી શકે છે જે અનિવાર્યપણે અમૂર્ત હોય છે અને તે Kotler, Keller, Koshy & Jha5 (2007) ની કોઈ પણ વસ્તુની માલિકીમાં પરિણમતું નથી. સામાન અથવા સેવાઓના આધારે સ્પર્ધકોની ઓફરોથી ભિન્નતા વધુ મુશ્કેલ બનતી હોવાથી, સંસ્થાઓ વધુને વધુ તેમની મુખ્ય ઓફર તરીકે ‘અનુભવો’ તરફ જોઈ રહી છે. ‘અનુભવો’ યાદગાર અને વ્યક્તિગત હોય છે અને તેમના ઘટક માલ કે સેવાઓથી આગળ વધે છે.

મોટાભાગની સંસ્થાઓ પાસે તેમના ઉત્પાદન પોર્ટફોલિયો તરીકે વર્ણવેલ ઘણા ઉત્પાદનો છે. તેઓ વિવિધ ડેટાબેઝ શ્રેણી માટે સંખ્યાબંધ વિવિધ માહિતી સેવાઓ ઓફર કરી શકે છે. માહિતી ઉત્પાદનો એવા ઉત્પાદનો છે જેનો મુખ્ય ભાગ માહિતી અથવા જ્ઞાન છે. માહિતીની વિશિષ્ટતાને લીધે માહિતી ઉત્પાદનોને ઉત્પાદનની એક અલગ શ્રેણી તરીકે ગણવામાં આવે કે કેમ તે અંગે થોડી ચર્ચામાંગી લે છે. ઉત્પાદનોમાં કાર્યાત્મક લાક્ષણિકતાઓ અને મનોવૈજ્ઞાનિક લાક્ષણિકતાઓ બંને છે. ઉત્પાદનની કાર્યાત્મક અને મનોવૈજ્ઞાનિક લાક્ષણિકતાઓ વચ્ચે સામાન્ય રીતે સંબંધ હોય છે અને

સેવાઓ માટે કાર્યાત્મક અને મનોવૈજ્ઞાનિક લાક્ષણિકતાઓને અલગ પાડવી ખાસ કરીને મુશ્કેલ છે. ઉદાહરણ તરીકે, ગ્રાહકના પરિપ્રેક્ષ્ય એ વ્યાખ્યાયિત કરશે કે શું સ્ટાફની મદદરૂપતા અથવા માહિતી સ્ત્રોતોની સુલભતા કાર્યાત્મક છે કે મનોવૈજ્ઞાનિક લાક્ષણિકતાઓ. ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો અને ઈચ્છાઓને સંતોષે તેવા ઉત્પાદનો બનાવવાનો સીધો સમાવેશ કરતા ઉત્પાદનના નિર્ણયો મહત્વપૂર્ણ છે સંસ્થાને ઉત્પાદનોનો સંતોષકારક સમૂહ જાળવવાની જરૂર છે, હાલના ઉત્પાદનોમાં ફેરફાર કરીને નવા ઉત્પાદનો રજૂ કરવા અને ગ્રાહકોને સંતુષ્ટ ન કરતા ઉત્પાદનોને દૂર કરવા અને/અથવા સ્વીકાર્ય નફો મેળવવાનો સમાવેશ થાય છે. બજાર માટે ઉત્પાદનને વિકસાવવામાં કોઈપણ વ્યક્તિએ ઉત્પાદનના ત્રણ સ્તર ધ્યાનમાં લેવા જોઈએ.

1. પ્રમુખ ઉત્પાદન –

ઉપભોક્તાની અનિવાર્ય અને મૂળભૂત આવશ્યકતા સંતોષતા પ્રાથમિક પ્રકારના ઉત્પાદનનો સમાવેશ થાય.

2. વાસ્તવિક ઉત્પાદન -

કોઈપણ પ્રમુખ ઉત્પાદનમાં તેના મુખ્ય વસ્તુને તેના કેટલાક વાસ્તવિક ફેરફાર સાથે નિશ્ચિત સ્વરૂપમાં બજારમાં મુકવામાં આવે છે. વાસ્તવિક ઉત્પાદન પાચ લાક્ષણિકતાઓ છે. શૈલી, વિશેષતા, ગુણધર્મો, પેકેજિંગ શાખા વિગેરે.

3. અધિક ઉત્પાદન-

ઉત્પાદક દ્વારા બજારમાં ગ્રાહકની માંગ કરતા વધારે પ્રમાણમાં ઉત્પાદન મૂકવામાં આવે છે. વધારાની સેવા અને લાભો વાસ્તવિક સ્વરૂપના ઉત્પાદન કરતા સવિશેષ રીતે રજૂ કરવામાં આવે છે.

ઉપભોક્તાની જરૂરિયાતને સાંકળી, તેમાં કેટલીક આગવી વિશેષતા સાથે વધારાની સેવા સાથે રજૂ કરતી જટિલ પ્રક્રિયા એટલે ઉત્પાદન. વિકેતા અને ઉત્પાદકો એ બજારના સ્પર્ધાત્મક વાતાવરણમાં ટકી રહેવા માટે તેના ઉત્પાદનની સતત ચકાસણી, પરીક્ષણ કરી તેની ડિઝાઇનમાં સુધારા વધારા કરતા રહેવું જરૂરી છે. તે ઉત્પાદન બજારમાં રજૂ થી જાત ત્યારથી તેનું જીવનચક્ર શરૂ થતું હોય છે. માંગની ઉચ્ચ સ્થિતિ પ્રાપ્ત થયા બાદ તેમાં ધીમે ધીમે ઘટાડો જોવા મળે છે. ઉત્પાદનના જીવનચક્રના ચાર તબક્કા છે. પરિચય, વિકાસ, પરિપક્વતા અને પડતી.

ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓ પ્રારંભિક તબક્કો જાહેરાતો, ઉપભોક્તાની જરૂરિયાત પ્રમાણેની સેવાઓ ગ્રંથાલયોએ વિકસાવવી પડે. ગ્રંથાલયોએ ઉપભોક્તાની જરૂરિયાત પ્રમાણેની સેવાઓ, વિકાસમાં ધીમો ઘટાડો અને જાહેરાતો પાછળ ઓછાનાણા તથા સમયનો અર્થ વગેરે સંતૃપ્તિના તબક્કાના લક્ષણો છે. બહુ ઓછા લોકો પડતીના તબક્કામાં સેવાઓ ઉપયોગ કરે છે. જીવનચક્રના વિચારની કેટલીક મર્યાદાઓ છે. જીવનચક્રના કેટલાક તબક્કાઓ સ્પષ્ટ રીતે અલગ પાડી શકાતા નથી અને જીવનચક્રના તબક્કામાં આ સેવાઓ વર્ગીકૃત થાય છે એ અલગ પાડવું મુશ્કેલ છે.

ગ્રંથાલય સેવાના સંદર્ભમાં સંતૃપ્ત તબક્કો પ્રભાવશાળી હોય છે અને મોટાભાગની સેવા આ તબક્કામાં હોય છે. જીવનચક્રનો અગામી તબક્કો ક્યારે ચાલુ થશે અને કેટલો સમય ચાલશે તે કહેવું

મુશ્કેલ છે. માહિતી પ્રૌદ્યોગિકીની માહિતી સેવા અને ગ્રંથાલય સેવાએ જીવનચક્ર પર નોંધપાત્ર અસર જોવા મળે છે. ઉપભોક્તાને આપવા માટે ગ્રંથાલય અને માહિતીકેન્દ્રો પાસે વિવિધ ઉત્પાદનો / સેવાઓ હોય છે. કોઈપણ ઉત્પાદનનું એક ચોક્કસ જીવનચક્ર હોય છે કે જે સમય દરમિયાન પ્રસિદ્ધિ પામે છે. બિનજરૂરી સાહિત્યનાનીદામણ પર પણ દયાન આપવામાં આવતું નથી. નબળી સેવાઓ દ્વારા ગ્રંથપાલ ઉપભોક્તાને તેમના સ્રોતમાંથી પૂર્ણ સંતોષ મેળવતા અટકાવે છે.

મજબૂત વેચાણ વ્યૂહરચનાને અંતે કહેવાય કે જેમાં ઉત્પાદન /સેવાઓની જીવંતતા વિષે પુનઃ વિચાર થતો હોય અને જેના વિશે કોઈમાંગ ન હોય તે પાછા ખેંચી લેવામાં આવતા હોય. જેમાંગ પૂરી કરવામાં ન આવે તો એવા ઉત્પાદન અને સેવાઓ કે જેમના જીવનનો અંત આવી ગયો છે તેને છોડી દેવાનો નિર્ણય લેવો જોઈએ.

2. કિંમત:

વેચનાર દ્વારા લેવામાં આવતી કિંમત એ ખરીદનાર દ્વારા ભોગવવું પડતું ખર્ચ છે. આજના સ્પર્ધાત્મક યુગમાં ટકી રહેવા માટે સંસ્થા પાસે કિંમત અંગેના ચોક્કસ માપી શકાય તેવા અને પ્રાપ્તશી શકે તેવા ઉદ્દેશો હોવા જોઈએ. કિંમત અંગેના હેતુઓ ત્રણ વિભાગોમાં વહેંચી શકાય છે.

- 1) નફા લક્ષી — આના ત્રણ પ્રકાર હોય (I) ઉત્પાદનની પડતર કિંમત કરતા વેચાણ કિંમત વધારે રાખવામાં આવી હોય. (II) સંતોષજનક નફો યોગ્ય નફો (III) રોકાણ ઉપરનું લક્ષ્ય
- 2) વેચાણલક્ષી કિંમત નિર્ધારણ- આમાં મહત્તમ એકમનું વેચાણ
- 3) પૂર્વ પરિસ્થિતિ કિંમત:- સ્પર્ધાને પહોંચી વળવા કિંમત જાળવી રાખવી

જ્યાં માંગ અને પુરવઠો એક બીજાને છેદે છે તેને સ્થિરતાબિંદુ કહેવાય છે સ્થિરતાબિંદુથી ઉપરની કિંમત નફામાં અને સ્થિરતાબિંદુથીનીચેની કિંમત નુકસાનમાં પરિણમે છે. કિંમત નિર્ધારણની ત્રણ પ્રકારનીનીતિને મૂળભૂત રીતે અનુસરવામાં આવે છે.

(1) પડતર આધારિત કિંમત નિર્ધારણ

પડતરલક્ષી કિંમત નિર્ધારણમાં નક્કી કરેલ કિંમત અને પડતર વત્તા કિંમતનો સમાવેશ થાય છે મુખ્યત્વે કિંમત નિર્ધારણ ઉત્પાદનના સીમાંત પડતર અથવા કુલ પડતર પર આધારિત હોય છે. બન્નેમાં કિંમત, ઉત્પાદનના એકમ પડતર ઉપર નક્કી કરેલ ટકા ઉમેરી નક્કી કરવામાં આવે છે.

(2) માંગ આધારિત કિંમત નિર્ધારણ

જ્યારે માંગ વધારે હોય ત્યારે કિંમત વધારવામાં આવે છે અને જ્યારે માંગ ઓછી હોય ત્યારે કિંમત ઘટાડવામાં આવે છે. જેમ જેમ માંગ વધતી જાય તેમ તેમ તેનું મૂલ્ય એક અગત્યનું પરિબળ હોય છે, અહીં પડતર કિંમત ધ્યાન પર લેવામાં આવતી નથી.

(3) સ્પર્ધા આધારિત કિંમત નિર્ધારણ

બજારમાં જે કિંમત પ્રવર્તી રહી હોય તેના પર આધારિત છે. અહીં માંગ કે પડતર કિંમતને આધારે કિંમત નક્કી કરવામાં આવતી નથી. વધતા ભાવ અને અનુકરણીય કિંમત નિર્ધારણ સ્પર્ધા આધારિત

કિંમત નિર્ધારણની એક પદ્ધતિ છે. વ્યવહારિક ઉદાપણને આધારે યોગ્ય વળતર મળી રહે તે મુજબ સંમતિયુક્ત કિંમત નિર્ધારણ કરવામાં આવે છે.

કિંમતનો ઉપયોગ સ્પર્ધાત્મક સાધન તરીકેથી શકે છે અને તે માર્કેટિંગ મિશ્રણ ચલોમાંનું એક છે. કિંમત એક્સચેન્જના મૂલ્યનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે. તે આર્થિક અને મનોવૈજ્ઞાનિક બંને ભૂમિકા ભજવે છે. આર્થિક પરિપ્રેક્ષ્યમાં, કિંમતને ખર્ચ અને નફા સાથે ગાઢ સંબંધ છે. મનોવૈજ્ઞાનિક પરિપ્રેક્ષ્યમાં, કિંમતનો ઉપયોગ ગુણવત્તાના સૂચક તરીકે થાય છે. સેવાના ક્ષેત્રમાં ભાવની મનોવૈજ્ઞાનિક ભૂમિકા વધારે છે કારણ કે ગ્રાહકોએ સેવાની ગુણવત્તાના એકમાત્ર સૂચક તરીકે કિંમત પર આધાર રાખવો જોઈએ.

3. સ્થળ:

ગ્રાહકોને યોગ્ય સમયે અને યોગ્ય સ્થળે સેવા આપવા માટે મહત્વના પરિબળ તરીકે સ્થળ કાર્ય કરે છે. ગ્રાહકના સંતોષના પ્રમાણ ઉપર સ્થળ પરિબળની અસર વધારે જોવા મળે છે. સેવાના દરેક સ્થળે લઘુત્તમ ખર્ચે ગ્રાહકસેવાનું પૂર્વનિર્ધારિત સ્થળ પૂરું પાડવા માટે સ્થળની રચના કરવી જોઈએ.

કોઈ પણ ગ્રંથાલય માટે સ્થળએ સૌથી વધારે અગત્યની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના છે. જો માહિતીકેન્દ્રો કે ગ્રંથાલયોનું સ્થળ અનુકૂળ જગ્યા નહિ હોય તો, ઉપભોક્તા એવું વિચારશે કે ગ્રંથાલયોની મુલાકાત લેવા જે સમય અને પ્રયત્ન કરવો પડે છે. તેના પ્રમાણમાં ગ્રંથાલય સેવા નથી અને મુલાકાત લેવાનું ટાળે છે. આથી માહિતીકેન્દ્રો અને ગ્રંથાલયોની ઈમારતો સાનુકૂળ સ્થળ પર હોવા જોઈએ. જો પહેલેથીજ માહિતીકેન્દ્રો અને ગ્રંથાલયો દૂર અથવા અસુવિધા વાળી જગ્યા એ હોય તો ઉત્પાદન અને એવી સેવાનું સર્જન કરવું જોઈ કે સ્થળ અને બાહ્ય દેખાવની વિષમતા હોય તો પણ ઉપભોક્તા સેવા મેળવી શકે. આ માટે ઓનલાઈન સ્ત્રોત અને સેવાઓથી મદદ મળી રહે છે. માહિતી સેવાઓમાં સેવા ઉપલબ્ધિને આવરી લેતી વહેચણી એ વિષમ પરિબળ છે. જેમાં માહિતીકેન્દ્રો અને ગ્રંથાલયોના ખોલવાનો સમય અને કલાકો, સ્થળ અને સેવા આપવાના નિયમોનો સમાવેશ થાય છે. સ્થળ ગ્રાહક સેવા વિતરણ બિંદુઓ જેમ કે રિટેલ આઉટલેટ્સ અને લાઈબ્રેરી બંને સાથે સંબંધિત છે, પરંતુ વિતરણનેટવર્ક સાથે પણ સંબંધિત છે જે ખાતરી કરે છે કે ઉત્પાદનો ઉત્પાદક અથવા સર્જકથી વપરાશકર્તા અથવા ઉપભોક્તા સુધી પહોંચે છે. ડિલિવરી ચેનલો એ ઉદ્યોગમાં મહત્વપૂર્ણ પરિબળો છે અને તેમાં સંસ્થાકીય સંબંધોના જટિલ વેબનો સમાવેશ થાય છે, જેમાં સહયોગ અને સ્પર્ધા સમાન રીતે મહત્વપૂર્ણ છે.

4. પ્રમોશન:

સંસ્થા અને તેના ઉત્પાદનો વિશે લોકોના એક અથવા વધુ જૂથોને જાણ કરવા માટે વપરાતી પ્રવૃત્તિઓ સંબંધિત માર્કેટિંગ કમ્યુનિકેશન એટલે પ્રમોશન. પ્રમોશન એ ગ્રાહક સંબંધ માટે આધાર બનાવતું, ગ્રાહકો સાથેના દ્વિ-માર્ગીય સંચારનું એક તત્વ છે સામાન્ય રીતે સંસ્થા અને નવા અથવા હાલના ઉત્પાદનોની જાહેર જાગૃતિ વધારવા અથવા વૈકલ્પિક રીતે, ગ્રાહકને હાલના ઉત્પાદનો વિશે જાહેર જાગૃતિ જાળવવા અથવા ઉત્પાદન સુવિધાઓ વિશે શિક્ષિત કરવા માટે પ્રમોશનનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. પ્રમોશનમાં જાહેરાત, જાહેર સંબંધ, વ્યક્તિગત વેચાણ, ઓનલાઈન માર્કેટિંગ સંચાર

અને ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગનો સમાવેશ થાય છે. ભૌતિક સુવિધાઓ એ સેવાઓને પ્રતિબિંબિત કરતી છબી છે. સેવાઓના પ્રચાર માટે તેમના અમૂર્ત સ્વભાવને કારણે ચોક્કસ મુશ્કેલીઓ પડે છે. જાહેરાતમાં અમૂર્ત તત્ત્વ દર્શાવવામાં આવ્યું છે, તેથી સેવાની જાહેરાતમાં મૂર્ત સંકેતો પર ભાર મૂકવાની જરૂર છે. વેબસાઈટ્સ પર ચિત્ર સ્વરૂપમાં લાઈબ્રેરી બિલ્ડિંગ અને સર્વિસ પોઈન્ટ અથવા વ્યાવસાયિકતા અથવા સ્ટાફનો દેખાવ, તેનો ઉપયોગ વગેરેનો પ્રચારથી શકે છે. પ્રમોશનનું આ સ્વરૂપ ગ્રાહકો અને વેચાણ વ્યક્તિઓને ક્રિયા પ્રતિક્રિયા કરવાની મંજૂરી આપતું હોવાથી સેવાઓમાં વ્યક્તિગત વેચાણ સંભવિતરૂપે શક્તિશાળી છે તેથી, ગ્રાહક સંપર્ક કર્મચારીઓ પાસે એક મહત્વપૂર્ણ પ્રમોશનલ કાર્ય છે.

5. લોકો:

મોટાભાગની સેવાઓ સેવા વિતરણમાં લોકોનો ઉપયોગ કરે છે, ઘણીવાર ગ્રાહક સાથેની ક્રિયા-પ્રતિક્રિયામાં ઉત્પાદન બનાવે છે અને પહોંચાડે છે. સેવાઓમાં જ્યાં સંપર્કનું સ્તર ઊંચું હોય ત્યાં ગ્રાહક અને સેવા એજન્ટ વચ્ચેની ક્રિયા-પ્રતિક્રિયાની ગુણવત્તા સંતોષ પર મોટો પ્રભાવ છે. ઉદાહરણ તરીકે જોઈએ તો દંત ચિકિત્સા અથવા ફિઝિયોથેરાપીમાં, ગ્રાહકે સેવા એજન્ટ સાથે આરામદાયક અનુભવ કરવાની, તેમના પર વિશ્વાસ રાખવા અને તેમની સાથે તાલમેલ કેળવવો જરૂરી હોય છે, જ્યાં પણ સેવા ઓછી ઘનિષ્ટ હોય, જેમ કે દુકાન અથવા પુસ્તકાલયમાં, સ્ટાફનું વલણ અને પ્રતિભાવ સેવા અનુભવની સ્વીકાર્યતા અને સેવાની ગુણવત્તાના ગ્રાહક મૂલ્યાંકનમાં તફાવત લાવી શકે છે.

6. પ્રક્રિયા:

સેવાઓના ઉત્પાદન અને વપરાશમાં લાઈવ અને બે વ્યક્તિઓ વચ્ચેની ક્રિયા પ્રતિક્રિયા સામેલ હોવાથી નિયંત્રણનો ઉપયોગ કરવો અને સુસંગતતા સુનિશ્ચિત કરવી વધુ મુશ્કેલ છે. ગ્રાહકની વિગતોની ચુકવણીની પ્રક્રિયા, કતારની વ્યવસ્થા, તેમજ મુખ્ય સેવા વિતરણના ઘટકોનો સમાવેશ કરતી સેવા પ્રક્રિયાને સાવચેત ડિઝાઈનની જરૂર છે. ઉદાહરણ તરીકે જોઈએ તો,

દરેક કોલરને પૂછવા કોલ સેન્ટર ઓપરેટર અને હેલ્પ લાઈનમાં માનક સેટ અથવા પ્રશ્નો હોઈ શકે છે. ગ્રાહકે એકવાર સેવાની પ્રક્રિયાનો અનુભવ કર્યા પછી, તે ‘સ્ક્રિપ્ટ’ શીખવાનું શરૂ કરશે કે જે તેને પ્રક્રિયામાં વધુ આરામદાયક અનુભવ કરવામાં મદદ કરશે. ગ્રાહકો, તેમજ સેવા એજન્ટ, સેવા વિતરણનો ભાગ છે.

પબ્લિક એક્સેસ ક્રિઓસ્ક જેવા સેલ્ફ-સર્વિસ વાતાવરણમાં, ગ્રાહકને કોમ્પ્યુટર સ્ક્રીન પર પ્રોમ્પ્ટ દ્વારા પ્રક્રિયા દ્વારા લેવામાં આવે છે. આ સંકેતો સંવાદ અથવા ઓનલાઈન સ્ક્રિપ્ટ બનાવે છે. ઓનલાઈન સેવામાં સર્વિસ ડિલિવરીની ગુણવત્તા ગ્રાહકની યોગ્યતા પર ફિઝિકલ સર્વિસ ડિલિવરીની તુલનામાં વધુ આધાર રાખે છે.

7. ભૌતિક પુરાવા:

આ તેની આસપાસના ભૌતિક સાથે સંબંધિત છે જેમાંથી સેવા આપવામાં આવે છે અને સેવા એપિસોડમાં અન્ય મૂર્ત ઘટકો સાથે. સામાન્ય રીતે ગ્રાહક પાસે સેવાના અનુભવની ગુણવત્તા વિશે

એકમાત્ર મૂર્ત સંકેતને લીધે સેવા આપવા માટે ભૌતિક પુરાવા મહત્વપૂર્ણ છે. ગ્રંથાલયો અને માહિતીકેન્દ્રો એ માહિતી સેવાઓ માટે સ્ટાફની રજૂઆત, વાતાવરણ, પરિસરની ડિઝાઇન, સ્વચ્છતા, કલર પેલેટ, વ્યવસ્થિતતા, સંકેત, ગરમી, બેઠક, સુલભતા અને લાઈટિંગ પર ધ્યાન આપવું જોઈએ. ડિજિટલ માહિતી સેવાઓના માર્કેટિંગમાં ભૌતિક પુરાવા ઓનલાઈન માધ્યમમાં અત્યંત મર્યાદિત છે જે મહત્વપૂર્ણ પડકાર છે. ડિજિટલ માહિતી સેવાઓના કારણ કે ભૌતિક સંકેતની ગેરહાજરી ગ્રાહકો સાથે વાતચીતની એક મહત્વપૂર્ણ ચેનલને દૂર કરે છે, અને ગ્રાહકો માટે તેમના પ્રારંભિક ચુકાદાને આધારે પુરાવાનો એક મહત્વપૂર્ણ સ્ત્રોત છે. પુરાવાનો ઉપયોગ ઓનલાઈન ચેનલોને લગતી છાપને સમર્થન આપવા માટે મલ્ટી-ચેનલ અથવા હાઈબ્રિડ વાતાવરણમાં ભૌતિક પુરાવાનો ઉપયોગથી શકે છે. જ્યાં આ શક્ય ન હોય, ત્યાં માર્કેટિંગ-મિશ્રણના અન્ય ઘટકો, જેમ કે ઉત્પાદન અને તેમની વિશેષતાઓ અને બ્રાન્ડિંગ, વધુ મહત્વપૂર્ણ છે.

માર્કેટિંગ-મિશ્રણ એ ગ્રાહકો માટે મૂલ્યવાન છે. તે ઓફર બનાવવા અને જાળવવા માટે એક મહત્વપૂર્ણ સાધન છે, જે માર્કેટિંગની સફળતા પર આધારિત છે. માર્કેટિંગ મિશ્રણના તમામ ઘટકો પરસ્પર નિર્ભર છે, અને તે એકબીજા સાથે સુસંગત હોવા જોઈએ. સૌથી યોગ્ય માર્કેટિંગ મિશ્રણ ગ્રાહક પર આધાર રાખે છે અને માર્કેટિંગ વાતાવરણને પ્રભાવિત કરે છે. એક સંસ્થાને માર્કેટિંગ મિશ્રણના ઘટકોને એવી રીતે ડિઝાઇન અને સંયોજિત કરવા જોઈએ કે જેથી તે તેના સ્પર્ધકોથી અલગ પડે. માર્કેટિંગ મિશ્રણના તત્વો બદલી શકાય છે. જો કે, માર્કેટિંગ મિશ્રણના મોટાભાગના ઘટકોમાં ફેરફાર સંસ્થાના હાલના સંસાધનો દ્વારા અવરોધિત છે અને શક્ય છે તે પરિવર્તનનો દર ક્યારેક નિરાશાજનક રીતે ધીમો હોઈ શકે છે.

એક ફિલસૂફી અને પ્રવૃત્તિ તરીકે માર્કેટિંગ માહિતી ઉદ્યોગમાં સંસ્થામાં મહત્વપૂર્ણ યોગદાન આપી શકે છે, પછી ભલે તે જાહેર અથવા ખાનગી ક્ષેત્રમાં હોય. માર્કેટિંગને સામાજિક અને વ્યવસ્થાપક પ્રક્રિયા તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે જે લોકો અને સંદેશાવ્યવહાર વિશે છે. માર્કેટિંગ એ દરેક વસ્તુ વિશે છે જે સંસ્થા કરે છે અથવા કહે છે. માર્કેટિંગ કન્સેપ્ટ અથવા માર્કેટિંગ ઓરિએન્ટેશન ગ્રાહક જે લાભો ઈચ્છે છે તે સમજવાના મહત્વ પર ભાર મૂકે છે અને મૂલ્યની વહેંચાયેલ કલ્પનાઓ વિકસાવે છે. આ જ્ઞાન અને સમજ સંસ્થાઓની ઓફરના વિકાસ માટે પ્લેટફોર્મ તરીકે કામ કરી શકે છે. ઓફરનું વર્ણન કરવા માટે વિસ્તૃત માર્કેટિંગ મિક્સ એક ઉપયોગી સાધન છે. માર્કેટિંગ મિશ્રણના ૭-૪ છે: ઉત્પાદન, કિંમત, સ્થળ, પ્રમોશન, લોકો, પ્રક્રિયા અને ભૌતિક પુરાવા વગેરે. Rowley 6 (2006)

8.8 માહિતી સેવાઓના માર્કેટિંગની જરૂરિયાત

દરેક વ્યક્તિ માહિતી સેવાઓના માર્કેટિંગની જરૂરિયાત અનુભવી રહી છે માહિતી પ્રાપ્ત કરવી અને આર્કાઈવ કરવા ગ્રંથાલયો અને મહિતીકેન્દ્રો અન્ય માહિતી સેવાની સ્પર્ધાનો સામનો કરી રહ્યા છે ગ્રંથપાલો માહિતી માટે, જગ્યાની મર્યાદાઓ, ઘટતા બજેટ સાથે સંઘર્ષ કરી રહ્યા છે અને મફત પ્રવેશ આપવા માટે પ્રયત્નશીલ છે. સામગ્રીની વધતી કિંમત સાથે ઉપભોક્તાઓની અપેક્ષાઓ વધી રહી છે આને લીધે ગ્રંથપાલો વધુ કાર્યક્ષમ બનવા માટે માર્કેટિંગ તકનીકોને અપનાવી રહ્યા

છે. નાણાકીય જોગવાઈના અભાવને લીધે પુસ્તકાલયો સૌથી મોટા પડકારનો સામનો કરી રહ્યા છે. નાણાકીય સમસ્યાને લીધે ગ્રંથાલયમાં સતત ઘટાડો કરવામાં આવી રહ્યો છે અને તેમના પર સ્વ-નિર્ભર રહેવા માટે નાણાકીય સંસાધનો એકત્ર કરવા માટે દબાણ કરવામાં આવે છે.

તમામ સંસાધનોની સંભાળ અને માર્કેટિંગ પ્રયાસો થકી તેને કેવી રીતે શ્રેષ્ઠ રીતે કાર્યક્ષમ રીતે ચેનલાઈઝ કરી શકાય છે. ગ્રંથાલય સેવાઓ મૂલ્યવાન સેવાઓ છે પરંતુ તેના અભાવને કારણે તેનું મૂલ્ય ઓછું છે, માર્કેટિંગ પ્રયાસો તે છબી સુધારવામાં મદદ કરી શકે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી (LIS) વ્યાવસાયિકો સાથે સારા સંબંધો સ્થાપિત કરીને ઉપભોક્તાઓ અને અન્ય આશ્રયદાતાઓ, સારી સુવિધાઓ, સેવાનું ઉચ્ચ ધોરણ, શિસ્ત અને સારી વર્તણૂક દ્વારા સારી સેવા આપી શકાય. LIS વ્યાવસાયિકો મુખ્યત્વે સપ્લાયર્સ સાથે સંકળાયેલા હોવાથી ઉપભોક્તાઓ /ગ્રાહકો માટે કામ કરવામાં રસ ગુમાવ્યો છે. પરંતુ તે ધ્યાનમાં રાખવું જોઈએ કે માત્ર સંતુષ્ટ ઉપભોક્તાઓ જ પાછા આવે છે. અસંતુષ્ટ ઉપભોક્તાઓ તેમની માહિતીને પહોંચી વળવા માટે માહિતીના કેટલાક અન્ય સપ્લાયર્સ શોધી કાઢશે.

કોઈ પણ સંસ્થામાં માર્કેટિંગ તકનીકો લાગુ કરવાના કારણો, ખાસ કરીને :

- પુસ્તકાલય અને માહિતી કેન્દ્રમાં, નાણાકીય દ્રષ્ટિએ નફો હાંસલ કરવા માટે નથી, પરંતુ ઉચ્ચ સ્તરના વપરાશકર્તાઓનો સંતોષ હાંસલ કરવા
- માનવામાં આવેલ મૂલ્યમાં વધારો કરવા માટે.
- સેવાઓ અને ઉત્પાદનો થકી સંતોષમાં વધારો કરવા .
- ગ્રંથપાલ કોની સેવા કરવાનો પ્રયાસ કરી રહ્યા છે? વપરાશકર્તાની રુચિઓ શું છે ?
- શું ગ્રંથપાલો આ રુચિઓ પૂરી પાડવા શું શરતો હેઠળ સેવા પ્રદાન કરી શકે છે.
- ગ્રંથપાલ સેવાઓ અને ઉત્પાદનો પ્રદાન કરે છે? ગ્રંથપાલો કેવી રીતે વાતચીત કરે છે.
- ઉપભોક્તાઓ તેમની જરૂરિયાતો LIS વ્યાવસાયિકોને કેવી રીતે જણાવે છે ?
- ગ્રંથપાલ ગ્રંથાલયના ઉત્પાદનો, સંસાધનો, સુવિધાઓ, સેવાઓની સારી જાણકરી ધરાવે છે.
- ગ્રંથપાલ દ્વારા ઉપભોક્તાના ઈચ્છિત ઉદ્દેશ્યો સિદ્ધ કરવામાં મદદ કરવા.
- ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળી ગ્રંથપાલની કુશળતા સાબિત કરવા.
- ગ્રંથાલયના સંસાધનો અને સેવાઓનો ઉપયોગ કરવા ઉપભોક્તાઓને ગ્રંથાલયમાં લાવવા માટે.
- ઉપભોક્તાઓની માહિતી જરૂરિયાતોને સંતોષવા માટે, માર્કેટિંગ મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે.
- ટેકનોલોજી અને માહિતીના યુગમાં ગ્રંથાલયોનું અસ્તિત્વ જોખમમાં મૂકાયું છે, જેને મેનેજ કરવામાં મદદ કરવા માટે માર્કેટિંગ તરફ ધ્યાન આપવું જોઈએ.
- ઉત્પાદન, નફો અથવા સંસ્થાને બદલે ઉપભોક્તા પર ભાર મૂકવા.

8.9 ઈ- માર્કેટિંગ (E – Marketing)

ડિજિટલ ક્રાંતિએ માર્કેટિંગના ક્ષેત્રમાં પણ વ્યાપક અસર કરી છે. ગ્રંથાલયોમાં જે ઉપભોક્તાઓને સેવા આપવામાં આવે છે તેને ધ્યાનમાં રાખીને માર્કેટિંગની પ્રક્રિયા ગોઠવવામાં આવે છે. ઉપભોક્તાની માંગ માહિતી પ્રાપ્તિ માટેનો અભિગમ, ઉપયોગની પદ્ધતિ જીવનશૈલીમાં બદલાવ વગેરેને ધ્યાનમાં રાખી માર્કેટિંગની પદ્ધતિમાં પણ બદલાવ લાવવામાં આવે છે. સતત વિકાસ પામતી નવીન ટેકનોલોજીને કારણે WWW (વર્લ્ડ વાઈડ વેબ) તથા બ્રોડ બેન્ડના જોડાણમાં થયેલ ઝડપી વિકાસને લીધે માહિતી શોધ અને સંપર્ક માધ્યમોના જોડાણ દ્વારા માહિતી શોધ માટે કલ્પના ન કરી શકાય તેટલી તકો ઉપલબ્ધ થી છે. આને પરિણામ સ્વરૂપ માહિતી ઉત્પાદકોએ નવીન મંચ પર પોતાના ઉત્પાદનનો રજૂઆત માટે વિવિધ શોધથી શકે તેવા સાધનો અને વિકલ્પો પૂરા પાડવા માટે વેબ સાઈટ કે ઈન્ટરનેટ પર માહિતી શોધ ઉપલબ્ધ કરાવવી અનિવાર્ય બની છે.

પદો: માર્કેટિંગ પ્રક્રિયામાં જોડાણ, ઈન્ટરનેટ, વીજાણુકીય વ્યવસાય અને વીજાણુકીય વાણિજ્ય જેવા પદોનો સમાવેશ થાય છે.

ઈન્ટરનેટ:- ઈન્ટરનેટ એક સમાન રીતે ઉપયોગમાં લઈ શકાય તેવું વિશ્વવ્યાપી નેટવર્ક છે.

જોડાણ :- પ્રસારણ પ્રત્યાયન નેટવર્કના માધ્યમ દ્વારા માહિતીના બીટ્સનું એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે વહન કરવાની ક્ષમતા ધરાવે છે.

એક જ સંસ્થામાં ગોઠવવામાં આવેલ જુદા જુદા કમ્પ્યુટર સાથે કરવામાં આવતા જોડાણને ઈન્ટ્રાનેટ કહેવાય છે. એક જ કંપનીના કર્મચારીઓ માહિતીની ભાગીદારી તથા આપ-લે માટે ઈન્ટ્રાનેટનો ઉપયોગ સમાન રીતે કરી શકે છે. ઈન્ટરનેટ ટેકનોલોજીના ઉપયોગથી કોઈ સંગઠનો સાથે જોડાયેલ કે સંગઠનોની બહારના સ્થળો પરના કમ્પ્યુટર સાથે વિતરકો-પૂરવઠો પૂરા પાડતા એજન્ટો, ગ્રાહકો તથા વ્યાપાર સાથે જોડાયેલ સ્થળો સાથે સંપર્કનેટવર્ક ઊભું થાય તેને એક્સ્ટ્રાનેટ કહેવામાં આવે છે. આના થકી ગ્રાહકો વિતરકો અને અન્ય લોકો દ્વારા સંસ્થાની માહિતી તથા ડેટા મળી શકે.

વીજાણુકીય વ્યવસાય :-

ઈલેક્ટ્રોનિક સાધનો અને માધ્યમોનો ઉપયોગથી જે વ્યવસાય કરવામાં આવે છે તેને વીજાણુકીય વ્યવસાય કહેવામાં આવે છે. આ વ્યવસાયમાં ઈન્ટરનેટ, ઈન્ટ્રા અને એક્સ્ટ્રા જેવા માધ્યમોના ઉપયોગ થાય છે. ગ્રાહકો સાથે ઝડપી સંપર્કો સાધવા આદેશ આપવાની પ્રક્રિયા સંપર્કો ઊભા કરી સંબંધ વ્યવસ્થાપન અને નોંધ રાખવાની પ્રક્રિયા વિકસાવી શકાય છે.

વીજાણુકીય વાણિજ્ય:-

ખરીદી-વેચાણના વ્યવહાર માટે ઇલેક્ટ્રોનિક સાધનોનો ઉપયોગ એટલે વીજાણુકીય વાણિજ્ય કે જેને ઈ-કોમર્સ પણ કહેવાય છે. ઈ-પ્રોક્ચોરમેન્ટ ખરીદ વેચાણ, ઈ-માર્કેટિંગ અર્થાત જાહેરાતનો સમાવેશ આમાં થાય છે.

ઈ-કોમર્સમાં ઉપભોક્તા વર્ગ સમક્ષ તેના ઉત્પાદનની રજૂઆત વેચાણ અને સેવાઓ અંગે જાહેરાત કરવામાં આવે છે. દા.ત. amazon.com આ સાઈટની શરૂઆત માત્ર 12 જેટલા ગ્રાહકોનો સંપર્ક કરી શરૂ કરવામાં આવી હતી આજે વિશ્વનો સૌથી વધારે અને સંગ્રહ ઊભું કરનાર વેબસાઈટ તરીકે પ્રખ્યાત છે. જેમાં પુસ્તકો, સામયિકો દ્રશ્ય-શ્રાવ્ય કેસેટ, કમ્પ્યુટર સોફ્ટવેર વેચાણને સાઈટ પર દર્શાવવામાં આવે છે.

8.9.1 ઈ-માર્કેટિંગના લાભ (Benefits of E-Marketing)

માહિતી ઉપજો અને સેવાઓના વીજાણુ માર્કેટિંગથી ગ્રાહક અને વિતરક બંનેને લાભ થાય છે.

ઉપભોક્તાના લાભ

- ઉપભોક્તાની અનુકૂળતામાં વધારો થાય છે.
- જોઈતી માહિતી મેળવવા ગ્રંથાલય સુધી જવું પડતું નથી.
- વિતરકની વેબસાઈટ દ્વારા શોધ કરી શકતી હોવાથી શોધ કરવાની લાંબી પ્રક્રિયામાંથી મુક્તિ મળે છે.
- વિવિધ સ્પર્ધકોના વિકલ્પોની જાણકારી મેળવી શકાય છે.
- ઉપભોક્તાના અનુકૂળ સમયે તથા સ્થળે માહિતી મળી રહે છે.
- સમયના બંધનમાંથી મુક્તિ મળે છે. દા.ત. ગ્રંથાલયના સમય દરમિયાન જ માહિતી મેળવી શકાય તેમાંથી મુક્તિ
- માહિતી શોધવા માટે સમય અને સ્થળનું કોઈ બંધન નથી.
- માહિતીનો અમર્યાદિત સ્ત્રોત મેળવી શકતો હોવાથી ઉપભોક્તાને સરળતાથી પસંદગીના ક્ષેત્રો અને વિકલ્પો મળી રહે છે.

વિતરકના ફાયદા

- શક્તિશાળી જાહેરાતોનું માધ્યમ પ્રાપ્ત થાય.
- લાંબા સમયના ભાવી આયોજન માટે
- ઉપભોક્તા સાથે સીધા સંપર્ક માટેનું શ્રેષ્ઠ આયોજન કરી શકે છે.
- જાહેરાત વિભાગ અને ઉત્પાદક એક સાથે સીધો સંપર્ક રાખી શકે છે.
- કિંમત ઘટાડો તથા માલ સરળતાથી પૂરો પાડવા ત્વરિત નિર્ણય લઈ શકે છે.
- યાદી તૈયાર કરવાથી કિંમતમાં ઘટાડો થી શકે
- ઉત્પાદન માટેનો ખર્ચ ઘટાડી શકાય જે બચતનો લાભ ગ્રાહકને આપી શકાય છે.
- ઈન્ટરનેટના ઉપયોગથી સીધી આપ-લેની પ્રક્રિયા થતી હોવાથી ઝડપી આદાન-પ્રદાન થી શકે છે.

8.9.2 ઈ- માર્કેટિંગની વ્યૂહરચના

ઈ- માર્કેટિંગની વ્યૂહરચના માટે નીચે મુજબના મુદ્દા ધ્યાનમાં રાખવા જોઈએ :

- ઉપભોક્તા વર્ગ કયો છે.
- ઉપભોક્તાની માંગની સામે કયા પ્રકારની સેવા અને ઉત્પાદનો પુરા પાડી શકાય તેમ છે ?
- વ્યાજબી દરે સેવા પૂરી પડવાની ક્ષમતા.
- ઉપભોક્તાને તેના સેવાના દર અંગેની જાણકારી આપતા અન્ય વિકલ્પો.
- સેવા પુરા પડવાના અન્ય વિકલ્પો.
- ગ્રંથાલયની સેવા કે કાર્યક્ષમતામાં બાંધછોડ કર્યા સિવાય સેવા આપવા માટે કેવા પ્રકારના પડકારો ઉભા થશે અને તેને કેવી રીતે પહોંચી શકાય.
- ગ્રંથાલયો ઈન્ટરનેટના યુગમાં કેવી રીતે ટકી શકે અને વિકાસ સાધી શકે.

ગ્રંથાલયના ઉપભોક્તાની સાંપ્રત પરિસ્થિતિમાં ઉપર મુજબના તમામ મુદ્દાઓ પરિપૂર્ણ થી શકે તેમ નથી તેમ છતાં ભૌતિક ગ્રંથાલયો અને મૂલ્યવર્ધિત ઓનલાઈન સેવાઓ અને ઉત્પાદનો પૂરા પાડવા માટે ગ્રંથાલયો ઈ- માર્કેટિંગનો ઉપયોગ કરી શકે છે. ઈન્ટરનેટના વિકાસને લીધે બે પ્રકારના સંગઠનો અસ્તિત્વમાં આવ્યા છે. પ્રથમ પ્રકારમાં ફક્ત વેબસાઈટ પર અસ્તિત્વ નથી. દા.ત. એમેઝોન ડોટ કોમ, ફ્લિક્ટ અને એક્સ્પીડિયા આમાં શરૂઆત વેબસાઈટ દ્વારા સર્ચ એન્જિન પરથી કામગીરી શરૂ થાય છે. ત્યારબાદ મૂલ્યવર્ધિત સેવાઓ દા.ત. સમાચાર, શેરબજારના ભાવ, અહેવાલો, મનોરંજન માર્કેટના ભાવ વિગેરે. આવા માધ્યમ ગ્રંથાલયનું સીધું સ્પર્ધક છે. જેમાં ગૂગલ અને યાહુ એ જાણીતા સર્ચ એન્જિનનો સમાવેશ થાય છે. ભૌતિક અસ્તિત્વ ધરાવતી સંસ્થાઓ કંપનીઓ સ્થાપિત સંગઠનો છે કે જે સુઆયોજિત ભવન અને ભૌતિક અસ્તિત્વ ધરાવતા હોય છે. આવા સંગઠનો માર્કેટિંગ માટે ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરે છે. આવી કંપની/સંસ્થા ભૌતિક અને વેબ બંને પર અસ્તિત્વ ધરાવે છે.

8.9.3 ઈ- માર્કેટિંગ રચના અને પ્રવૃત્તિઓ

ઈ-માર્કેટિંગની રચના માટે શ્રેણીબદ્ધ પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરવી જરૂરી છે.

- ઉપભોક્તાની આવશ્યકતાઓ જાણવી
- લક્ષ્ય નિર્ધારણ
- માર્કેટિંગ મિશ્ર
- ઈ-માર્કેટિંગ સર્જન તથા ગોઠવણી
- માર્કેટિંગ મિશ્રના નિર્ણયોનું અમલીકરણ
- ઈ-માર્કેટિંગના પ્રયત્નોનું મૂલ્યાંકન
- લક્ષ્ય નિર્ધારણ

(1) ઉપભોક્તાની આવશ્યકતાઓ જાણવી

ઈ- માર્કેટિંગના તમામ પ્રયત્નો પર હાલના અને ભાવિ ઉપભોક્તા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવામાં આવે છે. સાર્વજનિક ગ્રંથાલયો સમાજના વિશાલ વર્ગને સેવા પૂરી પાડે છે જ્યારે સંસ્થાના ગ્રંથાલયોનો વર્ગ સીમિત એટલે કે અમુક પ્રકારનો જ હોય છે. માર્કેટિંગના લક્ષ્યને હાંસલ કરવા માટે

ઉપભોક્તાની જરૂરિયાતોની જાણકારી મેળવવી પૂર્વ શરત છે. આને પરિપૂર્ણ કરવા માટે શોધ માટે સાધનો ઉપયોગમાં લેવા જોઈએ. જેનીચે મુજબના છે. :

- (1) ઉપભોક્તા પાર્શ્વ ચિત્ર
- (2) સર્વેક્ષણ તથા પ્રશ્નાવલીઓ
- (3) લક્ષ્યાંકન સમૂહ
- (4) ટેકનોલોજી આધારીત સંશોધન
- (5) ગુણવત્તાયુક્ત સંશોધન પદ્ધતિ

(2) લક્ષ્ય નિર્ધારણ

સ્પર્ધાત્મક વાતાવરણમાં ટકી રહેવા માટે ગ્રંથાલયના ઉપભોક્તાઓની આવશ્યકતાઓની તથા તેઓના વર્ગની સ્પષ્ટતા કે જેને તેઓ સેવા આપવા માંગે છે તેની જાણકારી હોય તે જરૂરી છે. ઉપભોક્તાના પ્રકારને આધારે કઈ માહિતી કયા વર્ગના ઉપભોક્તાને ઉપયોગી છે તે મળી રહે છે. કોઈ સંસ્થાના ગ્રંથાલયો માટે અલગથી વિશેષ બહાર ઊભું કરવું કઠિન છે. તેની સરખામણીમાં સાર્વજનિક ગ્રંથાલય માટે વિવિધ વિભાગો સેવા માટે ઉપલબ્ધ હોય છે. ગ્રંથાલય બજાર માટેના સંશોધન દ્વારા પ્રાપ્ત માહિતી પરથી ગ્રંથાલય એવા માટે લક્ષ્ય બજારો નિશ્ચિત કરવા જોઈએ. ઈ-માર્કેટિંગની શરૂઆત માટે કેટલાક ધોરણો નક્કી કરવા જોઈએ. દા.ત. સંશોધકો, વ્યાપક ઉપભોક્તા, ઉપભોક્તા સમૂહ ઉપલબ્ધ સાધનો વિગેરે.

(3) માર્કેટિંગ મિશ્ર

e-marketing માં માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓની ઉપલબ્ધિ માટે માર્કેટિંગ મિશ્ર સ્વીકારવાની જરૂરિયાત અંગે ચર્ચા કરીશું .

❖ નિર્ણયો :

ઉત્પાદન અને સેવા એ આદાન-પ્રદાન પ્રક્રિયાનું અગત્યનું ઘટક છે. માર્કેટિંગની સફળતાનો આધાર ઉત્પાદનની ક્ષમતા કે ગુણવત્તા ઉપર હોય છે, જેમ કે તે ઉપભોક્તાની અપેક્ષા પ્રમાણે છે કે નહિ, કેટલા લાભ પૂરા પાડી શકે તેમ છે. ગ્રંથાલયના ઉપભોક્તાઓ કોઈ વિશિષ્ટ વિષય પર માહિતી સમયસર મેળવવામાં ગતા હોય છે દા.ત. કોઈ અભ્યાસક્રમની માહિતી ખાસ વિવેચન માટે ઈ-માર્કેટિંગ દ્વારા વાચક સમક્ષ મુકવાની માહિતી ઓનલાઈન રજૂ કરવી જોઈએ જેમાં ઈ-જર્નલ, સંદર્ભ સાહિત્ય, ડેટાબેઝ સેવા, પ્રશ્નોત્તરી બેંક વગેરેનો સમાવેશ થાય છે આપણા ઉત્પાદનને અન્ય સ્પર્ધકના ઉત્પાદનથી અલગ બતાવવા માટે તેમાં કેટલીક વિશિષ્ટ લાક્ષણિકતાઓ ઉમેરો આ વિશિષ્ટ લાક્ષણિકતાને કેન્દ્રિત ઉત્પાદન સાથે જોડતા એક વિસ્તૃત ઉત્પાદન બને છે. ઓનલાઈન માહિતી સ્ત્રોતમાં માહિતી મુખ્ય ઉત્પાદન બને છે.

ઉપભોક્તાની ચોક્કસ જરૂરિયાતની જાણકારી મેળવી ગ્રંથાલયો બજાર સંશોધન દ્વારા ઉત્પાદન મિશ્ર માટે ઈ-માર્કેટિંગ દ્વારા નિર્ણય રજૂ કરી શકે છે.

ગ્રંથાલય અને માહિતીસેવાઓ માટે ઈ-માર્કેટિંગમાં મહત્વનો પ્રશ્ન તેની પ્રતિષ્ઠા અને શાખ ઊભી કરવાનો છે. જ્યારે ઉપભોક્તા વિવિધ જગ્યાએથી માહિતી શોધી રહ્યા હોય ત્યારે તેઓ તે જ શોધ

પર અન્ય વેબ આધારીત સેવાઓ પણ ઉપયોગ કરતા હોઈ શકે ? ગ્રંથાલયોએ શોધ પ્રાપ્તિમાં તેમજ ઓળખ ઊભી થાય તેવું સર્જન કરવું જોઈએ.

❖ કિંમત

બૌદ્ધિક સંપદા અધિકારનો પ્રશ્ન માહિતી સ્ત્રોતોને ઉપભોક્તા સુધી ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમના ઉપયોગ થકી પુરા પાડવા માટે ઉપસ્થિત થાય છે. ઉત્પાદન તૈયાર કરવા માટેનો ખર્ચ અને કિંમત માટે પણ ચોક્કસાઈની જરૂર છે.

ગ્રંથાલય લવાજમ અથવા ફી દ્વારા સેવા કે ઉત્પાદનના બદલામાં નાણાભંડોળ ઊભા કરે છે. સંસ્થાગત ગ્રંથાલયોમાં ફીની સાથે જ ગ્રંથાલય ફીનો સમાવેશ થતો હોય છે. સાર્વજનિક ગ્રંથાલયોમાં ઈ-માર્કેટિંગનો ઉપયોગ કરતા પહેલા તેના માટે થતા ખર્ચને ધ્યાને લઈ કિંમત નક્કી કરી વધારાની ઇલેક્ટ્રોનિક સેવા પૂરી પાડવી જોઈએ. ઈ-માર્કેટિંગ માટે કરવો પડતો ખર્ચ માત્ર એક જ વાર કરવો પડતો હોવાથી મૂડી-ખર્ચ તરીકે ગણી શકાય ; જેનો ફાયદો વર્ષો સુધી મળી રહે છે. જે સંચાલનની પ્રક્રિયા દ્વારા વસૂલ કરી શકાય છે.

કુલ ખર્ચના અંદાજને ઉપભોક્તાની સંખ્યા પ્રમાણે વિભાજન કરીને ઉપભોક્તા દીઠ કિંમત નક્કી કરી શકાય છે. ઈ-માર્કેટિંગ પ્રક્રિયાની શરૂઆત કરતા પહેલાં કઈ સેવા અને ઉત્પાદન મફત આપવા અને કઈ સેવા માટે કિંમત વસૂલ કરવી તે પહેલાથી નક્કી કરવું જોઈએ.

● પ્રોત્સાહન-નિર્ધારણ

ઉપભોક્તાને ગ્રંથાલય દ્વારા આપવામાં આવતા તમામ લાભોની જાણકારી આપવાનો સમાવેશ પ્રોત્સાહન નિર્ધારણમાં થાય છે કે જેથી સેવાઓના ઉપયોગમાં વૃદ્ધિ થઈ શકે. ઈ-માર્કેટિંગ માટે જે પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરવાની હોય તેનો અમલ કરતા પહેલા અગાઉથી ખર્ચનો અંદાજ, અંદાજપત્ર વેબ પોર્ટલનો ઉપયોગની ઉપભોક્તા વર્ગમાં જાગરૂકતા ગ્રંથાલય સભ્યોની પ્રાપ્ત માહિતી સેવા માટેની જાગૃતતા, ઉપયોગકર્તા ઓને ઉત્પાદન અને એના અંગેની સંપૂર્ણ માહિતી આપવી વગેરે..

વંચાણવૃદ્ધિના આયોજનનો મુખ્ય હેતુ અને પરિણામો સ્પષ્ટ હોવા જોઈએ. આ સ્પષ્ટતાને આધારે વિવિધ પ્રવૃત્તિઓનું આયોજન થઈ શકે છે. ગ્રંથાલયના જે ઉત્પાદનો અને સેવાની જાણકારી ઉપભોક્તાને આપવાની હોય છે તે સ્પષ્ટ અને સંકલિત હોવી જરૂરી છે. ઉપભોક્તાને આની પ્રાપ્તિમાં કેટલીક સગવડતા મળશે તેની માહિતી દર્શાવવી જરૂરી છે. સંસ્થાના ગ્રંથાલયોના ઉપભોક્તા વર્ગને ઓનલાઈન સંદેશો e-mail દ્વારા મોકલી શકાય. માહિતી તૈયાર કરવામાંનાણા અને સંસ્થાના સ્ત્રોતની આવશ્યકતા છે તેમ પ્રોત્સાહન અને પ્રયત્નોમાં પણનાણા અને સ્ત્રોતની આવશ્યકતા છે. આ પ્રક્રિયાનું સમયાંતરે મૂલ્યાંકન કરતા રેહવું જોઈએ. વેચાણ વૃદ્ધિ એ આપણો મુખ્ય ઉદ્દેશ છે. વેચાણ વૃદ્ધિને આંકડાકીય લક્ષ્ય નિશ્ચિત કરી તેનું મૂલ્યાંકન હાથ ધરી કેટલા પ્રમાણમાં તે હાંસલ કરી શકાય છે તેની તપાસ કરીને તેની અસરકારકતા જાણી શકાય.

● વિતરણના નિર્ણયો

ઉપભોક્તાઓને ઉત્પાદનો કયા સ્થળે અને વિતરણના કયા માધ્યમોથી ઉપલબ્ધ કરવી શકશે તે અંગે વેચાણની પ્રક્રિયામાં નિર્ણય લેવામાં આવે છે. માર્કેટિંગ કરતી વખતે વિતરણ અંગેના વિવિધ નિર્ણયોમાં નીચેનો સમાવેશ કરવો પડે.:

- ઓનલાઈન ઉત્પાદનો અને સેવાઓ તમામ લાવાજમ સભ્યો માટે ઉપલબ્ધ હશે કે પસંદગીના સભ્યો માટે ઓનલાઈન ઉત્પાદનો અને સેવાઓ સામાન્ય લોકોને ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવશે કે માત્ર સભ્યોને જ.
- સેવા ૨૪ કલાક હશે કે ચોક્કસ કલાકો પૂરતી.
- સેવા કે ઉત્પાદન માટે કોઈ નિશ્ચિત સોફ્ટવેરની આવશ્યકતા રહેશે કે નિહં,
- ગ્રંથાલયની સેવા ઉપભોક્તા કેવી રીતે આપશે ?

ઓનલાઈન માધ્યમ દ્વારા સેવાઓ પૂરી પાડતાં ધ્યાનમાં રાખવું જોઈએ કે મૂલ્યવર્ધિત સેવાઓ દા.ત. સંદર્ભ સામગ્રી અથવા લેખો ભૌતિક વિતરણ દ્વારા પૂરા પાડવા સંબંધિત પ્રવૃત્તિ સામગ્રીનો ઉપયોગ અને રવાનગી માટે સંસ્થાના સ્ત્રોત ફાળવણી કરવી જરૂરી છે. ઈ-માર્કેટિંગની પ્રક્રિયામાં પ્રત્યાયન અને પ્રસારણ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવે છે.

માર્કેટિંગ મિશ્રમાં વધારાના ત્રણ (Ps) લોકો પ્રક્રિયા અને ભૌતિક પુરાવાને આવરી લેવામાં આવે છે.

ઈ-માર્કેટિંગની માહિતી સેવાઓ અને પેદાશો ગ્રંથાલય કર્મચારીગણની અગત્યની ભૂમિકા હોય છે. તેઓ ઓનલાઈન માંગણી પ્રમાણેની સેવાઓ પૂરી પાડતા હોય છે. પ્રક્રિયામાં વિવિધ શ્રેણીઓનો સમાવેશ થાય છે. ગ્રંથાલય સેવાઓને ઓનલાઈન મુકવામાં આવે છે. સ્પર્ધાત્મક યુગમાં ઈ-માર્કેટિંગ રજૂઆતમાં સરળતા અને ઉપભોક્તાલક્ષી સેવા આપવામાં આવે તો તેને વધુ પસંદગી મળે છે.

(4) ઈ-માર્કેટિંગ સર્જન તથા ગોઠવણી

વેબસાઈટ તૈયાર કરવી એ ઈ-માર્કેટિંગ માટેનું પ્રથમ પગથિયું છે. વેબસાઈટ અસંખ્ય હોય છે જેમાં દરેકની ગુણવત્તા અને રજૂઆત તથા વિષયવસ્તુ અલગ હોય છે. સંસ્થાગત ગ્રંથાલયો માટે E-marketing રજૂ કરવા બે વિકલ્પો છે. ૧. સંસ્થાગત વેબસાઈટ ૨. ગ્રંથાલયની આગવી વેબસાઈટ સંસ્થાની વેબસાઈટ પર ગ્રંથાલયના કેટલાક પૃષ્ઠો ઉપલબ્ધ હોય છે. આ વેબસાઈટ પર એક અલગ ચોક્કસ ઓળખ હોય છે. જેને લીધે તે સાર્વજનિક સંપર્કો ધરાવે છે માહિતીને અદ્યતન રાખવામાં આવે છે આમાં તે એક વ્યાપક વેબસાઈટના રૂપમાં મોટા સમૂહ સમક્ષ પ્રદર્શિત થાય છે વેબસાઈટનો ઉપયોગ કરનાર વ્યાપક ઉપભોક્તા વર્ગ મળી રહે છે અને તે સંસ્થાનો એક ભાગ છે તેવી ઓળખ ઉભી થાય છે. સંસ્થાગત વેબસાઈટ જાહેરાતના હેતુથી કરવામાં આવતી નથી. જાહેરાતની વેબસાઈટનો મુખ્ય હેતુ ઉપભોક્તા કે ગ્રાહક સાથે સીધો સંપર્ક સેતુ ઊભો કરી ઉત્પાદનનો ખર્ચ સેવાની જાણકારી આપવાની છે કે, જેના દ્વારા તે ખરીદી કરવા કે સભ્ય બનવા પ્રેરાય.

ગ્રંથાલયો પોતાની અલગ વેબસાઈટ હોય તો તેઓ તેના પરથી માર્કેટિંગના કાર્યો માટે સેવાનું સંચાલન છે. જાહેરાતની વેબસાઈટનો મુખ્ય હેતુ એ ઉપભોક્તા કે ગ્રાહક સાથે સીધા સંપર્ક સેતુ ઊભો કરી તેઓને ઉત્પાદનોની જાણકારી આપવાનો છે તેના દ્વારા તેઓ સભ્ય બનવા કે ખરીદી

માટે પ્રેરાય છે. વેબસાઈટની પસંદગી માટે સંસ્થાનાનીતિનિયમ અને તેઓ વેબસાઈટ દ્વારા કેવા પ્રકારના પરિણામો મેળવવા ઈચ્છે છે તેના પર રહેલ છે.

e-marketing નો પડકાર એ છે કે ઉપભોક્તા સમક્ષ તેનું સ્થાન ઉભું કરવું પડે કે ઉપભોક્તા વારંવાર તેનો ઉપયોગ કરે માહિતી મેળવવા ઈચ્છુક ઉપભોક્તા નિશ્ચિત અભિગમ સાથે શોધ અભિગમ ધરાવે છે. તેઓ માહિતી મેળવવાની બાબતમાં સ્પષ્ટ હોય છે. કેટલાક સાઈટનો ઉપયોગ સમય પસાર કરવા માટે પણ કરતાં હોય છે, કેટલાક ઉપભોક્તા સાઈટનો ઉપયોગ કરે અને માહિતી પ્રાપ્તના થાય તો ફરીથી તે સાઈટનો ઉપયોગ કરતાં નથી. વેબસાઈટ એવી હોવી જોઈએ કે ઉપભોક્તાને આકર્ષી શકે તથા તેની નિયમિત મુલાકાત લે. ઉપભોક્તાની આવશ્યકતા મુજબની જરૂરિયાતને પહોંચી વળે તેવી સક્ષમ વેબસાઈટ હોવી જોઈએ. પ્રથમ પાનાની રૂપરેખા એવી હોય કે ઉપભોક્તા વારંવાર તેનો ઉપયોગ કરવા આકર્ષાય.

સંસ્થાની વેબસાઈટ પર શૈક્ષણિક સાઈટ પર માહિતી સેવા અને ઉત્પાદનો મુકવામાં આવે છે. ગ્રંથપાલ દ્વારા શિક્ષક તરીકે માહિતી સ્રોતનું વિષયવસ્તુનું મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ. ડીજિટલ યુગમાં કોપીરાઈટ નિયમોની જાણકારી સાથે માહિતીને ઓનલાઈન રજૂ કરવી જોઈએ.

માહિતી ઉત્પાદન માટે સેવાઓ ઓનલાઈન પૂરી પાડવા અરસ-પરસ ઉપભોક્તાનો સહકાર જરૂરી છે. સહકાર e-mail દ્વારા ઊભો કરી શકાય છે.

(5) માહિતી સેવા અને ઉત્પાદનોની ઓનલાઈન શરૂઆત

વેબ પેજ બનાવ્યા પછી ઈ-માર્કેટિંગ કરવા માટે માર્કેટિંગ આયોજકે માર્કેટિંગ મિશનના વિવિધ પરિબલો જેવા કે:

- કઈ સેવા અને ઉત્પાદનો વેબસાઈટ પર મૂકવા.
- ઉપભોક્તા કેવી રીતે ઉપયોગ કરી શકશે.
- જુદા જુદા સમૂહના ઉપભોક્તા ક્યાં અને કેટલી કિંમતે ઉપયોગ કરી શકશે.
- ઉપભોક્તાની જાગૃતિ અને રસ.
- માર્કેટિંગ માટે અપેક્ષા મુજબ ત્રિમાસિક, વાર્ષિક અથવા શૈક્ષણિક વર્ષના સમયગાળા મુજબ ઓનલાઈન માર્કેટિંગ વિકાસ અને આવકની બાબત .

માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ ઓનલાઈન સેવા આપવામાં આવે કે તરત જ ઉપયોગી રીતભાતના પ્રતિભાવ સંદર્ભમાં હોવી જોઈએ. ઓનલાઈન માર્કેટિંગ કરનારે વારંવાર ઉપયોગમાં લેવાતી સેવાઓ અને ઉપજો આપવામાં આવતી સેવા માટે ઉપભોક્તાની અપેક્ષાઓ સંદર્ભમાં સતત સુધારણા, વિસ્તરણ અને ફેરફાર કરવો આવશ્યક છે.

(6) મૂલ્યાંકન

નીચેના માપદંડ દ્વારા ઓનલાઈન માર્કેટિંગનું મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે :

- ઉત્પાદનો અને સેવાઓના આદાનપ્રદાનનું મૂલ્ય.
- સ્પર્ધકોની તુલનાએનોંધાયેલ વિકાસદર.

- ગુણવત્તા માપદંડ.
- નાણાકીય પરિણામો દા.ત. વળતર કે આર્થિક લાભ.
- ઉપભોક્તા સર્વે.
- સમય મર્યાદામાંનોંધાયેલ વિકાસ.
- ઉપભોક્તા સંતોષ.

8.10 સારાંશ

માર્કેટિંગ એ ગ્રંથાલયમાં એક મહત્વપૂર્ણ પ્રવૃત્તિ છે. માર્કેટિંગ ગ્રંથપાલોને તેમની યોગ્યતા સાબિત કરવામાં, સંસાધનો એકત્રિત કરવામાં, નિર્માણ કરવામાં મદદ કરે છે. માર્કેટિંગ હવે કાર્યક્ષમ સંચાલકો અને સકારાત્મક છબી બનવા પૂરતું સીમિત નથી. માર્કેટિંગમાં પ્રમોશનલ પ્રયત્નોનો અર્થ ઉપભોક્તા સાથેની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા પર આધારિત છે, પછી ભલે તેઓ ગ્રંથાલયમાં અથવા બહાર છે અથવા વાસ્તવિક વપરાશકર્તાઓ અથવા સંભવિત છે. માર્કેટિંગ માહિતી સેવાઓ એ આવા વપરાશકર્તા માટે વધુ પ્રતિભાવ આપવા માટે છે. માહિતી સંચાલકોએ વપરાશકર્તાની જરૂરિયાતોમાં સંતોષ વધારવા માટે કામ કરવું જોઈએ. માર્કેટિંગ અભિગમ માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓનો સંપૂર્ણ ઉપયોગ કરવા માટે સારી રીતે સંકલિત હોવો જોઈએ. માર્કેટિંગની તકોનું વિશ્લેષણ, લક્ષ્ય બજારો પસંદ કરવાનો સમાવેશ માર્કેટિંગમાં થાય છે.

માહિતી ઉપયોગ અને ઉપભોક્તા માર્કેટિંગ મિશ્રણ વિકસાવવા, ગ્રાહકનું ધ્યાન બહાર લાવવા અને અમલીકરણ, માર્કેટિંગ પ્રયાસો. માર્કેટિંગ લવચીકતા, પ્રતિભાવ, બજાર ધ્યાન, સેવા અભિગમ અને નિર્ણય લેવાનું ઓપ્ટિમાઇઝ કરે છે. માહિતીસેવામાં માર્કેટિંગનો મુખ્ય ઉદ્દેશ ઉપભોક્તાની માંગને પહોંચી વળી સંતોષ વધારવાનો છે. ગ્રંથાલય સેવાઓ બજારમાં વિવિધ વિભાગો અને અર્થપૂર્ણ ઘટકોમાં વહેંચાયેલી છે. કોઈ સંસ્થાએ, તેની વેચાણકળાની વ્યૂહરચના ઘડવા માટે અને તેને આધારે નિર્ણય લેવા વ્યાપક બજાર વિશ્લેષણની પ્રક્રિયા હાથ ધરવી પડે. માર્કેટિંગમાં કેટલાક ઘટકોની તપાસ કે જેને માર્કેટિંગ મીક્ષ કહેવાય જેમાં કિંમત, ઉત્પાદન, સ્થળ, પ્રોત્સાહન, વિતરણ, કર્મચારી જેવા ચલનો ઉપયોગ થાય છે. આ ચલોને આધારે બજારની સાથે તાલમેલ સાધી માર્કેટિંગની જાહેરાત કરી વેચાણ પ્રક્રિયાનું આયોજન કરી સમયાન્તરે તેના પ્રતિભાવ લેવાથી સંસ્થા/ગ્રંથાલયને સેવા કે ઉત્પાદનના વિસ્તરણ માટે માર્ગદર્શન મળી રહે છે. ઈ-માર્કેટિંગથી ઉત્પાદનો મુકવાના ફાયદા તેના ગ્રાહકો અને પુરા પાડનાર બંનેને થાય છે તેમાં મુખ્ય લાભ સ્વરૂપ ઉત્પાદનો ઉત્પાદકોને તેમને પોતાની અનુકૂળતાએ, સ્થળે, વિવિધ વિકલ્પમાં પસંદગીનો અવકાશ પણ મળે છે. ઓનલાઈન માર્કેટિંગ મિશ્ર કઈ રીતે તૈયાર કરી શકાય તેનું મૂલ્યાંકન, અમલીકરણ અને સમગ્ર કાર્ય અંગે માહિતી પૂરી પાડે છે.

8.11 ચાવીરૂપ શબ્દો Key words)

વેચાણ કળા (Marketing) :	ઉપભોક્તાઓનો સહકાર મેળવવાની યોગ્ય આયોજના ઊભું કરવાની પ્રક્રિયા એટલે માર્કેટિંગ
બજાર મિશ્ર (Marketingmix) :	બજાર મિશ્ર એટલે કિંમત, ઉત્પાદન રચના, પ્રત્યાયન અને વિતરણનું મિશ્રણ

બજાર વિભાજન (Market Segmentation):	બજારનું અર્થપૂર્ણ વિભાગોમાં વિભાજનની પ્રક્રિયા આ વિભાગના કર્મચારીઓ અન્ય વિભાગના કર્મચારીઓ સમાન કે અલગ હોઈ શકે.
માંગ (Demand):	કોઈ વસ્તુ કે ચીજ ખરીદવાની ઈચ્છા કે પૂછા કરવી.
વર્લ્ડ વાઈડ વેબ (World Wide Web):	ઈન્ટરનેટની રચનામાં HTML લેન્ગવેજમાં રજૂ થયેલ દસ્તાવેજમાં હાથ પરની ટેક્સ્ટની સુવિધાથી એકજ દસ્તાવેજના વિવિધ સ્થળ કે ભાગ પર રહેલ દસ્તાવેજ પર સરળતાથી જઈ શકાય.
દરવાજો (Portal) :	પ્રવેશદ્વાર, લક્ષ્યમાર્ગ કે દરવાજો

8.12 તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને તેના ઉત્તરો

(A) નીચે આપેલ પ્રશ્ના સવિસ્તાર ઉત્તર આપો.

પ્રશ્ન – 1 ઈ- માર્કેટિંગ વિશે જણાવી તેના લાભો અને વિતરકના ફાયદા જાણવો.

ઉત્તર -1

ડિજિટલ ક્રાંતિએ માર્કેટિંગના ક્ષેત્રમાં પણ વ્યાપક અસર કરી છે. ગ્રંથાલયોમાં જે ઉપભોક્તાઓને સેવા આપવામાં આવે છે તેને ધ્યાનમાં રાખીને માર્કેટિંગની પ્રક્રિયા ગોઠવવામાં આવે છે. ઉપભોક્તાની માંગ માહિતી પ્રાપ્તિ માટેનો અભિગમ, ઉપયોગની પદ્ધતિ જીવનશૈલીમાં બદલાવ વગેરેને ધ્યાનમાં રાખી માર્કેટિંગની પદ્ધતિમાં પણ બદલાવ લાવવામાં આવે છે. સતત વિકાસ પામતી નવીન ટેકનોલોજીને કારણે WWW (વર્લ્ડ વાઈડ વેબ) તથા બ્રોડ બેન્ડના જોડાણમાં થયેલ ઝડપી વિકાસને લીધે માહિતી શોધ અને સંપર્ક માધ્યમોના જોડાણ દ્વારા માહિતી શોધ માટે કલ્પના ન કરી શકાય તેટલી તકો ઉપલબ્ધ થી છે. આને પરિણામ સ્વરૂપ માહિતી ઉત્પાદકોએ નવીન મંચ પર પોતાના ઉત્પાદનનો રજૂઆત માટે વિવિધ શોધથી શકે તેવા સાધનો અને વિકલ્પો પૂરા પાડવા માટે વેબ સાઈટ કે ઈન્ટરનેટ પર માહિતી શોધ ઉપલબ્ધ કરાવવી અનિવાર્ય બની છે.

પદ્ધતિ: માર્કેટિંગ પ્રક્રિયામાં જોડાણ, ઈન્ટરનેટ, વીજાણુકીય વ્યવસાય અને વીજાણુકીય વાણિજ્ય જેવા પદ્ધતિનો સમાવેશ થાય છે.

ઈન્ટરનેટ:- ઈન્ટરનેટ એક સમાન રીતે ઉપયોગમાં લઈ શકાય તેવું વિશ્વવ્યાપી નેટવર્ક છે.

જોડાણ :- પ્રસારણ પ્રત્યાયન નેટવર્કના માધ્યમ દ્વારા માહિતીના બીટ્સનું એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે વહન કરવાની ક્ષમતા ધરાવે છે.

એક જ સંસ્થામાં ગોઠવવામાં આવેલ જુદા જુદા કમ્પ્યુટર સાથે કરવામાં આવતા જોડાણને ઈન્ટ્રાનેટ કહેવાય છે. એક જ કંપનીના કર્મચારીઓ માહિતીની ભાગીદારી તથા આપ-લે માટે ઈન્ટ્રાનેટનો ઉપયોગ સમાન રીતે કરી શકે છે. ઈન્ટરનેટ ટેકનોલોજીના ઉપયોગથી કોઈ સંગઠનો સાથે જોડાયેલ કે સંગઠનોની બહારના સ્થળો પરના કમ્પ્યુટર સાથે વિતરકો-પૂરવઠો પૂરા પાડતા

એજન્ટો,ગ્રાહકો તથા વ્યાપાર સાથે જોડાયેલ સ્થળો સાથે સંપર્કનેટવર્ક ઊભું થાય તેને એક્સ્ટ્રાનેટ કહેવામાં આવે છે. આના થકી ગ્રાહકો વિતરકો અને અન્ય લોકો દ્વારા સંસ્થાની માહિતી તથા ડેટા મળી શકે.

વીજાણુકીય વ્યવસાય :-

ઇલેક્ટ્રોનિક સાધનો અને માધ્યમોનો ઉપયોગથી જે વ્યવસાય કરવામાં આવે છે તેને વીજાણુકીય વ્યવસાય કહેવામાં આવે છે. આ વ્યવસાયમાં ઇન્ટરનેટ, ઇન્ટ્રા અને એક્સ્ટ્રા જેવા માધ્યમોના ઉપયોગ થાય છે. ગ્રાહકો સાથે ઝડપી સંપર્કો સાધવા આદેશ આપવાની પ્રક્રિયા સંપર્કો ઊભા કરી સંબંધ વ્યવસ્થાપન અનેનોંધ રાખવાની પ્રક્રિયા વિકસાવી શકાય છે.

વીજાણુકીય વાણિજ્ય:-

ખરીદી-વેચાણના વ્યવહાર માટે ઇલેક્ટ્રોનિક સાધનોનો ઉપયોગ એટલે વીજાણુકીય વાણિજ્ય કે જેને ઇ-કોમર્સ પણ કહેવાય છે. ઇ-પ્રોક્ચોરમેન્ટ ખરીદ વેચાણ, ઇ-માર્કેટિંગ અર્થાત જાહેરાતનો સમાવેશ આમાં થાય છે.

ઇ-કોમર્સમાં ઉપભોક્તા વર્ગ સમક્ષ તેના ઉત્પાદનની રજૂઆત વેચાણ અને સેવાઓ અંગે જાહેરાત કરવામાં આવે છે. દા.ત. amazon.com આ સાઈટની શરૂઆત માત્ર 12 જેટલા ગ્રાહકોનો સંપર્ક કરી શરૂ કરવામાં આવી હતી આજે વિશ્વનો સૌથી વધારે અને સંગ્રહ ઊભું કરનાર વેબસાઈટ તરીકે પ્રખ્યાત છે. જેમાં પુસ્તકો,સામયિકો દ્રશ્ય-શ્રાવ્ય કેસેટ,કમ્પ્યુટર સોફ્ટવેર વેચાણને સાઈટ પર દર્શાવવામાં આવે છે.

ઈ-માર્કેટિંગના લાભ (Benefits of E-Marketing)

માહિતી ઉપજો અને સેવાઓના વીજાણુ માર્કેટિંગથી ગ્રાહક અને વિતરક બંનેને લાભ થાય છે. ઉપભોક્તાના લાભ

- ઉપભોક્તાની અનુકૂળતામાં વધારો થાય છે.
- જોઈતી માહિતી મેળવવા ગ્રંથાલય સુધી જવું પડતું નથી.
- વિતરકની વેબસાઈટ દ્વારા શોધ કરી શકતી હોવાથી શોધ કરવાની લાંબી પ્રક્રિયામાંથી મુક્તિ મળે છે.
- વિવિધ સ્પર્ધકોના વિકલ્પોની જાણકારી મેળવી શકાય છે.
- ઉપભોક્તાના અનુકૂળ સમયે તથા સ્થળે માહિતી મળી રહે છે.
- સમયના બંધનમાંથી મુક્તિ મળે છે. દા.ત. ગ્રંથાલયના સમય દરમિયાન જ માહિતી મેળવી શકાય તેમાંથી મુક્તિ
- માહિતી શોધવા માટે સમય અને સ્થળનું કોઈ બંધન નથી.
- માહિતીનો અમર્યાદિત સ્ત્રોત મેળવી શકતો હોવાથી ઉપભોક્તાને સરળતાથી પસંદગીના ક્ષેત્રો અને વિકલ્પો મળી રહે છે.

વિતરકના ફાયદા

- શક્તિશાળી જાહેરાતોનું માધ્યમ પ્રાપ્ત થાય.

- લાંબા સમયના ભાવી આયોજન માટે
- ઉપભોક્તા સાથે સીધા સંપર્ક માટેનું શ્રેષ્ઠ આયોજન કરી શકે છે.
- જાહેરાત વિભાગ અને ઉત્પાદક એક સાથે સીધો સંપર્ક રાખી શકે છે.
- કિંમત ઘટાડો તથા માલ સરળતાથી પૂરો પાડવા ત્વરિત નિર્ણય લઈ શકે છે.
- યાદી તૈયાર કરવાથી કિંમતમાં ઘટાડો થી શકે
- ઉત્પાદન માટેનો ખર્ચ ઘટાડી શકાય જે બચતનો લાભ ગ્રાહકને આપી શકાય છે.
- ઈન્ટરનેટના ઉપયોગથી સીધી આપ-લેની પ્રક્રિયા થતી હોવાથી ઝડપી આદાન-પ્રદાન થી શકે છે.

પ્રશ્ન -2 ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓ સાથે માર્કેટિંગનું જોડાણ વિશે ચર્ચા કરો.

ઉત્તર - 2 સમગ્ર વિશ્વમાં ચર્ચાનો વિષય છે કે ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓમાં માર્કેટિંગ કેવી રીતે બંધ બેસે છે. પ્રથમ દ્રષ્ટિએ એમ લાગે કે ‘માર્કેટિંગ’ અને ‘ગ્રંથાલયો’ અલગ અલગ છે. LIS વ્યાવસાયિકોમાં માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિ ઘણાને બોજ લાગે છે. જો ગ્રંથપાલ માર્કેટિંગને કુદરતી પ્રવૃત્તિ તરીકે ન જોવે તો, શું ગ્રંથપાલો રોજ રોજ જે કાર્ય કરે છે તેમાં ગેર સમજ ઊભી થાય છે અને તેને ખોટી જગ્યા એ મુકવામાં આવે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓમાં. ઘણી વખત, માર્કેટિંગને વધારાનું ગણવામાં આવે છે. ગ્રંથાલયોમાં માર્કેટિંગના નિર્ણયો રોજિંદી કામગીરીમાં લેવામાં આવે છે, જેવાકે લાઈબ્રેરીના સ્થાન, ખુલવાનો સમય, નવી સુવિધા અથવા સેવાનું આયોજન, ઉપભોક્તાઓ/વપરાશકર્તા જૂથો અનુસાર સેવાઓ પ્રદાન કરવી વગેરે. ગ્રંથાલયોની ફિલસૂફી પુસ્તકાલય વિજ્ઞાનના પાંચ સૂત્રોની આસપાસ ફરે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતીસેવાઓમાં વિવિધ માર્કેટિંગ કાર્યો જરૂરી જણાયા છે અને ગ્રંથપાલે તેનો ઉપયોગ કર્યો છે. અન્ય તમામ વ્યવસાયિક લોકોની જેમ ગ્રંથપાલો, સભાનપણે માર્કેટિંગમાં છે. ઉદ્દેશ્ય વિશે વારંવાર પૂછવામાં આવતાનીયેના કેટલાક મૂળભૂત પ્રશ્નો છે. તમે જવાબો જુઓ, તો તમને તે મળશે કે દરેક વસ્તુને કોઈને કોઈ રીતે માર્કેટિંગ સાથે વ્યવહાર કરવામાં આવે છે.

(1) ગ્રંથાલયનો હેતુ શું છે?

સાચી માહિતી યોગ્ય સમયે યોગ્ય ઉપયોગકર્તા પાસે એ પુસ્તકાલય વ્યવસાયનું મૂળ હેતુ છે.

(2) ગ્રંથાલય સેવામાં વપરાશકર્તાઓનું સ્થાન શું છે?

ઉપભોક્તાઓ સૌથી મહત્વપૂર્ણ ભાગ અને પુસ્તકાલય સેવાઓનું કેન્દ્રિય કેન્દ્ર છે. કોઈપણ ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓનું માપન વપરાશકર્તાની મર્યાદા પરથી કરવામાં આવે છે. વ્યક્તિ, પ્રક્રિયા અથવા ઉત્પાદનમાંથી સંતોષ.

(3) ગ્રંથાલય તેમના વપરાશકર્તાઓને કેવી રીતે સેવા આપે છે?

વ્યાવસાયિક વર્તુળમાં ચર્ચાનો વિષય રહ્યો છે કે ગ્રંથાલયે કઈ સેવા આપવી જોઈએ અને કઈ નહીં, ઉપભોક્તાને સેવા આપવા અને સંસ્થા માટે કામ કરવા માટે ગ્રંથાલયોની જરૂર છે, વપરાશકર્તાઓ સ્વ-સેવાઓ માટે પ્રેરિત, શિક્ષિત અને સશક્ત હોવા જોઈએ.

સ્વ-સેવાઓ માટે પ્રેરિત, શિક્ષિત અને સશક્ત હોવા જોઈએ.

(4) ગ્રંથાલય સેવાનું સ્વરૂપ કેવી રીતે બદલાઈ રહ્યું છે?

ટેકનોલોજીનાયુગમાં માહિતી સેવાનું સ્વરૂપ બદલાયું છે. ઉપભોક્તાની માગ બદલાઈ છે. ગ્રંથાલય માટેનો ખરો પડકાર સંગ્રહ, સ્ટાફ અને મેનેજ કરવાનો નથી પરંતુ સંસાધનોને સેવાઓમાં ફેરવવાનો છે. જેમકે ઈન-હાઉસથી આઉટ-રીય, ફ્રીથી કિંમતમાં, રિએક્ટિવથી પ્રો-એક્ટિવ અને વ્યક્તિગત સેવા માટે સમૂહ-કસ્ટમાઇઝેશન થઈ રહ્યું છે.

(B) નીચે આપેલા પ્રશ્નના ટૂંકમાં જવાબ આપો.

પ્રશ્ન-1 માર્કેટિંગનો ખ્યાલ, વ્યાખ્યા વિશે જણાવો.

ઉત્તર-1 માર્કેટિંગનો અર્થ એ છે કે તે માનવ જરૂરિયાતો અને જરૂરિયાતોને સંતોષવાના હેતુથી સંભવિત વિનિમયને વાસ્તવિક બનાવવા માટે બજાર સાથે કામ કરવું. ગ્રાહકના દૃષ્ટિકોણથી તે તેના અંતિમ પરિણામના દૃષ્ટિકોણથી જોવામાં આવતો સમગ્ર વ્યવસાય છે. માર્કેટિંગ એ ઉત્પાદનો (માલ) અને સેવાઓના માર્કેટિંગને લગતી સમસ્યાઓ વિશેના ડેટાનું વ્યવસ્થિત એકત્રીકરણ, રેકોર્ડિંગ અને વિશ્લેષણ છે.

❖ વ્યાખ્યા

અમેરિકન માર્કેટિંગ એસોસિએશન (એએમએ) અનુસાર “માર્કેટિંગ એ વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓનું પ્રદર્શન છે જે ઉત્પાદકથી ગ્રાહક અથવા વપરાશકર્તા સુધી માલ અને સેવાઓના પ્રવાહનું નિર્દેશન કરે છે.”

Kotler 2 (2006) અનુસાર “માર્કેટિંગ એટલે કે બજારો સાથે કામ કરીને માનવ જરૂરિયાત અને ઈચ્છાઓને સંતોષવાના હેતુથી સંભવિત વિનિમયને વાસ્તવિક બનાવવા માટે.”

Stanton 3 ના શબ્દોમાં, “માર્કેટિંગ એ આયોજન કરવા માટે વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા કરવાની કુલ સિસ્ટમ છે, સંતોષકારક ઉત્પાદનો અને સેવાઓની કિંમત, પ્રચાર અને વિતરણ અને સંભવિત માટે પ્રસ્તુત કરો ગ્રાહકો.”

Dragon 4 એ માર્કેટિંગની વિભાવનાને સરસ રીતે વ્યાખ્યાયિત કરી અને તેના મુખ્ય પાસાઓને અનુસરે છે. “માર્કેટિંગ એ આયોજન અને ઈચ્છિત વિનિમય પ્રાપ્ત કરવા માટેનો એક વ્યવસ્થિત અભિગમ છે.”

અન્ય જૂથો સાથે સંબંધો. માર્કેટિંગ વિકાસ, જાળવણી અને/અથવા સાથે સંબંધિત છે.

ઉત્પાદનો, સેવાઓ, સંસ્થાઓ, વ્યક્તિઓ, સ્થાનો અથવા સંડોવતા વિનિમય સંબંધોનું નિયમન કરવું.

પ્રશ્ન -2 ગ્રંથપાલનાં માર્કેટિંગ કૌશલ્યો વિશે ચર્ચા કરો.

ઉત્તર -2 આધુનિક વિશ્વમાં યાંત્રિકીરણ, કોમ્પ્યુટરીકરણ, તકનીકી વિકાસ અને નવીન શોધને કારણે ગ્રંથાલય અને ગ્રંથાલય સેવાઓ પર પ્રભાવિત થયા છે. વિવિધ તકનીકી વિકાસને લીધે ગ્રંથાલય વ્યવસાય બદલાઈ ગયો છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી પ્રૌદ્યોગિક નિષ્ણાતો પેપરલેસ સોસાયટી અને

ગ્રંથાલય માટે ડિજિટલ લાયબ્રેરી ઉપર જઈ રહ્યા છે. માહિતીના ઝડપી ઍક્સેસ માટે ગ્રંથાલય પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરી રહ્યા છે. ઈન્ટરનેટ દ્વારા એક જ ક્લિકથી કોઈપણ માહિતી ઝડપથી મેળવવી શકાય છે. આજે ઉપભોક્તા અત્યાધુનિક ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરીને જરૂરી માહિતી મેળવવા અને પસંદ કરવા માટે વધુ સારી રીતે સજ્જ છે. હવે પ્રિન્ટને બદલે ઈલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપમાં માહિતીની માંગ વધી રહી છે. આ તમામ પરિબળો પુસ્તકાલય અને માહિતી સેવાઓમાં રોકાયેલા વ્યાવસાયિકોને તેમની પાસેના કૌશલ્ય વિશે પુનર્વિચાર કરવા માટે મજબૂર કરી રહ્યા છે. માહિતીના ઉત્પાદનો અને સેવાઓ માટે સ્પર્ધાત્મક માર્કેટિંગ માટે ગ્રંથપાલોનેનીચેની કેટલીક કુશળતા કેળવવાની જરૂર પડે છે.

1. વિશ્લેષણાત્મક કુશળતા

બજાર વિશ્લેષણ અને ઉત્પાદન વિશ્લેષણ બે મૂળભૂત વિશ્લેષણાત્મક કૌશલ્યો ગ્રંથપાલ પાસે હોવા જોઈએ. બજાર વિશ્લેષણ એ છે કે વપરાશકર્તા શું ઇચ્છે છે અને ઉત્પાદન વિશ્લેષણ તે છે જે પ્રદાન કરીએ છીએ. ગ્રંથપાલે તેના માહિતી ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતો જાણવી જોઈએ. અને ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતો અનુસાર પુસ્તકાલય સેવાઓ પ્રદાન કરવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ.

2. આયોજન કૌશલ્યો:

ઉત્પાદન વિકાસ, વિતરણ, પ્રમોશન વગેરે જેવા આયોજન કૌશલ્યો સાથે ગ્રંથપાલ કુશળ હોવા જોઈએ. ગ્રંથપાલે ઓછામાં ઓછા સમય અને ખર્ચ સાથે શ્રેષ્ઠ સેવાઓ પ્રદાન કરવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ. તેઓએ ઉત્પાદનોના પરિભ્રમણ તેમજ તેની સુલભતા માટે યોગ્ય માર્ગો પણ નક્કી કરવા જોઈએ.

3. લક્ષ્ય બજાર:

સંસ્થાનીનીતિનો એક ભાગ અને પાર્સલ તરીકે માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું માર્કેટિંગ હોવું જોઈએ. માર્કેટિંગ માટેનો સ્ટાફ યોગ્ય રીતે પ્રશિક્ષિત અને કુશળ હોવો જોઈએ. આખી સંસ્થા કે જેમાં લાઈબ્રેરી એક ભાગ છે, તેને માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિ માટે પ્રેરિત કરવાની જરૂર છે.

4. નિયંત્રણ કુશળતા:

નિયંત્રિત કુશળતા માટે બજારને નિયંત્રિત કરવાની જરૂર છે. ગ્રંથપાલે વર્તન સંબંધી પ્રતિભાવોથી પોતાને માહિતગાર રાખવાથી ઉપભોક્તાની સતત બદલાતી માંગને ધ્યાનમાં રાખીને સેવાઓ પૂરી પાડવામાં મદદ મળશે.

(C) નીચે આપેલ ટૂંકનોંધ લખો.

1) માહિતી સેવાઓના માર્કેટિંગની જરૂરિયાત

ઉત્તર :-દરેક વ્યક્તિ માહિતી સેવાઓના માર્કેટિંગની જરૂરિયાત અનુભવી રહી છે માહિતી પ્રાપ્ત કરવી અને આર્કાઈવ કરવા ગ્રંથાલયો અને મહાવિદ્યાલયો અન્ય માહિતી સેવાઓની સ્પર્ધાનો સામનો કરી રહ્યા છે ગ્રંથપાલો માહિતી માટે, જગ્યાની મર્યાદાઓ, ઘટતા બજેટ સાથે સંઘર્ષ કરી રહ્યા છે અને

મફત પ્રવેશ આપવા માટે પ્રયત્નશીલ છે. સામગ્રીની વધતી કિંમત સાથે ઉપભોક્તાઓની અપેક્ષાઓ વધી રહી છે અને લીધે ગ્રંથપાલો વધુ કાર્યક્ષમ બનવા માટે માર્કેટિંગ તકનીકોને અપનાવી રહ્યા છે. નાણાકીય જોગવાઈના અભાવને લીધે પુસ્તકાલયો સૌથી મોટા પડકારનો સામનો કરી રહ્યા છે. નાણાકીય સમસ્યાને લીધે ગ્રંથાલયમાં સતત ઘટાડો કરવામાં આવી રહ્યો છે અને તેમના પર સ્વ-નિર્ભર રહેવા માટે નાણાકીય સંસાધનો એકત્ર કરવા માટે દબાણ કરવામાં આવે છે.

તમામ સંસાધનોની સંભાળ અને માર્કેટિંગ પ્રયાસો થકી તેને કેવી રીતે શ્રેષ્ઠ રીતે કાર્યક્ષમ રીતે ચેનલાઈઝ કરી શકાય છે. ગ્રંથાલય સેવાઓ મૂલ્યવાન સેવાઓ છે પરંતુ તેના અભાવને કારણે તેનું મૂલ્ય ઓછું છે, માર્કેટિંગ પ્રયાસો તે છબી સુધારવામાં મદદ કરી શકે છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી (LIS) વ્યાવસાયિકો સાથે સારા સંબંધો સ્થાપિત કરીને ઉપભોક્તાઓ અને અન્ય આશ્રયદાતાઓ, સારી સુવિધાઓ, સેવાનું ઉચ્ચ ધોરણ, શિસ્ત અને સારી વર્તણૂક દ્વારા સારી સેવા આપી શકાય. LIS વ્યાવસાયિકો મુખ્યત્વે સપ્લાયર્સ સાથે સંકળાયેલા હોવાથી ઉપભોક્તાઓ /ગ્રાહકો માટે કામ કરવામાં રસ ગુમાવ્યો છે. પરંતુ તે ધ્યાનમાં રાખવું જોઈએ કે માત્ર સંતુષ્ટ ઉપભોક્તાઓ જ પાછા આવે છે. અસંતુષ્ટ ઉપભોક્તાઓ તેમની માહિતીને પહોંચી વળવા માટે માહિતીના કેટલાક અન્ય સપ્લાયર્સ શોધી કાઢશે.

કોઈ પણ સંસ્થામાં માર્કેટિંગ તકનીકો લાગુ કરવાના કારણો, ખાસ કરીને :

- પુસ્તકાલય અને માહિતી કેન્દ્રમાં, નાણાકીય દ્રષ્ટિએ નફો હાંસલ કરવા માટે નથી, પરંતુ ઉચ્ચ સ્તરના વપરાશકર્તાઓનો સંતોષ હાંસલ કરવા
- માનવામાં આવેલ મૂલ્યમાં વધારો કરવા માટે.
- સેવાઓ અને ઉત્પાદનો થકી સંતોષમાં વધારો કરવા .
- ગ્રંથપાલ કોની સેવા કરવાનો પ્રયાસ કરી રહ્યા છે? વપરાશકર્તાની રુચિઓ શું છે ?
- શું ગ્રંથપાલો આ રુચિઓ પૂરી પાડવા શું શરતો હેઠળ સેવા પ્રદાન કરી શકે છે.
- ગ્રંથપાલ સેવાઓ અને ઉત્પાદનો પ્રદાન કરે છે? ગ્રંથપાલો કેવી રીતે વાતચીત કરે છે.
- ઉપભોક્તાઓ તેમની જરૂરિયાતો LIS વ્યાવસાયિકોને કેવી રીતે જણાવે છે ?
- ગ્રંથપાલ ગ્રંથાલયના ઉત્પાદનો, સંસાધનો, સુવિધાઓ, સેવાઓની સારી જાણકરી ધરાવે છે.
- ગ્રંથપાલ દ્વારા ઉપભોક્તાના ઈચ્છિત ઉદ્દેશ્યો સિદ્ધ કરવામાં મદદ કરવા.
- ઉપભોક્તાઓની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળી ગ્રંથપાલની કુશળતા સાબિત કરવા.
- ગ્રંથાલયના સંસાધનો અને સેવાઓનો ઉપયોગ કરવા ઉપભોક્તાઓને ગ્રંથાલયમાં લાવવા માટે.
- ઉપભોક્તાઓની માહિતી જરૂરિયાતોને સંતોષવા માટે, માર્કેટિંગ મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે.
- ટેકનોલોજી અને માહિતીના યુગમાં ગ્રંથાલયોનું અસ્તિત્વ જોખમમાં મૂકાયું છે, જેને મેનેજ કરવામાં મદદ કરવા માટે માર્કેટિંગ તરફ ધ્યાન આપવું જોઈએ.

➤ ઉત્પાદન, નફો અથવા સંસ્થાને બદલે ઉપભોક્તા પર ભાર મૂકવા.

2) ઈ-માર્કેટિંગ સર્જન તથા ગોઠવણી

ઉત્તર - 2 વેબસાઈટ તૈયાર કરવી એ ઈ-માર્કેટિંગ માટેનું પ્રથમ પગથિયું છે. વેબસાઈટ અસંખ્ય હોય છે જેમાં દરેકની ગુણવત્તા અને રજૂઆત તથા વિષયવસ્તુ અલગ હોય છે. સંસ્થાગત ગ્રંથાલયો માટે E-marketing રજૂ કરવા બે વિકલ્પો છે. ૧. સંસ્થાગત વેબસાઈટ ૨. ગ્રંથાલયની આગવી વેબસાઈટ સંસ્થાની વેબસાઈટ પર ગ્રંથાલયના કેટલાક પૃષ્ઠો ઉપલબ્ધ હોય છે. આ વેબસાઈટ પર એક અલગ ચોક્કસ ઓળખ હોય છે. જેને લીધે તે સાર્વજનિક સંપર્કો ધરાવે છે માહિતીને અદ્યતન રાખવામાં આવે છે આમાં તે એક વ્યાપક વેબસાઈટના રૂપમાં મોટા સમૂહ સમક્ષ પ્રદર્શિત થાય છે વેબસાઈટનો ઉપયોગ કરનાર વ્યાપક ઉપભોક્તા વર્ગ મળી રહે છે અને તે સંસ્થાનો એક ભાગ છે તેવી ઓળખ ઉભી થાય છે. સંસ્થાગત વેબસાઈટ જાહેરાતના હેતુથી કરવામાં આવતી નથી. જાહેરાતની વેબસાઈટનો મુખ્ય હેતુ ઉપભોક્તા કે ગ્રાહક સાથે સીધો સંપર્ક સેતુ ઊભો કરી ઉત્પાદનનો ખર્ચ સેવાની જાણકારી આપવાની છે કે, જેના દ્વારા તે ખરીદી કરવા કે સભ્ય બનવા પ્રેરાય.

ગ્રંથાલયો પોતાની અલગ વેબસાઈટ હોય તો તેઓ તેના પરથી માર્કેટિંગના કાર્યો માટે સેવાનું સંચાલન છે. જાહેરાતની વેબસાઈટનો મુખ્ય હેતુ એ ઉપભોક્તા કે ગ્રાહક સાથે સીધા સંપર્ક સેતુ ઊભો કરી તેઓને ઉત્પાદનની જાણકારી આપવાનો છે તેના દ્વારા તેઓ સભ્ય બનવા કે ખરીદી માટે પ્રેરાય છે. વેબસાઈટની પસંદગી માટે સંસ્થાનાનીતિનિયમ અને તેઓ વેબસાઈટ દ્વારા કેવા પ્રકારના પરિણામો મેળવવા ઈચ્છે છે તેના પર રહેલ છે.

e-marketing નો પડકાર એ છે કે ઉપભોક્તા સમક્ષ તેનું સ્થાન ઉભું કરવું પડે કે ઉપભોક્તા વારંવાર તેનો ઉપયોગ કરે માહિતી મેળવવા ઈચ્છુક ઉપભોક્તા નિશ્ચિત અભિગમ સાથે શોધ અભિગમ ધરાવે છે. તેઓ માહિતી મેળવવાની બાબતમાં સ્પષ્ટ હોય છે. કેટલાક સાઈટનો ઉપયોગ સમય પસાર કરવા માટે પણ કરતાં હોય છે, કેટલાક ઉપભોક્તા સાઈટનો ઉપયોગ કરે અને માહિતી પ્રાપ્તના થાય તો ફરીથી તે સાઈટનો ઉપયોગ કરતાં નથી. વેબસાઈટ એવી હોવી જોઈએ કે ઉપભોક્તાને આકર્ષી શકે તથા તેની નિયમિત મુલાકાત લે. ઉપભોક્તાની આવશ્યકતા મુજબની જરૂરિયાતને પહોંચી વળે તેવી સક્ષમ વેબસાઈટ હોવી જોઈએ. પ્રથમ પાનાની રૂપરેખા એવી હોય કે ઉપભોક્તા વારંવાર તેનો ઉપયોગ કરવા આકર્ષાય.

સંસ્થાની વેબસાઈટ પર શૈક્ષણિક સાઈટ પર માહિતી સેવા અને ઉત્પાદનો મુકવામાં આવે છે. ગ્રંથપાલ દ્વારા શિક્ષક તરીકે માહિતી સ્ત્રોતનું વિષયવસ્તુનું મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ. ડીજિટલ યુગમાં કોપીરાઈટ નિયમોની જાણકારી સાથે માહિતીને ઓનલાઈન રજૂ કરવી જોઈએ.

માહિતી ઉત્પાદન માટે સેવાઓ ઓનલાઈન પૂરી પાડવા અરસ-પરસ ઉપભોક્તાનો સહકાર જરૂરી છે. સહકાર e-mail દ્વારા ઊભો કરી શકાય છે.

(D) યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરી ઉત્તર આપો.

- (1) એક જ સંસ્થામાં ગોઠવવામાં આવેલ જુદા જુદા કોમ્પ્યુટર સાથે કરવામાં આવતા જોડાણને શું કહેવાય છે?
(A) ઈન્ટરનેટ (B) નેટવર્ક (C) ઈન્ટ્રાનેટ (D) લેન
- (2) ઈન્ટરનેટ ટેકનોલોજીના ઉપયોગથી એક સંસ્થાના કોમ્પ્યુટરનું બહારના કોમ્પ્યુટર સાથેના સંપર્ક નેટવર્કને શું કહેવાય છે?
(A) એક્સ્ટ્રાનેટ (B) ઈન્ટરનેટ (C) ઈન્ટ્રાનેટ (D) બ્રોડબેન્ડ
- (3) **amazon.com** સાઈટની શરૂઆત કેટલા ગ્રાહકોના સંપર્કથી શરૂ કરવામાં આવી હતી ?
(A) 50 (B) 15 (C) 20 (D) 12
- (4) ખરીદી વેચાણના વ્યવહાર માટે ઇલેક્ટ્રોનિક સાધનોનો ઉપયોગ એટલે _____ કહેવાય.
(A) માર્કેટિંગ મિશ્ર (B) ઈ-કોમર્સ (C) માર્કેટિંગ (D) e-marketing
- (5) માર્કેટિંગના મુખ્ય ચાર ઘટકો 4Ps ના સમાવેશ દ્વારા સંગઠનના નિશ્ચિત વેચાણ લક્ષ્યને સિદ્ધ કરી શકાય તેને શું કહેવાય?
(A) માર્કેટિંગ (B) e-marketing (C) માર્કેટિંગ મિશ્ર (D) ઉપરના બધા જ

ઉત્તરો :- (1) C (2) A (3) D (4) B (5) C

8.13 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન (Reference and further reading)

- 1 Rowley, Jennifer (2006) Information Marketing (2nd Ed.). London : Ashgate, P. 228.
- 2 Kotler, Philip: Marketing for non-profit organisations. Ed.2. New Delhi: Prentice-Hall of India, 1985.
- 3 Stanton, W. J. : Fundamentals of marketing. New York: McGraw-Hill, 1981
- 4 Dragon, A. C.: "Marketing the library". Wilson library bulletin, 53(7), 1979, pp.498-502
- 5 Connaway, Lynn Silipigni and Powell, Ronald R. (2010) Basic Research Methods for Librarians (5th Ed.). Santa Barbara : Libraries Unlimited.
- 6 Rowley, Jennifer (2006) Information Marketing (2nd Ed.). London : Ashgate, P. 231.
- 7 Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2006) Marketing Management (12th Ed.). New Delhi : Pearson Education.
- 8 Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Koshy, Abraham and Jha, Mithileshwar (2007) Marketing Management: A South Asian Perspective (12th Ed.). New Delhi : Prentice Hall.
- 9 Connaway, Lynn Silipigni and Powell, Ronald R. (2010) Basic Research Methods for Librarians (5th Ed.). Santa Barbara : Libraries Unlimited.

- 10 Rowley, Jennifer (2006) Information Marketing (2nd Ed.). London : Ashgate, P. 7 – 11.
- 11 Gupta, D.K. and Jambhekar, A. (2003) An Integrated Approach to Services Marketing: A Book of Readings on Marketing of Library and Information Services. New Delhi : Allied Publishers, P. 328.
- 12 Zachert, M. J. and Williams, R. V. : "Marketing measures for information services". Special I libraries, 17, 1986, pp.61- 70.
- 13 Corral, S. : "An evolving service". In: Dempsey, L. a. al (ed.) Networking and the future of libraries. London: The Library Association, 1997, p.48.
- 14 Ibid., p.50. !
- 15 Coote, H. and Batchelor, B. : How to marka your library services effectively. Ed. 2. London: : Aslib, 1997, p.19.
- 16 Ibid.
- 17 Ibid., p.20.
- 18 Seaharama, S. : "Guidelines for markaing for information services and products". In: Markaing of library and information services in India. Calcutta: IASLIC, 1988, pp.I-16.
- 19 Coote and Batchelor, op.cit., p.28. Citation: Communication Support for Sustainable Developme.
- 20 Riyazuddin. (2012). Markaing of Information Products and Services in Some Select NGO Libraries of Delhi and NCR in the Areas of Health Education and Women Studies. Rarieved from: <http://hdl.handle.na/10603/173041>

:- રૂપરેખા :-

- 9.0 ઉદ્દેશો
- 9.1 પ્રસ્તાવના
- 9.2 માહિતી વિકેતા અર્થ અને વ્યાખ્યા
- 9.3 માહિતી હસ્તાંતરણ (Transformation) યુગ
- 9.4 માહિતી વિકેતા
 - 9.4.1 ગ્રંથાલયો
 - 9.4.2 માહિતી કેન્દ્રો
 - 9.4.3 પ્રલેખન કેન્દ્રો
 - 9.4.4 વિશ્લેષણ કેન્દ્રો
 - 9.4.5 ડેટા કેન્દ્રો
 - 9.4.6 માહિતી નિર્દેશ કેન્દ્રો
 - 9.4.7 વિકેતાઓ
- 9.5 ગ્રંથસૂચિ વિષયક ઉપયોગીતા
- 9.6 સારાંશ
- 9.7 તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને ઉત્તરો
- 9.8 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 9.9 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

9.0 ઉદ્દેશો (OBJECTIVES)

આ એકમના અધ્યયન બાદ તમે આ બાબતથી સક્ષમ બનશો.

- માહિતી વિકેતા તરીકે સંસ્થાઓની માહિતી મેળવવા.
- માહિતીની જરૂરિયાત વાળાને માહિતી વિકેતા સંસ્થા દ્વારા માહિતી પૂરી પાડવાની ભૂમિકા સમજવા.
- માહિતી પ્રસારણમાં માહિતી વિકેતાની ભૂમિકા સમજવા.
- જ્ઞાન આધારિત અર્થ વ્યવસ્થામાં માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓની તૈયારી સમજવા.

9.1 પ્રસ્તાવના (Introduction)

આધુનિક સમાજ એ જ્ઞાન આધારિત સમાજ તરીકે ઓળખાય છે. “જ્ઞાન આધારિત અર્થવ્યવસ્થા” પર આજનો સમાજ કાર્ય કરે છે. કે જે માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓના પરિવર્તન માટે ઉદાહરણ બન્યા છે. આધુનિક યુગના “જ્ઞાન આધારિત અર્થવ્યવસ્થા”ને આગળ વધારવા માટે સંગઠનો, કંપનીઓ અને કર્મચારીઓ સતત પ્રેરણારૂપ બન્યા છે.

માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓમાં થતો માહિતીનો વધારો નવા સામાજિક-આર્થિક નમૂનાઓની લાક્ષણિકતા બન્યા છે. માહિતી આપતી સંસ્થાઓ પર માહિતી પૂરી પાડવાની જવાબદારી છે. કે, જેનો ઝડપથી અને યોગ્ય રીતે જવાબદારી સ્વીકારવાનો પડકાર જીલવો પડશે. જ્ઞાનની નવી પદ્ધતિનો સ્વીકાર કરવો પડશે. તેઓએ સંશોધકો, વિશ્લેષકો, માહિતી સંચાલકો પ્રત્યે તેમની ભૂમિકા બદલાવી પડશે.

9.2 માહિતી વિકેતા અર્થ અને વ્યાખ્યા

જુદા જુદા પ્રકારના ડેટા પર થતી પ્રક્રિયામાંથી માહિતી પ્રાપ્ત થાય છે. માહિતી એ તથ્યો પર એકત્રિત કરેલ ડેટા સ્વરૂપમાં હોય છે. માહિતી જેના દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવે છે. તે મશીન અથવા માનવીય સ્વરૂપે પણ હોઈ શકે છે. એકત્રિત થયેલ માહિતી જેના દ્વારા વેચવામાં આવે છે. તેને માહિતી વિકેતા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. માહિતી મેળવનાર વ્યક્તિને માહિતી ઉપયોગકર્તા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. માહિતી મેળવવાનું મુખ્ય કેન્દ્ર ગ્રંથાલય હોય છે. આથી તેને માહિતી વિકેતા તરીકે પણ ઓળખી શકાય. ગ્રંથાલય ઉપરાંત માહિતી સેવા પૂરી પાડતા કેન્દ્રો જેવા કે માહિતી પુસ્તકરણ કેન્દ્રો, માહિતી કેન્દ્રો, રેફરલ કેન્દ્રો, સંદર્ભ કેન્દ્રો વગેરે માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે.

માહિતી વિકેતા એટલે કોઈપણ વ્યક્તિ જે સોફ્ટવેર, માહિતી અથવા સુરક્ષા કિંમતો, વ્યુપન્ન કિંમતો, સુરક્ષા ડેટા, બજાર કિંમત, વિદેશી વિનિમય, કેડિટ રેટિંગ, માપન, પ્રદર્શન અથવા કોઈપણ માહિતી મેળવવા માટેના માધ્યમો પુરા પાડે છે. તેને માહિતી વિકેતા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

9.3 માહિતી હસ્તાંતર યુગ

માહિતી પૂરી પાડવાના જુદા જુદા યુગ વિશે જોઈએ તો,

❖ પ્રથમ યુગ :-

આ યુગને વિષયલક્ષી માહિતીનો હસ્તાંતર યુગ કહેવામાં આવે છે. આ સમયની સંસ્થાઓ પ્રાથમિક રીતે શિક્ષણ, સંશોધન અને વિકાસ સાથે જોડાયેલી છે. માહિતી પ્રાથમિક કક્ષાના સામાયિકો, મોનોગ્રાફ, પરિસંવાદો અને સમિતિઓ દ્વારા પ્રાપ્ત થાય છે. તેનો ઉપભોક્તા સમુદાય વિદ્યાર્થીઓ, શિક્ષણવિદો, વિદ્વાનો અને સંશોધકો હોય છે. આ સેવા પૂરી પાડવા માટે સરકારી સહાય પણ મળતી હોય છે. આ યુગનો નૈતિક સિદ્ધાંત “જ્ઞાન માટે જ્ઞાન” છે.

❖ બીજો યુગ :-

૧૯૫૦ થી ૧૯૬૦નાં દાયકાનો વિકેતા સંસ્થાઓનાં વિકાસ પાછળનો મૂળભૂત યુગ છે. તેનો મૂળભૂત હેતુ “કાર્યને વ્યવસ્થિત કરો”, ધ્યેયલક્ષી એજન્સીઓને માહિતી પૂરી પાડવા માટે વ્યવસ્થાનું સર્જન કરવામાં આવે છે. આ વૈદિક, ઉડ્યન, રસાયણ, ભૌતિકશાસ્ત્ર વગેરે વિવિધ ક્ષેત્રોની માહિતીની જરૂરિયાત રહે છે. જેમાં માહિતીનું પ્રસારણ પ્રાથમિક કક્ષાના પ્રકાશનો, સામયિકો ઉપરાંત અન્ય તકનીકી અહેવાલ દ્વારા કરવામાં આવે છે. પ્રાથમિક માહિતી આપવા માટે દ્વિતીય કક્ષાની સેવા પૂરી પાડવામાં આવે છે. આવા માહિતી કેન્દ્રો દ્વારા જે માહિતી આપવામાં આવે છે. તે એજન્સીઓના ધ્યેય સાથે સંકળાયેલા ઈજનેરો, વૈજ્ઞાનિકો, ટેકનોલોજીની વ્યક્તિ, તેમજ અન્ય સંચાલકો દ્વારા ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. તેનો મહત્વનો અભિગમ બજારલક્ષી માહિતી હસ્તાંતરણ વ્યવસ્થા છે.

❖ ત્રીજો યુગ :-

ત્રીજા યુગને સમસ્યાલક્ષી માહિતીનું હસ્તાંતરનો યુગ કહેવામાં આવે છે. માહિતી સંગઠનોની સ્થાપના માટેના રસ્તા માટે યોગ્ય માહિતીની પ્રાપ્તિ કરીને “સામાજિક સમસ્યાઓનું સમાધાન કરવાનો હતો. આ સમયની પદ્ધતિઓ જે માહિતીનો ઉપયોગ ઔદ્યોગિક આયોજન, કૃષિ ઉત્પાદન અને પર્યાવરણ સંરક્ષણના પ્રશ્નોના ઉકેલ માટે કાર્ય કરે છે. આવી માહિતીની માંગ ઊભી થવાને કારણે આપણા વ્યાવસાયિકો જેવા કે પરામર્શકો, માહિતી દલાલો, આંતર મધ્યસ્થીઓ દ્વારા અપાતી સેવાઓનો ઉદભવ થયો. સામાજિક સમસ્યાઓના ઉકેલ માટેની માહિતીની વધતી જતી માંગને લીધે ટેકનિકલ માહિતીનું અર્થઘટન કરી સરળ બનાવી ટેકનિકલ ક્ષેત્રમાં નથી તેવા લોકોને આપી શકાય છે. આ પ્રક્રિયા ઘણી ખર્ચાળ છે. છતાં પણ સંસ્થાઓ ઉપભોક્તાની માહિતી જરૂરિયાત પૂરી પાડવા માટે પ્રયત્નશીલ હોય છે.

❖ ચોથો યુગ:-

આ યુગમાં માહિતી વ્યવસાયિકો માટે વ્યક્તિગત રીતે ઉપભોક્તાઓની માહિતીની જરૂરિયાતને ઓળખીને માહિતીની જરૂરિયાતને પહોંચવા માટે યોગ્ય વેચાણ વ્યવસ્થા થાય તેવી સમસ્યાઓ વ્યવસાયિકો માટે ઊભી થાય છે. માહિતી સંસ્થાઓનો મુખ્ય સંયોજનનો સિદ્ધાંત નાગરિકોને તેમના કામ કરવાની જગ્યાએ માહિતીનું વિતરણ કરી ઈજનેરો અને વૈજ્ઞાનિકો માટે માહિતીનું દૃઢીકરણ વધુ ઘટ્ટ બનાવી પુનઃગઢન કરી વિતરણ કરવાનો હતો. જેને લીધે માહિતી સેવાઓ, માંગ આધારિત કંપનીઓ, માહિતી દલાલોનો ઉદભવ થયો. કાયદો, વ્યવસ્થા વેપાર વગેરેમાં અનુભવ ધરાવતા લોકો દ્વારા મોટી કંપનીઓની સ્થાપના થઈ. આ સંસ્થાઓમાં વિષય નિષ્ણાતોની સેવાઓ લેવામાં આવતી હતી.

❖ આધુનિક યુગ :-

નવો યુગ એટલે જ્ઞાન આધારિત સંગઠનનો યુગ, આવા સંગઠનમાં કાર્યરત કર્મચારીનું જ્ઞાન એ સંસ્થાની પ્રાથમિક સંપત્તિ હોય છે. આનું પહેલું પાસું જોઈએ તો શીખવાની પ્રક્રિયા અને જ્ઞાન પ્રાપ્તિની ભૂમિકાને મહત્વ આપવું. અને બીજું પાસું માહિતી ટેકનોલોજી, દૂર પ્રત્યાયન માહિતી

સ્રોતનો નેટવર્ક વાતાવરણમાં સમન્વય કરવો. જ્ઞાન સંચાલનના વિકાસને લીધે માહિતી સંચાલકોને જ્ઞાન સંચાલકો તરીકે ઓળખાય છે.

જ્ઞાન સંચાલન એ સંગઠનોમાં જ્ઞાન પ્રાપ્તિ હસ્તાંતરણ અને જ્ઞાનના ઉપયોગ સાથે સંબંધિત છે. જ્ઞાનનું ધંધાકીય, માહિતીના જથ્થાનું અને માહિતી ટેકનોલોજીની માળખાકીય વ્યવસ્થાનું ક્ષેત્ર. આ ક્ષેત્રમાં કાર્યરત કર્મચારીઓ જ્ઞાન સંચાલન માટે પોતાની ભૂમિકા ભજવે છે, જેમાં ગ્રંથપાલો, નિષ્ણાંતો, રેકૉર્ડ વ્યવસ્થાપકો અને ડેટાબેઝ વ્યવસ્થાપકોનો સમાવેશ થતો હોય છે.

માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓમાં માહિતીની પ્રાપ્તિ, હસ્તાંતરણ અને જ્ઞાનના ઉપયોગ સાથે સંબંધિત છે. આવી સંસ્થાઓનું મુખ્ય કાર્ય સંસ્થાની બૌદ્ધિક સંપદામાં વધારો કરવાનું છે. માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓમાં કાર્યરત કર્મચારીઓ આનુસાંગિક ભૂમિકા ભજવતા હોય છે. તેઓ ઉપભોક્તાને જરૂરી માહિતી પૂરી પાડવા માટે પ્રયત્નશીલ હોય છે. માહિતી વિકેતા સંસ્થા તરીકે ગ્રંથાલયો, માહિતી કેન્દ્રો, સંદર્ભ કેન્દ્રો, વિશ્લેષણ કેન્દ્રો, માહિતી વિકેતાઓ તરીકે કાર્ય કરે છે.

9.4 માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓ

માહિતી સેવા પૂરી પાડતી સંસ્થાઓ જુદા જુદા પ્રકારની છે. જેમાં ગ્રંથાલયો, પ્રલેખન કેન્દ્રો, માહિતી પુથ્યકરણ કેન્દ્રો, ડેટા કેન્દ્રોનો સમાવેશ થાય છે. આ સંસ્થાઓ ઉપરાંત માહિતી પૂરી પાડવા માટે વિકેતાઓ પણ સહાયભૂત થાય છે. જે સંસ્થાઓ માહિતી સેવાઓ પૂરી પાડે તેને માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

9.4.1 ગ્રંથાલયો

ઓછું બજેટ, આર્થિક કુગાવો હોવા છતાં પણ પરંપરાગત રીતે નવી ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરીને પોતાના ઉપભોક્તાને સેવાઓ આપી રહ્યા છે. આવા બદલાતા સંજોગો અને પરિવર્તન સાથે તાલ મિલાવી આજ પર્યંત જીવંત છે. માહિતી સેવાઓ પૂરી પાડવા માટે ઢગલાબંધ ખાનગી સંસ્થાઓ માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે. પરંતુ મોટાભાગના લોકો માટે ગ્રંથાલયોમાં જ ઓછા ખર્ચે વધુ માહિતી પૂરી પાડતા હોય છે.

ગ્રંથાલયો એ નવી ટેકનોલોજી સાથે સુમેળ સાધીને સેવાઓ પ્રદાન કરવી જોઈએ. વિશ્વમાં કમ્પ્યુટર ટેકનોલોજીનો વિકાસ થઈ રહ્યો છે. તે જોતા ભવિષ્યમાં જરૂરી સાહિત્ય તથા પ્રકાશનોનું વિજાણું સ્વરૂપે પ્રકાશિત થશે. અને તેનો ઉપયોગ પણ થશે અને આપણે “કાગળવિહીન સમાજ-“Paper Less Society” તરફ આગળ વધતા જઈશું. કાગળવિહીન સમાજ અસ્તિત્વમાં આવે તો લોકોની જીવનશૈલીની નવી શરૂઆત થાય. ગ્રંથાલયોએ આવનાર પરિવર્તનો સાથે જોડાઈને સેવાઓ પૂરી પાડવી જોઈએ. ગ્રંથાલયોએ પોતે માહિતી વ્યવસ્થાપક તરીકે કાર્ય કરવું જોઈએ.

ટેકનોલોજી આધારિત માહિતી ઉદ્યોગો / સંસ્થાઓ પણ ગ્રંથાલયો ઉપર આધારિત છે. માહિતી આપનાર માહિતી દલાલો પણ ગ્રંથાલયો પર આશ્રિત હોય છે. દરેક પ્રકારના ગ્રંથાલયો પોતાના ગ્રંથાલયોમાં રહેલ માહિતી સ્રોતો સંગ્રહમાં ઉપલબ્ધ ગ્રંથો, પ્રલેખો, સામયિકો દ્વારા સમાજને માહિતી પૂરી પાડતા હોય છે. ફક્ત ગ્રંથાલયો જ કેટલાય જુદા વર્ષોના સંગ્રહમાંથી માહિતી શોધી પૂરી પાડતા હોય છે. ગ્રંથ વિકેતા પાસે ઓછી સંખ્યામાં ગ્રંથ હોવાથી તે ખૂબ જ ઓછા સમયમાં ખલાસ

થઈ જતા હોય છે. જ્યારે તે ગ્રંથો હંમેશા ગ્રંથાલયમાં તો ઉપલબ્ધ જ હોય છે. વિદેશમાં પ્રકાશિત થતા વિશિષ્ટ પ્રકારના સાહિત્ય, વિશિષ્ટ પ્રકારના પ્રલેખો ગ્રંથ વિકેતાની સાંકળથી પણ સરળતાથી મેળવી શકાતા નથી. કેટલાંક વિશિષ્ટ પ્રકારના ગ્રંથાલયોમાં જ આ પ્રકારનું સાહિત્ય પ્રાપ્ત કરીને માહિતી પૂરી પાડી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે. ઘણું પ્રાચીન અને અપ્રાપ્ય સાહિત્ય ગ્રંથાલયોમાં જ સચવાયેલું હોય છે.

વર્લ્ડ વાઈડ વેબનાં આગમનથી ગ્રંથાલયોની દિશા બદલાઈ ગઈ છે. તેનો ઉપયોગ ગ્રંથાલયોમાં વધ્યો છે. ગ્રંથાલયો તેના ઉપયોગથી સારી સેવાઓ પ્રદાન કરી રહ્યા છે. ઇન્ટરનેટ અને વેબટેકનોલોજીની મદદથી તેમજ સોફ્ટવેર સાધનોને લીધે ગ્રંથાલયો અન્ય ગ્રંથાલયો સાથે જોડાણ કરી અન્ય ગ્રંથાલયોના સંસાધનો અને માહિતીસ્ત્રોતોનો લાભ મેળવી સેવાઓ આપી રહ્યા છે. ગ્રંથાલયોમાં માત્ર પુસ્તક સંગ્રહ નથી પરંતુ ઉપભોક્તાની માહિતીની જરૂરિયાતને અનુરૂપ માહિતી આપવામાં આવે છે. ગ્રંથાલયો પોતાના રોજ-બરોજના કાર્યો ઉપરાંત માહિતી સેવામાં પોતાની ભૂમિકા ભજવે છે. ગ્રંથાલયો માહિતી સેવા થકી ઉપભોક્તાની માંગ પહેલા તેના વિષય અંદાજિત માહિતી પણ પૂરી પાડી પસંદગીયુક્ત માહિતી પ્રસારણ સેવા દ્વારા ઉપભોક્તાની માંગ પૂરી પાડે છે. ગ્રંથાલયો ચોક્કસ પ્રકારની માહિતી રીપેકીજીંગ દ્વારા ઉપભોક્તાને પૂરી પાડવામાં આવે છે. તે માટે ગ્રંથાલયો દ્વારા વિવિધ માહિતીસ્ત્રોતમાંથી માહિતી એકઠી કરીને તેનું પુથ્યકરણ કરવામાં આવે છે. જો જરૂરી માહિતીમાં ભાષા અવરોધ હોય તો અનુવાદ કેન્દ્રો દ્વારા જે તે ભાષાના અનુવાદકોની મદદથી અનુવાદ કરાવી ઉપભોક્તાને જરૂરી માહિતી પૂરી પાડવાનું કાર્ય પણ ગ્રંથાલયો કર્તા હોય છે. આમ ગ્રંથાલયો માહિતી વિકેતા તરીકે પોતાની ભૂમિકા ભજવે છે.

9.4.2 માહિતી કેન્દ્રો (Information Centers)

માહિતી કેન્દ્રો જુદાજુદા પ્રકારના છે. તે તેના પ્રકાર મુજબ માહિતીઓ પૂરી પાડતી સંસ્થા છે. વિશિષ્ટ રસ અનુસાર સેવા પૂરી પાડતા માહિતીકેન્દ્રો વિશિષ્ટ ગ્રંથાલયો તેમની માતૃસંસ્થાઓના કર્મચારીઓને સેવાઓ આપે છે. જ્યારે માહિતી કેન્દ્રો સમાન વિષયમાં રસ ધરાવતા મોટી સંખ્યાના ઉપભોક્તાને સેવાઓ પૂરી પાડે છે. માહિતી કેન્દ્રો માહિતીનું સંયોજન અને મૂલ્યાંકન, પુથ્યકરણ કરી માહિતીને ઉપભોક્તાને જરૂરી સ્વરૂપમાં માહિતીનું દઢીકરણ અને પુનઃગઠન કરી વિશિષ્ટ સેવાઓ પૂરી પાડે છે. માહિતી કેન્દ્રો તેના સ્વરૂપ પર આધારિત સેવા પૂરી પાડતા હોય છે. દા.ત. ડેટા કેન્દ્રો, માહિતી પુથ્યકરણ કેન્દ્રો વગેરે ઉચ્ચ સ્તરીય માહિતી સેવાઓ કુશળ કર્મચારીની સંખ્યા, સામગ્રીની પ્રાપ્તિ અને વ્યવસ્થા પર આધાર રાખે છે.

માહિતી કેન્દ્રોની જરૂરિયાત વિશે વિચાર કરીએ તો,

- પ્રલેખોની કિંમતમાં થતો વધારો
- પ્રલેખોમાં રહેલ માહિતીની સેવામાં સ્થાન
- ઉપભોક્તાની બદલાતી માહિતી જરૂરિયાત
- નવી માહિતી સેવા, ડેટાબેઝ અને પ્રકાશકોની પ્રાપ્તિ

માહિતી કેન્દ્રો માહિતીનાં સંરક્ષણ અને પ્રલેખન સાથે સંબંધ ધરાવે છે. માહિતી કેન્દ્રો ચોક્કસ અને વિશિષ્ટ પ્રકારની માહિતી પૂરી પાડે છે. માહિતી કેન્દ્રો જુદા જુદા ધ્યેયોને અનુલક્ષીને

સેવાઓ આપતાં હોય છે. માહિતીકેન્દ્રો વિશિષ્ટ રસ અનુસાર અને માલિકપણા અનુસાર સેવા આપતા હોય છે.

સેવાના સ્તર મુજબ,

- વિશિષ્ટ રસ અનુસાર
- માલિકપણા મુજબ
- વિવિધ સેવાઓ અનુસાર
- સામગ્રીના પ્રકારો મુજબ

ઉપભોક્તાને પૂરી પાડવામાં આવતી સેવા માહિતી કેન્દ્રો દ્વારા પૂરી પડાય છે. માહિતી કેન્દ્રો વિસ્તૃત ફલક પર સેવાઓ પૂરી પાડે છે. માહિતી કેન્દ્રો દ્વારા ઓછી કિંમતે ઉત્તમ સેવાઓ આપવા માટે પ્રયત્નો કરતાં હોય છે. કેટલાંક માહિતી કેન્દ્રો માતૃસંસ્થા સાથે જોડાયેલ ઉપભોક્તાને ગ્રંથો આપે છે. સ્થાનિક ગ્રંથાલયોમાં માંગ ઊભી થતાં માહિતી કેન્દ્રો ઉપભોક્તાની માંગ સંતોષવા માટે આંતર ગ્રંથાલય લેવડ-દેવડ દ્વારા પણ માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે.

ઉપભોક્તાને જરૂરી પ્રલેખોના કેટલાંક પાનાની ઉપલબ્ધ સામગ્રીઓની ફોટોનકલ પૂરી પાડે છે. ઉપભોક્તાની વિનંતિથી સામગ્રીની નકલો પૂરી પાડી પ્રલેખપૂર્તિ સેવા આપે છે. કોઈ વિશિષ્ટ પ્રશ્નો અથવા વિષય પરની સાહિત્ય શોધ જેવી મૂલ્યવાન સેવા માહિતી કેન્દ્રો દ્વારા આપવામાં આવે છે. માહિતી કેન્દ્રોમાં ઉપભોક્તાને જરૂરી માહિતી ઉપલબ્ધ ન હોય તો તે માટે ક્યાંથી મળી શકે તેમ છે. તેનો નિર્દેશ કરે છે. વિદેશી ભાષામાં પ્રસિધ્ધ થયેલું સાહિત્ય જો ઉપભોક્તાને જે ભાષામાં જરૂરી હોય તે ભાષામાં જે તે વિષયનું સાહિત્ય અનુવાદ કરાવી અનુવાદ સુવિધા પૂરી પાડવામાં આવે છે. માહિતી કેન્દ્રોના વિષય નિષ્ણાંતો દ્વારા તકનીકી પૂછપરછ પૂર્તિ સેવા પૂરી પાડવામાં આવે છે. આ સેવાની પૂર્તિ માટે માહિતી કેન્દ્રો અદ્યતન સ્રોતો વસાવતા હોય છે. ઉપભોક્તાને પ્રકાશન સંબંધિત માહિતી આપવા માટે સારકરણ સેવા પણ પૂરી પાડવામાં આવે છે. માહિતી કેન્દ્રો તેમના ઉપભોક્તાને તેમના પ્રકાશનોથી વાકેફ રાખતા હોય છે. ઉપભોક્તાને DR-ROM ઉપલબ્ધ સંદર્ભો અથવા સામગ્રી મેળવી આપે છે.

સંશોધન માટે જ્યારે ઉપભોક્તાને અદ્યતન સાહિત્યની જરૂરિયાત હોય છે. ત્યારે માહિતી સંસ્થા સીધા લવાજમ ભરી આપવામાં આવે છે. ઇન્ટરનેટ દ્વારા માહિતી કેન્દ્રો પોતાની સેવાઓ આદાન-પ્રદાન કરતાં હોય છે. માહિતી વિકેતા તરીકે માહિતી કેન્દ્રો આગવું સ્થાન ધરાવે છે. ઉપભોક્તાને માહિતી સેવાઓ આપવા માટે વિભાગ અલાયદો રાખવામાં આવે છે. કોઈપણ કેન્દ્ર કે સંસ્થા હોય તેનો મુખ્ય હેતુ માહિતી આદાન-પ્રદાન માટેનો જ હોય છે. કેટલાંક રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે માહિતી કેન્દ્રો કાર્યરત છે.

NISCAIR, NASS DOC, DEIDOC વિગેરે જેવા કેન્દ્રો રાષ્ટ્રીય કક્ષાએ માહિતી કેન્દ્રોનાં ઉદાહરણો છે.

- NISCAIR/(CIR) New Delhi, (National Institute of Science Communication and Information Resources) એ National Science Library તરીકે સેવાઓ અને

પ્રવૃત્તિઓ માટે વિજ્ઞાન-ટેકનોલોજીની માહિતીની વ્યવસ્થા અને પ્રસાર કરે છે. તેના કેટલાંક પ્રકાશનો પણ છે.

- National Social Science Documentation Center (NASSDOC), ICSSR, New Delhi, સામાજિક વિજ્ઞાનો સાથે જોડાયેલ સંશોધકો જેવા કે શૈક્ષણિક સંસ્થાઓ, સરકારી વિભાગોના આયોજન એકમો, વેપાર અને ઉદ્યોગમાં રોકાયેલ લોકો, સ્વાસ્થ્ય સંશોધન સંસ્થાઓ વગેરેને સેવાઓ પૂરી પાડે છે. NASSDOC દ્વારા ગ્રંથાલય અને સંદર્ભ સેવા પસંદ કરાયેલા સમાજ વિજ્ઞાનના મૂળ વિદેશી સામાયિકોના અદ્યતન ગ્રંથો, સાહિત્ય શોધ સેવા ડેટાબેઝ પરથી વાઙ્મય સૂચી સંકલન અને પ્રલેખ પૂર્તિ સેવા પૂરી પાડે છે.
- Defense Scientific Information and Documentation Centre (DESIDOC) DRDW, New Delhi
DESIDOC એ 1958 માં વૈજ્ઞાનિક માહિતી બ્યુરો (SIB) તરીકે કામ કરવાનું શરૂ કર્યું. તે ડિફેન્સ સાયન્સ લેબોરેટરી (DSL) નો એક વિભાગ હતો જેને હવે લેસર સાયન્સ એન્ડ ટેકનોલોજી સેન્ટર કહેવામાં આવે છે. ઓગસ્ટ ૧૯૮૮માં તે એ જ મેટકાફ હાઉસ કોમ્પ્લેક્સમાં તેની નવી બનેલી ઇમારતમાં આ કેન્દ્ર કાર્યરત છે. સ્વ-હિસાબી એકમ બન્યું ત્યારથી, DESIDOC DRDO માટે કેન્દ્રીય માહિતી સંસાધન તરીકે કાર્ય કરી રહ્યું છે. તે તેની લાઇબ્રેરી અને અન્ય માહિતી સંસાધનોના આધારે DRDO હેડક્વાર્ટર અને ભારતમાં વિવિધ સ્થળોએ તેની વિવિધ પ્રયોગશાળાઓને S&T માહિતી પ્રદાન કરે છે.
- Defense Science Library (DSL) માહિતી પ્રત્યાયન, માહિતી નેટવર્ક અનુવાદ, મલ્ટીમીડિયા વગેરે જેવી સુવિધા આપે છે. DRDO પ્રયોગશાળાઓ વિભાગોના તમામ વૈજ્ઞાનિકોને જોત સામગ્રીની હિસ્સેદારી થકી માહિતી સેવા પ્રદાન કરે છે. આમ ઘણી બધી સંસ્થાઓ જુદા જુદા વિષયોમાં સેવાઓ પૂરી પાડે છે. માહિતીની પ્રાપ્તિ અને પુનઃપ્રાપ્તિ સરળતા થી થાય તે માટે આંતરરાષ્ટ્રીય કક્ષાએ INSDOC પણ કાર્ય કરે છે. AGRIS, INIS અને MEDLARS જેવા સંગઠનો કાર્યરત છે.

9.4.3 પ્રલેખન કેન્દ્રો (Documentation Centre) :-

બીજા વિશ્વયુદ્ધ પછી માહિતી સ્ત્રોતોના વિકાસને કારણે વિશિષ્ટ ઉપભોક્તાને પ્રલેખન સેવાની જરૂરિયાત ઊભી થતાં તેની માંગમાં વધારો થયો. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો ઉપભોક્તાની માહિતીસ્ત્રોતના વિષયવસ્તુના ઊંડાણપૂર્વકના પુથ્યકરણ સાથેની સેવાઓની માંગ વધી. ઉપભોક્તાને પ્રલેખોને બદલે તેમાં રજૂ થયેલ માહિતી પર વધારે ભાર મુકતા થયા. પરિણામે પ્રલેખન કેન્દ્રોની સંખ્યાઓનો વિકાસ થયો. પ્રલેખન કેન્દ્રોનું મુખ્ય કાર્ય અદ્યતન અને મૂલ્યવાન સાહિત્ય તરફ ઉપભોક્તાનું ધ્યાન દોરવાનું છે. આવા કેન્દ્રો સંસ્થાની પ્રગતિ સંબંધિત માહિતી ભેગી કરી પૂરી પાડે છે. આવા પ્રલેખન કેન્દ્રો સ્થાનિક અને રાષ્ટ્રીય કક્ષાએ સેવા પૂરી પાડી માહિતી વિકેતા તરીકેની ભૂમિકા ભજવે છે. સ્થાનિક પ્રલેખન કેન્દ્રો દ્વારા ઉપભોક્તાના વિશિષ્ટ માંગની સાથે સાથે તેમની અપેક્ષિત માંગને પણ પૂરી પાડવા માટે સેવાઓ પૂરી પાડે છે. સ્થાનિક પ્રલેખન કેન્દ્રો સંસોધન અને વિકાસ વિભાગો, ધંધાદારી એકમો, ઔદ્યોગિક સંકુલો, સરકારી સંસ્થાઓ અને વિભાગો સાથે વ્યક્તિગત રીતે જોડાય છે.

રાષ્ટ્રીય સ્તરના પ્રલેખન કેન્દ્રો સરકારી એજન્સી તરીકે કાર્યરત હોઈ શકે છે. સંશોધન અને વિકાસના અંદાજપત્રમાં રાષ્ટ્રીય પ્રલેખનકેન્દ્રના ખર્ચને માટે નાણાંકીય સહાય આપવા માટે ભલામણ કરવામાં આવી છે. વિવિધ દેશોમાં આવા કેન્દ્રો જુદા જુદા પ્રકારના હોય છે. તેનું માળખું કેન્દ્રિત અને વિકેન્દ્રીત હોય છે. દા. ત. બ્રિટને કેન્દ્રિત અને વિકેન્દ્રીત એમ મિશ્ર માળખું સ્વીકાર્યું છે. નેટવર્કને કારણે માહિતી સ્રોતની વહેંચણી અને ભાગીદારી સાથે સેવાઓ પૂરી પાડવાનું વલણ વધ્યું છે.

9.4.4 માહિતી વિશ્લેષણ કેન્દ્રો (Information Analysis Centre) :-

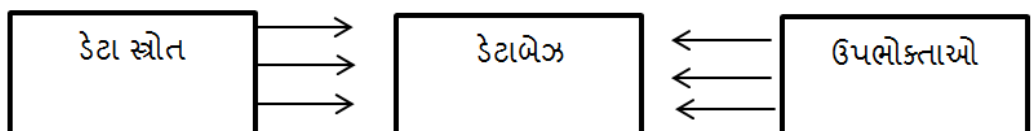
COSATI નાં નિરિક્ષણ જુથએ આપેલ વ્યાખ્યા મુજબ “માહિતી પુથ્થકરણ કેન્દ્ર એ સંગઠનના માળખાનું એવું ઔપચારિક એકમ છે, જે વિશેષ કરીને માહિતીની પ્રાપ્તિ, પસંદગી સંગ્રહ, પુનઃપ્રાપ્તિ, મૂલ્યાંકન, પુથ્થકરણ અને સંયોજનના હેતુ માટે તેમજ/અથવા વિશિષ્ટ ક્ષેત્ર સંબંધિત માહિતી અને / અથવા ડેટાની રજૂઆત કરે છે.”

માહિતી પુથ્થકરણ કેન્દ્રોની પ્રવૃત્તિઓ વિસ્તાર અને ટેકનોલોજી સાથે સલગ્ન છે. આવા કેન્દ્રો માહિતીની પુનઃપ્રાપ્તિ અને પ્રસારની સાથે સાથે માહિતીનું સર્જન કરી માહિતી પૂરી પાડે છે. માહિતીના ડેટાને જરૂરિયાત મુજબ અલગ તારવાવાથી તેનો વપરાશ વધે છે. વૈજ્ઞાનિકો દ્વારા સંબંધિત ડેટાને ભેગો કરી સમીક્ષા કરી ટેકનીકલ પ્રક્રિયા થકી માહિતી દૃઢ બનાવી વધારે બોજો ધરાવતા વિશેષજ્ઞોને પ્રલેખનનાં વિશાળ જથ્થામાંથી માહિતી શોધવા માટે સહાયતા પૂરી પાડે છે. વૈજ્ઞાનિક જ્ઞાન ધરાવતા આવા કેન્દ્રોના મધ્યસ્થીઓ તરીકે કાર્ય કરે છે. તેઓને માહિતી કેન્દ્રોની કરોડરજૂ કહેવામાં આવે છે. કારણ કે તેઓ ટેકનીકલ સંસ્થાના ટેકનીકલ ગ્રંથાલયોનાં માહિતીને ટેકનીકલ માહિતી કેન્દ્રોમાં ફેરવવાનું કાર્ય કરે છે. આવા કેન્દ્રો માહિતી પ્રલેખોની ઇન્ડેક્સ તૈયાર કરે છે. માહિતી પુથ્થકરણ કેન્દ્રો પ્રલેખોનું સારાંશીકરણ, અનુવાદ, માહિતીની સમીક્ષા, મૂલ્યાંકન કરી આપે છે. એટલે કે ઉપભોક્તાની જરૂરિયાત મુજબની માહિતીનું મૂલ્યાંકન, સાર, માહિતીનું રી - પેકેજિંગ કરી ઉપભોક્તાને યોગ્ય અને ગુણવત્તાયુક્ત માહિતી પૂરી પાડે છે. આમ માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે.

9.4.5 ડેટા કેન્દ્રો (Data Centre) :-

મોટા જથ્થામાં રહેલ આંકડાકીય ડેટાને વ્યવસ્થિત કરવાનું કાર્ય કરતું કેન્દ્ર એટલે ડેટા કેન્દ્ર. ડેટા કેન્દ્રો જુદા જુદા સ્રોતોમાંથી જરૂરિયાત મુજબના ડેટા એકત્રિત કરી, સંગ્રહ કરી જ્યારે જરૂરિયાત ઊભી થાય ત્યારે આપવામાં આવે છે. ડેટા કેન્દ્રોના વિસ્તાર અને કદ માં વિવિધતા હોય છે. સ્થાનિક, રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે હોય છે. ડેટા કેન્દ્રો મુખ્યત્વે ત્રણ બાબતે સંકળાયેલા હોય છે.

- 1) ડેટા સંગ્રહ
- 2) ડેટા સ્રોત
- 3) ઉપભોક્તા સંપર્ક



ડેટા કેન્દ્રો ડેટાનું એકત્રીકરણ, નિયંત્રણ, સાંકેતિકરણ, સંયોજન અને ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિની કામગીરી કરે છે. NISSAT કાર્યક્રમ અંતર્ગત સ્થાપિત થયેલ ડેટા કેન્દ્રો સેવા પૂરી પાડે છે. Crystallography માટેનું રાષ્ટ્રીય માહિતી કેન્દ્ર પણ Data Centre તરીકે સેવાઓ પૂરી પાડી માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે.

9.4.6. માહિતી નિર્દેશ કેન્દ્રો (Referral Centre)

કોઈપણ ઉપભોક્તાને માહિતી કયા સ્ત્રોતમાંથી અને કઈ જગ્યાએ મળશે. તે તરફ નિર્દેશ કરવાનું કામ માહિતી નિર્દેશ કેન્દ્રો કરે છે. આ સ્ત્રોતમાં વ્યક્તિ, સંસ્થા, પુસ્તક કે માહિતી કેન્દ્રનો સમાવેશ થાય છે. આવા કેન્દ્રોમાં અમુક શોધ માટે ડીરેક્ટરી પણ આપવામાં આવે છે.

વિશિષ્ટ જ્ઞાન ધરાવતા વ્યક્તિઓ કે સંસ્થાઓ કે જે બીજાને જ્ઞાન વહેંચવા માટે તૈયાર હોય છે. તેઓ આવા જ્ઞાનના વિતરણ માટે મધ્યસ્થી તરીકે માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે.

માહિતી નિર્દેશ કેન્દ્રો ટેલિફોન, વ્યક્તિગત મુલાકાત અને ટેલીફોનથી ઉપભોક્તાની જરૂરિયાત મેળવી જરૂરિયાત મુજબ માહિતી પૂરી પાડવામાં આવે છે.

9.4.7 વિકેતા (Distributers)

ગ્રંથસૂચિના ડેટાના વિતરણમાં વિકેતા કંપની અથવા વ્યક્તિ દ્વારા પુસ્તકાલયો, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓને તેને જરૂરી માહિતી પૂરી પડાય છે. અને ગ્રંથસૂચિ માહિતીનું એક્સેસ આપી પોતાની વિકેતા તરીકે ભૂમિકા ભજવે છે. ગ્રંથસૂચિનો ડેટા પુસ્તકાલયો અને અન્ય સંસ્થાઓ દ્વારા તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવા તેમજ વપરાશકર્તાઓને પ્રકાશનની સામગ્રીની એક્સેસ આપવા શીર્ષક, પ્રકાશન વિશેની માહિતી જેવીકે લેખક, પ્રકાશક, પ્રકાશનની તારીખ અને પ્રકાશનની સામગ્રી અને ઉત્પાદન સંબંધિત અન્ય વિગતોનો સંદર્ભ આપે છે. વિકેતાઓ પુસ્તકાલયો, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓ જેવા વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી ગ્રંથસૂચિનો ડેટા એકત્રિત કરી તેને ડેટાબેઝ, કેટલોગ અને API સહિત વિવિધ માધ્યમો દ્વારા ઉપલબ્ધ કરાવી ગ્રંથસૂચિના ડેટાને કેન્દ્રિય અને સંગઠિત રીતે ઉપલબ્ધ કરાવીને તેના વિતરણમાં વિકેતાઓ નિર્ણાયક ભૂમિકા ભજવે છે.

ગ્રંથાલયો અને અન્ય સંસ્થાઓ તેમના સંગ્રહને વધુ અસરકારક રીતે સંચાલન કરી શકે તે માટે વિકેતાઓ ગ્રંથસૂચિનો સચોટ, સંપૂર્ણ અને સુસંગત ડેટા સુનિશ્ચિત કરવામાં મદદ કરે છે. ડેટા ના સંવર્ધન અને સામાન્યીકરણ, તે સુનિશ્ચિત કરવા માટે મૂલ્યવર્ધિત સેવાઓની શ્રેણી પણ પ્રદાન કરે છે, કે જેથી વપરાશકર્તાઓ તેમને જરૂરી માહિતી ઝડપથી અને સરળતાથી શોધી શકે, ટૂંકમાં ગ્રંથસૂચિ માહિતીના વિતરણમાં વિકેતાની ભૂમિકા જોઈએ તો,

- ઉચ્ચ-ગુણવત્તાવાળી સેવા પ્રદાન કરવી
- સચોટ અને અદ્યતન ગ્રંથસૂચિ માહિતીનું એક્સેસ પ્રદાન કરવાની
- સંસ્થાઓને તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવા
- પ્રકાશનોની એક્સેસ પ્રદાન કરવાના તેમના પ્રયાસોમાં સમર્થન આપવાની.

ઘણા વિકેતાઓ છે. જે ગ્રંથસૂચિના ડેટાનું વિતરણ કરે છે, તેમાંના કેટલાક જોઈએ તો

- OCLC (Online Computer Library Center)
- Broker
- ProQuest
- Elsevier
- Ex Libris
- EBSCO Information Services
- Thomson Reuters

આ વિકેતાઓ લાઈબ્રેરીઓ, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓને વિવિધ ઉત્પાદનો અને સાધનો પ્રદાન કરી તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવા એક્સેસ આપવા, તેમના પ્રયાસોમાં સમર્થન આપવા માટે વિવિધ ઉત્પાદનો અને સાધનો પ્રદાન કરે છે. આમાંના કેટલાક વિકેતાઓ વધારાની સેવાઓ જેમ કે ડેટા સંવર્ધન અને સામાન્યીકરણ, તે સુનિશ્ચિત કરવા માટે કે તેઓ જે ગ્રંથસૂચિનો ડેટા પ્રદાન કરે છે.તે ઉચ્ચતમ ગુણવત્તા વાળો,યોગ્ય ફોર્મેટમાં અને વ્યવસ્થિત હોય છે.

1. OCLC (ઓનલાઈન કોમ્પ્યુટર લાઈબ્રેરી સેન્ટર)

ગ્રંથસૂચિ ડેટાના વિતરણમાં અગ્રણી વિકેતા છે.OCLC ગ્રંથસૂચિના ડેટાના વિતરણમાં મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે,

- OCLC લાઈબ્રેરીઓ, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓને તેમના સંગ્રહનું સંચાલન અને એક્સેસ પ્રદાન કરવામાં સહાય કરવા માટે ઉત્પાદનો અને સેવાઓની વિશાળ શ્રેણી પૂરી પાડે છે.
- તેના ગ્રાહકોને ગ્રંથસૂચિ માહિતી એકત્ર કરવી, તેનું સંચાલન કરવું અને તેનું વિતરણ કરે છે.
- તેના ગ્રાહકોને તેના વર્લ્ડકેટ ડેટાબેઝ, API અને અન્ય સાધનો સહિત વિવિધ માધ્યમો દ્વારા ઉપલબ્ધ કરાવે છે.
- OCLC ડેટા સંવર્ધન અને નોર્મલાઈઝેશન સેવાઓ પણ પ્રદાન કરે છે.
- સૂચિ અને મેટાડેટા મેનેજમેન્ટ સેવાઓ, તેની ઈન્ટર લાઈબ્રેરી લોન સેવાઓ અને તેની લાઈબ્રેરી મેનેજમેન્ટ સિસ્ટમ્સ જેવા ઉત્પાદનોનો ની સેવા આપે છે.

2. બ્રોકર (Broker)

વ્યક્તિ અથવા પેઢી માહિત દલાલ તરીકે હોય છે.કે જે માહિતીસ્ત્રોતનો ઉપયોગ કરી જરૂરી માહિતી પૂરી પાડે છે. ગ્રંથાલય દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી પરંપરાગત સેવાઓ ખાનગી ક્ષેત્રોના દલાલો દ્વારા આપવામાં આવે છે.માહિતી દલાલ દ્વારા તાકીદનું શિક્ષણ, માહિતી પુનઃગઠન, સંશોધન, પૃથક્કરણ, સમાચાર, કર્તન, સેવા, પરીસંવાદ વિગરે સેવા માહિતી દલાલો ખુબજ ઝડપ થી પૂરી પાડે છે.

ગ્રંથસૂચિના ડેટાના વિતરણમાં માહિતી ઉત્પાદન બ્રોકર પુસ્તકાલયો, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓને તેમના સંગ્રહોનું સંચાલન કરવા અને એક્સેસ પ્રદાન કરવાના તેમના પ્રયાસોને સમર્થન આપવા માટે ઉત્પાદનો અને સેવાઓની શ્રેણી ઓફર કરે છે. બ્રોકર પાસે પુસ્તકો, જર્નલ્સ અને અન્ય પ્રકારનાં પ્રકાશનો વિશેની માહિતી સહિત ગ્રંથસૂચિ માહિતીનો

વિશાળ અને વૈવિધ્યસભર ડેટાબેઝ છે, જે તે તેના ગ્રાહકોને તેના પ્રિન્ટ ડેટાબેઝમાં પુસ્તકો, API અને અન્ય સાધનો સહિત વિવિધ માધ્યમો દ્વારા ઉપલબ્ધ કરાવે છે. Bowker ગ્રંથસૂચિનો ડેટા સચોટ, સંપૂર્ણ અને સતત ફોર્મેટ થયેલ છે. તેની ખાતરી કરવા માટે ડેટા સંવર્ધન અને સામાન્યીકરણ સેવાઓ પણ પ્રદાન કરે છે. કે જે ડેટાની ગુણવત્તાને સુધારવામાં મદદ કરે છે. અને પુસ્તકાલયો અને અન્ય સંસ્થાઓ માટે તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવાનું અને તેમના વપરાશકર્તાઓ ને એક્સેસ પ્રદાન કરવાનું સરળ બનાવે છે.

3. Pro-Quest

ગ્રંથસૂચિના ડેટાના વિતરણમાં લાઈબ્રેરીઓ, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓને તેમના સંગ્રહોનું સંચાલન કરવા અને એક્સેસ પ્રદાન કરવાના તેમના પ્રયાસોને સમર્થન આપવા માટે ઉત્પાદનો અને સેવાઓની શ્રેણી ઓફર કરી વિકેતા તરીકેની ભૂમિકા ભજવે છે. Pro-Quest પાસે પુસ્તકો, જર્નલ્સ અને અન્ય પ્રકારનાં પ્રકાશનો વિશેની માહિતી સહિત ગ્રંથસૂચિ માહિતીનો વિશાળ અને વૈવિધ્યસભર ડેટાબેઝ છે, જે તે તેના ગ્રાહકોને તેના ડેટાબેઝ, API અને અન્ય સાધનો સહિત વિવિધ માધ્યમો દ્વારા ઉપલબ્ધ કરાવે છે. Pro -Quest ડેટા સંવર્ધન અને નોર્મલાઈઝેશન સેવાઓ પણ આપે છે. પુસ્તકાલયો અને અન્ય સંસ્થાઓ માટે તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવાનું અને તેમના વપરાશકર્તાઓને એક્સેસ સરળ બનાવવા, ડેટાની ગુણવત્તાને સુધારવા તે ગ્રંથસૂચિનો ડેટા સચોટ અને સંપૂર્ણ માટે સતત ફોર્મેટ કરે છે. પુસ્તકાલયો અને અન્ય સંસ્થાઓ માટે વિદ્વાતાપૂર્ણ અને શૈક્ષણિક સામગ્રીના ડેટાબેઝ, તેની ઇલેક્ટ્રોનિક સંસાધન વ્યવસ્થાપન સેવાઓ અને તેની ઇન્ટર લાઈબ્રેરી લોન સેવાઓ આપે છે.

4 Elsevier

આરોગ્ય, ભૌતિક અને સામાજિક વિજ્ઞાન અને માનવતા સહિતના વિષયોમાં શૈક્ષણિક જર્નલ્સ અને પુસ્તકો પ્રકાશિત કરે છે. તેઓ શૈક્ષણિક સંપાદકો અને સમીક્ષકો સાથે કામ કરે છે. તે એક અગ્રણી શૈક્ષણિક પ્રકાશક અને વૈજ્ઞાનિક, તકનીકી અને તબીબી (STM) માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ આપે છે. જેમાં સ્કોપસ અને સાયન્સ ડાયરેક્ટ ડેટાબેઝ નો સમાવેશ થાય છે, જે વપરાશકર્તાઓ ને વિદ્વાતાપૂર્ણ લેખો અને અન્ય સંશોધન સામગ્રી શોધવા અને એક્સેસ કરવા માટે ઉપયોગ કરે છે. વિકેતા તરીકે, એલ્સેવિયર વિદ્વાતાપૂર્ણ ભૂમિકાઓ ભજવે છે: સંશોધકો અને સંસ્થાઓને તેમના સંશોધન આઉટપુટનું સંચાલન કરવામાં અને તેની અસરનું મૂલ્યાંકન કરવા એલ્સેવિયર એનાલિટિક્સ ટૂલ્સ અને અન્ય સેવાઓ પણ આપે છે. લેખકો અને સંપાદકો માટે પ્રકાશન પ્રક્રિયાને સુવ્યવસ્થિત કરીને શૈક્ષણિક લેખોના સબમિશન, પીઅર સમીક્ષા અને પ્રકાશનની સુવિધા માટે એલ્સેવિયર ઇલેક્ટ્રોનિક સબમિશન સિસ્ટમ (EES) અને એલ્સેવિયર એડિટોરિયલ સિસ્ટમ (EES) સહિત અનેક માલિકીનું ટેકનોલોજી પ્લેટફોર્મ વિકસાવ્યું છે. Elsevier તેમના જર્નલ્સ અને પુસ્તકોમાં પ્રકાશિત સામગ્રીનો કોપિરાઈટ ધરાવે છે. ઈક્વિટી વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓને આ સામગ્રીના ઉપયોગનું લાઈસન્સ આપે છે. સંશોધકો, સંસ્થાઓ અને સંસ્થાઓને પ્રકાશન, માહિતી, ટેકનોલોજી અને કોપિરાઈટ સેવાઓ પ્રદાન કરીને વિદ્વાતાપૂર્ણ પ્રકાશન ઇકોસિસ્ટમમાં વિકેતા તરીકે એલ્સેવિયર નિર્ણાયક ભૂમિકા ભજવે છે.

5. Ex- Libris

એ એક સોફ્ટવેર કંપની છે. જે શૈક્ષણિક અને સંશોધન સંસ્થાઓને લાઇબ્રેરી મેનેજમેન્ટ સોલ્યુશન્સ પ્રદાન કરે છે. ગ્રંથસૂચિ માહિતીના વિકેતા તરીકે, Ex Libris નીચેની રીતે વિદ્વતાપૂર્ણ પ્રકાશન ઇકોસિસ્ટમમાં મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે:

❖ ગ્રંથસૂચિ ડેટા મેનેજમેન્ટ:

Ex Libris સંસ્થાઓને તેમના ગ્રંથસૂચિના ડેટાને અસરકારક રીતે સંચાલિત કરવામાં સક્ષમ કરવા સાધનો અને સિસ્ટમો પ્રદાન કરે છે. ગ્રંથપાલને પુસ્તકો, જર્નલ્સ અને અન્ય લાઇબ્રેરી સંસાધનો માટે રેકૉર્ડ બનાવવા અને અપડેટ કરવા સાધનોમાં સૂચિ અને મેટાડેટા મેનેજમેન્ટ સોફ્ટવેર પુરા પાડે છે. વપરાશકર્તાઓને લાઇબ્રેરી કેટલોગ, સંસ્થાકીય ભંડાર અને અન્ય ડેટાબેઝ સહિત બહુવિધ પ્લેટફોર્મ પર સંસાધનો શોધવા પ્રિમો સોલ્યુશન સિંગલ સર્ચ ઇન્ટરફેસ પૂરું પાડે છે. ઇન્ટરલાઇબ્રેરી લોન સેવાપ્રદાન કરે છે.

- ગ્રંથપાલો અને સંસ્થાઓને તેમના સંગ્રહો અને સેવાઓનું વિશ્લેષણ અને મૂલ્યાંકન કરવા અલ્મા સિસ્ટમ એનાલિટિક્સ અને રિપોર્ટિંગ સુવિધાઓ દ્વારા વિશ્લેષણ અને મૂલ્યાંકન સાધનો અને સેવાઓ પ્રદાન કરે છે.
- Ex Libris ગ્રંથસૂચિ માહિતીના વિતરણમાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે. તેઓ ગ્રંથસૂચિ ડેટા સેવાઓ આપી પુસ્તકાલયોને તેમના સંગ્રહને અન્ય પુસ્તકાલયો અને અન્ય પ્લેટફોર્મ સાથે શેર કરવા સક્ષમ કરે છે.
- Ex Libris ઉકેલોની શ્રેણી થકી લાઇબ્રેરીઓને તેમના ગ્રંથસૂચિના ડેટાને અસરકારક રીતે સંચાલિત કરવા, સંસાધનની શોધ અને એક્સેસમાં સુધારો કરવા અને લાઇબ્રેરી સંસાધનોના ઉપયોગનું મૂલ્યાંકન કરવા સક્ષમ બનાવે.

6. EBSCO Information Services

EBSCO માહિતી સેવાઓ એ લાઇબ્રેરી સંસાધનો અને સેવાઓ આપે છે. જેમાં ડેટાબેઝ, ઇ-પુસ્તકો અને ઇ-જર્નલ્સનો સમાવેશ થાય છે. ગ્રંથસૂચિ માહિતીના વિકેતા તરીકે, EBSCO નીચેની રીતે વિદ્વતાપૂર્ણ પ્રકાશન ઇકોસિસ્ટમમાં મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે:

- EBSCO વિવિધ વિષય માં વિવિધ પ્રકારના સ્ત્રોતોની વિશાળ શ્રેણીમાંથી ગ્રંથસૂચિનો ડેટાબેઝ પુરા પાડે છે. તેઓ આ ડેટાબેઝ બનાવવા, મેનેજ કરવા અને અપડેટ કરવા માટે પ્રકાશકો અને સામગ્રી પ્રદાતાઓ સાથે ડેટાબેઝ બનાવવાનું અને સંચાલન કરવા નું કાર્ય કરે છે.
- વપરાશકર્તાઓને સંબંધિત સંસાધનો ઝડપથી અને સરળતાથી શોધવામાં મદદ કરવા શોધ અને શોધ સાધનો પ્રદાન કરે છે. EBSCO વપરાશકર્તાઓને લાઇબ્રેરી કેટલોગ, સંસ્થાકીય રીપોઝીટરી અને અન્ય ડેટાબેઝ સહિત બહુવિધ ડેટાબેઝ અને પ્લેટફોર્મ પર શોધવાની મંજૂરી આપવા ડિસ્કવરી સર્વિસ (EDS) સિંગલ સર્ચ ઇન્ટરફેસ પ્રદાન કરે છે.
- પ્રમાણીકરણ અને એક્સેસ મેનેજમેન્ટ સેવાઓ પ્રદાન કરે છે.
- ગ્રંથપાલોને પુસ્તકાલયના સંસાધનોના ઉપયોગનું મૂલ્યાંકન કરવા, વપરાશકર્તાની વર્તણૂકને ટ્રેક કરવા અને સુધારણા માટેના ક્ષેત્રોને ઓળખવા એનાલિટિક્સ અને મૂલ્યાંકન સાધનો પૂરા પાડે

છે. જે તેમના અહેવાલો ઉપયોગના આંકડાઓ, વપરાશકર્તા પ્રવૃત્તિ અને શોધ વલણોની આંતરદષ્ટિ પ્રદાન કરે છે, જે ગ્રંથપાલોને સંગ્રહ વિકાસ અને સંસાધન ફાળવણી વિશે જાણકાર નિર્ણયો લેવામાં મદદ કરી શકે છે.

- ગ્રંથસૂચિ ડેટા સેવાઓ પ્રદાન કરે છે. જે પુસ્તકાલયોને તેમના સંગ્રહને શેર કરવા સક્ષમ કરે છે.

7. Thomson Routers

Thomson Routers એ શૈક્ષણિક અને સંશોધન ક્ષેત્રો સહિત વિવિધ ઉદ્યોગો માટે ડેટા, માહિતી અને ટેકનોલોજી સોલ્યુશન્સનો વૈશ્વિક પ્રદાતા છે. પુસ્તકાલયોને તેમના ગ્રંથસૂચિના ડેટાને અસરકારક રીતે સંચાલિત કરવા, સંસાધનની શોધ અને એક્સેસમાં સુધારો કરવા અને પુસ્તકાલય સંસાધનોના ઉપયોગનું મૂલ્યાંકન કરવા ગ્રંથસૂચિ માહિતીના વિકેતા તરીકે, થોમસન રોઈટર્સ નીચેની રીતે વિદ્વાતાપૂર્ણ પ્રકાશન ઇકોસિસ્ટમમાં મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે:

- સ્રોતોની વિશાળ શ્રેણીમાંથી વિષય નિષ્ણાતો દ્વારા ક્યુરેટ કરવામાં આવેલ, ઉચ્ચ-ગુણવત્તાનો વેબ ઓફ સાયન્સ સહિત અનેક ડેટાબેઝ પૂરા પાડે છે. જેનો ઉપયોગ વિશ્વભરના સંશોધકો અને વિદ્વાનો દ્વારા કરવામાં આવે છે.
- સંશોધકોને તેમના કાર્યની અસરને ટ્રેક કરવા અને તેમના ક્ષેત્રમાં પ્રભાવશાળી કાર્યોને ઓળખવા માટે વેબ ઓફ સાયન્સ ડેટાબેઝ પર આધારિત અવતરણ અનુક્રમણિકા અવતરણ, આધારિત છે. કે જેનો ઉપયોગ સંશોધકો, સંસ્થાઓ અને પ્રકાશકો વ્યાપકપણે ઉપયોગમાં લે છે.
- સંસ્થાઓને તેમના સંશોધન આઉટપુટની અસરનું મૂલ્યાંકન કરવા અને સુધારણા માટેના ક્ષેત્રોને ઓળખવા વિશ્લેષણ અને મૂલ્યાંકન સાધનો પ્રદાન કરે છે. તેમનું InCites પ્લેટફોર્મ બેન્ચમાર્કિંગ અને વિશ્લેષણ સુવિધાઓ પ્રદાન કરે છે.
- ગ્રંથસૂચિ ડેટા સેવાઓ પણ પ્રદાન કરે છે.
- વિશ્વભરના સંશોધકો અને વિદ્વાનો સંશોધન નો ઉપયોગ કરી શકે તે માટે અને તેમના સંશોધનની દૃશ્યતા વધારવા મદદ કરવા સંશોધન આઉટપુટને અન્ય સંસ્થાઓ અને પ્લેટફોર્મ્સ સાથે શેર કરે છે.

9.5 ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ (BIBLIOGRAPHIC UTILITIES)

ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ એ માહિતી વિકેતાઓ છે. જેઓ ગ્રંથાલયો અને માહિતી કેન્દ્રોને કેટલોગ શેર કરવા, અને બિબ્લિઓગ્રાફિક રેકૉર્ડ પુનઃપ્રાપ્તિ માટે કેન્દ્રિય ડેટાબેઝ પ્રદાન કરે છે. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા એ એક વિશાળ યુનિયન ગ્રંથસૂચિ ડેટાબેઝનો સમાવેશ કરતું નેટવર્ક છે. જેમાં સમય અને વહેંચણીને આધારે એક્સેસ કરી શકાય છે. સભ્ય પુસ્તકાલયોમાં અથવા પ્રાદેશિક ગ્રંથસૂચિ સેવા કેન્દ્રોના નેટવર્ક દ્વારા, માલિકી દ્વારા સભ્ય ગ્રંથાલયો તેનો એક્સેસ કરી શકે છે.

❖ વ્યાખ્યા :

“ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ” એ કમ્પ્યુટર સર્વિસ સંસ્થાઓના જૂથનું સામૂહિક નામ છે, જે કેટેલોગિંગ રેકૉર્ડ્સના મોટા ડેટા પાચે જાળવી રાખે છે, અને વિવિધ સૂચિબદ્ધ સેવાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનોને પુસ્તકાલયો અને અન્ય ગ્રાહકોને આપે છે, જેઓ આ રેકૉર્ડ્સને ઓનલાઈન,

ટાઈમશેરિંગના આધારે એક્સેસ કરે છે. મોટાભાગની ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ દ્વારા જાળવવામાં આવતા ડેટા બેઝ ઓનલાઈન યુનિયન કેટલોગ છે. શરૂઆતમાં મશીન-વાંચી શકાય તેવું ગ્રંથસૂચિ યુટિલિટી નેટવર્ક્સ હોય છે.” - (ડબલ્યુ તેફડી)

રાષ્ટ્રીય પુસ્તકાલય (દા.ત. લાયબ્રેરી ઓફ કોંગ્રેસ) અથવા અન્ય કોઈપણમાંથી રેકૉર્ડની સૂચિ કે જેમાં લાવજમ આધારિત સ્ત્રોતો અથવા વિકેતાઓ. તેમના યુનિયન ડેટાબેઝમાં પણ સમાવેશ થાય છે.સહભાગી ગ્રંથાલયોનો ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડ્સમાં બે પ્રકારની માહિતી સામેલ છે:

- (1) MARC માં વર્ણનાત્મક સૂચિ અને વર્ગીકરણ ડેટા
- (2) પુસ્તકાલયો માટે માહિતી હોલ્ડિંગ કે જેમાં ચોક્કસ વસ્તુઓ ઉમેરી છે.

મુખ્ય ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા નેટવર્ક્સ ડાઉનલોડ અને સંપાદન કરવા માટે સોફ્ટવેર આપે છે. સ્થાનિક રેકૉર્ડનો ઉપયોગ, ફાઈલો; અને હોલ્ડિંગ પર આધારિત આંતર પુસ્તકાલય લોનની સુવિધાની સેવાઓ આપે છે. રેકૉર્ડ માં રહેલ માહિતી અન્ય સંસાધન-શેરિંગ મોડલ માટે અગત્યની છે. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ થી લાયબ્રેરીની સેવા રાષ્ટ્રીય તેમજ આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે ગ્રંથાલય સહકાર દ્વારા ગ્રાહકોને ઓછા ખર્ચે માહિતી પ્રાપ્ત થાય છે.

❖ કાર્યો :

- ઉચ્ચ ગુણવત્તાની સૂચિ પ્રદેશના ગ્રંથાલયોને આપવા માટે સુચિ નું કાર્ય કરે છે.
- માહિતી અને સંબંધિત ઉત્પાદનો માટે સંસાધનોની વહેંચણી અને સહકાર માટે સેવાઓ.
- ગ્રંથસૂચિના ડેટાબેઝના સહિયારા એક્સેસ પ્રદાન કરવાનું.
- યુનિયન કેટલોગમાં સભ્ય ગ્રંથાલયો પોતાના સંગ્રહને રેકૉર્ડમાં સમાવેશ કરવાની મંજૂરી આપવાનું .
- રાષ્ટ્રીય ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડ ફોર્મેટના ધોરણને જાળવવા અથવા આંતરરાષ્ટ્રીય માનકીકરણ સંસ્થાઓ તરીકે.
- સભ્ય ગ્રંથાલયોની બે સિસ્ટમો વચ્ચે. ડેટા કમ્યુનિકેશનને સક્ષમ બનાવવાનું .
- ઉપલબ્ધ માહિતી સંસાધનોનો તર્કસંગત ઉપયોગ કરવા.
- વ્યક્તિગત ગ્રંથાલયોના સંગ્રહમાં અવરોધોને દૂર કરવાનું.

❖ લાભો/ફાયદા

- I. સભ્ય ગ્રંથાલયો દ્વારા યોગદાન આપેલ ગ્રંથસૂચિ ડેટાબેઝ થકી ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા નેટવર્ક દ્વારા વિશાળ જ્ઞાનની દુનિયામાં પ્રવેશ આપે છે.
- II. ગ્રંથસૂચિ યુટિલિટી નેટવર્ક સભ્ય ગ્રંથાલયોના વિકાસ માટે સાધનો પૂરા પાડે છે.
- III. ગ્રંથસૂચિ યુટિલિટી નેટવર્ક ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડની ગુણવત્તા જાળવવા માટે મશીન-વાંચી શકાય તેવા (MARC) ફોર્મેટ સૂચિને સપોર્ટ કરે છે.
- IV. ચોક્કસ દસ્તાવેજના ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડનું ડુપ્લિકેશન ઘટાડી શકાય છે
- V. સૂચિ અને તકનીકી પ્રક્રિયાના ખર્ચને બચાવે છે.
- VI. તાજેતરમાં પ્રકાશિત દસ્તાવેજો રેકૉર્ડ કરી શકે છે.
- VII. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાની યુનિયન સૂચિની સ્થાન માહિતી પ્રદાન કરે છે.

- VIII. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા નેટવર્ક વિવિધ ભાષાઓ અને મલ્ટીમીડિયા સામગ્રીના વિવિધ સ્વરૂપોને સમર્થન આપે છે.
- IX. ગ્રંથસૂચિમાં ડેટાબેઝ પણ શક્ય બને છે.
- X. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાના સભ્ય પુસ્તકાલયો દ્વારા રાખવામાં આવેલા અપ્રકાશિત અથવા પ્રિન્ટ-આઉટ-ઓફ-પ્રિન્ટ દસ્તાવેજો પર ગ્રંથસૂચિ માહિતી વિદ્યતાપૂર્ણ સંચારને વધારે છે.
- XI. અસરકારક સંગ્રહ વ્યવસ્થાપનમાં મદદ કરે છે.
- XII. ગ્રંથસૂચિ યુટિલિટી નેટવર્ક સૌથી ઉપયોગી સંદર્ભ તેમજ સંદર્ભ સાધન તરીકે સેવા આપે છે
- XIII. ગ્રાહકો પાસેથી સંદર્ભ પૂછપરછના જવાબ આપવા માટે
- XIV. સભ્ય ગ્રંથાલયોને વિવિધ જૂથો દ્વારા યુનિયન કેટલોગનો ઉપયોગ કરવાના ફાયદા માટે

❖ બિબ્લિઓગ્રાફિક યુટિલિટી નેટવર્કની કાર્ય પ્રણાલી

ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતામાં સભ્ય ગ્રંથાલયો અને સંસ્થા તેના દસ્તાવેજોના સંગ્રહના ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડ્સ હોસ્ટ અને જાળવવામાં આવેલા કેન્દ્રીય ડેટાબેઝમાં રેકૉર્ડ્સનું આપે છે. આ રેકૉર્ડ્સનું ડુપ્લિકેશન ચેક કર્યા બાદ ચોક્કસ દસ્તાવેજ માટે માત્ર એક રેકૉર્ડ યુનિયન ડેટાબેઝમાં સંગ્રહિત કરવામાં આવે છે. જો યુનિયન ડેટાબેઝમાં દસ્તાવેજનો ગ્રંથસૂચિનો રેકૉર્ડ પહેલેથી જ ઉપલબ્ધ છે, તો માત્ર હોલિંગ માહિતી ઉમેરી શકાય છે. યુનિયન ડેટાબેઝ બનાવ્યા પછી, ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા એ જ યુનિયન ડેટાબેઝનો ઉપયોગ કરીને સંખ્યાબંધ મૂલ્ય વર્ધિત માહિતી ઉત્પાદનો અથવા સેવાઓ ઉભી કરે છે. અને આ સેવા ફરીથી સભ્ય પુસ્તકાલયો સંસ્થાઓ ને તેમના ગ્રાહકો માટે ઓફર કરવામાં આવે છે.

ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતામાં સભ્ય પુસ્તકાલય કેન્દ્રીય સિસ્ટમ સાથે સંચાર નેટવર્કનો ઉપયોગ કરીને માલિકીના ઇન્ટરફેસ દ્વારા જોડી કોઈપણ રીતે વાતચીત કરવા સક્ષમ બનાવે છે. એક સભ્ય ગ્રંથાલય ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડ બનાવવા માટે પ્રમાણભૂત ફોર્મેટનો ઉપયોગ કરે છે. ઇન્ટરફેસ સભ્ય લાઈબ્રેરીને નવા ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડ્સ બનાવવા, હાલના ડાઉનલોડ કરવા માટે પરવાનગી આપે છે.

● ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા નેટવર્ક

ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા એ એક નવો શબ્દ છે. જેનો ઉપયોગ: OCLC, Inc., RLIN (રિસર્ચ લાઈબ્રેરી ઇન્ફર્મેશન નેટવર્ક), અને WLN (વોશિંગ્ટન લાઈબ્રેરી નેટવર્ક), ત્રણ મોટા બિનનફાકારક ગ્રંથાલય નેટવર્ક્સનું વર્ણન કરવા, મોટી ઓન-લાઈન ગ્રંથસૂચિ ફાઈલોની જાળવણી અને કોમ્પ્યુટરાઈઝ્ડ ગ્રંથસૂચિ પ્રદાન કરવા થાય છે. આ નેટવર્ક અન્ય માહિતી એજન્સીઓ અને ગ્રંથાલયોને ચોક્કસ ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડ્સ શોધવા માટેની ક્ષમતા, નવા રેકૉર્ડ્સ ઉમેરી કેટલોગ ડેટાની વ્યવસ્થા અને વહેંચણી, પર્સનલ લાઈબ્રેરીઓ માટે રેકૉર્ડ્સનું અનુકૂળન અથવા ફેરફાર અને વિવિધ ફોર્મેટમાં કેટલોગનું ઉત્પાદન એ ત્રણેય ઉપયોગિતાઓ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ છે, પરંતુ દરેક સેવા પૂરી પાડવા ની રીત ને લીધે ઉપયોગિતામાં અલગ છે. દરેક પોતાની અલગ સેવાઓ પણ પ્રદાન કરે છે. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા નેટવર્ક જૂદ જુદા છે. જેવાકે Bibliographic Utilities: Non-US Bibliographic Services, Bibliographic Utility SKY RIVER, Philippine Patent Online Search System (PhilPAT), CHAN ROBLES

VIRTUAL LIBRARY, OCLC, Inc., RLIN WLN (વોશિંગ્ટન લાઈબ્રેરી નેટવર્ક), વગેરે આપણે, ત્રણ મોટા બિનનફાકારક ગ્રંથાલય નેટવર્ક્સન OCLC, Inc., RLIN ની ચર્ચા કરીશું.

- **ઓનલાઈન કોમ્પ્યુટર લાઈબ્રેરી સેન્ટર (OCLC)**

1967 માં ઓહિયો કોલેજ લાઈબ્રેરી સેન્ટર તરીકે OCLC ની સ્થાપના થઈ હતી. OCLC ઓનલાઈન કોમ્પ્યુટર લાઈબ્રેરી સેન્ટર એ “બિનનફાકારક, કોમ્પ્યુટર લાઈબ્રેરી સેવા અને સંશોધન સંસ્થા છે. જે વિશ્વની માહિતીની એક્સેસને આગળ વધારવા અને માહિતી ખર્ચ ઘટાડવાના જાહેર હેતુને સમર્પિત છે.”

ઓહિયોની 54 કોલેજ લાઈબ્રેરીઓમાં લાઈબ્રેરીનું કમ્પ્યુટર નેટવર્ક છે. બહારની લાઈબ્રેરીઓ માટે 1977 માં OCLC તેનું સભ્યપદ ખોલ્યું, અને તેનું નામ ઓહિયો કોલેજ લાઈબ્રેરી સેન્ટરમાંથી OCLC, Inc. અને OCLC ઓનલાઈન કોમ્પ્યુટર લાઈબ્રેરી સેન્ટરમાં બદલાયું. OCLC, Inc., વ્યક્તિગત રીતે અથવા OHIONET, SOLINET, AMIGOS, FAUL, વગેરે જેવા વિવિધ લાઈબ્રેરી નેટવર્ક્સ દ્વારા 1,900 થી વધુ પુસ્તકાલયોને સેવા આપે છે. OCLC શેર કરેલી સૂચિ સિસ્ટમ દ્વારા, લાઈબ્રેરી કાર્ડ અથવા મેગનેટિક ટેપમાં વ્યક્તિગત સુચિબદ્ધ રેકૉર્ડ્સ મેળવી શકાય છે. પરંતુ ફોર્મ, વ્યક્તિગત રેકૉર્ડ માસ્ટર રેકૉર્ડ્સના OCLC ઓન-લાઈન ડેટા બેઝમાં જાળવી રાખ્યો ન હોવાથી તે પછીથી વ્યક્તિગત લાઈબ્રેરીની કેટલોગ સિસ્ટમ માટે સુલભ બનાવી શકાશે નહીં. સૂચિ બનાવવા માટે દરેક લાઈબ્રેરીના લાઈબ્રેરી પ્રતીકો તે રેકૉર્ડ સાથે જોડાયેલા માસ્ટર રેકૉર્ડનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે, તે તેના સભ્યો માટે હોલ્ડિંગનો એક પ્રકારનો યુનિયન કેટલોગ, ઇન્ટરલાઈબ્રેરી લોન અને સીરીયલ ચેક-ઇન સેવાઓ પૂરી પાડે છે. તેને સંપાદન પ્રણાલી સાથે પ્રયોગ શરૂ કરવાની યોજના વિચારી છે, OCLC પાસે કોઈ ઓથોરિટી સિસ્ટમ નથી પરંતુ લાઈબ્રેરી ઓફ કોંગ્રેસની મશીન-રીડેબલ નેમ ઓથોરિટી ફાઈલ શોધવા માટે ઉપલબ્ધ કરાવવાની યોજના ધરાવે છે. OCLC પાસે વિષય શોધવાની ક્ષમતા નથી પરંતુ લેખક/શીર્ષક અને શીર્ષક છે.

- **RLIN (રિસર્ચ લાઈબ્રેરી ઇન્ફર્મેશન નેટવર્ક)**

BALLOTS ના નામ હેઠળ સ્ટેનફોર્ડ યુનિવર્સિટી એ તેની પોતાની લાઈબ્રેરીઓ માટે પ્રોસેસિંગ સિસ્ટમ તરીકે RLIN (રિસર્ચ લાઈબ્રેરી ઇન્ફર્મેશન નેટવર્ક)ની શરૂઆત કરી, ત્યારબાદ અન્ય લાઈબ્રેરીઓને નેટવર્કમાં પ્રવેશ આપવાનું શરૂ કર્યું. જ્યારે તે સ્ટેનફોર્ડ જૂથમાં જોડાયું ત્યારે રિસર્ચ લાઈબ્રેરી તરીકે, અને હવે તેની પ્રોસેસિંગ સુવિધા તરીકે સેવા આપે છે. RLIN સાથે આશરે 150 લાઈબ્રેરીઓ જોડાયેલ છે. અત્યારે ફક્ત સ્ટેનફોર્ડ લાઈબ્રેરીઓ માટે જ એક્વિઝિશન અને ઇન-પ્રોસેસ સિસ્ટમો ઉપલબ્ધ છે. RLIN તેના સભ્યોને કેટલોગ કાર્ડ અને ઓન-લાઈન એક્સેસ માટે સહભાગી લાઈબ્રેરીઓના વ્યક્તિગત કેટલોગ રેકૉર્ડ્સ પણ સંગ્રહિત કરે છે. જુદાજુદા ગ્રંથાલયના સમાન શીર્ષકના રેકૉર્ડ્સ એક જ ગ્રંથસૂચિ માસ્ટર રેકૉર્ડ સાથે જોડાયેલા નથી; તેથી હજુ સુધી યુનિયન કેટલોગ ક્ષમતા નથી. RLIN લેખક/શીર્ષક, શીર્ષક, કીવર્ડ અને વિષય દ્વારા શોધ પ્રદાન કરે છે; ઓથોરિટી કંટ્રોલ સિસ્ટમનું આયોજનનું કામ ચાલુ છે.

- WLN (વોશિંગ્ટન લાઈબ્રેરી નેટવર્ક)

આશરે ત્રીસ વોશિંગ્ટન પુસ્તકાલયોના નેટવર્ક તરીકે WLN (વોશિંગ્ટન લાઈબ્રેરી નેટવર્ક)ની સ્થાપના કરવામાં આવી હતી. હાલ તે 120ગ્રંથાલયોને સેવા આપે છે. તે અન્ય લાઈબ્રેરીઓ અને નેટવર્કને તેના કોમ્પ્યુટર પ્રોગ્રામને સોફ્ટવેર ઓફર કરે છે. જેઓ પોતાની કોમ્પ્યુટર સુવિધાઓ ધરાવે છે. તે WLN સાથે જોડાતા નથી તે તેની લાઈબ્રેરીઓ માટે કમ્પ્યુટર આઉટપુટ માઈક્રોફોર્મ (COM) કેટલોગ બનાવે છે. ઓથોરિટી કંટ્રોલ સિસ્ટમથી લેખકો અને વિષયની એન્ટ્રીઓ થાય છે, જેમાં ALA અને AACR- 2 એન્ટ્રી ફોર્મ્સ વચ્ચેની લિંક્સ છે. મર્યાદિત ધોરણે સંપાદનનું કાર્ય થાય છે. લેખક/શીર્ષક, શીર્ષક અને વિષયની શોધ શક્ય છે. WLN પાસે ઓન-લાઈન યુનિયન કેટલોગ છે. માહિતીના ઓન લાઈન વિનિમયને વિકસાવવામાં સક્ષમ થવાની આશાને લીધે ડેટા બેઝમાં ચુંબકીય ટેપ ગ્રંથસૂચિ માહિતીની આપલે કરવા RILIN અને WLN સંમત થયા છે. આખરે તેઓ માહિતીની ઓન સીરીયલ, ઓથોરિટી ફાઈલ, એક્વિઝિશન અને ઈન્ટરલાઈબ્રેરી લોન પ્રોગ્રામના સંયુક્ત વિકાસનું આયોજન કરવામાં આવી રહ્યું છે. સંશોધન ગ્રંથાલયના સભ્યોની સંખ્યા મોટી છે. આ ઈન્ટર યુટિલિટી સહકાર અને સંભવિત લિંકઅપ OCLC, Inc.ને પ્રચંડ સ્પર્ધા પ્રદાન કરશે અને RILIN-WLN ને રાષ્ટ્રીય ગ્રંથસૂચિ સિસ્ટમ સ્વીપસ્ટેક્સમાં મૂકશે. માહિતી કેન્દ્રોને કેટલોગ, શેર કરવા, અને બિબ્લિઓગ્રાફિક રેકૉર્ડ્સ અને એર્નઓકૉર્ડ્સ અને એનર્જકૉર્ડ્સ અને એનર્જકૉર્ડ્સની પુનઃપ્રાપ્તિ માટે કેન્દ્રિય ડેટાબેઝ પુરા પાડવાનું કાર્ય કરે છે.

9.6 તંરંશ

એક વ્યક્તિ અથવા સંસ્થા કે માહિતી એકઠી કરીને આપે છે. માહિતી આપનાર વિકેતા પાસે માહિતીનો સંગ્રહ હોય છે. જે તે માહિતીને જનરેટ, ઉત્પાદન, એકત્રિત અને ખરીદી કરી હસ્તગત કરી હોય છે. અને તે માહિતી જરૂરિયાત વાળી વ્યક્તિ, સંસ્થા કે પુસ્તકાલયોને આપવા માટે તૈયાર હોય છે. આ એકમમાં માહિતી વિકેતા તરીકે સંસ્થાની માહિતી મેળવવામાં આવી છે. માહિતી વિકેતાની ભૂમિકા સમજાવવામાં આવી છે. આ એકમમાં માહિતી વિકેતાનો અર્થ માહિતીના જુદા જુદા યુગ હસ્તાંતરણ યુગના પ્રથમ, દ્વિતીય, તૃતીય, ચતુર્થ અને નવા યુગની માહિતી ટૂંકમાં સમજાવી છે. માહિતી વિકેતા તરીકે ગ્રંથાલયો, માહિતી કેન્દ્રો, પ્રલેખન કેન્દ્રો, ડેટા કેન્દ્રો, વિશ્લેષણ કેન્દ્રો અને માહિતી નિર્દેશ કેન્દ્રોની વિકેતા તરીકેની કાર્ય ભૂમિકા સમજાવવામાં આવી છે. વેન્ડર્સની માહિતી વિકેતા તરીકેની કાર્ય અને ગ્રંથસૂચી ઉપયોગીતાની વ્યાખ્યા આપી તેના કાર્યો અને ઉપયોગીતાની ચર્ચા કરી બિબ્લિઓગ્રાફિક નેટવર્કની કાર્યપ્રણાલી, નેટવર્કો અને ગ્રંથસૂચી ઉપયોગીતા નેટવર્ક તરીકે બિનનફાકારક રીતે કાર્ય કરતાં ત્રણ મહત્વના નેટવર્ક રીસર્ચ લાયબ્રેરી ઈન્ફોર્મેશન નેટવર્ક (RIN) વોશિંગ્ટન લાયબ્રેરી નેટવર્ક (WLN) અને ઓનલાઈન કોમ્પ્યુટર લાયબ્રેરી સેન્ટર (OCLC) વિશે ચર્ચા કરવામાં આવી છે.

આ એકમ ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાના કાર્યો, લક્ષણો અને ફાયદાઓનું વર્ણન કરે છે. તથા નેટવર્ક્સ ગ્રંથસૂચિ નું ઊડાણપૂર્વક જ્ઞાન મેળવવા માટે કેટલાક કિસ્સાઓનું વર્ણન કરે છે. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા ની નેટવર્કની સેવાઓ ઓનલાઈન યુનિયન પર કેન્દ્રિત છે. કેટલોગ ડેટાબેઝ. કેટલાક ગ્રંથસૂચિ યુટિલિટી નેટવર્ક્સ ઘણી સેવાઓ મેળવે છે. માત્ર-શોધ સેવાઓ માટે બિન-સહભાગી ગ્રાહકો માટે સુલભ તેમના ઉત્પાદનો છે. વિશ્વભરમાં પુસ્તકાલયો માટે તીવ્ર સંદર્ભ મૂલ્ય. તેમના મૂળની

બહાર તેમનું વિસ્તરણ પણ અહીં વર્ણવેલ છે, જે તેમની સેવાઓમાં અસાધારણ વૃદ્ધિમાં પ્રતિબિંબિત થાય છે. અને સભ્યપદ કેટલાક સફળ ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા નેટવર્ક્સ, એટલે કે, ઓનલાઈન કોમ્પ્યુટર લાઈબ્રેરી સેન્ટર (OCLC), રિસર્ચ લાઈબ્રેરી ઈન્ફોર્મેશન નેટવર્ક (RLIN), વેસ્ટર્ન લાઈબ્રેરી નેટવર્ક (WLN), એ અહીં અને આ ઉપયોગિતાઓનું વર્ણન કર્યું છે. લાઈબ્રેરી અને માહિતી સેવાઓ પર નેટવર્કની વ્યાપક અસર છે. આ ગ્રંથસૂચિ યુટિલિટી નેટવર્ક્સ પુસ્તકાલય અને માહિતી સેવાઓના ચહેરાને નવાથી સજ્જ કરવા માટે પરિવર્તિત કરે છે. વિકેતા (Distributors) ઉચ્ચ-ગુણવત્તાવાળા ગ્રંથસૂચિનો ડેટા, અવતરણ અનુક્રમણિકા અને વિશ્લેષણાત્મક સાધનો પ્રદાન કરીને વિદ્વાતાપૂર્ણ પ્રકાશન ઈકોસિસ્ટમમાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે. જે સંશોધકો અને સંસ્થાઓને તેમના સંશોધન આઉટપુટની અસરનું મૂલ્યાંકન કરવામાં મદદ કરે છે. ગ્રંથસૂચિના ડેટાના વિકેતા તરીકે, તેઓ એવી સેવાઓ પણ પ્રદાન કરે છે. જે સંસ્થાઓને તેમના સંશોધન આઉટપુટને અન્ય લોકો સાથે શેર કરવામાં સક્ષમ બનાવે છે, જેનાથી તેમના કાર્યદક્ષતા પર અસર વધે છે.

9.7 તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને તેના ઉત્તરો

(A) નીચે આપેલ પ્રશ્નનો સવિસ્તાર ઉત્તર આપો.

પ્રશ્ન -1 માહિતી પૂરી પાડવાના જુદા જુદા યુગ વિશે સવિસ્તાર ચર્ચા કરો.

ઉત્તર- 1 માહિતી પૂરી પાડવાના જુદા જુદા યુગ વિશે જોઈએ તો,

❖ પ્રથમ યુગ :-

આ યુગને વિષયલક્ષી માહિતીનો હસ્તાંતર યુગ કહેવામાં આવે છે. આ સમયની સંસ્થાઓ પ્રાથમિક રીતે શિક્ષણ, સંશોધન અને વિકાસ સાથે જોડાયેલી છે. માહિતી પ્રાથમિક કક્ષાના સામાયિકો, મોનોગ્રાફ, પરિસંવાદો અને સમિતિઓ દ્વારા પ્રાપ્ત થાય છે. તેનો ઉપભોક્તા સમુદાય વિદ્યાર્થીઓ, શિક્ષણવિદો, વિદ્વાનો અને સંશોધકો હોય છે. આ સેવા પૂરી પાડવા માટે સરકારી સહાય પણ મળતી હોય છે. આ યુગનો નૈતિક સિદ્ધાંત “જ્ઞાન માટે જ્ઞાન” છે.

❖ બીજો યુગ :-

૧૯૫૦ થી ૧૯૬૦નાં દાયકાના વિકેતા સંસ્થાઓનાં વિકાસ પાછળનો મૂળભૂત યુગ છે. તેનો મૂળભૂત હેતુ “કાર્યને વ્યવસ્થિત કરો”, ધ્યેયલક્ષી એજન્સીઓને માહિતી પૂરી પાડવા માટે વ્યવસ્થાનું સર્જન કરવામાં આવે છે. આ વૈદિક, ઉડ્યન, રસાયણ, ભૌતિકશાસ્ત્ર વગેરે વિવિધ ક્ષેત્રોની માહિતીની જરૂરિયાત રહે છે. જેમાં માહિતીનું પ્રસારણ પ્રાથમિક કક્ષાના પ્રકાશનો, સામાયિકો ઉપરાંત અન્ય તકનીકી અહેવાલ દ્વારા કરવામાં આવે છે. પ્રાથમિક માહિતી આપવા માટે દ્વિતીય કક્ષાની સેવા પૂરી પાડવામાં આવે છે. આવા માહિતી કેન્દ્રો દ્વારા જે માહિતી આપવામાં આવે છે. તે એજન્સીઓના ધ્યેય સાથે સંકળાયેલા ઈજનેરો, વૈજ્ઞાનિકો, ટેકનોલોજીની વ્યક્તિ, તેમજ અન્ય સંચાલકો દ્વારા ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. તેનો મહત્વનો અભિગમ બજારલક્ષી માહિતી હસ્તાંતરણ વ્યવસ્થા છે.

❖ ત્રીજો યુગ :-

ત્રીજા યુગને સમસ્યાલક્ષી માહિતીનું હસ્તાંતરનો યુગ કહેવામાં આવે છે. માહિતી સંગઠનોની સ્થાપના માટેના રસ્તા માટે યોગ્ય માહિતીની પ્રાપ્તિ કરીને “સામાજિક સમસ્યાઓનું સમાધાન

કરવાનો હતો. આ સમયની પદ્ધતિઓ જે માહિતીનો ઉપયોગ ઔદ્યોગિક આયોજન, કૃષિ ઉત્પાદન અને પર્યાવરણ સંરક્ષણના પ્રશ્નોના ઉકેલ માટે કાર્ય કરે છે. આવી માહિતીની માંગ ઊભી થવાને કારણે આપણા વ્યાવસાયિકો જેવા કે પરામર્શકો, માહિતી દલાલો, આંતર મધ્યસ્થીઓ દ્વારા અપાતી સેવાઓનો ઉદ્ભવ થયો. સામાજિક સમસ્યાઓના ઉકેલ માટેની માહિતીની વધતી જતી માંગને લીધે ટેકનિકલ માહિતીનું અર્થઘટન કરી સરળ બનાવી ટેકનિકલ ક્ષેત્રમાં નથી તેવા લોકોને આપી શકાય છે. આ પ્રક્રિયા ઘણી ખર્ચાળ છે. છતાં પણ સંસ્થાઓ ઉપભોક્તાની માહિતી જરૂરિયાત પૂરી પાડવા માટે પ્રયત્નશીલ હોય છે.

❖ ચોથો યુગ:-

આ યુગમાં માહિતી વ્યવસાયિકો માટે વ્યક્તિગત રીતે ઉપભોક્તાઓની માહિતીની જરૂરિયાતને ઓળખીને માહિતીની જરૂરિયાતને પહોંચવા માટે યોગ્ય વેચાણ વ્યવસ્થા થાય તેવી સમસ્યાઓ વ્યવસાયિકો માટે ઊભી થાય છે. માહિતી સંસ્થાઓનો મુખ્ય સંયોજનનો સિદ્ધાંત નાગરિકોને તેમના કામ કરવાની જગ્યાએ માહિતીનું વિતરણ કરી ઈજનરો અને વૈજ્ઞાનિકો માટે માહિતીનું દઢીકરણ વધુ ઘટ્ટ બનાવી પુનઃગઠન કરી વિતરણ કરવાનો હતો. જેને લીધે માહિતી સેવાઓ, માંગ આધારિત કંપનીઓ, માહિતી દલાલોનો ઉદ્ભવ થયો. કાયદો, વ્યવસ્થા વેપાર વગેરેમાં અનુભવ ધરાવતા લોકો દ્વારા મોટી કંપનીઓની સ્થાપના થઈ. આ સંસ્થાઓમાં વિષય નિષ્ણાતોની સેવાઓ લેવામાં આવતી હતી.

❖ આધુનિક યુગ :-

નવો યુગ એટલે જ્ઞાન આધારિત સંગઠનનો યુગ, આવા સંગઠનમાં કાર્યરત કર્મચારીનું જ્ઞાન એ સંસ્થાની પ્રાથમિક સંપત્તિ હોય છે. આનું પહેલું પાસુ જોઈએ તો શીખવાની પ્રક્રિયા અને જ્ઞાન પ્રાપ્તિની ભૂમિકાને મહત્ત્વ આપવું. અને બીજું પાસું માહિતી ટેકનોલોજી, દૂર પ્રત્યાયન માહિતી સ્રોતનો નેટવર્ક વાતાવરણમાં સમન્વય કરવો. જ્ઞાન સંચાલનના વિકાસને લીધે માહિતી સંચાલકોને જ્ઞાન સંચાલકો તરીકે ઓળખાય છે.

જ્ઞાન સંચાલન એ સંગઠનોમાં જ્ઞાન પ્રાપ્તિ હસ્તાંતરણ અને જ્ઞાનના ઉપયોગ સાથે સંબંધિત છે. જ્ઞાનનું ધંધાકીય, માહિતીના જથ્થાનું અને માહિતી ટેકનોલોજીની માળખાકીય વ્યવસ્થાનું ક્ષેત્ર. આ ક્ષેત્રમાં કાર્યરત કર્મચારીઓ જ્ઞાન સંચાલન માટે પોતાની ભૂમિકા ભજવે છે, જેમાં ગ્રંથપાલો, નિષ્ણાંતો, રેકૉર્ડ વ્યવસ્થાપકો અને ડેટાબેઝ વ્યવસ્થાપકોનો સમાવેશ થતો હોય છે.

માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓમાં માહિતીની પ્રાપ્તિ, હસ્તાંતરણ અને જ્ઞાનના ઉપયોગ સાથે સંબંધિત છે. આવી સંસ્થાઓનું મુખ્ય કાર્ય સંસ્થાની બૌદ્ધિક સંપદામાં વધારો કરવાનું છે. માહિતી વિકેતા સંસ્થાઓમાં કાર્યરત કર્મચારીઓ આનુસાંગિક ભૂમિકા ભજવતા હોય છે. તેઓ ઉપભોક્તાને જરૂરી માહિતી પૂરી પાડવા માટે પ્રયત્નશીલ હોય છે. માહિતી વિકેતા સંસ્થા તરીકે ગ્રંથાલયો, માહિતી કેન્દ્રો, સંદર્ભ કેન્દ્રો, વિશ્લેષણ કેન્દ્રો, માહિતી વિકેતાઓ તરીકે કાર્ય કરે છે.

(B) નીચે આપેલ પ્રશ્નોના ટૂંકમાં ઉત્તર આપો.

પ્રશ્ન- 1 માહિતી વિકેતાનો અર્થ અને વ્યાખ્યા આપો. ?

ઉત્તર:-1 જુદા જુદા પ્રકારના ડેટા પર થતી પ્રક્રિયામાંથી માહિતી પ્રાપ્ત થાય છે. માહિતી એ તથ્યો પર એકત્રિત કરેલ ડેટા સ્વરૂપમાં હોય છે. માહિતી જેના દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવે છે. તે મશીન અથવા માનવીય સ્વરૂપે પણ હોઈ શકે છે. એકત્રિત થયેલ માહિતી જેના દ્વારા વેચવામાં આવે છે. તેને માહિતી વિકેતા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. માહિતી મેળવનાર વ્યક્તિને માહિતી ઉપયોગકર્તા તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. માહિતી મેળવવાનું મુખ્ય કેન્દ્ર ગ્રંથાલય હોય છે. આથી તેને માહિતી વિકેતા તરીકે પણ ઓળખી શકાય. ગ્રંથાલય ઉપરાંત માહિતી સેવા પ્રાપ્ત પૂરી પાડતા કેન્દ્રો જેવા કે માહિતી પુથ્થકરણ કેન્દ્રો, માહિતી કેન્દ્રો, રેફરલ કેન્દ્રો, સંદર્ભ કેન્દ્રો વગેરે માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે.

પ્રશ્ન- 2 માહિતી વિકેતા તરીકે ગ્રંથાલય વિશે ટૂંકમાં ચર્ચા કરો.

ઉત્તર -2 ઓછું બજેટ, આર્થિક કુગાવો હોવા છતાં પણ પરંપરાગત રીતે નવી ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરીને પોતાના ઉપભોક્તાને સેવાઓ આપી રહ્યા છે. આવા બદલાતા સંજોગો અને પરિવર્તન સાથે તાલ મિલાવી આજ પર્યંત જીવંત છે. માહિતી સેવાઓ પૂરી પાડવા માટે ઢગલાબંધ ખાનગી સંસ્થાઓ માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે. પરંતુ મોટાભાગના લોકો માટે ગ્રંથાલયોમાં જ ઓછા ખર્ચે વધુ માહિતી પૂરી પાડતા હોય છે.

ગ્રંથાલયો એ નવી ટેકનોલોજી સાથે સુમેળ સાધીને સેવાઓ પ્રદાન કરવી જોઈએ. વિશ્વમાં કમ્પ્યુટર ટેકનોલોજીનો વિકાસ થઈ રહ્યો છે. તે જોતા ભવિષ્યમાં જરૂરી સાહિત્ય તથા પ્રકાશનોનું વિજાણું સ્વરૂપે પ્રકાશિત થશે. અને તેનો ઉપયોગ પણ થશે. “કાગળવિહીન સમાજ” તરફ આગળ વધતા જઈશું.

કાગળવિહીન સમાજ અસ્તિત્વમાં આવે તો લોકોની જીવનશૈલીની નવી શરૂઆત થાય. ગ્રંથાલયોએ આવનાર પરિવર્તનો સાથે જોડાઈને સેવાઓ પ્રાપ્ત કરવી જોઈએ. ગ્રંથાલયોએ પોતે માહિતી વ્યવસ્થાપક તરીકે કાર્ય કરવું જોઈએ.

ટેકનોલોજી આધારિત માહિતી ઉદ્યોગો / સંસ્થાઓ પણ ગ્રંથાલયો ઉપર આધારિત છે. માહિતી આપનાર માહિતી દલાલો પણ ગ્રંથાલયો પર આશ્રિત હોય છે. દરેક પ્રકારના ગ્રંથાલયો પોતાના ગ્રંથાલયોમાં રહેલ માહિતી સ્ત્રોતો સંગ્રહમાં ઉપલબ્ધ ગ્રંથો, પ્રલેખો, સામયિકો દ્વારા સમાજને માહિતી પૂરી પાડતા હોય છે. ફક્ત ગ્રંથાલયો જ કેટલાય જુદા વર્ષોના સંગ્રહમાંથી માહિતી શોધી પૂરી પાડતા હોય છે. ગ્રંથ વિકેતા પાસે ઓછી સંખ્યામાં ગ્રંથ હોવાથી તે ખૂબ જ ઓછા સમયમાં ખલાસ થઈ જતા હોય છે. જ્યારે તે ગ્રંથો હંમેશા ગ્રંથાલયમાં તો ઉપલબ્ધ જ હોય છે.

વિદેશમાં પ્રકાશિત થતા વિશિષ્ટ પ્રકારના સાહિત્ય, વિશિષ્ટ પ્રકારના પ્રલેખો ગ્રંથ વિકેતાની સાંકળથી પણ સરળતાથી મેળવી શકાતા નથી. કેટલાંક વિશિષ્ટ પ્રકારના ગ્રંથાલયોમાં જ આ પ્રકારનું સાહિત્ય પ્રાપ્ત કરીને માહિતી પૂરી પાડી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે. ઘણું પ્રાચીન અને અપ્રાપ્ય સાહિત્ય ગ્રંથાલયોમાં જ સચવાયેલું હોય છે.

વલ્લ વાઈડ વેબનાં આગમનથી ગ્રંથાલયોની દિશા બદલાઈ ગઈ છે. તેના ઉપયોગ ગ્રંથાલયોમાં વધ્યો છે. ગ્રંથાલયમાં તેના ઉપયોગથી સારી સેવાઓ પ્રદાન કરી રહ્યા છે. ઈન્ટરનેટ અને વેબટેકનોલોજીની મદદથી તેમજ સોફ્ટવેર સાધનોની મદદથી ગ્રંથાલયો અન્ય ગ્રંથાલયો સાથે જોડાણ કરી અન્ય ગ્રંથાલયોના સંસાધનો અને માહિતીસ્ત્રોતોનો લાભ મેળવી સેવાઓ આપી રહ્યા છે.

ગ્રંથાલયોમાં માત્ર પુસ્તક સંગ્રહ નથી પરંતુ ઉપભોક્તાની માહિતીની જરૂરિયાતને અનુરૂપ માહિતી આપવામાં આવે છે. ગ્રંથાલયો પોતાના રોજ-બરોજના કાર્યો ઉપરાંત માહિતી સેવામાં પોતાની ભૂમિકા ભજવે છે. ગ્રંથાલયો માહિતી સેવા થકી ઉપભોક્તાની માંગ પહેલા તેના વિષય અંદાજિત માહિતી પણ પ્રાપ્ત પાડી પસંદગીયુક્ત માહિતી પ્રસારણ સેવા દ્વારા ઉપભોક્તાની માંગ પૂરી પાડે છે. ગ્રંથાલયો ચોક્કસ પ્રકારની માહિતી રીપેક્ટોરિંગ દ્વારા ઉપભોક્તાને પૂરી પાડવામાં આવે છે. તે માટે ગ્રંથાલયો દ્વારા વિવિધ માહિતીસ્ત્રોતમાંથી માહિતી એકઠી કરીને તેનું પુથ્યકરણ કરવામાં આવે છે. જો જરૂરી માહિતીમાં ભાષા અવરોધ હોય તો અનુવાદ કેન્દ્રો દ્વારા જે તે ભાષાના અનુવાદકોની મદદથી અનુવાદ કરાવી ઉપભોક્તાને જરૂરી માહિતી પૂરી પાડવાનું કાર્ય પણ ગ્રંથાલયો કર્તા હોય છે. આમ ગ્રંથાલયો માહિતી વિકેતા તરીકે પોતાની ભૂમિકા ભજવે છે.

પ્રશ્ન – ૩ માહિતી વિકેતા તરીકે વિકેતાની ભૂમિકા સમજાવો.

ઉત્તર-૩ ગ્રંથસૂચિના ડેટાના વિતરણમાં વિકેતા કંપની અથવા વ્યક્તિ દ્વારા પુસ્તકાલયો, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓને તેને જરૂરી માહિતી પૂરી પડાય છે. અને ગ્રંથસૂચિ માહિતીનું એક્સેસ આપી પોતાની વિકેતા તરીકે ભૂમિકા ભજવે છે. ગ્રંથસૂચિનો ડેટા પુસ્તકાલયો અને અન્ય સંસ્થાઓ દ્વારા તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવા તેમજ વપરાશકર્તાઓને પ્રકાશનની સામગ્રીની એક્સેસ આપવા શીર્ષક, પ્રકાશન વિશેની માહિતી જેવીકે લેખક, પ્રકાશક, પ્રકાશનની તારીખ અને પ્રકાશનની સામગ્રી અને ઉત્પાદન સંબંધિત અન્ય વિગતોનો સંદર્ભ આપે છે. વિકેતાઓ પુસ્તકાલયો, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓ જેવા વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી ગ્રંથસૂચિનો ડેટા એકત્રિત કરી તેને ડેટાબેઝ, કેટલોગ અન API સહિત વિવિધ માધ્યમો દ્વારા ઉપલબ્ધ કરાવી ગ્રંથસૂચિના ડેટાને કેન્દ્રિય અને સંગઠિત રીતે ઉપલબ્ધ કરાવીને તેના વિતરણમાં વિકેતાઓ નિર્ણાયક ભૂમિકા ભજવે છે

ગ્રંથાલયો અને અન્ય સંસ્થાઓ તેમના સંગ્રહને વધુ અસરકારક રીતે સંચાલન કરી શકે તે માટે વિકેતાઓ ગ્રંથસૂચિનો સયોટ, સંપૂર્ણ અને સુસંગત ડેટા સુનિશ્ચિત કરવામાં મદદ કરે છે. ડેટા ના સંવર્ધન અને સામાન્યીકરણ, તે સુનિશ્ચિત કરવા માટે મૂલ્યવર્ધિત સેવાઓની શ્રેણી પણ પ્રદાન કરે છે, કે જેથી વપરાશકર્તાઓ તેમને જરૂરી માહિતી ઝડપથી અને સરળતાથી શોધી શકે, ટૂંકમાં ગ્રંથસૂચિ માહિતીના વિતરણમાં વિકેતાની ભૂમિકા જોઈએ તો,

- ઉચ્ચ-ગુણવત્તાવાળી સેવા પ્રદાન કરવી
- સયોટ અને અદ્યતન ગ્રંથસૂચિ માહિતીનું એક્સેસ પ્રદાન કરવાની
- સંસ્થાઓને તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવા
- પ્રકાશનોની એક્સેસ પ્રદાન કરવાના તેમના પ્રયાસોમાં સમર્થન આપવાની.

ઘણા વિકેતાઓ છે. જે ગ્રંથસૂચિના ડેટાનું વિતરણ કરે છે, તેમાંના કેટલાક જોઈએ તો

- OCLC (Online Computer Library Center)

- Broker
- ProQuest
- Elsevier
- Ex Libris
- EBSCO Information Services
- Thomson Reuters

આ વિકેતાઓ લાઇબ્રેરીઓ, પ્રકાશકો અને અન્ય સંસ્થાઓને વિવિધ ઉત્પાદનો અને સાધનો પ્રદાન કરી તેમના સંગ્રહનું સંચાલન કરવા એક્સેસ આપવા, તેમના પ્રયાસોમાં સમર્થન આપવા માટે વિવિધ ઉત્પાદનો અને સાધનો પ્રદાન કરે છે. આમાંના કેટલાક વિકેતાઓ વધારાની સેવાઓ જેમ કે ડેટા સંવર્ધન અને સામાન્યીકરણ, તે સુનિશ્ચિત કરવા માટે કે તેઓ જે ગ્રંથસૂચિનો ડેટા પ્રદાન કરે છે. તે ઉચ્ચતમ ગુણવત્તા વાળો, યોગ્ય ફોર્મેટમાં અને વ્યવસ્થિત હોય છે.

(C) ટૂંકનોંધ લખો.

1) ગ્રંથસૂચિ વિષય ઉપયોગીતા

ઉત્તર -1 ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ એ માહિતી વિકેતાઓ છે. જેઓ ગ્રંથાલયો અને માહિતી કેન્દ્રોને કે ટલોગ શેર કરવા, અને બિબ્લિઓગ્રાફિક રેકૉર્ડ પુનઃપ્રાપ્તિ માટે કેન્દ્રિય ડેટાબેઝ પ્રદાન કરે છે. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા એ એક વિશાળ યુનિયન ગ્રંથસૂચિ ડેટાબેઝનો સમાવેશ કરતું નેટવર્ક છે. જેમાં સમય અને વહેંચણીને આધારે એક્સેસ કરી શકાય છે. સભ્ય પુસ્તકાલયોમાં અથવા પ્રાદેશિક ગ્રંથસૂચિ સેવા કેન્દ્રોના નેટવર્ક દ્વારા, માલિકી દ્વારા સભ્ય ગ્રંથાલયો તેનો એક્સેસ કરી શકે છે.

❖ વ્યાખ્યા (ડબલ્યુ સેફડી)

“ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ” એ કમ્પ્યુટર સર્વિસ સંસ્થાઓના જૂથનું સામૂહિક નામ છે, જે કેટેલોગિંગ રેકૉર્ડ્સના મોટા ડેટા પાચે જાળવી રાખે છે, અને વિવિધ સૂચિબદ્ધ સેવાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનોને પુસ્તકાલયો અને અન્ય ગ્રાહકોને આપે છે, જેઓ આ રેકૉર્ડ્સને ઓનલાઈન, ટાઈમશેરિંગના આધારે એક્સેસ કરે છે. મોટાભાગની ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ દ્વારા જાળવવામાં આવતા ડેટા બેઝ ઓનલાઈન યુનિયન કેટલોગ છે. શરૂઆતમાં મશીન-વાંચી શકાય તેવું ગ્રંથસૂચિ યુટિલિટી નેટવર્ક્સ હોય છે.” - (ડબલ્યુ સેફડી)

રાષ્ટ્રીય પુસ્તકાલય (દા.ત. લાયબ્રેરી ઓફ કોંગ્રેસ) અથવા અન્ય કોઈપણમાંથી રેકૉર્ડની સૂચિ કે જેમાં લાવજમ આધારિત સ્ત્રોતો અથવા વિકેતાઓ. તેમના યુનિયન ડેટાબેઝમાં પણ સમાવેશ થાય છે. સહભાગી ગ્રંથાલયોનો ગ્રંથસૂચિ રેકૉર્ડ્સમાં બે પ્રકારની માહિતી સામેલ છે:

- (1) MARC માં વર્ણનાત્મક સૂચિ અને વર્ગીકરણ ડેટા
- (2) પુસ્તકાલયો માટે માહિતી હોલ્ડિંગ કે જેમાં ચોક્કસ વસ્તુઓ ઉમેરી છે.

મુખ્ય ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતા નેટવર્ક્સ ડાઉનલોડ અને સંપાદન કરવા માટે સોફ્ટવેર આપે છે. સ્થાનિક રેકૉર્ડનો ઉપયોગ, ફાઈલો; અને હોલ્ડિંગ પર આધારિત આંતર પુસ્તકાલય લોનની સુવિધાની સેવાઓ આપે છે. રેકૉર્ડ માં રહેલ માહિતી અન્ય સંસાધન-શેરિંગ મોડલ માટે અગત્યની છે. ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ થી લાયબ્રેરીની સેવા રાષ્ટ્રીય તેમજ આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે ગ્રંથાલય સહકાર દ્વારા ગ્રાહકોને ઓછા ખર્ચે માહિતી પ્રાપ્ત થાય છે.

2) માહિતી વિશ્લેષણ કેન્દ્રો (Information Analysis Centre) :-

ઉત્તર-2 COSATI નાં નિરિક્ષણ જુથએ આપેલ વ્યાખ્યા મુજબ “માહિતી પુથ્થકરણ કેન્દ્ર એ સંગઠનના માળખાનું એવું ઔપચારિક એકમ છે, જે વિશેષ કરીને માહિતીની પ્રાપ્તિ, પસંદગી સંગ્રહ, પુનઃપ્રાપ્તિ, મૂલ્યાંકન, પુથ્થકરણ અને સંયોજનના હેતુ માટે તેમજ/અથવા વિશિષ્ટ ક્ષેત્ર સંબંધિત માહિતી અને / અથવા ડેટાની રજૂઆત કરે છે.”

માહિતી પુથ્થકરણ કેન્દ્રોની પ્રવૃત્તિઓ વિસ્તાર અને ટેકનોલોજી સાથે સલગ્ન છે. આવા કેન્દ્રો માહિતીની પુનઃપ્રાપ્તિ અને પ્રસારની સાથે સાથે માહિતીનું સર્જન કરી માહિતી પૂરી પાડે છે. માહિતીના ડેટાને જરૂરિયાત મુજબ અલગ તારવાવાથી તેનો વપરાશ વધે છે. વૈજ્ઞાનિકો દ્વારા સંબંધિત ડેટાને ભેગો કરી સમીક્ષા કરી ટેકનીકલ પ્રક્રિયા થકી માહિતી દઢ બનાવી વધારે બોજો ધરાવતા વિશેષજ્ઞોને પ્રલેખનનાં વિશાળ જથ્થામાંથી માહિતી શોધવા માટે સહાયતા પૂરી પાડે છે. વૈજ્ઞાનિક જ્ઞાન ધરાવતા આવા કેન્દ્રોના મધ્યસ્થીઓ તરીકે કાર્ય કરે છે. તેઓને માહિતી કેન્દ્રોની કરોડરજૂ કહેવામાં આવે છે. કારણ કે તેઓ ટેકનીકલ સંસ્થાના ટેકનીકલ ગ્રંથાલયોનાં માહિતીને ટેકનીકલ માહિતી કેન્દ્રોમાં ફેરવવાનું કાર્ય કરે છે. આવા કેન્દ્રો માહિતી પ્રલેખોની ઇન્ડેક્સ તૈયાર કરે છે. માહિતી પુથ્થકરણ કેન્દ્રો પ્રલેખોનું સારાંશીકરણ, અનુવાદ, માહિતીની સમીક્ષા, મૂલ્યાંકન કરી આપે છે. એટલે કે ઉપભોક્તાની જરૂરિયાત મુજબની માહિતીનું મૂલ્યાંકન, સાર, માહિતીનું રી - પેકેજીંગ કરી ઉપભોક્તાને યોગ્ય અને ગુણવત્તાયુક્ત માહિતી પૂરી પાડે છે. આમ માહિતી વિકેતા તરીકે કાર્ય કરે છે.

(D) બહુ વૈકલ્પિક પ્રશ્નો

1) એકત્રિત થયેલ માહિતી જેના દ્વારા વેચવામાં આવે છે. તેનેતરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

- A) માહિતી વિકેતા
- B) સંબંધિત માહિતી
- C) મધ્યસ્થીઓ
- D) માહિતી કેન્દ્રો

2) યુગને સમસ્યાલક્ષી માહિતીનું હસ્તાંતરનો યુગ કહેવામાં આવે છે.

- A) પ્રથમ
- B) બીજો
- C) ત્રીજો
- D) આધુનિક

3) એ કમ્પ્યુટર સર્વિસ સંસ્થાઓના જૂથનું સામૂહિક નામ છે.

- A) ગ્રંથસૂચિ ઉપયોગિતાઓ.
- B) કમ્પ્યુટર માહિતી
- C) કમ્પ્યુટર સર્વિસ
- D) ઉપરમાંથી એકપણ નહીં

- 4) એ એક સોફ્ટવેર કંપની છે. જે શૈક્ષણિક અને સંશોધન સંસ્થાઓને લાઇબ્રેરી મેનેજમેન્ટ સોલ્યુશન્સ પ્રદાન કરે છે.
- A) Library Ex
B) Ex- Libris
C) J-Gate
D) એકપણ નહીં
- 5) આશરે ત્રીસ વોશિંગ્ટન પુસ્તકાલયોના નેટવર્ક તરીકે ની સ્થાપના કરવામાં આવી હતી.
- A) WSN
B) WNL
C) WNN
D) WLN

ઉત્તર: (1) A (2) C (3) A (4) B (5) D

9.8 ચાવીરૂપ શબ્દો (Key Word)

Information Centre (માહિતી કેન્દ્ર)	એવું સંગઠન કે કેન્દ્ર કે જે માંગ ઊભી થાય ત્યારે અને માંગ ઊભી થવાની અપેક્ષાએ માહિતી તૈયાર કરી પ્રસારિત કરે છે.
Documentation Centre (પ્રલેખન કેન્દ્ર)	એવું સંગઠન કે જે માંગને આધારે પ્રલેખોની પસંદગી પ્રાપ્તિ, પુનઃપ્રાપ્તિ કરી નિર્દેશિકાઓ તૈયાર કરે છે.
Information Services (માહિતી સેવાઓ)	કોઈપણ મુદ્દા પર અદ્યતન સંદર્ભો પૂરા પાડવા.
Referral Services (માહિતી નિર્દેશ સેવાઓ)	ઉપભોક્તાને જરૂરી માહિતી ક્યાંથી મળેશે તેનો નિર્દેશ કરે છે.
Information Provider (માહિતી વિકેતા)	એકત્રિત કરેલ માહિતી જેના દ્વારા વહેંચવામાં આવે છે. તેને માહિતી વિકેતા કહેવામાં આવે છે.
વિશિષ્ટ ગ્રંથાલયો (Spacial Libraries)	એવા ગ્રંથાલયો જે વિશિષ્ટ ઉપભોક્તાઓની વિશિષ્ટ માંગને ધ્યાનમાં રાખી સેવા આપવા સામગ્રીને એકત્રિત કરે છે. અને સંગ્રહ કરે છે.

9.9 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

- 1) Atherton, Pauline (1977) Handbook for information System and Services. Paris, UNESCO
- 2) (1984) Information Centre, Berkshire : Pergamom Infotech Ltd.
- 3) Foskat, D.J. (1994) Information Services In Libraries, 2nd ed. London: Lockwood.
- 4) Kent, Allen (ed). (1980) Encyclopedia of Library and Information Science. London: Macmillan.
- 5) Khanna, J.K, (2000) Documentation and Information Services, Systems and Tech-niques. Agra. U.K. Publishers.
- 6) Khanna, J.K. (1996). Handbook of Information System and Services. New Delhi_ Beachon Books.

- 7) Barton, Chistopher. (2001). 30 Years of WorldCat: Looking Back for a Perspective on the Future. OCLC Newsl^ater, May/June 2001, (251), 4-5.
- 8) Grosch, Audrey N. (1995). Library Information Technology and N^aworks. New York: Marcel Dekker.
- 9) Jordon, Jay. (2003). Merger of WLN and OCLC Provides Synergy, New Opportunities. OCLC Newsl^ater, January/February 1999, (237), 3-4.
- 10) Jordon, Jay. (2003). OCLC Operations. In Encyclopedia of Library and Information Science. New York: Marcel Dekker. pp. 2238-2249.
- 11) Michalko, James. (2003). RLG (Research Libraries Group). In Encyclopedia of Library and Information Science. New York: Marcel Dekker. pp. 2508-2512.
- 12) Saffady, W. (1993). The Bibliographic Utilities in 1993: A Survey of Cataloging Support and Other Services. Library Technology Reports, 29(1), 9-34.
- 13) Saffady, W. (1993). UTLAS. Library Technology Reports, 29(1), 67-80.
- 14) Saffady, W. (1993). Western Library Nawork. Library Technology Reports, 29(1), 81- 93. Bibliographic Utility Naworks/ Anup Kumar Das.- Kolkata: DLIS, Jadavpur University, 2005. 34 Websites A-G Canada Limited. (Accessed on March 31, 2005). Auto-Graphics Inc. (Accessed on March 31, 2005) Kinaica. (Accessed on March 31, 2005). <http://www.nla.gov.au/kinaica> > Online Computer Library Center (OCLC). (Accessed on March 31, 2005). Research Libraries Group (RLG). (Accessed on March 31, 2005).
- 15) Bibliographic Utility Naworks Anup Kumar Das.



માહિતી દ્રઢીકરણ: અર્થ, વ્યાખ્યા, જરૂરિયાતો અને આવડત

-: રૂપરેખા :-

- 10.0 ઉદ્દેશો
- 10.1 પ્રસ્તાવના
- 10.2 માહિતીના ઉપયોગ માટે અવરોધો
- 10.3 માહિતી એકત્રીકરણના ખ્યાલની ઉત્ક્રાંતિ
- 10.4 માહિતી એકત્રીકરણની વ્યાખ્યા
- 10.5 માહિતી એકત્રીકરણમાં પ્રક્રિયાઓ
 - 10.5.1 માહિતી એકત્રીકરણ માટે વપરાશકર્તાઓનો અભ્યાસ
 - 10.5.2 સંબંધિત માહિતી સ્ત્રોતોની પસંદગી
 - 10.5.3 માહિતીનું મૂલ્યાંકન
 - 10.5.4 માહિતીનું વિશ્લેષણ અને સંશ્લેષણ
 - 10.5.5 પુનઃરચના અને ઉત્પાદનોના પ્રકાર
 - 10.5.6 માહિતીનું પેકેજિંગ અને/અથવા રીપેકીંગ
 - 10.5.7 પ્રસાર અને સંચાર
 - 10.5.8 એકીકૃત માહિતી ઉત્પાદનોનું માર્કેટિંગ
 - 10.5.9 પ્રતિસાદ
- 10.6 એકીકૃત માહિતીનું મૂલ્ય અને લાભો
- 10.7 ભારતમાંથી IAC ઉત્પાદનોના કેટલાક ઉદાહરણો
- 10.8 સારાંશ
- 10.9 તમારી જાતે ચકાશોના જવાબો
- 10.10 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત
- 10.11 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 10.12 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

10.0 ઉદ્દેશો

આ એકમ વાંચ્યા પછી, તમે સક્ષમ થશો:

- હાલની માહિતી ના ફળદાયી ઉપયોગ સાથે સંકળાયેલ અવરોધો અને મુશ્કેલીઓને પ્રકાશિત કરો

- માહિતી એકત્રીકરણ અને રિપેકીંગની વિભાવનાઓ સમજાવો;
- માહિતી એકત્રીકરણ અને રિપેકીંગ ની વિભાવનાઓની ઉત્પત્તિ શોધી કાઢો;
- આવી સેવાની જરૂરિયાતનું મૂલ્યાંકન કરો અને તેમાં સામેલ પ્રક્રિયાઓ સમજાવો માહિતી એકત્રીકરણ;
- ચર્ચા કરો કે કેવી રીતે યોગ્ય અથવા એકીકૃત માહિતીનો ખ્યાલ યોગ્ય ટેકનોલોજીની વિભાવના સાથે જોડાણમાં વિકસિત અને ટેકનોલોજી ટ્રાન્સફર: અને
- અલગ-અલગ ઉપયોગકર્તાઓને સંકલિત માહિતીના મૂલ્ય અને લાભોનું મૂલ્યાંકન કરો સમુદાયો અથવા જૂથો.

10.1 પ્રસ્તાવના

તમે આ કોર્સના આગળ ના યુનિટમાં અભ્યાસ કર્યો છે કે કેવી રીતે માહિતી વિશ્લેષણ કેન્દ્રો ઉચ્ચ સ્તરે કામ કરતા સંશોધકો અને સંચાલકોની માહિતીની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે આવ્યા કે જેઓ વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીના વિશિષ્ટ ક્ષેત્રો જેમ કે સંરક્ષણ, વિજ્ઞાન, પરમાણુ ઊર્જા આરોગ્ય અને કૃષિ પર કામ કરે છે. માહિતી ઉત્પાદનો જેમ કે નિર્ણાયક સમીક્ષાઓ, અદ્યતન અહેવાલો, માહિતી સંક્ષિપ્ત વગેરે અને સેવાઓ જેમ કે તકનીકી સક્રિય સંશોધનમાં સામેલ છે અને આયોજકો અને નીતિ જેવા નિર્ણય લેનારાઓ માટે નિર્માતાઓ. આ કેન્દ્રો દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી પૂછપરછ સેવાઓ મુખ્યત્વે સંશોધકો માટે હતી.

ટૂંક સમયમાં, તે સમજાયું કે કોઈપણ રાષ્ટ્રના સામાજિક અને આર્થિક વિકાસ માટે S&T સંશોધનનો લાભ સમાજના તમામ સ્તરના લોકો સુધી પહોંચવો જોઈએ જેઓ પાયાના સ્તરે છે. જો કે જોવામાં આવ્યું કે મોટા ભાગના સાહિત્ય વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી, આરોગ્ય, વ્યવસાય, શિક્ષણ અને સંબંધિત ક્ષેત્રોમાં નિષ્ણાતો દ્વારા અને આ ક્ષેત્રના સાથી સાથીદારો માટે લખવામાં આવ્યું હતું. આ સાહિત્યનો બિન-નિષ્ણાતો અથવા સંભવિત વપરાશકર્તાઓ દ્વારા તેના મૂળ અસરકારક રીતે ઉપયોગ કરી શકાયો નથી સ્વરૂપમાં. માહિતીની રજૂઆતની ઉચ્ચ તકનીકી પ્રકૃતિને લીધે, બિન-નિષ્ણાતો કે જેમને તેનાથી ફાયદો થયો હોત, તેણે તેનો સ્વીકાર કર્યો ન હતો અને તેનો ઉપયોગ કર્યો ન હતો. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, માહિતી એવી ભાષા અને સ્વરૂપમાં રજૂ કરવામાં આવી ન હતી કે જે તેવા સંભવિત વપરાશકર્તાઓ માટે સમજી શકાય, વાંચી શકાય સ્વીકાર્ય હોય અને તેનો ફાયદો ઉઠાવી શકાય. માહિતીના અસરકારક ઉપયોગમાં બીજી સમસ્યા એ હતી કે નિષ્ણાતો દ્વારા કોઈ ચોક્કસ વિષય પર વધુ પડતી માહિતી. માત્રાની માહિતી વિવિધતા સ્વરૂપો સ્રોત વિશાળ શ્રેણી પર છે, જે સંભવિત વપરાશકર્તાઓ દ્વારા તેનો ઉપયોગ નિરુત્સાહ વેરવિખેર દ્વારા આવતી મુશ્કેલીઓ સંભવિત વપરાશકર્તાઓ જરૂરી માહિતી મેળવવામાં ઉપયોગ ન થવામાં પરિણમી માહિતીનો. તેથી, એવા ઉત્પાદનો વિકસાવવા જરૂરી છે કે જે માહિતીને સુલભ અને ઉપયોગી સ્વરૂપોમાં વપરાશકર્તાઓની વિવિધ શ્રેણીઓ સુધી પહોંચે, જેથી તેમના દ્વારા તેનો અસરકારક રીતે ઉપયોગ કરી શકાય. આમાં માહિતીનું વિશ્લેષણ, સારી રીતે વ્યાખ્યાયિત વપરાશકર્તાઓ માટે એકત્રીકરણ અને માહિતીનું પુનઃપેકીંગ સામેલ હશે. આ એકમમાં, તમે માહિતી વિશ્લેષણ અને વિભાવનાના ઉત્ક્રાંતિ વિગતવાર અભ્યાસ કરશો. એકત્રીકરણના મૂળભૂત ઉદ્દેશ્યો, માહિતી વિશ્લેષણ પ્રક્રિયાઓ અને ઉત્પાદનો અને એકત્રીકરણની અને આવી વિશિષ્ટ સેવાઓના મૂલ્યો અને લાભોનો.

તેથી, તે ઉત્પાદનો વિકસાવવા માટે જરૂરી છે. જે માહિતી બનાવે છે સુલભ અને ઉપયોગી સ્વરૂપોમાં વપરાશકર્તાઓની વિવિધ શ્રેણીઓ સુધી પહોંચે, જેથી તે કરી શકે તેમના દ્વારા અસરકારક રીતે ઉપયોગ કરવો. આમાં માહિતી વિશ્લેષણનો સમાવેશ થશે, સારી રીતે વ્યાખ્યાયિત વપરાશકર્તાઓ માટે માહિતીનું એકત્રીકરણ અને પુનઃપેકીંગ. આ યુનિટમાં, તમે માહિતી વિશ્લેષણની વિભાવનાના ઉત્ક્રાંતિનો વિગતવાર, મૂળભૂત ઉદ્દેશ્યો, પ્રક્રિયાઓ અને માહિતી વિશ્લેષણના ઉત્પાદનો અને આવી વિશિષ્ટ સેવાઓના એકીકરણ, મૂલ્યો અને લાભોનો અભ્યાસ કરશો.

10.2 માહિતીના ઉપયોગ માટે અવરોધો

માહિતી વિશ્લેષણ, એકત્રીકરણ અને પુનઃપેકેજિંગનો ખ્યાલ માહિતીના અસરકારક ઉપયોગમાં, વપરાશકર્તાઓ દ્વારા આવતી મુશ્કેલીઓના પ્રતિભાવમાં વિકસાવવામાં આવ્યો હતો. માહિતીના અસરકારક ઉપયોગમાં મુશ્કેલીઓ અથવા અવરોધો વપરાશકર્તાઓ દ્વારા મૂળભૂત રીતે માહિતીના નીચેના સ્વાભાવિક સ્વભાવને કારણે છે:

- માહિતીની ધાતાંકીય વૃદ્ધિને કારણે માહિતીનો વિસ્કોટ થયો છે, જો કે, વપરાશકર્તાઓ પાસે ચોક્કસ વિષય પર ઉપલબ્ધ બધી માહિતી વાંચવા અને આત્મસાત કરવા માટે અપૂરતો સમય છે.
- માહિતીની આંતરશાખાકીય પ્રકૃતિ (જેમ કે બાયોટેકનોલોજી, બાયોફિઝિક્સ, બાયોકેમિસ્ટ્રી, વગેરે) વિવિધ રીતે માહિતીના વેરવિખેર અને સીપેજ તરફ દોરી જાય છે શિસ્ત વપરાશકર્તાઓ કે જેઓ એક શિસ્તમાં નિષ્ણાત છે તેઓ અન્ય શાખાઓમાં પ્રકાશિત માહિતી અસરકારક રીતે ઉપયોગ કરી શકતા નથી.
- માહિતી વિવિધ ભાષાઓમાં પ્રકાશિત થાય છે (ઉદાહરણ તરીકે, કેમિકલ એબ્સ્ટ્રેક્ટ્સ 50 ભાષાઓમાં પ્રકાશિત સાહિત્યનું નિરીક્ષણ કરે છે). જે વપરાશકર્તાઓ છે અન્ય ભાષાઓથી પરિચિત નથી તે માહિતીનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી.
- માહિતી પ્રિંટ તેમજ ઇલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપ માં સ્ત્રોતોની વિશાળ શ્રેણીમાં પ્રકાશિત થાય છે. આ સ્ત્રોતો માં માહિતીની વિશ્વસનીયતા અને ગુણવત્તા પણ અલગ અલગ હોય છે અને વપરાશકર્તાઓ પાસે યોગ્ય મૂલ્યાંકન કરવા અને પસંદ કરવા માટે સમય નથી હોતો.
- માહિતી મીડિયા અને ફોર્મેટની વિશાળ શ્રેણીમાં રજૂ કરવામાં આવે છે. જે વપરાશકર્તાઓ ચોક્કસ મીડિયા અથવા ફોર્મેટથી પરિચિત નથી તે ઉપયોગ કરી શકતા નથી. આ મીડિયા પ્રિન્ટ, માઈક્રોફોર્મ ઓડિયો/વિડિયુઅલ, ઇલેક્ટ્રોનિક અથવા વ્યક્તિગત સંચાર હોઈ શકે છે. આમાંના કોઈપણ માધ્યમમાં ફોર્મેટ ની ગોઠવણી અને રજૂઆતની માહિતી છે.
- માહિતી પ્રતિબંધિત પરિભ્રમણ સાથે દસ્તાવેજોમાં પ્રકાશિત થાય છે (જેમ કે તકનીકી અહેવાલો, નિબંધો, વગેરે). આ તે માહિતી ની અગમ્યતા તરફ દોરી જાય છે
- S&T માહિતી વેપાર અને જર્ગન્સ ટેકનિકલ ની સાથે અત્યંત ટેકનિકલ છે. બેકગ્રાઉન્ડ વગરના વપરાશકર્તાઓ તેને તેના મૂળ સ્વરૂપમાં સમજી શકતા નથી અને તેનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી.

ઉપર જણાવેલ અવરોધોને કારણે તેમને દર કરવા માટે ઉકેલો શોધવાની જરૂરિયાત ઊભી થઈ અને નવા પ્રકારની માહિતી ઉત્પાદનો વિકસાવી.

● તમારી જાતે ચકાસો:

- નોંધ: i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.
1) માહિતીના ફળદાયી ઉપયોગ માટેના અવરોધો શું છે?

10.3 માહિતી એકત્રીકરણના ખ્યાલની ઉત્ક્રાંતિ

માહિતીના ઉપયોગ માટેના અવરોધો નું વિશ્લેષણ અને ઉકેલો શોધવાના પ્રયાસો માહિતી વિશ્લેષણ, એકત્રીકરણ અને રિપેકીંગની વિભાવનાતરફ દોરી ગયા છે. વધુમાં, એકીકૃત માહિતીનો વિચાર વિકાસશીલ દેશોમાં માહિતી સમસ્યાઓ પર ચર્ચા ઓ માંથી આવે છે. વિકાસશીલ દેશોમાં યુનાઈટેડ નેશન્સ ઓર્ગેનાઈઝેશન સક્રિયપણે માહિતીની સમસ્યાઓના ઉકેલો શોધી રહ્યા છે. યુનેસ્કો (UNESCO) આ પ્રકારની પ્રવૃત્તિઓમાં સૌથી વધુ સક્રિય સંસ્થા છે. PGI અને UNESCO દ્વારા પ્રાયોજિત નીચેની ત્રણ બેઠકો મુખ્યત્વે માહિતીના ઉપયોગ માટેના અવરોધોથી ચિંતિત હતા. માહિતી પૃથ્થકરણ અને એકત્રીકરણ આ સમસ્યા માટે સક્ષમ ઉકેલ તરીકે સૂચવવામાં આવ્યું હતું.

નીચે જણાવેલ બેઠકોએ માહિતી એકત્રીકરણની વિભાવનાએ ઉત્ક્રાંતિ અને વિકાસનો માર્ગ મોકળો કર્યો.

- માહિતી પૃથ્થકરણ કેન્દ્રો પર UNISIST કાર્યકારી જૂથની પ્રથમ બેઠક. યુનેસ્કો, પેરિસ, 1975.
- માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ પર સિમ્પોસિયમ (બીજી બેઠક). કોલંબો, શ્રીલંકા, 12-15 સપ્ટેમ્બર 1978.
- માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ પર UNISIST કાર્યકારી જૂથની ત્રીજી બેઠક. કુઆલાલંપુર, મલેશિયા, 12-16 સપ્ટેમ્બર 1983.

યુનિસિસ્ટ કાર્યકારી જૂથની પ્રથમ બેઠક મુખ્યત્વે વિકસિત દેશોમાં વૈજ્ઞાનિક સંશોધનને સમર્થન આપવા માટે માહિતી વિશ્લેષણ કેન્દ્રોની જરૂરિયાત અને મહત્વ પર કેન્દ્રિત હતી. તે જ સમયે કાર્યકારી જૂથે ભલામણ કરી હતી કે વિકાસશીલ દેશોમાં હાલની પરિસ્થિતિને સુધારવા માટેના માધ્યમો પર યોગ્ય વિચારણા કરવી જોઈએ.

બીજી બેઠકમાં, કાર્યકારી જૂથે “માહિતી એકત્રીકરણ” શબ્દ વિશે વિગતવાર ચર્ચા કરી. માહિતી એકત્રીકરણ પ્રક્રિયા ને ચોક્કસ વપરાશકર્તા જૂથો પ્રદાન કરવા માટે સંબંધિત

દસ્તાવેજોનું સંકોચન વિકાસશીલ દેશો માં ઉપયોગ કરી શકાય તેવા સ્વરૂપમાં વિશ્વસનીય અને સંક્ષિપ્ત માહિતી સાથે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવી હતી વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ અથવા તેમના ઘટકો આ કાર્યો કરે છે તેમને “માહિતી એકત્રીકરણ એકમો (ICUs)” તરીકે ઓળખવામાં આવ્યા હતા. બીજી તેના બીજી બેઠક ના અંતિમ અહેવાલમાં કાર્યવાહી માટે સંખ્યાબંધ ભલામણો સૂચિબદ્ધ કરવામાં આવી છે. એક એક્શન પ્લાન સહિત માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણનું અમલીકરણ માટે 1979-1982 ના સમયગાળા દરમિયાન યુનેસ્કો કાર્યકારી જૂથ દ્વારા નીચે મુજબ કરવામાં આવેલી ભલામણો:

- મહત્વપૂર્ણ વિસ્તારોમાં સામાજિક અને આર્થિક વિકાસ માટે માહિતી એકત્રીકરણ એકમો (ICUs) ની સ્થાપના અને સંચાલન માટે આધાર પૂરો પાડવો જોઈએ
- ICUs ને રાષ્ટ્રીય કેન્દ્રીય બિંદુઓ સાથે સંકલન સુનિશ્ચિત કરવા માટે રાષ્ટ્રીય સ્તર ની પ્રવૃત્તિઓ સાથે જોડવી જોઈએ
- ICUs મોટા પ્રાધાન્યમાં સંશોધન અને તકનીકી સંસ્થાઓ અંદર સ્થિત હોવા જોઈએ અને દેશની જરૂરિયાતોને અથવા વપરાશકર્તા સમુદાય દ્વારા વ્યક્ત કરાયેલ પ્રદેશ પર પ્રતિભાવ આપવો જોઈએ.

કાર્યકારી જૂથની ભલામણોના આધારે, એક પાયલોટ પ્રોજેક્ટ પર Tata Energy Research Institute (હવે The Energy and Research Institute (TERI)) જે નીચેના પ્રકાશનો નું ઉત્પાદન કરે છે: Wind Pump Handbook, Biogas Handbook and Cooking Stoves Handbook. યુનેસ્કોએ મૂલ્યાંકન, પુનઃરચના અને વૈજ્ઞાનિક અને ટેકનિકલ માહિતીનું રિપેકીંગ પર વૈજ્ઞાનિક Tefko Saracevic અને Judith B. Wood (PGI-81/WS/16) દ્વારા એક પુસ્તિકા પ્રકાશિત કરી જે માહિતી એકત્રીકરણ એકમોનું સર્જન અને સંચાલન કરવા માટે માર્ગદર્શિકા પ્રદાન કરી હતી.

ત્રીજી બેઠકમાં અનેક ભલામણો કરવામાં આવી હતી. જેમાંથી એક મુદ્દો કૃષિ અને આરોગ્ય ક્ષેત્રોમાં માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનોના જોડાણ અને સેવાઓ ના વિસ્તરણ ઉપર ઊંડાણપૂર્વક ચર્ચા કરવામાં આવી હતી, જેથી મહત્તમ ક્ષેત્રમાં અરજી સુનિશ્ચિત કરી શકાય. મહત્તમ અસર કરવા માટે, હેન્ડબુક અને મેન્યુઅલ સાથે નજીકના સહયોગથી સંબંધિત એક્સ્ટેન્શન સેવાઓ કરવામાં આવે તે બાબત ધ્યાન માં લેવા માં આવી હતી. કાર્યકારી જૂથે ભલામણ કરી હતી કે માં ICU ની સ્થાપનાને પ્રોત્સાહન આપીને, એવા વિસ્તારો પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું જોઈએ, જેમ કે આંતરદેશીય મત્સ્યોદ્યોગ, ખેતરની બહારના વિકાસ માટે તુરંત જ ઉપયોગી રોજગાર, મહિલા અભ્યાસ, યોગ્ય ટેકનોલોજી, કિચન ગાર્ડન પાક, તકોમાં ભાગ લેવા માટે ગ્રામીણ લોકોને સંગઠિત કરવાના અભિગમો વિકાસ, વગેરે. માહિતી એકત્રીકરણ એકમો ની સ્થાપના માટે માર્ગદર્શિકા ત્રીજી બેઠક દરમિયાન બહાર લાવવામાં આવી હતી. યુનેસ્કો દ્વારા અમલીકરણ માટે 1984 - 1987 ના સમયગાળા દરમિયાન વર્કિંગ ગ્રુપે પણ એક એક્શન પ્લાન બનાવ્યો.

માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ (IAC) ઉત્પાદનોમાં જે માહિતીના અસરકારક અને વધુ ફાયદાકારક ઉપયોગ માટે ઉકેલો તરીકે ઉભરી આવ્યા છે તેમાં વૈજ્ઞાનિક અને તકનીકી સમીક્ષાઓ છે, અત્યાધુનિક અહેવાલો, હેન્ડબુક, વ્યાપાર, વાણિજ્ય અને બજાર અહેવાલો, તકનીકી સમીક્ષાઓ, વિજ્ઞાન લેખન નું લોકપ્રિયકરણ, ખેડૂતો માટે કૃષિ ક્ષેત્રે વિસ્તરણ સેવાઓ

અને સામાન્ય લોકો માટે આરોગ્ય સેવાઓ છે. દરેક ઉત્પાદન કે જે વિકસાવવામાં આવે છે તે સારી રીતે વ્યાખ્યાયિત વપરાશકર્તા જૂથ માટે છે. જૂથ S&T સમીક્ષાઓ નિષ્ણાતો, વેપાર, વાણિજ્ય અને બજાર માટે છે, બજાર વેપાર અને ઉદ્યોગમાં લોકો માટે અહેવાલો બનાવવામાં આવે છે, અને વિસ્તરણ સેવાઓ કૃષિમાં ખેડૂતો માટે છે અને આરોગ્ય સેવાઓ સામાન્ય લોકો માટે છે. આ વિશિષ્ટ ઉત્પાદનોનો વિકાસ માં સારી રીતે વ્યાખ્યાયિત વપરાશકર્તા જૂથ ની વિભાવના હંમેશા ધ્યાનમાં રાખવામાં આવે છે. આ ઉત્પાદનોના વિકાસમાં, વપરાશકર્તા જૂથ ને લક્ષ્યને ધ્યાનમાં રાખી વિશ્લેષણ, સંશ્લેષણ, માહિતીનું એકત્રીકરણ અને પુનઃપેકીંગ ને હાથ ધરવામાં આવે છે.

10.4 માહિતી એકત્રીકરણની વ્યાખ્યા

એવું અવલોકન કરવામાં આવ્યું હતું કે “માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ” માહિતી વિશ્લેષણ સિવાયની સંસ્થાઓ અથવા સિસ્ટમોમાં કેન્દ્રો, વ્યક્તિઓ અથવા વ્યક્તિઓના જૂથો દ્વારા પણ કરી શકાય છે. તેથી, તે નક્કી કરવામાં આવ્યું હતું, કે માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ’ શબ્દનો ઉપયોગ માહિતી એકત્રીકરણ વ્યાખ્યાયિત કરવા માટે નીચે મુજબ થવો જોઈએ:

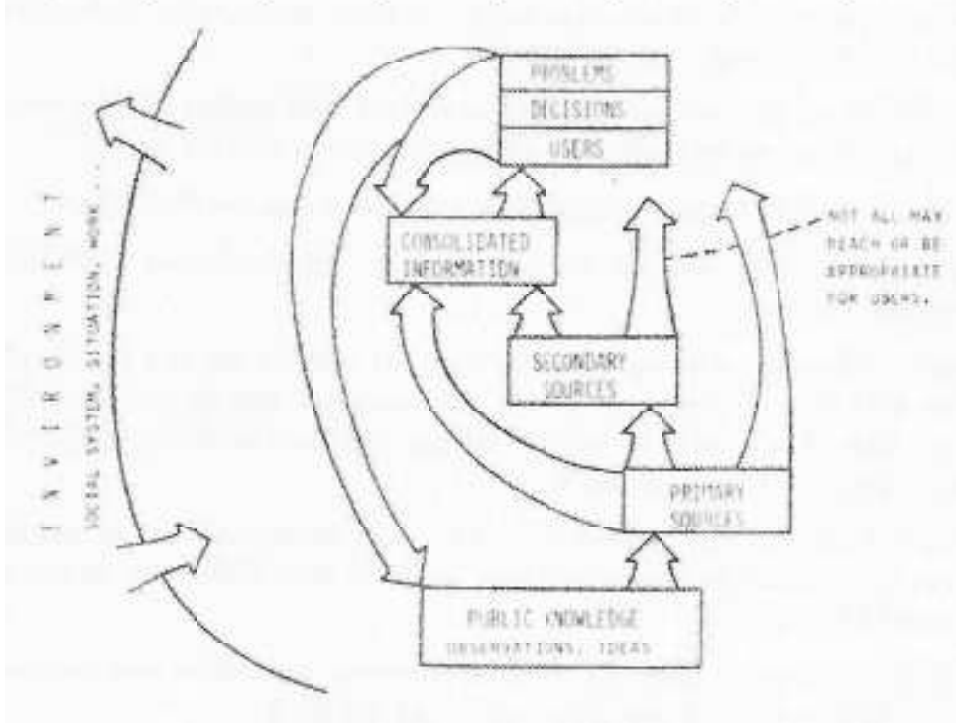
“માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ” શબ્દનો ઉપયોગ વ્યાખ્યાયિત કરવા માટે થાય છે કે વ્યક્તિઓ, વિભાગો અથવા સંસ્થાઓ દ્વારા ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી જવાબદારી ચોક્કસ વપરાશકર્તા ને પ્રદાન કરવા માટે સંબંધિત દસ્તાવેજોનું મૂલ્યાંકન અને જ્ઞાનની વિશ્વસનીય અને સંક્ષિપ્ત નવી સંસ્થાઓ સાથે જૂથો સંકુચિત કરવું. વ્યક્તિઓ અથવા વ્યક્તિઓ ના જૂથો માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ કરી રહેલા દરેક કરશે માહિતી એકત્રીકરણ એકમ (ICU) ની રચના કરશે.

એકીકૃત માહિતીની વધુ વ્યાપક વ્યાખ્યા સારાસેવિક અને વૂડ દ્વારા (1981) ઘડવામાં આવી હતી.

“સંકલિત માહિતી એ જાહેર જ્ઞાન છે જે ખાસ કરીને પસંદ કરેલ, વિશ્લેષણ કરેલ, મૂલ્યાંકન કરેલ, અને સંભવતઃ કેટલાક તાત્કાલિક નિર્ણયો, સમસ્યાઓ અને માહિતીની જરૂરિયાતોને પૂરી કરવાના હેતુથી ગ્રાહકો અથવા સામાજિક જૂથ માટે પુનઃરચના અને પુનઃપેકેજ કરેલ છે, જેઓ અન્યથા દસ્તાવેજોની મોટી માત્રામાં અથવા તેના મૂળ સ્વરૂપમાં ઉપલબ્ધ આ જ્ઞાનને અસરકારક રીતે અને કાર્યક્ષમ રીતે એક્સેસ કરવા અને તેનો ઉપયોગ કરવામાં સક્ષમ ન હોઈ શકે.

સારાસેવિક અને વૂડ (1981) દ્વારા આપવામાં આવેલી વધુ સંક્ષિપ્ત વ્યાખ્યા નીચે મુજબ છે: એકીકૃત માહિતી એ વ્યક્તિઓના ખાનગી જ્ઞાન અને નિર્ણયોને પ્રભાવિત કરવા માટે અસ્તિત્વમાં રહેલા જાહેર જ્ઞાનમાંથી હેતુપૂર્વક રચાયેલ મૂળ લખાણ અથવા સંદેશાઓ છે, જેઓ અન્યથા અસલ રકમમાંથી અથવા મૂળ બંધારણ અને સ્વરૂપમાં આ જાહેર જ્ઞાનનો ઉપયોગ અસરકારક રીતે અને કાર્યક્ષમ રીતે એક્સેસ કરી શકશે નહીં.

બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, એકીકૃત માહિતી ચોક્કસ વપરાશકર્તાઓને યોગ્ય ફોર્મમાં અને યોગ્ય સમયે માહિતી અધિકાર પ્રદાન કરવા સાથે સંબંધિત છે. આ વપરાશકર્તા અને એકીકૃત માહિતી વચ્ચેનો સંબંધ સારાસેવિક અને વૂડ દ્વારા નીચે આપેલ આકૃતિમાં દર્શાવવામાં આવ્યો છે (6.1).



ડાયાગ્રામ 10.1 : જાહેર જ્ઞાન, એકીકૃત માહિતી અને વપરાશકર્તા ઓ વચ્ચેનો સંબંધ

(Source: Saracevic and Wood)

તમારી જાતે ચકાસો:

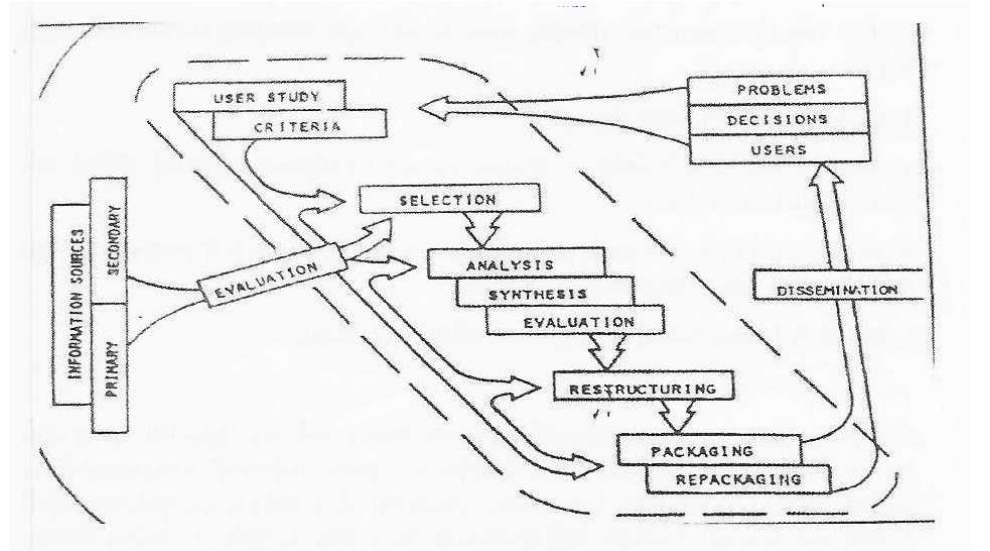
- નોંધ: i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.
- 2) “માહિતી એકત્રીકરણ” અભિવ્યક્તિનો અર્થ સમજાવો.

10.5 માહિતી એકત્રીકરણમાં પ્રક્રિયાઓ

માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ સાથે સંકળાયેલ મૂળભૂત પ્રક્રિયાઓ નીચે સૂચિબદ્ધ છે:

- (1) સંબંધિત વપરાશકર્તાઓનો અભ્યાસ તેમની માહિતી જરૂરિયાતો શોધવા અને તે જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરવા માટે માહિતી ઉત્પાદન (ઓ) પર નિર્ણય લેવો;
- (2) આપેલ વપરાશકર્તા સમસ્યાઓ અને માહિતી જરૂરિયાતો માટે સૌથી ઉપયોગી માહિતી ધરાવતા માહિતી સ્ત્રોતની પસંદગી વિવિધ પ્રાથમિક અને ગૌણ સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ કરીને કરી શકાય છે.
- (3) આ સ્ત્રોતોમાં સમાવિષ્ટ માહિતીનું મૂલ્યાંકન તેની યોગ્યતા, માન્યતા માટે, અને વિશ્વસનીયતા;

- (4) સૌથી મહત્વપૂર્ણ લક્ષણોને ઓળખવા અને બહાર કાઢવા માટે માહિતીનું વિશ્લેષણ આપેલ સ્ત્રોત દ્વારા જણાવવામાં આવે છે
- (5) વિશ્લેષિત અને અર્થિત માહિતીનું પુનઃરચના (જો જરૂરી હોય તો) નવું ઉત્પાદન, જે મૂળ પ્રસ્તુતિથી અલગ છે અને સમજી શકાય છે અને લક્ષ્ય વપરાશકર્તા દ્વારા વધુ અસરકારક રીતે ઉપયોગમાં લેવાય છે. આ પ્રક્રિયા માં વિશ્લેષણ, ઘનીકરણ, પુનઃલેખન, સરળીકરણ, સમીક્ષાઓ, અત્યાધુનિક પ્રસ્તુતિ, વગેરે સામેલ હોઈ શકે છે.
- (6) પુનઃરચિત માહિતીનું પેકેજિંગ અને/અથવા પુનઃપેકીંગ એક સ્વરૂપમાં તેનો ઉપયોગ વધારશે. પુનઃરચના ની સામગ્રી અથવા પદાર્થ માહિતી સાથે સંબંધિત છે જ્યારે પેકેજિંગ તેની રજૂઆતના સ્વરૂપ સાથે વ્યવહાર કરે છે)
- (7) માહિતીનો પ્રસાર અથવા ફેલાવો તેના ઉપયોગને પ્રોત્સાહિત કરશે. માહિતી અને માહિતીનું માર્કેટિંગ માં ઉપયોગકર્તાઓને શિક્ષિત કરવાનો પણ સમાવેશ થઈ શકે છે.
- (8) વપરાશકર્તાઓ તરફથી પ્રતિસાદ અને તે પ્રતિસાદના આધારે ઉત્પાદનમાં સુધારો. માહિતી એકત્રીકરણમાં સામેલ પ્રક્રિયાઓ, તત્વો અને સંબંધો ની પ્રવૃત્તિ સારાસેવિક અને વુડ (1981) દ્વારા નીચેના ચિત્રમાં દર્શાવવામાં આવી છે (6.2).



ડાયાગ્રામ 9.2 : માહિતી એકત્રીકરણમાં પ્રક્રિયાઓ

(Source: Saracevic and Wood)

● તમારી જાતે ચકાસો:

- નોંધ: i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.
- 3) માહિતી એકત્રીકરણમાં સામેલ મહત્વપૂર્ણ પ્રક્રિયાઓની ચર્ચા કરો.

10.5.1 માહિતી એકત્રીકરણ માટે વપરાશકર્તાઓનો અભ્યાસ :

માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓમાં સૌથી મહત્વપૂર્ણ તત્વ વપરાશકર્તા છે તે માહિતી એકત્રીકરણની વ્યાખ્યા પરથી સ્પષ્ટ છે. કોઈપણ સફળ માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ (IAC) ઉત્પાદન માટે વપરાશકર્તાઓ અને તેમની જરૂરિયાતોની સંપૂર્ણ સમજ જરૂરી છે.

વપરાશકર્તા જૂથોને નીચે પ્રમાણે વર્ગીકૃત કરી શકાય છે:

- (1) R&D પ્રવૃત્તિઓમાં રોકાયેલા વૈજ્ઞાનિકો, ઈજનેરો અને વ્યાવસાયિકો;
- (2) નાના અને મોટા વ્યવસાયો, વાણિજ્ય, માર્કેટિંગ, વગેરે સાથે સંકળાયેલા મેનેજરો અને વેપારી લોકો,
- (3) સરકારમાં નીતિ અને નિર્ણય લેનારા;
- (4) સરકારમાં કામ કરતા ટેકનિશિયન, સુપરવાઈઝર અને પેરાપ્રોફેશનલ્સ વિભાગો, ઉદ્યોગો અને અન્ય વ્યવસાયિક સાથે સંલગ્ન.
- (5) કોમ્યુનિકેટર્સ જેવા કે વિસ્તરણ કાર્યકરો, શિક્ષકો અને સ્થાનિક નેતાઓ કે જે સામાન્ય લોકો સુધી નવી ટેકનોલોજી અથવા પ્રોજેક્ટ્સનો સંચાર કરે; અને
- (6) ગ્રામીણ અને શહેરી વિસ્તારોમાંથી કૃષિ અને ઔદ્યોગિક કામદારો.

દરેક જૂથનું શિક્ષણ સ્તર ઉચ્ચ શિક્ષિતથી લઈને અર્ધ-શિક્ષિત અને અર્ધ-શિક્ષિતથી અભણ સુધી બદલાય છે. તે જોવામાં આવ્યું છે કે ક્ષેત્રમાં પ્રથમ ચાર જૂથોની માહિતીની આવશ્યકતાઓ પર માહિતી કાર્યકરો દ્વારા વ્યવસ્થિત રીતે અભ્યાસ કરવામાં આવ્યો છે અને આ ચાર જૂથો પર માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનોની વિશાળ શ્રેણી ઉપલબ્ધ છે. જો કે, છેલ્લા બે જૂથો દ્વારા બંનેમાં વિકસિત અને વિકાસશીલ દેશોમાં મોટાભાગની માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનોની સેવા આપવામાં આવી નથી.

માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ નિષ્ણાતો એ આ છેલ્લા બે જૂથોની માહિતી આવશ્યકતાઓને વિશેષ ધ્યાન આપવાની જરૂર છે, જો S&T જ્ઞાનના લાભો તેમના સુધી પહોંચવાનો હોય તો. આ બે જૂથોની માહિતીની જરૂરિયાતોનો અભ્યાસ તેમના શિક્ષણ સ્તરને ધ્યાનમાં રાખીને કરવો જોઈએ. તેમની માહિતી જરૂરિયાતોનો અભ્યાસ કરતી વખતે, વિસ્તરણ સેવા સ્ટાફ સાથે જોડાણો સ્થાપિત કરવા જોઈએ, આ તેમની માહિતી આવશ્યકતાઓમાં વધુ સારી સમજ પ્રદાન કરશે અને IAC ઉત્પાદનનો પ્રકાર જે તેમની જરૂરિયાતો પૂરી કરશે. ચાલો આપણે એક નવી તકનીકનું ઉદાહરણ લઈએ, જે સંશોધન સંસ્થા દ્વારા વિકસાવવામાં આવી છે અને જેની વિંગતો સામાન્ય માનવી અથવા પાયાના સ્તરના લોકો સુધી પહોંચાડવામાં આવે છે. આ માહિતી ઉત્પાદન આ માહિતી સરળ રીતે પહોંચાડતી હોવી જોઈએ, ઓછા તકનીકી વિંગતો અને ફોર્મેટમાં સાથે રજૂ કરવામાં, આ લોકો વધુ સમજી શકે અને કોઈપણ મુશ્કેલી વિના તેનો ઉપયોગ કરી શકે છે. ઉદાહરણ તરીકે, અભણ લોકો માટે તેમની ભાષામાં ફિલ્મ બનાવી શકાય છે, જે નવી ટેકનોલોજી, એપ્લીકેશન અને તેના લાભોનું વર્ણન કરે. ખેડૂતો અને વિસ્તરણ કામદારોને નવી ટેકનોલોજી ના ઉપયોગ માટે તાલીમ

આપી શકાય છે, જે બદલામાં ખેડૂતોને પ્રાયોગિક રીતે તેમના ખેતરોમાં ટેકનોલોજીનું નિદર્શન કરી શકે છે.

10.5.2 સંબંધિત માહિતી સ્ત્રોતોની પસંદગી :

એકવાર માહિતીની જરૂરિયાતો અને IAC ઉત્પાદનના પ્રકારને ઓળખવામાં આવે, તે પછી સંબંધિત માહિતી સ્ત્રોતો પસંદ કરવા જોઈએ. માહિતી સ્ત્રોતોની શ્રેણી દસ્તાવેજ સ્ત્રોતોથી બિન-દસ્તાવેજ સ્ત્રોતો હોઈ શકે છે. દસ્તાવેજ સ્ત્રોતોમાં પ્રાથમિક, ગૌણ અને તૃતીય સ્ત્રોતોનો સમાવેશ થાય છે, જ્યારે બિન-દસ્તાવેજ સ્ત્રોતોમાં સંસ્થાઓ તેમજ મનુષ્યોનો સમાવેશ થાય છે. દસ્તાવેજ સ્ત્રોતો વચ્ચે પીઅર રિવ્યુ કરેલ સામયિકો, પ્રતિષ્ઠિત પ્રકાશકોના પ્રકાશનો અને વિષય ક્ષેત્રમાં પ્રતિષ્ઠિત R&D સંસ્થાઓના પ્રકાશનો એકત્રીકરણ હેતુઓ માટે પસંદગી કરવી જોઈએ. પરામર્શ હેતુ વિષય ક્ષેત્રના નિષ્ણાતોને ઓળખવા જોઈએ. આવા નિષ્ણાતો માહિતી પ્રદાન કરવામાં મદદ કરે છે જે છે હજુ સુધી ઔપચારિક સ્ત્રોતોમાં પ્રકાશિત નથી. પસંદગી પ્રક્રિયામાં સામેલ વ્યક્તિઓ માહિતી નિષ્ણાત/ગ્રંથપાલ તેમજ ક્ષેત્રના વિષય નિષ્ણાતો હોવા જોઈએ.

10.5.3 માહિતીનું મૂલ્યાંકન :

આગળનું પગલું એકત્રીકરણ માટે પસંદ કરેલ માહિતી સ્ત્રોતોમાં માહિતીની યોગ્યતા, માન્યતા અને વિશ્વસનીયતા ની તપાસ કરવી છે. કોઈ પસંદ કરેલ સ્ત્રોતની યોગ્યતા મૂલ્યાંકન દ્વારા આવરી લેવામાં આવે છે, કે જો કોઈ ચોક્કસ સ્ત્રોત તે વિષય પર પ્રકાશનો સમીક્ષા દ્વારા આવરી લેવામાં આવ્યો હોય, સ્ત્રોતને પ્રાપ્ત થયેલા ટાંકણો (શાઈટેસન) ની સંખ્યા અને સ્ત્રોત તેના પ્રકાશન પહેલા પીઅર રિવ્યુ પ્રક્રિયામાંથી પસાર થયો છે. આ તમામ પસંદ કરેલ સ્ત્રોતો માટે જે ડેટા આપેલ છે તેની માન્યતા અને વિશ્વસનીયતા માટે તપાસ કરવી જોઈએ. નિષ્ણાતોના અભિપ્રાય અને સામાન્ય સર્વસંમતિ ઉપરાંત, ડેટામૂલ્યાંકન માટેની પ્રક્રિયાઓના ત્યાં સેટ છે.

તેમાંના કેટલાક છે: i) ડેટાનું પરીક્ષણ (જટિલ ડેટાનું મૂલ્યાંકન); ii) વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી સમાન પાસા પરના ડેટાની સરખામણી. જો કે, આ પ્રક્રિયાઓ સમય માંગી લે તેવી અને ખર્ચાળ છે. કેટલાક માહિતી કેન્દ્રો સામે આવ્યા છે જે R&D ડેટાની માન્યતા અને વિશ્વસનીયતાની ચકાસણી કરી રહ્યા છે. આવું જ એક સેન્ટર ન્યુમેરિકલ ડેટા એનાલિસિસ એન્ડ સિન્થેસિસ માટે Purdue University, USA છે.

10.5.4 માહિતીનું વિશ્લેષણ અને સંશ્લેષણ :

માહિતીના પૃથ્થકરણમાં, પસંદ કરેલ સ્ત્રોત(ઓ)ની સામગ્રી પર સ્ત્રોત(ઓ) દ્વારા સૌથી સુસંગત માહિતી ને ઓળખવા માટે અભ્યાસ કરવામાં આવે છે. ત્યારબાદ સંબંધિત માહિતી ને બહાર કાઢવામાં આવે છે, મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે અને ચકાસવામાં આવે છે. આ પછી તારીજ (એક્સટ્રેક્ટ) કરેલી માહિતી પૂર્વનિર્ધારિત યોજના મુજબ વ્યવસ્થિત અને કેટલાક મથાળાઓમાં અને પેટા-મથાળાઓમાં ગોઠવવામાં આવે છે, જેમ કે સામગ્રીનું કોષ્ટક, વર્ગીકરણ યોજના અથવા ટાઇપોલોજી વિષય અથવા મિશન માટે.

આ માહિતીના સંશ્લેષણ દ્વારા અનુસરવામાં આવે છે. આ પ્રક્રિયામાં માહિતી ઘણા સ્ત્રોતોમાંથી મર્જ અને ગોઠવી ને કાઢવામાં આવે છે છે. પછી વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી ડેટા સરખામણી પણ કરવામાં આવે છે, અને જો ત્યાં કોઈ વિરોધાભાસી માહિતી હોય, તો

તે સર્વસંમતિ દ્વારા ઉકેલવામાં આવે છે. સંશ્લેષણ દરમિયાન એક અથવા વધુ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતીનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવે છે, મૂલ્યાંકનાત્મક દૃષ્ટિકોણ સાથે કન્ડેન્સ અને નવી ગોઠવણી માળખામાં અર્થઘટન રજૂ કરવામાં આવે છે. ઘનીકરણ એ ટૂંકા સારાંશનું વ્યુત્પન્ન છે. સ્ત્રોતમાંથી માહિતી અથવા સ્ત્રોતમાંથી મુખ્ય નિવેદનોનો નિષ્કર્ષ જેમ કે વાક્યો, ફકરાઓ, આકૃતિઓ વગેરે તરીકે.

10.5.5 પુનઃરચના અને ઉત્પાદનોના પ્રકાર :

માહિતીના વિશ્લેષણ અને સંશ્લેષણ પછી, ઉત્પાદન અથવા સેવા લક્ષ્ય વપરાશકર્તાઓને ઓફર કરવામાં આવનાર પ્રકાર પર નિર્ણય લેવામાં આવે છે. વપરાશકર્તા અભ્યાસના પરિણામો IAC ઉત્પાદનનો પ્રકાર ને ધ્યાનમાં રાખી ને નક્કી કરવા જોઈએ. પુનઃરચના માં મૂલ્યાંકન કરેલ અને સંશ્લેષિત માહિતી સરળ, સંકુચિત અથવા નવા સ્વરૂપમાં પ્રસ્તુત છે જે મૂળ સ્વરૂપથી અલગ છે. માહિતીનું પુનર્ગઠન છે તે લક્ષ્યાંકિત વપરાશકર્તાઓની સમજણ સ્તરોને પહોંચી વળવા માટે પણ હાથ ધરવામાં આવે છે કે જેને કોઈ તકનીકી પૃષ્ઠભૂમિ નથી. પુનઃરચના દરમિયાન એ જોવાનું ધ્યાન ચખવામાં આવે છે કે ઉત્પાદન લક્ષ્ય વપરાશકર્તાના સમજણ સ્તર સાથે બંધબેસે છે, અને આપેલ વિષય પર અદ્યતન જ્ઞાન પણ વિશ્વસનીય રીતે રજૂ કરે છે. પુનઃરચના દરમિયાન, માહિતી એવી ભાષા અને સ્વરૂપમાં રજૂ કરવામાં આવે છે જે લક્ષ્ય વપરાશકર્તાઓ માટે સમજી શકાય, વાંચી શકાય અને સ્વીકાર્ય હોય.

IAC ઉત્પાદનો મોટી સંખ્યામાં છે. તેમાંના કેટલાક નીચે સૂચિબદ્ધ છે:

- સમીક્ષાઓ: જટિલ સમીક્ષાઓ, અદ્યતન અહેવાલો;
- અહેવાલો: આકારણી, બજાર અને તકનીકી અહેવાલો;
- ડેટા; ડેટા સંકલન અને કોષ્ટકો, મહત્વપૂર્ણ ડેટા;
- ડેટાબેઝ: નિષ્ણાત ડેટાબેસેસ, વિષય જ્ઞાન ડેટાબેસેસ;
- તકનીકી લખાણો: માર્ગદર્શિકાઓ, સૂચના પત્રકો, તેના વિશેના લોકપ્રિય લેખો એક વૈજ્ઞાનિક અને તકનીકી વિષય, એક જટિલ વિષયની સમજૂતી, જેમાં લખાયેલ છે શૈલી અને ભાષા કે જે લક્ષ્ય વપરાશકર્તાઓ દ્વારા કોઈ તકનીકી પૃષ્ઠભૂમિ વિના સમજી શકાય છે.
- હેન્ડબુક: વિષય પર આવશ્યક માહિતી અને માહિતીનું સંકલન;
- પ્રિફીંગ્સ: માંગ પર મૂલ્યાંકન અભ્યાસ અને સંકલન;
- ક્રિટિકલ સ્ટડીઝ: વિવિધ પ્રથાઓ અને નીતિઓની યોગ્યતાઓ સાથે સરખામણી અને ખામી

બ્રોશર, પોસ્ટર્સ ન્યૂઝલેટર્સ ન્યૂઝ સ્ટોરીઝ, ટ્રાન્સલેશન્સ પણ ઉત્પાદનો હેઠળ આવે છે. ઉપરોક્ત સૂચિબદ્ધ ઉત્પાદનોમાંથી દરેકની પોતાની ચોક્કસ જરૂરિયાતો, માપદંડો અને માટેની કાર્યવાહી તૈયારી છે. આમાંના ઘણા ઉત્પાદનોને વપરાશકર્તાઓની જરૂરિયાતો અને સમજણ સ્તરો સાથે સુસંગત બનાવવા માટે પ્રસ્તુતિના સંપૂર્ણપણે નવા સ્વરૂપની જરૂર છે.

10.5.6 માહિતીનું પેકેજિંગ અને/અથવા રીપેકીંગ :

જ્યારે IAC ઉત્પાદનની સામગ્રી સાથેના સોદાનું પુનર્ગઠન થાય છે, ત્યારે પેકેજિંગ સોદા થાય છે જેમાં મીડિયા અને ફોર્મેટ સાથે માહિતી રજૂ કરવાની હોય છે. મીડિયા પ્રિન્ટ, માઈક્રોકોર્મ, ઓડિયો/વિઝ્યુઅલ, ઇલેક્ટ્રોનિક તેમજ મૌખિક હોઈ શકે છે. ફોર્મેટ એ આમાંના કોઈપણ માધ્યમમાં માહિતીની ગોઠવણી અને રજૂઆત છે. માહિતીના પેકેજિંગની પદ્ધતિઓ હંમેશા ટેકનોલોજી દ્વારા પ્રભાવિત હતી. પ્રિન્ટિંગ ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ અગાઉના સમયગાળામાં કરવામાં આવતો હતો, ત્યારબાદ પ્રિન્ટને પડકારવા માટે ઘણી તકનીકીઓ આવી, દાત. ફિલ્મ, ઓડિયો, વિડિયો, કેસેટ અને હવે કોમ્પ્યુટર અને અન્ય ઇલેક્ટ્રોનિક તકનીકોએ માહિતી પેકેજિંગ પર તેમની કાયમી છાપ છોડી છે. સંખ્યાબંધ માધ્યમો હવે ઉપલબ્ધ છે અને પસંદગીઓની વિશાળ શ્રેણી રજૂ કરતા નવા ક્ષેત્રો સતત વિકસિત થાય છે. માહિતી પેકેજિંગ માટેના મહત્વપૂર્ણ માધ્યમોને આમાં વર્ગીકૃત કરી શકાય છે;

- પ્રિન્ટ મીડિયા,
- ઓડિયો-વિઝ્યુઅલ મીડિયા,
- ઇલેક્ટ્રોનિક મીડિયા અને
- આંતરવ્યક્તિગત સંપર્કો (માધ્યમ તરીકે).

માહિતી એકત્રીકરણમાં મીડિયાની પસંદગી વપરાશકર્તાલક્ષી હોવી જોઈએ. વપરાશકર્તા-લક્ષી પેકેજિંગમાં પહેલા વપરાશકર્તાઓ, તેમની પૃષ્ઠભૂમિ અને જરૂરિયાતો અને પછી યોગ્ય મીડિયા અને ફોર્મેટ વિશે વિચારવું મદદરૂપ છે.

તેવી જ રીતે, કોઈપણ માધ્યમોમાં એકીકૃત માહિતીની રજૂઆત માટે ગોઠવણ માટે અને ઉપયોગમાં લેવા માટે સંખ્યાબંધ બંધારણો ઉપલબ્ધ છે. IAC ઉત્પાદન એવું હોવું જોઈએ કે તે માત્ર IAC ઉત્પાદનના ઉપયોગને વધારે નહીં પરંતુ વપરાશકર્તા દ્વારા તેની સામગ્રીને સમજવામાં, આત્મસાત કરવા અને યાદ કરવામાં પણ યોગદાન આપતું હોવું જોઈએ.

આ વપરાશકર્તાઓના વિવિધ જૂથો માટે વિવિધ માધ્યમો અને ફોર્મેટ અપનાવવામાં આવે છે. દાખલા તરીકે, જો સમાન સંદેશ વહન કરતી સમાન પ્રકારની IAC પ્રોડક્ટ વપરાશકર્તાઓના વિવિધ જૂથો માટે તૈયાર કરવાની હોય દાખલા તરીકે, જો સમાન સંદેશ વહન કરતી સમાન પ્રકારની IAC પ્રોડક્ટ વપરાશકર્તાઓના વિવિધ જૂથો માટે તૈયાર કરવાની હોય, વિષયની સારવારનું સ્તર, તકનીકી વિગતો આવરી લેવામાં આવેલ, દરેક જૂથ માટે મીડિયા અને ફોર્મેટ અલગ હશે, તેમ છતાં સંદેશ પહોંચાડવા માટે સમાન હશે. દાખલા તરીકે, ગ્રામીણ લોકો દ્વારા મૌખિક સંચારને પ્રાધાન્ય આપવામાં આવે છે, વાર્તા દ્વારા સંદેશ આપવામાં આવે તો બાળકો હકારાત્મક પ્રતિક્રિયા આપે છે, અને અભણ લોકો માટે ઓડિયો/વિઝ્યુઅલ મીડિયા દ્વારા અથવા વ્યક્તિગત સંચાર દ્વારા સંદેશ વધુ અસરકારક રીતે પહોંચાડી શકાય છે.

જ્યારે માહિતીનું પેકેજિંગ ભૌતિક રેકોર્ડિંગ, વ્યવસ્થા અને આપેલ માધ્યમમાં અને આપેલ ફોર્મેટમાં માહિતીની રજૂઆત છે. રિપેકેજિંગ શબ્દ પાછળનો તર્ક છે અભણ અને અન્ય જૂથો માટે માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવવી, કે જેમના માટે માહિતી પહોંચાડવા

માટે ઉપયોગમાં લેવાતા સામાન્ય ફોર્મેટ અક્સેસ કરવામાં અવરોધ ઊભો કરશે. ઉદાહરણ તરીકે ભારતમાં, ભારતીય કૃષિ સંશોધન પરિષદ, જે કૃષિ વિજ્ઞાનના સંશોધન ક્ષેત્રમાં રોકાયેલ છે, કાઉન્સિલ દ્વારા વિકસિત ખેડૂત મૈત્રીપૂર્ણ તકનીકો પર ખેડૂતો માટે 44 ડોક્યુમેન્ટરી અને ફિલ્મો બહાર લાવ્યા છે. ફિલ્મો ઘેટાં ઉછેર, મધ ઉત્પાદન, ઝીંગા સંસ્કૃતિ. ઘાસચારાનું ઉત્પાદન, આરોગ્યપ્રદ દૂધ ઉત્પાદન અને દૂધની પ્રક્રિયા અને પેકેજિંગ, વગેરે જેવા વિષયો પર છે.

રિપેકીંગ એ કોઈ નવો વિચાર નથી, પરંતુ ટેકનોલોજીમાં થયેલા ફેરફારોને કારણે તેમાં વધારો થયો છે અને પ્રક્રિયા, વધુ સારી સેવા માટે સંભવિત બનાવે છે. સારાસેવિંક અને વૂડ(1981) અને બંચ(1984) તેમના પ્રકાશનોમાં આ શબ્દનો ઉપયોગ કરનારા સૌપ્રથમ હતા કે કેવી રીતે માહિતી સેવા યોગ્ય સામગ્રી પસંદ કરે છે, માહિતીને પુનઃપ્રક્રિયા કરે છે અને પેકેજ કરે છે અને સામગ્રી વપરાશકર્તાને યોગ્ય અને મદદરૂપ થાય તે રીતે ગોઠવે છે. આ અભ્યાસો મોટે ભાગે વૈજ્ઞાનિક અને તકનીકી માહિતી અને સમુદાય માહિતી પર કેન્દ્રિત હતા.

10.5.7 પ્રસાર અને સંચાર :

IAC ઉત્પાદન વિકસિત થયા પછી, લક્ષ્ય વપરાશકર્તાઓ માટે પ્રસાર અને તેમના દ્વારા તેનો અસરકારક ઉપયોગ માટે આગળનું પગલું તે સક્રિય અને અસરકારક છે. પ્રસારણ વપરાશકર્તાઓને માહિતીના પ્રસારણ સાથે સંબંધિત છે. તે ચેનલોના નિર્ધારણની જરૂર છે જેના દ્વારા માહિતી ઉત્પાદનો વપરાશકર્તાઓને પહોંચાડવામાં આવશે. સંચાર પ્રસાર સાથે ગાઢ રીતે સંબંધિત છે, પરંતુ તે એક વ્યાપક ખ્યાલ છે. સંદેશાવ્યવહાર એ એક પ્રક્રિયા છે જેના દ્વારા માહિતી આપેલ ચેનલ (અથવા ચેનલો) દ્વારા સ્ત્રોત અથવા મોકલનાર પાસેથી ગંતવ્ય સ્થાન અથવા પ્રાપ્તકર્તાને ટ્રાન્સફર કરવામાં આવે છે. પ્રક્રિયા બંને દિશામાં હોઈ શકે છે જેમાં પ્રાપ્તકર્તાના પ્રતિસાદનો સમાવેશ થાય છે. માહિતી એકત્રીકરણના પ્રસાર માટે કેટલીક મહત્વપૂર્ણ ચેનલો ઉત્પાદનો સમાવેશ થાય છે:

- આંતરવ્યક્તિગત ડિલિવરી: ઉત્પાદન વપરાશકર્તાઓને વ્યક્તિગત રીતે પહોંચાડવામાં આવે છે
- જૂથ વ્યક્તિગત ડિલિવરી: ઉત્પાદન વપરાશકર્તાઓના સમગ્ર જૂથને મીટિંગમાં અથવા પ્રદર્શન દ્વારા વિતરિત કરવામાં આવે છે.
- વ્યૂહાત્મક પ્લેસમેન્ટ: પ્રોડક્ટને એવા સ્થળોએ મૂકવામાં આવે છે જ્યાં વપરાશકર્તાઓ તેમની જાતે પસંદ કરવા માટે વારંવાર આવતા હોય છે.
- ઈન-હાઉસ પ્રસાર: ઉત્પાદન સંસ્થાની અંદર પ્રસારિત થાય છે.
- સ્થાનિક ડિપોઝિટરીઝ: ઉત્પાદનનો પ્રસાર સ્થાનિક માહિતી કેન્દ્રો અને પુસ્તકાલયો દ્વારા કરવામાં આવે છે.
- સમૂહ માધ્યમો: અખબારો અને સામયિકો જેવા સામૂહિક માધ્યમો તેમજ પ્રસારણ એટલે કે રેડિયો અથવા ટેલિવિઝન દ્વારા ઉત્પાદનની ડિલિવરી અથવા જાહેરાત કરવામાં આવે છે.
- મેઈલ: ઉત્પાદન ડાયરેક્ટ અને માસ મેઈલિંગ દ્વારા વિતરિત કરવામાં આવે છે.

- કોમ્પ્યુટર નેટવર્ક્સ: ટેલિકોમ્યુનિકેશન નેટવર્ક્સ દ્વારા કોમ્પ્યુટર થી ઉત્પાદન પહોંચાડવામાં આવે છે; ઓનલાઇન ડેટાબેસેસ: ઇલેક્ટ્રોનિક મેઇલ અથવા કમ્પ્યુટર કોન્ફરન્સિંગ.

10.5.8 એકીકૃત માહિતી ઉત્પાદનોનું માર્કેટિંગ :

માહિતી એકત્રીકરણ એકમનું કાર્ય ઉત્પાદનના નિર્માણ અથવા સેવાની જોગવાઈ સાથે પૂર્ણ થતું નથી. ઉત્પાદન વપરાશકર્તાઓના હાથમાં પહોંચે તે માટે સક્રિય અને અસરકારક પ્રસારની જરૂર છે. નહિતર, ઉત્પાદન અથવા સેવા બિનઉપયોગી રહેશે. ઉત્પાદનનું માર્કેટિંગ કરવા અને વપરાશકર્તાઓને તેની સેવાઓ અને લાભોથી વાકેફ કરવા સભાન અને ઈરાદાપૂર્વકના પ્રયત્નો કરવા જોઈએ.

માહિતી વ્યવસાયમાં ઘણીવાર સક્રિય માર્કેટિંગનો વિરોધ એ આધાર પર થાય છે કે તે માહિતીના કાર્યમાં વ્યાપારીકરણના તત્વને રજૂ કરે છે. દલીલ એ છે કે વ્યાપારી પાસાઓ માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ પર વિકૃત અસર કરે છે જેની તેમની પોતાની આંતરિક યોગ્યતા પર પ્રશંસા કરવી જોઈએ. આ ક્લિસૂફી એવા કિસ્સાઓમાં સારી હોઈ શકે છે જ્યાં માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનોને સતત ધોરણે સંપૂર્ણપણે સબસિડી આપવામાં આવે છે અને જ્યાં ખર્ચ અસરકારકતા માટે જરૂરી નથી. બિન-સબસિડીવાળા IAC ઉત્પાદનોના કિસ્સામાં આ વલણ બદલવાની જરૂર છે.

માર્કેટિંગમાં બજાર સંશોધન અને વિશ્લેષણ, સમાન લાક્ષણિકતાઓ, મૂલ્યો, જરૂરિયાતો અને માહિતી લાભો સાથે જૂથોમાં વપરાશકર્તાઓનું વિભાજન, આપેલ વપરાશકર્તા વિભાગોને માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનોનો વિકાસ અને લક્ષ્યાંક, વપરાશકર્તા શિક્ષણ અને મૂલ્યાંકનનો સમાવેશ થાય છે.

10.5.9 પ્રતિસાદ:

IAC ઉત્પાદનના વપરાશકર્તાઓ તરફથી નિયમિત પ્રતિસાદ અને પ્રતિસાધના આધારે ઉત્પાદનમાં સતત સુધારો એ માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ પ્રક્રિયાનો આવશ્યક ભાગ છે.

● તમારી જાતે ચકાસો:

- નોંધ: i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.
- 4) સંકલિત માહિતીના પેકેજિંગ અને રીપેકીંગની શરતો દ્વારા તમે શું સમજો છો?

- 5) એકત્રીકરણ માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનોના પ્રસાર અને માર્કેટિંગની જરૂરિયાત સમજાવો.

10.6 એકીકૃત માહિતીનું મૂલ્ય અને લાભો :

સંસાધનોની જટિલતા અને જરૂરિયાત એ એવા પરિબળો છે જે વ્યક્તિઓના જૂથો દ્વારા અથવા સંસ્થાઓ દ્વારા માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓની શરૂઆતને નિરાશ કરે છે. કયા મૂલ્યો અને લાભો પર ભાર મૂકવો જોઈએ? ભંડોળ પ્રદાતાઓ માટે માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓને યોગ્ય ઠેરવવા અને વપરાશકર્તાઓને સંદેશાવ્યવહાર અને પ્રમોશન માટે જવાબો નિર્ણાયક હોવા છતાં પણ આ પ્રશ્નને વારંવાર ધ્યાનમાં લેવામાં આવતો નથી.

સામાન્ય સ્તર પર, માહિતી એકત્રીકરણ સામાજિક અને આર્થિક વિકાસની પ્રક્રિયાઓમાં તેના યોગદાન માટે ન્યાયી છે. ચોક્કસ સ્તરે તે સમસ્યાનું નિરાકરણ અને નિર્ણય લેવામાં મદદ કરે છે. ચાલો આ પાસાઓને સમજવાનો પ્રયત્ન કરીએ. દાખલા તરીકે, વધુને વધુ પરસ્પર નિર્ભર વિશ્વમાં વિકાસની પ્રક્રિયામાં વૈજ્ઞાનિક, ટેકનિકલ, વ્યાપારી અને સંબંધિત માહિતીના ઉપયોગ અને ઉપયોગની જરૂર છે. આવી માહિતીનું મૂલ્ય તેના અસ્તિત્વમાં નથી પરંતુ તેની સ્વીકૃતિ અને ઉપયોગમાં છે. તે વધુ યોગ્ય હોવાને કારણે માહિતીની સ્વીકૃતિ અને ઉપયોગની તકો વધી છે. વાસ્તવમાં, એકીકૃત માહિતીનો હેતુ વપરાશકર્તાઓ, તેમની જરૂરિયાતો અને સ્તરો, માહિતી શોષણ અને સમાન વપરાશકર્તા-સંબંધિત અભિનેતાઓને આપવામાં આવેલી ક્ષમતા અને સમય ફાળવણી માટે વધુ યોગ્ય હોવાનો છે.

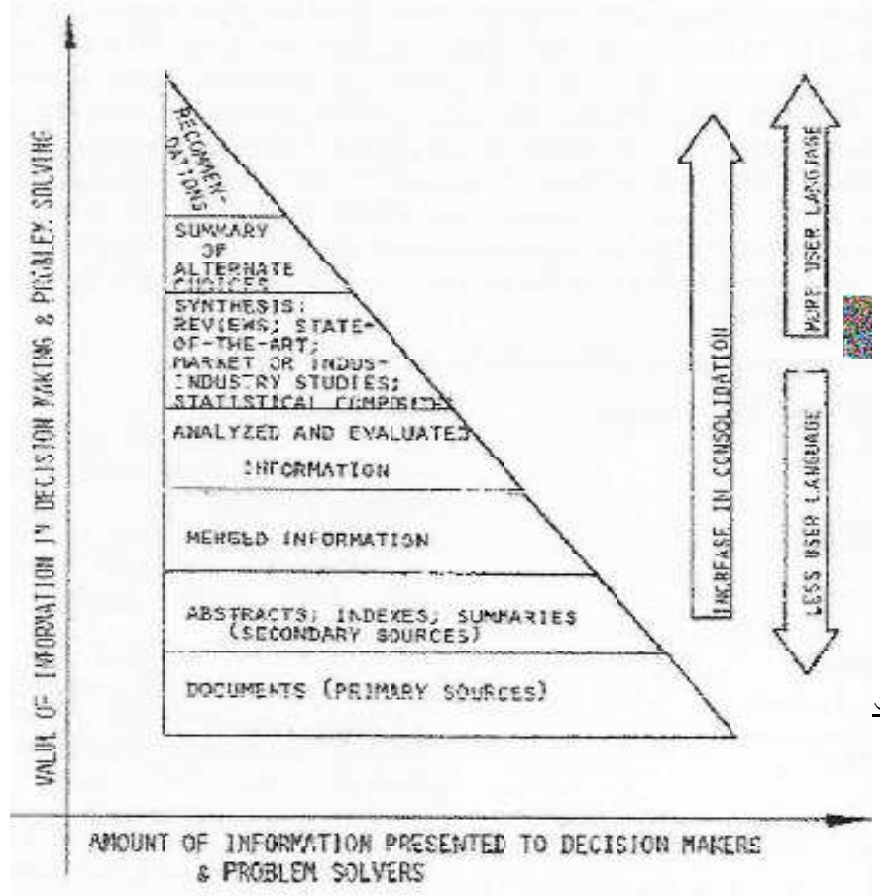
વધુ વિશિષ્ટ રીતે, નિર્ણય લેવામાં અને સમસ્યા ઉકેલવામાં તેની ભૂમિકાના સંબંધમાં એકીકૃત માહિતીના મૂલ્ય પર ભાર મૂકી શકાય છે. એવું કહી શકાય કે નિર્ણયો લેવા અને સમસ્યાઓના નિરાકરણ માટે માહિતીની આવશ્યકતા છે, તે પણ સામાન્ય રોજિંદા કામમાં આવી હોય. એ નોંધવું જોઈએ કે જેમ જેમ નિર્ણયો અથવા સમસ્યાઓની જટિલતા વધે છે તેમ, માહિતીની જરૂરિયાત તીવ્ર બને છે. ઉપરાંત, જેમ જેમ ઉપલબ્ધ માહિતીનું પ્રમાણ વધતું જાય છે, તેમ તેમ સંબંધિત માહિતી મેળવવી અને તેનો ઉપયોગ કરવો મુશ્કેલ બને છે. એ પણ સાચું છે કે ઉપલબ્ધ માહિતીની જટિલતા અને ટેકનિકલ અભિજાત્યપણું જેમ જેમ વધે છે તેમ તેમ તેનો ઓછો ઉપયોગ નિર્ણય લેનારાઓ અને સમસ્યાનું નિરાકરણ કરનારાઓ દ્વારા તેના મૂળ સ્વરૂપમાં રજૂ કરવામાં આવે છે.

ઉપરોક્ત ચર્ચા એકીકૃત માહિતીની જરૂરિયાત તરફ નિર્દેશ કરે છે. એ નોંધવું આવશ્યક છે કે એકીકૃત માહિતીનું મૂલ્ય માહિતીના પ્રકાર અને જથ્થા સાથે બદલાય છે. ઉદાહરણ તરીકે, નિર્ણય લેનારના ટેબલ પર આપેલ વિષય પરના દસ્તાવેજોનો ઢગલો અથવા કાર્યકરના હાથમાં સંબંધિત દસ્તાવેજોની સૂચિ, તે વિષય પરના નિર્ણયો અથવા સમસ્યાઓનો ઉકેલ લાવવાના સંબંધમાં બહુ ઓછું મૂલ્ય ધરાવતું હોય છે. દસ્તાવેજોમાં જરૂરી બધી માહિતી હોઈ શકે છે, બીજી તરફ, સારાંશમાં થોડી વધુ કિંમત હોઈ શકે છે. સંખ્યાબંધ દસ્તાવેજોમાંથી

અવતરણોનું એકીકરણ હજી વધુ મૂલ્યવાન હોઈ શકે છે. દેખીતી રીતે, મૂલ્યાંકન કરેલ માહિતી મૂલ્યમાં વધુ વધારો કરે છે જ્યારે સમીક્ષાઓ, અત્યાધુનિક અહેવાલો, બજાર અભ્યાસ, આંકડાકીય સારાંશ અને સહસંબંધો વગેરે જેવા વિષયને સંબોધતા અભ્યાસો મૂલ્યમાં નોંધપાત્ર વધારો કરે છે. માહિતીનું સર્વોચ્ચ મૂલ્ય ઉલ્લેખિત અન્ય તમામ સ્ત્રોતોમાંથી સારાંશ આપવામાં આવેલ વૈકલ્પિક પસંદગીઓના સમૂહમાં છે અને નિર્ણય અથવા સમસ્યાઓના નિરાકરણ માટેની ભલામણો છે. સારાસેવિક અને વૂડ (1981) એ આ સંબંધોને ચિત્રમાં દર્શાવ્યા છે (6.3)

● તમારી જાતે ચકાશો:

- નોંધ: i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.
- 6) સંક્ષિપ્તમાં સંકલિત માહિતીના મૂલ્ય અને ફાયદા સમજાવો.



ડાયાગ્રામ

10.3: નિર્ણય લેવા અને સમસ્યા ઉકેલવામાં માહિતીનું મૂ

(Source: Saracevic and Wood)

બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ઉપરોક્ત ચર્ચામાંથી નીચેના અનુમાનો હોઈ શકે છે દોરેલા

- જેમ જેમ નિર્ણય લેનારને પ્રસ્તુત માહિતીની માત્રા વધી રહી છે એકીકૃત, તેનું મૂલ્ય વધે છે;
- જેમ જેમ માહિતી રોજિદા ભાષામાં વધુને વધુ વ્યક્ત કરવામાં આવે છે અને વપરાશકર્તાનું સામાજિક/સાંસ્કૃતિક માળખું, તે વપરાશકર્તા માટે તેનું મૂલ્ય વધે છે;
- જેમ જેમ માહિતી વધુને વધુ પેક કરવામાં આવે છે તે રીતે તેનો સરળ ઉપયોગ થાય, તેનું મૂલ્ય વધે છે.

એકીકૃત માહિતીને લગતા મૂલ્યો ઓળખવામાં આવે છે તેમજ માહિતી કાર્યકરો દ્વારા સ્પષ્ટપણે સમજાય છે. તે જ વપરાશકર્તાઓ અને સંભવિત વપરાશકર્તાઓ વિશે કહી શકાય નહીં. એવું અવલોકન કરવામાં આવે છે કે ઉચ્ચ સ્તરનું શિક્ષણ અને જવાબદારી ધરાવતા વપરાશકર્તાઓ તેમના માટે અથવા તેમની સંસ્થાઓ માટે એકીકૃત માહિતીના ફાયદાઓથી વાકેફ નથી. માહિતી કાર્યકરોએ વપરાશકર્તાઓ અને સંભવિત વપરાશકર્તાઓને સંકલિત માહિતીના મૂલ્યો અને લાભો સમજાવવામાં વિશેષ રસ લેવાની જરૂર છે. આ ઘણી રીતે થઈ શકે છે જેમ કે વપરાશકર્તાઓ ને શિક્ષણ આપવું. નહિતર, સારા ઉત્પાદનો અને સેવાઓ બિનઉપયોગી રહી શકે છે. એકીકૃત માહિતીના ઉપયોગથી મેળવી શકાય તેવા ફાયદાઓની સૂચિ કોષ્ટક સ્વરૂપમાં રજૂ કરવી વધુ સારું રહેશે. આવા પ્રયાસો માહિતી એકત્રીકરણ એકમો (ICUs) ને તેમના ઉત્પાદનો અને સેવાઓના પ્રચારમાં મદદ કરી શકે છે.

કોષ્ટક 10.1 : સંભવિત લાભો જે સંકલિત માહિતીના ઉપયોગથી પ્રાપ્ત થઈ શકે છે.

સામાન્ય પ્રવૃત્તિ અથવા વિસ્તાર	સંભવિત લાભો
નિર્ણયો	વિકલ્પો અને પરિણામો વિશે વધુ સારી રીતે માહિતગાર. નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયામાં સુધારો. અનિશ્ચિતતામાં ઘટાડો.
જ્ઞાન, યોગ્યતા	વ્યક્તિઓ અથવા જૂથો દ્વારા સ્તર, ઊંડાઈ, પહોળાઈમાં વધારો. દેખીતી રીતે અનકનેક્ટેડ તથ્યો વચ્ચે સંબંધો દોરવામાં ઉચ્ચ અભિજાત્યપણું
અનુકૂળન	પર્યાવરણ અને જટિલ વિશ્વની માંગ અને કેરકારો માટે વ્યક્તિઓ, જૂથો અથવા સંગઠનો દ્વારા વધુ યોગ્ય અને સમાયોજિત પ્રતિભાવો.
ઉત્પાદકતા	કાર્ય અને અન્ય પ્રવૃત્તિઓમાં ઉચ્ચ સ્તર અને આઉટપુટ. વધુ સંપર્કો. ક્ષમતા અને અસરકારકતામાં વધારો.
સંસાધનો	સંસાધનોનો વધુ કાર્યક્ષમ અને આર્થિક ઉપયોગ. ક્ષમતા અને/અથવા અસરકારકતામાં વધારો. બહેતર અર્થતંત્ર.

સફળતા	વ્યક્તિઓ, જૂથો અને સંસ્થાઓના ઉદ્દેશ્યો પ્રાપ્ત કરવામાં યોગદાન. પરિણામોનો વધુ સારો અથવા વ્યાપક ફેલાવો અને સ્વીકૃતિ. જરૂરી ગોઠવણોની દિશા.
-------	---

ચોક્કસ વિસ્તારો	લાભો
એન્ટરપ્રાઇઝિસ, બિઝનેસ, કોમર્સ	બજારોનું વિસ્તરણ. બજારની સ્થિતિ અને માંગણીઓને યોગ્ય પ્રતિસાદ આપવો. સભા સ્પર્ધા. ધોરણો અને નિયમોનું પાલન કરવું. પ્રોત્સાહિત કર્મચારીઓ. વ્યવસાયિક નિર્ણયો લેવા.
ઉદ્યોગ, ઉત્પાદન	તકનીકી નવીનતાનો સમાવેશ. નવા ઉત્પાદનો ઉમેરી રહ્યા છીએ. ઉત્પાદનોને યોગ્ય બનાવવું. ઉત્પાદકતામાં વધારો. ભંગાણ ઘટાડવું.
વિજ્ઞાન	સંશોધન મોરચે ચાલુ રાખવું. પોતાની સ્થિતિ અને પ્રગતિનું મૂલ્યાંકન કરવું. નીતિ અને ફાળવણી અંગે યોગ્ય નિર્ણયો લેવા. સંબંધિત કાર્યો અને/અથવા વધુ કાર્ય અથવા પદ્ધતિ માટેના વિચારોની શોધ.
શિક્ષણ	આપેલ ક્ષેત્રોમાં અને શિક્ષણ સંશોધન, પદ્ધતિઓ અને અભિગમોમાં પ્રગતિ સાથે ચાલુ રાખવું. શૈક્ષણિક આયોજન અને મૂલ્યાંકન અથવા સરખામણીઓ માટે પ્રદાન કરવું.
વ્યક્તિઓ	તેમના આપેલ કાર્ય અથવા રુચિના ક્ષેત્રમાં સ્વ પરિપૂર્ણતા અને પ્રગતિ માટે પ્રદાન કરવું. રોજગારમાં વ્યાપક તકો પૂરી પાડવી, સ્વ-સહાય અને બદલાતા વાતાવરણ અને પરિસ્થિતિઓમાં ગોઠવણો. જીવનની ઉચ્ચ ગુણવત્તા તરફ અભિજાત્યપણુ વધારવું.

10.6 ભારતમાંથી IAC ઉત્પાદનોના કેટલાક ઉદાહરણો

ભારતમાં ઘણી R&D સંસ્થાઓ વિવિધ સ્તરના વપરાશકર્તાઓ માટે તેમના સંશોધન ક્ષેત્રે IAC ઉત્પાદનો લાવી રહી છે. ચાલો આ સંસ્થાઓ અને તેમના ઉત્પાદનોનો અભ્યાસ કરીએ.

એનર્જી એન્ડ રિસોર્સિસ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ જે સામાન્ય રીતે TERI (અગાઉની ટાટા એનર્જી રિસર્ચ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ) તરીકે ઓળખાય છે તે ઊર્જા, પર્યાવરણ અને ટકાઉ વિકાસના ક્ષેત્રમાં સંશોધન પ્રવૃત્તિઓ સાથે સંકળાયેલી છે.

TERI સંશોધન સામયિકો, સંશોધન ન્યૂઝલેટર્સ ઘણા સંદર્ભો બહાર લાવે છે. શીર્ષકો, લોકપ્રિય સામયિકો, સામાન્ય રસના પુસ્તકો તેમજ ફિલ્મોના રૂપમાં ઓડિયો/વિડિયુઅલ સામગ્રી, ઊર્જા, પર્યાવરણ અને ટકાઉ વિકાસના ક્ષેત્રોમાં સીડી.

TERI ના કેટલાક IAC ઉત્પાદનો નીચે સૂચિબદ્ધ છે:

- ઊર્જા અને પર્યાવરણ પર TERI માહિતી ડાયજેસ્ટ: આ ડાયજેસ્ટ નીતિ નિર્માતાઓ, વૈજ્ઞાનિકો અને ટેકનોલોજીસ્ટ માટે છે જેથી તેઓને ઊર્જા, પર્યાવરણ અને ટકાઉ વિકાસના નવીનતમ વિકાસથી વાકેફ રાખવામાં આવે.
- TERI પોલિસી બ્રિક્સ: સંસદના સભ્યો, નીતિ નિર્માતાઓ, નિયમનકારો, વિસ્તાર નિષ્ણાતો, નાગરિક સમાજ અને મીડિયા માટે ચોક્કસ ક્ષેત્રો પર સંક્ષિપ્તમાં લાવવામાં આવે છે.
- લોકપ્રિય સામયિકો: ટેટી ગ્રીન (માસિક) અને ધ સોલાર ક્વાર્ટરલી (ત્રિમાસિક) રિન્યુએબલ એનર્જી પર.
- ટેલિવિઝન શ્રેણી: આ શ્રેણી હેઠળ TERI વિવિધ ઊર્જા, પર્યાવરણ અને ટકાઉ મુદ્દાઓ પર દસ્તાવેજી વિડિયો/સીડી લાવે છે. “એબીસી ઓફ વોટર પમ્પિંગ એફિશિયન્સી” પરની સીડી ઘણી પમ્પિંગ સિસ્ટમ્સની મૂળભૂત બાબતો, ઊર્જા ઓડિટની પદ્ધતિઓ અને ઊર્જા બચત માટેની તકોને પ્રકાશિત કરે છે. “તેરી ઉત્તમ ઊર્જા”- એક દસ્તાવેજી ફિલ્મ રિન્યુએબલ એનર્જી ટેકનોલોજીના પ્રસારના ફાયદાઓ પર પ્રકાશ પાડે છે. તે નાના સાહસો માટે ઊર્જા કાર્યક્ષમ બાયોમાસ આધારિત સાધનો અને ધૂંપ્રપાન મુક્ત રસોઈ સ્ટોવનું વર્ણન કરે છે જે બળતણ લાકડાનો વપરાશ ઘટાડે છે. “ગ્લોબલ વોર્મિંગ” પરની ફિલ્મ - આબોહવા પરિવર્તનના પડકારો અને જોખમો પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે અને તાત્કાલિક પગલાં માટે જાગૃતિ પેદા કરે છે. “લર્નિંગ ટુ ડીમ અગેઈન”- આ ફિલ્મ સમુદાયોના તેમના જંગલો સાથેના સંબંધો, તેમનું રક્ષણ અને ઉછેર કરવાની રીત દર્શાવે છે. “વોટર ઈન્નાઈટ્સ લાઈક એન્ડ હોપ” સમુદાયની બે કાલ્પનિક વાતઓની એક દસ્તાવેજી ફિલ્મ છે
- ટેરાપિન શ્રેણી: પર્યાવરણીય મુદ્દાઓ પર બાળકોમાં જાગૃતિ ફેલાવવા માટે TERI આ શ્રેણી હેઠળ બાળકોને શિક્ષણ અને મનોરંજન માટે મોટી સંખ્યામાં પુસ્તકો લાવે છે. પુસ્તકો ત્રણ સ્તરો પર ઉપલબ્ધ છે: મુખ્ય તબક્કો 1: 5-7 વર્ષ, મુખ્ય તબક્કો 2: 7-11 વર્ષ અને મુખ્ય તબક્કો 3: 11-15 વર્ષ.
- ગ્રીનઓલિમ્પિયાડ્સ અને ટેરા ક્વિઝ: અ 5 વોલ્યુમોમાં બાળકો માટે જ્ઞાન પુસ્તકોની શ્રેણી છે
- પૃથ્વીના સૈનિકો: તે બાળકો માટે વૈશ્વિક પર્યાવરણ જાગૃતિ કાર્યક્રમ છે. તે TERI અને ONGC (ઓઈલ એન્ડ નેચરલ ગેસ કોર્પોરેશન) ની સંયુક્ત પહેલ છે જે બાળકોને સંરક્ષણ પ્રવૃત્તિઓમાં સામેલ કરે છે. ઉપયોગમાં લેવાતા સાધનો પુસ્તકો, વર્કશોપ અને લર્નિંગ મોડ્યુલ છે. આનો ઉદ્દેશ્ય બાળકોને શિક્ષિત કરવાનો છે અને જ્યારે તેઓ મોટા થાય છે ત્યારે તેમને નિષ્ઠાવાન અને જવાબદાર વ્યક્તિઓ બનાવવાનો છે.
- CAMPS (શાળાઓમાં કોમ્યુનિટી એડોપ્શન મોનિટરિંગ પ્રોગ્રામ): CAMPS એ એક

અનોખો પ્રોગ્રામ છે જેમાં વિદ્યાર્થીઓ અને સ્થાનિક સમુદાયોને સ્વચ્છ અને હરિયાળા વાતાવરણ માટે તેના રાષ્ટ્રીય પ્રયાસમાં સામેલ કરવામાં આવે છે. (<http://www.teriin.org>)

- નેશનલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ સાયન્સ કોમ્યુનિકેશન એન્ડ ઇન્ફોર્મેશન રિસોર્સિસ (NISCAIR): NISCAIR 30 સપ્ટેમ્બર 2002 ના રોજ નેશનલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ સાયન્સ કોમ્યુનિકેશન (NISCOM) અને ભારતીય નેશનલ સાયન્ટિફિક ડોક્યુમેન્ટેશન સેન્ટર (INSDOC), કાઉન્સિલ ઓફ સાયન્ટિફિક અને કાઉન્સિલની બે અગ્રણી સંસ્થાઓના વિલીનીકરણ સાથે અસ્તિત્વમાં આવ્યું હતું. ઔદ્યોગિક સંશોધન (CSIR) S&T માહિતીના પ્રસાર અને દસ્તાવેજીકરણ માટે સમર્પિત. NISCAIR S&Tની માહિતી એકત્ર/સંગ્રહ કરે છે અને પ્રકાશિત કરે છે અને વિકાસ કરે છે

NISCAIR વિવિધ પ્રકાશનો જેમ કે પ્રાથમિક સંશોધન સામયિકો, અમૂર્ત સામયિકો (ભારતીય વિજ્ઞાન અમૂર્ત અને ઔષધીય અને સુગંધિત છોડના અમૂર્ત) અને ન્યૂઝલેટર્સ (અંગ્રેજીમાં CSIR સમાચાર અને હિન્દીમાં CSIR સમાચાર) દ્વારા વૈજ્ઞાનિક જ્ઞાનનો સંચાર કરે છે. તે જ સમયે વૈજ્ઞાનિક સંશોધનના લાભો મેળવવા માટે, વિવિધ પ્રકાશનો દ્વારા વૈજ્ઞાનિક જ્ઞાન લોકો સુધી પહોંચાડવામાં આવે છે. તેમાંના કેટલાક નીચે સૂચિબદ્ધ છે:

- વેલ્થ ઓફ ઇન્ડિયા: A- કાચી સામગ્રીની શ્રેણી (11 વોલ્યુમો, અને 1 પૂરક), B- ઔદ્યોગિક ઉત્પાદનો શ્રેણી (9 વોલ્યુમો). વેલ્થ ઓફ ઇન્ડિયા એ સાચા અર્થમાં માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ ઉત્પાદન છે. તે છોડ, પ્રાણીઓ અને ખનિજોને આવરી લેતા ભારતના કાચા માલના સંસાધનો પર એક જ્ઞાનકોશ છે. NISCAIR વેબસાઇટ પરથી વેલ્થ ઓફ ઇન્ડિયા બ્રોશર મુક્તપણે ડાઉનલોડ કરી શકાય છે. પુસ્તિકામાં “ડેન્ગ્યુ તાવ મચ્છર માટે કિલર પ્લાન્ટ્સ” પર એક એક્સ્ટેન્શન બુલેટિન પણ છે.

વિજ્ઞાનનું લોકપ્રિયીકરણ એ NISCAIR નો મુખ્ય કાર્યક્રમ છે. આ કાર્યક્રમ હેઠળ NISCAIR લોકપ્રિય વિજ્ઞાન સામયિકો, લોકપ્રિય વિજ્ઞાન પુસ્તકો વગેરે જેવા વિવિધ પ્રકાશનો બહાર લાવે છે.

- લોકપ્રિય સામયિકો:
 - સાયન્સ રિપોર્ટર (અંગ્રેજીમાં માસિક)
 - વિજ્ઞાન પ્રગતિ (હિન્દીમાં માસિક)
 - વિજ્ઞાન-કી-દુનિયા (ઉર્દૂમાં ત્રિમાસિક)

- લોકપ્રિય વિજ્ઞાન પુસ્તકો:

NISCAIR એ વિવિધ શ્રેણી હેઠળ 60 લોકપ્રિય વિજ્ઞાન પુસ્તકો અંગ્રેજી ભાષા માં પ્રકાશિત કર્યા છે. આમાંથી લગભગ 28 પુસ્તકો હિન્દીમાં પણ બહાર પાડવામાં આવ્યા છે. નીચે આપેલ પુસ્તક શ્રેણી છે જેના હેઠળ તેણે આ પુસ્તકો પ્રકાશિત કર્યા છે:

- CSIR ગોલ્ડન જ્યુબિલી સિરીઝ (25 પુસ્તકો)
- વિજ્ઞાન-ફન-સિરીઝ (7 પુસ્તકો)

- Q-શ્રેણી (3 પુસ્તકો)
- બાયોટેકનોલોજી શ્રેણીના દ્રશ્યો (6 પુસ્તકો)
- ફાઉન્ડેશન ઓફ બાયોટેકનોલોજી સિરીઝ (6 પુસ્તકો)
- એડ્સ
- 21 મી સદીમાં વિજ્ઞાન અને સમાજ
- બધા માટે IT (7 પુસ્તકો). આ 7 પુસ્તકોમાં માઈક્રોસોફ્ટ ફોર બિગીનર્સ, સી ફોર બિગીનર્સ, બિલ્ડ યોર વેબ હોમ વગેરે વિષયો આવરી લેવામાં આવ્યા છે. અંગ્રેજી ઉપરાંત તમામ 7 પુસ્તકો હિન્દી, પંજાબી, ઉર્દૂ, કન્નડ, મરાઠી, ગુજરાતી, તમિલ, બંગાળીમાં ઉપલબ્ધ છે. (<http://www.niscair.res.in>)

ભારતીય કૃષિ સંશોધન પરિષદ (ICAR): ICAR એ સમગ્ર દેશમાં બાગાયત, મત્સ્યઉદ્યોગ અને પ્રાણી વિજ્ઞાન સહિત કૃષિ ક્ષેત્રે સંશોધન અને શિક્ષણનું સંકલન, માર્ગદર્શન અને સંચાલન કરવા માટેની સર્વોચ્ચ સંસ્થા છે. ICAR ના કૃષિ વિસ્તરણ વિભાગ પાસે વિવિધ કૃષિ સંશોધન કેન્દ્રો પર વિકસિત ટેકનોલોજીને ખેડૂતો જેવા પાયાના સ્તરના લોકો સુધી લઈ જવાનો આદેશ છે. આ માટે તે પ્રદાન કરે છે:

- ખેડૂતોને વ્યાવસાયિક તાલીમ,
- વિસ્તરણ કર્મચારીઓને તેમના જ્ઞાન અને કૌશલ્યને અપડેટ કરવા માટે તાલીમ,
- કૃષિ ટેકનોલોજી માહિતી કેન્દ્રો દ્વારા ટેકનોલોજી, ઉત્પાદનો, સેવાઓ અને માહિતીની સિંગલ વિન્ડો ડિલિવરી સિસ્ટમ, અને
- સંસ્થા-ગામ-લિકેજ-પ્રોગ્રામ (IVLP) દ્વારા તે નવી વિકસિત તકનીકનું મૂલ્યાંકન કરે છે અને વિવિધ ખેતી પ્રણાલીઓ હેઠળ તકનીકી સ્થાનને વિશિષ્ટ બનાવવા માટે જરૂરી સંસ્કારિતા કરે છે.

દેશભરમાં ફેલાયેલી 97 ICAR સંસ્થાઓ અને 47 કૃષિ યુનિવર્સિટીઓ સાથે, ICAR એ વિશ્વની સૌથી મોટી કૃષિ પ્રણાલીઓમાંની એક છે.

- પ્રકાશનો: ICAR 7 સંશોધન સામયિકો, 2 એબ્સ્ટ્રેક્ટીંગ જનલ્સ (ભારતીય) પ્રકાશિત કરે છે એગ્રીકલ્ચરલ સાયન્સ એબ્સ્ટ્રેક્ટ્સ અને ઈન્ડિયન એનિમલ સાયન્સ એબ્સ્ટ્રેક્ટ્સ અને 2 ન્યૂઝલેટર્સ (ICAR સમાચાર અને ICAR રિપોર્ટર).
- લોકપ્રિય સામયિક: ભારતીય ખેતી એ ખેતીમાં રસ ધરાવતા લોકો માટે લોકપ્રિય સામયિક છે. આનો ઉદ્દેશ્ય પ્રગતિશીલ ખેડૂતો અને ખેતીમાં રોજબરોજની સમસ્યાઓમાં વિજ્ઞાનના ઉપયોગમાં રસ ધરાવતા લોકો સમક્ષ લોકપ્રિય શૈલીમાં વૈજ્ઞાનિક માહિતી રજૂ કરવાનો છે.
- પુસ્તકો: ICAR એ કૃષિના વિવિધ પાસાઓ જેમ કે પાક વિજ્ઞાન, બાગાયત, પ્રાણી વિજ્ઞાન અને મત્સ્યઉદ્યોગ પર અંગ્રેજીમાં 95 થી વધુ પુસ્તકો પ્રકાશિત કર્યા છે. કાઉન્સિલે કૃષિના વિવિધ પાસાઓ પર હિન્દીમાં 63 પુસ્તકો પણ પ્રકાશિત કર્યા છે.
- ઈ-બુક્સ: ICAR ઈ-બુક્સ તેની વેબસાઈટ પર મફતમાં ઉપલબ્ધ છે.

- f1jkrVQ kuICAR ખેડૂતોના કાયદા માટે ખેડૂત મૈત્રીપૂર્ણ તકનીકો પર 44 દસ્તાવેજ લાવી છે. (<http://www.icar.org.in/>)

10.8 સારાંશ

આ એકમ માહિતી એકત્રીકરણ તરીકે ઓળખાતી વિશિષ્ટ પદ્ધતિઓની વિભાવનાઓ, સમસ્યાઓ અને જરૂરિયાતોને સમજાવે છે. માહિતી એકત્રીકરણનો મુખ્ય ઉદ્દેશ માહિતી ઋષિની અસરકારકતા વધારવાનો અને સેવા આપતા વપરાશકર્તાઓના વર્તુળને વિસ્તૃત કરવાનો છે.

માહિતી એકત્રીકરણ એ વર્તમાન અને સંભવિત વપરાશકર્તાઓ માટે મૂલ્યાંકન અને સંશ્લેષિત માહિતી સેવાઓ માટેની ચોક્કસ માહિતીની જરૂરિયાતોની પરિપૂર્ણતા માટે અસરકારક અભિગમ છે. તે નોંધવું જોઈએ કે માહિતી એકત્રીકરણ એક તરફ ઈજનેરો, વૈજ્ઞાનિકો, મેનેજરો, નીતિ નિર્માતાઓ જેવા અત્યાધુનિક વપરાશકર્તાઓ માટે ઉપયોગી છે અને બીજી તરફ કામદારો, ગ્રામજનો વગેરે જેવા ઓછા અત્યાધુનિક વપરાશકર્તાઓ માટે પણ ઉપયોગી છે.

એ વાત પર ભાર મૂકવો જોઈએ કે માહિતી એકત્રીકરણ બિન-પ્રિન્ટ ડિસેમિનેશન ચેનલો અને પેકેજિંગ માધ્યમોના અસરકારક ઉપયોગ માટે ખાસ કરીને શહેરી અને ગ્રામીણ બંને વિસ્તારોમાં વપરાશકર્તાઓના વ્યાપક જૂથ માટે માહિતીના સંબંધમાં ખૂબ જ અવકાશ અને તક પૂરી પાડે છે. માહિતી એકત્રીકરણમાં જટિલ પ્રક્રિયાઓનો સમાવેશ થાય છે. તે પણ ભારપૂર્વક કહી શકાય કે જ્યારે માહિતી એકત્રીકરણ પ્રક્રિયાઓમાં જટિલતાનો સમાવેશ કરે છે, તે ઉત્પાદનોમાં સરળતા અને યોગ્યતા પણ પ્રદાન કરે છે. સંકલિત માહિતીનો ઉપયોગ કરવાથી સંભવિત લાભો ખૂબ ઊંચા છે. વિકાસશીલ દેશોમાં યોગ્ય ટેકનોલોજીને સ્થાનાંતરિત કરવા માટે તે સંભવતઃ સૌથી અસરકારક સાધન છે અને માહિતીનો ઉપયોગ સુનિશ્ચિત કરવા માટે પણ સૌથી અસરકારક માધ્યમ છે.

10.9 તમારી જાતે ચકાસોના જવાબો

1) માહિતીના ફળદાયી ઉપયોગ માટેના અવરોધો શું છે?

માહિતી એકત્રીકરણનો ખ્યાલ માહિતીના શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ, ખાસ કરીને વૈજ્ઞાનિક અને તકનીકી માહિતીમાં સંખ્યાબંધ પરિબળો દ્વારા ઊભી થતી મુશ્કેલીઓના પ્રતિભાવમાં વિકસિત થયો છે. માહિતીના ફળદાયી ઉપયોગ માટે નીચેના અવરોધો છે:

- માહિતીની ઘાતાંકીય વૃદ્ધિને કારણે માહિતીનો વિસ્ફોટ થયો છે. તે જ સમયે, વપરાશકર્તાઓ પાસે ઉપલબ્ધ બધી માહિતી વાંચવા અને આત્મસાત કરવા માટે પૂરતો સમય નથી.
- માહિતીની આંતરશાખાકીય પ્રકૃતિ (જેમ કે બાયોટેકનોલોજી, બાયોફિઝિક્સ, બાયોકેમિસ્ટ્રી, વગેરે) વિવિધ વિદ્યાશાખાઓમાં માહિતીના વેરવિખેર અને સીપેજ તરફ દોરી જાય છે. વપરાશકર્તાઓ કે જેઓ એક વિદ્યાશાખામાં નિષ્ણાત છે તેઓ અન્ય શાખાઓમાં પ્રકાશિત માહિતીનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી.
- માહિતી વિવિધ ભાષાઓમાં પ્રકાશિત થાય છે (ઉદાહરણ તરીકે, કેમિકલ એબ્સ્ટ્રેક્ટ્સ 50 ભાષાઓમાં પ્રકાશિત સાહિત્યનું નિરીક્ષણ કરે છે). અન્ય ભાષાઓથી પરિચિત ન હોય તેવા વપરાશકર્તાઓ માહિતીનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી.

- માહિતી પ્રિન્ટમાં તેમજ ઇલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપમાં સ્રોતોની વિશાળ શ્રેણીમાં પ્રકાશિત થાય છે. આ સ્રોતોમાં માહિતીની વિશ્વસનીયતા અને ગુણવત્તા પણ બદલાય છે અને વપરાશકર્તાઓ પાસે યોગ્ય માહિતીનું મૂલ્યાંકન કરવા અને પસંદ કરવાનો સમય નથી.
- માહિતી મીડિયા અને ફોર્મેટની વિશાળ શ્રેણીમાં રજૂ કરવામાં આવે છે. જે વપરાશકર્તાઓ તે ચોક્કસ મીડિયા અથવા ફોર્મેટથી પરિચિત નથી તેઓ માહિતીનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી. મીડિયા પ્રિન્ટ, માઈક્રોફોર્મ, ઓડિયો/વિડિયો, ઇલેક્ટ્રોનિક તેમજ મૌખિક હોઈ શકે છે. ફોર્મેટ એ આમાંના કોઈપણ માધ્યમમાં માહિતીની ગોઠવણી અને રજૂઆત છે.
- માહિતી પ્રતિબંધિત પરિભ્રમણ (જેમ કે તકનીકી અહેવાલો, નિબંધો) સાથે દસ્તાવેજોમાં પ્રકાશિત થાય છે. આ તે માહિતીની અપ્રાપ્યતા તરફ દોરી જાય છે.
- S&T માહિતી વેપાર અને ટેકનિકલ કલકલ સાથે અત્યંત ટેકનિકલ છે. કોઈ તકનીકી પૃષ્ઠભૂમિ ધરાવતા વપરાશકર્તાઓ તેને તેના મૂળ સ્વરૂપમાં સમજી શકતા નથી અને તેનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી.

2) “માહિતી એકત્રીકરણ” અભિવ્યક્તિનો અર્થ સમજાવો.

એકીકૃત માહિતીનો વિચાર વિકાસશીલ દેશોમાં માહિતી સમસ્યાઓની ચર્ચાઓમાંથી આવે છે. આમાંની ઘણી સમસ્યાઓ માહિતી ઈન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચરના અભાવ અને માહિતીનો ઉપયોગ કરવાની વપરાશકર્તાઓની ઓછી વૃત્તિ સાથે સંબંધિત છે. તે પણ ઓળખવામાં આવ્યું હતું કે માત્ર માહિતીનો કબજો - તે ઉપલબ્ધ અને સુલભ હોવું - તેના ઉપયોગની ગેરંટી નથી. ઉપયોગ માટેના અવરોધો દૂર કરવા આવશ્યક છે. માહિતીના ઉપયોગમાં અવરોધોની સમસ્યાના ઉકેલ તરીકે માહિતી એકત્રીકરણ સૂચવવામાં આવ્યું છે.

યુનેસ્કો કાર્યકારી જૂથની બીજી બેઠકમાં “માહિતી એકત્રીકરણ” શબ્દને વિકાસશીલ દેશોમાં ચોક્કસ વપરાશકર્તા જૂથોને ઉપયોગી સ્વરૂપમાં વિશ્વસનીય અને સંક્ષિપ્ત માહિતી પ્રદાન કરવા માટે સંબંધિત દસ્તાવેજોના સંકોચનની પ્રક્રિયા તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવી હતી. કાર્યકારી જૂથને લાગ્યું કે માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ માત્ર માહિતી વિશ્લેષણ કેન્દ્રો સુધી મર્યાદિત ન હોઈ શકે;

આ વ્યક્તિઓ અને અન્ય સંસ્થાઓ દ્વારા પણ કરી શકાય છે. કાર્યકારી જૂથે “માહિતી એકત્રીકરણ” શબ્દને “વિશ્વસનીય અને સંક્ષિપ્ત જ્ઞાનની નવી સંસ્થાઓ સાથે ચોક્કસ વપરાશકર્તા જૂથોને પ્રદાન કરવા માટે સંબંધિત દસ્તાવેજોનું મૂલ્યાંકન અને સંકુચિત કરવા માટે વ્યક્તિઓ, વિભાગો અથવા સંસ્થાઓ દ્વારા ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી જવાબદારીઓ” તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી છે. આ કાર્યો હાથ ધરતી વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ અથવા તેમના ઘટકોને “માહિતી એકત્રીકરણ એકમો (907)” તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

આ શરતોમાં વધુ વિસ્તૃત સમજૂતી આપવામાં આવી શકે છે: “સંકલિત માહિતી એ જાહેર જ્ઞાન છે જે ચોક્કસ રીતે પસંદ કરેલ, પૃથ્થકરણ, મૂલ્યાંકન, અને સંભવત:

પુનઃરચિત અને પુનઃરચના કરેલ હોય છે અને અમુક તાત્કાલિક નિર્ણયો, સમસ્યાઓ અને માહિતીની જરૂરિયાતોને નિર્ધારિત ગ્રાહકો અથવા સામાજિક જરૂરિયાતો પૂરી પાડવા માટે. જૂથ, જેઓ અન્યથા દસ્તાવેજોની મોટી માત્રામાં અથવા તેના મૂળ સ્વરૂપમાં ઉપલબ્ધ આ જ્ઞાનને અસરકારક રીતે અને કાર્યક્ષમ રીતે એક્સેસ કરવા અને તેનો ઉપયોગ કરવામાં સક્ષમ ન હોઈ શકે. આ જ્ઞાનની પસંદગી, મૂલ્યાંકન, પુનઃરચના અને પુનઃપેકેજિંગ માટેના માપદંડો સંભવિત ગ્રાહકો પાસેથી લેવામાં આવ્યા છે”.

બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, માહિતી એકત્રીકરણના મૂળ હેતુને નીચે પ્રમાણે સારાંશ આપી શકાય છે:

- માહિતી ટ્રાન્સફરની અસરકારકતા વધારવા માટે;
- વિકાસલક્ષી પ્રવૃત્તિઓની વિશાળ શ્રેણીમાં વધુ સધન ઉપયોગને પ્રોત્સાહિત કરવા; અને
- ખાસ કરીને મૂલ્યાંકન કરેલ અને સંશ્લેષિત માહિતી માટે ચોક્કસ માહિતીની જરૂરિયાતો પૂરી કરીને સંભવિત વપરાશક્તઓના વર્તુળને વધારવા માટે.

3) માહિતી એકત્રીકરણમાં સામેલ મહત્વપૂર્ણ પ્રક્રિયાઓની ચર્ચા કરો.

મોટાભાગની માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓમાં મહત્વપૂર્ણ પ્રક્રિયાઓ છે: માહિતીની પસંદગી, સંપાદન, મૂલ્યાંકન, વિશ્લેષણ અને સંશ્લેષણ. આ પ્રક્રિયાઓ ઉત્પાદન અથવા સેવાની જોગવાઈ અને વપરાશક્તઓ ઉલ્લેખ કરે છે. સમસ્યાનું મૂળ એ નથી કે માહિતી એકત્રીકરણમાં સામેલ પ્રક્રિયાઓ કેટલી અસરકારક અથવા કાર્યક્ષમ છે પરંતુ માહિતી એકત્રીકરણ સેવા માહિતી વપરાશક્તને સમસ્યાને ઓળખવામાં, સ્પષ્ટ કરવામાં અથવા ઉકેલવામાં મદદ કરવા માટે શું કરી શકે છે અને આ બે પ્રશ્નો એક માળખું બનાવે છે જેના પર માહિતી એકત્રીકરણ સેવાઓનું નિર્માણ કરવું. અન્ય પ્રક્રિયાઓનો સારાંશ નીચે આપેલ છે:

- a) સંભવિત વપરાશક્તઓનો અભ્યાસ તેમની માહિતી જરૂરિયાતો શોધવા અને તે જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરવા માટે માહિતી ઉત્પાદન(ઓ) પર નિર્ણય લેવો;
- b) આપેલ વપરાશક્ત સમસ્યાઓ અને માહિતી જરૂરિયાતો માટે સૌથી ઉપયોગી માહિતી ધરાવતા માહિતી સ્ત્રોત(ઓ)ની પસંદગી. પસંદગી વિવિધ પ્રાથમિક અને ગૌણ સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ કરીને કરી શકાય છે;
- c) તેની યોગ્યતા, માન્યતા અને વિશ્વસનીયતા માટે આ સ્ત્રોતોમાં સમાવિષ્ટ માહિતીનું મૂલ્યાંકન;
- d) આપેલ સ્ત્રોત દ્વારા જણાવવામાં આવેલ સૌથી મહત્વપૂર્ણ લક્ષણોને ઓળખવા અને કાઢવા માટે માહિતીનું વિશ્લેષણ;
- e) નવી પ્રોડક્ટ તરીકે વિશ્લેષિત અને એક્સ્ટ્રેક્ટ કરેલી માહિતીનું પુનઃરચના (જે જરૂરી હોય તો), જે મૂળ પ્રસ્તુતિથી અલગ હોય અને લઘુ વપરાશક્ત દ્વારા વધુ અસરકારક રીતે સમજી શકાય અને તેનો ઉપયોગ કરી શકાય. આ પ્રક્રિયામાં સંશ્લેષણ, ઘનીકરણ, પુનઃલેખન, સરળીકરણ, સમીક્ષાઓ, અદ્યતન પ્રસ્તુતિ

વગેરેનો સમાવેશ થઈ શકે છે.

- f) પુનઃરચિત માહિતીનું પેકેજિંગ અને/અથવા પુનઃપેકીંગ એવા સ્વરૂપમાં કે જે તેનો ઉપયોગ વધારશે (પુનઃરચના માહિતીના સમાવિષ્ટો અથવા પદાર્થ સાથે ડીલ કરે છે જ્યારે પેકેજિંગ તેની રજૂઆતના સ્વરૂપ સાથે વ્યવહાર કરે છે);
- g) માહિતીનો પ્રચાર અથવા પ્રસાર એવી રીતે કે જે તેના ઉપયોગને પ્રોત્સાહન અને પ્રોત્સાહન આપશે. આમાં માહિતીના ઉપયોગ અને માહિતીના માર્કેટિંગમાં વપરાશકર્તાઓને શિક્ષિત કરવાનો પણ સમાવેશ થઈ શકે છે; અને
- h) વપરાશકર્તાઓ તરફથી પ્રતિસાદ અને પ્રતિસાદના આધારે ઉત્પાદનમાં સુધારો.

4) સંકલિત માહિતીના પેકેજિંગ અને રીપેકીંગની શરતો દ્વારા તમે શું સમજો છો?

પેકેજિંગ મીડિયા અને ફોર્મેટ સાથે ડીલ કરે છે જેમાં એકીકૃત માહિતી રજૂ કરવાની હોય છે. મીડિયા પ્રિન્ટ, માઈક્રોફોર્મ, ઓડિયો/વિઝ્યુઅલ, ઇલેક્ટ્રોનિક તેમજ મૌખિક હોઈ શકે છે. ફોર્મેટ એ આમાંના કોઈપણ માધ્યમમાં માહિતીની ગોઠવણી અને રજૂઆત છે.

IAC પ્રોડક્ટ માટેનું ફોર્મેટ એવું હોવું જોઈએ કે તે માત્ર IAC પ્રોડક્ટના ઉપયોગને વધારે નહીં પરંતુ વપરાશકર્તા દ્વારા તેની સામગ્રીને સમજવામાં, આત્મસાત કરવા અને યાદ કરવામાં પણ યોગદાન આપતું હોવું જોઈએ. આ માટે વપરાશકર્તાઓના વિવિધ જૂથો માટે વિવિધ મીડિયા અને ફોર્મેટ અપનાવવામાં આવે છે. દાખલા તરીકે, જો સમાન પ્રકારનું IAC ઉત્પાદન સમાન સંદેશ વહન કરતું હોય (જેમ કે વપરાશકર્તાઓના તમામ સ્તરો માટે ઉપયોગી નવી ટેકનોલોજી વિશે જાગૃતિ કે અમુક હઠીલા રોગના ઈલાજમાં સફળતા) વિષયની સારવારનું સ્તર, આવરી લેવામાં આવેલી તકનીકી વિગતો, મીડિયા અને ફોર્મેટ દરેક જૂથ માટે અલગ-અલગ હશે, જો કે જે સંદેશો આપવાનો છે તે સમાન હશે. ઉદાહરણ તરીકે, ગ્રામીણ લોકો દ્વારા મૌખિક સંદેશાવ્યવહારને પ્રાધાન્ય આપવામાં આવે છે, જો વાર્તાની લાઈન દ્વારા સંદેશ આપવામાં આવે તો બાળકો હકારાત્મક પ્રતિક્રિયા આપે છે, અને અભણ લોકો માટે ઓડિયો/વિઝ્યુઅલ માધ્યમો દ્વારા અથવા વ્યક્તિગત સંચાર દ્વારા સંદેશ વધુ અસરકારક રીતે પહોંચાડી શકાય છે.

જ્યારે માહિતીનું પેકેજિંગ એ આપેલ માધ્યમમાં અને આપેલ ફોર્મેટમાં માહિતીનું ભૌતિક રેકોર્ડિંગ, ગોઠવણ અને પ્રસ્તુતિ છે, ત્યારે માહિતીનું પુનઃપેકીંગ એ ભૌતિક માધ્યમો/અથવા ફોર્મની પુનઃરચના છે જે તે જ માહિતીને વપરાશકર્તાઓના અન્ય જૂથ માટે પ્રસ્તુત કરે છે જેથી તે યોગ્ય હોય. અને તે લક્ષ્ય જૂથ માટે મદદરૂપ. 'રિપેકેજિંગ' શબ્દ પાછળનો તર્ક એ અભણ અને અન્ય જૂથો માટે માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવે છે જેમના માટે માહિતી પહોંચાડવા માટે ઉપયોગમાં લેવાતા સામાન્ય ફોર્મેટ તેની એક્સેસમાં અવરોધ ઊભો કરે છે.

5) એકત્રીકરણ માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનોના પ્રસાર અને માર્કેટિંગની જરૂરિયાત સમજાવો.

માહિતી એકત્રીકરણ એકમનું કાર્ય ઉત્પાદનના નિર્માણ અથવા સેવાની જોગવાઈ સાથે પૂર્ણ માનવામાં આવતું નથી. સક્રિય અને અસરકારક પ્રસાર; એટલે કે, અસરકારક

સંદેશાવ્યવહાર અને ફળદાયી ઉપયોગ તરફ નજર રાખતા વપરાશકર્તાઓના આપેલ જૂથ માટે યોગ્ય પ્રસાર ચેનલ (ચેનલો) ની પસંદગી સમગ્ર એકમના અભિન્ન ભાગ તરીકે સમાવિષ્ટ હોવી જોઈએ. અન્યથા ઉત્પાદનો અને સેવાઓ બિનઉપયોગી રહેશે. દુર્ઘટના એ છે કે, ઘણીવાર, પ્રસારણના પાસાંને પૂરતું ધ્યાન આપવામાં આવતું નથી.

તેથી, માહિતી માર્કેટિંગને એક ખ્યાલ તરીકે ધ્યાનમાં લેવું યોગ્ય છે જે માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો અને સેવાઓના અસરકારક સંચારમાં મદદરૂપ થઈ શકે છે. નોંધનીય છે કે સક્રિય પ્રસારણ અને ખાસ કરીને માર્કેટિંગનો ઘણીવાર દાર્શનિક વિરોધ એ આધાર પર હોય છે કે તેઓ માહિતીના કાર્યમાં વ્યાપારીકરણનું તત્ત્વ રજૂ કરે છે. દલીલ એ છે કે વાણિજ્યિક પાસાંઓ માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ પર વિકૃત અસર કરે છે, જેની તેમની આંતરિક યોગ્યતા પર પ્રશંસા કરવી જોઈએ. આ ફિલસૂફી માહિતી સેવાઓ અને ઉત્પાદનોના એકત્રીકરણ માટે લાગુ થઈ શકે છે જે સંપૂર્ણપણે સબસિડીવાળા છે અને ખર્ચ, ખર્ચ-અસરકારકતા અને ખર્ચ અને વપરાશકર્તા લાભો સંબંધિત કોઈપણ હિસાબની જરૂરિયાત વિના. પરંતુ બિન/સબસિડી વિનાની સેવાઓ માટે આ નીતિ સારી નથી.

માર્કેટિંગને ઉત્પાદનો અને સેવાઓના દબાણ અને ઉચ્ચ દબાણના વેચાણ સાથે સરખાવી શકાય નહીં. હકીકતમાં, માર્કેટિંગ એ વેચાણની વિભાવનાની વિરુદ્ધ છે. જે ઉત્પાદનો અને સેવાઓની કિંમત નથી તે પણ માર્કેટિંગની જરૂર છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ઓફર કરેલા ઉત્પાદનો અને સેવાઓ સાથે સંકલિત સક્રિય પ્રસાર અને માર્કેટિંગ વિના માહિતી એકીકૃત એકમ અનિવાર્યપણે નિષ્ફળ થઈ શકે છે.

6) સંક્ષિપ્તમાં સંકલિત માહિતીના મૂલ્ય અને ફાયદા સમજાવો.

માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ માત્ર જટિલ પ્રક્રિયાઓ સાથે સંકળાયેલી નથી, પરંતુ તેમાં ખર્ચ પરિબલો પણ સામેલ છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, આ પ્રવૃત્તિઓને કાર્ય પૂર્ણ કરવા માટે નાણાકીય સંસાધનો અને પ્રતિબદ્ધ વિશિષ્ટ માનવશક્તિની જરૂર હોય છે. આથી, આવી કોઈપણ પ્રવૃત્તિનું આયોજન કરતા પહેલા તેને પૂરતા સમર્થનની જરૂર છે.

સામાન્ય સ્તરે, માહિતી એકત્રીકરણ સામાજિક અને આર્થિક વિકાસની પ્રક્રિયાઓમાં તેના યોગદાન માટે ન્યાયી છે. ચોક્કસ સ્તરે તેના કાયદાઓને સમસ્યાનું નિરાકરણ અને નિર્ણય લેવામાં યોગદાન તરીકે ન્યાયી ઠેરવી શકાય છે.

પરસ્પર નિર્ભર વિશ્વમાં વિકાસની પ્રક્રિયામાં વૈજ્ઞાનિક, ટેકનિકલ, વ્યાપારી અને સંબંધિત માહિતીનો સમાવેશ થાય છે અને તેની જરૂર પડે છે. કમનસીબે, આવી માહિતીનું મૂલ્ય તેના અસ્તિત્વ અથવા સુલભતામાં નથી પરંતુ તેની સ્વીકૃતિ અને ઉપયોગમાં છે.

માહિતીના ઉપયોગની શક્યતા ત્યારે જ વધે છે જ્યારે તે માહિતી યોગ્ય હોય. એકીકૃત માહિતીનો મુખ્ય હેતુ વપરાશકર્તાઓ માટે તેમની જરૂરિયાતો અને સ્તરો અને ક્ષમતાઓ અનુસાર માહિતી શોધણ અને સમાન અન્ય વપરાશકર્તા-સંબંધિત પાસાઓને અનુરૂપ અને યોગ્ય બનાવવાનો છે. આ ઉપરાંત, આ એકીકૃત માહિતી વસ્તીની માહિતીના અભિજાત્યપણામાં ફાળો આપી શકે છે, જેમાં જીવનની ગુણવત્તામાં ફાળો આપે છે. ઉદાહરણ તરીકે, એકીકૃત માહિતીનું મૂલ્ય

એકીકૃત માહિતીનું મૂલ્ય નિર્ણય લેવામાં અને સમસ્યાના નિરાકરણમાં મોટી ભૂમિકા ભજવે છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, નિર્ણયો લેવા અને સમસ્યાઓનું નિરાકરણ કરવા માટે, રોજિંદા કામમાં જેમનો સામનો કરવો પડે છે તેમને પણ માહિતીની જરૂર હોય છે. હકીકતમાં, જેમ જેમ નિર્ણયો અને સમસ્યાઓની જટિલતા વધે છે તેમ તેમ માહિતીની જરૂરિયાત તીવ્ર બને છે. ઉપરાંત, સંબંધિત માહિતી મેળવવી મુશ્કેલ બની જાય છે કારણ કે માહિતી ઘણા સ્તરોતોમાં ફેલાય છે અને વિતરિત થાય છે.

માહિતીની આંતરશાખાકીય અને અત્યાધુનિક પ્રકૃતિ વપરાશકર્તાઓને સમસ્યાઓ રજૂ કરે છે અને તેઓ તેનો મૂળ સ્વરૂપ અને ફોર્મેટમાં ઉપયોગ કરી શકે તેવી સ્થિતિમાં નથી. વપરાશકર્તાઓને આ મુશ્કેલીઓમાંથી દૂર કરવા અને ઉકેલો પ્રદાન કરવા તેમની માહિતીની સમસ્યાઓ માહિતીનું એકીકરણ જરૂરી છે. મૂલ્યાંકન, સારાંશ અને પુનઃપેકેજ કરેલી માહિતી નિર્ણય લેનારાઓ અને સમસ્યા ઉકેલનારાઓ માટે વધુ મૂલ્યવાન છે. ઘણી વાર એકત્રીકરણ માહિતીના મૂલ્યો અને લાભો ગ્રાહકો માટે સ્પષ્ટ હોતા નથી. યુઝર એજ્યુકેશન અને અન્ય પ્રયાસો દ્વારા તેઓને આ લાભોથી વાકેફ કરવા જોઈએ.

10.10 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

- માહિતીના અસરકારક ઉપયોગમાં મુખ્ય અવરોધ કયો છે?
 - માહિતીની અછત
 - માહિતીનો વધારાનો ભરાવો
 - માહિતીનું સંગ્રહણ
 - માહિતીનું પ્રકાશન
- માહિતી વિવિધ ભાષાઓમાં ઉપલબ્ધ હોવાને કારણે શું સમસ્યા થાય છે?
 - સમજવામાં સરળતા
 - સમય બચત
 - ઉપયોગમાં મુશ્કેલી
 - માહિતી વધે
- Information Consolidation નો મુખ્ય હેતુ શું છે?
 - માહિતી વધારવી
 - માહિતી સંગ્રહવી
 - માહિતી સરળ અને ઉપયોગી બનાવવી
 - માહિતી નષ્ટ કરવી
- Information Consolidation (ICU) શું કરે છે?
 - માહિતી પ્રકાશિત કરે છે
 - માહિતીનું વિશ્લેષણ અને પુનઃપેકેજિંગ કરે છે.
 - માહિતીનો નાશ કરે છે.
 - માહિતી વેચે છે.
- નીચેમાંથી કઈ પ્રક્રિયા Information Consolidation માં સમાવેશ થાય છે?
 - પસંદગી
 - મૂલ્યાંકન
 - વિશ્લેષણ
 - ઉપરોક્ત બધા

6. માહિતીનું “Repackaging” એટલે શું?

- A) માહિતી કાઢી નાખવી B) માહિતી નવી રીતે રજૂ કરવી
C) માહિતી છુપાવવી D) માહિતી ચોરી કરવી

7. નીચેમાંથી કયું IAC ઉત્પાદન નથી?

- A) Review B) Handbook C) Novel D) Technical report

8. માહિતીના વિશ્લેષણ પછી શું કરવામાં આવે છે?

- A) માહિતી નષ્ટ થાય છે B) માહિતીનું સંકલન થાય છે
C) માહિતી પ્રકાશિત થાય છે D) માહિતી સંગ્રહ થાય છે

9. માહિતીનું Packaging કયા માધ્યમોમાં થઈ શકે છે?

- A) Print B) Audio-Visual C) Electronic D) ઉપરોક્ત બધા

10. Information Consolidation નો વિકાસ મુખ્યત્વે કઈ સંસ્થાના પ્રયાસોથી થયો?

- A) WHO B) UNESCO C) World Bank D) IMF

જવાબ :

જવાબ 1: B) માહિતીનો વધારાનો ભરાવો

જવાબ 2: C) ઉપયોગમાં મુશ્કેલી

જવાબ 3: C) માહિતી સરળ અને ઉપયોગી બનાવવી

જવાબ 4: B) માહિતીનું વિશ્લેષણ અને પુનઃપેકેજિંગ કરે છે

જવાબ 5: D) ઉપરોક્ત બધા

જવાબ 6: B) માહિતી નવી રીતે રજૂ કરવી

જવાબ 7: D) Technical report

જવાબ 8: B) માહિતીનું સંકલન થાય છે

જવાબ 9: B) ઉપરોક્ત બધા

જવાબ 10: B) UNESCO

10.11 ચાવીરૂપ શબ્દો

માહિતીનું પૃથ્થકરણ: તે આપેલ માહિતી સ્રોત દ્વારા આપવામાં આવેલ સૌથી મહત્વપૂર્ણ માહિતીને નિર્ધારિત કરવાની અને તેને અલગ કરવાની પ્રક્રિયા છે અને આ માહિતીને તેના ઘટકતત્વોમાં પૂર્વનિર્ધારિત મૂલ્યાંકન અને અન્ય માપદંડોના આધારે અલગ કરવાની પ્રક્રિયા છે.

એકીકૃત માહિતી: જાહેર જ્ઞાનનું વિશિષ્ટ રીતે પસંદ કરેલ વિશ્લેષણ, મૂલ્યાંકન અને સંભવતઃ પુનઃરચના અને અમુક તાત્કાલિક નિર્ણયો, સમસ્યાઓ અને માહિતીની જરૂરિયાતોને નિર્ધારિત ગ્રાહકો અથવા સામાજિક જૂથને પૂરી કરવાના હેતુથી પુનઃપેકેજ કરવામાં આવે છે, જેઓ અન્યથા ઉપલબ્ધ આ જ્ઞાનને અસરકારક રીતે એક્સેસ કરવા અને તેનો ઉપયોગ કરવામાં સક્ષમ ન હોય. મોટા પ્રમાણમાં દસ્તાવેજો અથવા તેના મૂળ સ્વરૂપમાં.

માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ: આનો ઉપયોગ વ્યક્તિઓ, વિભાગો અથવા સંસ્થાઓ દ્વારા સંબંધિત દસ્તાવેજોનું મૂલ્યાંકન અને સંકુચિત કરવા માટે કરવામાં આવતી જવાબદારીઓને વ્યાખ્યાયિત કરવા માટે કરવામાં આવે છે જેથી ચોક્કસ વપરાશકર્તા જૂથોને જ્ઞાનની વિશ્વસનીય અને સંક્ષિપ્ત નવી સંસ્થાઓ પ્રદાન કરી શકાય. માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ કરતી વ્યક્તિઓ અથવા વ્યક્તિઓના જૂથો દરેક માહિતી એકત્રીકરણ એકમ (ICU) ની રચના કરશે.

માહિતી એકત્રીકરણ: પસંદગી, મૂલ્યાંકન, વિશ્લેષણ, સંશ્લેષણ, સંભવતઃ, માહિતીનું પુનર્ગઠન અને પુનઃપેકીંગ તેમજ પરિણામી ઉત્પાદનો અને સેવાઓના પ્રસાર અને માર્કેટિંગનો સમાવેશ થાય છે.

પેકેજ ફોર્મેટ: આપેલ માધ્યમમાં આપેલ ઉત્પાદન પરની માહિતીની ગોઠવણી, આકાર અને લેઆઉટ.

પેકેજ મીડિયા: ભૌતિક પદાર્થ કે જેના પર માહિતી રેકૉર્ડ પ્રદર્શિત અથવા પ્રસ્તુત કરવામાં આવે છે.

માહિતીનું પેકેજિંગ: તે આપેલ માધ્યમમાં અને આપેલ સ્વરૂપમાં માહિતીની ભૌતિક રેકૉર્ડિંગ વ્યવસ્થા અને રજૂઆત છે.

માહિતીનું પુનઃપેકીંગ: તે ભૌતિક માધ્યમો અને/અથવા સ્વરૂપોની પુનઃરચના છે જેમાં માહિતી રજૂ કરવામાં આવી છે (અથવા આપેલ માધ્યમમાં રજૂઆત અને પુનઃરચિત માહિતીના સ્વરૂપ) જે ચોક્કસ ગ્રાહકોની જરૂરિયાતોને અનુરૂપ છે. પુનઃપેકેજિંગનો ઉદ્દેશ્ય માહિતી ઉત્પાદનોની સ્વીકૃતિ અને ઉપયોગ અને તેમના સમાવિષ્ટોને એસિમિલેશન અને રિકોલ કરવાનો છે.

સંશ્લેષણ: તે એક અથવા વધુ સ્રોતોમાંથી વિશ્લેષિત માહિતીના ધનીકરણ અને નિસ્યંદનની પ્રક્રિયા છે અને અર્થઘટનાત્મક અથવા મૂલ્યાંકનાત્મક દૃષ્ટિકોણ સાથે નવી વ્યવસ્થા અથવા માળખામાં માહિતીની રજૂઆત છે.

10.12 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

Bhattacharya, G. "Information Analysis and Consolidation: Some Basic Considerations". DRTC Seminar (1981): Paper AA. Print.

Canada: International Development Research Centre. Specialised Information Analysis Centres in International Development. Ottawa: IRDC, 1984. Print.

Kertsz, F. Paper Presented at the Third Meeting of UNISIST Working Group on

Information Analysis and Consolidation 12-16 Sept. 1983: Draft Guidelines for the Establishment of Information Analysis Centres and Information Consolidation Units. Paris: UNESCO, 1983. Print.

Saracevic, T. A Course in Information Consolidation: A Handbook for Education and Training in Analysis, Synthesis and Repackaging of Information. Paris: UNESCO, 1986. Print.

"Process and Problems in Information Consolidation". Information Processing and Management 22.1 (1986): 45-60. Print.

And J. Wood. Consolidation of Information. A Handbook on Evaluation, Restructuring and Repackaging of Scientific and Technical Information. Paris: UNESCO, 1981. Print.

Seetharama, S. Information Consolidation and Repackaging - Framework, Methodology and Planning. New Delhi: ESS ESS Publications, 1997. Print.

Stilwell, C., et al. Knowledge, Information and Development: An African Perspective. Pietermaritzburg: University of Natal, 2001. Print.

Sturges, P., and G.Chimsen. "Information Repackaging in Malawi". African J of Lib. Archives and Information Science 6.2(1996): 85-93. Print.

UNESCO. Final Report of the UNISIST Working Group on Information Analysis and Consolidation. Paris: UNESCO, 1984. Print.

First Meeting of the UNISIST Working Group on Information Analysis Centres: Study Report on the Role of the Information Analysis Centres in World Science Information Networks. Paris: UNESCO, 1975. Print.

Second Meeting September 12-15, 1978: Symposium on Information Analysis and Consolidation: Paris: UNESCO, 1978. Print.





માહિતી દ્રઢીકરણ આયોજન, ઉત્પાદન અને ફોર્મેટ

-: રૂપરેખા :-

- 11.0 ઉદ્દેશો
- 11.1 પ્રસ્તાવના
- 11.2 માહિતી એકત્રીકરણ આયોજન અને વ્યવસ્થાપન
 - 11.2.1 સેવા વિતરણ
 - 11.2.2 મર્યાદિત સંસાધનો
 - 11.2.3 જીવનચક્ર વ્યવસ્થાપન
- 11.3 માહિતી વ્યવહાર
 - 11.3.1 માહિતી વ્યવસ્થાપન આયોજન
 - 11.3.2 સ્પેશિયલ-પર્પઝ એપ્લિકેશન્સની સરખામણી
 - 11.3.3 માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ
- 11.4 માહિતી ઉત્પાદનો
 - 11.4.1 ઉદ્દેશ્યો
 - 11.4.2 પરિચય
- 11.5 વિવિધ પ્રકારના માહિતી ઉત્પાદનો
- 11.6 સમીક્ષાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનોની વ્યાખ્યા અને અર્થ:
 - 11.6 .1 સમીક્ષાનું મૂલ્યાંકન કરવાની પદ્ધતિઓ
 - 11.6.2 સમીક્ષાઓના કેટલાંક ઉદાહરણો
- 11.7 સ્ટેટ-ઓફ-ધ-આર્ટ રિપોર્ટ્સ
 - 11.7.1 અત્યાધુનિક ટેકનોલોજી
 - 11.7.2 બજાર અહેવાલો
 - 11.7.3 આંકડાકીય સમીક્ષાઓ
- 11.8 હેન્ડબુક
 - 11.8.1 હેન્ડબુક્સના પ્રકાર
- 11.9 વલણ અહેવાલો
 - 11.9.1 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સની જરૂરિયાત
 - 11.9.2 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સની તૈયારી

11.9.3 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સના કેટલાંક ઉદાહરણો

11.10 હાઉસ બુલેટિન

11.10.1 બુલેટિન વાક્ય ઉદાહરણો:

11.10.2 વેપાર બુલેટિન

11.11 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ

11.11.1 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટની વ્યાખ્યા અને અર્થ

11.11.2 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટની જરૂરિયાત

11.11.3 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટની શ્રેણીઓ

11.11.4 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટનું પ્રેઝન્ટેશન અને લેઆઉટ

11.11.4.1 પ્રસ્તુતિ (Presentation)

11.11.4.2 સામગ્રી (Content)

11.11.4.3 લેઆઉટ (Layout)

11.12 માહિતી ઉત્પાદનોનો ગેરલાભ

11.13 સારાંશ

11.14 તમારી જાતે ચકાસો ના જવાબો

11.15 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

11.16 ચાવીરૂપ શબ્દો

11.17 સંદર્ભો અને વધુ વાંચન

11.0 ઉદ્દેશો

આ એકમનો અભ્યાસ કર્યા પછી, તમે સક્ષમ થશો:

- માહિતી એકત્રીકરણ આયોજન અને વ્યવસ્થાપન વ્યાખ્યાયિત કરો
- માહિતી પ્રથાઓ અને માહિતી વ્યવસ્થાપન સમજાવો
- માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણનું વર્ણન કરો
- માહિતી અને સક્રિય સંચાલન વ્યાખ્યાયિત કરો.

11.1 પ્રસ્તાવના

મોટાભાગની કંપનીઓ કોન્સોલિડેશન વ્યૂહરચના વિશે વિચારે છે જે બિનજરૂરી હાર્ડવેર, સૉફ્ટવેર અને એપ્લિકેશન્સને સફળતાપૂર્વક દૂર કરે છે. સર્વરની પ્રાથમિકતા સંખ્યા ઘટાડવી એ હોઈ શકે છે, તમારા ડેટાને જોખમમાં મૂકવો એ નથી. એકત્રીકરણ ડેટા પ્રતિકૃતિ સાથે સંકળાયેલ મુદ્દાઓને ઘટાડે છે અને ઘણીવાર આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ પહેલના સરળ અમલીકરણ માટે પ્રદાન કરે છે. આ તમારા ડેટાને તમને જરૂર હોય તેટલી ઝડપથી ઉપલબ્ધ થવા દે છે. તે માત્ર માલિકીના ખર્ચને ઘટાડી શકતું નથી, તે સિસ્ટમ માનકીકરણ દ્વારા વહીવટને સરળ બનાવી શકે છે.

11.2 માહિતી એકત્રીકરણ આયોજન અને વ્યવસ્થાપન

માહિતી આયોજન અને સંચાલન ઘણા વ્યવસાયિક ઉપયોગના કેસોમાં લાગુ કરી શકાય છે, જેમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે: ડેટા એકીકરણ, ફાઈલ રિપોર્ટિંગ, સ્ટોરેજ ઓપ્ટિમાઇઝેશન અને બેકઅપ શ્રોધ અને પુનઃપ્રાપ્તિ. ચાલુ માહિતી વ્યવસ્થાપન યોજનાઓ વિકસાવવા માટે ઘણા વ્યવસાયિક કારણો છે. આનો સમાવેશ થાય છે

11.2.1 સેવા વિતરણ

માહિતી સંપત્તિ કોઈપણ મંત્રાલય અથવા સરકારના વ્યવસાય માટે મુખ્ય છે. બહેતર માહિતી વ્યવસ્થાપન ગ્રાહકો, હિંતધારકો અને જનતાને સેવાઓના વિતરણમાં સુધારો કરી શકે છે અને સેવા શ્રેષ્ઠતા એજન્ડાના ઉદ્દેશ્યોને સમર્થન આપી શકે છે.

11.2.2 મર્યાદિત સંસાધનો

માહિતી વ્યવસ્થાપન પ્રવૃત્તિઓની વિશાળ શ્રેણીને આવરી લે છે. સતત ધોરણે એક જ સમયે માહિતી વ્યવસ્થાપનના તમામ ક્ષેત્રોને સંબોધિત કરવું અશક્ય છે. યોજના વિકસાવવાથી તમને પ્રાથમિકતાઓ નક્કી કરવામાં અને તમારા ઉદ્દેશ્યોને સમર્થન આપવા માટે માહિતીના સંચાલનમાં સુધારો કરવામાં મદદ મળશે.

11.2.3 જીવનચક્ર વ્યવસ્થાપન

આયોજન તમને ખાતરી કરવામાં મદદ કરી શકે છે કે તમે માહિતી અસ્કયામતોના સમગ્ર જીવનકાળ દરમિયાન માહિતી વ્યવસ્થાપનના મુદ્દાઓને સંબોધિત કરી રહ્યાં છો.

- વ્યૂહાત્મક દિશાઓ જેમાં માહિતી વ્યવસ્થાપનના ક્ષેત્રમાં બોર્ડ દ્વારા માન્ય વ્યૂહાત્મક દિશાઓ શામેલ છે;
- ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી, જેમાં ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી પોલિસીનું મેનેજમેન્ટ અને તેની માર્ગદર્શિકા છે. આ નીતિનો હેતુ એ સુનિશ્ચિત કરવાનો છે કે માહિતી ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ વ્યૂહાત્મક સાધન તરીકે પ્રાથમિકતાઓ અને પ્રોગ્રામ ડિલિવરીને ટેકો આપવા, ઉત્પાદકતા વધારવા અને જનતાને સેવા વધારવા માટે કરવામાં આવે છે; અને
- માહિતી હોલ્ડિંગ્સ, જેમાં ઈન્ફોર્મેશન હોલ્ડિંગ્સનું સંચાલન નીતિ અને તેની માર્ગદર્શિકા હોય છે. આ નીતિનો ઉદ્દેશ સુનિશ્ચિત કરવાનો છે કે માહિતી હોલ્ડિંગ્સનું સંચાલન સંકલિત અને ખર્ચ અસરકારક છે.

માહિતી વ્યવસ્થાપન વોલ્યુમમાં આ વ્યૂહાત્મક દિશાઓ અને નીતિઓ મૂકવી એ માહિતી અને માહિતી તકનીક વચ્ચેના પૂરક સંબંધને પ્રતિબિંબિત કરે છે. તેઓ સાથે મળીને માહિતી વ્યવસ્થાપન પર સંગઠનની સ્થિતિ બનાવે છે. આ સ્થિતિ ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજીના વિકાસ, સ્વીકૃત માહિતી પ્રથાઓ અને સામાન્ય રીતે માહિતીના સંચાલન અને સંસ્થાઓના ઉત્ક્રાંતિ દ્વારા વિકસિત થઈ છે.

11.3 માહિતી વ્યવહાર

સંસ્થાકીય માહિતી હોલ્ડિંગ્સના સંગ્રહ, સર્જન, સંગઠન અને પુનઃપ્રાપ્તિનું સંચાલન પરંપરાગત રીતે અસરકારક નિર્ણય લેવા અને કાર્યક્રમો અને સેવાઓના કાર્યક્ષમ વિતરણને સમર્થન આપવા માટે મહત્વપૂર્ણ માનવામાં આવે છે. આધુનિક સમાજ માટે માહિતીના મુદ્દાઓના મહત્વને માન્યતા આપવા માટે, સરકારી રેકૉર્ડના વહીવટને સંચાલિત કરતી વૈધાનિક અને નીતિની આવશ્યકતાઓ તાજેતરના વર્ષોમાં સતત વધી છે. દાખલા તરીકે:

- સ્ટેટિસ્ટિક્સ કેનેડાને 1960ના દાયકાની શરૂઆતમાં માહિતી સંગ્રહમાં સુધારો કરવા અને ડુપ્લિકેશન ઘટાડવાની સત્તા પ્રાપ્ત થઈ;
- 1966 ના પબ્લિક રેકૉર્ડ્સ ઓફર સરકારી રેકૉર્ડની યાદી, નિયંત્રણ અને આયોજન કરવાના સરકારનો ઈરાદો વ્યક્ત કર્યો અને કાયમી વહીવટી અથવા એતિહાસિક મૂલ્ય ધરાવતા રેકૉર્ડ્સને ઓળખવા અને શોધી કાઢવાની વિભાવના રજૂ કરી;
- 1978માં, પેપર રેકૉર્ડ્સ પર રેકૉર્ડ મેનેજમેન્ટ ભાર કમ્પ્યુટર ડેટા સુધી વિસ્તૃત કરવામાં આવ્યો હતો;
- કેનેડિયન હ્યુમન રાઈટ્સ એક્ટના ભાગ IV માટે જરૂરી છે કે વહીવટી હેતુઓ માટે ઉપયોગમાં લેવાતી તમામ વ્યક્તિગત માહિતી, તેના સ્વરૂપ અથવા માધ્યમને ધ્યાનમાં લીધા વગર નિયંત્રિત અને ઇન્વેન્ટરી કરવી.
- 1983 માં, માહિતીની એક્સેસ અધિનિયમે સંસ્થાઓને તેઓ જે માહિતીને નિયંત્રિત કરે છે અને તેની એક્સેસ પ્રદાન કરવા માટે જવાબદાર બનાવે છે (મર્યાદિત સંજોગો સિવાય). 1988માં સરકારી કોમ્યુનિકેશન્સ પોલિસી દ્વારા એક્સેસ રાઈટ્સનો વધુ વિસ્તાર કરવામાં આવ્યો હતો, જેના માટે સંસ્થાઓએ જ્યાં પણ નોંધપાત્ર માંગ હોય ત્યાં ખરીદી માટે ડેટાબેઝમાંથી માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવવી જરૂરી છે;
- 1983 માં, ગોપનીયતા અધિનિયમે વ્યક્તિગત માહિતી એકત્રિત કરવા, ઉપયોગ કરવા અને જાહેર કરવા પર નિયંત્રણો મૂક્યા છે;
- 19686 માં, કેનેડા સરકારની સુરક્ષા નીતિએ સુરક્ષાનું કયું સ્તર યોગ્ય હતું તે નિર્ધારિત કરવા માટે તમામ માહિતી હોલ્ડિંગ્સની સમીક્ષાની જરૂર હતી;
- 1986 થી, સરકારી નીતિએ કાયદાકીય અવરોધોને આધીન, અને માહિતીના કોઈપણ બિનજરૂરી સંગ્રહને દૂર કરીને, શક્ય તેટલી વ્યાપકપણે માહિતીનો ઉપયોગ કરવાની આવશ્યકતા દ્વારા જાહેર જનતાને માહિતી પૂરી પાડવાના બોજ (પ્રતિભાવ બોજ) અંગેની ચિંતાઓને દૂર કરી છે; અને
- 1987માં, નેશનલ આર્કાઈવ્સ ઓફ કેનેડા એક્ટે સરકારી રેકૉર્ડના નિકાલ પર વૈધાનિક નિયંત્રણો મૂક્યા હતા. સંગ્રહ માટે ઉપયોગમાં લેવાતા માધ્યમને ધ્યાનમાં લીધા વિના સરકારી રેકૉર્ડના નિકાલ માટે સંસ્થાઓએ રાષ્ટ્રીય આર્કાઈવિસ્ટની સંમતિ લેવી જરૂરી છે.

માહિતી કાયદા અને નીતિમાં આ વિકાસ સરકાર અને જનતા બંને માટે તેમના મૂલ્યને માન્યતા આપવા માટે સરકારના માહિતી હોલ્ડિંગના સંચાલન પર વધતા ભારને રજૂ કરે છે. --

11.3.1 માહિતી વ્યવસ્થાપન આયોજન :

માહિતી અને માહિતી પ્રૌદ્યોગિકી માટેનું આયોજન ખાતરી આપે છે કે માહિતી પ્રણાલીઓ ભવિષ્યની કાર્યકારી જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરશે. તે ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી માટે હાલની આયોજન પ્રક્રિયાઓ પર આધારિત હોવી જોઈએ અને માહિતી ટેકનોલોજી આધારિત કાર્યો (ડેટા પ્રોસેસિંગ અને ટેલિકોમ્યુનિકેશન્સ) અને માહિતી-આધારિત કાર્યો (કમ્પ્યુટર ડેટા મેનેજમેન્ટ, રેકૉર્ડ મેનેજમેન્ટ, લાઇબ્રેરીઓ, ફોર્મ્સ મેનેજમેન્ટ અને માહિતી સંગ્રહ)ના સંકલનને પ્રતિબિંબિત કરવા માટે વિકસિત થવું જોઈએ.) બંને સંસ્થાઓમાં અને સરકાર-વ્યાપી. સંસ્થાઓ હાલમાં માહિતી વ્યવસ્થાપન પ્રત્યેની તેમની પ્રતિબદ્ધતાની ડિગ્રીમાં અલગ છે. જેમણે નિર્ધારિત કર્યું છે કે તે તેમના ઉદ્દેશ્યોને પૂરા કરવામાં મદદ કરવા માટે મહત્વપૂર્ણ છે, તેઓએ તેના અમલીકરણમાં નોંધપાત્ર પ્રગતિ કરી છે અને લાભો મેળવી રહ્યા છે. અન્ય લોકોને તેમની સંસ્થા માટે માહિતી વ્યવસ્થાપનના મૂલ્યનું મૂલ્યાંકન કરવા અને તેના અમલીકરણ સાથે આગળ વધવા માટે પડકારવામાં આવે છે.

ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી અને ઈન્ફર્મેશન હોલ્ડિંગ વચ્ચેના જોડાણો માત્ર એટલી હદે જ સ્થાપિત કરવા જોઈએ કે તે ઉપયોગી અને અર્થપૂર્ણ હોય. ધ્યાનમાં લેવાના કેટલાક જોડાણોમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે:

- મુખ્ય ઓફિસ ઓટોમેશન સિસ્ટમ્સમાં માહિતીને વ્યવસ્થિત કરવી અને સંગ્રહિત કરવી જેથી કરીને તે ઉપયોગી સ્વરૂપમાં ઝડપથી પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકાય અને માહિતીની અખંડિતતા અને ટકાઉપણું સુનિશ્ચિત કરવા માટે યોગ્ય ધોરણોનું પાલન કરવું;
- સમીક્ષા હેતુઓ અને કાગળના બોજની અસરોની વિચારણા માટે જનતા પાસેથી માહિતીના મુખ્ય નવા સંગ્રહોની ઓળખ કરવી;
- ખર્ચાળ રેટ્રો-કિટ્સને રોકવા માટે માહિતી પ્રણાલીઓની ડિઝાઇનમાં માહિતીના ઉપયોગ અને જાહેરાત (ઉદાહરણ તરીકે, ગોપનીયતા અને સુરક્ષા અંગેની ચિંતાઓને દૂર કરવા) પરના પ્રતિબંધો સહિત;
- ઉદાહરણ તરીકે, ડેટાબેઝ મેનેજમેન્ટ સિસ્ટમ્સ અને આર્કાઇવ કમ્યુનિકેશન સિસ્ટમ્સની ડિઝાઇનમાં માહિતીનો બહોળો સંભવિત ઉપયોગ (અર્થતંત્ર, કાર્યક્ષમતા અને પ્રતિભાવ બોજ ઘટાડવા માટે) સુનિશ્ચિત કરવા માટે આવશ્યકતાઓનો સમાવેશ કરવો;
- માહિતી પ્રણાલીઓની રચનામાં જાળવણી અને નિકાલના ધોરણો સહિત
- ટ્રેઝરી બોર્ડ મેનેજમેન્ટ ઓફ ગવર્નમેન્ટ ઈન્ફર્મેશન હોલ્ડિંગ્સ પોલિસીમાં ઘણી જરૂરિયાતોને અમલમાં મૂકવા માટે ટેકનોલોજી લાગુ કરવી; અને
- વધુ અસરકારકતા માટે સ્વચાલિત, સરકારી માહિતીની ઈન્વેન્ટરીને સ્વચાલિત કરવી.

સંસ્થાઓએ 1970 ના દાયકાના મધ્યભાગથી માહિતી ટેકનોલોજી માટે યોજનાઓ વિકસાવી છે (માહિતી ટેકનોલોજી અને સિસ્ટમ યોજનાઓ), માહિતી પ્રૌદ્યોગિકી નીતિનું સંચાલન સરકાર-વ્યાપી દિશાનિર્દેશો સ્થાપિત કરવા પર વધારાના ભાર સાથે આ જરૂરિયાતને ચાલુ રાખે છે. આ નીતિ “માહિતી વ્યવસ્થાપન યોજનાઓ” નો સંદર્ભ આપે છે, નામમાં ફેરફાર જે માહિતી વ્યવસ્થાપનનો અમલ કરતી સંસ્થાઓ દ્વારા કરવામાં આવેલી પ્રગતિને પ્રતિબિંબિત કરે છે અને જે અન્ય સંસ્થાઓને આગળ વધવા માટે પડકારે છે. જેમ કે આ યોજનાઓ એ સુનિશ્ચિત કરવા માટે મૂળભૂત છે કે સંસ્થાઓ ભવિષ્યની કાર્યકારી જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા સક્ષમ છે, તે દરેક સંસ્થાની ચોક્કસ જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા અને તેના ચોક્કસ સંજોગોને અનુરૂપ બનાવવા માટે ડિઝાઇન કરવી જોઈએ. તેઓ ટ્રેઝરી બોર્ડ સચિવાલય માટે સરકાર-વ્યાપી નેતૃત્વ અને સંકલન પ્રદાન કરવા માટે તેની ભૂમિકા નિભાવવા માટે પણ મહત્વપૂર્ણ છે.

11.3.2 સ્પેશિયલ-પર્પઝ એપ્લિકેશન્સની સરખામણી

ફાયદા

ERP (એન્ટરપ્રાઇઝ રિસોર્સ પ્લાનિંગ)નો મૂળભૂત ફાયદો એ છે કે અસંખ્ય પ્રક્રિયાઓને એકીકૃત કરવાથી જે વ્યવસાયો ચાલે છે તે સમય અને ખર્ચ બચાવે છે. નિર્ણયો વધુ ઝડપથી અને ઓછી ભૂલો સાથે લઈ શકાય છે. માહિતી સમગ્ર સંસ્થામાં દૃશ્યમાન બને છે. આ એકીકરણથી લાભ મેળવતા કાર્યોમાં સમાવેશ થાય છે

- વેચાણની આગાહી, જે ઇન્વેન્ટરી ઓપ્ટિમાઇઝેશનને મંજૂરી આપે છે
- ઓર્ડર ટ્રેકિંગ, સ્વીકૃતિથી લઈને પરિપૂર્ણતા સુધી
- આવક ટ્રેકિંગ, રોકડ રસીદ દ્વારા ઇન્વોઇસથી
- મેચિંગ ખરીદી ઓર્ડર્સ (શું ઓર્ડર કરવામાં આવ્યું હતું), ઇન્વેન્ટરી રસીદો (શું આવ્યું), અને કિંમત (વિકેતાએ શું ઇનવોઇસ કર્યું)

ERP સિસ્ટમ્સ બિઝનેસ ડેટાને કેન્દ્રિય બનાવે છે, જે નીચેના લાભો લાવે છે:

- તેઓ ફાઇનાન્સ, માર્કેટિંગ અને વેચાણ, માનવ સંસાધન અને મેન્યુફેક્ચરિંગ એપ્લિકેશન્સની બહુવિધ સિસ્ટમ્સ એકત્રીકરણ વચ્ચેના ફેરફારોને સુમેળ કરવાની જરૂરિયાતને દૂર કરે છે.
- તેઓ પ્રમાણભૂત ઉત્પાદન નામકરણ/કોડિંગને સક્ષમ કરે છે.
- તેઓ એક વ્યાપક એન્ટરપ્રાઇઝ વ્યુ પ્રદાન કરે છે (કોઈ “માહિતીના ટાપુઓ” નથી). તેઓ યોગ્ય નિર્ણયો લેવા માટે ગમે ત્યાં કોઈપણ સમયે મેનેજમેન્ટને વાસ્તવિક સમયની માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવે છે.
- તેઓ એક જ માળખામાં બહુવિધ સુરક્ષા પ્રણાલીઓને એકીકૃત કરીને સંવેદનશીલ ડેટાને સુરક્ષિત કરે છે

ગેરફાયદા

- કસ્ટમાઇઝેશન સમસ્યારૂપ છે.

- ERP સિસ્ટમને ફિટ કરવા માટે રિ-એન્જિનિયરિંગ બિઝનેસ પ્રક્રિયાઓ સ્પર્ધાત્મકતાને નુકસાન પહોંચાડી શકે છે અને/અથવા અન્ય મહત્વપૂર્ણ પ્રવૃત્તિઓમાંથી ધ્યાન હટાવી શકે છે.
- ERP ઓછા સંકલિત અને/અથવા ઓછા વ્યાપક ઉકેલો કરતાં વધુ ખર્ચ કરી શકે છે.
- ઉચ્ચ સ્વિચિંગ ખર્ચ આધાર, જાળવણી અને અપગ્રેડ ખર્ચની તુલનામાં વિકેતાની વાટાઘાટ કરવાની શક્તિમાં વધારો કરે છે.
- વિભાગો વચ્ચે સંવેદનશીલ માહિતીની વહેંચણીના પ્રતિકારને દૂર કરવાથી મેનેજમેન્ટનું ધ્યાન બીજી તરફ વળી શકે છે.
- ખરેખર સ્વતંત્ર વ્યવસાયોનું એકીકરણ બિનજરૂરી અવલંબન બનાવી શકે છે.
- વ્યાપક તાલીમ જરૂરિયાતો દૈનિક કામગીરીમાંથી સંસાધનો લે છે

■ તમારી જાતે ચકાસો :

નોંધ: i) તમારો જવાબ નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.

ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.

- 1) ઇન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી અને ઇન્ફર્મેશન હોલ્ડિંગ વચ્ચેના જોડાણો ટૂંકમાં દર્શાવો.

- 2) સ્પેશિયલ-હેતુ એપ્લિકેશન્સની સરખામણી માં ફાયદા એન્ડ ગેરફાયદા જણાવો.

11.3.3 માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ

કોઈપણ સક્રિય સંચાલન વ્યૂહરચના માટે માહિતી મહત્વપૂર્ણ ઇનપુટ છે. માહિતી સક્રિય સંચાલનને નિષ્ક્રિય સંચાલનથી અલગ કરે છે. માહિતી, યોગ્ય રીતે લાગુ કરવામાં આવે છે, સક્રિય મેનેજરો તેમની માહિતીને ઓછા બેન્યમાર્ક કરતાં વધુ પ્રદર્શન કરવાની મંજૂરી આપે છે.

માહિતી વિશ્લેષણ એ મૂલ્યાંકનનું વિજ્ઞાન છે. માહિતી સામગ્રી, અને પોર્ટફોલિયો બનાવવા માટે માહિતીને શું કરવું. માહિતી પૃથ્થકરણ એ મેનેજરો માટે બંને કામ કરે છે જેઓ બિન-માત્રાત્મક પ્રક્રિયાનો ઉપયોગ કરે છે અને જેઓ માત્રાત્મક રોકાણ પ્રક્રિયાનો ઉપયોગ કરે છે. માત્ર જરૂરિયાત એ છે કે ત્યાં એક પ્રક્રિયા છે. માહિતી એક અસ્પષ્ટ ખ્યાલ છે. માહિતી પૃથ્થકરણની શરૂઆત માહિતીને કંઈક નક્કર:- રોકાણ પોર્ટફોલિયોમાં રૂપાંતરિત કરીને થાય છે

પછી તે માહિતીનું મૂલ્ય નક્કી કરવા માટે તે પોર્ટફોલિયોના પ્રદર્શનનું વિશ્લેષણ કરે છે. માહિતી પૃથ્થકરણ વિશ્લેષકની ખરીદી અને વેચાણની ભલામણો જેટલી સરળ બાબત સાથે કામ કરી શકે છે. અથવા તે સ્ટોકસના વ્યાપક બ્રહ્માંડ માટે આલ્ફા આગાહી સાથે કામ કરી શકે છે. માહિતી પૃથ્થકરણ પોતે ભલામણો માટે ઉપયોગમાં લેવાતી અંતર્શાન અથવા પ્રક્રિયા સાથે સંબંધિત નથી.

માહિતી વિશ્લેષણ ચોક્કસ હોઈ શકે છે. તે નક્કી કરી શકે છે કે શું માહિતી ઊલટું, નુકસાન અથવા બંને પર મૂલ્યવાન છે. તે નિર્ધારિત કરી શકે છે કે માહિતી ટૂંકા ક્ષિતિજ અથવા લાંબા ક્ષિતિજ પર મૂલ્યવાન છે. તે નિર્ધારિત કરી શકે છે કે માહિતી તમારી રોકાણ પ્રક્રિયામાં મૂલ્ય ઉમેરી રહી છે કે કેમ.

માહિતી વિશ્લેષણનું વિજ્ઞાન 1970 ના દાયકામાં Treynor and Black [1973], Brealey and Hodges [1973], Ambachtsheer [1974], Rosenberg [1976] અને Ambachtsheer and Farrell દ્વારા શરૂ થયું હતું. આ લેખકો બધા રોકાણમાં સક્રિય મેનેજમેન્ટની ભૂમિકાની તપાસ કરે છે: મૂલ્ય ઉમેરવાની તેની ક્ષમતા અને આ નક્કી કરવાનાં પગલાં ટ્રેનોર અને બ્લેક, અને હોજેસ અને બ્રેલી, કેપિટલ એસેટ પ્રાઈસીંગના સંદર્ભમાં સુરક્ષા વિશ્લેષણ અને સક્રિય સંચાલનની ભૂમિકાની તપાસ કરનાર પ્રથમ હતા. તેઓ બજારને આગળ વધારવા માટે સક્રિય સંચાલન માટેની આવશ્યકતાઓની તપાસ કરે છે, અને આ જરૂરિયાતો વચ્ચે વળતરની આગાહી અને પરિણામો વચ્ચેના સહસંબંધોના મહત્ત્વને ઓળખે છે.

Ambachtsheer, એકલા અને ફેરેલ સાથે, સક્રિય સંચાલન પ્રક્રિયામાં વધુ આંતરદષ્ટિ પ્રદાન કરે છે, ખાસ કરીને, માહિતીને રોકાણમાં ફેરવે છે. શેષ વળતર આલ્ફા) અને અનુગામી અનુભૂતિઓની આગાહી વચ્ચેના આ સંબંધને વર્ણવવા માટે તેમણે “માહિતી ગુણાંક” અથવા IC શબ્દનો ઉપયોગ કર્યો.

આ લેખકો, માહિતી વિશ્લેષણના કાર્ય પર સ્પષ્ટપણે ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે. તે સૈદ્ધાંતિક ચર્ચાઓ અને નક્કર ઉદાહરણો બંને સાથે માહિતી વિશ્લેષણની એકીકૃત સારવાર રજૂ કરે છે. આપેલ છે કે માહિતી વિશ્લેષણ એ વ્યાપક વિષય છે, અમે સામાન્ય અભિગમને આવરી લઈએ છીએ, તેમજ રોકાણની માહિતીનું શ્રેષ્ઠ વિશ્લેષણ કરવા માટે ચોક્કસ અભિગમની ભલામણ કરીએ છીએ.

પ્રથમ અમે વર્ણન કરીએ છીએ કે સક્રિય સંચાલન પ્રક્રિયામાં માહિતી કેવી રીતે અને ક્યાં દેખાય છે, અને પછી માહિતી વિશ્લેષણની બે-પગલાંની પ્રક્રિયાનું વર્ણન કરીએ છીએ. માહિતીને પોર્ટફોલિયોમાં ફેરવવી. બીજું પગલું તે પોર્ટફોલિયોના પ્રદર્શનનું વિશ્લેષણ કરવાનું છે. અહીં અમે એક ખાસ કરીને અનુકૂળ આંકડા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરીએ છીએ-માહિતી ગુણોત્તર-જે સારાંશ આપી શકે છે કે માહિતી કેવી રીતે રોકાણ મૂલ્ય-વર્ધિત પેદા કરી શકે છે.

અમે માહિતી ગુણાંકને પણ સમજાવીએ છીએ, જે માહિતી ગુણોત્તરના નજીકના સંબંધી છે. અંતે, અમે કેટલીક સાવચેતીઓની ચર્ચા કરવા માટે માહિતી વિશ્લેષણની વિગતોથી પાછળ હટીએ છીએ.

11.4 માહિતી ઉત્પાદનો :

11.4.1 ઉદ્દેશ્યો

- માહિતી ઉત્પાદનો વ્યાખ્યાયિત કરો
- હેન્ડબુક ઉત્પાદનોનું વર્ણન કરો
- વેપાર બુલેટિન અને વેપાર સુવિધા સમજાવો.
- IT-બૂમ, ભારતમાં અને ઈન-હાઉસ કોમ્યુનિકેશનનું વર્ણન કરો
- સંશ્લેષણ અહેવાલો અને વલણ અહેવાલ સમજાવો.

11.4.2 પરિચય

પ્રમાણિકપણે કહીએ તો, માહિતી ઉત્પાદનોમાં તમામ પુસ્તકો, અહેવાલો વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. ઈન્ટરનેટ સંદર્ભમાં, આ શબ્દ ઇલેક્ટ્રોનિકલી ડિલિવરી કરી શકાય તેવા, જ્ઞાન-સંબંધિત ઉત્પાદનોનો સંદર્ભ આપે છે. માહિતી ઉત્પાદનોને “ડિજિટલ માલ” અને “જ્ઞાન આધારિત માલ” તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. માહિતી ઉત્પાદનો એવા ઉત્પાદનો છે જે સામાન્ય રીતે ઈન્ટરનેટ પર વિતરિત કરી શકાય છે અને જે આવશ્યકપણે એવા વિષય વિશે માહિતી પ્રદાન કરે છે જે લોકોને માહિતી માટે નાણાં ચૂકવવા માટે પૂરતા પ્રમાણમાં રસ ધરાવતા હોય.

કેટલાક લોકો માટે, આ આખો ખ્યાલ વિચિત્ર છે પરંતુ જો કોઈ તમને કહે કે ઓનલાઈન પૈસા કમાવવાની ખાતરીપૂર્વકની રીત છે જેમાં કોઈ રોકાણ સામેલ નથી અને કોઈ પણ વ્યક્તિ 2 કલાકમાં શરૂ કરી શકે છે, તો શું તમને થોડો રસ નથી? અને જો કોઈ તમને સાબિતી આપે કે આ સિસ્ટમ કામ કરે છે અને તે કેવી રીતે કાર્ય કરે છે તે પણ સમજાવે છે, તો શું તમે વિગતવાર બ્લુપ્રિન્ટ મેળવવા માટે \$10 સાથે વિદાય લેવાનું વિચારશો જે તમને તે કેવી રીતે કરવું તે બરાબર 8 પગલાંમાં બતાવે છે?

સ્પષ્ટપણે, જવાબ તમે ઉત્પાદનમાં કેટલો વિશ્વાસ કરો છો તેના પર નિર્ભર રહેશે પરંતુ પૂરતો વિશ્વાસ ઓનલાઈન બનાવવાની રીતો છે જે લોકોને માહિતી ઉત્પાદનો પર નાણાં ખર્ચવા માટે મદદ કરે છે. ઉદાહરણ તરીકે, સારા પ્રમાણપત્રો, સારી રીતે લખાયેલ વેચાણ પૃષ્ઠ જે દર્શાવે છે કે ઉત્પાદનના લેખક જાણે છે કે તે અથવા તેણી શેના વિશે વાત કરી રહ્યા છે અને પૈસા પાછા આપવા તમામ મદદની ખાતરી આપે છે.

ઈન્ટરનેટ એ માહિતી ઉત્પાદનોના વેચાણ માટે એક આદર્શ માધ્યમ છે કારણ કે તેનો ઉપયોગ ઉત્પાદનની જાહેરાત કરવા અને તેને પહોંચાડવા બંને માટે થઈ શકે છે, બધું જ 100% આપોઆપ. જ્યારે કોઈ વ્યક્તિ ક્લિક બેંક જેવી સેવાનો ઉપયોગ કરીને ચૂકવણી કરે છે ત્યારે સામાન્ય રીતે માહિતીની પીડીએફ ટ્રાન્સમિટ કરીને ડિલિવરી પ્રત્યાવિત થાય છે. વ્યાપારી દ્રષ્ટિકોણથી માહિતી ઉત્પાદનો પણ આકર્ષક છે કારણ કે એકવાર વિકસિત થઈ જાય છે, અને આ પ્રક્રિયામાં સમય અને જ્ઞાન

લાગે છે, ઉત્પાદનની કિંમત તમે મેળવી શકો તેટલી શૂન્યની નજીક છે: પીડીએફની નકલ પહોંચાડવાનો ખર્ચ અસરકારક રીતે શૂન્ય છે અને તેથી નફો માર્જિન વિશાળ છે. જો કે, સારી માહિતી ઉત્પાદનને એકસાથે મૂકવામાં જે સમય લાગે તે ઓછો અંદાજ ન કરો. તે મૂલ્યવાન છે તે વિશે લખવા માટે તમારે કૌશલ્યની જરૂર છે અને તમારે સ્પષ્ટ અને સહેલાઈથી સમજી શકાય તેવી શૈલીમાં લખવા માટે સક્ષમ બનવાની જરૂર છે.

11.5 વિવિધ પ્રકારના માહિતી ઉત્પાદનો

માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો મોટી સંખ્યામાં છે. મુખ્ય પ્રકારોમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે:

- ઈ-પુસ્તકો
- ઈ - મેગેઝીન્સ
- સમીક્ષાઓ
- અહેવાલો
- ડેટા
- ડેટાબેસ
- ટેકનિકલ લખાણો
- હેન્ડબુક
- જટિલ અભ્યાસ

અત્રે ઉલ્લેખનીય છે કે આ દરેક પ્રોડક્ટની પોતાની જરૂરિયાત, માપદંડ અને પ્રક્રિયાઓ છે. ઉદાહરણ તરીકે, સમીક્ષાઓ માટેના માપદંડો અને પ્રથાઓ તકનીકી લખાણો માટે જરૂરી કરતાં અલગ છે. ઘણા કિસ્સાઓમાં, ઉત્પાદનોને સંશ્લેષિત માહિતીની પુનઃરચના પણ જરૂરી છે. આ એકમના નીચેના વિભાગોમાં ચાલો નીચેના પ્રકારની માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો વિશે વધુ જાણવાનો પ્રયાસ કરીએ:

- સમીક્ષાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનો,
- અત્યાધુનિક અહેવાલો,
- હેન્ડબુક,
- આંકડાકીય સમીક્ષાઓ,
- ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ અને
- ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ,

11.6 સમીક્ષાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનો ની વ્યાખ્યા અને અર્થ

આ સંદર્ભમાં 'સમીક્ષા' શબ્દને સામાન્ય ખ્યાલ તરીકે ગણવામાં આવે છે અને તે સંખ્યાબંધ નજીકથી સંબંધિત ઉત્પાદનો અને સમીક્ષાઓના પ્રકારોને આવરી લે છે. તેને “આપેલ વિષય અથવા વિષયમાં જ્ઞાનની સ્થિતિના નિર્ણાયક સંશ્લેષણ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે;

તે તેના વ્યાપક માળખામાં સમાવિષ્ટ વિષય અથવા વિષય પર માહિતી અને સાહિત્યની જટિલ પરીક્ષા છે.” સમીક્ષા ચોક્કસ વિષય ક્ષેત્રની પ્રગતિનું વર્ણનાત્મક એકાઉન્ટ પ્રદાન કરે છે અને તે નિષ્ણાત દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. સમીક્ષા દ્વારા, અમારો અર્થ નિર્ણાયક મૂલ્યાંકનાત્મક સમીક્ષા છે અને માત્ર સારાંશ અથવા પુસ્તક સમીક્ષા નથી.

સમીક્ષાઓને તેમની લંબાઈ, કાર્યો, અપેક્ષિત વાચકો અને અન્ય લાક્ષણિકતાઓ અનુસાર વર્ગીકૃત કરી શકાય છે. ઈચ્છિત વાચકોના આધારે, વિષય નિષ્ણાંતો, વિદ્યાર્થીઓ અથવા સામાન્ય વાચકો માટે સમીક્ષાઓ લખી શકાય છે. Leitch સમીક્ષાઓને ત્રણ સામાન્ય જૂથોમાં વર્ગીકૃત કરે છે.

પ્રથમ સામયિક પ્રકાર છે, જે ચોક્કસ સમય અંતરાલ દરમિયાન મર્યાદિત વિષય વિસ્તાર સાથે વહેવાર કરે છે અને સામાન્ય રીતે ઓછા અથવા કોઈ વિશ્લેષણ અથવા જટિલ મૂલ્યાંકન સાથે તારણો રજૂ કરે છે. આવી સમીક્ષાનો મુખ્ય હેતુ વાચકને ક્ષેત્રમાં વર્તમાન વિકાસની માહિતી આપવાનો છે.

બીજો પ્રકાર પ્રસંગોપાત સમીક્ષા છે જે કોઈ વિષયની વ્યાપક અને અર્થઘટનાત્મક ચર્ચા કરે છે અને સ્પષ્ટ રીતે વ્યાખ્યાયિત સમયગાળા દરમિયાન તમામ સાહિત્યને આવરી લેવાની જરૂર નથી, કારણ કે લેખક પસંદગીયુક્ત અને વિવેચનાત્મક હોવાની અપેક્ષા છે. આવી સમીક્ષાઓની ગુણવત્તા મોટા પ્રમાણમાં બદલાય છે, તેના આધારે કે તેઓ મુખ્યત્વે અભિપ્રાયો સાથે અથવા તારણો સાથે વ્યવહાર કરે છે.

ત્રીજો પ્રકાર એ વિશ્લેષણાત્મક અથવા રચનાત્મક સમીક્ષા છે, જે સામાન્ય રીતે પુસ્તકની લંબાઈની હોય છે અને વિભાવનાઓ અથવા સિધ્ધાંતો અને તારણો સાથે વ્યવહાર કરે છે. તેને કેટલીકવાર સંશોધન સમીક્ષા કહેવામાં આવે છે અને ઘણી વખત તે વિસ્તારની ચોક્કસ જરૂરિયાતને પહોંચી વળવા માટે હાથ ધરવામાં આવે છે.

11.6 .1 સમીક્ષાનું મૂલ્યાંકન કરવાની પદ્ધતિઓ

મૂલ્યાંકન આંતરિક ગુણવત્તા, માન્યતા અને વિશ્વસનીયતા અથવા બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, માહિતી સ્ત્રોતોની ગુણવત્તાના નિર્ધારણ સાથે સંબંધિત છે જે આખરે એકીકૃત થશે. કમનસીબે, માહિતીની ગુણવત્તાને માપવા માટે કોઈ ઉદ્દેશ્ય માપદંડો નથી.

માહિતી સ્ત્રોતોના મૂલ્યાંકન માટે ધ્યાનમાં લેવામાં આવતા વધારાના માપદંડોની નીચે ચર્ચા કરવામાં આવી છે

- સંપૂર્ણતા (Completeness): તે ડિઝીનો ઉલ્લેખ કરે છે જેમાં વિષય અને સાહિત્ય બંનેને આવરી લેવામાં આવ્યા હતા; આંતરદષ્ટિની ડિઝી દર્શાવેલ છે.
- પરિપ્રેક્ષ્ય (Perspective): દિશા, હેતુ, અભિગમ, આપેલ વિષય અને આપેલ વપરાશકર્તા જૂથ બંનેના સંબંધમાં યોગ્યતાની ડિઝીનો અર્થ થાય છે.
- વિશ્લેષણ (Analysis): વિશ્લેષણની સંપૂર્ણતા, ઊંડાઈ અને પહોળાઈનો સંદર્ભ આપે છે; વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતીના સંકલનની ડિઝી, વિશ્લેષણમાં લાગુ

મૂલ્યાંકનની ડિગ્રી.

- સંશ્લેષણ (Synthesis): એટલે દોરેલા કોમ્પેક્ટનેસ-સંબંધોની ડિગ્રી: અગાઉની માહિતી અને સાહિત્યના સ્થાનાંતરણની હદ, સંદર્ભોની શક્તિ; સંબંધિત વિષયોમાંથી ચિત્રની ડિગ્રી; સંશ્લેષણમાં લાગુ મૂલ્યાંકનની ડિગ્રી.

મૂલ્યવર્ધિત (Value-added): ઉભરતી વિશેષતાઓની ઓળખ; નવી પૂર્વધારણાઓ અથવા સિદ્ધાંતોનો પરિચય, ભાવિ કાર્ય માટે સૂચનો (સંશોધન, વ્યવહારમાં અનુવાદ વગેરે).

- ઉપયોગિતા (Utility): એક હદ સુધી કે સમીક્ષા બહુવિધ કાર્યો કરે છે અને માત્ર એક અથવા બે કાર્યો જ નહીં.

11.6.2 સમીક્ષાઓના કેટલાક ઉદાહરણો

- વાર્ષિક સમીક્ષાઓ:
- એડવાન્સનો પ્રકાર, પ્રગતિનો પ્રકાર:
- જર્નલ પ્રકાર:
- લોકપ્રિય જર્નલ:
- નિબંધનો પ્રકાર:
- મોનોગ્રાફ શ્રેણી અથવા ગ્રંથનો પ્રકાર:
- વાર્ષિક પુસ્તક પ્રકાર:

■ તમારી જાતે ચકાશો:

- નોંધ: i) તમારો જવાબો નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.
- 3) સમીક્ષાઓનું મૂલ્યાંકન કરવા માટેના ચોક્કસ માપદંડોની સંક્ષિપ્તમાં ચર્ચા કરો

11.7 સ્ટેટ-ઓફ-ધ-આર્ટ રિપોર્ટ્સ

અદ્યતન અહેવાલો એ સમીક્ષાઓની ચોક્કસ શ્રેણી છે જેમાં સર્વગ્રાહી અવકાશ અને એતિહાસિક અભિગમ નથી. Saracevic સારાસેવિક અત્યાધુનિક અહેવાલને “આપેલ વિષય અથવા વિષયમાં સૌથી અદ્યતન માહિતી અને સાહિત્ય પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરતી સમીક્ષા તરીકે” વ્યાખ્યાયિત કરે છે. અદ્યતન અહેવાલોનો મુખ્ય હેતુ એ છે કે જ્યારે તેઓ તેમના પ્રેક્ષકો સુધી પહોંચે ત્યારે ખૂબ જ તાજેતરની પરિસ્થિતિનું વર્ણન કરવાનો છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, તેઓ પરંપરાગત સમીક્ષાઓ કરતાં સમયસર છે અને મોટાભાગે વર્તમાન જાગૃતિ સાધન તરીકે

સેવા આપે છે.

આ ચલણ હાંસલ કરવા માટે, અત્યાધુનિક અહેવાલો અનૌપચારિક અહેવાલો તરીકે પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે, જે માંગ પર તૈયાર કરવામાં આવે છે, ઘણીવાર પ્રતિબંધિત ગ્રાહકો માટે લકી હોય છે, ઊંચા ભાવે વેચાય છે અને ખૂબ જ ઝડપથી અપ્રચલિત થઈ જાય છે. અત્યાધુનિક અહેવાલનો ઉપયોગ મોટાભાગે ટેકનોલોજીકલ વિષયો અને વેપાર અને વાણિજ્યના સંબંધમાં થાય છે. આ વિભાગમાં, ચાલો આપણે કેટલાક મુખ્ય પ્રકારોની ચર્ચા કરવાનો પ્રયાસ કરીએ અને તેમના ઉપયોગો જાણીએ.

11.7.1 અત્યાધુનિક ટેકનોલોજી

આ પ્રકારના અહેવાલો સારાંશ આપે છે, આપેલ તકનીક અથવા તકનીકી ઉત્પાદનો અથવા પ્રક્રિયાની પ્રગતિ, લાક્ષણિકતાઓ અને / અથવા ઉપયોગની તુલના અને મૂલ્યાંકન કરે છે. તેઓ ઈચ્છિત ઉપયોગ અને પ્રેક્ષકો અનુસાર અલગ પડે છે. આ અહેવાલો સામાન્ય રીતે વિષયોના નીચેના પાસાઓને પ્રકાશિત કરે છે:

- ટેકનિકલ અને એન્જિનિયરિંગ પાસાઓ: તેઓ ખાસ કરીને ટેકનિકલ કર્મચારીઓ અને એન્જિનિયરો તરફ નિર્દેશિત છે. આ અહેવાલો ટેકનોલોજી ડિઝાઇન, જમાવટ અને ખરીદીની ભલામણો, લાક્ષણિકતાઓ અને વિકલ્પોની સરખામણી અને ટેકનોલોજી સાથે અદ્યતન રાખવા માટે ઉપયોગી છે.
- ઉપયોગના પાસાઓ: તેઓ વિગતો, લાક્ષણિકતાઓ, જરૂરિયાતો અને તુલનાત્મક વિશ્લેષણનીયતા, ટકાઉપણું, વગેરે સહિત ઉપયોગની અર્થશાસ્ત્ર પર ભાર મૂકતી તકનીકના વપરાશકર્તાઓ તરફ નિર્દેશિત છે.
- ઉચ્ચ સ્તરે નીતિ ઘડવૈયાઓ તરફના મેનેજમેન્ટ પાસાઓ.

ઉદાહરણો:

- i. માહિતીના નિષ્કર્ષણ માટેના જ્ઞાન પર.

સ્ટેટ-ઓફ-ધ-આર્ટ-રિપોર્ટ

દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવેલ છે

રોબર્ટ ઍંગલ્સ અને બર્ન્ટ બ્રેમડલ

CognIT a.s., નોર્વે

જુલાઈ 2000

- ii. વૈકલ્પિક કોંક્રિટ સ્વીકૃતિ માપદંડ

સ્ટેટ ઓફ ધ આર્ટ

અંતિમ અહેવાલ

દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવેલ છે

પોલ મુલર

જુહોન પી ઝાનીવસ્કી

ટ્રાન્સપોર્ટેશનમાં અદ્યતન સંશોધન માટે કેન્દ્ર

નવેમ્બર 1987

11.7.2 બજાર અહેવાલો

ચોક્કસ જૂથની ચોક્કસ જરૂરિયાતો માટે પ્રતિભાવ આપતી કસ્ટમ-અનુકૂલિત સેવાઓએ ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા તેમના પ્રદર્શનની ગુણવત્તા દ્વારા તેમની સ્વીકાર્યતા સ્થાપિત કરવી જોઈએ. બજાર અહેવાલો આવી એક શ્રેણી છે. આ અહેવાલો ઉદ્યોગ અથવા બજારની સ્થિતિનો સારાંશ તેના અસ્તિત્વ, નાણાકીય તાકાત, અર્થશાસ્ત્ર, નફાકારકતા, જમાવટ, વૃત્તિ, લાક્ષણિકતાઓ, અંતર, વલણો, સંભવિતતા, વગેરેના સંદર્ભમાં દર્શાવે છે. ટેકનોલોજીકલ અત્યાધુનિક અહેવાલોની જેમ, આ સમાન રીતે વિવિધ ઉપયોગો અને વપરાશકર્તાઓ તરાર્થ લક્ષી હોઈ શકે છે. આ અહેવાલો મુખ્યત્વે બજારના નિર્ણય અને આયોજનમાં ઉપયોગી છે. સ્પર્ધા, તકો અને તેના જેવા વિચારણાઓ માર્કેટિંગ પાસાઓના નિષ્ણાતો દ્વારા તૈયાર કરવી આવશ્યક છે.

11.7.3 આંકડાકીય સમીક્ષાઓ

વિવેચનાત્મક રીતે મૂલ્યાંકન કરાયેલ સંદર્ભ ડેટાનું નિર્માણ અને પ્રસાર વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીની પ્રગતિ માટે જરૂરી છે. આંકડાકીય સમીક્ષાઓ વિવિધ તકનીકી, બજાર, વસ્તી વિષયક, વૈજ્ઞાનિક અને અન્ય ક્ષેત્રોમાં આંકડાકીય સહસંબંધો રજૂ કરે છે. આ આવશ્યક સહસંબંધો વિશેષ રૂપે બનેલા છે અને વલણોની કોસ-ડિપેન્ડન્સ બતાવવા માટે મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે. આ આંકડાકીય અહેવાલોનો ઉપયોગ નિર્ણય લેનારાઓની સંક્ષિપ્ત માહિતી માટે થઈ શકે છે.

■ તમારી જાતે ચકાશો:

નોંધ: i) તમારો જવાબો નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.

ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.

4) સ્ટેટ-ઓફ-ધ-આર્ટ રિપોર્ટ શબ્દ દ્વારા તમે શું સમજો છો? આવા અહેવાલો ક્યારે ઉપયોગમાં લેવાય છે?

11.8 હેન્ડબુક

હેન્ડ બુક એ પ્રેક્ટિશનરો માટે ચોક્કસ વિષય પરનું વ્યાપક અને વિગતવાર કાર્ય છે, જે ઝડપી સંદર્ભ માટે રચાયેલ છે અને ઘણીવાર પાઠ્ય પુસ્તકના પૂરક તરીકે ઉપયોગમાં લેવાય છે. આ શબ્દ સામાન્ય રીતે મેન્યુઅલ સાથે એકબીજાના બદલે વાપરવામાં આવે છે. હેન્ડબુક કોઈપણ વિષય સાથે વ્યવહાર કરી શકે છે, અને સામાન્ય રીતે કોઈ ચોક્કસ ક્ષેત્રમાં અથવા કોઈ ચોક્કસ તકનીક વિશેની માહિતીનું સંકલન છે. તેઓ સરળતાથી સલાહ લેવા અને ચોક્કસ

ક્ષેત્રમાં ઝડપી જવાબો આપવા માટે ડિઝાઇન કરવામાં આવ્યા છે. ઉદાહરણ તરીકે, સંશોધન પત્રોના લેખકો માટે MLA હેન્ડબુક એ અન્ય બાબતોની સાથે MLA શૈલીમાં કામ કેવી રીતે ટાંકવું તે માટેનો સંદર્ભ છે.

11.8.1 હેન્ડબુક્સના પ્રકાર

હેન્ડબુક્સના ઘણા પ્રકારો છે. ચાલો આપણે ફક્ત મુખ્ય મુદ્દાઓ સાથે જ ચિંતા કરીએ.

- વિશિષ્ટ પદાર્થો, પ્રક્રિયાઓ, અવલોકનો અને/અથવા અસાધારણ પ્રકારની હેન્ડબુક પરના નિર્ણાયક ડેટા અને સૂત્રોનું સંકલન મોટે ભાગે વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીમાં પ્રયોગો, ડિઝાઇન ગણતરીઓ, બાંધકામ, સલામતી વિચારણાઓ, જાળવણી બધ્લી, સરખામણી વગેરે હેતુઓ માટે વપરાય છે. અહીં તે ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું આવશ્યક છે કે વિવેચનાત્મક મૂલ્યાંકન કરાયેલ ડેટા વિજ્ઞાન અને તકનીકીની પ્રગતિ માટે આવશ્યક છે. વિવેચનાત્મક રીતે મૂલ્યાંકન કરાયેલ ડેટા સંકલનનું ઉત્પાદન, તેમજ સમીક્ષાઓનું ઉત્પાદન માહિતી વિશ્લેષણ કેન્દ્રો દ્વારા એક મહત્વપૂર્ણ પ્રવૃત્તિ તરીકે હાથ ધરવામાં આવવી જોઈએ. આવી હેન્ડબુક્સના કેટલાક ઉદાહરણો છે: સીઆરસી હેન્ડબુક ઓફ કેમિસ્ટ્રી એન્ડ ફિઝિક્સ અને સીઆરસી હેન્ડબુક ઓફ થર્મોઇલેક્ટ્રીક.
- બીજા પ્રકારની હેન્ડબુક એવી છે કે જેમાં સ્વીકૃત, પરીક્ષણ અને/અથવા ભલામણ કરેલ પ્રક્રિયાઓ અને પ્રક્રિયાઓ માટેની માર્ગદર્શિકા હોય છે. આ વાસ્તવમાં વસ્તુઓ કરવા, પ્રક્રિયાઓ અને પ્રક્રિયાઓ સંબંધિત નિર્ણયો, શીખવા માટેનું લક્ષ્ય છે. તેઓ સ્ટેપ-બાય-સ્ટેપ પેમ્ફલેટથી લઈને કેવી રીતે કરવું પુસ્તકો અને માર્ગદર્શિકાઓ, આપેલ પ્રક્રિયાઓમાં વિકલ્પોની વિસ્તૃત ચર્ચાઓ સુધીના વિવિધ સ્વરૂપોમાં મળી શકે છે. ઉદાહરણ તરીકે, હેન્ડબુક ઓફ રોક ગાર્ડનિંગ ઓન ધ હિલ્સ (પી. કાયરૂ અને પ્રિયા ઝરબી દ્વારા સંપાદિત), ભારતીય કૃષિ સંશોધન પરિષદ દ્વારા પ્રકાશિત.
- ત્રીજી પ્રકારની હેન્ડબુક એવી છે જેમાં વાસ્તવમાં વસ્તુઓને પરિપૂર્ણ કરવા માટે લાગુ કરવાના ધોરણોના વર્ણન અને/અથવા સંદર્ભો હોય છે. આ જરૂરી ધોરણો (જેમ કે ગ્રંથસૂચિના કાર્યમાં) સમાવી શકે છે. સુમેળ અને આંતરજોડાણને પ્રોત્સાહન આપવાના હેતુથી કોષ્ટકો, વર્ણનો ધરાવતી વિવિધ પ્રકારની હેન્ડબુક હોઈ શકે છે. ઉદાહરણ તરીકે, વિશ્વ આરોગ્ય સંસ્થા દ્વારા પ્રકાશિત લેબોરેટરી બાયોસેફ્ટી મેન્યુઅલ; (અગાઉની ટાટા) એનર્જીરિસોર્સિસ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ (ગ્રિહા (સંકલિત આવાસ આકારણી માટે ગ્રીન રેટિંગ) એ ભારતની રાષ્ટ્રીય રેટિંગ સિસ્ટમ છે.

■ તમારી જાતે ચકાશો:

નોંધ: i) તમારો જવાબો નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.

ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.

5) હેન્ડબુક્સના પ્રકારો અને તેમની ઉપયોગીતાનું સંક્ષિપ્તમાં વર્ણન કરો.

11.9 વલણ અહેવાલો

ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ મહત્વપૂર્ણ IAC ઉત્પાદનોમાંથી એક છે. તેઓ વર્તમાન સંશોધન વલણો સાથે કોઈપણ વિષયમાં થઈ રહેલા નવા વિકાસની વ્યવસ્થિત ઝાંખી આપે છે. ટ્રેન્ડ રિપોર્ટને ઉપયોગી દસ્તાવેજીકરણ સેવા પણ ગણી શકાય. એવું કહી શકાય કે તાજેતરના સાહિત્યની સમીક્ષાના આધારે આપેલ વિષયમાં સંશોધનની સામાન્ય દિશાનો હિસાબ આપત ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ વિષયનું પ્રદર્શન પૂરું પાડે છે. આ પ્રકારની સેવા મુખ્યત્વે નિષ્ણાંત વાચકને તેના/તેમના સમયના ઉત્પાદક ઉપયોગ અને સંશોધનની સંભાવનાના સંરક્ષણમાં મદદ કરવા માટે બનાવવામાં આવી છે. માહિતી વ્યાવસાયિકો દ્વારા પ્રાપ્ત વિશેષ તાલીમ તેમને આ પ્રકારની સેવા હાથ ધરવા માટે સજ્જ કરે છે. તે ભારપૂર્વક કહી શકાય કે વલણ અહેવાલો તૈયાર કરવા માટે વિષયનું જ્ઞાન આવશ્યક ઘટક છે.

11.9.1 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સની જરૂરિયાત

માહિતીના વિસ્ફોટના યુગમાં અને કોઈપણ એક વિષયમાં દસ્તાવેજોના પ્રસાર સાથે, વર્તમાન દસ્તાવેજીકરણ સેવાઓ જેમ કે ઇન્ડેક્સીંગ અને એબ્સ્ટ્રેક્ટીંગ નિષ્ણાત વાચકોની ચોક્કસ માંગને પહોંચી વળવા માટે પર્યાપ્ત નથી. આવી વિશેષ માહિતી જરૂરિયાતોને સંતોષવા માટે મૂલ્યવર્ધિત માહિતી સેવાઓના સ્વરૂપમાં વિશેષ પ્રયાસો જરૂરી છે. ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ આવી જ એક શ્રેણી ગણી શકાય.

11.9.2 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સની તૈયારી

દસ્તાવેજીકરણ દ્વારા ચોક્કસ વિષય પર ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ તૈયાર કરવો એ માહિતી સેવાનું એક ઉપયોગી સ્વરૂપ છે. પહેલાના સમયમાં, ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ વિષય નિષ્ણાતો દ્વારા તેમને સુલભ દસ્તાવેજોના આધારે તૈયાર કરવામાં આવતા હતા. જો કે, પુસ્તકાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં નવી તકનીકોના વિકાસથી માહિતી નિષ્ણાતો આ જવાબદારી નિભાવવામાં સક્ષમ બન્યા છે. માહિતી નિષ્ણાતો હવે કોઈપણ વિષયને તેના યોગ્ય પરિપ્રેક્ષ્યમાં જોવા અને તેની પ્રગતિને ટ્રેક કરવા અને ઉભરતા પ્રવાહોને સમજવાની સ્થિતિમાં છે. આ હેતુ માટે, તે હિતાવહ છે કે તેઓ નીચેના ગુણો ધરાવે છે:

- વિષયના વિવિધ ઘટકો સાથે પરિચિતતા;
- નિષ્ણાતની ચોક્કસ વિષયની જરૂરિયાતોનું જ્ઞાન કે જેના માટે ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ સંબોધવામાં આવ્યો છે;
- ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ કમ્પાઈલ કરવાની તકનીકો જાણો;
- તેમણે સંબંધિત નિષ્ણાત વપરાશકર્તા સાથે તેના/તેમના વિષયના અભિગમ અને તેના વિકાસને લગતા મંતવ્યો જાણવા માટે તેની સાથે યોગ્ય તાલમેલ સ્થાપિત કરવો જોઈએ;
- કોઈ વિષય પર ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ તૈયાર કરવામાં સામેલ માહિતી નિષ્ણાતો તે વિષયને લગતી માહિતીના સ્ત્રોતો વિશે જાણકાર હોવા જોઈએ.

અંતે, તે જરૂરી છે કે ઉપરોક્ત પ્રક્રિયાના અંતિમ ઉત્પાદન તરીકે મેળવેલ ટ્રેન્ડ રિપોર્ટમાં આ હશે: a) શીર્ષક પૃષ્ઠ, b) સામગ્રી પૃષ્ઠ, c) સંક્ષિપ્ત માહિતીપ્રદ અમૂર્ત, d) અનુક્રમણિકા અને e) તકનીકી માટે વ્યાખ્યાઓ ધરાવતું પરિશિષ્ટ અહેવાલના ટેક્સ્ટમાં વપરાયેલ શબ્દો.

11.9.3 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સના કેટલાક ઉદાહરણો

1) વિશ્વ આરોગ્ય સંસ્થા (2008)

કેન્સર સંશોધનમાં વલણો,

જીનીવા, WHO 2008.

2) વિશ્વ બેંક (2008)

ટકાઉ વિકાસમાં વલણો:

કૃષિ, ગ્રામીણ વિકાસ, જમીન, વૈવિધ્યકરણ

અને દુષ્કાળ. વોશિંગ્ટન, ડી.સી. વર્લ્ડ બેંક, 2008.

11.10 હાઉસ બુલેટિન

હાઉસ બુલેટિન તમને તાજેતરની શોધોથી માહિતગાર રાખશે, ભૂતકાળની શોધો વિશે તમને માહિતી આપશે અને સંગ્રહનો ઉપયોગ કરતા લોકો સાથે તમારો પરિચય કરાવશે. અને, અલબત્ત, ત્યાં એતિહાસિક તથ્યો અને દૃશ્યકાઓ હશે.

વ્હાઈટ હાઉસ બુલેટિન દરરોજબપોરના સમયે વિતરિત કરવામાં આવે છે. વ્હાઈટ હાઉસ બુલેટિન દેશના પાવરબ્રોકર્સને સવારના વિકાસમાં ઝડપ લાવવા માટે લાવે છે, જ્યારે ભવિષ્યના નિર્ણયો માટે આંતરિક માર્ગ નો નકશો પ્રદાન કરે છે. બુલેટિનની પત્રકારોની ટીમે વોશિંગ્ટન વિશેની તેની સમજણ બનાવી અને વ્હાઈટ હાઉસમાં, કેપિટોલ હિલ પર અને અસંખ્ય કેબિનેટ સચિવો માટે વર્ષોના વાસ્તવિક અનુભવ દ્વારા સંપર્કોનું નેટવર્ક વિકસાવ્યું.

ફેક્સ, ઈ-મેલ અને ઈન્ટરનેટ દ્વારા વિતરિત, બુલેટિન કારોબારી અને વિધાનસભા શાખાઓમાં બંધ દરવાજા પાછળ ઘડવામાં આવી રહેલી યોજનાઓ પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે અને બુલેટિન સબ્સ્ક્રાઈબર્સને ઉભરતા મુદ્દાઓ પર વળાંકથી આગળ રાખવા માટે વિશિષ્ટતાઓને એકસાથે બનાવે છે. છેલ્લા 18 વર્ષોમાં વ્હાઈટ હાઉસ બુલેટિને ચૂકવણી કરનારા વાચકોને આકર્ષ્યા છે જેમાં દેશની સૌથી પ્રભાવશાળી સરકાર અને બિઝનેસ લીડર્સનો સમાવેશ થાય છે, જેમાં એક્ઝિક્યુટિવ બ્રાન્ચના ટોચના અધિકારીઓ, કોંગ્રેસના સભ્યો, મોટા વેપાર સંગઠનો, મીડિયા અને ફોર્ચ્યુન 500 એક્ઝિક્યુટિવ્સનો સમાવેશ થાય છે.

11.10.1 બુલેટિન વાક્ય ઉદાહરણો:

- એકવાર લોકો બુલેટિનનું પરિભ્રમણ કરવાનું શરૂ કરે, પછી તે રેકર્ડરને જોઈને કેટલી વાર ફોરવર્ડ કરવામાં આવ્યું છે તે જોવાનું શક્ય છે.
- નવી સામગ્રી એસોસિએશનના 'જર્નલ' અને તેના ત્રિમાસિક બુલેટિન “અહેવાલ” સ્વરૂપે પ્રકાશિત થાય છે,

- સંપૂર્ણ પરિણામોની લિંક માટે બુલેટિન બોર્ડ.
- સબસ્ક્રાઇબ કરો/ચર્ચા ઈ-મેલ બુલેટિન અને અમે બધા તમને અધતન રાખીએ છીએ.
- શ્રી ઈરવિંગ “એક્શન રિપોર્ટ” તરીકે ઓળખાતા પ્રસંગોપાત બુલેટિન પ્રકાશિત કરે છે.
- મેગેઝિનમાં બુક કરાયેલી સૂચિઓ અહીં પખવાડિયાના એપ-મેલ બુલેટિનમાં પણ દર્શાવવામાં આવી છે.
- તમે જે પ્રતિસાદ આપો છો તેનો ઉપયોગ બુલેટિન સેવાઓ સુધારવા માટે કરવામાં આવશે.
- વિદેશમાં નવીનતમ નોકરીઓ ની જાણકારી ઈ-મેલ દ્વારા બુલેટિનથી મળવો.
- તમે ઈમેઇલ દ્વારા સાપ્તાહિક જોબ બુલેટિન માટે પણ નોંધણી કરાવી શકો છો.
- માસિક ઈ-મેલ બુલેટિન મેળવવા માટે નીચે તમારું ઈ-મેલ સરનામું દાખલ કરો.
- આ સાઇટ વપરાશકર્તાઓને સંબંધિત મુદ્દાઓ પર નિયમિત ઈ-મેલ બુલેટિન માટે નોંધણી કરવાની પણ મંજૂરી આપે છે.

11.10.2 વેપાર બુલેટિન

Tradezone.com એ સપ્લાયર્સ, ઉત્પાદકો, નિકાસકારો, આયાત નિકાસ વ્યવસાયો અને વ્યવસાયની તક શોધનારાઓ માટે તૈયાર કરાયેલ વૈશ્વિક વેપાર કેન્દ્ર છે. અમારું વ્યાપાર તક પૃષ્ઠ અને મેલિંગર વર્લ્ડ ટ્રેડ મેઇલ ઓર્ડર પ્લાન, સ્તુત્ય સપ્લાયર્સ ઉત્પાદકોની ડિરેક્ટરી અને પ્રખ્યાત આંતરરાષ્ટ્રીય વેપાર લીડ્સ બુલેટિન બોર્ડ જુઓ. Tradezone.com તમારી આયાત નિકાસ વ્યવસાય તકની જરૂરિયાતો માટે ટ્રેડ સાઇટ્સથી ભરપૂર છે.

ટ્રેડ લીડ્સ, વૈશ્વિક વેપાર સપ્લાયર્સ અને ખરીદદારો શોધી રહ્યાં છો? પછી અમારા ઈમ્પોર્ટ એક્સપોર્ટ ઇન્ટરનેશનલ બિઝનેસ ઓપોર્ચુનિટી પોર્ટલની મુલાકાત લો. તમારા ઉત્પાદનો અને સેવાઓને વિશ્વભરમાં પ્રમોટ કરવામાં અમે તમને કેવી રીતે મદદ કરી શકીએ તે જાણો. આ પોર્ટલમાં ટ્રેડ લીડ્સ પોસ્ટ અને સોર્સિંગ અને વૈશ્વિક વેપાર ક્ષેત્રે આયાત નિકાસ વ્યવસાય સંબંધો સ્થાપિત કરવા માટેની સુવિધાઓનો સમાવેશ થાય છે.

તમારો પોતાનો આયાત નિકાસ વ્યવસાય શરૂ કરો. મેલિંગર વર્લ્ડ ટ્રેડ પ્લાને હજારો લોકોને આકર્ષક ઈમ્પોર્ટ એક્સપોર્ટ મેઇલ ઓર્ડર બિઝનેસ શરૂ કરવામાં મદદ કરી છે. અમારી સાબિત સિસ્ટમ તમને માર્ગદર્શન આપશે. ચાલો અમે તમને બતાવીએ કે આજે તમારો પોતાનો આયાત નિકાસ વ્યવસાય કેવી રીતે શરૂ કરવો!

11.11 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ

સામાન્ય રીતે લાઇબ્રેરીઓ અને માહિતી કેન્દ્રોમાં કામ કરતા માહિતી વ્યાવસાયિકો અને જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરે છે. માહિતી વ્યાવસાયિકો પાસે કેટલીક વિશિષ્ટ સેવાઓનું આયોજન અને ઘડતર કરવામાં વધારાની જવાબદારીઓ હોય છે જે તેમના વપરાશકર્તાઓની ચોક્કસ

જરૂરિયાતોને વધુ સારી રીતે પૂરી કરી શકે છે. ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ્સ, કે જે માહિતી ઉત્પાદનો બનાવવામાં આવ્યા છે અને નિષ્ણાતોની માહિતી જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવાય છે, ખાસ કરીને ઉદ્યોગ અને સંચાલન વાતાવરણમાં. ચાલો એ સમજવાનો પ્રયત્ન કરીએ કે ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ શું છે, તે કેવી રીતે આયોજન, ડિઝાઇન અને તૈયાર કરવામાં આવે છે. નોંધનીય છે કે ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટનું લેઆઉટ અને પ્રેઝન્ટેશન તેની ઉપયોગિતાને વધારવા માટે વપરાશકર્તાઓને મદદરૂપ થવું જોઈએ.

11.11.1 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટની વ્યાખ્યા અને અર્થ

ડાયજેસ્ટનો શબ્દકોશનો અર્થ છે “ટૂંકા લેખિત અહેવાલ, જે લેખનના મોટા ભાગ અથવા તાજેતરના સમાચારો ધરાવતા ટૂંકા લેખિત અહેવાલનો સૌથી મહત્વપૂર્ણ ભાગ પૂરો પાડે છે”. ‘ડાયજેસ્ટ’ શબ્દનો સમાનાર્થી ઉપયોગ કમ્પેન્ડિયમ અને/અથવા એપિટોમ સાથે થાય છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ડાયજેસ્ટને “માહિતીનો મુખ્ય ભાગ અથવા લેખિત પદાર્થ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે, જેમાં ઘનીકરણ દ્વારા માહિતી એકત્રીકરણનો સમાવેશ થાય છે. તે શીર્ષકો અને પેટા-મથાળાઓ હેઠળ વર્ગીકૃત, વ્યવસ્થિત રીતે અને પદ્ધતિસરની રીતે ગોઠવાયેલ, વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી એકત્ર કરાયેલી માહિતી માટેનું સંકલન છે. તે માંગ પર અથવા ઝડપી અને તૈયાર સંદર્ભની અપેક્ષાએ તૈયાર કરવામાં આવે છે, જેમાં સાહિત્યથી લઈને વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી સુધીના વિષયનો વ્યાપ છે. ઉપાંખ્દ (1983) ની વાત કરીએ તો, “ડાયજેસ્ટ એ ખરેખર દસ્તાવેજનું સંપૂર્ણ પ્રતિનિધિત્વ છે, જે હેતુ માટે અથવા લોકોના જુદા જુદા જૂથની જરૂરિયાતોને અનુરૂપ પુનઃલખાયેલ છે, પરંતુ મૂળ દસ્તાવેજના સંપૂર્ણ વિકલ્પ તરીકે સેવા આપવાનો હેતુ છે”

11.11.2 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટની જરૂરિયાત

વૈજ્ઞાનિક માહિતીનો પ્રસાર અને અસંખ્ય સ્ત્રોતો દ્વારા તેનો વ્યાપક ફેલાવો ટેકનિકલ કામદારો અને ઉદ્યોગમાં કાર્યરત લોકો માટે તેમની વિશેષતાના ક્ષેત્રમાં થઈ રહેલા વિકાસની નજીક રહેવાનું મુશ્કેલ બનાવે છે. ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ જેવા માહિતી ઉત્પાદનો તેમને તેમની વિશેષતાના ક્ષેત્રોમાં થઈ રહેલા નવીનતમ વિકાસથી વાકેફ રહેવામાં મદદ કરે છે. એ વાત પર ભાર મૂકવો આવશ્યક છે કે વિવિધ ઉદ્યોગોમાં કામ કરતા કામદારોની વિવિધ શ્રેણીઓને વિવિધ સામગ્રીઓ સાથે ડાયજેસ્ટની જરૂર હોય છે. દાખલા તરીકે, સંચાલકીય કર્મચારીઓ સામાન્ય રીતે ઉત્પાદન-લક્ષી માહિતી જેમ કે તકનીકી, વ્યાપારી અને માર્કેટિંગ માહિતીમાં રસ ધરાવતા હોય છે. ગુણવત્તાયુક્ત માહિતી સાથે સમાવિષ્ટ ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ તેમની નિર્ણય લેવાની જવાબદારીમાં તેમને ખૂબ મદદરૂપ થશે.

ઓપરેટરો અને અન્ય ટેકનિકલ કામદારોને એવી માહિતીની જરૂર હોય છે જે તેમને રોજબરોજના કામમાં આવતી ટેકનિકલ સમસ્યાઓને ઉકેલવામાં સક્ષમ બનાવશે. નવા વિચારો, પ્રક્રિયાઓ ધરાવતી તકનીકી ડાયજેસ્ટ તેમના માટે ઉપયોગી સાબિત થઈ શકે છે.

સારમાં, તકનીકી ડાયજેસ્ટ નીચેના ઉદ્દેશ્યો પૂરા કરે છે:

- ઉદ્યોગમાં કામદારોના વિવિધ સ્તરોને પ્રવૃત્તિના ક્ષેત્રોમાં થઈ રહેલા વિકાસની નજીક રાખો,
- તેમના વિશેષતાના ક્ષેત્રોને લગતી સમયસર અને વિશ્વસનીય માહિતી પ્રદાન કરો,
- નવીનતમ તકનીકી જાણકારીનો પ્રસાર કરો, અને
- સંશોધન અને ઉત્પાદન કેન્દ્રો વચ્ચે અસરકારક માધ્યમ તરીકે સેવા આપે છે.

11.11.3 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટની શ્રેણીઓ

સામાન્ય રીતે, ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટની તૈયારીમાં ચોક્કસ વર્ગીકરણની હિમાયત કરતું સાહિત્ય આપણને મળતું નથી. જો કે, ઉદ્યોગમાં કર્મચારીઓના નીચેના સ્તરોને ધ્યાનમાં રાખીને ડાયજેસ્ટ તૈયાર કરવામાં આવે છે:

- ટોચનું સંચાલન,
- મધ્ય /સુપરવાઈઝરી મેનેજમેન્ટ, અને
- ઓપરેટર સ્તરના કર્મચારીઓ.

તે ઉલ્લેખ કરી શકાય છે કે ડાયજેસ્ટને ટોચના સંચાલન માટે માહિતીના નીચેના ઘટકોને આવરી લેવાની જરૂર છે:

- કોર્પોરેટ મેનેજમેન્ટ,
- ગુણવત્તાના કુલ પાસાઓ,
- ફાઈનાન્સ,
- ઉત્પાદન,
- સંશોધન અને વિકાસ (R&D),
- કર્મચારી સંચાલન (HRM),
- વેચાણ,

11.11.4 ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટનું પ્રેઝન્ટેશન અને લેઆઉટ

માહિતી એકત્રીકરણે તેની અસરકારકતા અને માહિતી ટ્રાન્સફર અને સંચાર માટેની સંભવિતતા સાબિત કરી છે. તેની મૂલ્યવર્ધિત લાક્ષણિકતાઓ, વિવિધ ઉત્પાદનો અને સેવાઓમાં, ચોક્કસપણે વપરાશકર્તાઓની વિવિધ શ્રેણીઓ દ્વારા માહિતીના વધતા ઉપયોગમાં પરિણમી છે. એ નોંધવું આવશ્યક છે કે માહિતી ઉત્પાદનોનું મહત્વ ફક્ત ચાર સિધ્ધાંતોનું પાલન કરવામાં જ નથી: સંસ્થા, વિશ્લેષણ, ચુકાદો અને નિર્ણય, પણ આ પ્રક્રિયાઓમાંથી મેળવેલી સામગ્રીની રજૂઆત પણ એક સ્વરૂપમાં જે વપરાશકર્તાઓને તેમના તરફ આકર્ષિત કરે છે. તેથી, તકનીકી ડાયજેસ્ટની રચના અને રજૂઆતમાં સાવચેતીપૂર્વક વિચારણા કરવામાં આવે છે. ડાયજેસ્ટમાં માત્ર ગ્રાહકોને સંબંધિત વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતોને એકત્ર કરવી, સંબંધિત અને લિક કરવી જોઈએ નહીં, પરંતુ ડાયજેસ્ટમાં વપરાતી પરિભાષા પણ એવી હોવી જોઈએ કે જે વપરાશકર્તાઓને તે સંબોધવામાં આવે છે તેમને તે સમજી

શકાય તેવું હોય. સંક્ષિપ્તતા, સુસંગતતા અને ચોક્કસાઈ સાથે તકનીકી સામગ્રીની ચોક્કસાઈ અને અધિકૃતતા એ સારા તકનીકી ડાયજેસ્ટ માટે સામાન્ય રીતે અપેક્ષિત ગુણો છે.

11.11.4.1 પ્રસ્તુતિ (Presentation)

અસરકારક રજૂઆત માટે નીચેના માર્ગદર્શિકાઓનું અવલોકન કરવું જરૂરી છે:

- લેખનની શૈલી સરળ અને વપરાશકર્તા-કેન્દ્રિત હોવી જોઈએ;
- ડાયજેસ્ટમાં નોંધાયેલ ડેટા અને તથ્યોની ચોક્કસાઈ નિંદાથી ઉપર હોવી જોઈએ;
- ટેકનિકલ જાગૃતિનો ઉપયોગ કરવાની જરૂર છે જ્યાં તે એકદમ જરૂરી છે;
- ડાયજેસ્ટમાં વપરાતા ટેકનિકલ શબ્દોને સમજાવવાની જરૂર છે; અને
- ડાયજેસ્ટની ઉપયોગિતાને વધારવા માટે કોષ્ટકો, આલેખ અને આકૃતિઓ પ્રદાન કરવી આવશ્યક છે.

11.11.4.2 સામગ્રી (Content)

ડાયજેસ્ટની સામગ્રીમાં નીચેની માહિતી શામેલ હોવી જોઈએ:

- નવું ઉત્પાદન અથવા પ્રક્રિયા પહેલેથી અસ્તિત્વમાં છે તેના કરતાં કેવી રીતે વધુ સારી છે?
- ઉત્પાદનમાં કોઈ નવી સામગ્રીનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે કે કેમ, જો એમ હોય તો, વ્યવસાયિક ઉપયોગ માટે તેની ઉપલબ્ધતા કેવી રીતે સુનિશ્ચિત કરી શકાય?
- સામગ્રી, નાણાં અને માનવશક્તિના સંદર્ભમાં નવી ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરીને જે લાભો પ્રાપ્ત થાય છે.

શું નવી ટેકનોલોજી નવા સાધનોના ઉપયોગની કલ્પના કરે છે. જો એમ હોય તો, આવા સાધનોનું વર્ણન અને ઉપલબ્ધતા સુનિશ્ચિત થઈ શકે છે

11.11.4.3 લેઆઉટ (Layout)

સામગ્રીની ગુણવત્તા ઉપરાંત, ડાયજેસ્ટનું લેઆઉટ તેના અસરકારક ઉપયોગ માટે ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે. તેથી, આ સંદર્ભ અવલોકન કરવા યોગ્ય મુદ્દાઓ છે:

- ડાયજેસ્ટનું શીર્ષક માત્ર તેના વિષયવસ્તુની તુલનામાં યોગ્ય હોવું જોઈએ નહીં પરંતુ આકર્ષક હોવું જોઈએ;
- ડાયજેસ્ટ એ ક્રિયાના આરંભકર્તા એટલે કે મેનેજરને લલચાવવા જોઈએ;
- તેણે નોંધાયેલ વિચાર કેવી રીતે વધુ અસરકારક રહેશે તેના પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું જોઈએ અને કોઈ અનિશ્ચિત શરતોમાં તેના મૂલ્ય પર ભાર મૂકવો જોઈએ, જેથી તે તરત જ મેનેજરની કલ્પનાને પકડી શકે; અને
- એ નોંધવું અગત્યનું છે કે ટૂંકા ડાયજેસ્ટ હંમેશા તેના ઉપયોગની સંભાવનાને વધારે છે.

છેલ્લે, તે ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ છે કે તે સ્ત્રોતોના સંદર્ભો કે જ્યાંથી ડાયજેસ્ટમાં સમાવિષ્ટ માહિતીનો સંગ્રહ કરવામાં આવ્યો છે તેનો ઉલ્લેખ ગ્રંથસૂચિના રૂપમાં થવો જોઈએ. આ ચોક્કસપણે ડાયજેસ્ટ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવેલ માહિતીની અધિકૃતતા અને વિશ્વસનીયતાની ચકાસણી માટે એક પદ્ધતિ પ્રદાન કરે છે. ઉદાહરણ તરીકે, TIDEE-TERI ઊર્જા અને પર્યાવરણ પર માહિતી ડાયજેસ્ટ TERI દ્વારા ત્રિમાસિક પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. દરેક અંકમાં ઊર્જા સ્થાનિક અને વૈશ્વિક પર્યાવરણ અને ટકાઉ વિકાસના ક્ષેત્રોમાં થોડા લેખો, લગભગ 250 ડાયજેસ્ટ, થોડા સમાચાર સંક્ષિપ્ત અને વેબસાઈટ્સના ડાયજેસ્ટ, પરિષદોની જાહેરાતો, પેટન્ટ્સ, ધોરણો, સરકારી સૂચનાઓ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. (<http://www.teriin.org/>)

■ તમારી જાતે ચકાશો:

- નોંધ: i) તમારો જવાબો નીચે આપેલ જગ્યામાં લખો.
- ii) આ એકમના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.
- 6) ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ અને ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ વચ્ચે તફાવત કરો.

- 7) ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટમાં ડિઝાઇન અને લેઆઉટનું મહત્વ સમજાવો.

11.12 માહિતી ઉત્પાદનોનો ગેરલાભ

માહિતી ઉત્પાદનોનો મુખ્ય ગેરલાભ તેના માનવામાં આવતા મૂલ્યમાં રહેલો છે બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો ગ્રાહક તેને ખરીદે તે પહેલાં તેને શું લાગે છે તે મૂલ્યવાન છે. જો તે એક વાસ્તવિક પુસ્તક છે. તો તે/તેણી જાણે છે કે જો તે સારું ન હોત તો તે કદાચ પ્રકાશિત ન થાય. તે/તેણી જાણે છે કે તેની જોડણી-તપાસ કરવામાં આવી છે. ઈ-બુક સાથે, આ ખાતરીઓ ત્યાં નથી. કોઈપણ ઈ-બુકને એકસાથે સ્લેપ કરી શકે છે અને તેને વેચાણ માટે ઓફર કરી શકે છે.

તેણી/તેણીની હાર્ડ ડાઇવ પરનો કેટલોક ડેટા પણ છે - તેના હાથમાં પુસ્તક નથી. લોકો ફક્ત તેઓ ખરીદેલી વસ્તુઓને પકડી રાખવાનું પસંદ કરે છે. ઘણા લોકો સારું લાગે તે માટે ખરીદી કરે છે. માહિતી ઉત્પાદનોના કથિત મૂલ્યમાં ઉમેરવાની કેટલીક અસરકારક રીતો છે. તમે ખુશ ગ્રાહકો તરફથી પ્રશંસાપત્રો બતાવીને, ભાગ 2 અને 3 વૈચાણ માટે ઓફર કરતી વખતે, સંપૂર્ણ મની-બેક ગેરંટી વગેરે ઓફર કરીને ભાગ 1 ના મફત ડાઉનલોડની ઓફર કરીને તમારા સંભવિત ગ્રાહકને આશ્વાસન આપી શકો છો. તમે કિંમત વધારીને માહિતી

ઉત્પાદનોના માનવામાં આવતા મૂલ્યમાં પણ ઉમેરી શકો છો. દરેક ઉત્પાદનમાં ભાવ પ્રતિકારનું સ્તર હોય છે. આદર્શ એ છે કે પ્રયોગ કરીને તમારું શોધી કાઢો અને પછી તે ચિહ્નની નીચે સેટ કરો. ઓછી કિંમત નક્કી કરવાની ભૂલ કરશો નહીં કારણ કે ઉત્પાદન ખર્ચ શૂન્ય છે. તે જે લાભ આપે છે તે મુજબ તેની કિંમત કરો.

11.13 સારાંશ

માહિતી આયોજન અને સંચાલન ઘણા વ્યવસાયિક ઉપયોગના કેસોમાં લાગુ કરી શકાય છે, જેમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે:

- ડેટા કોન્સોલિડેશન, ફાઇલ રિપોર્ટિંગ, સ્ટોરેજ ઓપ્ટિમાઇઝેશન અને બેકઅપ શોધ અને પુનઃપ્રાપ્તિ.
- માહિતી વ્યવસ્થાપન પ્રવૃત્તિઓની વિશાળ શ્રેણીને આવરી લે છે.
- માહિતી-આધારિત સંસાધનોનું સંચાલન હવે ઉદ્યોગ અને સરકારમાં નાણાંકીય અને માનવ સંસાધનોના સંચાલન જેટલું જ મહત્વપૂર્ણ તરીકે ઓળખાય છે.
- માહિતી અને માહિતી પ્રૌદ્યોગિકી માટેનું આયોજન ખાતરી આપે છે કે માહિતી પ્રણાલીઓ ભવિષ્યની ઓપરેશનલ જરૂરિયાતોને પૂરી કરશે.
- કોઈપણ સક્રિય સંચાલન વ્યૂહરચના માટે માહિતી એ મહત્વપૂર્ણ ઇનપુટ છે

એકમ માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓની સમજૂતી સાથે શરૂ થાય છે અને તે હકીકતને નિર્દેશ કરે છે કે વિષય નિષ્ણાતો અને માહિતી નિષ્ણાતો વચ્ચે વપરાશકર્તા અભિગમ અને સહકાર તેમની સફળ કામગીરી માટે જરૂરી પૂર્વ-જરૂરીયાતો અથવા મૂળભૂત આવશ્યકતાઓ તરીકે. ત્યારબાદ IAC ઉત્પાદનોની વિવિધ શ્રેણીઓનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો છે. એ વાત પર ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે કે તમામ માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિની દિશા અને વિષયવસ્તુની ચાવી એ વપરાશકર્તાઓ છે અને તેથી, ઉત્પાદનો અને સેવાઓ અત્યંત વપરાશકર્તા-કેન્દ્રિત હોવી જોઈએ. એવું કહેવામાં આવે છે કે માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો એક આંખ દ્વારા વપરાશકર્તા પર અને બીજી સાથે વિષય પર શ્રેષ્ઠ ઉપલબ્ધ માહિતી પર નિર્ધારિત કરવામાં આવે છે.

કેટલાક મહત્વપૂર્ણ IAC ઉત્પાદનો, તેમની જરૂરિયાત, લાક્ષણિકતાઓ, કાર્યો અને આ ઉત્પાદનોની તૈયારીમાં સામેલ પ્રક્રિયાઓ વિશે તમને ચર્ચા કરવાનો અને સમજાવવાનો પ્રયાસ કરવામાં આવ્યો છે. યુનિટે આ ઉત્પાદનોના મૂલ્યાંકન પર પણ વિચાર કર્યો જેથી કરીને તેઓ લક્ષ્ય પ્રેક્ષકોની જરૂરિયાતોને અસરકારક રીતે પૂરી કરી શકે.

11.14 તમારી જાતે ચકાસોના જવાબો

(1) ઇન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી અને ઇન્ફર્મેશન હોલ્ડિંગ વચ્ચેના જોડાણો ટૂંક માં દર્શાવો.

ઇન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી અને ઇન્ફર્મેશન હોલ્ડિંગ વચ્ચેના જોડાણો માત્ર એટલી હદે જ સ્થાપિત કરવા જોઈએ કે તે ઉપયોગી અને અર્થપૂર્ણ હોય. ધ્યાનમાં લેવાના કેટલાક જોડાણોમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે:

- મુખ્ય ઓફિસ ઓટોમેશન સિસ્ટમ્સમાં માહિતીને વ્યવસ્થિત કરવી અને સંગ્રહિત કરવી જેથી કરીને તે ઉપયોગી સ્વરૂપમાં ઝડપથી પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકાય અને માહિતીની અખંડિતતા અને ટકાઉપણું સુનિશ્ચિત કરવા માટે યોગ્ય ધોરણોનું પાલન કરવું;
- સમીક્ષા હેતુઓ અને કાગળના બોજની અસરોની વિચારણા માટે જનતા પાસેથી માહિતીના મુખ્ય નવા સંગ્રહોની ઓળખ કરવી;
- ખર્ચ રેટ્રો-ફિટ્સને રોકવા માટે માહિતી પ્રણાલીઓની ડિઝાઇનમાં માહિતીના ઉપયોગ અને જાહેરાત (ઉદાહરણ તરીકે, ગોપનીયતા અને સુરક્ષા અંગેની ચિંતાઓને દૂર કરવા) પરના પ્રતિબંધો સહિત;
- ઉદાહરણ તરીકે, ડેટાબેઝ મેનેજમેન્ટ સિસ્ટમ્સ અને ઓફિસ કમ્યુનિકેશન સિસ્ટમ્સની ડિઝાઇનમાં માહિતીનો બહોળો સંભવિત ઉપયોગ (અર્થતંત્ર, કાર્યક્ષમતા અને પ્રતિભાવ બોજ ઘટાડવા માટે) સુનિશ્ચિત કરવા માટે આવશ્યકતાઓનો સમાવેશ કરવો;
- માહિતી પ્રણાલીઓની રચનામાં જાળવણી અને નિકાલના ધોરણો સહિત
- ટ્રેઝરી બોર્ડ મેનેજમેન્ટ ઓફ ગવર્નમેન્ટ ઇન્ફર્મેશન હોડિંગ્સ પોલિસીમાં ઘણી જરૂરિયાતોને અમલમાં મૂકવા માટે ટેકનોલોજી લાગુ કરવી; અને
- વધુ અસરકારકતા માટે સ્વંચાલિત, સરકારી માહિતીની ઇન્વેન્ટરીને સ્વચાલિત કરવી.

(2) સ્પેશિયલ-હેતુ એપ્લિકેશન્સની સરખામણી માં ફાયદા એન્ડ ગેરફાયદા જણાવો.

ફાયદા

ERP (એન્ટરપ્રાઇઝ રિસોર્સ પ્લાનિંગ)નો મૂળભૂત ફાયદો એ છે કે અસંખ્ય પ્રક્રિયાઓને એકીકૃત કરવાથી જે વ્યવસાયો ચાલે છે તે સમય અને ખર્ચ બચાવે છે. નિર્ણયો વધુ ઝડપથી અને ઓછી ભૂલો સાથે લઈ શકાય છે. માહિતી સમગ્ર સંસ્થામાં દૃશ્યમાન બને છે. આ એકીકરણથી લાભ મેળવતા કાર્યોમાં સમાવેશ થાય છે

- વેચાણની આગાહી, જે ઇન્વેન્ટરી ઓપ્ટિમાઇઝેશનને મંજૂરી આપે છે
- ઓર્ડર ટ્રેકિંગ, સ્વીકૃતિથી લઈને પરિપૂર્ણતા સુધી
- આવક ટ્રેકિંગ, રોકડ રસીદ દ્વારા ઇન્વોઇસથી
- મેચિંગ ખરીદી ઓર્ડર્સ (શું ઓર્ડર કરવામાં આવ્યું હતું), ઇન્વેન્ટરી રસીદો (શું આવ્યું), અને કિંમત (વિકેતાએ શું ઇનવોઇસ કર્યું)

ERP સિસ્ટમ્સ બિઝનેસ ડેટાને કેન્દ્રિય બનાવે છે, જે નીચેના લાભો લાવે છે:

- તેઓ ફાઇનાન્સ, માર્કેટિંગ અને વેચાણ, માનવ સંસાધન અને મેન્યુકેક્યરિંગ એપ્લિકેશન્સની બહુવિધ સિસ્ટમ્સ એકત્રીકરણ વચ્ચેના ફેરફારોને સુમેળ કરવાની જરૂરિયાતને દૂર કરે છે.
- તેઓ પ્રમાણભૂત ઉત્પાદન નામકરણ/કોડિંગને સક્ષમ કરે છે.
- તેઓ એક વ્યાપક એન્ટરપ્રાઇઝ વ્યુ પ્રદાન કરે છે (કોઈ “માહિતીના ટાપુઓ” નથી). તેઓ યોગ્ય નિર્ણયો લેવા માટે ગમે ત્યાં, કોઈપણ સમયે મેનેજમેન્ટને વાસ્તવિક સમયની

માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવે છે.

- તેઓ એક જ માળખામાં બહુવિધ સુરક્ષા પ્રણાલીઓને એકીકૃત કરીને સંવેદનશીલ ડેટાને સુરક્ષિત કરે છે

ગેરફાયદા

- કસ્ટમાઇઝેશન સમસ્યારૂપ છે.
- ERP સિસ્ટમને ફિટ કરવા માટે રિ-એન્જિનિયરિંગ બિઝનેસ પ્રક્રિયાઓ સ્પર્ધાત્મકતાને નુકસાન પહોંચાડી શકે છે અને/અથવા અન્ય મહત્વપૂર્ણ પ્રવૃત્તિઓમાંથી ધ્યાન હટાવી શકે છે.
- ERP ઓછા સંકલિત અને/અથવા ઓછા વ્યાપક ઉકેલો કરતાં વધુ ખર્ચ કરી શકે છે.
- ઉચ્ચ સ્વિચિંગ ખર્ચ આધાર, જાળવણી અને અપગ્રેડ ખર્ચની તુલનામાં વિકેતાની વાટાઘાટ કરવાની શક્તિમાં વધારો કરે છે.
- વિભાગો વચ્ચે સંવેદનશીલ માહિતીની વહેંચણીના પ્રતિકારને દૂર કરવાથી મેનેજમેન્ટનું ધ્યાન બીજી તરફ વળી શકે છે.
- ખરેખર સ્વતંત્ર વ્યવસાયોનું એકીકરણ બિનજરૂરી અવલંબન બનાવી શકે છે.
- વ્યાપક તાલીમ જરૂરિયાતો દૈનિક કામગીરીમાંથી સંસાધનો લે છે

(3) સમીક્ષાઓનું મૂલ્યાંકન કરવા માટેના ચોક્કસ માપદંડોની સંક્ષિપ્તમાં ચર્ચા કરો.

મૂલ્યાંકન આંતરિક ગુણવત્તા, માન્યતા અને વિશ્વસનીયતા અથવા બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, માહિતી સ્ત્રોતોની ગુણવત્તાના નિર્ધારણ સાથે સંબંધિત છે જે આખરે એકીકૃત થશે. કમનસીબે, માહિતીની ગુણવત્તાને માપવા માટે કોઈ ઉદ્દેશ્ય માપદંડો નથી.

માહિતી સ્ત્રોતોના મૂલ્યાંકન માટે ધ્યાનમાં લેવામાં આવતા વધારાના માપદંડોની નીચે ચર્ચા કરવામાં આવી છે

- સંપૂર્ણતા (Completeness): તે ડિગ્રીનો ઉલ્લેખ કરે છે જેમાં વિષય અને સાહિત્ય બંનેને આવરી લેવામાં આવ્યા હતા; આંતરદૃષ્ટિની ડિગ્રી દર્શાવેલ વિલ છે.
- પરિપ્રેક્ષ્ય (Perspective): દિશા, હેતુ, અભિગમ, આપેલ વિષય અને આપેલ વપરાશકર્તા જૂથ બંનેના સંબંધમાં યોગ્યતાની ડિગ્રીનો અર્થ થાય છે.
- વિશ્લેષણ (Analysis): વિશ્લેષણની સંપૂર્ણતા, ઊંડાઈ અને પહોળાઈનો સંદર્ભ આપે છે; વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતીના સંકલનની ડિગ્રી, વિશ્લેષણમાં લાગુ મૂલ્યાંકનની ડિગ્રી.
- સંશ્લેષણ (Synthesis): એટલે દોરેલા કોમ્પેક્ટનેસ-સંબંધોની ડિગ્રી; અગાઉની માહિતી અને સાહિત્યના સ્થાનાંતરણની હદ, સંદર્ભોની શક્તિ; સંબંધિત વિષયોમાંથી ચિત્રની ડિગ્રી, સંશ્લેષણમાં લાગુ મૂલ્યાંકનની ડિગ્રી.

મૂલ્યવર્ધિત (Value-added): ઉભરતી વિશેષતાઓની ઓળખ; નવી પૂર્વ વારણાઓ અથવા સિદ્ધાંતોનો પરિચય, ભાવિ કાર્ય માટે સૂચનો (સંશોધન, વ્યવહારમાં અનુવાદ, વગેરે).

- ઉપયોગિતા (Utility): એક હદ સુધી કે સમીક્ષા બહુવિધ કાર્યો કરે છે અને માત્ર એક અથવા બે કાર્યો જ નહીં.

(4) સ્ટેટ-ઓફ-ધ-આર્ટ રિપોર્ટ શબ્દ દ્વારા તમે શું સમજો છો? આવા અહેવાલો ક્યારે ઉપયોગમાં લેવાય છે?

અદ્યતન અહેવાલો એ સમીક્ષાઓનો એક પ્રકાર છે જેમાં સર્વગ્રાહી અવકાશ અને અદ્યતનતા હોતી નથી. આવા અહેવાલોનો મુખ્ય હેતુ તેમના ગ્રાહકો સુધી પહોંચે ત્યારે ખૂબ જ તાજેતરની પરિસ્થિતિનું વર્ણન કરવાનો છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, અત્યાધુનિક અહેવાલો પરંપરાગત પ્રકારની સમીક્ષાઓ કરતાં સમયસર હોય છે. તાજેતરના અદ્યતન અહેવાલો ઘણીવાર અનૌપચારિક અહેવાલો તરીકે પ્રકાશિત થાય છે અને વપરાશકર્તાઓના ચોક્કસ જૂથ માટે માંગ લક્ષી તૈયાર કરવામાં આવે છે. આ પ્રકારના અહેવાલો ખૂબ જ ઝડપથી અપ્રચલિત થવાનું વલણ ધરાવે છે. આ પ્રકાશનો સામાન્ય રીતે કિંમતી હોય છે. અત્યાધુનિક અહેવાલનો ઉપયોગ મોટાભાગે ટેકનોલોજીકલ વિષયો અને વેપાર અને વાણિજ્યના સંબંધમાં થાય છે. આ સામાન્ય રીતે ત્રણ પ્રકારના હોય છે:

- અત્યાધુનિક અહેવાલો,
- બજાર અહેવાલો, અને
- આંકડાકીય સંયોજનો.

(5) હેન્ડબુકના પ્રકારો અને તેમની ઉપયોગિતાનું સંક્ષિપ્તમાં વર્ણન કરો.

હેન્ડબુક એ નિર્ણાયક ડેટા (રાસાયણિક બંધારણો, ગાણિતિક સૂત્રો વગેરે સહિત) અને/અથવા સ્વીકૃત અને પરીક્ષણ પ્રક્રિયાઓ, તકનીકો, પ્રક્રિયાઓ અને ધોરણો માટેની માર્ગદર્શિકા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરતી સમીક્ષા છે. તેઓ લોકપ્રિય અને વ્યાપકપણે ઉપયોગમાં લેવાય છે, ખાસ કરીને વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીમાં. હેન્ડબુકના વિવિધ પ્રકારો છે. મુખ્ય છે:

- i) નિર્ણાયક ડેટા અને સૂત્રોનું સંકલન:
- ii) સ્વીકૃત, પરીક્ષણ અને/અથવા ભલામણ કરેલ પ્રક્રિયાઓ અને પ્રક્રિયાઓ માટેની માર્ગદર્શિકા. આમાં સ્ટેપ-બાય-સ્ટેપ પેમ્પલેટથી લઈને પુસ્તકો અને માર્ગદર્શિકાઓ કેવી રીતે કરવી તે છે; અને
- iii) ધોરણો: આ પ્રકાર કોષ્ટકોથી લઈને વર્ણનો અને સુમેળને પ્રોત્સાહન આપવાના હેતુથી ચર્ચાઓ સુધીનો હોઈ શકે છે. મોટા ભાગના કિસ્સાઓમાં હેન્ડબુકનું ઉત્પાદન સતત કામગીરી છે.

(6) ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ અને ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ વચ્ચે તફાવત કરો.

ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ વર્તમાન સંશોધન પેટર્નની સાથે વિષય ક્ષેત્રમાં તાજેતરના વિકાસની વ્યવસ્થિત સમીક્ષા પ્રદાન કરે છે. ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સનો મુખ્ય ઉદ્દેશ ચોક્કસ સમયગાળા દરમિયાન પ્રકાશિત થયેલા વિષય પરના સાહિત્યના વિવેચનાત્મક વિશ્લેષણના આધારે ચોક્કસ ક્ષેત્રમાં સંશોધનના મુખ્ય પ્રવાહોને સંક્ષિપ્તમાં કેપ્ચર કરવાનો છે. સમીક્ષા હેઠળનો સમયગાળો બે થી પાંચ વર્ષ સુધી બદલાઈ શકે છે. વલણ અહેવાલો નિર્ણય લેનારાઓ માટે ઉપયોગી છે અને સંશોધન કાર્યકરોને તેમના સમયના ઉત્પાદક ઉપયોગ અને તેમની સંશોધન ક્ષમતાના સંરક્ષણમાં મદદ કરે છે.

બીજા બાજુ, ડાયજેસ્ટ એ લેખિત કૃતિનું વ્યવસ્થિત ઘનીકરણ છે, જે ઘણીવાર મૂળ કૃતિના લેખક સિવાયના અન્ય વ્યક્તિ દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. સામાન્ય રીતે, તે સારાંશ કરતાં મોટું હોય છે અને કેટલીકવાર ઝડપી સંદર્ભની સુવિધા માટે હેડિંગ અને પેટા-મથાળાઓ સાથે હોય છે. કોઈ ચોક્કસ વિષય પર વિનંતી પર ડાયજેસ્ટ તૈયાર કરી શકાય છે અથવા તે નિયમિત અંતરાલે અથવા માંગની અપેક્ષાએ વારંવાર પ્રકાશિત થઈ શકે છે. ડાયજેસ્ટ શબ્દનો સમાનાર્થી ઉપયોગ કમ્પેન્ડિયમ અને/અથવા એપિટોમ સાથે થાય છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ડાયજેસ્ટ એ વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી ભેગી કરેલી માહિતીનું સંકલન છે, વ્યવસ્થિત રીતે અને પદ્ધતિસરની રીતે ગોઠવાયેલ, હેડિંગ અને પેટા-મથાળાઓ હેઠળ વર્ગીકૃત કરવામાં આવી છે. સામાન્ય રીતે, તકનીકી ડાયજેસ્ટનો વિષય અવકાશ વૈજ્ઞાનિક અથવા તકનીકી છે. તકનીકી ડાયજેસ્ટ તૈયારીમાં ઘનીકરણ પ્રક્રિયાનો સમાવેશ થાય છે અને તે ચોક્કસ વપરાશકર્તા જૂથ તરફ નિર્દેશિત થાય છે. ઉદ્યોગમાં કામદારોના નીચેના સ્તરોને ધ્યાનમાં રાખીને ડાયજેસ્ટના વિવિધ સ્તરો તૈયાર કરવામાં આવે છે: ટોચનું સંચાલન, મધ્યમ અથવા સુપરવાઈઝરી મેનેજમેન્ટ અને ઓપરેટર સ્તરના કર્મચારીઓ.

(7) ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટમાં ડિઝાઈન અને લેઆઉટનું મહત્વ સમજાવો.

અસરકારક સંદેશાવ્યવહાર એ એક મહત્વપૂર્ણ પરિબળ છે જે ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ તૈયાર કરતી વખતે ધ્યાનમાં રાખવામાં આવે છે. તકનીકી ડાયજેસ્ટની સામગ્રી આકર્ષક હોવી જોઈએ, પરંતુ સંદર્ભમાં વિષયના તકનીકી મૂલ્યને બલિદાન આપ્યા વિના. સામગ્રીની રજૂઆત બુદ્ધિગમ્ય અને ઉપયોગી હોવી જોઈએ અને જેમના માટે ડાયજેસ્ટ તૈયાર કરવામાં આવે છે તેમના માટે. અસરકારક પ્રેઝન્ટેશન અને લેઆઉટ માટે સ્કીમ તૈયાર કરવા માટે નીચેની દિશાનિર્દેશોને ધ્યાનમાં રાખવાની જરૂર છે.

● સમાવિષ્ટ (Contents)

- નવી પ્રોડક્ટ અથવા પ્રક્રિયા હાલની પ્રોડક્ટ્સ કરતાં કેવી રીતે સારી છે તેનો ખાસ સમાવેશ કરવો જોઈએ.
- શું વપરાયેલી સામગ્રી સંપૂર્ણપણે નવી છે અથવા તેનો ઉપયોગ નવી રીતે થાય છે?
- જો નવી સામગ્રીનો ઉપયોગ કરવામાં આવે, તો વ્યવસાયિક ઉપયોગ માટે ઉપલબ્ધતા વિશે શું?
- શું તેમાં નવા સાધનોનો સમાવેશ થાય છે? જો એમ હોય તો, શું તે સહેલાઈથી ઉપલબ્ધ છે અથવા સ્થાનિક રીતે બનાવી શકાય છે?

● લેઆઉટને લગતા પરિબળો ધ્યાનમાં રાખવા જોઈએ

સમાવિષ્ટો ઉપરાંત, ડાયજેસ્ટની અસરકારકતા માટે લેઆઉટ મહત્વપૂર્ણ છે. અન્ય પાસાઓ ઉપરાંત, ખાસ કરીને લેઆઉટના સંદર્ભમાં ધ્યાનમાં લેવાના મુદ્દાઓ છે:

- શીર્ષક ધરપકડ, વર્ણનાત્મક અને ઉત્પાદકતા એપ્લિકેશન પર ભાર મૂકે તેવું હોવું જોઈએ;
- ટેક્સ્ટ ટૂંકી હોવો જોઈએ અને 3 થી 4 ટાઈપ કરેલા પૃષ્ઠોથી વધુ ન હોવી જોઈએ;

- iii) સ્ત્રોતોના સંદર્ભો, જેમાંથી ડાયજેસ્ટમાં સમાવિષ્ટ માહિતી બહાર કાઢવામાં આવી છે, તેનો સંપૂર્ણ ગ્રંથસૂચિ વિગતો સાથે સ્પષ્ટપણે ઉલ્લેખ કરવો જોઈએ. આ વપરાશકર્તાઓને જરૂરિયાતના કિસ્સામાં સ્ત્રોતોનો સંપર્ક કરવામાં મદદ કરશે; અને
- iv) કોષ્ટકો, આલેખ વગેરે સ્પષ્ટ રીતે દોરેલા હોવા જોઈએ અને યોગ્ય સ્થાનો પર સ્થિત હોવા જોઈએ. આનાથી ડાયજેસ્ટનું મૂલ્ય અને ઉપયોગિતા વધશે.

11.15 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. Information Consolidation નો મુખ્ય હેતુ શું છે?
 - A) માહિતી એકત્ર કરવી
 - B) માહિતીનું વિશ્લેષણ અને પુનઃપ્રસ્તુતિ
 - C) માહિતી કાઢી નાખવી
 - D) માહિતી સંગ્રહ કરવી
2. ERP નો મુખ્ય ફાયદો શું છે?
 - A) ખર્ચ વધારવો
 - B) માહિતી અલગ રાખવી
 - C) પ્રક્રિયાઓને એકીકૃત કરવી
 - D) ડેટા ડિલીટ કરવો
3. Trend Report શું દર્શાવે છે?
 - A) ભૂતકાળની માહિતી
 - B) વર્તમાન વિકાસની દિશા
 - C) ફક્ત આંકડા
 - D) ફક્ત નીતિ
4. Technical Digest નો ઉપયોગ કોણ માટે થાય છે?
 - A) વિદ્યાર્થી
 - B) સામાન્ય લોકો
 - C) ટેકનિકલ કર્મચારીઓ
 - D) ખેડૂત
5. Information Analysis શું છે?
 - A) માહિતી સંગ્રહ
 - B) માહિતીનું મૂલ્યાંકન
 - C) માહિતીનો નાશ
 - D) માહિતીનું પ્રકાશન
6. નીચેમાંથી કયું Information Product છે?
 - A) પુસ્તક
 - B) રિપોર્ટ
 - C) હેન્ડબુક
 - D) ઉપરના બધા
7. ERP નો એક ગેરફાયદો શું છે?
 - A) સમય બચાવે
 - B) ખર્ચ વધારી શકે
 - C) માહિતી વહેંચે
 - D) નિર્ણય ઝડપી કરે

8. Statistical Review શું આપે છે?

- A) વાર્તા B) આંકડાકીય માહિતી C) કવિતા D) નવલકથા

9. Information Management Planning નો હેતુ શું છે?

- A) માહિતી નષ્ટ કરવી B) ભવિષ્યની જરૂરિયાત પૂરી કરવી
C) ફક્ત સંગ્રહ D) ખર્ચ વધારવો

10. Handbook નો ઉપયોગ શું માટે થાય છે?

- A) મનોરંજન B) માર્ગદર્શન અને માહિતી
C) રમતો D) સમાચાર

જવાબ :

જવાબ 1: B) માહિતીનું વિશ્લેષણ અને પુનઃપ્રસ્તુતિ

જવાબ 2: C) પ્રક્રિયાઓને એકીકૃત કરવી

જવાબ 3: B) વર્તમાન વિકાસની દિશા

જવાબ 4: C) ટેકનિકલ કર્મચારીઓ

જવાબ 5: B) માહિતીનું મૂલ્યાંકન

જવાબ 6: D) ઉપરોક્ત બધા

જવાબ 7: B) ખર્ચ વધારી શકે

જવાબ 8: B) આંકડાકીય માહિતી

જવાબ 9: B) ભવિષ્યની જરૂરિયાત પૂરી કરવી

જવાબ 10: B) માર્ગદર્શન અને માહિતી

11.16 ચાવીરૂપ શબ્દો

માહિતી (Information): કોઈપણ સક્રિય સંચાલન વ્યૂહરચના માટે મહત્વપૂર્ણ ઇનપુટ છે.

માહિતી પૃથ્થકરણ (Information Analysis): તે નક્કી કરી શકે છે કે માહિતી ઉપરની બાજુએ, નીચેની બાજુએ અથવા બંને પર મૂલ્યવાન છે.

ટાંકવું (Citation): સંદર્ભ આપવો, સાઈટેશન આપવું

કોમ્પેન્ડિયમ (Compendium): મોટા કામના મુખ્ય મુદ્દાઓનો ટૂંકો સારાંશ.

ડાયજેસ્ટ (Digest): માહિતીના વર્ણનાત્મક ટેક્સ્ટનું ધનીકરણ અને સંક્ષેપ્તમાં મુખ્ય વિચારોની વ્યવસ્થિત રજૂઆત.

એપિટોમ (Epitome): કોઈપણ સાહિત્યિક અથવા વૈજ્ઞાનિક અથવા તકનીકી કાર્યનું સંક્ષિપ્ત એકાઉન્ટ તેમાં દસ્તાવેજના ફક્ત સૌથી મહત્વપૂર્ણ મુદ્દાઓ શામેલ છે.

બજાર અહેવાલો (Market Report): આ અહેવાલો સામાન્ય રીતે ઉદ્યોગ અથવા બજારની સ્થિતિને તેના અસ્તિત્વ, નાણાકીય શક્તિ, આર્થિક નફાકારકતા, વૃદ્ધિની લાક્ષણિકતાઓ વગેરેના સંદર્ભમાં રજૂ કરે છે.

અદ્યતન અહેવાલો (State-of-the-art Reports): આ એક પ્રકારની સમીક્ષાઓ છે, જેમાં તમામ આવરી લેતો અવકાશ અને એતિહાસિક અભિગમ નથી. ઔપચારિક પ્રસ્તુતિમાં વિશ્લેષણ, સંશ્લેષણ, એકીકરણ, નિષ્કર્ષણ અને મૂલ્યાંકનની કામગીરીને આધિન વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી એકત્રિત કરવામાં આવેલી આ વર્તમાન માહિતી. તેઓ તાજેતરની અને અદ્યતનતા પર ભાર મૂકે છે.

આંકડાકીય સમીક્ષાઓ (Statistical Reviews): સેવાઓનો આ વર્ગ તકનીકી, બજાર, વસ્તી વિષયક, વૈજ્ઞાનિક અને અન્ય ક્ષેત્રોની વિશાળ વિવિધતામાં આંકડાકીય જોડાણો રજૂ કરે છે. આ ખાસ કરીને વલણો પર નિર્ભરતા દર્શાવવા માટે બનાવવામાં આવે છે અને મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે. આનો ઉપયોગ નિર્ણય લેનારાઓની સંક્ષિપ્ત માહિતી માટે થાય છે.

ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ (Technical Digest): ઉદ્યોગોમાં કામ કરતા અધિકારીઓ, એન્જિનિયરો, ટેકનિકલ કામદારો વગેરેને સક્ષમ કરવા માટે નિર્દેશિત ડાયજેસ્ટ સેવા. તેનો ઉદ્દેશ અદ્યતન માહિતી પ્રદાન કરવાનો છે.

ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ (Trend Report): તે વિષયમાં વર્તમાન વિકાસ પર સાહિત્યની સમીક્ષાના આધારે વિષયમાં સંશોધનની સામાન્ય દિશાનો હિસાબ આપે છે.

11.17 સંદર્ભો અને વધુ વાંચન

Saracevic, T and Wood JS: Consolidation of information: A Handbook of evaluation, Restructuring and Repackaging of Scientific and technical Information, Paris: UNESCO, 1981.

Seetharama, S. Information consolidation and Repackaging, New Delhi. ESS ESS 1997. Atherton, P. Handbook of information systems and services. Paris: UNESCO, 1977.

Asundi, A.Y. "Technical Digests". MLIS-04, Unit-11. New Delhi: IGNOU, 1994. Print.

Lovely Professional University, Punjab. Information Analysis, Repackaging and Consolidation DLIS402. Laxmi Publications, New Delhi, 2012.

Borowick, J. N. Technical Communications and its Applications. 2nd ed. New Jersey, Ohio: Prentice Hall, 1996. Print.

DRTC. "Digests for Management: Selection and Presentation of Ideas". Seminar on Information Service for Business and Industry. n.p.:n.p., 1974: File 5, 63- 105. Print.

Guha, B. Documentation and Information - Services, Techniques and Systems. 2nd ed. Calcutta: World Press, 1983. Print.

Kaye, David. Information and Business: An Introduction. London: Library Association Publishing, 1991. Print.

Orna, Liz. "Information Design and Information Services: What Information Professionals Should Know about Design, in order to Deliver Value-Added Information Products". ASLIB Proceedings 44.9(1992): 305-308. Print.

Saracevic, T. A Course in Information Consolidation: A Handbook for Education and Training in Analysis, Synthesis and Repackaging of Information. Paris: UNESCO, 1986. Print.

"Process and Problems in Information Consolidation". Information Processing and Management 22.1 (1986): 45-60. Print.

Sastri, K. Chandrasekhara. "Preparation of Trend Report with Particular Reference to DRTC Training". Library Science with Slant to Documentation 7.4(1970): 365-72. Print.

Seetharama, S. Information Consolidation and Repackaging - Framework, Methodology and Planning. New Delhi: ESS ESS Publications, 1997. Print.

Subramanyam, K. "Review Literature". Encyclopaedia of Library and Information Science. Vol 26. NY: Marcel Dekker, Inc., 1979. 461-74. Print.

Waite, R. "Making Information Easy to Use: A Summary of Research". Proceedings of the 29th International Communication Conference, 5-8, May 1982. Boston, M.A.: n.p., 1982. Print.

Weinberg, A. M. Science, Government, and Information: Report of the Science Advisory Committee. Washington, D. C.: U.S. Govt. Printing Office, 1963. Print.

Woodward, A. M. "Review Literature: Characteristics, Sources and Output in 1972". Aslib Proceedings 26.9(1974): 367-376. Print.

<https://www.rimp.gov.ab.ca/publications/pdf/1MPlanningGuide.pdf>

<http://www.investopedia.com/terms/a/activemanagement.asp#axzz1ji0rJ417>





ઉત્પાદનનું દૃઢિકરણ : સમીક્ષાઓ, અદ્યતન અહેવાલો,
કોન્ફરન્સ પ્રોસિડિંગ્સ, ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ, ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ

-: રૂપરેખા :-

- 12.0 ઉદ્દેશો
- 12.1 પ્રસ્તાવના
- 12.2 માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનોના વિવિધ પ્રકારો
- 12.3 સમીક્ષાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનો
 - 12.3.1 સમીક્ષાઓની વ્યાખ્યા અને અર્થ
 - 12.3.2 સમીક્ષાઓના કાર્યો અને ઉપયોગ
 - 12.3.3 સમીક્ષાઓની ઉત્પાદનની સમસ્યાઓ
 - 12.3.4 સમીક્ષાઓનું મુલ્યાંકન કરવાની પદ્ધતિઓ
 - 12.3.5 સમીક્ષાઓના કેટલાક ઉદાહરણો
- 12.4 અદ્યતન અહેવાલો (State of the Art Report)
 - 12.4.1 અદ્યતન અહેવાલની ટેકનોલોજી
 - 12.4.2 બજાર અહેવાલો
 - 12.4.3 આંકડાકીય સમીક્ષાઓ
- 12.5 કોન્ફરન્સ પ્રોસિડિંગ્સ
 - 12.5.1 લેખક અને સંપાદન
 - 12.5.2 પ્રકાશન (પબ્લિકેશન)
 - 12.5.3 ગોઠવણ (ફોર્મેટ)
- 12.6 અભિગમ રિપોર્ટ્સ
 - 12.6.1 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સની જરૂરિયાત
 - 12.6.2 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ કેવી રીતે તૈયાર કરવા
 - 12.6.3 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સના કેટલાક ઉદાહરણો
- 12.7 તકનીકી ડાયજેસ્ટ
 - 12.7.1 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની વ્યાખ્યા અને અર્થ
 - 12.7.2 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની જરૂરિયાત
 - 12.7.3 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની શ્રેણીઓ
 - 12.7.4 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટનું આયોજન અને ડિઝાઇન
 - 12.7.5 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની પ્રસ્તુતિ અને ડિઝાઇન

12.8 સારાંશ

12.9 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

12.10 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

12.11 ચાવીરૂપ શબ્દો

12.12 સંદર્ભ અને વિશેષ વાચન

12.0 ઉદ્દેશો

આ યુનિટમાં આપણે માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ ઉત્પાદનોમાં નીચેની બાબતોથી અવગત થઈશું.

- માહિતી એકત્રીકરણ માટે પૂર્વ જરૂરિયાતોનું વર્ણન
- માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓના પરિણામે માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ (IAC) ઉત્પાદનોના ખ્યાની ચર્ચા.
- IAC ઉત્પાદનોની જરૂરિયાત અને તેમની લાક્ષણિકતાઓ અને કાર્યો.
- વિવિધ પ્રકારના IAC ઉત્પાદનોની ગણતરી અને તેમની તૈયારીમાં સામેલ મૂળભૂત પ્રક્રિયાઓનું વર્ણન.
- ગ્રાહકોને માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો પહોંચાડવામાં ચેનલો નક્કી કરવા.
- IAC ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું મૂલ્યાંકન
- તકનીકો અને પદ્ધતિઓનું મૂલ્યાંકન કે જેના દ્વારા IAC ઉત્પાદનોનું લક્ષ્ય પ્રેક્ષકો ને અસરકારક રીતે માર્કેટીંગ કરી શકાય.

12.1 પ્રસ્તાવના

‘માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ’ શબ્દનો ઉપયોગ વ્યક્તિઓ, વિભાગો અથવા સંસ્થાઓ દ્વારા સંબંધિત દસ્તાવેજોનું મૂલ્યાંકન અને સંકુચિત કરવા માટે કરવામાં આવતી જવાબદારીઓને વ્યાખ્યાયિત કરવા માટે કરવામાં આવે છે. કે જેથી ચોક્કસ વપરાશકર્તા જૂથોને જ્ઞાનની વિશ્વાસનિયતા અને નાની નવી સંસ્થાઓ પ્રદાન કરી શકાય માહિતી - એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓ કરતી વ્યક્તિઓ અથવા વ્યક્તિઓના જૂથો માહિતી એકત્રીકરણ એકમ (ICU) ની રચના કરશે. વિષય નિષ્ણાતો વચ્ચે વપરાશકર્તા અભિગમ અને સહકાર તરીકે જણાવવામાં આવ્યું છે કે, માહિતી એકત્રીકરણની સફળતા માટે મૂળભૂત આવશ્યકતા જરૂરી છે બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, આ સંદર્ભમાં વપરાશકર્તાઓનું સર્વોચ્ચ મહત્વ ઓળખાય છે. હકીકતમાં માહિતીની જરૂરિયાતો અને વપરાશકર્તાઓની માહિતીની વર્તણૂકને જાણવી હિતાવહ છે. અને આ જ્ઞાનની માહિતીની રચના માટે એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો અને સેવાઓ જરૂરી છે. તમામ માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિની દિશા અને સામગ્રીની ચાવી વપરાશકર્તાઓ છે. તેથી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ વપરાશકર્તા લક્ષી હોવી જોઈએ. આ જ કારણથી એકદંત માહિતી માટેની વ્યાખ્યામાં સ્પષ્ટપણે ચોક્કસ વપરાશકર્તા જૂથોનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો છે કે જેને આપણે માહિતી પ્રદાન કરવાની છે. એવું કહેવાય છે કે, માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો વપરાશકર્તા પર એક

આંખ સાથે અને વિષય પર શ્રેષ્ઠ ઉપલબ્ધ માહિતી પર બીજી આંખ સાથે નક્કી કરવામાં આવે છે, જે કે કાર્યરત સ્તરે, કુદરતી રીતે ઉત્પાદનના વિકાસમાં પ્રક્રિયાઓ અને પ્રક્રિયાઓની વ્યાખ્યા સામેલ હોવી જોઈએ જેના ધ્વારા ઉત્પાદન અસ્તીત્વમાં આવશે અને એક એકમ કે જે આ પ્રક્રિયાઓ હાથ ધરશે. આ એકમમાં આપણે વપરાશકર્તાની જરૂરિયાતો પર આધારિત વિવિધ માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનોની ચર્ચા કરીશું.

12.2 માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનોના વિવિધ પ્રકારો

માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો મોટી સંખ્યામાં છે. મુખ્ય પ્રકારોમાં નીચેના પ્રકારોનો સમાવેશ થાય છે.

- સમીક્ષાઓ
- અહેવાલો
- ડેટા
- ડેટાબેઝીસ
- ટેકનીકલ લખાણો
- હેન્ડબુક્સ
- ક્રિટીકલ સ્ટડીઝ
- વિનંતીઓ

અત્રે ઉલ્લેખનીય છે કે, આ દરેક ઉત્પાદનોની પોતાની જરૂરિયાત, માપદંડ અને પ્રક્રિયાઓ છે. ઉદાહરણ તરીકે, સમીક્ષાઓ માટે માપદંડ અને પ્રથાઓ છે. જ્યારે તકનીકી લખાણો માટે તેના કરતા અલગ જરૂરિયાત છે. ઘણા કિસ્સાઓમાં, ઉત્પાદનોની સમન્વય માહિતીની પુનઃ રચના પણ જરૂરી છે.

આ એકમમાં આપણે નીચેના પ્રકારની માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનો વિશે વધુ જાણવાનો પ્રયાસ કરીએ :

- સમીક્ષાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનો
- ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ
- ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ
- અદ્યતન અહેવાલો
- કોન્ફરન્સ પ્રોસિડિંગ્સ

12.3 સમીક્ષાઓ અને સંબંધિત ઉત્પાદનો

ઘણા સંભવિત માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનોના રંગપટમાં, સમીક્ષાઓ એક વિશેષ અને સૌથી મહત્વપૂર્ણ સ્થાન ધરાવે છે. સમીક્ષાઓ માહિતીની બૌદ્ધિક પુનઃ પ્રક્રિયાના ઉચ્ચતમ સ્તરના ઉદાહરણો છે. તે વિષય નિષ્ણાતો દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે માહિતી વિસ્ફોટના આ યુગમાં, માહિતીના વ્યાપકપણે ફેલાયેલા પ્રાથમિક સ્ત્રોતો પર સંશોધકો, ખાસ કરીને સંશોધન વૈજ્ઞાનિકો અને ટેકનોલોજિસ્ટ દ્વારા સારી રીતે તૈયાર કરાયેલી વિવેચનાત્મક સમીક્ષાઓ

પસંદ કરવામાં આવે છે. આવી સમીક્ષાઓ તેમને તેમના પોતાના સંશોધન ક્ષેત્રના વર્તમાન વિકાસથી માહિતગાર જ નથી કરતી, પરંતુ તેમને સંબંધિત વિષય વિસ્તારોની ઝાંખી કરવામાં પણ મદદ કરે છે. આંતર રાષ્ટ્રીય ક્ષેત્રે પણ માહિતીની સમસ્યાનો સામનો કરવામાં સમીક્ષાની ભૂમિકા પર ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે. સ્ટોવ, વાર્મોન્ટ ખાતે યોજાયેલી 1961, યુગવોશ કોન્ફરન્સની ભલામણોમાંની એક ભલામણે સમીક્ષાની જરૂરિયાત પર વિશેષ ધ્યાન આપ્યું હતું. જેમાં એવી ભલામણ કરવામાં આવી હતી કે, “રસ ધરાવતા વૈજ્ઞાનિકોના ધ્યાન પર તમામ દેશોમાં આગળ વધી રહેલા નોંધપાત્ર કાર્યને લાવવા માટે પગલા લેવામાં આવે. આ ઉદ્દેશ્ય માટે બે પ્રકારના આંતરરાષ્ટ્રીય સમીક્ષા જર્નલ્સના પ્રકાશન દ્વારા સેવા આપી શકાય છે. જેમાં એક વિવિધ શાખાઓમાં વૈજ્ઞાનિકોના લાભ માટે પ્રમાણમાં બિન તકનીકી ભાષામાં લખાયેલ આંતરશાખાકીય સમીક્ષા જર્નલ્સ અને બીજું વધુ વિશિષ્ટ સમીક્ષા જર્નલ્સ જે આપેલ ક્ષેત્રમાં કામ કરતા વૈજ્ઞાનિકોને સમગ્ર વિશ્વમાં સમાન અથવા સંબંધિત ક્ષેત્રોમાં કામ કરતા રાખે છે.”

સંખ્યાબંધ વપરાશકર્તા સર્વેક્ષણોએ એ પણ જાહેર કર્યું છે કે, જટિલ અને કાળજીપૂર્વક સંપાદિત સમીક્ષાઓની માંગ વધી રહી છે. વૈજ્ઞાનિકો અને ટેકનોલોજિસ્ટ્સ દ્વારા આવી સમીક્ષાઓનો વ્યાપકપણે ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. દાખલા તરીકે, વાર્ષિક સમીક્ષા પ્રકાશનો એ વૈજ્ઞાનિક સાહિત્યમાં સૌથી વધુ ટાંકવામાં આવતા પ્રકાશનોમાંનું એક છે. તેથી સમીક્ષાઓની જરૂરિયાત અને મૂલ્ય સારી રીતે સ્થાપિત છે. ઉપરાંત સમીક્ષાઓની ભૂમિકા સારી રીતે દર્શાવવામાં આવી છે આમ લાંબા સમયથી સ્થાપિત પરંપરા સહિત સમીક્ષાઓ અને સમીક્ષાની વિચારણા કરતી વખતે ધ્યાન દોરવા માટે ઘણું બધું છે.

12.3.1 સમીક્ષાઓની વ્યાખ્યા અને અર્થ :

સમીક્ષા સંખ્યાબંધ નજીકથી સંબંધિત ઉત્પાદનો અને સમીક્ષાઓના પ્રકારોને આવરી લે છે. સમીક્ષાઓને “આપેલ વિષય અથવા વિષયમાં જ્ઞાનની સ્થિતિના નિર્ણાયક સમન્વય તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે; તે તેના વ્યાપક માળખામાં સમાવિષ્ટ વિષય અથવા વિષય પર માહિતી અને સાહિત્યની જટિલ પરીક્ષા છે.” સમીક્ષા ચોક્કસ વિષય ક્ષેત્રની પ્રગતિનું વર્ણનાત્મક ખાતું પ્રદાન કરે છે અને તે નિષ્ણાતો દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે. આમ, સમીક્ષા એટલે માત્ર સારાંશ અથવા પુસ્તક સમીક્ષા નથી પરંતુ નિર્ણાયક મૂલ્યાંકનાત્મક સમીક્ષા છે.

સમીક્ષાઓને તેમની લંબાઈ, કાર્યો, અપેક્ષિત વાચકો અને અન્ય લાક્ષણિકતાઓ અનુસાર વર્ગીકૃત કરી શકાય છે, સમીક્ષાઓ એક જર્નલમાં પ્રકાશિત થયેલા ટૂંકા સમીક્ષા લેખથી લઈને સમીક્ષા મોનોગ્રાફ અથવા મલ્ટીવોલ્યુમ ગ્રંથ સુધીની છે જેમાં પ્રકરણો અથવા વોલ્યુમો વિવિધ લેખકો દ્વારા લખવામાં આપ્યા છે. સમીક્ષાઓનું એક વખત અથવા પ્રસંગો પાત્ર પ્રકાશન હોઈ શકે છે. તે નિયમિત અથવા અનિયમિત અંતરાલ પર પ્રકાશિત સામયિક સમીક્ષા હોઈ શકે છે. ઈચ્છિત વાચકોના આધારે વિષય નિષ્ણાતો, વિદ્યાર્થીઓ અથવા સામાન્ય વાચકો માટે સમીક્ષાઓ લખી શકાય છે.

લીય સમીક્ષાઓને ત્રણ સામાન્ય જૂથોમાં વર્ગીકૃત કરે છે.

પ્રથમ સામાયિક પ્રકાર છે જે ચોક્કસ સમય અંતરાલ દરમિયાન મર્યાદિત વિષય વિસ્તાર સાથે વ્યવહાર કરે છે. અને સામાન્ય રીતે ઓછા અથવા કોઈ વિશ્લેષણ અથવા જટિલ મૂલ્યાંકન સાથે તારણો રજૂ કરે છે. આવી સમીક્ષાનો મુખ્ય હેતુ વાચકને વર્તમાન વિકાસ ક્ષેત્રમાં જાણ કરવાનો છે.

બીજો પ્રકાર પ્રસંગોપાત સમીક્ષા છે જે કોઈ વિષયની વ્યાપક અને અર્થઘટનાત્મક ચર્ચા કરે છે અને સ્પષ્ટ રીતે વ્યાખ્યાયિત સમયગાળા દરમિયાન તમામ સાહિત્યને આવરી લેવાની જરૂર નથી, કારણ કે લેખક પસંદગીયુક્ત અને વિવેચનાત્મક હોવાની અપેક્ષા છે. આવી સમીક્ષાઓની ગુણવત્તા મોટા પ્રમાણમાં બદલાય છે. તેના આધારે તેઓ મુખ્યત્વે અભિપ્રાયો સાથે અથવા તારણો સાથે વ્યવહાર કરે છે.

ત્રીજો પ્રકાર એ વિશ્લેષણાત્મક અથવા રચનાત્મક સમીક્ષા છે, જે સામાન્ય રીતે પુસ્તકની લંબાઈની હોય છે અને વિભાવનાઓ અથવા સિદ્ધાંતો અને તારણો સાથે વ્યવહાર કરે છે તેને કેટલીકવાર સંશોધન સમીક્ષા કહેવામાં આવે છે અને ઘણીવાર તે વિસ્તારની ચોક્કસ જરૂરિયાતને પહોંચી વળવા માટે હાથ ધરવામાં ઉદાહરણ તરીકે, મુદ્દાઓને સ્પષ્ટ કરવા અને વધુ માહિતી ક્યાં જરૂરી છે તે બતાવવા અથવા જરૂરી માર્ગદર્શિકા માટે આધાર પૂરો પાડવા માટે ફક્ત એક જ ક્ષેત્ર સાથે વ્યવહાર કરી શકે છે અથવા ક્ષેત્રો વચ્ચે સંબંધો સ્થાપિત અથવા સ્પષ્ટ કરી શકે છે અને સર્જનાત્મક સંશ્લેષણને પણ અસર કરી શકે છે હકીકતમાં, સમીક્ષા સાહિત્યનું વર્ગીકરણ કરવું સરળ નથી.

સારાસેવિકે 1986 માં બે પ્રકારની સમીક્ષાઓને અલગ પાડી છે. જે નીચે મુજબ છે.

- (i) ગ્રંથ સૂચિ પ્રકારની સમીક્ષાઓ સાહિત્ય લક્ષી અથવા ગ્રંથસૂચિના અભિગમ પર ભાર મૂકે છે આ પ્રકારની સમીક્ષાઓ નિર્ધારિત સમયગાળામાં વિષય અથવા વિષયમાં યોગદાનનું મૂલ્યાંકન કરે છે. દા.ત. વાર્ષિક
- (ii) સૂચનાત્મક સમીક્ષાઓ વિષયલક્ષી અભિગમ ધરાવે છે, જે ચોક્કસ વૈજ્ઞાનિક અથવા તકનીકી સમસ્યા અને તેના ઉકેલ પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે. ઘણી સમીક્ષાઓ ગ્રંથસૂચિ અને સૂચનાત્મક ભૂમિકાને એકમાં જોડે છે, જેનું પ્રમાણ સમીક્ષા માટેના ઉદ્દેશ્ય અને પ્રેક્ષકો અનુસાર બદલાય છે.

સમીક્ષાઓ તૈયાર કરવી એ મુશ્કેલ કાર્ય છે. તેમાં આપેલ વિષય પર છૂટાછવાયા પ્રાથમિક સાહિત્યનો સંગ્રહ, વાંચન, પાચન અને મૂલ્યાંકનનો સમાવેશ થાય છે. પછી તેમના સમાવિષ્ટોને સંક્ષિપ્ત કરીને અને દરેક નોંધપાત્ર યોગદાનને જ્ઞાનના સામાન્ય ભાગ સાથે સંબંધિત યોગ્ય પરિપ્રેક્ષ્યમાં મૂકવું વિવેચનાત્મક સમીક્ષાઓમાં આ વિષય પરના પ્રાથમિક સાહિત્યનો મોટો હિસ્સો કાઢી નાંખવામાં આવે છે અને માત્ર સંપૂર્ણ ગ્રંથસૂચિ વિગતો સાથેના નોંધપાત્ર યોગદાનને જ વાચકના ધ્યાન પર લાવવામાં આવે છે. સમીક્ષાઓ દ્વારા આપવામાં આવેલી માહિતીનું મૂલ્યાંકન, મૂલ્યાંકન અને જ્ઞાનના સામાન્ય ભાગ સાથે સંબંધિત ત્રીજી વ્યક્તિ દ્વારા કરવામાં આવતી હોવાથી, સમીક્ષા વ્યક્તિગત સંશોધન પેપર કરતા વિચારો અને જ્ઞાનના સ્થાનાંતરણમાં વધુ અસરકારક હોવાનું જણાય છે. સમીક્ષાઓમાં કોઈ મૂળ સંશોધનની જાણ કરવામાં આવી નથી. સમીક્ષાઓ માહિતીના ગોણ સ્તોત્ર છે, કારણકે તે પ્રાથમિક માહિતી ધરાવતા અન્ય પ્રકાશનો પર આધારિત છે.

12.3.2 સમીક્ષાઓના કાર્યો અને ઉપયોગી :

સમીક્ષાઓના બે પ્રકારના કાર્યો અને ઉપયોગો છે. જેનું વર્ણન ગુડવર્ડ (1974) માંથી લેવામાં આવ્યું છે.

- (1) ઐતિહાસિક - જે વિષય અથવા વિષયના વિકાસ માટે મૂળભૂત છે.
 - (i) પ્રકાશિત સાહિત્યનું સમકક્ષ મૂલ્યાંકન : આમા સાહિત્યમાં શું સાચવવા યોગ્ય છે તેના પર નિર્ણય લેવામાં આવે છે.
 - (ii) વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતીનો સંગ્રહ : આ વિષય અથવા વિષય માટે એકીકરણ પ્રક્રિયા તરીકે કાર્ય કરે છે અને એક સતત વૈચારિક માળખું પૂરું પાડે છે. જેમાં વ્યક્તિગત કાર્યોને પરિપ્રેક્ષ્યમાં જોઈ શકાય છે.
 - (iii) હાલના જ્ઞાનનું સંકલન : આમા માત્ર નવી માહિતી ધરાવતા કાગળોના ભાગોને કાઢવાનો સમાવેશ થાય છે, જે ચકાસણીઓ, ચર્ચાઓ, પદ્ધતિઓ વગેરેને લગતા ભાગોને છોડી દે છે, જે પહેલેથી જાણીતા છે.
 - (iv) પ્રાથમિક દસ્તાવેજોની ફેરબદલી લેખિત રેકૉર્ડ તરીકે : આમાં ઘણા દૂરાદ્યવાયા દસ્તાવેજોને એક સાથે બદલીને લેખિત રેકૉર્ડ તરીકે રખાય છે.
 - (v) ઉભરતી વિશેષતાઓની ઓળખ : આમાં વિવિધ કાર્યોને એક સાથે લાવીને, નવા વિસ્તારના ઉદભવને પ્રથમ સમીક્ષામાં ઓળખી શકાય છે.
 - (vi) સંશોધન અને કાર્યની દિશા : આમાં વધુ કાર્ય માટેના સૂચનો છે.
- (2) સમકાલીન : જે વ્યક્તિગત વપરાશકર્તાઓ માટે ફાયદાકારક છે.
 - (i) પ્રકાશિત સાહિત્યની માહિતગાર સૂચના : આ વ્યક્તિઓને વધુ યોગ્ય કાગળો પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવા સક્ષમ બનાવે છે.
 - (ii) સંબંધિત ક્ષેત્રોની વર્તમાન જાગૃતતા : આ વ્યક્તિઓને તેમના પોતાના ક્ષેત્રને અડીને આવેલા ક્ષેત્રોમાં પ્રગતિની નજીકમાં રાખવામાં મદદ કરે છે, ખાસ કરીને વિવિધ વિષયો અથવા વિષયોમાંથી શીખવા માટે ઉપયોગી છે.
 - (iii) અન્ય સાહિત્ય શોધ માટે મદદરૂપ : જે વધુ વર્તમાન સામગ્રી શોધવા માટે પ્રારંભિક બિંદુ તરીકે સેવા આપે છે. જે હજુ સુધી સમીક્ષાઓમાં આવરી લેવામાં આવી નથી.
 - (iv) વૈકલ્પિક તકનીકોની શોધ : આ પોતાના કાર્યમાં પદ્ધતિસર ની સમસ્યાઓમાં મદદ કરવાનું, ડેટા પ્રદાન કરવાનું, તેમ સંદર્ભ સહાય કરવાનું કામ કરે છે.
 - (v) નવા ક્ષેત્રમાં પ્રારંભિક અભિગમ : આ મૂળભૂત ઉપદેશાત્મક અને ગ્રંથસૂચિ માહિતી પ્રદાન કરે છે જેમાંથી નવા વિષય અથવા વિષય પરનું કામ ચાલુ રાખી શકાય છે.
 - (vi) પ્રતિસાદ : આ સંશોધકના પોતાના પ્રકાશિત કાર્યોનું માપ પ્રદાન કરે છે.
 - (vii) પ્રેરણા : આ વધુ કાર્ય કરવા માટે સૂચનો અને વિચારો પ્રદાન કરે છે, તેમજ સંશોધનને વ્યવહારમાં મૂકવા માટે ઉત્તેજના આપે છે.

આમ, કહી શકાય કે, વિવિધ વ્યક્તિગત કાર્યો માટે સમીક્ષાઓના ઉપયોગની પેટર્ન વિવિધ પ્રકારના વપરાશકર્તાઓ વચ્ચે નોંધપાત્ર રીતે અલગ હોઈ શકે છે, વધુમાં, સમીક્ષાઓ આમાના કેટલાક કાર્યો પર ભાર મૂકવા અને કેટલાક ઉપયોગોને પ્રોત્સાહિત કરવા અથવા તરફેણ કરવા માટે ખાસ સંરચિત અને તેના તરફી હોઈ શકે છે.

12.3.3 ઉત્પાદનની સમસ્યાઓ :

પ્રેક્ષકોને સંબોધવામાં આવશે તે વિચારીને નિષ્ણાતો, વિઢ્યાર્થીઓ અને સામાન્ય વાચકો માટે સમીક્ષાઓ લખવામાં આવી શકે છે. એવું કહી શકાય કે સમીક્ષાઓની તૈયારી માટેની પદ્ધતિ જરૂરિયાત મુજબ માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણમાં અનુસરવામાં આવતી હોય છે. સમીક્ષાઓના ઉત્પાદન માટે વિશિષ્ટ વિષય જ્ઞાનની જરૂર છે. સમાવિષ્ટ કરવા માટેની સામગ્રીની પસંદગી, તેનું જોડાણ અને અર્થઘટન, મૂલ્યાંકન તેમજ અંતમાં તેની સંસ્થાને અર્થપૂર્ણ અને ઉપયોગી સમીક્ષા લખવામાં રૂપાંતરિત કરવું એ સમય માંગી લે તેવું અને મુશ્કેલ કાર્ય છે, જેની જવાબદારી લગભગ સંપૂર્ણ રીતે સમીક્ષા લેખક પર રહે છે. અલબત્ત સંશોધન વૈજ્ઞાનિકો, જેમની પાસે પ્રાથમિક સાહિત્યના જથ્થાને સંકલિત કરવાની અને સમીક્ષાઓ તૈયાર કરવાની ક્ષમતા હોય છે, તેઓ માને છે કે સમીક્ષાઓ લખવાનું વાસ્તવિક સંશોધન કરતા ઓછું લાભદાયી છે. તેથી તેઓ સમીક્ષાઓ લખવા માટે અનિચ્છા અનુભવે છે.

સક્ષમ વૈજ્ઞાનિકો માટે સમીક્ષા લેખનને આકર્ષક બનાવવા માટે વિવિધ પ્રોત્સાહનો, જેમ કે ફેલોશિપ, વિશ્રામ રજા અને ઉત્કૃષ્ટ સમીક્ષાઓ માટે પુરસ્કાર સૂચવવામાં આવ્યા છે. સમીક્ષા લેખકોના મહત્ત્વ અને તેઓ જે મુશ્કેલીઓનો સામનો કરે છે તેને ધ્યાનમાં રાખીને, વેઈનબર્ગ રિપોર્ટમાં ભલામણ કરવામાં આવી છે કે વૈજ્ઞાનિક અને તકનીકી મંડળોએ તેમના કાર્યને સારા પગાર સાથે અને તે જ સાદર સાથ પુરસ્કાર આપવો જોઈએ જે સામાન્ય રીતે પ્રાયોગિક સંશોધકોને આપવામાં આવે છે. તેમજ એવી પણ ભલામણ કરી છે કે, વિશિષ્ટ માહિતી કેન્દ્રોએ ગ્રંથસૂચિનું સંકલન કરીને અને જરૂરી દસ્તાવેજો અને અનુવાદોની ઉપલબ્ધ નકલોનું માર્કેટીંગ કરીને સમીક્ષા લેખકોને મદદ કરવી જોઈએ.

12.3.4 સમીક્ષાનું મૂલ્યાંકન કરવાની પદ્ધતિઓ :

માહિતીની ગુણવત્તાને માપવા માટે કોઈ ઉદ્દેશ્ય માપદંડો નથી જોડે, ગુણવત્તાયુક્ત માહિતી શું છે તે અંગે સામાન્ય સર્વસંમતિ છે. માહિતી સ્ત્રોતોના મૂલ્યાંકન માટે ધ્યાનમાં લેવામાં આવતા મોટાભાગના માપદંડો સમીક્ષાઓના મૂલ્યાંકનના સંદર્ભમાં પણ યોગ્ય માનવામાં આવે છે. આ ઉપરાંત, કેટલાક વધુ માપદંડો છે જે સમીક્ષાઓના મૂલ્યાંકન માટે છે, જે દ્વિ-પ્રવૃત્તિ અને સમીક્ષાઓના બહુવિધ કાર્યોથી ઉદ્ભવે છે. વધારાના માપદંડોની આપણે નીચે ચર્ચા કરીશું.

- સંપૂર્ણતા : તે ડિઝીનો ઉલ્લેખ કરે છે. જેમાં વિષય અને સાહિત્ય બંન્ને આવરી લેવામાં આવ્યા છે.
- પરિપ્રેક્ષ્ય : દિશા, હેતુ, અભિગમ, આપેલ વિષય અને આપેલ વપરાશકર્તા જૂથ બંનેના સંબંધમાં યોગ્યતાની ડિઝીનો અર્થ થાય છે.

- સંશ્લેષણ : એટલે સંબંધોની ડિગ્રી, અગાઉની માહિતી અને સ્થાનાંતરણની હદ, સંદર્ભોની શક્તિ; સંબંધિત વિષયોમાંથી ચિત્રની ડિગ્રી; સંશ્લેષણમાં લાગુ મૂલ્યાંકનની ડિગ્રી.
- વિશ્લેષણ : જે વિશ્લેષણની સંપૂર્ણતા, ઊંડાઈ અને પહોળાઈનો સંદર્ભ આપે છે; વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતીના સંકલનની ડિગ્રી તેમજ વિશ્લેષણમાં લાગુ પડતી મૂલ્યાંકનની ડિગ્રીનો સમાવેશ થાય છે.
- મૂલ્યવર્ધિત : જેમાં ઉભરતી વિશેષતાઓની ઓળખ; નવી પૂર્વધારણા અથવા સિદ્ધાંતોનો પરિચય, તેમજ ભાવિ કાર્ય માટે સૂચનો (સંશોધન, વ્યવહારમાં અનુવાદ વગેરે) સમાવેશ થાય છે.
- યુટિલિટી : સમીક્ષા એક અથવા બે ફંક્શન જ નહીં પરંતુ બહુવિધ કાર્યોને સેવા આપે તે હદ નક્કી કરે છે.

12.3.5 સમીક્ષાઓના કેટલાક ઉદાહરણો :

- વાર્ષિક સમીક્ષાઓ : આ ‘વિવેચનાત્મક’ અને ‘અત્યાધુનિક’ સમીક્ષાઓ છે. જે વ્યાપક વિષય પર પુસ્તક સ્વરૂપે દર વર્ષે પ્રકાશિત થાય છે, જેમાં વિષય નિષ્ણાતો દ્વારા લખવામાં આવેલા તેના પેટા વિષયો પર સંખ્યાબંધ સમીક્ષા લેખોનો સમાવેશ થાય છે. જે નિષ્ણાતો માટે છે. ઉદાહરણ તરીકે, વાર્ષિક સમીક્ષાઓના અગ્રણી પ્રકાશક, વાર્ષિક સમીક્ષાઓ ઈન્ડોપોર્ટ દ્વારા પ્રકાશિત સમીક્ષાઓ પ્રકાશક અર્થશાસ્ત્ર સહિત બાયોમેડિકલ, જીવન, ભૌતિક અને સામાજિક વિજ્ઞાનમાં મત શાખાઓમાં વ્યાપક જટિલ સમીક્ષાઓ પ્રકાશિત કરે છે. વાર્ષિક સમીક્ષાઓના 40 શીર્ષકોમાંથી કેટલાંક શીર્ષકો નીચે મુજબ છે : વિશ્લેષણાત્મક રસાયણશાસ્ત્રની વાર્ષિક સમીક્ષા, બાયો મેડિકલ એન્જિનિયરિંગની વાર્ષિક સમીક્ષા ; સેલ ડેવલોપમેન્ટ બાયોલોજીની વાર્ષિક સમીક્ષા; જીનોમિક્સ અને ક્લુમન જિનેટિક્સની વાર્ષિક સમીક્ષા, કાયદા અને સામાજિક વિજ્ઞાનની વાર્ષિક સમીક્ષા વગેરે.
- જર્નલનો પ્રકાર : કેટલાક સામાયિકો ફક્ત અમેરિકન કેમિકલ સોસાયટી દ્વારા પ્રકાશિત કરાયેલા ત્રિમાસિક સામાયિક, કેમિકલ રિવ્યુઝ જેવી જટિલ સમીક્ષાઓ પ્રકાશિત કરવા માટે સમર્પિત છે.
- લોકપ્રિય જર્નલ : લોકપ્રિય સામાયિકોમાં કોઈ ચોક્કસ વિષયના ક્ષેત્રમાં સરળ ભાષામાં લખાયેલા લોકપ્રિય સમીક્ષા લેખો હોય છે જે તે વિષયનું જ્ઞાન ન ધરાવતા શિક્ષિત વ્યક્તિ સમજી શકે છે. ઉદાહરણ તરીકે, કાઉન્સિલ ઓફ સાયન્ટિફિક એન્ડ ઈન્ડિસ્ટ્રિયલ રિસર્ચ દ્વારા પ્રકાશિત સાયન્સ રિપોર્ટર (માસિક), સમાકાલીન વિજ્ઞાન વિષયો પર લોકપ્રિય સમીક્ષા લેખો પ્રકાશિત કરે છે.
- નિબંધનો પ્રકાર : આ સમીક્ષાઓ સામાન્ય રીતે વિદ્યાર્થીઓ, શિક્ષકો અને વ્યાખ્યાતાઓ માટે બનેલી સમીક્ષાઓના ટ્યુટોરીયલ પ્રકારો છે. આવી સમીક્ષાઓ વિષય નિષ્ણાતો માટે નથી ઉદાહરણ તરીકે, એકેડેમિક પ્રેસ દ્વારા પ્રકાશિત રેડિયોલોજીમાં નિબંધો.
- મોનોગ્રાફ શ્રેણી અથવા ગ્રંથનો પ્રકાર : આ સમીક્ષાઓ ચોક્કસ ક્ષેત્રમાં લાંબી

ગ્રંથોની અનિયમિત શ્રેણી છે, જે ઘણીવાર વિષયના વિકાસમાં ચોક્કસ કાર્ય અથવા સીમા ચિહ્નરૂપ બનાવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, ટ્રીટાઈઝ ઓન જીઓકેમિસ્ટ્રી (10 વોલ્યુમ સેટ) અને ટ્રીટાઈઝ ઓન જીયોફિઝિક્સ (11 વોલ્યુમ સેટ) એલ્સેવિયર દ્વારા પ્રકાશિત બંને પ્રકાશનો તેમના સંબંધિત અભ્યાસના ક્ષેત્રમાં જ્ઞાનની વર્તમાન સ્થિતિનો વ્યાપક સંકલિત સારાંશ પ્રદાન કરે છે.

- વાર્ષિક બુક પ્રકાર : આવી સમીક્ષાઓ અત્યાધુનિક સમીક્ષાઓના સ્વરૂપમાં હોય છે અને સામાન્ય રીતે તબીબી વિજ્ઞાનના ક્ષેત્રમાં પ્રકાશિત થાય છે. ઉદાહરણ તરીકે, એલ્સેવિયર દ્વારા પ્રકાશિત ડાયગ્નોસ્ટિક રેડિયોલોજીની યરબુક

12.4 અદ્યતન અહેવાલો (State of the Art Report)

અદ્યતન અહેવાલો એ સમીક્ષાઓની ચોક્કસ શ્રેણી છે, જેમાં સર્વગ્રાહી અવકાશ અને ઐતિહાસિક અભિગમ નથી. સારસેવિકે અત્યાધુનિક અહેવાલને “સૌથી અદ્યતન માહિતી પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરતી સમીક્ષા અને આપેલ વિષય અથવા વિષયમાં સાહિત્ય તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરે છે.”

અદ્યતન અહેવાલનો મુખ્ય હેતુ તેમના પ્રેક્ષકો સુધી પહોંચે ત્યારે ખૂબ જ તાજેતરની પરિસ્થિતિનું વર્ણન કરવાનો છે બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, તેઓ પરંપરાગત સમીક્ષાઓ કરતા સમયસર છે અને મોટેભાગે વર્તમાન જાગૃતિ સાધન તરીકે સેવા આપે છે. આ ચલણ હાંસલ કરવા માટે, અત્યાધુનિક અહેવાલો અનૌપચારિક અહેવાલો તરીકે પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે, જે માંગ પર તૈયાર કરવામાં આવે છે, ઘણીવાર પ્રતિબંધિત ગ્રાહકો લક્ષી હોય છે, ઉંચા ભાવે વેચાય છે અને ખૂબ જ ઝડપથી અપ્રચલિત થઈ જાય છે.

અદ્યતન અહેવાલનો ઉપયોગ મોટે ભાગે ટેકનોલોજીકલ વિષયો અને વેપાર અને વાણિજ્યના સંબંધમાં થાય છે. કેટલાક મુખ્ય પ્રકારોની ચર્ચા તેમજ તેના ઉપયોગો નીચે પ્રમાણે છે.

12.4.1 અત્યાધુનિક ટેકનોલોજી :

આ પ્રકારના અહેવાલો આપેલ તકનીક અથવા તકનીકી ઉત્પાદનો અથવા પ્રક્રિયાની પ્રગતિ, લાક્ષણિકતાઓ અને ઉપયોગોનો સારાંશ, તુલના અને મૂલ્યાંકન કરે છે. તેઓ ઈચ્છિત ઉપયોગ અને પ્રેક્ષકો અનુસાર અલગ પડે છે. આ અહેવાલો સામાન્ય રીતે વિષયોના નીચેના પાસાંઓને પ્રકાશિત કરે છે.

- ટેકનિકલ અને એન્જિનિયરિંગ પાસાંઓ : તેઓ ખાસ કરીને તકનીકી કર્મચારીઓ અને એન્જિનિયરો તરફ નિર્દેશિત છે. આ અહેવાલો ટેકનોલોજી ડિઝાઇન, જમાવટ અને ખરીદીની ભલામણો, લાક્ષણિકતાઓ અને વિકલ્પોની સરખામણી અને ટેકનોલોજી સાથે અદ્યતન રાખવા માટે ઉપયોગી છે.
- ઉપયોગના પાસાંઓ : જે વિગતો, લાક્ષણિકતાઓ, જરૂરિયાતો અને તુલનાત્મક વિશ્લાસનીયતા, ટકાઉપણું વગેરે સહિત ઉપયોગની અર્થશાસ્ત્ર પર મૂકતી તકનીકના વપરાશકર્તાઓ તરફ નિર્દેશિત કરે છે.

12.4.2 બજાર અહેવાલો :

ચોક્કસ જૂથની ચોક્કસ જરૂરિયાતો માટે પ્રતિભાવ આપતી કસ્ટમ-અનુકૂલિત સેવાઓએ

ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા તેમના પ્રદર્શનની ગુણવત્તા દ્વારા તેમની સ્વીકાર્યતા સ્થાપિત કરવી જોઈએ. બજાર અહેવાલો આવી એક ક્ષેત્રી છે આ અહેવાલો ઉદ્યોગ અથવા બજારની સ્થિતિને તેના અસ્તિત્વ, નાણાકીય તાકાત, અર્થશાસ્ત્ર નફાકારકતા, જમાવટ, વૃદ્ધિ, લાક્ષણિકતાઓ, ગાબડાં, વલણો, સંભવિતતા વગેરેના સંદર્ભમાં સારાંશ આપે છે. ટેકનોલોજીકલ અત્યાધુનિક અહેવાલોની જેમ, આ સમાન રીતે વિવિધ ઉપયોગો અને વપરાશકર્તાઓ તરફલક્ષી હોઈ શકે છે. આ અહેવાલો મુખ્યત્વે બજારના નિર્ણય અને આયોજનમાં ઉપયોગી છે. સ્પર્ધા, તકો અને તેના જેવી વિચારણાઓ માર્કેટીંગ પાસાઓના નિષ્ણાતો દ્વારા તૈયાર કરવી આવશ્યક છે.

12.4.3 આંકડાકીય સમીક્ષાઓ :

વિવેચનાત્મક રીતે મૂલ્યાંકન કરાયેલ સંદર્ભ ડેટાનું નિર્માણ અને પ્રસાર વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીની પ્રગતી માટે જરૂરી છે, આંકડાકીય સમીક્ષાઓ વિવિધ તકનીકી બજાર, વસ્તી વિષયક, વૈજ્ઞાનિક અને અન્ય ક્ષેત્રોમાં આંકડાકીય સહસંબંધો રજૂ કરે છે. આ આવશ્યક સહસંબંધો વિશેષરૂપે બનેલા છે અને વલણોની કોસ - ડિપેન્ડન્સ બતાવવા માટે મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે. આ આંકડાકીય અહેવાલોનો ઉપયોગ નિર્ણય લેનારાઓની સંક્ષિપ્ત માહિતી માટે થઈ શકે છે.

12.5 કોન્ફરન્સ પ્રોસેડિંગ્સ

એકેડેમીયા અને લાયબ્રેરીયનશીપમાં, કોન્ફરન્સ પ્રોસેડિંગ એ શૈક્ષણિક પરિષદ અથવા વર્કશોપમાં સંદર્ભમાં પ્રકાશિત થયેલ શૈક્ષણિક પેપરોનો સંગ્રહ છે. કોન્ફરન્સની કાર્યવાહીમાં સામાન્ય રીતે કોન્ફરન્સમાં સંશોધકો દ્વારા આપવામાં આવેલાં યોગદાનનો સમાવેશ થાય છે. તે કામનો લેખિત રેકૉર્ડ છે. જે સાથી સંશોધકોને રજૂ કરવામાં આવે છે. ઘણા ક્ષેત્રોમાં, તેઓ શૈક્ષણિક જર્નલોના પૂરક તરીકે પ્રકાશિત થાય છે; કેટલાંકમાં, તેઓ મુખ્ય પ્રસારનો માર્ગ માનવામાં આવે છે. અન્યમાં તેઓ ગ્રે સાહિત્ય ગણાય છે. તેઓ સામાન્ય રીતે પ્રિન્ટેડ અથવા ઈલેક્ટ્રોનિક વોલ્યુમમાં વિતરિત કરવામાં આવે છે, કાં તો કોન્ફરન્સ ખૂલે તે પહેલાં અથવા તે બંધ થયા છે.

પ્રોસેડિંગનો ઓછો સામાન્ય, વ્યાપક અર્થ એ શૈક્ષણિક ક્ષેત્ર, વિદ્યાન સમાજની ક્રિયાઓ અને ઘટનાઓ છે. ઉદાહરણ તરીકે, Acta Crystallographica જર્નલનું શીર્ષક “Proceedings in Crystallography” માટે નવું લેટન છે; United states of America ની National Academy of Science ની Proceeding એ એકેડેમીનું મુખ્ય જર્નલ છે. વૈજ્ઞાનિક સામયિકો કે જેના 1504 શીર્ષક સંક્ષિપ્ત શબ્દો Proc, Acta અથવા Trans થી શરૂ થાય છે. તે શબ્દના તે ગૌણ અર્થમાં, ક્ષેત્ર અથવા તેની સાથે સંબંધિત સંસ્થાની Proceedings (વ્યવહારો) ના જર્નલ્સ છે.

12.5.1 લેખક અને સંપાદન :

પરિષદો માટે પેપર પસંદ કરવાનું અને એકત્રિત કરવાનું એક અથવા વધુ વ્યક્તિઓ દ્વારા આયોજન કરવામાં આવે છે, જેઓ સંપાદકીય ટીમ બનાવે છે. પેપર્સની ગુણવત્તા સામાન્ય રીતે બહારના લોકો દ્વારા પેપરોને કાર્યવાહીમાં સ્વીકારવામાં આવે તે પહેલાં વાંચવા દ્વારા સુનિશ્ચિત કરવામાં આવે છે. ગુણવત્તા નિયંત્રણનું સ્તર કોન્ફરન્સથી કોન્ફરન્સમાં નોંધપાત્ર રીતે બદલાય છે. કેટલાંક પાસે માત્ર દ્વિસંગી સ્વીકાર/નકારવાનો નિર્ણય હોય છે, અન્ય વધુ સંપૂર્ણ પ્રતિસાદ અને પુનરાવર્તન ચક્ર (પીઅસ સમીક્ષા અથવા

રેફરિંગ) માંથી પસાર થાય છે. કોન્ફરન્સના સ્તરના આધારે આ પ્રક્રિયામાં એક વર્ષ જેટલો સમય લાગી શકે છે. સંપાદકો કાર્યવાહીની રચના, કાગફોના ક્રમ વિશે નિર્ણય લે છે અને પ્રસ્તાવના અને સંભવતઃ ટેક્સ્ટના અન્ય ટૂકડાઓ બનાવે છે. જો કે પેપરમાં મોટાભાગના ફેરફારો સંપાદકો અને લેખકો વચ્ચેની સર્વસંમતિના આધારે થયા છે, સંપાદકો પણ એકલા હાથે પેપરમાં ફેરફાર કરી શકે છે. કાગફોનો સંગ્રહ વ્યક્તિગત સંશોધકો તરફથી આવતો હોવાથી, કાર્યવાહીનું પાત્ર શૈક્ષણિક પાઠ્યપુસ્તકથી સ્પષ્ટ રીતે અલગ છે. દરેક પેપર સામાન્ય રીતે કાર્યવાહીમાં અન્ય પેપરથી તદ્દન અલગ હોય છે. મોટે ભાગે ત્યાં કોઈ સામાન્ય દલીલ એક યોગદાનથી બીજા તરફ દોરી જતી નથી. કેટલાંક કિસ્સાઓમાં, કાર્યવાહીના સંપાદકો કાર્યવાહીને પાઠ્યપુસ્તકમાં વધુ વિકસાવવાનું નક્કી કરી શકે છે. પરિષદની શરૂઆતમાં આ એક ધ્યેય પણ હોઈ શકે છે.

12.5.2 પ્રકાશન (પબ્લિકેશન) :

કોન્ફરન્સની પ્રોસિડિંગ કોન્ફરન્સની આયોજક સંસ્થા દ્વારા અથવા શૈક્ષણિક પ્રકાશક દ્વારા ઈન-હાઉસ પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, સ્પ્રિંગર દ્વારા કોમ્પ્યુટર સાયન્સમાં લેક્ચર નોટ્સ તેમની કાર્યવાહીમાંથી મોટાભાગનો ઈનપુટ લે છે. કોન્ફરન્સની કાર્યવાહી પણ સમર્પિત કાર્યવાહી શ્રેણી દ્વારા સંપાદિત વોલ્યુમ તરીકે પ્રકાશિત થાય છે. જ્યાં તેમના તમામ ઈનપુટ્સ કોન્ફરન્સ પેપરમાંથી આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, શૈક્ષણિક પ્રકાશક AIJR દ્વારા પ્રકાશિત AIJR Proceedings Series. આવી Series માં સંપાદિત વોલ્યુમ તરીકે કાર્યવાહીનું પ્રકાશન જર્નલ્સમાં કોન્ફરન્સ પેપર પ્રકાશિત કરવા કરતા અલગ છે. જેને કોન્ફરન્સ ઈસ્યુ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. વધુને વધુ, કાર્યવાહી ઇલેક્ટ્રોનિક ફોર્મેટમાં ઈન્ટરનેટ દ્વારા અથવા સીડી, યુએસબી વગેરે પર પ્રકાશિત થાય છે. વિજ્ઞાનમાં, પરિષદની કાર્યવાહીમાં પ્રકાશનોની ગુણવત્તા સામાન્ય રીતે આંતરરાષ્ટ્રીય વૈજ્ઞાનિક સામયિકો જેટલી ઊંચી હોતી નથી. જો કે કોમ્પ્યુટર સાયન્સમાં, પરિષદની કાર્યવાહીમાં પ્રકાશિત થયેલા પેપરને અન્ય ક્ષેત્રોની તુલનામાં ઉચ્ચ દરજ્જો આપવામાં આવે છે. જે ક્ષેત્રની ઝડપથી ગતિશીલ પ્રકૃતિને કારણે છે. ચોક્કસ પરિષદો અને અસંબંધિત સંખ્યાબંધ સંપૂર્ણ શૈક્ષણિક જર્નલો પણ તેમના નામના ભાગરૂપે “પ્રોસિડિંગ્સ” શબ્દનો ઉપયોગ કરે છે. ઉદાહરણ તરીકે, United States of America ની National Academy of Science Proceedings.

12.4.3 ગોઠવણ (ફોર્મેટ) :

કોન્ફરન્સ પ્રોસિડિંગ પુસ્તક અથવા પુસ્તક શ્રેણી તરીકે, જર્નલમાં અથવા સીરીયલ પ્રકાશન તરીકે પ્રકાશિત થઈ શકે છે. ઘણા કિસ્સાઓમાં અસર કરતા પરિબળો ઉપલબ્ધ નથી. જો કે અન્ય જર્નલ મેટ્રિક્સ (જેમ કે Google Scholar, H-Index yTMu Sciemango – matrices) અસ્તિત્વમાં હોઈ શકે છે. ગ્રંથસૂચિ ડેટાબેઝ અને સંદર્ભ સૂચકાંકો કરવામાં આવે છે. દા.ત. વિજ્ઞાન પ્રશસ્તિ સૂચકાંકને બદલે કોન્ફરન્સ પ્રોસિડિંગ્સ સાઈટેશન ઈન્ડેક્સ.

12.6 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ

ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ માહિતી વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ (IAC) ઉત્પાદનોમાંથી એક છે. તેઓ વર્તમાન સંશોધન વલણો સાથે કોઈપણ વિષયમાં થઈ રહેલા નવા વિકાસની વ્યવસ્થિત

ઝાંખી આપે છે. ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ ને ઉપયોગી દસ્તાવેજીકરણ સેવા પણ ગણી શકાય છે. તાજેતરમાં સાહિત્યની સમીક્ષાના આધારે આપેલ વિષયમાં સંશોધનની સામાન્ય દિશાનો હિસાબ આપવો. આ પ્રકારની સેવા મુખ્યત્વે નિષ્ણાત વાચકને તેના સમયના ઉત્પાદક ઉપયોગ અને સંશોધનની સંભાવનાના સંરક્ષણમાં મદદ કરવા માટે બનાવવામાં આવી છે માહિતી વ્યવસાયિકો દ્વારા પ્રાપ્ત વિશેષ તાલીમ તેમને આ પ્રકારની સેવા હાથ ધરવા માટે સજ્જ કરે છે. એમ ભારપૂર્વક કહી શકાય કે ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ તૈયાર કરવા માટે વિષયનું જ્ઞાન આવશ્યક ઘટક છે.

12.6.1 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સની જરૂરિયાત :

માહિતીના વિસ્ફોટના યુગમાં અને કોઈપણ એક વિષયમાં દસ્તાવેજોના પ્રસાર સાથે, વર્તમાન દસ્તાવેજીકરણ સેવાઓ જેમ કે ઈન્ડેક્સીંગ અને એબ્સ્ટ્રેક્ટીંગ નિષ્ણાત વાચકોની ચોક્કસ માંગને પહોંચી વળવા માટે પર્યાપ્ત નથી. આવી વિશેષ માહિતી જરૂરિયાતોને સંતોષવા માટે મૂલ્યવર્ધિત માહિતી સેવાઓના સ્વરૂપમાં વિશેષ પ્રયાસો જરૂરી છે. ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ આવી જ એક શ્રેણી ગણી શકાય.

12.6.2 ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સની તૈયારી :

ડોક્યુમેન્ટ લિસ્ટ દ્વારા ચોક્કસ વિષય પર ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ તૈયાર કરવા એ માહિતી સેવાનું એક ઉપયોગી સ્વરૂપ છે પહેલાના સમયમાં, ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ્સ વિષય નિષ્ણાતો દ્વારા તેમને સુલભ દસ્તાવેજોના આધારે તૈયાર કરવામાં આવતા હતા જોકે, પુસ્તકાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં નવી તકનીકોના વિકાસથી માહિતી નિષ્ણાતો આ જવાબદારી નિભાવવામાં સક્ષમ બન્યા છે. માહિતી નિષ્ણાતો હવે કોઈપણ વિષયને તેના યોગ્ય પરિપ્રેક્ષ્યમાં જોવા અને તેની પ્રગતિને ટ્રેક કરવા અને ઉભરતા પ્રવાહોને સમજવાની સ્થિતિમાં છે. આ હેતુ માટે તેમાં નીચેના ગુણોનો સમાવેશ થાય છે.

- વિષયના વિવિધ ઘટકો સાથે પરિચિતતા;
- નિષ્ણાતની ચોક્કસ વિષય આવશ્યકતાઓનું જ્ઞાન કે જેના માટે ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ સંબોધવામાં આવે છે;
- ટ્રેન્ડ રિપોર્ટની કમ્પાઈલ કરવાની તકનીકો જાણી શકાય;
- તેઓએ સંબંધિત નિષ્ણાત વપરાશકર્તા સાથે તેના વિષયના અભિગમ અને તેના વિકાસને લગતા મંતવ્યો જાણવા માટે તેની સાથે યોગ્ય તાલમેલ સ્થાપિત કરવો જોઈએ;
- કોઈ વિષય પર ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ તૈયાર કરવામાં સામેલ માહિતી નિષ્ણાતો તે વિષયને લગતી માહિતીના સ્ત્રોતો વિશે જાણકાર હોવા જોઈએ.

ઉપરોક્ત ગુણોથી સજ્જ તેઓએ વ્યવસ્થિત રીતે ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ તૈયાર કરવાનું કામ હાથ ધરવું જોઈએ.

ગોપીનાથ (1971) નો અભિપ્રાય છે કે ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ તૈયાર કરવા સંબંધિત કાર્યની કલ્પના ત્રણ પ્લાન પર થઈ શકે છે; (i) આઈડિયા પ્લાન, (ii) વર્બલ પ્લાન અને (iii) નોટેશન પ્લાન.

- (i) આઈડિયા પ્લાન કાર્યમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે.

- ચોક્કસ વિષયની પસંદગી
 - વિવિધ દસ્તાવેજોમાંથી વિચારોનો સંગ્રહ
 - આ વિચારોને મદદરૂપ ક્રમમાં ગોઠવવું અને
 - સંગઠિત લખાણમાં મેળવેલી માહિતીને એકીકૃત કરવી.
- (ii) વર્બલ પ્લાનના કાર્યમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે.
- સમાનાર્થી મુક્ત ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ અને
 - સરળ અને છતાં અસરકારક ભાષામાં વિચારોની યોગ્ય અભિવ્યક્તિ સાથે સંકળાયેલા અને પરિબળો
- (iii) નોટેશન પ્લાનના કાર્યમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે.
- વિચારોની એકતાના સ્તરની રજૂઆત માટે અભિવ્યક્ત સંકેતોનો ઉપયોગ, અને
 - આઈડિયા પ્લાનમાં કલ્પના કરાયેલ રીતે ટેક્સ્ટની રચના કરવી. અંતે, તે જરૂરી છે કે ઉપરોક્ત પ્રક્રિયાના અંતિમ ઉત્પાદન તરીકે મેળવેલ ટ્રેન્ડ રિપોર્ટમાં (a) શીર્ષક પૃષ્ઠ (b) સામગ્રી પૃષ્ઠ (c) સંક્ષિપ્ત માહિતી પદ અમૂર્ત (d) અનુક્રમણિકા અને (e) તકનીકી માટે વ્યાખ્યાઓ ધરાવતું પરિશિષ્ટ અહેવાલના ટ્રેક્સ્ટમાં વપરાયેલ શબ્દોનો સમાવેશ થાય છે.

12.6.3 ટ્રેન્ડ રીપોર્ટના કેટલાંક ઉદાહરણો :

- (i) વિજય આરોગ્ય સંસ્થા (૨૦૦૮), કેન્સર સંશોધનમાં વલણો, જીનીવા, WHO: 2008.
- (ii) વિજય બેંક (2008), ટકાઉ વિકાસના વલણો : કૃષિ ગ્રામીણ વિકાસ, જમીન, વૈવિધ્યકરણ અને દુષ્કાળ, વોશીંગ્ટન, ડી.સી. વર્લ્ડ બેંક, 2008

12.7 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ્સ

સામાન્ય અને નિષ્ણાત સંસ્થાઓમાં પુસ્તકાલયો અને માહિતી કેન્દ્રોમાં કામ કરતા માહિતી વ્યવસાયિકો તેમના ગ્રાહકોની માહિતીની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા વિવિધ ઉત્પાદનો અને સેવાઓ બતાવે છે. માહિતી વ્યવસાયિકો પાસે કેટલીક વિશિષ્ટ સેવાઓનું આયોજન અને ઘડતર કરવામાં વધારાની જવાબદારીઓ હોય છે, જે તેમના વપરાશકર્તાઓની ચોક્કસ જરૂરિયાતોને વધુ સારી રીતે પૂરી કરી શકે છે, ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ્સ ને કારણે માહિતી ઉત્પાદનો બનાવવામાં આવ્યા છે અને નિષ્ણાતોની માહિતી જરૂરિયાતોને પૂર્ણ કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવાય છે, ખાસ કરીને ઉદ્યોગ અને સંચાલન વાતાવરણમાં, ચાલો આપણે એ સમજવાનો પ્રયત્ન રીએ કે ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ્સ શું છે, તે કેવી રીતે આયોજન, ડિઝાઈન અને તૈયાર કરવામાં આવે છે. નોંધનીય છે કે, ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટનું લે-આઉટ અને પ્રેઝન્ટેશન તેની ઉપયોગિતાને વધારવા માટે વપરાશકર્તાઓને મદદરૂપ થવું જોઈએ.

12.7.1 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની વ્યાખ્યા અને અર્થ :

ડાયજેસ્ટનો શબ્દકોશનો અર્થ છે “ટૂંકા લેખિત અહેવાલ, જે લેખનના મોટા ભાગ અથવા તાજેતરના સમાચારો ધરાવતા ટૂંકા લેખિત અહેવાલોનો સૌથી મહત્વપૂર્ણ ભાગ પૂરો પાડે છે.” “ડાયજેસ્ટ શબ્દનો સમાનાર્થી ઉપયોગ કમ્પેડિયમ અથવા એપિટોમ સાથે થાય છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ડાયજેસ્ટને “માહિતીનો મુખ્ય ભાગ અથવા લેખિત પદાર્થ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે, જેમાં ઘનીકરણ દ્વારા માહિતી એકત્રીકરણનો સમાવેશ થાય છે. તે શીર્ષકો અને પેટા - માથાળાઓ હેઠળ વર્ગીકૃત, વ્યવસ્થિત રીતે અને પદ્ધતિસરની રીતે ગોઠવાયેલ, વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી એકત્ર કરાયેલી માહિતી માટેનું સંકલન છે. તે કાં તો માંગ પર અથવા ઝડપી અને તૈયાર સંદર્ભની અપેક્ષાએ તૈયાર કરવામાં આવે છે, જેમાં સાહિત્યથી લઈને વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી સુધીના વિષયનો વિસ્તાર છે.” ગુહા (1983) ની વાત કરીએ તો, “ડાયજેસ્ટ એ ખરેખર દસ્તાવેજનું સંપૂર્ણ પ્રતિનિધિત્વ છે, જે હેતુ માટે અથવા લોકોના વિવિધ જૂથની જરૂરિયાતોને અનુરૂપ પુન : લેખિત છે, પરંતુ મૂળ દસ્તાવેજના સંપૂર્ણ વિકલ્પ તરીકે સેવા આપવાનો હેતુ છે.” ડાયજેસ્ટ સામાન્ય રીતે સામયિક પ્રકાશનો છે. જેમાં કાર્યોનું ઘનીકરણ હોય છે, જે ઘણા સ્ત્રોતોમાંથી એકત્ર કરવામાં આવે છે. અને વ્યવસ્થિત ક્રમમાં ગોઠવાયેલ હોય છે, ડાયજેસ્ટ વિનંતિ પર તૈયાર કરાયેલ એડહોક પ્રકાશન હોઈ શકે છે. અથવા માંગની અપેક્ષાએ તે નિયમિત અંતરાલો પર વારંવાર જારી કરી શકાય છે. ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ આવરી લેવામાં આવેલ વિષય અને તેના અવકાશ દ્વારા અલગ પડે છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટનો વિષય અવકાશ મુખ્યત્વે વિજ્ઞાન, ટેકનોલોજી અને મેનેજમેન્ટ પાસાઓ હોઈ શકે છે.

12.7.2 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની જરૂરિયાત :

વૈજ્ઞાનિક માહિતીનો પ્રસાર અને અસંખ્ય સ્ત્રોતો દ્વારા તેનો વ્યાપક ફેલાવો, ટેકનીકલ કામદારો અને ઉદ્યોગોમાં કાર્યરત લોકો આ ક્ષેત્રમાં થઈ રહેલા વિકાસની જાણકારી, તેમની વિશેષતા રાખવાનું મુશ્કેલ બનાવે છે. ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ જેવા માહિતી ઉત્પાદનો તેમની વિશેષતાના ક્ષેત્રોમાં થઈ રહેલા નવીનતમ વિકાસથી વાકેફ બનાવવામાં મદદ કરે છે. એ વાત પર ભાર મૂકવો આવશ્યક છે કે વિવિધ ઉદ્યોગોમાં કામ કરતા કામદારોની વિવિધ શ્રેણીઓને વિવિધ સામગ્રીઓ સાથે ડાયજેસ્ટની જરૂર હોય છે. દા.ત. સંચાલકીય કર્મચારીઓ સામાન્ય રીતે ઉત્પાદન લક્ષી માહિતી જેમ કે, તકનીકી વ્યવહારી અને માર્કેટીંગ માહિતીમાં રસ ધરવાતા હોય છે. ગુણવત્તાયુક્ત માહિતી સાથે સમાવિષ્ટ ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ તેમની નિર્ણય લેવાની જવાબદારીમાં તેમને ખૂબ મદદરૂપ થાય છે. ઓપરેટરો અને અને અન્ય ટેકનીકલ કામદારોને એવી માહિતીની જરૂર હોય છે. જે તેમને રોજબરોજના કામમાં આવતી ટેકનીકલ સમસ્યાઓને ઉકેલવામાં સક્ષમ બનાવે નવા વિચારો, પ્રક્રિયાઓ ધરાવતા ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ તેમના માટે ઉપયોગી સાબિત થઈ શકે છે.

ટૂંકમાં, ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ નીચેના ઉદ્દેશો પૂરા કરે છે.

- પ્રવૃત્તિના ક્ષેત્રમાં થઈ રહેલા વિકાસની નજીકમાં ઉદ્યોગોમાં કામદારોના વિવિધ સ્તરો રાખવા,

- તેમની વિશેષતાના ક્ષેત્રોને લગતી સમયસર અને વિશ્વાસનીય માહિતી પ્રદાન કરવી,
- નવીનતમ તકનીકી જાણકારીનો પ્રસાર કરવો, અને
- સંશોધન અને ઉત્પાદન કેન્દ્રો વચ્ચે અસરકારક ચેનલ તરીકે સેવા આપવી.

12.7.3 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની શ્રેણીઓ :

સામાન્ય રીતે, ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની તૈયારીમાં ચોક્કસ વર્ગીકરણની હિમાયત કરતું સાહિત્ય આપણને મળતું નથી. જો કે, ઉદ્યોગમાં કર્મચારીઓના નીચેના સ્તરોને ધ્યાનમાં રાખીને ડાયજેસ્ટ તૈયાર કરવામાં આવે છે.

- ટોચનું સંચાલન ● મધ્ય/સુપરવાઈઝરી મેનેજમેન્ટ, અને
 - ઓપરેટર સ્તરના કર્મચારીઓ
- તે ઉલ્લેખ કરી શકાય છે કે ડાયજેસ્ટને ટોચના સંચાલન માટે માહિતીના નીચેના ઘટકોને આવરી લેવાની જરૂર છે :
- કોર્પોરેટ મેનેજમેન્ટ
 - ગુણવત્તાના કુલ પાસાંઓ
 - ફાઈનાન્સ
 - ઉત્પાદન
 - સંશોધન અને વિકાસ (R&D),
 - કર્મચારી સંચાલન (HRM),
 - વેચાણ
 - જાહેર સંબંધો અને બાહ્ય નિયમો

તે જ રીતે, મધ્યમ સંચાલન માટેના ડાયજેસ્ટમાં નીચેની પ્રવૃત્તિની માહિતી શામેલ હોવી જોઈએ :

- સ્થાપિત ક્ષમતાનો ઉપયોગ વધારવો,
- નવી ઉત્પાદન પ્રક્રિયાઓ, તકનીકો જે સંસાધનોનું સંરક્ષણ કરી શકે છે અને ઉત્પાદનને મહત્તમ કરી શકે છે, અને
- સમસ્યાનું નિરાકરણ અને નિર્ણય લેવાના પાસાઓ.

કામદારો અને ઓપરેટરો માટેના ડાયજેસ્ટમાં નીચેની માહિતી પ્રદાન કરવી જોઈએ જે તેમને આ માટે સક્ષમ બનાવશે :

- રોજિંદી તકનીકી સમસ્યાઓ ઉકેલો;
- ઉત્પાદનની હાલની પદ્ધતિઓ અને તકનીકોના આધુનિકરણની પ્રક્રિયાઓ માટે તેમને ઉત્તેજિત કરો; અને

- હાલના કાર્યોના યાંત્રિકરણ માટે તેમને માનસિક રીતે તૈયાર કરો.

આ માત્ર એક કામચલાઉ વર્ગીકરણ છે જેને માર્ગદર્શક સિદ્ધાંત તરીકે ગણવામાં આવી શકે છે અને વિવિધ સંજોગોનાં આધારે વિસ્તારને વધુ વિસ્તૃત કરી શકાય છે.

12.7.4 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટનું આયોજન ડિઝાઇન :

કોઈપણ મૂલ્યવર્ધિત માહિતી ઉત્પાદન અથવા સેવાની તૈયારીમાં વ્યવસ્થિત આયોજન એ પ્રથમ પગલું છે. તકનીકી ડાયજેસ્ટનો કેસ આ નિયમનો અપવાદ નથી. ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટના આયોજનમાં નીચેના પગલાં શામેલ છે.

- વપરાશકર્તાઓની ઓળખ અને તેમની માહિતી આવશ્યકતાઓ;
- માહિતીના સ્ત્રોતોની સલાહ લેવી, એકત્રિત કરવી અને સમાવેશ કરવો;
- માહિતીનું વિશ્લેષણ અને એકત્રીકરણ; અને
- મૂલ્યાંકન

એ વાત પર ભાર મૂકવો આવશ્યક છે કે આ તમામ પગલાં કોઈપણ માહિતી ઉત્પાદનની તૈયારીમાં આવશ્યક છે અને ડાયજેસ્ટની તૈયારી માટે ખાસ નથી અને તેથી તેમની અહીં ચર્ચા કરવામાં આવી નથી. જો કે, આ સંદર્ભમાં પણ તમારા વપરાશકર્તા આદેશ પર ફરીથી ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે. નોંધનીય બાબત એ છે કે આ હેતુ માટેના સૌથી મહત્વપૂર્ણ સ્ત્રોતોમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે : લર્નડ (શીખેલા) જર્નલ્સ, ન્યૂઝલેટર્સ, કંપનીના અહેવાલો, અને વેપાર વિભાગો, સમાચાર વિભાગો અને નવા ઉત્પાદન વિભાગો જર્નલ્સના આ પાસાઓ નવી આવેલી માહિતીની રચના કરે છે. જો કે તે અન્ય સંબંધિત માહિતીને બાકાત રાખતુ નથી જે સ્ત્રોતોની અન્ય કોઈપણ શ્રેણીમાંથી કાઢી શકાય છે.

12.7.5 ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની પ્રસ્તુતિ, સામગ્રી અને લેઆઉટ :

માહિતી એકત્રીકરણ એ તેની અસરકારકતા અને માહિતી ટ્રાન્સફર અને સંચારની સંભાવના સાબિત કરે છે. એ નોંધવું આવશ્યક છે કે માહિતી ઉત્પાદનોનું મહત્વ ફક્ત ચાર સિદ્ધાંતોનું (સંસ્થા, પૃથ્થકરણ, ચુકાદો અને નિર્ણય) પાલન કરવામાં જ નથી, પણ આ પ્રક્રિયાઓમાંથી મેળવેલી સામગ્રીની રજૂઆત એવા સ્વરૂપમાં કે જે વપરાશકર્તાઓને તેમના તરફ આકર્ષિત કરે છે. તેથી, ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની રચના અને રજૂઆતમાં સાવચેતીપૂર્વક વિચારણા કરવામાં આવે છે. ડાયજેસ્ટમાં માત્ર ગ્રાહકો સાથે સંબંધિત સ્ત્રોત, અલગ - અલગ માહિતીને એકત્ર કરવી, સંબંધિત અને લિંક કરવી જોઈએ નહીં, પરંતુ ડાયજેસ્ટમાં વપરાતી પરિભાષા પણ એવી હોવી જોઈએ કે જે વપરાશકર્તાઓને તે સંબોધવામાં આવે છે તેમને તે સમજી શકાય તેવું હોય. સંક્ષિપ્તમાં સુસંગતતા અને ચોક્કસાઈ સાથે તકનીકી સામગ્રીની ચોક્કસાઈ અને અધિકૃતતા એ સારા ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટ માટે સામાન્ય રીતે અપેક્ષિત ગુણો છે.

● પ્રસ્તુતિ :

ડાયજેસ્ટની પ્રસ્તુતિની અસરકારક રજૂઆત માટે નીચેની માર્ગદર્શિકાઓનું અવલોકન કરવું જરૂરી છે :

- ⇒ લેખનની શૈલી સરળ અને વપરાશકર્તા કેન્દ્રિત હોવી જોઈએ;
- ⇒ ડાયજેસ્ટમાં નોંધાયેલ ડેટા અને તથ્યોની ચોકસાઈ નિંદાથી ઉપર હોવી જોઈએ;
- ⇒ ટેકનીકલ શુદ્ધ ભાષાનો ઉપયોગ કરવાની જરૂર છે. જ્યાં તેની એકદમ જરૂર છે;
- ⇒ ડાયજેસ્ટમાં ઉપયોગિતા વધારવા માટે કોષ્ટકો, આલેખ અને આકૃતિઓ પ્રદાન કરવી આવશ્યક છે; અને
- ⇒ ડાયજેસ્ટમાં ઉપયોગમાં લેવાતાં તકનીકી શબ્દો સમજવાની જરૂર છે.

● સામગ્રી :

ડાયજેસ્ટની સામગ્રીમાં નીચેની માહિતી સામેલ હોવી જોઈએ.

- ⇒ પહેલેથી અસ્તિત્વમાં છે તેના કરતાં નવું ઉત્પાદન અથવા પ્રક્રિયા કેવી રીતે સારી છે ?
- ⇒ ઉત્પાદનમાં કોઈપણ નવી સામગ્રીનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે કે કેમ ? જો એમ હોય તો, વ્યવસાયિક ઉપયોગ માટે તેની ઉપલબ્ધતા કેવી રીતે સુનિશ્ચિત કરી શકાય ?
- ⇒ શું નવી ટેકનોલોજી નવા સાધનોના ઉપયોગ કરે છે ? જો એમ હોય તો, આવા સાધનોનું વર્ણન અને ઉપલબ્ધતા સુનિશ્ચિત થઈ શકે છે.

● લે - આઉટ :

સામગ્રીની ગુણવત્તા ઉપરાંત, ડાયજેસ્ટનું લેઆઉટ તેના અસરકારક ઉપયોગ માટે ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે. તેથી, આ સંદર્ભે અવલોકન કરવા યોગ્ય નીચેના મુદ્દાઓ છે :

- ⇒ ડાયજેસ્ટનું શીર્ષક માત્ર તેના વિષયવસ્તુની તુલનામાં યોગ્ય હોવું જોઈએ નહીં પરંતુ આકર્ષક હોવું જોઈએ.
- ⇒ ડાયજેસ્ટ એ કિયાના આરંભકર્તા એટલે કે મેનેજરને આકર્ષતું હોવું જોઈએ.
- ⇒ ડાયજેસ્ટ નોંધાયેલ વિચાર વધુ અસરકારક કેવી રીતે થશે તેના પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું જોઈએ અને કોઈ અનિશ્ચિત શરતોમાં તેના મૂલ્ય પર ભાર મૂકવો જોઈએ, જેથી તે તરતજ મેનેજરની કલ્પનાને પકડી શકે; અને
- ⇒ એ નોંધવું અગત્યનું છે કે ટૂંકા ડાયજેસ્ટ હંમેશા તેના ઉપયોગની સંભાવનાને વધારે છે.

છેલ્લે, તે ખૂબજ મહત્વપૂર્ણ છે કે, સ્ત્રોતોના સંદર્ભો કે જ્યાંથી ડાયજેસ્ટમાં સમાવિષ્ટ માહિતીનો સંગ્રહ કરવામાં આવ્યો છે તેનો ઉલ્લેખ ગ્રંથસૂચિના રૂપમાં થવો જોઈએ. જે ચોક્કસપણે ડાયજેસ્ટ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવેલ માહિતીની અધિકૃતતા અને વિશ્વાસનીયતાની ચકાસણી માટે એક પદ્ધતિ પ્રદાન કરે છે ઉદાહરણ તરીકે, TIDEETERI ઉર્જા અને પર્યાવરણ પર માહિતી ડાયજેસ્ટ TERI દ્વારા ત્રિમાસિક પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. દરેક અંકમાં થોડા લેખો, લગભગ 250 ડાયજેસ્ટ,

થોડા સમાચાર સંક્ષિપ્ત અને વેબસાઈટ્સના ડાયજેસ્ટ, પરિષદોની ઘોષણાઓ, પેટન્ટ્સ, ધોરણો, સરકારી સૂચનાઓ વગેરે ઉર્જા, સ્થાનિક અને વૈશ્વિક ક્ષેત્રોમાં હોય છે. (<http://www.teriin.org/>)

12.8 સારાંશ

એકમ માહિતી એકત્રીકરણ પ્રવૃત્તિઓની સમજૂતી સાથે શરૂ થાય છે અને તે હકીકતને નિર્દેશ કરે છે કે વિષય નિષ્ણાંતો અને માહિતી નિષ્ણાંતો વચ્ચે વપરાશકર્તા અભિગમ અને સહકાર તેમની પૂર્વ જરૂરિયાતો અથવા મૂળભૂત આવશ્યકતાઓ તરીકે સફળ કામગીરી જરૂરી છે. ત્યારબાદ IAC ઉત્પાદનોને નિર્ધારિત કરવામાં આવે છે.

કેટલા મહત્વપૂર્ણ IAC ઉત્પાદનો, તેમની જરૂરિયાત, લાક્ષણિકતાઓ, કાર્યો અને આ ઉત્પાદનોની તૈયારીમાં સામેલ પ્રક્રિયાઓ વિશે વિદ્યાર્થીને ચર્ચા કરવાનો અને સમજાવવાનો પ્રયાસ કરવામાં આવ્યો છે. આ યુનિટે આ ઉત્પાદનોના મૂલ્યાંકન પર પણ વિચાર કર્યો જેથી કરીને તેઓ લક્ષ્ય પ્રેક્ષકોની જરૂરિયાતોને અસરકારક રીતે પૂરી કરી શકે.

12.9 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

(1) સમીક્ષાઓ એ માહિતી ઉત્પાદનોનો ચોક્કસ વર્ગ છે જે માહિતી વિશ્લેષણ કેન્દ્રો દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ સાથે સામાન્ય છે. સમીક્ષાઓને આપેલ વિષય અથવા તેના પેટા-શિસ્તમાં જ્ઞાનની સ્થિતિના નિર્ણાયક સંશ્લેષણ તરીકે ગણી શકાય, સમજાવો.

⇒ સાહિત્યમાં, સમીક્ષા સાથે સંકળાયેલ બે પ્રકારના કાર્યો છે.

- (a) કાર્યો કે જે વિષયના વિકાસ માટે મૂળભૂત છે. આ કાર્યોને ઐતિહાસિક કાર્યો તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.
 - (b) અન્ય કાર્યો સમકાલીન અથવા વપરાશકર્તા સંબંધિત કાર્યો છે. જે વ્યક્તિગત વપરાશકર્તાઓ માટે ઉપયોગી છે આમાના કોઈપણ કાર્યો પર ભાર મૂકવા માટે સમીક્ષાઓ તૈયાર કરી શકાય છે.
- ઐતિહાસિક કાર્યો દ્વારા, સામાન્ય રીતે નીચેના પાસાઓને સમજી શકાય.
 - પ્રકાશિત સાહિત્યનું વિવેચનાત્મક મૂલ્યાંકન : જે વિષયના વિકાસમાં આપેલા નોંધપાત્ર યોગદાનને દર્શાવે છે.
 - વિવિધ સ્ત્રોતો માંથી માહિતીનો સંગ્રહ : વાસ્તવમાં, આ પ્રકારની સમીક્ષાઓ વિષયને વૈચારિક માળખું પૂરું પાડે છે. જેના દ્વારા વ્યક્તિગત યોગદાનને જોઈ અને મૂલ્યાંકન કરી શકાય છે.
 - પ્રવર્તમાન જ્ઞાનનું સંકલન : સમીક્ષાઓની આ શ્રેણીમાં નવા વિચારો અને માહિતી ધરાવતા પેપરમાંથી આઈડિયા રજૂ કરવામાં આવે છે.
 - ઉભરતી વિશેષતાઓની સમજદારી અને ઓળખ : વાસ્તવમાં, આ પ્રકારની સમીક્ષા ચોક્કસ વિદ્યાશાખાના સાહિત્યમાં દેખાતા વિવિધ કાર્યોને એકીકૃત કરીને નવા ક્ષેત્રના ઉદ્ભવને ઓળખે છે.
 - સમીક્ષાઓને આભારી વપરાશકર્તા સંબંધિત કાર્યોમાં, નીચેના પાસાઓ વિશેષ વિચારણાને પાત્ર છે.

- પ્રકાશિત સાહિત્યની જાણકારી સૂચના તરીકે સેવા આપે છે. આ વ્યક્તિગત વપરાશકર્તાને કાગળો પર વધુ ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવા અને પસંદગી સહાય તરીકે સેવા આપવા સક્ષમ બનાવે છે.
 - વર્તમાન જાગૃતિ કાર્ય તરીકે સેવા આપે છે આ ફંક્શન વપરાશકર્તાઓને તેમના પોતાના વિશેષતાના ક્ષેત્રને અડીને આવેલા ક્ષેત્રોમાં એડવાન્સિસની નજીકમાં રહેવા માટે સક્ષમ કરે છે.
 - સાહિત્યની શોધ માટે બેક-અપ સમીક્ષાઓ સાથે સંકળાયેલા વપરાશકર્તા સંબંધિત કાર્યોમાંનું એક એ છે કે તે વધુ વર્તમાન સામગ્રીને શોધવા માટે પ્રારંભિક બિંદુ તરીકે સેવા આપે છે જે હજુ સુધી સમીક્ષાઓમાં ઉપલબ્ધ નથી.
- (2) સમીક્ષાઓનું મૂલ્યાંકન કરવા માટેના માપદંડો તેમના દ્વિ કાર્યમાંથી ઉદભવે છે જેમ કે, ગ્રંથસૂચિ અને સૂચનાત્મક ઘણા કિસ્સાઓમાં માહિતી એકત્રીકરણ પ્રક્રિયામાં ઉપયોગ માટે વિવિધ માહિતી સ્ત્રોતોની સમીક્ષાઓ ધ્યાનમાં લેવામાં આવે છે. આવી સ્થિતિમાં, સમીક્ષાઓનું મૂલ્યાંકન પ્રાથમિક સાહિત્યની જેમ વિવેચનાત્મક રીતે કરવાની જરૂર છે. મૂલ્યાંકન માટે લાગુ કરાયેલ સામાન્ય માપદંડો ઉપરાંત માહિતી સ્ત્રોતો, સમીક્ષાઓના મૂલ્યાંકનના કિસ્સામાં કેટલાક વધારાના માપદંડો ધ્યાનમાં લેવાની જરૂર છે જે નીચેની બાબતોથી સંબંધિત છે :
- સંપૂર્ણતા : આ આપેલ વિષય અને આપેલ ગ્રાહકો માટે હેતુ, દિશા, અભિગમ અને યોગ્યતાની ડિગ્રી સાથે સંબંધિત છે.
 - પૃથ્થકરણ : પૃથ્થકરણની સંપૂર્ણતા, લંબાઈ અને પહોળાઈ, વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતીના સંકલનની ડિગ્રી અને વિશ્લેષણમાં લાગુ મૂલ્યાંકનની ડિગ્રી સાથે સંબંધિત છે.
 - સંશ્લેષણ : આ દોરવામાં આવેલ કોમ્પેક્શન અને સંબંધોની ડિગ્રી, અગાઉની માહિતી અને સાહિત્યને દબાવવાની હદ, અનુમાનની શક્તિ, સંબંધિત વિષયોમાંથી ચિત્ર દોરવાની ડિગ્રી અને સંશ્લેષણમાં લાગુ મૂલ્યાંકનની ડિગ્રી સાથે સંબંધિત છે.
 - મૂલ્યવર્ધિત : આ વિશેષતાઓની ઓળખ, નવી પૂર્વધારણાઓ અથવા સિદ્ધાંતોનો પરિચય અને પ્રેરણા અને ઉત્તેજના તરીકે સેવા આપતા ભાવિ કાર્ય માટે સૂચનો કરે છે.
 - ઉપયોગિતા : તે ડિગ્રી કે જેમાં સમીક્ષા બહુવિધ કાર્યો કરી શકે છે.
- (3) અદ્યતન અહેવાલો એ સમીક્ષાઓનો એક પ્રકાર છે. આ અહેવાલોનો મુખ્ય હેતુ તેમના ગ્રાહકો સુધી પહોંચે ત્યારે ખૂબ જ તાજેતરની પરિસ્થિતિનું વર્ણન કરવાનો છે. અન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો, અદ્યતન અહેવાલો પરંપરાગત પ્રકારની સમીક્ષાઓ કરતાં સમયસર હોય છે. તાજેતરમાં અદ્યતન અહેવાલો ઘણીવાર અનૌપચારિક અહેવાલો તરીકે પ્રકાશિત થાય છે અને વપરાશકર્તાઓના ચોક્કસ જૂથ માટે માંગલક્ષી તૈયાર કરવામાં આવે છે. આવા અહેવાલો ખૂબ જ ઝડપથી અપ્રચલિત થવાનું વલણ ધરાવે છે. આ પ્રકાશનો સામાન્ય રીતે કિંમતી હોય છે. અત્યાધુનિક અહેવાલનો ઉપયોગ મોટેભાગે ટેકનોલોજીકલ વિષયો અને વેપાર અને વાણિજ્યના સંબંધમાં થાય છે જે સામાન્ય રીતે ત્રણ પ્રકારના હોય છે.

- અત્યાધુનિક અહેવાલો
- બજાર અહેવાલો, અને
- આંકડાકીય સંયોજનો

(4) એકેડેમીયા અને લાયબ્રેરીયનશીપમાં, કોન્ફરન્સ પ્રોસેડિંગ એ શૈક્ષણિક પરિષદ અથવા વર્કશોપમાં સંદર્ભમાં પ્રકાશિત થયેલ શૈક્ષણિક પેપરોનો સંગ્રહ છે. નીચે મુજબના મુદ્દાઓને આવરી લેવામાં આવે છે :

- (i) લેખક અને સંપાદન : પરિષદો માટે પેપર પસંદ કરવાનું અને એકત્રિત કરવાનું એક અથવા વધુ વ્યક્તિઓ દ્વારા આયોજન કરવામાં આવે છે.
- (ii) પ્રકાશન (પબ્લિકેશન) : કોન્ફરન્સની પ્રોસેડિંગ કોન્ફરન્સની આયોજક સંસ્થા દ્વારા અથવા શૈક્ષણિક પ્રકાશક દ્વારા ઈન-હાઉસ પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે.
- (iii) ગોઠવણ (ફોર્મેટ) : કોન્ફરન્સ પ્રોસેડિંગ પુસ્તક અથવા પુસ્તક શ્રેણી તરીકે, જર્નલમાં અથવા સીરીયલ પ્રકાશન તરીકે પ્રકાશિત થઈ શકે છે.

(5) અસરકારક સંદેશાવ્યવહાર એ એક મહત્વપૂર્ણ પરિબળ છે જે ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ તૈયાર કરતી વખતે ધ્યાનમાં રાખવામાં આવે છે ટેકનીકલ ડાયજેસ્ટની સામગ્રી આકર્ષક હોવી જોઈએ, પરંતુ વિષય સંદર્ભના તકનીકી મૂલ્યને બલિદાન આપ્યા વિના જેમના માટે ડાયજેસ્ટ તૈયાર કરવામાં આવે છે તેમના માટે સામગ્રીની રજૂઆત બુદ્ધિગમ્ય અને ઉપયોગી હોવી જોઈએ. અસરકારક પ્રેઝન્ટેશન અને લે-આઉટ માટે સ્કીમ તૈયાર કરવા માટે નીચેની દિશા નિર્દેશોને ધ્યાનમાં રાખવાની જરૂર છે.

● સામગ્રી :

- (i) નવી પ્રોડક્ટ અથવા પ્રક્રિયા હાલની પ્રોડક્ટ્સ કરતા કેવી રીતે સારી છે તેનો ખાસ સમાવેશ કરવો જોઈએ.
- (ii) શું વપરાયેલી સામગ્રી સંપૂર્ણ પણે નવી છે અથવા તેનો નવી રીતે ઉપયોગ થાય છે ?
- (iii) જો નવી સામગ્રીનો ઉપયોગ કરવામાં આવે, તો ઉપયોગ વ્યવસાયિક ઉપયોગ માટે ઉપલબ્ધતા વિશે શું ?
- (iv) શું તેમાં નવા સાધનોનો સમાવેશ થાય છે ? જો એમ હોય તો, શું તે સહેલાઈથી ઉપલબ્ધ છે ?

● લે-આઉટને લગતા પરિબળો નીચે મુજબ ધ્યાનમાં રાખવા જોઈએ.

- (i) શીર્ષક પકડી શકાય, વર્ણનાત્મક અને ઉત્પાદકતા એપ્લીકેશન પર ભાર મૂકે તેવું હોવું જોઈએ.
- (ii) લખાણ ટૂંકું હોવું જોઈએ અને 3 થી 4 ટાઈપ કરેલા પૃષ્ઠોથી વધુ ન હોવું જોઈએ.
- (iii) સ્ત્રોતોના સંદર્ભો, જેમાંથી ડાયજેસ્ટમાં સમાવિષ્ટ માહિતી બહાર કાઢવામાં આવી છે, તેનો સંપૂર્ણ ગ્રંથસૂચિ વિગતો સાથે સ્પષ્ટપણે ઉલ્લેખ કરવો જોઈએ. જે વપરાશકર્તાઓને જરૂરિયાતના કિસ્સામાં સ્ત્રોતોનો સંપર્ક કરવામાં મદદ કરશે; અને

- (iv) કોષ્ટકો, આલેખ વગેરે સ્પષ્ટ રીતે દોરેલા હોવા જોઈએ અને યોગ્ય સ્થાનો પર સ્થિત હોવા જોઈએ. આનાથી ડાયજેસ્ટનું મૂલ્ય અને ઉપયોગિતા વધશે.

12.10 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

- માહિતી એકત્રીકરણ (Information Consolidation) નો મુખ્ય હેતુ શું છે?
 - પુસ્તકો વેચવા
 - માહિતી એકત્રિત કરીને સંક્ષિપ્ત બનાવવી
 - પરીક્ષા લેવી
 - પુસ્તક પ્રકાશન
- નીચેમાંથી માહિતી એકત્રીકરણના ઉત્પાદનનો પ્રકાર કયો છે?
 - નવલકથા
 - સમીક્ષાઓ
 - કવિતા
 - વાર્તા
- “સમીક્ષા” (Review) નો મુખ્ય હેતુ શું છે?
 - નવું સંશોધન કરવું
 - પુસ્તક વેચવું
 - અગાઉના સાહિત્યનું વિશ્લેષણ અને મૂલ્યાંકન કરવું
 - લેખકોની યાદી બનાવવી
- State of the Art Report નો મુખ્ય ફોકસ કયા પર હોય છે?
 - જૂની માહિતી
 - ધાર્મિક માહિતી
 - સૌથી નવી અને તાજી માહિતી
 - નવલકથા
- નીચેમાંથી કયો માહિતી એકત્રીકરણ ઉત્પાદનનો પ્રકાર છે?
 - ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ
 - કવિતા
 - નાટક
 - નવલકથા
- Conference Proceedings શું છે?
 - પરીક્ષા પરિણામ
 - પરિષદમાં રજૂ થયેલા સંશોધન પેપરોનો સંગ્રહ
 - પુસ્તક વેચાણ રિપોર્ટ
 - લાઇબ્રેરી યાદી
- ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ (Technical Digest) નો ઉપયોગ શું છે?
 - વાર્તા વાંચવા
 - નાટક કરવા
 - કવિતા લખવા
 - ટેકનિકલ માહિતીનો સંક્ષેપ આપવા

8. માર્કેટ રિપોર્ટનો મુખ્ય હેતુ શું છે?

- A) બજારની સ્થિતિ અને વિકાસ વિશે માહિતી આપવી
- B) નવલકથા લખવી
- C) કવિતા પ્રકાશિત કરવી
- D) પરીક્ષા લેવો

9. સમીક્ષાનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે કયો માપદંડ મહત્વનો છે?

- A) રંગ
- B) પૂર્ણતા (Completeness)
- C) કાગળનો પ્રકાર
- D) કિંમત

10. Information Consolidation Unit (ICU) નું કાર્ય શું છે?

- A) પુસ્તક વેચવું
- B) પુસ્તક લખવું
- C) પરીક્ષા લેવી
- D) માહિતી એકત્રિત કરીને ઉપયોગી બનાવવી

જવાબ :

જવાબ 1: B) માહિતી એકત્રિત કરીને સંક્ષિપ્ત બનાવવી

જવાબ 2: B) સમીક્ષાઓ

જવાબ 3: C) અગાઉના સાહિત્યનું વિશ્લેષણ અને મૂલ્યાંકન કરવું

જવાબ 4: C) સૌથી નવી અને તાજ માહિતી

જવાબ 5: A) ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ

જવાબ 6: B) પરિષદમાં રજૂ થયેલા સંશોધન પેપરોનો સંગ્રહ

જવાબ 7: D) ટેકનિકલ માહિતીનો સંક્ષેપ આપવા

જવાબ 8: A) બજારની સ્થિતિ અને વિકાસ વિશે માહિતી આપવી

જવાબ 9: B) પૂર્ણતા (Completeness)

જવાબ 10: D) માહિતી એકત્રિત કરીને ઉપયોગી બનાવવી

12.11 ચાવીરૂપ શબ્દો

- કોમ્પેન્ડિયમ : મોટા કામના મુખ્ય મુદ્દાઓનો ટૂંકો સારાંશ.
- ડાયજેસ્ટ : માહિતીના વર્ણનાત્મક ટેકસ્ટનું ધનીકરણ અને સંક્ષિપ્તમાં મુખ્ય વિચારોની વ્યવસ્થિત રજૂઆત.

- **એપિટોમ :** કોઈપણ સાહિત્યક અથવા વૈજ્ઞાનિકનું કન્ડેન્સ્ટ એકાઉન્ટ અથવા તકનીકી કાર્ય તેમાં દસ્તાવેજના ફક્ત સૌથી મહત્વપૂર્ણ મુદ્દાઓ શામેલ છે.
- **બજાર અહેવાલો :** આ અહેવાલો સામાન્ય રીતે ઉદ્યોગ અથવા બજારની સ્થિતિને તેના અસ્તિત્વ, નાણાકીય શક્તિ, આર્થિક નફાકારકતા, વૃદ્ધિની વિશેષતાઓ વગેરેના સંદર્ભમાં રજૂ કરે છે.
- **અદ્યતન અહેવાલો :** આ એક પ્રકારની સમીક્ષાઓ છે, જેમાં તમામ આવરી લેતો અવકાશ અને ઐતિહાસિક અભિગમ નથી ઔપચારિક પ્રસ્તુતિમાં વિશ્લેષણ, સંશ્લેષણ, એકીકરણ, નિષ્કર્ષણ અને મૂલ્યાંકનની કામગીરીને આધિન વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી એકત્રિત કરવામાં આવેલી માહિતી તેમજ તાજેતરની અને અદ્યતનતા પર ભાર મૂકે છે.
- **આંકડાકીય સમીક્ષાઓ :** સેવાઓનો આ વર્ગ તકનીકી, બજાર, વસ્તી વિષયક, વૈજ્ઞાનિક અને અન્ય ક્ષેત્રોની વિશાળ વિવિધતામાં આંકડાકીય જોડાણો રજૂ કરે છે. વલણોની કોસ - ડિપોન્ડન્સ બતાવવા માટે આ ખાસ રચનામાં આવે છે અને તેનું મૂલ્યાંકન કરવામાં આવે છે આનો ઉપયોગ નિર્ણય લેનારાઓની સંક્ષિપ્ત માહિતી માટે થાય છે.
- **ટેકનિકલ ડાયજેસ્ટ :** ઉદ્યોગોમાં કામ કરતા એક્ઝિક્યુટિવ્સ, એન્જિનિયરો, ટેકનિકલ કામદારો વગેરેને સક્ષમ કરવા માટે નિર્દેશિત ડાયજેસ્ટ સેવા. તેનો ઉદ્દેશ અદ્યતન માહિતી પ્રદાન કરવાનો છે.
- **ટ્રેન્ડ રિપોર્ટ :** તે વિષયમાં વર્તમાન વિકાસ પર સાહિત્યની સમીક્ષાના આધારે વિષયમાં સંશોધનની સામાન્ય દિશાનો હિસાબ આપે છે.

12.12 સંદર્ભ અને વિશેષ વાચન

- (1) Asundi, A.Y. "Technical Digests". MLISC-04, unit-11. New Delhi : IGNOU 1994, Print.
- (2) DRTC. "Digests for Management : Selection and Presentation of Ideas". Seminar on Infomation Service for Business and Industry. n.p. : n.p., 1974 : File 5, 63 - 105, Print.
- (3) Guha, B. Daoumentation and Information - Serveces Techniques and Systems. 2nded. Calcutta _ world press, 1983, Print.
- (4) Sectharama, S. Information Consolidation and Repackbging - Frame work, Methodology and Planning. New Delhi _ Ess Ess Publications, 1997, Print.
- (5) Wbodarlrd, A. m. "Review Liberature : Characberistics, Sources and Output in 1972". Aslib Proecedings 26.9 (1974) : 367 - 376, Print.



એકમ-13

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ,
હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

-: રૂપરેખા :-

- 13.0 ઉદ્દેશો
- 13.1 પ્રસ્તાવના
- 13.2 ઉત્પાદન સંકલનના વિવિધ પ્રકારો
 - 13.2.1 વાર્ષિક અહેવાલ
 - 13.2.2 મેન્યુઅલ (માર્ગદર્શિકાઓ)
 - 13.2.3 હેન્ડબુક
 - 13.2.4 ડિરેક્ટરીઝ
 - 13.2.5 એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન
 - 13.2.6 ગ્રંથસૂચિ (બિબ્લિયોગ્રાફી)
- 13.3 ઉત્પાદન સંકલનના સંદર્ભ સ્ત્રોતોના ઉપયોગો
- 13.4 ઉત્પાદન સંકલનના સંદર્ભ સ્ત્રોતોનું મૂલ્યાંકન
- 13.5 સારાંશ
- 13.6 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો
- 13.7 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત
- 13.8 ચાવીરૂપ શબ્દો
- 13.9 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન
- 13.0 ઉદ્દેશો

આ એકમનો હેતુ વિવિધ ઉત્પાદનના સંકલન સ્ત્રોતોનો પરિચય કરવાનો છે. જેમાં ચોક્કસ અવકાશ, હેતુ અને ઉપયોગો છે. આ એકમમાં આપણે નીચેના મુદ્દાઓથી અવગત થઈશું.

- વિવિધ પ્રકારના ઉત્પાદન સંકલનના સ્ત્રોતો વચ્ચેનો તફાવત
- જરૂરી માહિતીને પ્રાપ્ત કરવા કયા ઉત્પાદન સંકલન સ્ત્રોતનો ઉપયોગ કરવો તેની જાણકારી તેમજ ગ્રંથાલય માટે તેને પ્રાપ્ત કરતા પહેલા આવા કોઈપણ સંદર્ભ સાધનની કિંમતનું મૂલ્યાંકન કરવું.

આમ, આ એકમ આપણને પ્રશ્નોના જવાબો શોધવા માટે યોગ્ય સાધનો પસંદ કરવામાં મદદ થશે.

13.1 પ્રસ્તાવના

આ એકમથી આપણે વિવિધ પ્રકારના ઉત્પાદનના સંકલન સ્ત્રોતો સાથે પરિચિત થઈશું. જેમ કે, યરબુક, પંચાંગ, મેન્યુઅલ, ડિરેક્ટરીઝ, હેન્ડબુક વગેરે. જેને તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોત કહેવામાં આવે છે, કારણ કે તેઓ વાસ્તવિક પ્રશ્નોના જવાબ આપવા માટે સંદર્ભિત કરવામાં આવે છે. ઉત્પાદન સંકલનના સ્ત્રોતો જે વાર્ષિક ધોરણે પ્રકાશિત થાય છે અને યરબુક તરીકે ઓળખાય છે. તે સામાન્ય રીતે પાછલા વર્ષના છેલ્લા ત્રણ માહિના અને

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

ચાલુ વર્ષના પ્રારંભમાં પ્રકાશિત કરવા માટે આવતા વર્ષના પ્રથમ નવ મહિનાની માહિતી આવરી લે છે. પરંતુ કેટલાક એવા સ્ત્રોતો છે. જે શીર્ષક, પૃષ્ઠ પર છાપેલા સમાન સમયગાળાને આવરી લે છે.

દા.ત. Manoruma year Book, 1998 ee'ed. Kottayam :

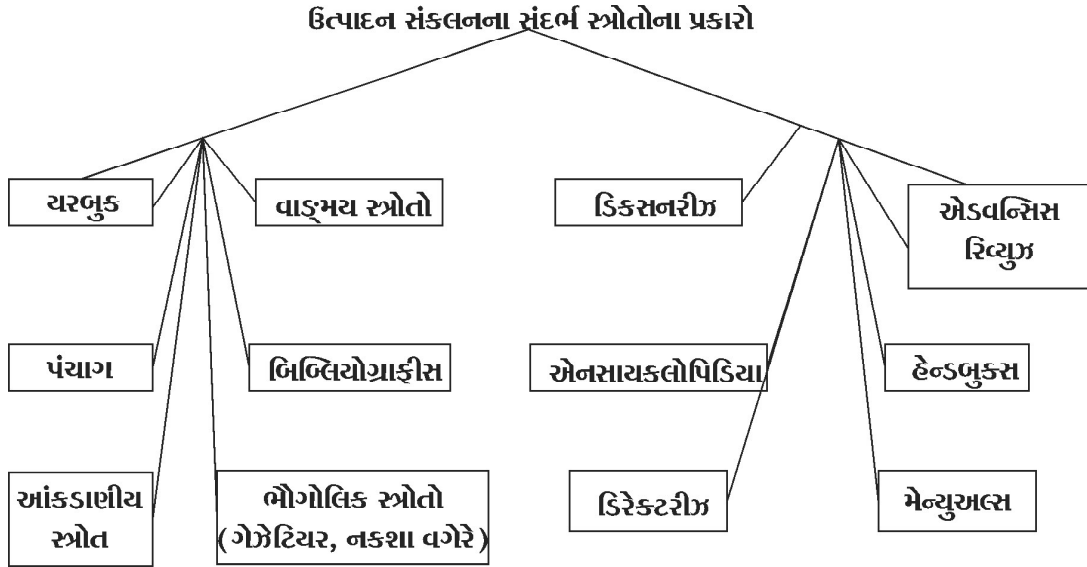
Malayala Manoruma, 1998.

ઉપરના શીર્ષકમાં વર્ષ '1998' એ છાપની તારીખ છે અને તે આવરી લેવાયેલ વર્ષ નથી, 1998 વર્ષનું પુસ્તક પ્રકાશિત કરવા માટે તેને ઓક્ટોબર 1997 સુધીમાં છાપવાનું હોય છે. તેથી તે 1996ના છેલ્લા ત્રણ મહિના અને 1997 ના પ્રથમ નવ મહિનાને આવરી લે છે. ઉદાહરણ તરીકે, ભારત : એક સંદર્ભ વાર્ષિક 1996. નવી દિલ્હી : પ્રકાશન વિભાગ, 1997, 1996ની ઘટનાઓ આવરી લે છે.

ઉત્પાદન સંકલનના સ્ત્રોતો એક રીતે માહિતીના સંબંધિત સ્ત્રોતો છે. તેઓ જ્ઞાનકોશના પૂરક સ્ત્રોતો છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો વિવિધ યરબુક પ્રકાશિત કરીને, જ્ઞાનકોશમાં પહેલેથી જ અસ્તિત્વમાં કે તે માહિતીમાં સામાન્ય રીતે અથવા સમયાંતરે વધારાની નોંધપાત્ર હેન્ડબુક, મેન્યુઅલ માહિતી ઉમેરવામાં આવે છે. જે તેમને અપડેટ, પૂર્ણ અને ઇમ્યુવ કરવામાં મદદ કરે છે. જો કે આ સ્ત્રોતોના અમુક વર્ગોમાં જ્ઞાનકોશમાં જોવા મળતી માહિતી કરતા તદ્દન અલગ પ્રકારની માહિતી હોય છે. આમ, ડિરેક્ટરીઝ અને માર્ગદર્શિકાઓ માત્ર માહિતીને અપડેટ કરતી નથી, પરંતુ નવી માહિતી ઉમેરે છે.

13.2 ઉત્પાદન સંકલનના વિવિધ પ્રકારો

ઉત્પાદન સંકલનના ઘણા પ્રકારના સંદર્ભ સ્ત્રોતો છે. જે સામગ્રી શોધ સમસ્યાને સંતોષે છે. જેને છ થી બાર પ્રકારના મુખ્ય વર્ગોમાં વહેંચી શકાય છે. જે નીચે મુજબ છે.



આ એકમમાં આપણે વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ (Manuals), હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઝ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન અને ગ્રંથસૂચિ (Bibliography)નો અભ્યાસ કરીશું.

13.2.1 વાર્ષિક અહેવાલ

કોઈપણ સંસ્થા પોતાનો વાર્ષિક અહેવાલ રજૂ કરવાની અપેક્ષા રાખે છે. સંસ્થાનો વાર્ષિક અહેવાલ એ પાછલા વર્ષ દરમિયાન હાથ ધરવામાં આવેલ કાર્યનું સર્વેક્ષણ છે. જે સંસ્થાની પ્રવૃત્તિઓ અને સિદ્ધિઓનો સારાંશ આપે છે. જે મેનેજર દ્વારા ઉચ્ચ અધિકારીઓને જાણ કરવાનો એક પ્રકાર છે. વાર્ષિક અહેવાલ એ પાછલા વર્ષ દરમિયાન કરવામાં આવેલ વાસ્તવિક કાર્યનું સર્વેક્ષણ છે. જેમાં પ્રદાન કરવામાં આવેલ સેવાઓ,

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

નવા વિભાગો, નાણાકીય અને અન્ય સંશોધનો અને તેનો ઉપયોગ, કામગીરીનું મૂલ્યાંકન અને તેના જેવી બાબતો દર્શાવે છે.

13.2.1.1 વાર્ષિક અહેવાલનો હેતુ

- ટ્રસ્ટી મંડળ અને અન્ય વહીવટી સત્તાવાળાઓને વાસ્તવિક નાણાકીય સ્થિતિ અને સંસ્થા દ્વારા આપવામાં આવતી સેવાઓના અન્ય પાસાઓ વિશે મહિતગાર કરવા.
- સંસ્થાના વપરાશકર્તાઓને પ્રાપ્ત કરવા માટે પ્રચાર માધ્યમ તરીકે સેવા આપવી.
- વિવિધ વર્ષોના વાર્ષિક અહેવાલોની સરખામણી કરવામાં મદદ કરે છે. જે સંસ્થાના મજબૂત અને નબળા મુદ્દાઓ નક્કી કરવામાં મદદ કરે છે. તેમજ તેને સુધારવામાં પણ મદદ કરશે.
- સ્ટાફની સ્થિતિની સમીક્ષા કરી શકાય છે અને સંસ્થામાં સ્ટાફની પુનઃ ફાળવણી કરી શકાય છે.
- વાસ્તવિક જરૂરિયાતોનો ઉપયોગ કરવા અને વધુ ભંડોળની જોગવાઈઓના માર્ગો અને માધ્યમો શોધવા માટે.

13.2.1.2 વાર્ષિક અહેવાલોની સામગ્રી

રિપોર્ટની સૌથી મહત્વની વિશેષતાએ તેની સામગ્રી છે. ગ્રંથાલયના સંદર્ભમાં જોઈએ તો આ સામગ્રીમાં નીચેની બાબતોનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે.

- દર્શાવવામાં આવેલ વિસ્તાર/વસ્તી : સેવા આપવામાં આવેલ વિસ્તાર/વસ્તી નાગરિક વસ્તીના માથાદીઠ પુસ્તકો અને પુસ્તક સિવાયની સામગ્રીના પુરવઠાના સંદર્ભમાં પુસ્તકાલયની સેવાઓની મર્યાદા દર્શાવે છે.
- પુસ્તકો અને પુસ્તક સિવાયની સામગ્રી સ્ટોક : પુસ્તકો અને પુસ્તક સિવાયની સામગ્રી જેમ કે, ચિત્રો, પ્રિન્ટસ, હસ્તપ્રતો, સ્લાઇડ્સ, ફોનો-રેકોર્ડ્સ વગેરેનો સ્ટોક. પુસ્તકો અને પુસ્તક સિવાયના સંશોધનોની પ્રકૃતિ, વાર્ષિક અહેવાલમાં જણાવ્યા મુજબ વિશેષતાના ક્ષેત્રો સહિત, પુસ્તકાલયના સંસાધનો અને સમુદાયની વિવિધ જરૂરિયાતો પૂરી કરવા માટેની સમતાને ઉપયોગ કરવામાં મદદ કરશે. અહેવાલમાં અહેવાલ હેઠળની વર્ષની શરૂઆતમાં સ્ટોકમાં કુલ વોલ્યુમની સંખ્યા, પાછી ખેંચવામાં આવેલી. વોલ્યુમની સંખ્યા, વર્ષો દરમિયાન ઉમેરાવમાં આવેલા વોલ્યુમની સંખ્યા, વર્ષના અંતે વોલ્યુમની કુલ સંખ્યા દર્શાવવી આવશ્યક છે. આ ઉપરાંત વર્તમાન સામયિકોની સંખ્યા વાચકોના ધ્યાન પર લાવવી જોઈએ.
- ગ્રાહક : નોંધાયેલાં વાચકોની સંખ્યા પુખ્તવયના, બાળકો, અંધ વગેરેની સંખ્યા સ્પષ્ટપણે દર્શાવવાની છે અને આંકડાઓ સાથે વાચકોની વસ્તીની ટકાવારી દર્શાવે છે. પરિભ્રમણતા આંકડામાં દર્શાવ્યા મુજબ ગ્રાહકોના આંકડા અને તેમની વાંચનની રુચિઓ ગ્રંથપાલને પુસ્તકાલયની ઉપયોગિતા નક્કી કરવામાં સક્ષમ બનાવશે.
- ફાઈનાન્સ : વાર્ષિક અહેવાલમાં ગ્રંથાલયની વાસ્તવિક નાણાકીય સ્થિતિ દર્શાવવી આવશ્યક છે. જેથી કરીને તે શોધી શકાય કે બજેટ ફાળવણી પર્યાપ્ત છે અને તેને વધારવાની જરૂર છે. સરકાર તરફથી આવકના સ્ત્રોતો જેવા કે ફંડ, લાયબ્રેરી ઓથોરિટી ફંડ, અભ્યુપદ ફી, દંડ અન્ય નિર્દિષ્ટ સ્ત્રોતોમાંથી અને કુલ આવક દર્શાવવી જોઈએ. કર્મચારીઓના પગાર, પુસ્તકો અને પુસ્તક સિવાયની સામગ્રી સામયિકો, ફર્નિચર, હીટિંગ, ડૂલિંગ, લાઈટિંગ, સફાઈ વગેરેના ખર્ચ અને કુલ ખર્ચ વાર્ષિક અહેવાલમાં દર્શાવવું જોઈએ.
- સ્ટાફ : સ્ટાફની સંખ્યા, ગ્રંથપાલ અને મદદનીશો ટાઈપિસ્ટ અને ક્લાર્ક, કેરટેક્સ, સોર્ટસ અને દરવાન, કલીનર, બાઈન્ડિંગ સ્ટાફ અને સ્ટાફની કુલ સંખ્યા, વાર્ષિક અહેવાલમાં દર્શાવવી જોઈએ.
- પરચૂરણ : વિસ્તરણ સેવા જેવી પ્રવૃત્તિઓ (પ્રવચનો, ફિલ્મ શો, તાલીમ કાર્યક્રમો, સેમિનાર, પરિષદો,

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ અભ્યાસ વર્તુળ વગેરે) અને અન્ય સામાજિક અને પુખ્ત શિક્ષણ પ્રવૃત્તિઓ, પ્રચારને કારણે વાર્ષિક અહેવાલમાં આપવી આવશ્યક છે.

13.2.2 મેન્યુઅલ

મેન્યુઅલ એ એક સૂચના પુસ્તક છે. કાર્ય કેટલું જટિલ છે તેના આધારે તે ટૂંકું હોઈ શકે છે અથવા તો લાંબું હોઈ શકે છે. વિવિધ પ્રકારની માર્ગદર્શિકાઓ જાણવી મહત્વપૂર્ણ છે. કારણ કે તેમાંથી દરેક સાથે કામ કરવાની જરૂર પડશે. મેન્યુઅલ એ વ્યવસાયિક વાતાવરણમાં દસ્તાવેજીકરણનું સૌથી સામાન્ય સ્વરૂપ છે. જેમાંના મોટા ભાગે હવે ઇલેક્ટ્રિક સ્વરૂપમાં આવે છે, જેમ કે, કોર્પોરેટ ઇન્ટ્રાનેટ પર સંગ્રહિત દસ્તાવેજીકરણ. પરંતુ તે ગમે તે સ્વરૂપમાં દેખાય છે, તેનો ઉપયોગ કર્મચારીઓને તકનીકી પ્રક્રિયાઓ, કોર્પોરેટ નીતિઓ અને અન્ય ઘણી પ્રકારની માહિતી વિશે સૂચના આપવા અને માર્ગદર્શન આપવા માટે થાય છે. જે સાહજિક રીતે સ્પષ્ટ નથી. તેના વિના કર્મચારીઓ મૂલ્યવાન સંદર્ભ સ્ત્રોત ગુમાવશે અને વ્યવસાયો અપ્રશિક્ષિત કામદારોથી માંડીને જવાબદારી સુધીની વિવિધ સમસ્યાઓથી પીડાશે. સંમેલન દ્વારા, ચોક્કસ પ્રકાશના પ્રકાશનોને મેન્યુઅલ કહેવામાં આવે છે, ખાસ કરીને સોફ્ટવેર પ્રોગ્રામ્સ અને મશીન ઓપરેશન માટે તકનીકી દસ્તાવેજીકરણમાં જો કે આ જ પ્રકારના પ્રકાશનોને વપરાશ કર્તાઓના માર્ગદર્શિકા, સહાય માર્ગદર્શિકાઓ, સંદર્ભ પુસ્તકો અથવા બીજી કાંઈક કહી શકાય. નામકરણમાં અસ્પષ્ટતાએ સારા દસ્તાવેજીકરણના મહત્વ અથવા ચોક્કસ પ્રેક્ષકોને આવા દસ્તાવેજીકરણને લક્ષ્ય બનાવવાની જરૂરિયાતને અસ્પષ્ટ ન કરવી જોઈએ. તમામ માર્ગદર્શિકાઓ એકસરખી નથી હોતી લેખકો અને ડિઝાઇનરો એ ધ્યાનમાં નીચે મુજબની બાબતો ધ્યાનમાં લેવી જોઈએ.

- શા માટે વાચક પ્રકાશિતનો ઉપયોગ કરશે ?
- વિષયનું તેમનું હાલનું જ્ઞાન શું છે ?
- તેઓ કયા વિષય ક્ષેત્રના સંમેલનો માટે વપરાય છે ? અને
- દસ્તાવેજીકરણનો ઉપયોગ કયા ભૌતિક વાતાવરણમાં કરવામાં આવશે ?

ઉદાહરણ તરીકે, જો મેન્યુઅલ ફેક્ટરી કામદારો માટે ઝડપી, એક નજરમાં સંદર્ભ બનાવવાનો હેતુ ધરાવે છે. તો તે કદાચ વિશાળ, ભારે ટેકસ્ટ, હાર્ડકવર બુક ન હોવી જોઈએ, સિવાય કે વપરાશકર્તાઓની કામ કરવાની ટેવનું વિશ્લેષણ સૂચવે છે કે આવા ફોર્મેટ અનુકૂળ રહેશે. વધુ સંભવ છે કે, આ હેતુ માટેની માર્ગદર્શિકા ટૂંકી, ગ્રાફિકલ, ઝડપી ઉપયોગ માટે કલર કોડેડ હોવી જોઈએ, અને તેના વપરાશકર્તાઓની કાર્ય કરવાની રીત સાથે સુસંગત હોય તેવા ભૌતિક ફોર્મેટમાં પ્રદાન કરેલ હોવું જોઈએ. સમાન પ્રકારની ઉપયોગિતા વિચારણાઓ મોટા ભાગના પ્રકારની માર્ગદર્શિકાઓ પર લાગુ થાય છે.

13.2.2.1 મેન્યુઅલના પ્રકાર

તકનીકી દસ્તાવેજીકરણના સૌથી વધુ ફેલાયેલા પ્રકારોમાંનું એક મેન્યુઅલ છે. આજકાલ વ્યવહારિક રીતે આપણી આસપાસની દરેક વસ્તુમાં મેન્યુઅલ હોય છે. ભલે આપણે મોબાઇલ ફોનનો ઉપયોગ કરીએ કે કિચન ગેજેટ ખરીદીએ. મેન્યુઅલ ગ્રાહકોને મદદ કરે છે અને તકનીકી નિષ્ણાતો ઉત્પાદનો અને ઉપકરણોનો ઉપયોગ અને જાળવણી કરે છે. તેઓ મેનેજરોને તેમની કંપનીઓ વિકસાવવામાં મદદ કરે છે.

- **સેવા મેન્યુઅલ :** ટેકનિશિયન અને અન્ય પ્રશિક્ષિત લોકોને સાધનસામગ્રીની સેવા, જાળવણી અને સમારકામ કરવામાં મદદ કરે છે. તેમાં સામાન્ય રીતે આવી શકે તેવી સમસ્યાઓ અને ભંગાણ વિશેની માહિતી અને તેને કેવી રીતે ઠીક કરવી તેની માર્ગદર્શિકા હોય છે.
- **વપરાશકર્તા મેન્યુઅલ :** લોકોને ચોક્કસ સિસ્ટમ - અથવા ઉપકરણોનો ઉપયોગ કરવામાં મદદ કરે છે. તે ઉત્પાદનના સેટઅપ, સંચાલન અને જાણવણી માટે કુશળ અને અકુશળ વપરાશકર્તાઓ બંને માટે સૂચનાઓ પ્રદાન કરે છે. તેમાં સાવચેતી અને સમસ્યા માર્ગદર્શિકા હોઈ શકે છે.

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

- **ઓપરેશન મેન્યુઅલ :** તે કર્મચારીઓને તેમના કાર્યો યોગ્ય રીતે અને અસરકારક રીતે કરવા માટે માર્ગદર્શન પુરું પાડે છે. તે શું અને કેવી રીતે કરવું જોઈએ તેનું વર્ણન કરે છે, જે ખાસ કરીને માલ અને સેવાઓની ગુણવત્તા માટે મહત્વપૂર્ણ છે. વધુમાં, તે ઉત્પાદનો અને સેવાઓની ગુણવત્તા માટે સલામતીમાં ફાળો આપે છે.
- **તાલીમ મેન્યુઅલ :** જે કરવામાં આવેલ કાર્યો અને પ્રક્રિયાઓમા ગુણવત્તા સુધારવા માટેની સૂચનાઓ સમાવે છે. તે કર્મચારીઓને કૌશલ્યો શીખવવા અને અપગ્રેડ કરવામાં મદદ કરે છે. તેનો ઉપયોગ કાર્યસ્થળમાં સંદર્ભ દસ્તાવેજ તરીકે અથવા સામગ્રીને સુધારવા માટેના ટ્રેનર જેવું ઉપયોગી છે.
- **પોલીસી મેન્યુઅલ :** તે કંપનીની નીતિ માર્ગદર્શિકા, નિયમો, ઠરાવો અને પ્રક્રિયાઓ સમાવે છે. તે મેનેજમેન્ટને બિઝનેસ ચલાવવા અને નિર્ણય લેવામાં મદદ કરે છે; તે કંપનીના વિકાસના કોર્સને નિયંત્રિત કરે છે.
- **સંસ્થાકીય મેન્યુઅલ :** તે કંપનીમાં હોદ્દા, તેમની જવાબદારીઓ, ફરજો, કાર્યો એ સંબંધોનું વર્ણન કરે છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, તે કંપનીના તમામ કર્મચારીઓના જોબ વર્ણન અને કાર્યોને વ્યાખ્યાયિત કરે છે, જે તેને અસરકારક રીતે તમામ કાર્યો કરવા સક્ષમ બનાવે છે.
- **વહીવટી પ્રેક્ટિસ મેન્યુઅલ :** તે કર્મચારીઓના કાર્યોને પરિપૂર્ણ કરવા અને અસરકારક રીતે સહકાર આપવા માટે પ્રમાણભૂત પદ્ધતિઓ અને પ્રક્રિયાઓ આપે છે. તે વિવિધ વિભાગો માટેની સૂચનાઓ અથવા કોર્પોરેટ પત્રવ્યવહાર માટેની માર્ગદર્શિકા હોઈ શકે છે. કેટલીકવાર, તેમાં કર્મચારીના જ્ઞાન અને કૌશલ્યને કેવી રીતે સુધારવું તે અંગેની સૂચનાઓનો સમાવેશ કરે છે.

13.2.2.2 મેન્યુઅલના ઉદાહરણો

મેન્યુઅલ (માર્ગદર્શિકા)ના કેટલાક ઉદાહરણો નીચે મુજબ છે :

- Manual of Law Librarianship : The use and Organisation of Legal Literature/ed by E.M. Moys. London : British and Irish Association of Law Librarians, 1976
- Today's Librarian : A Practical Manual for Academic Librarianship/by S. Morgan and M. Heery, London : Aslib, 1996
- A manual of style : For Authors, Editors and copy writers. Ed. 12. Chicago : University of Chicago, 1969.
- The McGraw - Hill style Manual/ed. M. Long year. New York : McGraw-Hill, 1983.

13.2.3 હેન્ડબુક

હેન્ડબુક મેન્યુઅલ, સોર્સબુક અને માર્ગદર્શિકા પુસ્તકો ધરાવતા તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતોનું ખૂબ મોટું જૂથ છે. તેમને એકબીજાથી અલગ પાડવું મુશ્કેલ છે. કારણ કે તેમની પાસે સામાન્ય અવકાશ અને સમાન હેતુ છે. આ શબ્દો સમાનાર્થી તરીકે ઉપયોગમાં લેવાય છે. કારણ કે તેમાં સમાન લક્ષણો છે. તેમને સંયોજક તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. કારણ કે તેમાં આપેલ જ્ઞાનના ક્ષેત્રોનો સંક્ષિપ્ત અને વ્યાપક હિસાબ હોય છે.

‘હેન્ડબુક’ શબ્દ જર્મન શબ્દ ‘હેન્ડબુચ’ પરથી લેવામાં આવ્યો છે. જેનો અર્થ થાય છે. ‘નાનું પુસ્તક અથવા ઉપયોગી તથ્યો આપતી ગ્રંથ.’ ‘હેન્ડબુક’ શબ્દનો શાબ્દિક અર્થ એ પુસ્તક છે જે વાપરવા માટે ‘હેન્ડી’ છે. કારણ કે તેમાં તમામ પ્રકારના તથ્યો છે અને તેને હાથમાં લઈ જવા માટે ‘હેન્ડી’ છે. બધી હેન્ડબુક લોકપ્રિય રુચિના તથ્યો પ્રદાન કરતી નથી. પુનઃ શોધ અહેવાલો પર આધારિત લેખો ધરાવતી અસંખ્ય વિષયોની પુસ્તિકાઓ છે. તેમને સમજવા માટે વિષયનું પ્રાથમિક જ્ઞાન હોવું જરૂરી છે. તેમની પાસે મર્યાદિત અવકાશ

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ છે. કારણકે તેઓ નિષ્ણાતોના નાના જૂથ માટેના વિશિષ્ટ વિષયોની વિગતો સાથે વ્યવહાર કરે છે. વાસ્તવમાં તેઓ સંક્ષિપ્ત વિષયના ક્ષેત્રમાં માહિતીની ઊંડાઈ માટે મૂલ્યવાન છે. હેન્ડબુક પ્રકાશનમાં ઝડપથી વધારો થઈ રહ્યો છે. ચોક્કસ વિષયો પર અગણિત હેન્ડબુક્સ છે. જ્ઞાનની વૃદ્ધિ સાથે, તે જૂની થઈ જાય છે અને સુધારેલી આવૃત્તિઓ પ્રકાશિત કરવી પડે છે. તેઓ પુસ્તકાલયો માટે વિશ્વસનીય અને અનિવાર્ય સંદર્ભ સ્ત્રોત છે.

13.2.3.1 હેન્ડબુકના પ્રકારો

હેન્ડબુકના પ્રકારો નીચે મુજબ છે.

- સામાન્ય હેન્ડબુક
- આંકડાકીય હેન્ડબુક
- ઐતિહાસિક હેન્ડબુક
- વ્યવહારુ હેન્ડબુક
- વિષય હેન્ડબુક
- સાહિત્યિક હેન્ડબુક
- સત્તાવાર હેન્ડબુક
- કોષ્ટકો

દરેક પ્રકારના હેન્ડબુક : જે દરેક બાબતમાં પ્રથમ, શ્રેષ્ઠ, સંબંધી તથ્યો પ્રદાન કરે છે. તે જ્ઞાનના લગભગ તમામ ક્ષેત્રોમાં લોકોની જિજ્ઞાસા અને જિજ્ઞાસાને સંતોષવા માટે માહિતી આવરી લે છે. માહિતીને સરળતાથી અને ઝડપથી શોધવા માટે સામગ્રીની વિષયવાર ગોઠવણી અને સંપૂર્ણ અનુક્રમણિકા ઉપયોગી છે.

- Famous First Facts/by Joseph N. Kane, Ed.4. New York : H.W. Wilson, 1981.

જે ખૂબ જ મૂલ્યવાન સંદ્રભ સાધન છે જે માત્ર સામાન્ય જ્ઞાનને સમૃદ્ધ કરવા માટે જ નહીં, પરંતુ વિદ્વાનો અને સંશોધકો માટે પણ ઉપયોગી હકીકતો આપતું હોય છે. વિષય દ્વારા સામગ્રીને મૂળાક્ષરો પ્રમાણે ગોઠવવામા આવી છે. તે ભૌગોલિક કાલક્રમ, અને વ્યક્તિગત નામ દ્વારા તથ્યોની યાદી આપે છે.

- Awards Honours and Prizes/ed by Gita Siegmán, Ed. 78. Detroit : Gale Research, 1987. 2 vols.

જે વિવિધ ક્ષેત્રોમાં પુરસ્કારો, સન્માનો અને પુરસ્કારોનો સમાવેશ થાય છે. તે નામ અને વિષય હેઠળ મૂળાક્ષરો મુજબ અમેરિકન, કેનેડિયન એ આંતરરાષ્ટ્રીય પુરસ્કારોની યાદી આપે છે. તે પ્રાયોજકોના નામ અને સરનામાં સાથે પુસ્કારોનું વર્ણન કરે છે. તે વિષય અને ભૌગોલિક સૂચકાંકો પ્રદાન કરે છે. તે વિજેતાઓના નામ આપતું નથી.

- Guineas Book of World Records New York : Sterling, 1955 Annual.

જે માનવ સિદ્ધિઓ, અવકાશ, કળા, વૈજ્ઞાનિક વિશ્વ, પ્રાણી અને વનસ્પિતિ સામ્રાજ્ય વગેરેના રેકોર્ડ્સ પર તથ્યો અને આંકડાઓ પ્રદાન કરે છે. તે ઝડપી શોધ માટે સામગ્રી અને વિગતવાર અનુક્રમણિકા આપે છે. પ્રકાશનની સફળતાને પરિણામે ‘ગિનિસ ફેમિલી ઓફ બુક્સ’ નામની શ્રેણી પ્રકાશિત કરવામાં આવી છે. જેમાં શીર્ષકો છે. જેમ કે, Guinness Sports Record Book. Guinness Book of Surprising Accomplishments’, Guinness Book of Extraordinary Exploits વગેરે ‘Guinness Book of World Records’ની આવૃત્તિ લગભગ ૨૫ ભાષાઓમાં ઉપલબ્ધ છે.

- આંકડાકીય હેન્ડબુક : આંકડાકીય પુસ્તિકાઓ સંખ્યાત્મક સ્વરૂપમાં વિવિધ પાસાને લગતી માહિતી આવરી લે છે. તેઓ વિવિધ દેશોની સરકારો દ્વારા પણ બનાવવામાં આવે છે. તેઓ સામાજિક વૈજ્ઞાનિકો અને સંશોધન વિદ્વાનો માટે ખૂબ જ સારી છે.

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

- Handbook of Labour Statistics, Simla : Labour Bureau, 1991.
- European Historical Statistics : 1950-1975/by B.R. Mitchell 2nd rev.ed. New York : Facts on File, 1980.
- **ઐતિહાસિક હેન્ડબુક** : દરેક પુસ્તકાલય ઇતિહાસમાં તારીખો અને ઘટનાઓ સંબંધિત પ્રશ્નો મેળવે છે. ઐતિહાસિક હેન્ડબુક વિશ્વના વિવિધ દેશોમાં ચોક્કસ વર્ષમાં બનેલી ઘટનાઓ, શોધો, સાહિત્ય, સંગીત, કલા, વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીની સિદ્ધિઓ સંબંધિત માહિતી પૂરી પાડે છે. તેઓ સામાન્ય રીતે મૂળાક્ષરો અથવા કાલક્રમ પ્રમાણે ગોઠવાય છે. તેઓ વિશ્વની ઐતિહાસિક માહિતી પણ પ્રદાન કરે છે.
- **The Time Tables of History** : A Chronology of World Events Based on W. Steins Kulturfahr Plan/by Berird Grunt. Rev, ed. New York : Simon and Schuster, 1987.
- **The People's Chronology** : A year by year Record of Human Events from Pre-history to the Present/by J. Trager. Rev. ed. New York : Henry Holt, 1992.
- **સાહિત્યિક હેન્ડબુક્સ** : સાહિત્યિક એક વોલ્યુમની હેન્ડબુક અને સાથીઓની સંખ્યા છે, જે સાહિત્ય, સાહિત્યિક કૃતિઓ, સાહિત્યિક પાત્રો, પ્રકાશન તારીખો, લેખકો, કલાસિક્સ અને માસ્ટર પીસનો સંક્ષિપ્ત સારાંશ વગેરે વિશે તૈયાર સંદર્ભ પ્રશ્નો માટે માહિતી મેળવવા માટે ખૂબ જ ઉપયોગી છે.
- The Oxford Companion to American Literature/by James D. Hart. Ed. 5. New York : Oxford university Press, 1983.
- Bharatiya Sahitya Kosh/ed by Nagendra New Delhi National Publishing House 1981.
- A chronological outline of British Literature by Samuel J. Rogal. West Port : Greenwood 1980
- **વિષયની હેન્ડબુક** : વિવિધ વિદ્યાશાખાઓમાં અસંખ્ય વિષયોની પુસ્તિકાઓ છે. તેઓ સંબંધિત ક્ષેત્રોમાં શિક્ષણવિદો અને નિષ્ણાતો માટે ખૂબ જ ઉપયોગી છે. નવા સંશોધનો અને વિકાસ નિયમિતપણે થઈ રહ્યા હોવાથી, આ સંદર્ભ પુસ્તકો ખૂબજ ઝડપથી જૂના થઈ જાય છે. તેમાંના કેટલાકને નિયમિત પણે સુધારવામાં આવે છે. જ્યારે અન્યને અનિયમિત અંતરાલ પર અપડેટ કરવામાં આવે છે.
- Handbook of Special Librarianship and Information work/ed by Patti Dossett London : ASLIB, 1992.
- Third World Economic Handbook/by S. Sinclair. Ed. 2. London : Euro Monitor publications, 1989.
- Handbook of Information Resource Management/ed by Jack Robin and Edward N. Jackowoski. New York : Marcel Dekker, 1987.
- **વ્યવહારું હેન્ડબુક્સ** : વિશિષ્ટ કામ કરવા, બનાવવા, ચલાવવા, શીખવા માટે ચોક્કસ સૂચનાઓ અથવા સ્પષ્ટ દિશાઓ પ્રદાન કરતી હેન્ડબુકને વ્યવહારુ હેન્ડબુક કહેવામાં આવે છે. તેઓ સૂચના માગદર્શિકા તરીકે પણ ઓળખાય છે. તેઓને વિવિધ જૂથોમાં વધુ વર્ગીકૃત કરવામાં આવ્યા છે. જે નીચે મુજબ છે :
 - (a) **કૌટુંબિક સ્વાસ્થ્ય, પ્રાથમિક સારવાર માટેની હેન્ડબુક** :
અસંખ્યા આરોગ્ય માર્ગદર્શિકાઓ અને પ્રાથમિક સારવાર માટેની પુસ્તકો છે. જે પરિવારો માટે ખૂબ જ ઉપયોગી સંદર્ભ સાધનો તરીકે સેવા આપે છે. તેઓ વિવિધ રોગી, તેના લક્ષણો,

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

સાવચેતીઓ દવાઓ અને ઘરગથ્થુ ઉપચારો, પ્રાથમિક સારવાર અંગેની સૂચનાઓ અમુક બિમારીઓ માટે નિવારણના વગલાં વગેરે વિશે માહિતી આપે છે.

- Where there Is No Doctors : A village Health Care Handbook/by David Werner. California : Hesperian foundation, 1977
- (b) હોમ મેન્ટેનન્સ હેન્ડબુક : તેમાં આંતરિક સુશોભન, બાગકામ, વિવિધ સામગ્રીના કપડાની જાળવણી, વિવિધ ઘરગથ્થુ પાસાઓ તેમની સંભાળ અને જાળવણી વિશેની માહિતી સામેલ છે. તેઓ ગૃહિણીઓ માટે ઉપયોગી માર્ગદર્શક અને સાથી તરીકે સેવા આપે છે.
- Women's Home Companion Household Book/ed. by Henry Humphery. New York : Collier, 1948.
- (c) શિષ્ટાચાર અને શિષ્ટતા હેન્ડબુક્સ : શિષ્ટાચારની પુસ્તિકાઓ ભદ્ર સમાજમાં ઔપચારિક સંબંધો અથવા ચોક્કસવર્ગ, સમાજ અથવા વ્યવસાયના લોકોમાં નમ્ર સામાજિક વર્તન માટેના નિયમો અને માનવીય સંબંધોને લગતી માહિતી આવરી લે છે. વૃદ્ધ લોકો, છોકરાઓ, છોકરીઓ, યુવાનો, સ્ત્રીઓ માટે અલગ-અલગ હેન્ડબુક ઉપલબ્ધ છે. જેથી દરેક વર્ગના લોકો તેમના વર્તનને તે મુજબ નિયમન કરી શકે. શિષ્ટાચારની હેન્ડબુક અથવા પુસ્તિકા વિવિધ પ્રસંગો માટે પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. જેમ કે, પાર્ટીની રીતભાત, ટેબલ મેનર્સ, પત્ર લખવા વગેરે.
- A young people's guide to Manners/by John Barclay and Leila Hanley New York : Random House, 1967.
- (d) રસોઈ વાનગીઓ હેન્ડબુક : વિવિધ દેશોની વિવિધ સ્વાદિષ્ટ વાનગીઓ વિશે માહિતી આપતી અસંખ્યા રેસીપી પુસ્તકો છે. તેઓ શાકાહારી અને માંસાહારી વાનગીઓ વિશે માહિતી આપે છે. તેઓ વાનગીઓની પસંદગી અને ખરીદી, પોષક મૂલ્યો, કેલરીના કોષ્ટકો, વજન અને માપદંડો, કોષ્ટકો સેટ કરવા, વિવિધ ખાદ્ય સામગ્રીની શબ્દાવલિ વગેરે અંગેના સંકેતો પણ આપે છે.
- Nutrition Cook Book Hawthorne : Culinary Arts Institute, 1975.
- The workingwoman's Cookbook/by vimala Patel. New Delhi : India Book House, 1979.
- 101 Jams, Pickles, Candies and Squasher/by Barbara Lal. New Delhi : vikas, 1986.
- (e) મનોરંજન હસ્તકલા અને શોખની હેન્ડબુક : વ્યવહારુ હેન્ડબુકની આ શ્રેણીમાં મોટી સંખ્યામાં ઉપયોગી હેન્ડબુક પ્રકાશિત કરવામાં આવી છે. તેઓ વિવિધ હસ્તકલાની પ્રેક્ટીસ કરીને, રમતો રમીને અથવા શોખને પ્રોત્સાહન આપીને મનોરંજન પૂરું પાડવામાં મદદ કરે છે. તેમાં માટીકામ, લાકડાનું કામ, વણાટ, સોયકામ, સ્ટીચિંગ, ગૂંથણકામ, ભરતકામ, બાગકામ, ફૂલોની ગોઠવણી, આંતરિક ડેકોરેશન, ફોટોગ્રાફી, સિરામિક્સ, પેઇન્ટિંગ, ફેબ્રિક પેઇન્ટિંગ, ડ્રોઇંગ, સ્કેચિંગ, સ્ટેમ્પ્સ કલેશન, સિક્કા કલેક્શન અને પ્લેઇંગનો તેમજ વિવિધ ઈન્ડોર અને આઉટડોર રમતો વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.
- knit ot Fit : A Comprehensive Guide to Hand and Machine Knitting/by Ida Riley Duncan. New York : Liveright Pub. Corp. 1963.
- Arco's New Complete Wood Working Handbook/by Jeannette T, Adams. Rev. ed. New York : Arco, 1975.

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

- (f) **સ્વ.-શિક્ષિત અને જાતે શીખો હેન્ડબુક :** અસંખ્ય પ્રાયોગિક હેન્ડબુક છે. જે કોઈપણ વ્યક્તિગત કોચિંગ મેળવ્યા વિના કેવી રીતે કરવું, બનાવવું, શીખવું, ઓપરેટ કરવું તે વિશે માહિતી અને સૂચનાઓ પ્રદાન કરે છે. તેમને સ્વ.-શિક્ષણ સામગ્રી કહેવામાં આવે છે. જે સામાન્ય રીતે ‘સ્વ.-શિક્ષણ સામગ્રી કહેવામાં આવે છે. જે સામાન્ય રીતે ‘સ્વ-શિક્ષણ’ અથવા ‘તમારી જાતે શીખો’ હેન્ડબુક તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તેઓ ભાષાઓ શીખવા, રમતો અથવા સંગીતનાં સાધનો વગાડવા, મશીનો અને સાધનો ચલાવવા વગેરે માટે ઉપલબ્ધ છે.
- Learn Hindi in 30 days/k. Shrinivasachari. Madras : Balaji Pub, 1970.
- Learn Kananada through English/Ranga Rao Ed. 2. Madras : Balaji Pub, 1972.
- (g) **સાધનો અને ઉપકરણો હેન્ડબુક :** મોટા ભાગના ઇલેક્ટ્રોનિક ગેજેટ્સ અને હોમ એમ્બ્લાયન્સિસમાં તેમની કામગીરી સમજાવવા માટે હેન્ડબુક્સ હોય છે. એવી ઘણી હેન્ડબુક્સ હોય છે. જે મોડમ સાધનોના સિદ્ધાંત અને પ્રેક્ટિસ અને તેમની સમસ્યાઓ અથવા સમારકામને સમજાવે છે. એવા ઘણા વ્યાપક, સરળ સંદર્ભ સાધનો છે. જે વૈજ્ઞાનિકો/ટેકનિશિયન અને સામાન્ય માણસો વચ્ચેના અંતરને દૂર કરે છે. તે માહિતીપ્રદ છે. અને લોકોને આપણા જીવન અને મશીનો વચ્ચેના અનંત જોડાણનો અહેસાસ કરાવે છે.
- How Things work. The Univarsal Encyclopedia of Machines. London : Granada, 1972. 2 Vols.
 - **કોષ્ટકો :** કોષ્ટકો સ્વરૂપમાં સંખ્યાત્મક અને માત્રાત્મક માહિતી રજૂ કરતી અસંખ્ય હેન્ડબુક છે. ગણિત, ભૌતિક વિજ્ઞાન, એન્જિનિયરિંગ, અને ટેક્નોલોજી મટોભાગે પ્રમાણીકરણ સાથે સંબંધિત છે. વિજ્ઞાનની અસંખ્ય પુસ્તિકાઓમાં કોષ્ટક સ્વરૂપમાં સંખ્યાત્મક માહિતી છે. કોષ્ટકોમાં સંખ્યાત્મક માહિતી પ્રસ્તુત કરવી અનુકૂળ છે. જ્યાં ભાષા અવરોધન અસ્તિત્વા નથી. આથી અલગ-અલગ તેઓમાંમાં કોષ્ટકોની થોડી હેન્ડબુક્સ હોય છે. વપરાશર્તાઓને કોષ્ટકો સ્વરૂપમાં ઉપલબ્ધ હોવાને શોધવાનું અને તેને સમજવાનું સરળ લાગે છે. ઉકળતા અને ગલનબિંદુઓ, ધનતા, અણુ વજન, દ્રાવ્યતા, દૈનિક વેતન માટે ગાણિતિક ગણતરીઓ, કર વગેરે સંબંધિત વૈજ્ઞાનિક અને તકનીકી હેતુ કોષ્ટકોમાં ખૂબ જ સારી રીતે રજૂ કરી શકાય છે.
 - International Tables for X-Ray Crystallography Birmingham : Kyoch Press, 1952-62. 3 Vols.
 - Tables of Physical and Chemical Constants/by G.W.C. Kaya and T.H.Lay. Ed. 14. Longman, 1973.
 - સત્તાવાર હેન્ડબુક કેન્દ્ર અને રાજ્ય સરકારની કચેરીઓમાં કામ કરતાં લોકો માટે કાર્યાલયના નિયમોનું પાલન કરવામાં સુસંગતતા રાખવા માટે, વિવિધ પાસાઓ માટે નિયમો ઘડવામાં આવ્યા છે. જે હેન્ડબુક તરીકે પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે જેનો વ્યાપકપણે સરકારી કર્મચારીઓ દ્વારા ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.
 - Swamy's Handbook 1990 for Central Government Servants/by Muthuswamy and Brinda Ed. 16 Madras: Swamy Publishers, 1989 Annual.
 - Fundamental Rules and Supplementary Rules-5 parts
Pt. I General Rules
Pt. II T.A. Rules
Pt. III Central Civil Services (Leave) Rules
Pt. IV D.A. with rates and REady Reckoners
Pt. V BRA and CCA

13.2.4 ડિરેક્ટરીઝ

ડિરેક્ટરીએ લાઈબ્રેરી વપરાશકર્તાઓ દ્વારા જરૂરી સમૃદ્ધ માહિતી ધરાવતું તૈયાર સંદર્ભ સાધનની વધુ એક શ્રેણી છે. દરેક ગ્રંથાલયને ડિરેક્ટરી - પ્રકારની માહિતી માટે સંખ્યાબંધ પ્રજનો પ્રાપ્ત થાય છે. તેથી ગ્રંથપાલ માટે આ પ્રશ્નોના સંતોષકારક જવાબ આપવા માટે યોગ્ય વિવિધ પ્રકારની ડિરેક્ટરીઝ પ્રાપ્ત કરવી આવશ્યક છે. ડિરેક્ટરીઝ એ તૃતીય સંદર્ભ સ્ત્રોત છે. જે શોધકર્તાને પ્રાથમિક અને ગૌણ સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ કરવામાં મદદ કરે છે.

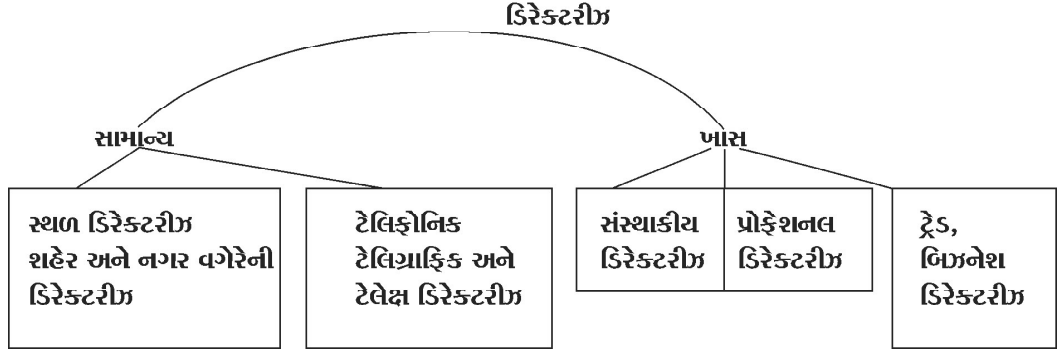
નામ, માળખુ, કાર્યો, ઉદ્દેશ્યો, કાર્યકારી, પ્રવૃત્તિઓ, સરનામાઓ અધિકારીઓને લગતી માહિતી પ્રદાન કરતી ડિરેક્ટરીઝ સંસ્થાકીય હોઈ શકે છે. વ્યક્તિઓની ડિરેક્ટરીઝમાં વ્યક્તિના નામ, એડ્રેસ, સ્ટેટસ, શૈક્ષણિક લાયકાત, વ્યવસાય, અનુભવ જોડાણો વગેરે વિશેની માહિતીને આવરી લે છે. ડિરેક્ટરીઝમાંનું લખાણ વ્યવસ્થિત રીતે મૂળાક્ષરો અથવા વર્ગીકૃત ક્રમમાં ગોઠવાયેલી હોય છે. ‘ડિરેક્ટરી’ શબ્દનો ઉપયોગ ઘટનાઓની યાદી અખબારો સામયિકો વગેરે માટે પણ થાય છે. તેઓ પ્રકાર, અવકાશ હેતુ, અને કદમાં ભિન્ન હોય છે.

યરબુક અને પંચાગો સિવાય ડિરેક્ટરીઝ એક અલગ વિભાગ પૂરો પાડે છે. આવી માહિતી જ્ઞાનકોશમાં પણ હોઈ શકે છે જેવી જીવન ચરિત્ર સ્ત્રોતો, ભૌગોલિક સ્ત્રોતો અને કેટલાક સરકારી અને સંસ્થાકીય પ્રકાશનો. પરંતુ રેફરન્સ ગ્રંથપાલ સામાન્ય રીતે પ્રથમ ડિરેક્ટરીનો સંપર્ક કરવાનું પસંદ કરે છે, કારણ કે તે તેમાંથી માહિતી મેળવશે તેની ખાતરી છે. કેટલીક વાર તેને અન્ય સંદર્ભ સ્ત્રોતોમાંથી ડિરેક્ટરી - પ્રકારની માહિતી શોધવી પડી શકે છે. શીર્ષકમાં હંમેશાં ‘ડિરેક્ટરી’ શબ્દ દેખાય તે જરૂરી નથી. દાખલા તરીકે,

- World of Learning, London : Europa Publications : 1981 Annual.” જે વિદ્વાન સમાજો, સંશોધન સંસ્થાઓ યુનિવર્સિટીઓ, પુસ્તકાલયો, સંગ્રહાલયો વગેરે સૂચિબદ્ધ કરે છે. તે સ્થાપનાની તારીખ, અધ્યાપકો, વરિષ્ઠ વહીવટ અને શૈક્ષણિક સ્ટાફ સભ્યો વગેરે માહિતી આપે છે. યુનેસ્કો, આંતરરાષ્ટ્રીય પરિષદ અને સંસ્થાઓ પર એક અલગ વિભાગનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે.
- National Register of Social Scientists in India/by N.K. Nijhawan. New Delhi : concept (for ICSSR), 1983 જેમાં લગભગ 7500 જેટલા સામાજિક વૈજ્ઞાનિકોની ડિરેક્ટરી છે. જે તેમની શૈક્ષણિક પૃષ્ઠ ભૂમિ, સંશોધનની રુચિ, હોઈ અને વર્તમાન સરનામાં વિશે માહિતી પ્રદાન કરે છે.
- “Year book of International Organizations. Brussels : Union of International Association, 1948. Annual” તે હાલમાં સક્રિય આંતરરાષ્ટ્રીય સંસ્થાઓ અને સંગઠનોની વ્યાપક નિર્દેશિકા છે. તે અંગ્રેજી અને ફ્રેન્ચ બંને ભાષામાં પ્રકાશિત થાય છે.

આ દર્શાવે છે કે આવી સંખ્યાબંધ ડિરેક્ટરીઝ છે. જ્યાં કાં તો શબ્દ ‘ડિરેક્ટરી’ શીર્ષક દેખાતો નથી. અથવા તેને “એનસ્યાયકલોપીડિયા”, ‘યરબુક’, ‘હેન્ડબુક’, ‘રજિસ્ટર’, ‘માર્ગદર્શિકા’, જેવા શબ્દો દ્વારા બદલવામાં આવ્યો છે. ડિરેક્ટરીઝ મૂળભૂત રીતે આંતરરાષ્ટ્રીય, રાષ્ટ્રીય, પ્રાદેશિક અને સ્થાનિક હોઈ શકે છે. તેમને બે મુખ્ય વર્ગોમાં વહેંચી શકાય છે. જે નીચે મુજબ છે.

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)



● સામાન્ય નિર્દેશિકાઓ :

સામાન્ય ડિરેક્ટરીઝ બે જૂથોમાં વહેંચાયેલી છે.

(1) શહેરો, નગરોની ટોપોગ્રાફિકલ ડિરેક્ટરીઝ :

આ ડિરેક્ટરીઝને સ્થાનિક અથવા શહેર નિર્દેશિકાઓ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. આમાના મોટાભાગના પ્રકાશનો સરકારી પ્રકાશનો છે. તેમાં પોસ્ટ ઓફિસ, આર્મી અને નેવી, પોસ્ટસ, સિટી ગાઈડ વગેરેના માર્ગદર્શિકાઓનો સમાવેશ થાય છે. તે માહિતીના મૂલ્યવાન સ્ત્રોત છે.

Directory of cities and Towns In India/by O.P. Sharma, Delhi Kripa, 1989.

જેમાં ૪૦૨૩ શહેરો અને નગરી માટે ભૌગોલિક વિસ્તાર, વસ્તી, શહેરની સ્થિતિ, પિતૃ જિલ્લાઓનું નામ આપવામાં આવ્યું છે.

Great Britain Post Office : Post Office Guide: London : Statistical Office, 1856.

તેને 1856-1879 સુધી 'બ્રિટિશ પોસ્ટલ ગાઈડ' કહેવામાં આવતું હતું. તે આ વર્તનમાં વૈવિધ્યસભર છે. પરંતુ સામાન્ય રીતે તે પૂરક સાથે વાર્ષિક હોય છે. 1937 થી, 'પોસ્ટ ઓફિસ બે' શીર્ષક સાથે સંકળાયેલ વોલ્યુમો પ્રકાશિત થાય છે. યુનાઈટેડ કિંગડમ અને 'લંડન પોસ્ટ ઓફિસ અને સ્ટ્રીટ્સ' અનિયમિત રીતે પ્રકાશિત થાય છે.

ભારત શહેરોની થોડી ડિરેક્ટરીઝ નીચે મુજબ છે ?

- Assam Directory and Tea Areas Handbook - Calcutta : Assam Review Pub. Co.
- Comprehensive Calcutta City Guide and Directory. Calcutta Newman and Co., 1959.
- Kerala City Guide and Directory/Compiled by Esjeays. 2nd ed. Madras : G.S.S. Iyer and sons, 1966.

(2) ટેલિફોન, ટેલિગ્રાફિક અને ટેલેક્ષ ડિરેક્ટરીઝ :

- ટેલિફોન ડિરેક્ટરીઝ : દરેક રાષ્ટ્ર, દેશ, રાજ્ય અને શહેરમાં ગ્રાહકો ટેલિફોન નંબર વિશે માહિતી આપતી ટેલિફોન ડિરેક્ટરી હોય છે. આ સામાન્ય રીતે વિવિધ રાષ્ટ્રીય અને રાજ્ય સરકારોના પોસ્ટ અંગે ટેલિગ્રાફિક વિભાગ દ્વારા સંકલિત કરવામાં આવે છે. તે મૂળાક્ષરોના ક્રમમાં સબસ્ક્રાઈબર્સની યાદી આપે છે. તે સબસ્ક્રાઈબર્સના ફોન નંબર સાથે સરનામું પણ પ્રદાન કરે છે.

- All India Telephone Directory : Classified According to Trade and Professions,

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

Government Departments. Individuals, Institutions etc. 5th ed. Baroda : Indian Export Trade Journal, 1970 4 vols.

– The National Directory of Addresses and Telephone Numbers. New York : Bantam Books, 1977, Irregular.

USA માં, બેલ અને હોવેલ શહેરી સમુદાયો અને પ્રદેશો માટે ૩૬૦ મુખ્ય વર્તમાન બેલ ટેલિફોન કંપની ડિરેક્ટરીઝ માટે માર્ગદર્શિકાનું ઉત્પાદન કરે છે. કેટલીક સિટી ડિરેક્ટરીઝમાં રિચર્સ ટેલિફોન નંબર સેવાઓ છે જેમ કે, ‘ન્યુમેરિકલ ટેલિફોન ડિરેક્ટરીઝ’. કેટલીક ડિરેક્ટરીઝમાં વર્ગીકૃત વિભાગ હોય છે, કેટલીક ‘રહેવાસીઓ અને વ્યવસાયની મૂળાક્ષરોની સૂચિ હોય છે, શબ્દકોષના ક્રમમાં સૂચિબદ્ધ વ્યસાય અને રહેણાંક રહેવાસીઓ સાથેની શેરીઓની સૂચિ હોય છે, અને સબસ્ક્રાઇબરના નામ અને સરનામાને નિર્દેશિત કરતા ટેલિફોન નંબરોની સંખ્યાત્મક સૂચિ હોય છે. 1870 માં સ્થાપેલી ‘ડેટ્રોઇટની R.L. પીલ્ક કંપનીએ આવી 800 થી વધુ ડિરેક્ટરીઝ જારી કરી છે. તેણે બેંકો અને ડાયરેક્ટ મેઇલ માટે એક નિર્દેશિકા પણ પ્રકાશિત કરી છે.

ભારતના દરેક શહેરની પોતાની સ્થાનિક ડિરેક્ટરી છે. આ નિર્દેશિકાઓ રાજ્ય સરકારો અને એજન્સીઓ દ્વારા નિયમિત સમયાંતરે પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે.

– Delhi Telephone Directory : 1999, New Delhi : Mahanagar Telephone Nigam, 1999. 3 Vols.

જે અનિયમિત રીતે પ્રકાશિત થતું હતું. પરંતુ મહાનગર ટેલિફોન નિગમ લિ.ની રચના થઈ ત્યારથી તે નિયમિતપણે પ્રકાશિત થઈ રહી છે.

ડિરેક્ટરી મૂળાક્ષરોના ક્રમમાં સામાન્ય વિભાગ સાથે ત્રણ વોલ્યુમમાં છે. તે વિવિધ ઉત્પાદનો અને સેવાઓ માટે લગભગ ૧૬૦૦ વર્ગીકૃત હેડ ધરાવતા રાજ્ય અને પીળા પૃષ્ઠો માટે વાદળી પૃષ્ઠોનો પણ સમાવેશ કરે છે.

ટેલિફોન નંબરો, સરનામાં, સંસ્થાઓ, નામો અને દિલ્હીમાં સ્થિત ઓફિસોના હોદ્દા શોધવા માટે આ એક અનિવાર્ય સંદર્ભ સ્ત્રોત છે. તે માહિતીનો અત્યંત વિશ્વાસનીય સ્ત્રોત છે.

ટેલિગ્રાફિક અને ટેલેક્ષ ડિરેક્ટરીઝ : ટેલિગ્રાફિક ટેલેક્સ એક્સ અથવા ફેક્સ નંબર સંબંધિત માહિતી આપતી ડિરેક્ટરીઝ ખૂબ જ ઉપયોગી તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોત છે. તેઓ આંતરરાષ્ટ્રીય, પ્રાદેશિક, રાષ્ટ્રીય અથવા સ્થાનિક ક્વરેજ ધરાવી શકે છે.

Iaequer and Woldmann World Telex. Darmstadt : Telex - yerlag Jaequer and Woldmann.

તે દર વર્ષે ત્રિમાસિક પૂર્તિઓ સાથે ચાર ભાગમાં પ્રકાશિત થાય છે. પ્રથમ બે વોલ્યુમ્સમાં, એન્ટ્રીઝ મૂળાક્ષરોના ક્રમમાં ગોઠવવામાં આવી છે - એક યુરોપિયન દેશી માટે અને બીજી બાકીની દુનિયા માટે. વોલ્યુમ ત્રણ પ્રવૃત્તિ દ્વારા વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે. અને ચોથામાં એવીકૃત જવાબ બેક કોડ ઇન્ડેક્સ છે. તે તેની સર્વોચ્ચ પ્રતિષ્ઠા અને વ્યાપક કવર - પેજ માટે જાણીતું છે.

Marcon's International Register. New York : Telegraphic Cable and Radio Registry.

તે કવરેજમાં આંતરરાષ્ટ્રીય છે. ટેલેક્સ નંબર, આન્સ બેક કોડ, અને કેબલ એક્સ માટે અલગ કોલમમાં મૂળાક્ષરોની ગોઠવણી તેને સંદર્ભિત કરવા માટે અનુકૂળ બનાવે છે. વર્ગીકૃત વિભાગ પછી કેબલ કરનામાની અનુક્રમણિકા આવે છે.

All India Telegraphic Address - Directory, Baroda : Indian Export Trade Journal, 1969, Irregular.

તે ભારતના ટેલિગ્રાફિક સરનામાને આવરી લેતી રાષ્ટ્રીય ટેલિગ્રાફિક ડિરેક્ટરી છે.

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

● ખાસ ડિરેક્ટરીઝ :

ખાસ ડિરેક્ટરીઝ ત્રણ જૂથમાં વહેંચાયેલી છે.

- (1) સંસ્થાકીય નિર્દેશિકાઓ
- (2) વ્યવસાયિક નિર્દેશિકાઓ
- (3) વેપાર અને વ્યપાર નિર્દેશિકાઓ

- (1) **સંસ્થાકીય નિર્દેશિકાઓ :** અહીં એવી સંસ્થાકીય ડિરેક્ટરીઝ વિશે જાણીશું જેના શીર્ષકમાં ‘ડિરેક્ટરી’ શબ્દ આવતો નથી અથવા તેને યરબુક, હેન્ડબુક, જ્ઞાનકોશ, માર્ગદર્શિકા, રજિસ્ટર વગેરે શબ્દો દ્વારા બદલવામાં આવ્યો છે. અહીં કેટલીક વધુ યરબુક અને ડિરેક્ટરીઝ સાથે પરિચય કરાવીશું ફક્ત સંસ્થાઓ સંબંધિત માહિતી સાથે કામ કરે છે. તેઓ વિવિધ સંસ્થાઓ, સંગઠનો વગેરે વિશેની રચના, કાર્યો, ઉદ્દેશ્યો, કાર્યકારી પ્રવૃત્તિઓ, સરનામાં, પદાધિકારીઓ સભ્યો અને અન્ય મહત્વપૂર્ણ માહિતીને આવરી લે છે. જેના કેટલાક ઉદાહરણો નીચે મુજબ છે

– Commonwealth Universities yearbook. Directory to the Universities of the Commonwealth and the Handbook of Their Associations. London : Association of Commonwealth Universities, 1914 Annual.

ચાર ગ્રંથોમાં પ્રકાશિત કોમનવેલ્થ દેશોની યુનિવર્સિટીઓ વિશે વિગતવાર માહિતી ધરાવતું તે ખૂબ જ ઉપયોગી સંદર્ભ સાધન છે. દેશોની મૂળાક્ષરો પ્રમાણે સૂચિબદ્ધ કરવામાં આવ્યા છે અને દરેક દેશની ઈંદર યુનિવર્સિટીના દ્વારા આગળની ગોઠવણી મૂળાક્ષરો પ્રમાણે છે. તેમાં ફાઉન્ડેશન વર્ષ, પ્રિન્સિપાલ ઓફિસર્સ, ટીચિંગ સ્ટાફ, મહત્વના વહીવટી સ્ટાફ, સંલગ્ન અથવા સંલગ્ન સંસ્થાઓ, પુસ્તકાલયની આંકડાકીય માહિતી, અભ્યાસક્રમો, પ્રવેશ, ડિગ્રી, શિષ્યવૃત્તિ, વેકેશન વગેરેની માહિતીનો સમાવેશ થાય છે.

– Directory of Indian Public Libraries : A selected list of Libraries. Assisted by the RRR Foundation/ed by B.P. Barua. Calcutta : Naya Prakash. 1986.

જેમાં 1972-73 થી 1984-85 સુધી રાજા રામમોહન રોય લાયબ્રેરી ફાઉન્ડેશન દ્વારા સાહાયિત ભારતમાં 6000 થી વધુ જાહેર પુસ્તકાલયોના નામ અને સરનામાને આવરી લે છે. તે એક વ્યાપક સૂચિ નથી. પરંતુ જાહેર પુસ્તકાલયોની માહિતીનો મૂલ્યવાન સ્ત્રોત છે. તે તેના કરવરેજના સમયગાળાના સંબંધમાં વિકાસ જાણવા માટે સક્ષમ બનાવે છે.

- (2) **વ્યવસાયિક નિર્દેશિકાઓ :** છેલ્લા ચાર દાયકાઓમાં આંતરરાષ્ટ્રીય, રાષ્ટ્રીય અને સ્થાનિક વ્યવસાયિક સંગઠનોના વિકાસના સાક્ષી બન્યા છે. જેમાં ચોક્કસ ક્ષેત્રના વિદ્વાનો સ્વૈચ્છિક રીતે આ ક્ષેત્રમાં તેમના જ્ઞાનને પ્રોત્સાહન આપવા માટે ભેગા થાય છે. તેઓ શિષ્યવૃત્તિને પ્રોત્સાહન આપવા અને પરિસંવાદો, પરિષદો અને કાર્યશાળાઓનું આયોજન કરીને, સંશોધન પ્રોજેક્ટ હાથ ધરીને, જર્નલ્સ, બુલેટિન, ન્યૂઝસેટ્સ, સેમિનારની કાર્યવાહી, મોનોગ્રાફ્સ અને પ્રોજેક્ટ રિપોર્ટ્સ પ્રકાશિત કરીને તેમની પ્રવૃત્તિઓને વિસ્તૃત કરવા માટે પ્રયત્નશીલ છે. આ સંગઠનો તેમની સભ્યપદ નિર્દેશિકાઓ પ્રકાશિત કરે છે જે વિવિધ વિષયોમાં પ્રતિભાશાળી વિદ્વાનોને શોધવા માટે ખૂબ જ ઉપયોગી માહિતી સ્ત્રોત સાબિત થઈ છે.

– World Directory of Mathematics. International Mathematics Union, 1979.

તે ચોક્કસ દેશ અથવા વિસ્તારની અંદર ગણિતના નિષ્ણાતોના ૨૦,૦૦૦ નામોની યાદી આપે છે.

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

– International Directory of Marine Scientifics Rome : Food and Agriculture Organisation 1997.

તે 90 દેશોમાંથી 10,000 થી વધુ નિષ્ણાતોની નોંધણી કરે છે. અને તે કમ્પ્યુટરનો ઉપયોગ કરીને બનાવવામાં આવે છે.

– International Directory and Anthropologists. Ed. 5. Chicago : University of Chicagao Press, 1975.

પ્રથમ ચાર આવૃત્તિઓ 1938-67 ની વચ્ચે વિવિધ સંસ્થાઓ દ્વારા પ્રકાશિત કરવામાં આવી હતી. તે 43,000 થી માનવશાસ્ત્રીઓના જીવનચરિત્ર ડેટાને આવરી લે છે. અને ભૌગોલિક કાલક્રમિક અને વિષય સૂચકાંકો પ્રદાન કરે છે.

– International Directory of Philosophy and Philosophers, Ed.2. Ohio : Philosophy documentation Centre, Bouling Green, University, 1966.

યુનેસ્કોની સહાયથી પ્રથમ આવૃત્તિ પ્રકાશિત કરવામાં આવી હતી. બીજી આવૃત્તિ બે ભાગમાં ‘ડિરેક્ટરી ઓફ અમેરિકન ફિલોસોફર’ના સાથી વોલ્યુમ તરીકે જારી કરવામાં આવી છે. ભાગ-૧ આંતરરાષ્ટ્રિય દાર્શનિક સંસ્થાઓને આવરી લે છે અને ભાગ-૨ કોલેજો, યુનિવર્સિટીઓ, સંસ્થાઓ, સંશોધન કેન્દ્રો, દાર્શનિક સંગઠનો, જર્નલ્સ અને દાર્શનિક કાર્યોના પ્રકાશકોની યાદી આપે છે. તે ઉપરોક્ત સંસ્થાઓના સભ્યની પણ નોંધણી કરે છે.

– International Directory of Translators and Interpreters London : Pond Press, 1967.

તે વિષય અને ભૌગોલિક અભિગમ બંને સાથે સમગ્ર વિશ્વમાં 2100 થી વધુ અનુવાદકો અને દુભાષિયાઓની નોંધણી કરે છે.

આ ઉદાહરણો એક ચોક્કસ શક્તિ અને વ્યવસાય સુધી મર્યાદિત છે પરંતુ વિશ્વવ્યાપી ક્વરેજ ધરાવે છે. હવે એક ચોક્કસ દેશ, સંસ્થા અને સમાજ સુધી મર્યાદિત ચોક્કસ વ્યવસાયિક નિષ્ણાતોની ડિરેક્ટરીઝના ઉદાહરણ જોઈશું.

– Fire Research Specialists : A Directory Washington, National Bureau of standards, 1977. American Architects Directory, 3rd ed. New York : Bowker, 1970.

– Directory of Memebtrs of Royal Institute of Biritish Architects.

– American Medical Directory, American, Medical Institute. 2 vols.

– A.L.A. Membership Directory, Chicago : American Libruary Association, 1950 Annual.

– Directories of Libraries and Who’s who in library Profession in Delhi/ed. by N.R. Goil, [et.al] New Delhi : Delhi Library Association, 1964/

(3) વેપાર અને વ્યાપાર નિર્દેશિકાઓ : લગભગ તમામ દેશોમાં વેપાર, વ્યવસાય, ઉત્પાદકો અને ઉદ્યોગપતિઓની તેમની ડિરેક્ટરીઝ છે. સામાન્ય આંતરરાષ્ટ્રિય ડિરેક્ટરીઝ માટે વેપાર અને વ્યવસાયના તમામ પાસાઓને વિગતવાર આવરી લેવાનું શક્ય નથી. આમ, તે પસંદગીયુક્ત હોવું જોઈએ અને તેના ક્વરેજને મુખ્ય વિષયો સુધી મર્યાદિત કરવું જોઈએ. પરંતુ ચોક્કસ ક્ષેત્ર અને વ્યવસાય સાથે કામ કરતી વિષય અને વ્યવસાયિક નિર્દેશિકાઓ મુખ્ય મહત્વપૂર્ણ વિષય વિશે વિગતવાર માહિતી આવરી શકે છે. વિવિધ રાષ્ટ્રોની વેપાર અને વ્યાપાર નિર્દેશિકાઓના થોડા ઉદાહરણી નીચે આપેલ છે.

– Kelly’s Directory of Merchats, Manufacturs and shippers of the world : A Guide

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

to the export and Import Shipping and Manufacturing Industries. London : Kelly's Directory, 1880 annual.

તે બે ભાગમાં પ્રકાશિત થયેલ છે. પ્રથમ વોલ્યુમ ગ્રેટ બ્રિટન, ઉત્તરી આયલેન્ડ, રિપબ્લિક ઓફ આયલેન્ડ, ઓઈલ ઓફ મેન અને ચેનલ ટાપુઓ આવરી લે છે. બીજા વોલ્યુમ યુરોપ, અમેરિકા, એશિયા, આફ્રિકા અને ઔશનિયાને આવરી લે છે. તે મૂળાક્ષરો તેમજ વર્ગીકૃત યાદીઓમાં ગોઠવાયેલી ખૂબ જ ઉપયોગી ડિરેક્ટરી છે.

– Directory of American Firms Operation in Foreign Countries/complied by Juyenal L. Ange, 7th ed. New York : World Trade Academy Press, 1967. Irregular.

પ્રથમ આવૃત્તિ 1955 માં જારી કરવામાં આવી હતી. તે લગભગ 3200 અમેરિકન કોર્પોરેશનની યાદી આપે છે, જે વિદેશી દેશોમાં 1500 થી વધુ વ્યવસાયિક સાહસો ચલાવે છે. ભાગ-૧ એ અમેરિકન કોર્પોરેશનનું મૂળાક્ષર સમુદાયિકા છે અને ભાગ-૨ દેશ દ્વારા મૂળાક્ષરો મુજબ કોર્પોરેશનના આંતરરાષ્ટ્રિય વિતરણની યાદી આપે છે.

– All India Book Trade Directory : 1986-87 2nd ed. Delhi : Modern Publication, 1987.

તે પુસ્તક વિકેતાઓ, પ્રકાશકો, વિતરકો, નિકાસકારો, આયાતકારો, વિવિધ પ્રકાશકોના પ્રતિનિધિઓ, જથ્થાબંધ વેપારી, છૂટક વિકેતાઓ, પુસ્તકાલયના સપ્લાયર્સ, કાગળના વેપારી, પ્રિન્ટરો, સ્ટોકિસ્ટ વગેરેની વિગતવાર મૂળાક્ષરોની યાદી પૂરી પાડે છે. જિલ્લાનું સ્થાન, પિનકોડ નંબર, ભૌગોલિક રેલ માર્ગ સૂચકાંકો, બેંકિંગ સુવિધાઓ, માલિકનું નામ, સ્થાપના વર્ષ, પોસ્ટલ સરનામું, ટેલિગ્રાફિક સરનામું, ટેલિફોન અને ટેલેક્સ નંબર, પ્રકાશનોની ભાષા, ખાસ કરીને સપ્લાયની વિશેષતા સંબંધિત માહિતી, વિષયો વગેરેને વિગતવાર આવરી લેવામાં આવ્યા છે.

13.2.5 એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન

એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિનને ગૌણ પ્રકાશનો કહેવામાં આવે છે. તે પહેલાથી જ પ્રકાશિત થયેલા પ્રાથમિક દસ્તાવેજો જેમ કે, અખબારો અને સામયિકોમાં લેખ/પેપર, સંશોધન પત્રો, અહેવાલો, પેટન્ટ્સ, કોન્ફરન્સની કાર્યવાહી વગેરે માટે ઉપયોગી ટૂલ્સ છે. જેને એબ્સ્ટ્રેક્ટ સેવાઓ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે, કારણે તેનો ઉપયોગ માહિતી, સેવાઓ પ્રદાન કરવા માટે થાય છે. ખાસ કરીને સામયિકોમાં પ્રકાશિત થતા સાહિત્યના જથ્થામાં વધતા જતા વધારાના પરિણામે એબ્સ્ટ્રેક્ટ સામયિકો વિસ્તર્યા છે. પરિણામે, માહિતી અને જ્ઞાનની સતત વિકસતી દુનિયામાં ગ્રંથ સૂચિ નિયંત્રણ અને સરળ વપરાશની જરૂરિયાત પણ વધી રહી છે. એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન હવે વધુ ટૂંકા વિશિષ્ટ વિષય ક્ષેત્રોમાં લાવવામાં આવે છે. એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિનની સંખ્યા સતત વધી રહી છે. એટલું જ નહીં; પરંતુ આ બુલેટિન્સ દ્વારા આવરી લેવામાં આવેલા લેખો અને દસ્તાવેજોની સંખ્યા પણ વધી રહી છે. એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન બહાર લાવવા માટે સાહિત્યનો મોટો જથ્થો એકત્ર કરવામાં આવે છે, પ્રક્રિયા કરવામાં આવે છે. ગોઠવવામાં આવે છે. અને મશીન દ્વારા વાંચી શકાય તેવા સ્વરૂપમાં સંગ્રહિત કરવામાં આવે છે. આવી સંગ્રાહિત માહિતી હવે ડેટાબેઝ તરીકે ઓળખાય છે. તેનો ઉપયોગ માહિતીની શોધ અને પુનઃ પ્રાપ્તિ માટે થાય છે. તેઓ વિવિધ મિડિયા અને ભૌતિક ફોર્મેટમાં ઉપલબ્ધ છે. જેમ કે, ફ્લોપી ડિસ્ક, માઈક્રોફોર્મ્સ CD-ROMs, DVD અને ઇન્ટરનેટ પર પણ ઉપલબ્ધ છે.

વ્યાખ્યા :

એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, વર્તમાન સાહિત્યનો અહેવાલ હોવા છતાં, પૂર્વ નિર્ધારિત શોધ માટે પણ ઉપયોગી છે અને તેનો કાયમી ઉપયોગ છે. તેઓ વર્તમાન જાગૃતિ સેવાઓથી અલગ છે, જેનો ઉપયોગ અસ્થાયી છે અને વર્તમાન સાહિત્યના ઝડપી અહેવાલ પર ભાર મૂકવામાં આવે છે.

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

ALA Glossary (1983) મુજબ એબ્સ્ટ્રેક્ટની વ્યાખ્યા નીચે મુજબ છે. “An Abbreviated, accurate representation of a work, usually without added interpretation or criticism, accompanied by a bibliographical reference to the original work when appearing separately from it.”

જરૂરિયાત :

એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન અનુક્રમણિકા સામયિકની વિશેષતાઓ ઉપરાંત, પ્રાથમિક દસ્તાવેજોની માહિતી સામગ્રીને સંક્ષિપ્ત સ્વરૂપમાં આપે છે. ઘણી વાર તે મૂળ પ્રાથમિક પ્રકાશનના સરોગેટ તરીકે કાર્ય કરે છે, જેમ કે, કેમિકલ એબ્સ્ટ્રેક્ટ્સ. એબ્સ્ટ્રેક્ટિંગ બુલેટિન માત્ર ગ્રંથસૂચિ વિગતોની યાદી જ નથી બનાવતા પરંતુ ચોક્કસ ક્ષેત્ર અથવા વિષય ક્ષેત્રના જૂથમાં દસ્તાવેજોના એબ્સ્ટ્રેક્ટ પણ પ્રદાન કરે જે વાચકને તેના લેખ અથવા પેપરની પસંદગી માટે મદદ કરે છે.

કાર્યો :

એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિનના પ્રાથમિક કાર્યો નીચે મુજબ છે.

- (i) વિદ્યાનો અને માહિતી વપરાશકર્તાઓને તેમના રુચિના ક્ષેત્રોમાં વર્તમાન સાહિત્યથી વાકેફ રાખવા. એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન્સનાં મુદ્દાઓને સ્કેન કરવાથી તેઓને ફાયદો થઈ શકે છે. આને વર્તમાન ઉપયોગ કાર્ય તરીકે ઓળખાવી શકાય છે.
- (ii) જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે વિષયના ક્ષેત્રોના સાહિત્ય પર માહિતી મેળવવા માટે એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન કાર્ય કરે છે. એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન રોજબરોજના સંદર્ભ અને ગ્રંથસૂચિના કાર્ય માટે ગ્રંથપાલો અને માહિતી કાર્યકરો માટે મુખ્ય સાધનો છે. જોકે સંશોધન વિદ્વાનો પણ, તેનો વ્યાપક પણ ઉપયોગ કરે છે; આને પૂર્વવર્તી શોધકાર્ય તરીકે ઓળખાવી શકાય છે, અને.
- (iii) દેશ દ્વારા અથવા વિષય દ્વારા અથવા સામગ્રીના પ્રકાર દ્વારા સાહિત્યના આઉટપુટનું ગ્રંથસૂચિ નિયંત્રણ પ્રદાન કરવું એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિનનું કાર્ય છે. એબ્સ્ટ્રેક્ટ સેવાઓનો ઉદ્દેશ્ય સંપૂર્ણ કવરેજ છે. આને વ્યાપક ઉપયોગ કાર્ય કહી શકાય છે.

એબ્સ્ટ્રેક્ટ સ્ત્રોતો તેમના કવરેજના આધારે ઘણા પ્રકારના હોય છે. જે નીચે મુજબ છે.

- વ્યાપક સેવાઓ
- ભૌગોલિક કવરેજ
- વિષય કવરેજ
- દસ્તાવેજના પ્રકાર દ્વારા કવરેજ, દા.ત. પેટન્ટ

એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિનના કેટલાક વિશિષ્ટ ઉદાહરણો નીચે મુજબ છે.

- Biological Abstracts, Philadelphia : Biosciences Information Service, 1927
- Chemical Abstracts. Columbus : Chemical Abstracts service, 1907
- Dissertation Abstracts Ann Arbor University Micro-films Ina, 1987
- Indian Science Abstracts New Delhi : INSDOC, 1965

13.2.6 બિબ્લિઓગ્રાફીક્સ (ગ્રંથસૂચિ)

ગ્રંથસૂચિને સુવ્યવસ્થિત રીતે લેખિત મુદ્રિત અથવા ઉત્પાદિત રેકૉર્ડની સુવ્યવસ્થિત સૂચિ તરીકે વ્યાખ્યાપિત કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, પુસ્તકો, સામયિકોના લેખો વગેરે. તે ગ્રંથપાલો અને વપરાશકર્તાઓને એવા દસ્તાવેજો શોધવામાં સેવા આપે છે કે જેના વિશે તેઓ જાણતા નથી (અથવા અસ્તિત્વની ખાતરી નથી). સામાન્ય રીતે પુસ્તકાલયોમાં સૂચિની મદદથી લેખક, શીર્ષક અથવા વિષય દ્વારા દસ્તાવેજો માટેની વિનંતીએ, સામાન્ય રીતે આપવામાં આવે છે. પરંતુ જ્યારે પુસ્તકનો એક ભાગ જરૂરી હોય અથવા પુસ્તકાલયમાં ઉપલબ્ધ ન

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

હોય તેવા પુસ્તકની આવશ્યકતા હોય અથવા જ્યારે સૂચિમાં ઉપલબ્ધ ન હોય તેવી સામગ્રીનો ઉપયોગ વપરાશકર્તા માટે માંગ કરવામાં આવતો હોય ત્યારે આ નિષ્ફળ જાય છે. અમુક સમયે, લેખક અથવા વપરાશકર્તા દ્વારા આપવામાં આવેલ શીર્ષક ખોટું હોઈ શકે છે. આ બધી સમસ્યાઓ માટે, ગ્રંથસૂચિના સાધનો જરૂરી સમગ્રી શોધવામાં મદદ કરે છે.

માહિતી નિષ્ણાતો અને ગ્રંથપાલો તેમના કાર્ય દરમિયાન વરંવાર ગ્રંથસૂચિનો સંપર્ક કરે છે. તેથી. તેમના ઉપયોગમાં પસંદગી ઓળખ અને ચકાસણી અને સામગ્રીનું સ્થાન સામેલ છે. ગ્રંથસૂચિ અનેક સ્વરૂપોમાં ઉપલબ્ધ છે. તેઓ સાર્વત્રિક વેપાર અથવા રાષ્ટ્રીય હોઈ શકે છે. એક અન્ય સૌથી ઉપયોગી સ્વરૂપ વિષય ગ્રંથસૂચિ છે, જે સંશોધન કાર્યકરો અને વિશિષ્ટ ક્ષેત્રોમાં અન્ય લોકો માટે છે. આ રીતે ગ્રંથસૂચિઓ સંપૂર્ણ હોવી જોઈએ, જે સંપૂર્ણ દસ્તાવેજ અથવા તેના ભાગની માહિતીની ઉપયોગિતા પ્રદાન કરે છે, અને તે વિવિધ સ્વરૂપોમાં ઉપલબ્ધ હોવી જોઈએ.

બિબ્લિયોગ્રાફીસના કેટલાક ઉદાહરણો નીચે મુજબ છે.

- British National Bibliography, British Library Bibliographic Services Division, British Library, Boston. Spa. 1950.
- Cumulative Book Index, H.W. Wilson, New York 1998.
- Forthcoming Books, R.R. Bowker, New York, 1966.
- Indian Books in Print, New Delhi, 1967.

13.3 ઉત્પાદન સંકલન સંદર્ભ સ્ત્રોતોના ઉપયોગો

આપણે વિવિધ પ્રકારના ઉત્પાદન સંકલન સ્ત્રોતો જેવા કે વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક ડિરેક્ટરીઝ વગેરેનો અભ્યાસ કર્યોય તેઓ તેમની વિવિધ સામગ્રી, કવરેજ અને ઉપયોગને કારણે અલગ નામોથી ઓળખાય છે. ડિરેક્ટરી પ્રકારની માહિતી ઘણી યરબુક અને પંચાગોમાં જોવા મળે છે. પરંતુ તે ક્ષેત્રની મહત્વપૂર્ણ સંસ્થાઓ અને વ્યક્તિત્વોની મર્યાદિત સંખ્યાને આવરી લે ચે. કારણ કે તેમની પાસે આવી માહિતીના સમાવેશ માટે ઓછી જગ્યા હોય છે. ડિરેક્ટરીઝ ફક્ત સંસ્થાકીય અને વ્યક્તિગત માટેનો ખાસ સ્ત્રોત છે. અને તેથી તેઓ તેમના વિગતવાર અને સંપૂર્ણ માહિતી રજૂ કરે છે.

હેન્ડબુક, મેન્યુઅલ અને માર્ગદર્શિકાઓ સામાન્ય રીતે સિંગલ વોલ્યુમ, હેન્ડ હેન્ડ બુક્સ છે. જે સ્થાપિત જ્ઞાન સાથે કામ કરે છે, વર્તમાન વિકાસ સાથે નહીં. તેમાં વિષય નિષ્ણાતો માટેના લેખો અને સામાન્ય લોકો માટે લોકપ્રિય રુચિની વાસ્તવિકતા છે. સંદર્ભ ગ્રંથપાલ માટે જરૂરી માહિતી મેળવવા માટે યોગ્ય સ્ત્રોતોનો સંપર્ક કરવા માટે આ તમામ સંકલનના સંદર્ભ વિશે જ્ઞાન હોવું જરૂરી છે.

આ એકમ સાથે ચર્ચા કરવામાં આવેલ સંકલનના સંદર્ભ સ્ત્રોતોની દરેક શ્રેણી વચ્ચેના તફાવતોની રૂપરેખા આપ્યા પછી અપણે સ્ત્રોતોના અવકાશ, કવરેજ અને ઉપયોગની ચર્ચા કરીશું.

(i) **વાર્ષિક અહેવાલ :** વાર્ષિક અહેવાલ એ પાછલા વર્ષ દરમિયાન હાથ ધરવામાં આવેલ કાર્યનું સર્વેક્ષણ છે. જે સંસ્થાની પ્રવૃત્તિઓ અને સિદ્ધાઓનો સારાંશ આપે છે. જેમાં નીચેની બાબતોનો સમાવેશ થાય છે.

- વિવિધ ક્ષેત્રોમાં આંકડાકીય માહિતી ખાસ કરીને અર્થશાસ્ત્ર, વાણિજ્ય અને વ્યવસાય, વેપાર અને ઉદ્યોગો, પરિવહન અને સંચાર, પ્રવાસન, સંરક્ષણ વગેરે;
- મહત્વપૂર્ણ વાર્ષિક ઘટનાઓની કાલક્રમિક સૂચિ;
- પ્રવૃત્તિઓના વિવિધ ક્ષેત્રોમાં રમતગમત, સિદ્ધિઓ, ઈનામી પુરસ્કારો વગેરેની મુખ્ય ઘટનાઓનો સારાંશ.

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

(ii) હેન્ડબુક્સ અને મેન્યુઅલ્સ :

તેઓ વિવિધ સ્વરૂપોમાં ચોક્કસ વિષય પર સરળ, સિંગલ વોલ્યુમ સંદર્ભ સ્ત્રોતો છે. જે નીચે પ્રમાણે ઉપયોગી છે.

- ┌ આકૃતિઓ, આલેખ, કોષ્ટકો, સમીકરણોનો સમાવેશ કરતી લઘુલિપિ સ્વરૂપમાં તથ્યોનું સંકલન; સૂત્રો, સિદ્ધાંતો, કાર્યવાહી, સૂચનાઓ વગેરે.
- ┌ લોકપ્રિય હિતોના તથ્યોનો સંક્ષિપ્ત ગ્રંથ;
- ┌ મશીનો અને સાધનોનું સંચાલન અને સમારકામ કરવા, વિવિધ પ્રકારની વાનગીઓ રાંધવો, ભાષાઓ, શિષ્યચાર અને રીતભાત શીખવા રમતો અને સંગીતના સાધનો વગાડતા શીખવા શોખ સાથે આગળ વધવા વગેરે માટે સ્વ.-સૂચનાત્મક માર્ગદર્શિકા;
- ┌ કૌટુંબિક સ્વાસ્થ્ય અને પ્રાથમિક સારવાર માટે માર્ગદર્શિકાઓ;
- ┌ સરકારી કર્મચારીઓ માટેના નિયમો; અને
- ┌ ઐતિહાસિક અને સાહિત્યક માહિતી તેમજ વિવિધ વિષય નિષ્ણાતો માટેની હેન્ડબુક

(iii) ડિરેક્ટરીઝ : ગ્રંથસૂચિના પ્રશ્નોના જવાબો શોધવા માટે ડિરેક્ટરીઝ ખૂબ જ ઉપયોગી છે, કારણ કે તે સંસ્થાઓ અને તેમના સભ્યો તેમજ વિશ્વના વિવિધ ક્ષેત્રોમાં નોંધપાત્ર વ્યક્તિત્વ વિશેની માહિતીને આવરી લે છે. જે નીચે મુજબ ઉપયોગી છે.

- મૂળાક્ષરો અથવા વર્ગીકૃત ક્રમમાં વ્યવસ્થિત રીતે ગોઠવાયેલી સંસ્થાઓ અથવા વ્યક્તિઓની સૂચિ;
- સંસ્થાઓ અને વ્યક્તિઓના નામ અને સરનામા જેમાં તેમની ટેલિફોન નંબર, ફેક્સ નંબર, ટેલિગ્રાફિક અને ટેલેક્સ સરનામું;
- સંસ્થાના કાર્યો, ઉદ્દેશો અને પ્રવૃત્તિઓ; અને
- અધિકારીઓ અને સભ્યોની યાદી, તેમના સત્તાવાર અને રહેઠાણના સરનામા, હોદ્દો, લાયકાત, કાર્ય અનુભવ, સિદ્ધિઓ, પ્રકાશનો વગેરે.

આમ, જેમ વાર્ષિક અહેવાલ, ડિરેક્ટરીઝ હેન્ડબુક્સ અને મેન્યુઅલ્સ ઉપયોગી છે. તેમ એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન અને ગ્રંથમ સૂચિ પણ ઉપયોગી છે.

13.4 ઉત્પાદન સંકલનના સંદર્ભ સ્ત્રોતોનું મૂલ્યાંકન

વિવિધ પ્રકારની માહિતીની ઉપલબ્ધતાને કારણે ઉત્પાદન સંકલનના સંદર્ભ સ્ત્રોતોના મહત્વ અને ઉપયોગિતામાં નોંધપાત્ર વધારો થયો છે. તેઓ તમામ પ્રકારના લોકો માટે મહત્વપૂર્ણ સંદર્ભ સ્ત્રોતો તરીકે સેવા આપે છે. જેવા કે વિદ્યાર્થીઓથી લઈને સંશોધન વિદ્વાનો, પ્રોફેસરો, સામાન્ય વાચકો, તથ્યો અને નજીવી બાબતો સાથે સંકળાયેલા બિઝનેસ એક્ઝિક્યુટિવ્સ ગુહિણીઓ, નિવૃત્ત વ્યક્તિઓ કે જેઓ પોતપોતાનો ફાજલ સમયનો સદ્ઉપયોગ કરવામાં અને કેટલાક ઉપયોગી કામ કરવાનો સંતોષ મેળવવામાં રસ ધરાવે છે. વપરાશકર્તાઓની માંગને સંતોષવા માટે વિશ્વભરના પ્રકાશકો દ્વારા સંદર્ભ સ્ત્રોતો વિશાળ વિવિધતાઓ બહાર પાડવામાં આવે છે. ઉત્પાદન સંકલનના સંદર્ભસ્ત્રોતોની વિશાળ વિવિધતાના મૂલ્યાંકન માટેના માપદંડોની વિગતવાર ચર્ચા નીચે મુજબ કરીશું.

- **સત્તા (Authority) :** સંદર્ભ સ્ત્રોતોની અધિકૃતતાનું મૂલ્યાંકન સામાન્ય રીતે પ્રકાશકો, સંકલનકારી અને સંપાદકોની પ્રતિષ્ઠા, વિશ્વાસનીયતા, અનુભવ અને શૈક્ષણિક લાયકાતના આધારે કરી શકાય છે. સ્ત્રોતો સઘતન સચોટ અને વિશ્વાસનીય હોવા જોઈએ.
- **અવકાશ (Scope) :** કાર્યનો અવકાશ પ્રસ્તાવના અને પરિચયમાં દર્શાવેલ તેના હેતુ પરથી નક્કી

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

કરી શકાય છે. સંદર્ભ સ્ત્રોતોની આ વિવિધતાનો અવકાશ એકબીજાથી અલગ છે. તેઓ કાં તો સામાન્ય અથવા ચોક્કસ ભાષા, વિષય અથવા વિસ્તાર સુધી મર્યાદિત હોઈ શકે છે. તેમનું કવરેજ વ્યાપક અથવા પસંદગીયુક્ત, વર્તમાન અથવા પૂર્વવર્તી, આંતરરાષ્ટ્રીય, રાષ્ટ્રીય, પ્રાદેશિક અથવા સ્થાનિક, વિષય અથવા વ્યવસાયને લગતું, વગેરે હોઈ શકે છે.

- **વ્યવસ્થા (Arrangement) :** સંકલનના સંદર્ભ સ્ત્રોતોની ગોઠવણી પણ એકબીજાથી અલગ છે. તે મૂળાક્ષરી, કાલક્રમિક, ભૌગોલિક અથવા વર્ગીકૃત હોઈ શકે છે. વ્યવસ્થાની પદ્ધતિ ગમે તે હોય, તે વ્યવસ્થિત અને સુસંગત હોવી જોઈએ. તેમાં વપરાશ કર્તાઓને જરૂરી માહિતી સરળતાથી અને ઝડપથી શોધવા માટે સૂચિ આપવી જોઈએ.
- **સારવાર (Treatment) :** સીરીયલ સંદર્ભ સ્ત્રોત જેવા કે, વાર્ષિક અહેવાલ, મેન્યુઅલ હેન્ડબુક્સ નિયમિત અંતરાલે પ્રકાશિત થાય છે. તેમની અદ્યતનતા, ચોક્કસાઈ, સંપૂર્ણતા, વિશ્વાસ નિહાતા, સરળતા અને ઉદ્દેશ્યતા માટે તપાસ કરવી જોઈએ, એડવાન્સ અને વિષય ફેન્ડબુક્સ બે જૂથોની શૈલી વિધ્વતાપૂર્ણ હોવી જોઈએ જ્યાં માર્ગદર્શિકા અને વ્યવહારું પુસ્તિકાઓ સરળ અને લોકપ્રિય હોવી જોઈએ.
- **ફોર્મેટ :** ઉત્પાદન સંકલનના સંદર્ભ સ્ત્રોતોના નીચેના પાસાઓને ચકાસીને ફોર્મેટનું મૂલ્ય નક્કી કરી શકાય છે.
 - **કદ :** સંદર્ભ સ્ત્રોતો સામાન્ય રીતે સિંગલ વોલ્યુમ સાધનો છે. કેટલીક હેન્ડબુક્સ બહુ વોલ્યુમનાં ઉપલબ્ધ છે. તેઓ સરળતાથી મળી શકે તેવા હોવા જોઈએ.
 - **ટાઈપોગ્રાફી :** ટાઈપિંગનું કદ અને શૈલી સ્પષ્ટ અને સુવાચ્ય હોવું જોઈએ. અક્ષરો, શબ્દો અને રેખાઓ અને કોલમના લે આઉટ વચ્ચે યોગ્ય અંતર સ્ત્રોતોની વાંચન ક્ષમતા સુધરે છે. બોલ્ડ અક્ષરો અથવા સક્ષરોના વિવિધ કદનો ઉપયોગ કરીને શીર્ષકો અને પેટા શીર્ષકો વચ્ચેનો વિશિષ્ટ તફાવત સ્ત્રોતોની ઉપયોગિતાને સરળ બનાવે છે.
 - **કાગળ :** ટકાઉપણા માટે સારી ગુણવત્તાવાળા કાગળોનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ. પાતળા અને અપારદર્શક કાગળો વજન ઘટાડે છે. અને સ્ત્રોતોનું કદ સરળ બનાવે છે.
 - **બાઈન્ડિંગ :** બાઈન્ડિંગ ચામડા, રેડિસન અને કેલિકો કવરનું હોવું જોઈએ. અને ભારે તેમજ ખરબચડા ઉપયોગને ટકી શકે તેટલું હળવું પરંતુ મજબૂત હોવું જોઈએ.
 - **શારીરિક દેખાવ :** પુસ્તકનો દેખાવ અને ઉઠાવ આકર્ષક કાર્યાત્મક અને સોનેરી અથવા શાહી પ્રિન્ટ સાથે ગમે તેવો હોવો જોઈએ.
- † **વિશેષ વિશેષતાઓ :** મોટા ભાગના સંદર્ભ સ્ત્રોતો ચોક્કસ સમયગાળાના હોય છે. એટલે કે, વાર્ષિક, દ્વિવાર્ષિક, અથવા ચોક્કસ અનિયમિત અંતરાલ પર પ્રકાશિત થતા હોય છે. તેઓને વાસ્તવિક પ્રશ્નોના જવાબ આપવા માટે સંદર્ભિત કરવામાં આવે છે. તેથી તેમના નવીનતમ સંસ્કરણો પ્રકાશિત થયા પછી તરત જ જૂના થઈ જાય છે. તેથી ખાસ માપદંડો માટે તેમને નીચે મુજબ તપાસવા જરૂરી છે.
 - **તાજેતરની :** તારીખો, ઘટનાઓ, વ્યક્તિઓ, સંસ્થાઓ અથવા ચોક્કસ વિષય પરની માહિતી શોધવા માટે સંદર્ભ સ્ત્રોતોનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવે છે, તેથી તે હમણાના સમય માટે તપાસવું જોઈએ. કેટલીક જાણીતી ઘટનાઓ, સરનામામાં ફેરફાર, પ્રખ્યાત વિદ્યાનોની ભરતી, મહત્વપૂર્ણ તારીખો, શોધો અથવા પાછલા વર્ષની નોંધપાત્ર સિદ્ધિઓ સામેલ છે કે નહીં.
 - **સંક્ષિપ્તતા :** આમાના મોટાભાગના સ્ત્રોતો સામાન્ય જ્ઞાન વધારવા માટે બ્રાઉઝ કરવામાં આવ્યા હોવાથી માહિતી સંક્ષિપ્ત, સ્પષ્ટ, વાસ્તવિક સ્વરૂપમાં ઉપલબ્ધ હોવી જોઈએ. જે શોધવા અને યાદ રાખવામાં સરળ હોય છે. લાંબો વર્ણનાત્મક લેખો ગંભીર અભ્યાસ માટે છે.
 - **સંકલનની પદ્ધતિઓ :** તેઓ વિવિધ પ્રકારના હોય છે. અને તેમની પ્રકૃતિ, અવકાશ અને કવરેજમાં

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

અલગ હોય છે. તેથી, તેના સંકલન માટે ઉપયોગમાં લેવાતી પદ્ધતિની શોધ કરવી પડશે. ડેટા પ્રાથમિક અથવા ગૌણ સ્ત્રોતમાંથી એકત્રિત કરી શકાય છે. કેટલાક વાર સંકલન માટે વસ્તી ગણતરી અથવા સર્વેક્ષણ પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

- **અનુક્રમણિકાઓ :** જે વપરાશકર્તા જરૂરી માહિતી સરળતાથી અને ઝડપથી શોધી શકતો નથી, તો તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતનો સમગ્ર હેતુ નિષ્ફળ જાય છે. આમ, વિગતવાર સંપૂર્ણ અનુક્રમણિકાઓ હોવી જરૂરી છે - કાલક્રમિક, મૂળાક્ષરો, વર્ગીકૃત અને ભૌગોલિક જેમાં “જુઓ” અને “પણ જુઓ” અને વધારની કી અથવા અવતરણોનો કોસ સંદર્ભ હોય છે. આ રસ ધરાવતા વાચકોને માહિતી શોધવા માટે માર્ગદર્શન પૂરું પાડશે અને જો તેઓની વધુ વિગતો જોઈતી હોય તો પ્રાથમિક સ્ત્રોતોનો સંદર્ભ આપવામાં પણ મદદ કરશે.
- **વાર્ષિક સૂચિ :** હેન્ડ બુકમાં લેખોના અંતે આપવા સંદર્ભો અને ગ્રંથસૂચિઓ વધુ સંદર્ભ માટે વિષય નિષ્ણાતોને ખૂબજ ઉપયોગી છે. કારણ કે, તેઓ ગૌણ અથવા કેટલીકવાર તૃતીય સ્ત્રોતો પણ છે, સંદર્ભો તેમને વધુ માહિતી અને અધિકૃત માહિતી માટે પ્રાથમિક સ્ત્રોતોનો સંદર્ભ લેવામાં મદદ કરે છે. કોઈપણ સંદર્ભ સ્ત્રોતોને સંગ્રહમાં ઉમેરતા પહેલા તેની કિંમત નક્કી કરવા ઉપરોક્ત મુદ્દાઓ ખૂબ જ ઉપયોગી છે. ઉપરોક્ત માર્ગદર્શિકાના પ્રકાશનમાં આ સાધનોની સંપૂર્ણ ચકાસણી સંદર્ભ ગ્રંથપાલને તેમાં ઉપલબ્ધ સ્ત્રોતો અને માહિતીથી પરિચિત બનાવે છે.

દમરી પ્રગટિ ચક્રં

- (1) ઉત્પન્ન તાકલન શુ છે? દેનં ઉપયેગે જણવે.
- (2) તાકલન દેયર કરવં મંટે તાસર્ભ જેદેમાં ક્યં ક્યં મુદંએને તમવેશ થ્ય છે ?
- (3) જંનકેશનં ઉદેશ્યે જણવે.
- (4) ડિરેક્ટરીઝને કેટલાં વિભંગેમાં વિભજીદ કરી શક્ય ? ક્યં ક્યં ?
- (5) ડિરેક્ટરીઝનં ઉપયેગે જણવે.
- (6) તાસ્કીય ડિરેક્ટરીઝ શુ છે દે જણવે.
- (7) હેન્ડબુકનં પ્રકરે જણવે.
- (8) તાસર્ભ જેદેનાં મૂલ્યાકન કરવં મંટેનં મંપસારે જણવે.

નોંધ: i) નીચે અંપેલી જગ્યામાં દમરે ઉત્તર લખે.

ii) એકમનં આદે અંપેલં ઉત્તરે તથે દમરે ઉત્તર તરખવે.

13.5 સારાંશ

આ એકમમાં આપણે દરેક શ્રેણીના કેટલાક ઉદાહરણો આપીને વિવિધ પ્રકારના તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતોનું સર્વેક્ષણ કર્યું છે. જે હકીકત શોધવાના પ્રશ્નોના જવાબ આપવા માટે ખૂબ જ ઉપયોગી છે. સંદર્ભ ગ્રંથપાલ

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

અને ગ્રંથાલય વપરાશકર્તાઓ તૈયાર સંદર્ભ પ્રશ્નો માટે આ સ્ત્રોતો પર આધાર રાખે છે. સંદર્ભ પુસ્તકો પુસ્તકાલયના સંગ્રહમાં ઉમેરાતા પહેલા આ સ્ત્રોતોની કિંમત નક્કી કરાવ માટે વિવિધ માપદંડોની પણ અહીં ચર્ચા કરવામાં આવેલ છે. આ એકમ તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતોના પ્રકારોનું એક સરસ દૃશ્ય પૂરું પાડે છે.

13.6 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

- (1) વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક્સ, ડિરેક્ટરીઝ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ વગેરે તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતો છે. કારણ કે, તેઓ વાસ્તવિક પ્રશ્નોના જવાબ આપવા માટે સદર્ભિત થાય છે. તેમજ સંક્ષિપ્ત ચોક્કસ જવાબો આપવા માટે પણ ઉપયોગ છે.
- (2) સંકલનના તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતોમાં નીચેના મુદ્દાઓનો સમાવેશ થાય છે.
 - અવકાશ, ક્વરેજ, અને હેતુ
 - દેશી, વિશ્વ
 - પૂરક (Suppliment), જ્ઞાનકોશ
 - વિશિષ્ટ રાષ્ટ્ર
- (3) જ્ઞાનકોશમાં વાર્ષિક પૂરક પ્રકાશિત કરવાના ત્રણ ઉદ્દેશ્યો છે :
 - મૂળભૂત સેટને અપ-ડેટ કરો.
 - વર્ષની મહત્વપૂર્ણ ઘટનાઓનો સારાંશ આપો.
 - ગ્રાહકોને મનોવૈજ્ઞાનિક રીતે એવો અનુભવ કરાવો કે સેટ હંમેશાં અપડેટ રાખવામાં આવે છે અને તેના વેચાણને પ્રોત્સાહન આપે છે.
- (4) ડિરેક્ટરીઝને બે મુખ્ય જૂથોમાં વિભાજિત કરી શકાય છે.
 - (i) સામાન્ય ડિરેક્ટરીઝ અને
 - (ii) વિશેષ ડિરેક્ટરીઝ
 - (i) સામાન્ય ડિરેક્ટરીઝો બે પ્રકારની હોય છે.
 - ટોપોગ્રાફિકલ ડિરેક્ટરીઝ અને
 - ટેલિફોનિક, ટેલિગ્રાફિક, અને ટેલેક્સ ડિરેક્ટરીઝ
 - (ii) વિશેષ ડિરેક્ટરીઝ ત્રણ પ્રકારની હોય છે.
 - સંસ્થાકીય ડિરેક્ટરીઝ
 - વ્યવસાયિક ડિરેક્ટરીઝ
 - વેપાર અને વ્યવસાય ડિરેક્ટરીઝ
- (5) ડિરેક્ટરીઝને તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતો કહેવામાં આવે છે. કારણકે તેનો ઉલ્લેખ ટૂંકી અને વાસ્તવિક ડિરેક્ટરી પ્રકારની માહિતી શોધવા માટે કરવામાં આવે છે.
- (6) સંસ્થાકીય ડિરેક્ટરીઝ વિવિધ પ્રકારની સંસ્થાઓના નામ, સરનામાં, માળખું, કાર્યો, ઉદ્દેશ્યો, કાર્યકારી પ્રવૃત્તિઓ, અધિકારીઓ અને સભ્યો અને તેમના નામ સરનામાં વગેરે અંગેની માહિતી પ્રદાન કરે છે.
- (7) હેન્ડબુક્સના પ્રકારો નીચે મુજબ છે.
 - સામાન્ય હેન્ડબુક ● આંકડાકીય હેન્ડબુક, ● ઐતિહાસિક હેન્ડબુક, ● સાહિત્યિક હેન્ડબુક, ● વિષય હેન્ડબુક, ● વ્યવહારુ હેન્ડબુક, ૯ કોષ્ટકો ● સત્તાવાર હેન્ડબુક

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

- (8) તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતોનું મૂલ્યાંકન કરવા માટેના ફોર્મેટના પાંચ માપદંડ છે. કદ, ટાઈપોગ્રાફી, કાગળ, બાઈન્ડિંગ, અને ભૌતિક દેખાવ.

13.7 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. “વાર્ષિક અહેવાલ” (Annual Report) શું દર્શાવે છે?
A) સંસ્થાની આવનારી યોજના
B) સંસ્થાના પાછલા વર્ષની કામગીરીનો સાર
C) કર્મચારીઓની ભરતી પ્રક્રિયા
D) પુસ્તકોની યાદી
2. વાર્ષિક અહેવાલનો મુખ્ય હેતુ શું છે?
A) સંસ્થાની નાણાકીય અને સેવાઓની સ્થિતિ વિશે માહિતી આપવી
B) ફક્ત કર્મચારીઓની માહિતી આપવી
C) પુસ્તકોનું વેચાણ વધારવું
D) નવી ટેકનોલોજી બતાવવી
3. Manual (મેન્યુઅલ) શું છે?
A) વાર્તાનું પુસ્તક
B) સૂચના અને માર્ગદર્શન આપતું પુસ્તક
C) નવલકથા
D) સમાચારપત્ર
4. નીચે પૈકી કયો Manual નો પ્રકાર છે?
A) સેવા Manual
B) વપરાશકર્તા Manual
C) ઓપરેશન Manual
D) ઉપરના બધા
5. Handbook શબ્દ કયા ભાષાના શબ્દ પરથી આવ્યો છે?
A) અંગ્રેજી
B) ફ્રેન્ચ
C) જર્મન
D) લેટિન
6. Handbook નો મુખ્ય ઉપયોગ શું છે?
A) સંશ્લેષ અને ઉપયોગી માહિતી આપવી
B) નવલકથા લખવી
C) સમાચાર આપવું
D) જાહેરાત કરવી
7. Directory માં સામાન્ય રીતે શું માહિતી હોય છે?
A) નાટકો
B) કવિતાઓ
C) નવલકથાઓ
D) વ્યક્તિઓ અથવા સંસ્થાઓના નામ અને સરનામાં

માહિતી દ્રઢીકરણ (Information Consolidation)

8. Directory કઈ પ્રકારની સંદર્ભ સામગ્રી છે?

- A) પ્રાથમિક સ્ત્રોત B) દ્વિતીયક સ્ત્રોત
C) તૃતીયક સ્ત્રોત D) કોઈ નહીં

9. Telephone Directory માં શું માહિતી મળે છે?

- A) ફક્ત સરનામું B) ફોન નંબર અને સંપર્ક માહિતી
C) સમાચાર D) પુસ્તક યાદી

10. Handbook of Labour Statistics કયા પ્રકારનું Handbook છે?

- A) સાહિત્યિક B) આંકડાકીય C) ઐતિહાસિક D) સામાન્ય

જવાબ :

જવાબ 1: B) સંસ્થાના પાછલા વર્ષની કામગીરીનો સાર

જવાબ 2: A) સંસ્થાની નાણાકીય અને સેવાઓની સ્થિતિ વિશે માહિતી આપવી

જવાબ 3: B) સૂચના અને માર્ગદર્શન આપતું પુસ્તક

જવાબ 4: D) ઉપરના બધા

જવાબ 5: C) જર્મન

જવાબ 6: A) સંક્ષિપ્ત અને ઉપયોગી માહિતી આપવી

જવાબ 7: D) વ્યક્તિઓ અથવા સંસ્થાઓના નામ અને સરનામાં

જવાબ 8: C) તૃતીયક સ્ત્રોત

જવાબ 9: B) ફોન નંબર અને સંપર્ક માહિતી

જવાબ 10: B) આંકડાકીય

13.8 ચાવીરૂપ શબ્દો

- **વાર્ષિક અહેવાલ :** કોઈપણ સંસ્થા પોતાનો વાર્ષિક અહેવાલ રજૂ કરવાની અપેક્ષા રાખે છે. સંસ્થાનો વાર્ષિક અહેવાલ એ પાછલા વર્ષ દરમિયાન હાથ ધરવામાં આવેલ કાર્યનું સર્વેક્ષણ છે. જે સંસ્થાની પ્રવૃત્તિઓ અને સિદ્ધિઓનો સારાંશ આપે છે. જે મેનેજર દ્વારા ઉચ્ચ અધિકારીઓને જાણ કરવાનો એક પ્રકાર છે. વાર્ષિક અહેવાલ એ પાછલા વર્ષ દરમિયાન કરવામાં આવેલ વાસ્તવિક કાર્યનું સર્વેક્ષણ છે.
- **મેન્યુઅલ :** મેન્યુઅલ એ એક સૂચના પુસ્તક છે. કાર્ય કેટલું જટિલ છે તેના આધારે તે ટૂંકું હોઈ શકે છે અથવા તો લાંબું હોઈ શકે છે. વિવિધ પ્રકારની માર્ગદર્શિકાઓ જાણવી મહત્વપૂર્ણ છે. મેન્યુઅલ એ વ્યવસાયિક વાતાવરણમાં દસ્તાવેજીકરણનું સૌથી સામાન્ય સ્વરૂપ છે. જેમાંના મોટા ભાગે હવે ઇલેક્ટ્રિક સ્વરૂપમાં આવે છે.

ઉત્પાદનનું સંકલન: વાર્ષિક અહેવાલ, માર્ગદર્શિકાઓ, હેન્ડબુક, ડિરેક્ટરીઓ, એબ્સ્ટ્રેક્ટ બુલેટિન, ગ્રંથસૂચિ

- **હેન્ડબુક :** હેન્ડબુક મેન્યુલ, સોર્સબુક અને માર્ગદર્શિકા પુસ્તકો ધરાવતા તૈયાર સંદર્ભ સ્ત્રોતોનું ખૂબ મોટું જૂથ છે. તેમને એકબીજાથી અલગ પાડવું મુશ્કેલ છે. કારણ કે તેમની પાસે સામાન્ય અવકાશ અને સમાન હેતુ છે. તેમને સંયોજક તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. કારણ કે તેમાં આપેલ જ્ઞાનના ક્ષેત્રોનો સંક્ષિપ્ત અને વ્યાપક હિસાબ હોય છે. જેનો અર્થ થાય છે. ‘નાનું પુસ્તક અથવા ઉપયોગી તથ્યો આપતી ગ્રંથ.’ ‘હેન્ડબુક’ શબ્દનો શાબ્દિક અર્થ એ પુસ્તક છે જે વાપરવા માટે ‘હેન્ડી’ છે. કારણ કે તેમાં તમામ પ્રકારના તથ્યો છે અને તેને હાથમાં લઈ જવા માટે ‘હેન્ડી’ છે.
- **ડિરેક્ટરીઝ :** ડિરેક્ટરીએ લાઈબ્રેરી વપરાશકર્તાઓ દ્વારા જરૂરી સમૃદ્ધ માહિતી ધરાવતું તૈયાર સંદર્ભ સાધનની વધુ એક શ્રેણી છે. જે શોધકર્તાને પ્રાથમિક અને ગૌણ સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ કરવામાં મદદ કરે છે. નામ, માળખું, કાર્યો, ઉદ્દેશ્યો, કાર્યકારી, પ્રવૃત્તિઓ, સરનામાઓ અધિકારીઓને લગતી માહિતી પ્રદાન કરતી ડિરેક્ટરીઝ સંસ્થાકીય હોઈ શકે છે. વ્યક્તિઓની ડિરેક્ટરીઝમાં વ્યક્તિના નામ, એડ્રેસ, સ્ટેટસ, શૈક્ષણિક લાયકાત, વ્યવસાય, અનુભવ જોડાણો વગેરે વિશેની માહિતીને આવરી લે છે. ડિરેક્ટરીઝમાંનું લખાણ વ્યવસ્થિત રીતે મૂળાક્ષરો અથવા વર્ગીકૃત ક્રમમાં ગોઠવાયેલી હોય છે. ‘ડિરેક્ટરી’ શબ્દનો ઉપયોગ ઘટનાઓની યાદી અખબારો સામયિકો વગેરે માટે પણ થાય છે. તેઓ પ્રકાર, અવકાશ હેતુ, અને કદમાં ભિન્ન હોય છે.
- **બિબ્લિઓગ્રાફીક્સ (ગ્રંથસૂચિ) :** ગ્રંથસૂચિને સુવ્યવસ્થિત રીતે લેખિત મુદ્રિત અથવા ઉત્પાદિત રેકૉર્ડની સુવ્યવસ્થિત સૂચિ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, પુસ્તકો, સામયિકોના લેખો વગેરે. તે ગ્રંથપાલો અને વપરાશકર્તાઓને એવા દસ્તાવેજો શોધવામાં સેવા આપે છે કે જેના વિશે તેઓ જાણતા નથી (અથવા અસ્તિત્વની ખાતરી નથી). સામાન્ય રીતે પુસ્તકાલયોમાં સૂચિની મદદથી લેખક, શીર્ષક અથવા વિષય દ્વારા દસ્તાવેજો માટેની વિનંતીએ, સામાન્ય રીતે આપવામાં આવે છે.

13.9 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

- (1) Cheney, Frances Neel. (1980). Fundamental Reference Sources. 2nd end Chicago : American Library Association.
- (2) Grogan, Denis (1992). Sciences and Technology : An Introduction to the Literature 4th ed. London : Clive Bingley.
- (3) Kataz, William A. (1982) Introduction to Reference work. Vol. I. Basic Information Sources 4th ed. New York. RQc Graw Hill.
- (4) Ksishan kumar (1984) : Reference Service 54th ed. New Delhi : Vikas.
- (5) Stevens, Rolland and Smith, Linda C. (1986). Reference work int he University Library, Littleton : Libraries Unlimited.

એકમ - 14

માહિતીનું પુનઃગઠન : અર્થ, વિભાવના, સેવા અને મૂલ્યાંકન

:: રૂપરેખા ::

14.0 ઉદ્દેશો

14.1 પ્રસ્તાવના

14.2 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ની વ્યાખ્યા

14.3 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ના કાર્યો

14.4 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) નું મહત્ત્વ

14.5 ગ્રંથાલય અને માહિતીકેન્દ્રોમાં માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging)નો ઉદ્દભવ

14.6 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ના સ્વરૂપો

14.7 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ના પગલાં

14.8 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ના સ્ત્રોતો

14.9 સારાંશ

14.10 ‘તમારી પ્રગતિ ચકાસો’ના જવાબો

14.11 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

14.12 ચાવીરૂપ શબ્દો

14.13 સંદર્ભ અને વિશેષ વાચન

14.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

આ એકમના અધ્યન પછી તમે નીચેની બાબતોથી જાણકાર બનશો.

- માહિતી પુનઃગઠનની વ્યાખ્યા, કાર્ય અને મહત્ત્વ સમજવામાં
- માહિતી પુનઃગઠનનો ઉદ્દભવ, સ્વરૂપો, પગલા અને સ્ત્રોતો સમજવામાં

14.2 પ્રસ્તાવના

માહિતી યુગમાં દરેક સેકન્ડે માહિતી વિસ્ફોટ થાય છે. આમ, માહિતી ભારણ એટલું વધતું જાય છે કે, યોગ્ય સમયે યોગ્ય માહિતી શોધવી મુશ્કેલ બનતી જાય છે ત્યારે જો માહિતી વાચક ઉપયોગકર્તાની જરૂરિયાતને અનુલક્ષીને પુનઃગઠન કરવામાં આવે તો ઉપયોગકર્તાનો સમય શક્તિનો બચાવ થઈ શકે છે. માહિતી મૂલ્ય વધારવા માટેની

આ એક પધ્ધતિ સરતી પ્રક્રિયા છે. અનેક દસ્તાવેજો અને ઉપકરણોની મદદથી વપરાશકર્તા તે સુસંગત માહિતીનું પુનઃ ઉત્પાદન કરી સેવાના આ કાર્યને આપણે સામાન્ય શબ્દોમાં Information Repackaging કહી શકાય. પુનઃગઠન (Information Repackaging) ની આ પ્રક્રિયા એ આજના સમાજ અને સમય તેમજ યુઝર્સની જરૂરિયાત પર આધારિત છે.

ગ્રંથાલયોએ વિવિધ જૂથોને સેવા આપવા માટે સતત પ્રયત્નશીલ છે. ત્યારે માહિતી પ્રસાર સંસ્કૃતિની જાળવણી અને વિવિધ જૂથોને માહિતી પ્રદાન કરવા માટે માહિતી કેન્દ્રો અને પુસ્તકાલયો પર વધુ ભાર મુકવામાં આવ્યો છે. જેમાં માહિતી ઉત્પન્ન કરવી, પ્રાપ્ત કરવી, પેકેજિંગ, પ્રચાર વગેરે પાસાનો સમાવેશ થાય છે. મેનેજમેન્ટ સુધારેલ ગ્રાહક સેવા તેમજ પુનઃગઠન સેવા માટે શ્રે સાહિત્ય માહિતી એકત્રીકરણની પ્રક્રિયાના ભાગ રૂપે પણ તેને જોઈ શકાય. પુનઃગઠન (Information Repackaging) ની પ્રક્રિયા સચોટ, સુસંગત, વ્યાપક અને વર્તમાન તેવી જરૂરી છે. પુનઃગઠન માહિતીની પસંદગી સાથે શરૂ થાય છે. માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) માટે ત્રણ આવશ્યક છે. સામગ્રીને કાર્યક્ષમ રીતે એકત્રીત કરી ગોઠવવી જોઈએ. આ સામગ્રીનું વિશ્લેષણ કરવાની અને તેમાંથી નવા માહિતી પેકેજનો પ્રચાર પ્રસાર થવો આવશ્યક છે. ટેકનોલોજીના આવિષ્કાર થી પુસ્તકાલય વ્યવસાય સામે પડકાર ઝીલવા માટે પરિવર્તનની આવશ્યકતાઓ ઊભી થઈ છે. આ માટેનું એક સબળ પાસું માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) છે.

14.2 માહિતી પુનઃગઠનની વ્યાખ્યા (Important of Information Repackaging)

- સરાવીકા વુડ (1989) બંચ (1984) ના મતે, માહિતી પુનઃપેકીંગ એ એકત્રીત કરેલ માહિતીને વિશ્લેષણ બાદ તે સ્વરૂપમાં પુનઃપેકેજ કરવાની પ્રક્રિયા છે. જે ગ્રંથાલયના ઉપયોગકર્તાઓ માટે વધુ ઉપયોગી અને યોગ્ય છે. માહિતીનું CD DVD વગેરે જેવા ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમમાં અથવા ડિજિટલ સ્વરૂપ કે પછી ભૌતિક સ્વરૂપમાં રેકોર્ડિંગ ગોઠવણ અને રજૂઆત છે. કે જેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય માહિતી ઉત્પાદનોની સ્વીકૃતિ અને ઉપયોગ વધારવાનો છે.
- Information Repackaging is process to repackage the analysis of Consolication information in that form which is more suitabl and usable for Library users Repackaging of Information is a physical recording arrangement and presentation of Information on a given medium and in and in a given form. The aim of repackaging is to enhance the acceptance and use of information production and the assembler and recall of their contacts.
- Suracevic and Wood (1989) and branch (1984)

" Information Repackaging is bundling of products and services to address specific needs"

➤ Iwhiswho (2006)

માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ચોક્કસ જરૂરીયાતને સંબોધવા માટે ઉત્પાદનો સેવાનું બંડલીંગ છે. આમ, માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) એ માહિતીને એક સ્વરૂપમાં ગોઠવવાની પ્રક્રિયા કહી શકાય કે જે વિવિધ ઉપયોગકર્તા ને સમજાયા અને અર્થઘટન કરી શકે તે રીતે માહિતીને રૂપાંતરીત કરવાની અને સરળતાથી સમજી શકે તે રીતે માહિતી ને તૈયાર કરવાની પ્રક્રિયા છે.

માહિતી પુનઃ પેકેજીંગ સેવા સ્થાનિક સંગ્રહ જેવા વિવિધ સ્ત્રોતો માંથી સંબંધિત માહિતી એકત્ર કરી શકે છે. જેમ કે કંપનીને ચલાવવા માટે તેના જેવી જ બીજી કોઈ કંપનીઓના બજેટ મૂલ્યાંકનો અંદાજીત પત્રો યોજનાઓ નિયમો કરી તપાસવામાં આવે છે. સંબંધિત માહિતી સાથે રીત અને કૌશલ્યો સાથે સુસંગતતા વધરાવામાં આવ્યા બાદ તેને સંપાદિત કરવામાં આવે છે. ઉપયોગકર્તાને આકર્ષે એ મુજબના તૈયાર કરેલ ડેટાને સમયને અનુરૂપ સુવિધાઓ સાથે અસરકારક રીતે આપવામાં આવે છે.

14.3 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ના કાર્યો

૧. માહિતી સાચવવાનાં સાધન તરીકેનું કાર્ય
૨. ઉપયોગી માહિતીને પસંદગીયુક્ત અને વ્યવસ્થિત વર્ગીકરણ તરીકેનું કાર્ય.
૩. વધુ વ્યાપક પ્રમાણમાં માહિતી પ્રસારણના સાધન તરીકેનું કાર્ય.
૪. સંશોધનના વ્યવહારુ ઉપયોગ માટે તક તરીકેનું કાર્ય.
૫. અનુવાદ સાધન તરીકેનું કાર્ય
૬. સંબંધીત વસ્તુના વિતરણને પ્રોત્સાહન આપવાના સાધન તરીકે.

14.4 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) નું મહત્વ

માહિતી પુનઃગઠનનું મહત્વ મુલ્યવર્ધિત ઘટકો છે. જેનાં માહિતી વિશ્લેષણ સંશ્લેષણ સંપાદન અનુવાદ અને ઉપયોગકર્તાને પસંદીત ફોર્મેટમાં તૈયાર થાય છે. તેમાં ચોક્કસાઈ, અનુરૂપ અને વ્યાપક સમજણ અને ઉપયોગની સમજણ સુનિશ્ચિત કરવા માટે તેનું ખૂબ મહત્વ છે.

૧. ઉપયોગકર્તાને જરૂરીયાતો જાણી તેમની જરૂરીયાત મુજબ માહિતી તૈયાર કરવા માટે
૨. પ્રચાર, સંગઠન અને સુવિધા માટે

૩. સરળ બનવવા દા.ત. જેમકે, કોઈ સંશોધન માટે જરૂરી માહિતી ઘણા બધા સ્ત્રોતોમાં ઉપલબ્ધ જેમાંથી જરૂરી માહિતી તૈયાર કરી સરળ બનાવવી.
૪. ઉપયોગકર્તા, જ્ઞાન અને ટેકનોલોજી વચ્ચે આંતરની સુવિધા માટે.

14.5 ગ્રંથાલય અને માહિતીકેન્દ્રોમાં માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) નો ઉદ્ભવ

ગ્રંથાલયના ઉપયોગકર્તા અને સંતુષ્ટ કરવા માટે ગ્રંથાલય અને માહિતી કેન્દ્રો તેની પરંપરાગત લાઈબ્રેરી અને માહિતી સંસોધન કેન્દ્ર પ્રથાઓ હાથ ધરે છે. ત્યારથી આ પ્રક્રિયા ચાલુ છે. જેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય લોકોને સેવા આપતા માહિતીનો પ્રસાર કરવા સંસ્કૃતિ જાળવણી કરવી અને તેનો ઉપયોગ વધે તે માટે અસ્તિત્વમાં આવી છે.

પરંપરાગત પુસ્તકાલયોમાં અપાતી માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) સેવાઓ આ ગજબ ગણાવી શકાય વધતા જ્ઞાન અને રાફડાની જેમ વધતા જ્ઞાન સ્ત્રોતો કોઈપણ ગ્રંથાલય વિકસાવી શકે નહિ પરંતુ ઉપયોગકર્તા નિરાશ ન થાય તે ધ્યાને લઈ અલગ અલગ પદ્ધતિથી સાહિત્યની પસંદગી કરી ઉપયોગકર્તાની વાંચન જીજ્ઞાસા સંતોષવી જોઈએ.

● સંદર્ભ સેવાઓ (Reference Services):

માહિતી સ્ત્રોતોના વિવિધ સ્થાને ઉપલબ્ધિની જાણ પુસ્તકાલયના કર્મચારીને જાણ હોવી જરૂરી છે. વિવિધ માહિતી સંસાધનો વિશે પણ પૂરતી જાણકારી હોવી જોઈએ જુદા જુદા માહિતી ઉપયોગકર્તાના વિશેષ વિષયની માહિતી માંગ હોય છે.

● માહિતી સેવા (Information Services) :

વપરાશકર્તાના ચોક્કસ વિષય પરના ઉડાણ અને અદ્યતન માહિતીની જરૂરીયાતને પહોંચી વળવા માટે SDI (પસંદગીયુક્ત માહિતી સેવાઓ) સામેલ કરવામાં આવે છે. જુદા જુદા માહિતી સ્ત્રોત અને સંસાધનો ના ઉપયોગથી માહિતી પુરી પાડવાની સેવા આપવામાં આવે છે.

● ત્વરીત માહિતી સેવા (Current Information Services) :

આ સેવામાં વાચકને જરૂરી માહિતી શોધવામાં અને જોઈતા ફોર્મમાં પુરી પાડવામાં આવે છે. આ એક પ્રકારની માહિતી પેકેજિંગ છે.

આ ઉપરાંત,

Inter Library Loan

Information Display Services

Users Education

● બિબલીઓ ગ્રાફીક્સ સેવા (Bibliographic Services)

આમ, પરંપરાગત ગ્રંથાલયોમાં દાયકાથી Information Repackaging આપવામાં આવતી હતી. રીઝેનબર્ગ (1987) માં આ વાતનો પૃષ્ઠી કરે છે કે ગ્રંથાલય

અને માહિતી સંચાલકો વર્ષોથી ગ્રંથાલયમાં આવતા ઉપયોગકર્તાઓ માટે માહિતી પુનઃ પ્રાપ્તિની સેવામાં જોડાયેલા છે.

14.6 માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ના સ્વરૂપો

Information Repackaging (માહિતી પુનઃગઠન) જુદા જુદા સ્વરૂપમાં હોઈ શકે છે. I whiwho ઈવિહુ 2006 માં જણાવ્યા મુજબ પુનઃગઠન એ ઉપયોગકર્તાની જરૂરીયાતને ધ્યાનમાં રાખીને સેવા કે ઉત્પાદનો તૈયાર કરવાની છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએતો માહિતીનું આયોજન છે. ઉપયોગ કર્તાની જરૂરીયાત સંતોષવા માટે વિશિષ્ટ રીતે કહી શકાય.

નીચે જણાવેલ માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ના સ્વરૂપો છે.

1. કાચી માહિતીને પુનઃ રજુ કે સંશ્લેષણ

માહિતી જે મૂળ સ્વરૂપમાં અથવા તેની સ્થિતિને બદલવી જેથી વપરાશકર્તાને સમજવામાં સરળતા રહે.

2. માહિતીસ્ત્રોતની પ્રાપ્તિ અને વિષય નિષ્ણાંતનું સંયોજન

આમાં ગ્રંથાલય માહિતી સંચાલકો, વિષય નિષ્ણાંત અને સંદર્ભ ગ્રંથાલયો જોડાય છે. અને ત્યારબાદ એક ફોર્મેટમાં તૈયાર કરે છે. અને ઉપયોગકર્તાને સંતોષે છે. વધતા જ્ઞાન અને રાફડાની જેમ વધતા જ્ઞાન સ્ત્રોતો કોઈ પણ ગ્રંથાલય વિકસાવી શકે નહીં પરંતુ ઉપયોગકર્તા નિરાશ ન થાય તે ધ્યાને લઈ અલગ અલગ પદ્ધતિથી સાહિત્યની પસંદગી કરી ઉપયોગકર્તાની વાંચન જીજ્ઞાસા સંતોષવી જોઈએ.

3. ઉત્પાદિત માહિતી શોધ કરવા માટે વપરાશકર્તાને તાલીમ અને સહાયતા :

આ બાબતમાં જણાવવા માંગે છે કે ગ્રંથાલય ઉપયોગકર્તાને Users Education Programme સેમજ Library Orientation Programme નું જ્ઞાન આપવું જોઈએ. જેથી ગ્રંથાલયમાં રહેલ માહિતીનો વધુ અસરકારક રીતે ઉપયોગ કરવા માટે ઉપયોગકર્તા સક્ષમ બને Users Education ના ઉદ્દેશ્યોમાં મુખ્ય ઉદ્દેશ ગ્રંથાલય સંગઠાત્મક માળખાનું વર્ણન અને વિદ્યાર્થીઓને શીખવવા માટે કેવી રીતે ઉપયોગ કરવો તે માટે વિવિધ સ્ત્રોતોના ઉપયોગનો પરીચય કરાવવો.

સ્ટ્રજર્જ અને ચિમશેન ૧૯૮૬માં નીચેના સ્વરૂપે અંધ્યં છે.

1. જે સંદેશ પ્રસારિત કરવાની જરૂર હોય જેમકે, દેશના વિવિધ પ્રશ્નોની જાગૃતિ કે સાંસ્કૃતિક જાગૃતિ વગેરે જેવા કિસ્સામાં ટ્રાન્સફર કરવાની માહિતીને સ્પષ્ટ શબ્દોમાં દર્શાવવા માટે શબ્દો કાળજીપૂર્વક પસંદ કરવામાં આવે છે.

2. વાર્તાકથન : માહિતી પુનઃગઠન Information Repackaging પ્રક્રિયાની આ એક અસરકારક રીતોમાની આ એક રીત છે. જેમની પાસે અક્ષરજ્ઞાન નથી તેના માટે

ઉપયોગી છે. 1984 માં અબોપેડે બીનસાક્ષરો માટે પુસ્તકાલયની સંચાર સંભવિતતા પરના તેમના સંશોધન દરમિયાન સુચવ્યું હતું કે હળવા વાતાવરણમાં બેસીને વાંચવામાં આવે છે તેના કરતા વાર્તા દ્વારા આપવામાં આવેલ સંદેશ વધુ અસરકારક છે.

❖ ઓડિયો વિડિયો સ્ત્રોત (Audio Video Sources) :

શીખવાની પ્રક્રિયામાં ઉપયોગમાં લેવાતા દૃશ્ય શ્રાવ્ય સાધનો તેમજ સ્ત્રોતોને આધારે તેને વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે. 2004માં ઉડેન્સીના જણાવ્યા મુજબ ઓડિયો વિડિયો સંસાધનોમાં ઓબ્જેક્ટ્સ મોડેલ્સ, ફોટોગ્રાફ્સ, પેઈન્ટીંગ્સ રેખાચિત્રો આકૃતિઓ, પોસ્ટરો, નમૂનાઓ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. માહિતીને ફરીથી તૈયાર કરી પુનઃગઠન કરી શકાય છે. જે વધુ અસરકારક છે. માહિતી સરળતાથી ટ્રાન્સફર કરી શકાય છે.

ક્યારેક વૃદ્ધો કન્યા કેળવણી, જાતીય સતામણી જેવી ઈચ્છીત માહિતી સફળતાપૂર્વક અન્ય સુધી પહોંચાડી શકાય છે.

તેવી જ રીતે કવિતાના માધ્યમથી સારી ટેવ કે સંસ્કૃતિ વારસા અંગેની માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) કરી લોકો સુધી પહોંચાડી શકાય. તેવી જ રીતે ભાષાંતર દ્વારા પુનઃગઠન કરી લોકોને લોકોવડે લોકો માટે સમજાય તે રીતે તૈયાર કરી શકાય છે. ICT ના વિકાસના કારણો પુનઃગઠનમાં પણ આવકારદાયક માહિતી સંગ્રહ માં બદલાવ આવ્યો અને જેથી સમય નો સદ ઉપયોગ થાય છે.

14.8 માહિતી પુનઃગઠન (Step Information Repackaging) ના પગલાં

Knowledge of the Target Information Users માહિતી વપરાશકર્તા લક્ષીત જ્ઞાન :

માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) કરતી વખતે માહિતીના વપરાશકર્તા કોણ હશે તેની જાણકારી હોવી આવશ્યક. દા.ત. સંદેશો શું છે ? જે સંદેશો પોહચાડવાનો છે. તેના વપરાશકર્તા કોણ હશે. તે ગ્રામ્યજનો છે કે શહેરીવિસ્તારના યુવાનો છે કે બાળકો ધંધાદારીઓ છે કે ખેડૂતો વગેરે જ પ્રાથમિક માહિતી હોવી આવશ્યક છે.

- What are the Information needs of the target group?
- લક્ષ્ય જુથની માહિતીની જરૂરીયાત શું છે ?

માહિતીની જરૂરીયાત જાણવાથી યોગ્ય સમયે માહિતીની પુનઃગઠન સેવા આપી શકાય છે. આ માટે જૂથનું મૂલ્યાંકન વિવિધ માધ્યમો દ્વારા થવું જરૂરી છે. જેમકે મૌખિક, ઈન્ટરવ્યુ, અવલોકનો દ્વારા કરી શકાય છે.

- Choose appropriate format to repackaging the information
- માહિતીને પુનઃ પેકેજ કરવા માટે યોગ્ય ફોર્મેટ પસંદ કરો.

પસંદગી પામેલ જુથ ને લક્ષ્ય માં રાખી તેમના મુલ્યાંકનના આધારે જુથને પસંદ તેમજ યોગ્ય લાગતા ફોર્મેટમાં માહિતી રજુ કરવી જોઈએ. જેમકે તે સાક્ષર છે કે નિરક્ષર તેનું યોગ્ય ફોર્મેટ પસંદ કરી પુનઃગઠન કરવું જોઈએ.

● **પ્રસારની ચેનલ (Channel of dissemination)**

લક્ષ્ય જુથને માહિતી પહોંચાડવા માટે જુથનો પ્રકાર ખુબ જરૂરી છે. જેમકે કન્યા કેળવણી માટે મેસેજ પહોંચાડવા માટે ગ્રામીણ વિસ્તારમાં વાત કરવા કે વાર્તાલાપ અસરકારક બને પરંતુ જો તે યુનિવર્સિટીમાં અભ્યાસ કરનાર યુવાનો માટે રસપ્રદ ન હોઈ શકે. તેથી પ્રચાર ની ચેનલ નક્કી કરવી જરૂરી છે.

1996 માં સ્ટર્જર્સ અને ચાઈમસેન પુનઃગઠન માટે કેટલાક સૂચનો આ મુજબ કરેલા છે.

- સંભવિત વપરાશ કર્તાનો અભ્યાસ કરવો.
- પ્રાથમિક માહિતી સ્ત્રોતની પસંદગી કરવી.
- પુનઃરચના માટે પરવાનગી આપવા માટે સામગ્રીનું વિશ્લેષણ કરો.
- સંરચિત માહિતીને પેકેજ અથવા પુનઃ પેકેજ તૈયાર કરવાની કામગીરી.

14.8 માહિતી પુનઃગઠનના સ્ત્રોતો (Source of Information Repackaging)

ચોક્કસ સમયે ચોક્કસ માહિતી જરૂરીયાતના આધારે સંશોધનો પસંદગી કરવામાં આવે છે. તે સ્ત્રોતો પર નીર્ભર હોય છે. પુનઃગઠન (Information Repackaging) પ્રોડક્ટ વધુ સારી બનાવવા માટે વિવિધ ઉપયોગી માહિતી સ્ત્રોતો, સામાયિકો દૈનિક સમાચારપત્રો આ પાઠ્ય પુસ્તકોમાંથી મેળવી શકાય છે.

- **પુનઃગઠન સંસાધનનું મુલ્યાંકન (Valuation of Repackaging Resources)**
ઈચ્છિત પરીણાહો મેળવવા માટે ફરીથી પેકેજીંગ કરવાની પ્રક્રિયાનું મૂલ્યાંકન આવશ્યક છે. જેથી વધુ અસરકારક રીતે સેવા આપી શકાય.
- **ચોકસાઈ :** ખાતરી કરી લેવી કે આપેલ માહિતી સચોટ છે.
- **સંપૂર્ણ :** ખાતરી કરી લેવી કે આપેલ માહિતી સંપૂર્ણ છે. ટૂંકડામાં વિભાજિત ન હોવી જોઈએ.
- **સરળતા :** જે પુનઃ પેકેજમાં તૈયાર થનાર માહિતી છે તે સરળ હોવી જોઈએ. એટલે કે સરળ ભાષામાં રજૂ થવી જોઈએ.
- **વાંચનક્ષમતા :** માહિતી બોલડ અને વાંચી શકાય તેવી હોવી જોઈએ. શબ્દભંડોળ યોગ્ય રીતે ઉપયોગ કરેલ હોવો જોઈએ. સ્પષ્ટ વંચાય તે રીતે હોવી જોઈએ. સંરચિત કરેલ સંદેશો સીધો અને અર્થપૂર્ણ હોવો જોઈએ. અને જો પોસ્ટ વપરાયેલ હોય તો ટૂંકા ફકરા અને મોટા અક્ષરોનો ઉપયોગ થવો જોઈએ.

❖ તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ: i) નીચે આપેલી ખાલી જગ્યામાં તમારો જવાબ લખો.

ii) એકમને અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારા જવાબો સરખાવો.

1. માહિતી પુનઃગઠનની વ્યાખ્યા આપી કાર્ય જણાવો.

2. માહિતી પુનઃ ગઠનના સ્ત્રોતો જણાવો.

3. માહિતી પુનઃગઠનના મહત્વ શું છે? તેના વિશે સમજાવો.

14.9 સારાંશ (Summary)

આ યુનિટમાં માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) નો અર્થ, હેતુ, કાર્યો, મહત્વ, સ્વરૂપો અને પ્રક્રિયાનું વર્ણન કરવામાં આવ્યું છે. માહિતી પુનઃગઠન એટલે વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી માહિતી એકત્રિત કરીને તેનું વિશ્લેષણ, સંપાદન અને પુનઃપ્રસ્તુતીકરણ એવી રીતે કરવું કે તે વપરાશકર્તાની જરૂરિયાત મુજબ સરળ, સ્પષ્ટ અને ઉપયોગી બને. પુસ્તકાલય અને માહિતી કેન્દ્રોમાં આ પ્રક્રિયાનો ઉપયોગ સંદર્ભ સેવા, માહિતી સેવા, વર્તમાન માહિતી સેવા તથા વપરાશકર્તા શિક્ષણ જેવી સેવાઓમાં થાય છે. માહિતી પુનઃગઠનની પ્રક્રિયામાં લક્ષિત વપરાશકર્તાની જરૂરિયાત ઓળખવી, યોગ્ય સ્વરૂપ અને પ્રસાર માધ્યમ પસંદ કરવું તથા તૈયાર કરેલી માહિતીનું મૂલ્યાંકન કરવું જરૂરી છે. આ પ્રક્રિયાથી માહિતી વધુ સુલભ, અસરકારક અને ઉપયોગી બને છે, જેના કારણે વપરાશકર્તાનો સમય બચે છે અને માહિતીનો વધુ સારો ઉપયોગ શક્ય બને છે.

14.10. તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને ઉત્તરો

1. માહિતી પુનઃગઠનની વ્યાખ્યા

➤ સરાવીકા વુડ (1989) બંચ (1984) ના મતે, માહિતી પુનઃપેકીંગ એ એકત્રીત કરેલ માહિતીને વિશ્લેષણ બાદ તે સ્વરૂપમાં પુનઃપેકેજ કરવાની પ્રક્રિયા છે. જે ગ્રંથાલયના ઉપયોગકર્તાઓ માટે વધુ ઉપયોગી અને યોગ્ય છે. માહિતીનું CD DVD વગેરે જેવા ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમમાં અથવા ડિજિટલ સ્વરૂપ કે પછી ભૌતિક સ્વરૂપમાં રેકોર્ડિંગ ગોઠવણ અને રજૂઆત છે. કે જેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય માહિતી ઉત્પાદનોની સ્વીકૃતિ અને ઉપયોગ વધારવાનો છે.

➤ Information Repackaging is process to repackage the analysis of Consolication information in that form which is more suitabl and usable for Library users Repackaging of Information is a physical recording arrangement and presentation of Information on a given medium and in and in a given form. The aim of repackaging is to enhance the acceptance and use of information production and the assembler and recall of their contacts.

➤ Suracevic and Wood (1989) and branch (1984)

" Information Repackaging is bundling of products and services to address specific needs"

➤ Iwhiswho (2006)

માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) ચોક્કસ જરૂરીયાતને સંબોધવા માટે ઉત્પાદનો સેવાનું બંડલીંગ છે. આમ, માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) એ માહિતીને એક સ્વરૂપમાં ગોઠવવાની પ્રક્રિયા કહી શકાય કે જે વિવિધ ઉપયોગકર્તા ને સમજ્યા અને અર્થઘટન કરી શકે તે રીતે માહિતીને રૂપાંતરીત કરવાની અને સરળતાથી સમજી શકે તે રીતે માહિતી ને તૈયાર કરવાની પ્રક્રિયા છે.

❖ માહિતી પુનઃગઠનના કાર્યો

- માહિતી સાચવવાનાં સાધન તરીકેનું કાર્ય
- ઉપયોગી માહિતીને પસંદગીયુક્ત અને વ્યવસ્થિત વર્ગીકરણ તરીકેનું કાર્ય.
- વધુ વ્યાપક પ્રમાણમાં માહિતી પ્રસારણના સાધન તરીકેનું કાર્ય.
- સંશોધનના વ્યવહારુ ઉપયોગ માટે તક તરીકેનું કાર્ય.
- અનુવાદ સાધન તરીકેનું કાર્ય
- સંબંધીત વસ્તુના વિતરણને પ્રોત્સાહન આપવાના સાધન તરીકે.

2. માહિતી પુનઃગઠનના સ્ત્રોતો આ મુજબ છે:

- 1) પુનઃગઠન સંસાધનનું મુલ્યાંકન, 2) ચોક્કસાઈ, 3) સંપૂર્ણ, 4) સરળતા, 5) વાંચનક્ષમતા .

3. માહિતી પુનઃગઠનનું મહત્વ

માહિતી પુનઃગઠનનું મહત્વ મુલ્યવર્ધિત ઘટકો છે. જેનાં માહિતી વિશ્લેષણ સંશ્લેષણ સંપાદન અનુવાદ અને ઉપયોગકર્તાને પસંદીત ફોર્મેટમાં તૈયાર થાય છે. તેમાં ચોક્કસાઈ, અનુરૂપ અને વ્યાપક સમજણ અને ઉપયોગની સમજણ સુનિશ્ચિત કરવા માટે તેનું ખૂબ મહત્વ છે.

૧. ઉપયોગકર્તાને જરૂરીયાતો જાણી તેમની જરૂરીયાત મુજબ માહિતી તૈયાર કરવા માટે
૨. પ્રચાર, સંગઠન અને સુવિધા માટે
૩. સરળ બનાવવા દા.ત. જેમકે, કોઈ સંશોધન માટે જરૂરી માહિતી ઘણા બધા સ્ત્રોતામાં ઉપલબ્ધ જેમાંથી જરૂરી માહિતી તૈયાર કરી સરળ બનાવવી.
૪. ઉપયોગકર્તા, જ્ઞાન અને ટેકનોલોજી વચ્ચે આંતરની સુવિધા માટે.

14.11. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

❖ બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો (MCQ)

1. માહિતી પુનઃપેકેજિંગ (Information Repackaging) શું છે?
 - A) માહિતી નાશ કરવાની પ્રક્રિયા
 - B) માહિતી એકત્રિત કરીને નવી રીતે રજૂ કરવાની પ્રક્રિયા
 - C) પુસ્તક પ્રકાશન કરવાની પ્રક્રિયા
 - D) માહિતી છુપાવવાની પ્રક્રિયા
2. Information Repackaging નો મુખ્ય ઉદ્દેશ શું છે?
 - A) માહિતી નાશ કરવી
 - B) માહિતીનો ઉપયોગ ઘટાડવો
 - C) માહિતી વધુ ઉપયોગી અને સ્વીકાર્ય બનાવવી
 - D) માહિતી બંધ કરવી
3. Information Repackaging ની વ્યાખ્યા કોના દ્વારા આપવામાં આવી?
 - A) Saracevic અને Wood B) Newton C) Einstein D) Darwin
4. નીચેમાંથી કયું Information Repackaging નું કાર્ય છે?
 - A) માહિતી સંગ્રહ B) માહિતી પ્રસાર
 - C) સંશોધન ઉપયોગ D) ઉપરોક્ત બધું

5. Information Repackaging નું મહત્વ શું છે?
- A) માહિતી સરળ બનાવવી B) માહિતી ઉપયોગી બનાવવી
C) વાચકને યોગ્ય માહિતી આપવી D) ઉપરોક્ત બધું
6. Information Repackaging માટે યોગ્ય ફોર્મેટ પસંદ કરવું કેમ જરૂરી છે?
- A) વાચકની જરૂરિયાત અનુસાર માહિતી આપવા
B) પુસ્તક છાપવા
C) પુસ્તક વેચવા
D) માહિતી છુપાવવા
7. નીચેમાંથી કયું Information Repackaging નું સ્વરૂપ છે?
- A) વાર્તા કથન B) ઓડિયો-વિડિયો સામગ્રી
C) ભાષાંતર D) ઉપરોક્ત બધું
8. Information Repackaging માટે પ્રથમ પગલું શું છે?
- A) માહિતી નાશ કરવી B) લક્ષિત વાચક સમૂહને ઓળખવું
C) પુસ્તક વેચવું D) લેખક પસંદ કરવો
9. Information Repackaging માટે માહિતીના સ્ત્રોત કયા હોઈ શકે?
- A) પુસ્તકો B) સામયિકો
C) સમાચારપત્ર D) ઉપરોક્ત બધું
10. સારી Information Repackaging માટે શું જરૂરી છે?
- A) ચોકસાઈ B) પૂર્ણતા
C) સરળતા D) ઉપરોક્ત બધું
- જવાબ : (1- B), (2- C), (3- A), (4- D), (5- D), (6-A), (7-D), (8-B),
(9-D), (10-D)

14.12. ચાવીરૂપ શબ્દો

- માહિતી પુનઃગઠન (Information Repackaging) – વપરાશકર્તાની જરૂરિયાત મુજબ માહિતીને નવા સ્વરૂપમાં રજૂ કરવાની પ્રક્રિયા.
- માહિતી સેવા (Information Services) – યોગ્ય માહિતી યોગ્ય સમયે વપરાશકર્તાને પહોંચાડવાની સેવા.
- માહિતી પ્રસરણ (Information Dissemination) – વિવિધ માધ્યમો દ્વારા માહિતીનું પ્રસારણ.

- વપરાશકર્તાની જરૂરિયાત (User Needs) – માહિતીનું પુનઃગઠન કરતી વખતે વપરાશકર્તાની જરૂરિયાતને ધ્યાનમાં લેવી.
- મૂલ્યાંકન (Evaluation) – પુનઃગઠિત માહિતીની ગુણવત્તા, ઉપયોગિતા અને અસરકારકતાનું મૂલ્યાંકન.

14.13 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

1. Aboyade, B.O (1984). Communication potentials of the library for non literate. Libri, 34(3): 243-262.
2. Adesanya, O (2002). The Impact of Information Technology on Information Dissemination. In: Everest C. Madu and Marie B.
3. Dirisu (eds) Information Science and Technology for Library Schools in Africa. Evi- Coleman Publication, Ibadan.
4. Agada, J. (1995). Analysis of Information Repackaging Processes using the instructional systems Design Model. Journal of Instructional Science and Technology, 1 (1).
5. Iwhiwho, E. B (2006). Information Repackaging and Library Services. A challenge to information professionals in Nigeria.
6. Department of library and Information Science, Delta State University, Abraka.
7. Madu, E. C. (2004). Automation and service provision in libraries and information centres in Developing countries. In: Evarest C. Madu (Ed) Technology for Information Management and Service. Evi- Coleman Publications, Ibadan.
8. Omekwu L. And Ugwanyi, C (2009). Introduction to the use of Library. In: Umekwu, M.O Okoye, C.N. Ezeani Introduction to the use of the library and study skills, Awemark Publishers.
9. Oketunji, Ibidapo (1999). “Application of Information Technologies in Nigerian Libraries: Problems and Prospects”, Paper present
10. at the 10th Biennial Conference of National Association of Library and Information Science Educations (NALISE). University of Ibadan, Ibadan 4th – 7th August.
11. Rosenberg, D. (1987). Repackaging Scientific and Technical information for illiterates and semiliterate Users: a case study of the Southern Sudan. In: Asamani, J.O et al (ed) 1987. Libraries and literacy: Proceedings of the seventh meeting of the standing conference of Eastern Central and Southern African Librarians, Gabororonre. 4th -8th August, 1980.
12. Saralevic, T. & Wood, J.B (1981). Consolidation of Information: A handbook on Evaluation, Restructuring and Repackaging of Scientific and Technical Information. Paris: UNESCO

13. Stilwell, C. Leach, A & Borton, S (Eds) (2001). Knowledge, Information and Development: An African perspective. Pictermaritzburg, School of Human and Social Studies, University of Watal.
14. Sturges, P & Chimsen,G. (1996). Information Repackaging in Malawi. African Journal of Library, Arhives and Information Science, 6 (2): 85-93.
15. Udensi, J.N. (2004). Audio Visual Materials and Information Technology in Teaching and Learning Processes. In: Everest C. Madu (ed), Technology for Information Management and Services. Ibadan: Evi- Coleman Publications.

એકમ - 15

રિસર્ચ ઇન પ્રોગ્રેસ, બેકઅપ સેવાઓ (Research in progress, Backup services)

:: રૂપરેખા ::

15.0 ઉદ્દેશો

15.1 ડેટા બેકઅપનો પરિચય (Introduction to Data Backup)

15.2 ડેટા બેકઅપનો પ્રકાર (Types of Data Backup)

15.3 બેકઅપ ઉપકરણો (Backup Devices)

15.4 બેકઅપ પદ્ધતિઓ અને વ્યૂહરચના (Backup Modes and Strategies)

15.5 ડેટા બેકઅપ ટેકનોલોજીસ (Data Backup Technologies)

15.6 બેકઅપ સોફ્ટવેર (Backup Software)

15.7 ડેટા પુનઃ પ્રાપ્તિ (Data Recovery)

15.8 ડેટા સુરક્ષા અને અને એન્ક્રિપ્શન (Data Security and Encryption)

15.9 પુનઃપ્રાપ્તિ તકનીકો (Recovery Techniques)

15.10 સારાંશ

15.11 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

15.12 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

15.13 ચાવીરૂપ શબ્દો

15.14 સંદર્ભ અને વિશેષ વાચન

15.0 ઉદ્દેશો (Objectives)

ડેટા બેકઅપનો પ્રાથમિક ઉદ્દેશ્ય ડેટા નુકસાન, ડેટા બેકઅપની જરૂરિયાત, બેકઅપની મર્યાદાઓ, હાર્ડવેર નિષ્ફળતા, કુદરતી આપત્તિઓ અથવા અન્ય અણધારી ઘટનાઓના કિસ્સામાં ડિજિટલ માહિતીની સુરક્ષા અને જાળવણી કરવા વિશે માહિતી મેળવવાનો છે.

15.1 ડેટા બેકઅપનો પરિચય (Introduction to Data Backup)

ડેટા બેકઅપ એ મહત્વપૂર્ણ ડેટાની નકલો બનાવવાની પ્રક્રિયા છે જે તેને નુકસાન અથવા નુકસાનથી સુરક્ષિત કરે છે. ઈન્ફર્મેશન ટેકનોલોજીના ક્ષેત્રમાં, બેકઅપ અથવા ડેટા બેકઅપ, કોમ્પ્યુટર ડેટાની ડુપ્લિકેટ નકલ બનાવવાનો સંદર્ભ આપે છે, જે પછી અલગ સ્થાન પર સંગ્રહિત થાય છે. આ ડુપ્લિકેશન પ્રક્રિયા સુનિશ્ચિત કરે છે કે ડેટાનો ઉપયોગ ડેટા ખોવાઈ જવાથી અથવા નુકશાન પામવાની સ્થિતિમાં મૂળ ડેટાને પુનઃસ્થાપિત કરવા માટે થઈ શકે છે. ડેટા ઈરેજ (ડિલીટ) કરવો અથવા ડેટાને નુકશાન થવું, જેવા પરિબળોને લીધે ડેટા ખોવાઈ જાય પછી તેને પુનઃપ્રાપ્ત કરવામાં અથવા ડેટાને પાછલી સ્થિતિમાં પુનઃસ્થાપિત કરવામાં બેકઅપ મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે.



એક વ્યાપક બેકઅપ સિસ્ટમમાં સામાન્ય રીતે મૂલ્યવાન ગણાતા તમામ ડેટાની ઓછામાં ઓછી એક નકલનો સમાવેશ થાય છે. જો કે, આ નોંધપાત્ર ડેટા સ્ટોરેજ જરૂરિયાતોમાં પરિણમી શકે છે. આ ડેટાને અસરકારક રીતે વ્યવસ્થિત કરવા માટે, ડેટાબેઝ મોડેલનો ઉપયોગ વારંવાર કરવામાં આવે છે, જે ડેટાસંગ્રહ માટે સંરચિત અભિગમ પૂરો પાડે છે. આર્કાઇવ ફાઇલો સહિત સેકન્ડરી સ્ટોરેજમાં પહેલેથી જ રહેલ ડેટાના બેકઅપ બનાવવા માટે વિવિધ પ્રકારના ડેટા સ્ટોરેજ ડિવાઇસનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

બેકઅપ બનાવવાની પ્રક્રિયામાં સંગ્રહ માટે ડેટાની પસંદગી, નિષ્કર્ષણ અને હેરફેરનો સમાવેશ થાય છે. આ પ્રક્રિયામાં લાઇવ ડેટા સાથે કામ કરવાનો સમાવેશ થઈ શકે છે, જેમાં ખુલ્લી ફાઇલો તેમજ કમ્પ્રેશન, એક્રિપ્શન અને ડી-ડુપ્લિકેશન જેવી તકનીકોને અમલમાં મૂકી શકાય છે. કોઈપણ બેકઅપ યોજનામાં મર્યાદાઓ અને માનવીય

પરિબળોના પ્રભાવથી વાકેફ રહેવું મહત્વપૂર્ણ છે, કારણ કે આ પરિબળો ડેટા સુરક્ષા પગલાંની સફળતાને અસર કરી શકે છે.

15.2 ડેટા બેકઅપના પ્રકાર (Types of Data Backup)

અહીં વિવિધ ડેટા બેકઅપ પ્રકારો છે, દરેક વિવિધ જોખમો, નબળાઈઓ અને સંગ્રહ જરૂરિયાતોને માટે રચાયેલ છે. ફાઈલો, નેટવર્ક્સ, સર્વર અને અન્ય અસ્કયામતોનો અસરકારક રીતે બેકઅપ લેવાની શરૂઆત નેટવર્કની ક્ષમતાઓને સંબોધવા અને સંજોગો માટે યોગ્ય પ્રકારનો બેકઅપ પસંદ કરવાથી થાય છે.

બેકઅપ એ ડેટાની નકલ છે જે ક્લાઉડમાં સંગ્રહિત થાય છે. બેક-અપ એ એક મહત્વપૂર્ણ પ્રક્રિયા છે જે અનિવાર્ય બને ત્યારે નિષ્ફળ-સલામત રહેવા માટે દરેક વ્યક્તિએ કરવું જોઈએ. જો નિષ્ફળતા થાય તો માહિતી પુનઃસ્થાપિત કરવા માટે તે નકલોનો ઉપયોગ કરવા માટે ચોક્કસ ડેટાની નકલો બનાવવાનો સિદ્ધાંત છે. ડિલીટ કરવું, કરપ્ટ, ચોરી, વાઈરસ વગેરેને કારણે ડેટા ગુમાવવાની ઘટના બને છે.

નુકસાન, કરપ્ટ, આપત્તિઓ (માનવ-સર્જિત અથવા કુદરતી) અને અન્ય સમસ્યાઓ સામે ડેટાનું રક્ષણ કરવું એ IT સંસ્થાઓની ટોચની પ્રાથમિકતાઓમાંની એક છે. આ નુકસાનને ટાળવા માટે, બેકઅપ કામગીરીના કાર્યક્ષમ અને અસરકારક સમૂહને અમલમાં મૂકવો મુશ્કેલ બની શકે છે.

બેકઅપ શબ્દ છેલ્લા કેટલાક દાયકાઓમાં ડેટા સુરક્ષાનો સમાનાર્થી બની ગયો છે અને કદાચ ઘણી પદ્ધતિઓ દ્વારા પરિપૂર્ણ થયો છે. બેકઅપ સોફ્ટવેર એપ્લિકેશન્સ બેકઅપ અને પુનઃપ્રાપ્તિ કામગીરી કરવાની જટિલતાને ઘટાડે છે. ડેટાનો બેકઅપ લેવો એ આપત્તિ સુરક્ષા યોજનાનો માત્ર એક ભાગ છે અને સાવચેત ડિઝાઇન અને પરીક્ષણ વિના ઈચ્છિત ડેટા અને આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ ક્ષમતાઓનું સ્તર પ્રદાન કરી શકતું નથી. તમે મેન્યુઅલી કોઈ અલગ સ્થાન પર ડેટાની નકલ કરીને અથવા બેકઅપ પ્રોગ્રામનો ઉપયોગ કરીને મેન્યુઅલી બેકઅપ કરી શકો છો.

ચાર સૌથી સામાન્ય બેકઅપ પ્રકારો અમલમાં છે અને સામાન્ય રીતે આમાંના મોટાભાગના પ્રોગ્રામ્સમાં ઉપયોગમાં લેવાય છે, જેમ કે:

15.2.1. સંપૂર્ણ બેકઅપ- Full backup

15.2.2. ઈન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપ- Incremental backup

15.2.3. ડિફરન્શિયલ બેકઅપ- Differential backup

15.2.4. મિરર બેકઅપ - Mirror backup

15.2.1. સંપૂર્ણ બેકઅપ- Full backup

બેકઅપ ઓપરેશનનો સૌથી મૂળભૂત અને સંપૂર્ણ પ્રકાર એ સંપૂર્ણ બેકઅપ છે. નામ પ્રમાણે, આ બેકઅપનો પ્રકાર તમામ ડેટાની નકલ સ્ટોરેજ ઉપકરણ પર બનાવે છે, જેમ બેકઅપ ઓપરેશનનો સૌથી મૂળભૂત અને સંપૂર્ણ પ્રકાર એ સંપૂર્ણ બેકઅપ છે. નામ પ્રમાણે, આ બેકઅપ પ્રકાર તમામ ડેટાની નકલ સ્ટોરેજ ઉપકરણ પર બનાવે છે, જેમ કે ડિસ્ક અથવા ટેપ. દરેક ઓપરેશન દરમિયાન સંપૂર્ણ બેકઅપ લેવાનો પ્રાથમિક ફાયદો એ છે કે તમામ ડેટાની સંપૂર્ણ નકલ એક મીડિયા સેટ સાથે ઉપલબ્ધ છે. ડેટાને પુનઃસ્થાપિત કરવામાં સૌથી ઓછો સમય લાગે છે, જો કે, ગેરફાયદા એ છે કે તે અન્ય પ્રકારો કરતાં સંપૂર્ણ બેકઅપ કરવા માટે વધુ સમય લે છે, વધુ સ્ટોરેજ સ્થાનની જરૂર છે. આમ, સંપૂર્ણ બેકઅપ સામાન્ય રીતે માત્ર સમયાંતરે ચલાવવામાં આવે છે. થોડી માત્રામાં ડેટા ધરાવતા ડેટા કેન્દ્રો દરરોજ સંપૂર્ણ બેકઅપ ચલાવવાનું પસંદ કરી શકે છે.

15.2.2. ઇન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપ - Incremental backup

એક વધારાનું બેકઅપ ઓપરેશન ફક્ત તે જ ડેટાની નકલમાં પરિણમશે જે કોઈપણ પ્રકારના છેલ્લા બેકઅપ ઓપરેશનથી બદલાયેલ છે. સંસ્થા સામાન્ય રીતે ફાઈલો પર સંશોધિત ટાઈમસ્ટેમ્પનો ઉપયોગ કરે છે અને છેલ્લા બેકઅપ ટાઈમસ્ટેમ્પ સાથે તેની તુલના કરે છે. ઇન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપનો ફાયદો એ છે કે તે સંપૂર્ણ કરતા ઓછી માત્રામાં ડેટાની નકલ કરે છે. આમ, આ કામગીરીમાં ઝડપી બેકઅપ ઝડપ હશે અને બેકઅપ સંગ્રહિત કરવા માટે ઓછા મીડિયાની જરૂર પડશે.

15.2.3. ડિફરન્શિયલ બેકઅપ - Differential backup

ડિફરન્શિયલ બેકઅપ ઓપરેશન પહેલી વાર કરવામાં આવે ત્યારે ઇન્ક્રીમેન્ટલ જેવું જ છે, જેમાં તે અગાઉના બેકઅપમાંથી બદલાયેલ બધો ડેટા કોપી કરશે. જો કે, દરેક વખતે જ્યારે તે પછીથી ચલાવવામાં આવે છે, ત્યારે તે અગાઉના સંપૂર્ણ બેકઅપથી બદલાયેલ તમામ ડેટાની નકલ કરવાનું ચાલુ રાખશે. તેથી, તે અનુગામી ઓપરેશન્સ પર ઇન્ક્રીમેન્ટલ કરતાં વધુ બેકઅપ ડેટા સ્ટોર કરશે, ડિફરન્શિયલ બેકઅપને ઇન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપ કરતાં પૂર્ણ કરવા માટે વધુ જગ્યા અને સમયની જરૂર પડે છે, જો કે સંપૂર્ણ બેકઅપ કરતાં ઓછા. આ ત્રણ પ્રાથમિક પ્રકારના બેકઅપમાંથી, વ્યાપક ડેટા સુરક્ષા માટે અભિગમ વિકસાવવો શક્ય છે. સંસ્થા ઘણીવાર નીચેના બેકઅપ સેટિંગ્સમાંથી એકનો ઉપયોગ કરે છે:

- Full daily
- Full weekly differential

- Full weekly incremental daily

દરરોજના સંપૂર્ણ બેકઅપ માટે સૌથી વધુ જગ્યાની જરૂર પડે છે અને તે સૌથી વધુ સમય પણ લેશે. પરિણામે, આ બેકઅપ નીતિને અમલમાં મૂકવી એ આપત્તિઓ માટે ઉચ્ચ સહનશીલતા ધરાવે છે અને પુનઃસ્થાપિત કરવા માટે ઓછામાં ઓછો સમય પૂરો પાડે છે કારણ કે કોઈપણ જરૂરી ડેટા વધુમાં વધુ એક બેકઅપ સેટ પર સ્થિત હશે.

15.2.4. મિરર બેકઅપ - Mirror backup

મિરર બેકઅપ સંપૂર્ણ બેકઅપ સાથે તુલનાત્મક છે. આ બેકઅપ પ્રકાર સ્ત્રોત ડેટા સેટની ચોક્કસ નકલ બનાવે છે, મિરર બેકઅપના ફાયદાઓમાંનો એક ઝડપી ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ સમય છે. વ્યક્તિગત બેકઅપ કરેલી ફાઈલોને એક્સેસ કરવી પણ સરળ છે. મુખ્ય ખામીઓમાંની એક જરૂરી સંગ્રહ જગ્યાની માત્રા છે. જો સ્ત્રોત ડેટા સેટમાં કોઈ સમસ્યા હોય, જેમ કે કરપ્ટ અથવા ડિલીટ કરવું, તો મિરર બેકઅપ સમાન અનુભવ કરે છે. પરિણામે, તમામ ડેટા સુરક્ષા જરૂરિયાતો માટે મિરર બેકઅપ પર આધાર રાખવો અને ડેટા માટે અન્ય બેકઅપ પ્રકારો રાખવાની જરૂર નથી.

એક ચોક્કસ પ્રકારનો મિરર, ડિસ્ક મિરરિંગ, જેને RAID 1 તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. આ પ્રક્રિયા બે કે તેથી વધુ ડિસ્ક પર ડેટાની નકલ કરે છે. ડિસ્ક મિરરિંગ એ ડેટા માટે એક મજબૂત વિકલ્પ છે જેને તેના ઝડપી પુનઃપ્રાપ્તિ સમયને કારણે ઉચ્ચ ઉપલબ્ધતાની જરૂર છે. તે તેની તાત્કાલિક નિષ્ફળતા ક્ષમતાને કારણે આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ માટે પણ મદદરૂપ છે. ડિસ્ક મિરરિંગ માટે ઓછામાં ઓછી બે ભૌતિક ડ્રાઈવની જરૂર છે. જો એક હાર્ડ ડ્રાઈવ નિષ્ફળ જાય, તો સંસ્થા મિરર કોપીનો ઉપયોગ કરી શકે છે. જ્યારે ડિસ્ક મિરરિંગ વ્યાપક ડેટા સુરક્ષા પ્રદાન કરે છે, તેને ઘણી સ્ટોરેજ ક્ષમતાની જરૂર છે.

15.3 બેકઅપ ઉપકરણો (Backup Devices):

ડેટાનો બેકઅપ લેવા ઉપયોગમાં લેવામાં આવતા ઉપકરણો નીચે મુજબ છે.

1. સીડી અને ડીવીડી (CD and DVD): તેમાં ૧૦૦૦ MB થી લઈને અમુક GB સુધીની સાચવણીની ક્ષમતા હોય છે, તેનો ઉપયોગ ઘર/વ્યક્તિગત ઉપયોગ માટે થાય છે.
2. યુએસબી સ્ટીક્સ (USB sticks): યુએસબી સ્ટીક્સ કદ અને કિંમતમાં નાની હોય છે, પરંતુ તેમાં સ્ટોરેજ ક્ષમતામાં મોટી હોય છે. તે કદમાં નાની હોય છે પરંતુ સારી ટ્રાન્સફર સ્પીડ ધરાવે છે.

3. હાર્ડ ડ્રાઈવ્સ (Hard Drives): આ પ્રકારની ડ્રાઈવ 500MB થી 2TB ની સાઈઝ રેન્જ ધરાવે છે અને તે સુસંગત હોય છે.
4. સોલિડ-સ્ટેટ ડ્રાઈવ્સ (Solid-state drives (SSDs): તે હાર્ડ ડ્રાઈવ્સ કરતાં વધુ હોય ખર્ચાળ છે, પરંતુ તે વધુ વિશ્વસનીય, નાની, ઝડપી અને ઓછી શક્તિનો વપરાશ પણ કરે છે.
5. NAS (network-attached storage): નેટવર્ક-જોડાયેલ સ્ટોરેજ એ ફાઈલ સ્ટોરેજ ઉપકરણ છે જે સામાન્ય ઈથરનેટ કનેક્શન દ્વારા લોકલ-એરિયા નેટવર્ક (LAN) વપરાશકર્તાઓને કેન્દ્રિય, એકીકૃત ડિસ્ક સ્ટોરેજ પહોંચાડે છે. NAS સર્વર સાથેના નેટવર્કને જાળવણી અને અપડેટ માટે તેને બંધ કર્યા વિના વધુ હાર્ડ ડિસ્ક સ્ટોરેજ ક્ષમતા ઉમેરવાની મંજૂરી આપે છે. તમે તેનો ઉપયોગ ફક્ત બેકઅપ માટે કરી શકો છો, અથવા તમે તેનો ઉપયોગ ફાઈલ શેરિંગ અને મલ્ટીમીડિયાના સ્ટ્રીમિંગ માટે પણ કરી શકો છો.

15.4 બેકઅપ પદ્ધતિઓ અને વ્યૂહરચના (Backup Methods and Strategies)

આધુનિક ડિજિટલ યુગમાં, ડેટા વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ બંને માટે સૌથી કિંમતી સંપત્તિમાંની એક બની ગયો છે. પ્રિય સ્મૃતિઓને સાચવવાથી લઈને જટિલ વ્યવસાયિક માહિતીને સુરક્ષિત રાખવા સુધી, ડેટાને સુરક્ષિત અને સુરક્ષિત રાખવાની સંપત્તિમાંની એક બની ગયો છે. અનિવાર્યતા ક્યારેય વધુ સ્પષ્ટ થઈ નથી. ડેટાના મૂલ્યની આ વધતી જતી જાગૃતિના પરિણામે ડેટા બેકઅપ સોલ્યુશન્સ વ્યાપકપણે અપનાવવામાં આવ્યા છે.

કોમ્પ્યુટર સિસ્ટમ અથવા નેટવર્ક ગમે તેટલું કાર્યક્ષમ હોય તેવું લાગે તો પણ તેમાં ખામી અથવા વિક્ષેપની સંભાવના હંમેશા હાજર હોય છે. આથી જ, બેકઅપ સિસ્ટમ હોવી જરૂરી છે. જ્યારે તમારા વ્યવસાય નેટવર્ક, અસ્ક્યામતો અને ડેટા માટે નિયમિત બેકઅપ સ્થાપિત કરવાની વાત આવે છે, ત્યારે સામાન્ય રીતે ધ્યાનમાં લેવા માટેના બે પ્રાથમિક વિકલ્પો છે: ઓનસાઈટ બેકઅપ અને ઓફસાઈટ બેકઅપ સેવાઓ. ઓનસાઈટ બેકઅપમાં તમારા ડેટાને તમારી સેન્ટ્રલાઈઝ્ડ ઓફિસ અથવા વર્કસ્પેસ પર સ્ટોર કરવાનો સમાવેશ થાય છે, જ્યારે ઓફસાઈટ બેકઅપ સેવાઓ તમારી પ્રાથમિક સાઈટથી દૂરના સ્થાન પર તમારો ડેટા સ્ટોર કરે છે. IT કન્સલ્ટિંગ સેવાઓ અને IT સપોર્ટ કંપનીઓ આ બેકઅપ સોલ્યુશન્સ સેટ કરવા અને મેનેજ કરવામાં મૂલ્યવાન સહાય પૂરી પાડી શકે છે. તમારા વ્યવસાય માટે મજબૂત અને વિશ્વસનીય બેકઅપ સેવા રાખવાથી તમારો ડેટા સુરક્ષિત રહે તેની ખાતરી કરે છે. તેનો અર્થ એ પણ છે કે, દુર્ઘટના, આપત્તિ અથવા વિક્ષેપના કિસ્સામાં, તમે તમારા

નેટવર્કને ઝડપથી એક્સેસ કરી શકો છો અને તેને ન્યૂનતમ ડાઉનટાઈમ સાથે પુનઃસ્થાપિત કરી શકો છો. ઓનસાઈટ અને ઓફસાઈટ બેકઅપ બંને અલગ-અલગ લાભો પ્રદાન કરે છે, અને તેમની વચ્ચેની પસંદગી આખરે તમારા વ્યવસાયની ચોક્કસ જરૂરિયાતો અને સંજોગો પર નિર્ભર રહેશે.

15.4.1 ઓફસાઈટ બેકઅપ (Off-site Backup) :

ઓફસાઈટ બેકઅપ એ વ્યવસાયના નેટવર્ક અને ડેટાની ડુપ્લિકેટ કોપિનો સંદર્ભ આપે છે જે સંસ્થાના પ્રાથમિક IT ઇન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચરમાં ભૌતિક રીતે સંગ્રહિત નથી. તેના બદલે, તે એક અલગ, બાહ્ય સાઈટ પર સ્થિત હોય છે, તેથી “ઓફસાઈટ” શબ્દ થી સંબોધવા માં પ્રાથમિક IT ઇન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચરમાં ભૌતિક રીતે સંગ્રહિત નથી. તેના બદલે, તે એક અલગ, બાહ્ય સાઈટ પર સ્થિત હોય છે, તેથી “ઓફસાઈટ” શબ્દ થી સંબોધવામાં આવે છે.

આજે, ઓફસાઈટ બેકઅપ સામાન્ય રીતે ક્લાઉડમાં સંગ્રહિત થાય છે, નેટવર્ક્સ, સિસ્ટમ્સ અને સર્વિસને સ્ટોર કરવા માટે રચાયેલ હેતુ-નિર્મિત વાતાવરણનો ઉપયોગ કરીને. ક્લાઉડ-આધારિત ઓફસાઈટ બેકઅપ ઘણીવાર પ્લાયમાઉથ સાયન્સ પાર્ક ખાતેના ડેટા સેન્ટર જેવી વિશિષ્ટ સુવિધાઓમાં હોસ્ટ કરવામાં આવે વાતાવરણનો ઉપયોગ કરીને. ક્લાઉડ-આધારિત ઓફસાઈટ બેકઅપ ઘણીવાર પ્લાયમાઉથ સાયન્સ પાર્ક ખાતેના ડેટા સેન્ટર જેવી વિશિષ્ટ સુવિધાઓમાં હોસ્ટ કરવામાં આવે છે. આ ઓફસાઈટ બેકઅપ સામાન્ય રીતે રિમોટ બેકઅપ તરીકે ઓળખાય છે અને તેનો ઉપયોગ મુખ્યત્વે ડેટા બેકઅપ અને ડિઝાસ્ટર રિકવરી વ્યૂહરચનાઓ માટે થાય છે. તેઓ વારંવાર વ્યાવસાયિક IT સપોર્ટ કંપનીઓ દ્વારા લાગુ કરવામાં આવે છે.

ડેટા ઓફસાઈટ જાળવવાનો પ્રાથમિક ધ્યેય ડેટા સુરક્ષાને વધારવાનો છે, ખાસ તેઓ વારંવાર વ્યાવસાયિક IT સપોર્ટ કંપનીઓ દ્વારા લાગુ કરવામાં આવે છે. કરીને દૂષિત સાયબર હુમલાઓ સામે રક્ષણ આપવા માટે વધુમાં, ઓફસાઈટ બેકઅપ્સ સલામતી તરીકે સેવા આપે છે, તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે મહત્વપૂર્ણ ડેટાની નકલ વ્યવસાયના કેન્દ્રિય સ્થાનથી દૂર સંગ્રહિત થાય છે. આ એવા સંજોગોમાં પણ ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિને સુનિશ્ચિત કરે છે કે જ્યાં અણધાર્યા ઘટનાઓને કારણે પ્રાથમિક સાઈટ ક્ષતિગ્રસ્ત અથવા નાશ પામે છે.

ઓફસાઈટ બેકઅપ સોલ્યુશનનો ઉપયોગ કરવાના ફાયદા અસંખ્ય છે, જે તેને વ્યવસાયો માટે આકર્ષક વિકલ્પ બનાવે છે. ઓફસાઈટ બેકઅપના કેટલાક ફાયદા નીચે મુજબ છે:

1. **ડેટાની બહુવિધ નકલો:** ઓફસાઈટ બેકઅપ તમારા ભૌતિક જગ્યાથી દૂર સ્થિત સેકન્ડરી સર્વર પર ડેટા સ્ટોર કરે છે. આનો અર્થ એ છે કે તમારા પ્રાથમિક સ્થાન પર કોઈ આપત્તિ અથવા સમાધાનની સ્થિતિમાં, તમારો ડેટા રિમોટ સાઈટ પરથી સરળતાથી પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકાય છે. ડેટાની બહુવિધ નકલો રાખવાથી ડેટા રિડન્ડન્સી અને ઉપલબ્ધતા વધે છે.
2. **ઉચ્ચ સુરક્ષા:** રીમોટ સર્વર પર ડેટા સંગ્રહિત થાય તે પહેલાં, તે સામાન્ય રીતે એક્રિપ્ટેડ હોય છે, જે તમારા વ્યવસાય ડેટામાં સુરક્ષાનું વધારાનું સ્તર ઉમેરે છે. આ એક્રિપ્શન સુનિશ્ચિત કરે છે કે તમારો ડેટા સ્ટોરેજમાં હોય ત્યારે સંભવિત સાયબર જોખમો સામે સુરક્ષિત રહે છે, ડેટા ભંગ અને અનધિકૃત ઍક્સેસનું જોખમ ઘટાડે છે.
3. **સ્કેલેબિલિટી:** ઓફસાઈટ ક્લાઉડ-આધારિત બેકઅપ સેવાઓ ઘણીવાર સંગ્રહ ક્ષમતાના સંદર્ભમાં માપનીયતા અને સુગમતા પ્રદાન કરે છે. તમે પસંદ કરેલા બેકઅપ સોલ્યુશનના આધારે, તમારી પાસે ફ્લેટ-રેટ કિંમત અથવા ઉપયોગ-આધારિત મોડેલ દ્વારા વર્ચ્યુઅલ અમર્યાદિત સ્ટોરેજ ક્ષમતાની ઍક્સેસ હોઈ શકે છે.
4. **કોઈ ઈન્ફાસ્ટ્રક્ચર મેઈન્ટેનન્સ નથી:** ઓફસાઈટ ડેટા સ્ટોર કરવાનો અર્થ છે કે તમારો વ્યવસાય ઓન-પ્રિમિસીસ ડેટા સ્ટોરેજ માટે પરંપરાગત ઈન્ફાસ્ટ્રક્ચર અને હાર્ડવેરની જરૂરિયાતને દૂર કરી શકે છે. આ ઈન્ફાસ્ટ્રક્ચર જાળવણી અને સંબંધિત ખર્ચમાં ઘટાડો કરે છે. તમારો વ્યવસાય સર્વર, ડેટા સેન્ટર્સ અને અન્ય હાર્ડવેરની જાળવણીની જવાબદારી ટાળી શકે છે, આખરે લાંબા ગાળાના જાળવણી ખર્ચ પર બચત કરી શકે છે.
5. **ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ અને વ્યવસાય સાતત્ય:** ઓફસાઈટ બેકઅપ આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ અને વ્યવસાય સાતત્યમાં નિર્ણાયક ભૂમિકા ભજવે છે. તમારી પ્રાથમિક સાઈટ પર ડેટા ખોવાઈ જવાની અથવા કોઈ આપત્તિની સ્થિતિમાં, તમે ઓફસાઈટ બેકઅપમાંથી તમારો ડેટા ઝડપથી પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકો છો, ડાઉનટાઈમને ઓછો કરી શકો છો અને ઓછામાં ઓછા વિક્ષેપ સાથે વ્યવસાયિક કામગીરી ફરી શરૂ થઈ શકે તેની ખાતરી કરી શકો છો.
6. **ભૌગોલિક રીડન્ડન્સી:** ઓફસાઈટ બેકઅપ ઘણીવાર ભૌગોલિક રીતે વિવિધ સ્થળોએ સંગ્રહિત થાય છે, જે ડેટા સુરક્ષા અને રીડન્ડન્સીને વધુ વધારતા હોય છે. આ ભૌગોલિક વિક્ષેપ સુનિશ્ચિત કરે છે કે ડેટા એક જ સંવેદનશીલ સ્થાન પર કેન્દ્રિત નથી અને પ્રાદેશિક આપત્તિઓ સામે સુરક્ષિત છે.
7. **ઍક્સેસિબિલિટી અને રિમોટ વર્ક:** ઓફસાઈટ બેકઅપને રિમોટલી ઍક્સેસ કરી શકાય છે, જે કર્મચારીઓ માટે વિવિધ સ્થળોએથી કામ કરવાનું સરળ બનાવે છે.

આ સુગમતા ખાસ કરીને એવી પરિસ્થિતિઓમાં મૂલ્યવાન છે જેમ કે દૂરસ્થ કાર્ય વ્યવસ્થા અથવા કટોકટી દરમિયાન જે પ્રાથમિક વ્યવસાય સ્થાનની ઍક્સેસને અટકાવે છે.

8. **અનુપાલન અને ડેટા ગવર્નન્સ:** ઘણા ઉદ્યોગો અને વ્યવસાયો માં ડેટા સ્ટોરેજ, રીટેન્શન અને સુરક્ષા સંબંધિત નિયમનકારી આવશ્યકતાઓ હોય છે. ઑફસાઇટ બેકઅપ્સ એક્ઝિપ્શન અને ઍક્સેસ નિયંત્રણો સાથે સુરક્ષિત, ઑફસાઇટ સ્ટોરેજ પ્રદાન કરીને આ અનુપાલન ધોરણોને પૂર્ણ કરવામાં સહાય કરી શકે છે.

15.4.2 ઓનસાઇટ બેકઅપ (on-site Backup)

ઓનસાઇટ બેકઅપ, જેમ કે નામ સૂચવે છે, તેમાં વ્યવસ્થિત બેકઅપ અને ડેટાના સંગ્રહનો સમાવેશ થાય છે જે ભૌતિક રીતે વ્યવસાય અથવા સંસ્થાની નજીક હોય છે. આ પ્રકારનો બેકઅપ સામાન્ય રીતે વ્યવસાયની જગ્યા પર જ લેવામાં આવે છે. સાયબર ચોરી અને અન્ય વિક્ષેપો સહિત વિવિધ જોખમોથી ડેટાને સુરક્ષિત રાખવા માટે ઓનસાઇટ બેકઅપ મૂલ્યવાન છે. તેઓ આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ માટે રક્ષણના સ્વરૂપ તરીકે પણ સેવા આપે છે, જે ખાસ કરીને એવા વ્યવસાયો માટે મહત્વપૂર્ણ હોય છે કે જેઓ કમ્પ્યુટર્સ અને અન્ય પરંપરાગત IT ઈન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર પર ભારે આધાર રાખે છે.

ઓનસાઇટ બેકઅપમાં વ્યવસાય અથવા સંસ્થાના સમાન ભૌતિક સ્થાનની અંદર સ્થાનિક રીતે ડેટાનો બેકઅપ લેવાનો અને સંગ્રહ કરવાનો સમાવેશ થાય છે, જે મહત્વપૂર્ણ ડેટા માટે સુરક્ષા અને સુલભતાનું સ્તર પ્રદાન કરે છે.

ઓનસાઇટ બેકઅપ ઘણા ફાયદાઓ પ્રદાન કરે છે, જે તેમને ઘણા વ્યવસાયો માટે વ્યવહારુ પસંદગી બનાવે છે. ઓનસાઇટ બેકઅપ સોલ્યુશનનો ઉપયોગ કરવાના કેટલાક ફાયદા નીચે મુજબ છે:

1. **વધુ સારી ઍક્સેસિબિલિટી:** ઓનસાઇટ બેકઅપ સિસ્ટમ બિઝનેસ પરિસરમાં ડેટાને સ્ટોર કરે છે અને સુરક્ષિત કરે છે. આ નિકટતા લીઝૂડ લાઇન ઇન્ટરનેટ કનેક્શનની જરૂરિયાત વિના સંગ્રહિત ડેટાની ઝડપી ઍક્સેસને સક્ષમ કરે છે. તે ખાસ કરીને એવા વ્યવસાયો માટે ઉપયોગી છે કે જેમને બાહ્ય નેટવર્ક કનેક્શન્સ પર આધાર રાખ્યા વિના તેમના ડેટાની તાત્કાલિક ઍક્સેસની જરૂર હોય છે.
2. **ઓછી કિંમત:** ઓનસાઇટ બેકઅપમાં ઘણીવાર હાર્ડ ડ્રાઇવ્સ અથવા સ્ટોરેજ ડિવાઇસનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે જે પ્રમાણમાં સસ્તું હોય છે અને મોટા જથ્થામાં ખરીદી શકાય છે. આ પોષણક્ષમતા નાના વ્યવસાયો માટે ખાસ કરીને ફાયદાકારક છે કે જેની પાસે મોટી સંસ્થાઓનું બજેટ ન હોય. જો કે, ડેટાની

અખંડિતતા અને વિશ્વસનીયતા સુનિશ્ચિત કરવા પરંપરાગત હાર્ડવેર માટે ચાલુ જાળવણી અને જાળવણી ખર્ચને ધ્યાનમાં લેવું મહત્વપૂર્ણ છે.

3. સરળ ઇન્સ્ટોલેશન: ઓનસાઈટ હાર્ડ ડ્રાઈવ્સ અને સ્ટોરેજ સોલ્યુશન્સ સામાન્ય રીતે ઇન્સ્ટોલ અને મેનેજ કરવા માટે સીધા હોય છે. બેકઅપ સૉફ્ટવેર મેન્યુઅલ અને વપરાશકર્તા-મૈત્રીપૂર્ણ ઇન્ટરફેસની મદદથી, મર્યાદિત તકનીકી જ્ઞાન અથવા ક્ષમતાઓ ધરાવતા વ્યવસાયો પણ તેમના ડેટા બેકઅપને સરળતાથી સેટ અને સંચાલિત કરી શકે છે. ઇન્સ્ટોલેશન અને મેનેજમેન્ટની આ સરળતા વ્યવસાયો માટે બેકઅપ પ્રક્રિયાને સરળ બનાવે છે.

જ્યારે ઓનસાઈટ બેકઅપ આ ફાયદાઓ ઓફર કરે છે, ત્યારે ડેટા સુરક્ષા અને આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિની વાત આવે ત્યારે તેમની મર્યાદાઓ હોઈ શકે છે, ખાસ કરીને આગ, પૂર અથવા ચોરી જેવી સાઈટ પરની આપત્તિઓના કિસ્સામાં. વ્યાપક ડેટા સુરક્ષા અને પુનઃપ્રાપ્તિ વિકલ્પો સુનિશ્ચિત કરવા વ્યવસાયો ઘણીવાર ઓફસાઈટ અથવા ક્લાઉડ-આધારિત બેકઅપ સોલ્યુશન્સ સાથે ઓનસાઈટ બેકઅપને પૂરક બનાવે છે.

15.4.3 ક્લાઉડ બેકઅપ (Cloud Backups)

ક્લાઉડ બેકઅપે ડેટા સ્ટોરેજ અને પ્રોટેક્શનના લેન્ડસ્કેપને બદલી નાખ્યું છે, ફક્ત ભૌતિક સંગ્રહ ઉપકરણો અથવા ઓન-સાઈટ સર્વિસ પર આધાર રાખવાને બદલે, ક્લાઉડ બેકઅપ તૃતીય-પક્ષ પ્રદાતાઓના સર્વિસ પર ડેટાના રિમોટ સ્ટોરેજને સામેલ કરે છે. ક્લાઉડ બેકઅપના ફાયદા નીચે મુજબ છે.

1. એક્સેસિબિલિટી: એ ક્લાઉડ બેકઅપનો સૌથી આકર્ષક લાભ છે. ક્લાઉડમાં સંગ્રહિત ડેટાને ઇન્ટરનેટ કનેક્શન સાથે ગમે ત્યાંથી એક્સેસ કરી શકાય છે, જે તેને રિમોટ વર્ક, સહયોગ અને ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ માટે અનુકૂળ ઉકેલ બનાવે છે. વધુમાં, ક્લાઉડ સેવા પ્રદાતાઓ ડેટા સુરક્ષામાં નોંધપાત્ર રોકાણ કરે છે, ઘણી વખત મજબૂત એક્રિપ્શન અને રીડન્ડન્ટ સ્ટોરેજ સિસ્ટમનો ઉપયોગ કરે છે, જે ક્લાઉડ બેકઅપની વિશ્વસનીયતા વધારે છે.

2. સ્કેલેબિલિટી: એ બીજો નોંધપાત્ર ફાયદો છે. ક્લાઉડ સ્ટોરેજ ડેટાના વધતા જથ્થાને સમાવવા માટે સરળતાથી અનુકૂળ થઈ શકે છે. આ સુગમતા વ્યવસાયોને નોંધપાત્ર ઇન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર રોકાણો વિના બદલાતી ડેટા જરૂરિયાતોને સમાયોજિત કરવાની મંજૂરી આપે છે.

૩.આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ ક્ષમતાઓ: કુદરતી આફતો અથવા ડેટા ભંગનો સામનો કરતી વખતે, ક્લાઉડ-સંગ્રહિત ડેટાને ઝડપથી પુનઃસ્થાપિત કરી શકાય છે, જે વ્યવસાયની સાતત્ય અને ડેટા અખંડિતતાને સુનિશ્ચિત કરે છે.

15.4.4 હાઇબ્રિડ સોલ્યુશન્સ (Hybrid Solutions)

હાઇબ્રિડ બેકઅપ સોલ્યુશન્સ ઓન-સાઇટ અને ક્લાઉડ-આધારિત બેકઅપ વચ્ચે મૂલ્યવાન મધ્યમ ભૂમિ તરીકે સેવા આપે છે, સ્થાનિક બેકઅપ સિસ્ટમ્સ અને ક્લાઉડ સ્ટોરેજને એકસાથે જોડીને બંને અભિગમોની શ્રેષ્ઠ સુવિધાઓનું મિશ્રણ પ્રદાન કરે છે.

હાઇબ્રિડ સોલ્યુશન્સની પ્રાથમિક લાક્ષણિકતાઓમાંની એક સંવેદનશીલ ડેટા પર નિયંત્રણ જાળવી રાખવાની ક્ષમતા છે. ઘણી સંસ્થાઓ, નિયમનકારી આવશ્યકતાઓ અથવા પાલન ધોરણોને કારણે, સુરક્ષા કારણોસર સાઇટ પર મહત્વપૂર્ણ ડેટા સંગ્રહિત કરવા માટે બંધાયેલા છે. હાઇબ્રિડ સિસ્ટમ્સ તેમને રિડન્ડન્સી અને ડિઝાસ્ટર પુનઃપ્રાપ્તિ કારણે, સુરક્ષા કારણોસર સાઇટ પર મહત્વપૂર્ણ ડેટા સંગ્રહિત કરવા માટે બંધાયેલા છે. હાઇબ્રિડ સિસ્ટમ્સ તેમને રિડન્ડન્સી અને ડિઝાસ્ટર પુનઃપ્રાપ્તિ માટે ક્લાઉડ સ્ટોરેજના લાભો લણતી વખતે આ જરૂરિયાતને પૂર્ણ કરવામાં સક્ષમ કરે છે. હાઇબ્રિડ અભિગમ લવચીકતા અને ખર્ચ-કાર્યક્ષમતા પણ આપે છે. તે સંસ્થાઓને તેમના ડેટાને પાછો મેળવવા માટે સશક્ત બનાવે છે, ક્લાઉડમાં વધુ મૂલ્યવાન ડેટા રાખતી વખતે સ્થાનિક સ્તરે ઓછી મહત્વપૂર્ણ માહિતી સ્ટોર કરે છે. આ સંગ્રહ ખર્ચને ઓપ્ટિમાઇઝ કરતી વખતે નિર્ણાયક ડેટાની સુરક્ષા અને સુલભતા સુનિશ્ચિત કરે છે. વધુમાં, હાઇબ્રિડ સોલ્યુશન્સ બેન્ડવિડ્થનો કાર્યક્ષમ ઉપયોગ કરે છે. ડેટા ટ્રાન્સફર માટે માત્ર ઈન્ટરનેટ કનેક્શન પર આધાર રાખવાને બદલે, તેઓ ઘણીવાર ઝડપી બેકઅપ અને પુનઃસ્થાપના માટે સ્થાનિક ઈન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચરનો ઉપયોગ કરે છે, જેનાથી ક્લાઉડ સંસાધનો પરની નિર્ભરતા ઓછી થાય છે.

જો કે, એ નોંધવું અગત્યનું છે કે હાઇબ્રિડ સોલ્યુશન્સ ઝીણવટભરી આયોજન અને વ્યવસ્થાપનની માંગ કરે છે. સંસ્થાઓએ સ્થાનિક અને ક્લાઉડ બંને ઘટકોને ગોઠવવા અને જાળવવા જોઈએ, જે જટિલ હોઈ શકે છે. હાઇબ્રિડ બેકઅપ વ્યૂહરચનાની સફળતા માટે આ બે વાતાવરણ વચ્ચે સુસંગત ડેટા સિંકનાઈઝેશનની ખાતરી કરવી મહત્વપૂર્ણ છે.

ક્લાઉડ બેકઅપ અને હાઇબ્રિડ સોલ્યુશન્સ બંને ડિજિટલ યુગમાં ડેટાને સુરક્ષિત કરવામાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે. ક્લાઉડ બેકઅપ સુલભતા, માપનીયતા અને મજબૂત આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ ક્ષમતાઓ પ્રદાન કરે છે, જે તેમને ઘણી વ્યક્તિઓ અને

સંસ્થાઓ માટે લોકપ્રિય પસંદગી બનાવે છે. બીજી બાજુ, હાઈબ્રિડ સોલ્યુશન્સ સ્થાનિક નિયંત્રણ અને ક્લાઉડના ફાયદા વચ્ચે સંતુલન જાળવવાની ક્ષમતા પ્રદાન કરે છે, સંસ્થાઓને વધુ સુગમતા અને કાર્યક્ષમતા પ્રદાન કરે છે. ક્લાઉડ બેકઅપ અને હાઈબ્રિડ સોલ્યુશન્સ વચ્ચેની પસંદગી આખરે દરેક વપરાશકર્તા અથવા સંસ્થાની ચોક્કસ જરૂરિયાતો અને સંજોગો પર આધારિત છે.

15.5 ડેટાડેટા બેકઅપ ટેકનોલોજીસ (Data Backup Technologies):

ડેટા બેકઅપના પૂરકમાં ડેટા સુરક્ષા વ્યૂહરચનાની એકંદર સ્થિતિસ્થાપકતા, સુરક્ષા અને કાર્યક્ષમતાને વધારવા માટે વધારાની ટેકનોલોજીસનો અમલ કરવાનો સમાવેશ થાય છે. જેમાં નીચે મુજબની તકનીકો અને ડેટા બેકઅપ સાથે મળીને કામ કરે છે:

15.5.1 ડેટા રિપ્લિકેશન (Data Replication) :

ડેટા રિપ્લિકેશન એ ડેટાની બહુવિધ નકલો બનાવવાની અને બેકઅપ હેતુઓ, ખામી સહિષ્ણુતા અને સમગ્ર નેટવર્કમાં તેમની એકંદર સુલભતામાં સુધારો કરવા માટે તેને વિવિધ સ્થળોએ સંગ્રહિત કરવાની પ્રક્રિયા છે. ડેટા મિરરિંગની જેમ, ડેટા ની પ્રતિકૃતિ બંને વ્યક્તિગત કમ્પ્યુટર્સ અને સર્વર પર લાગુ કરી શકાય છે. સામાન્ય ડેટાબેઝ ટેકનોલોજીઓ આજે કાં તો બિલ્ટ-ઇન ક્ષમતાઓ ધરાવે છે અથવા ડેટા પ્રતિકૃતિને પરિપૂર્ણ કરવા માટે તૃતીય-પક્ષ સાધનોનો ઉપયોગ કરે છે. જ્યારે ઓરેકલ ડેટાબેઝ અને માઈક્રોસોફ્ટ એસક્વેલ સક્વિપણે ડેટા પ્રતિકૃતિને સમર્થન આપે છે, ત્યારે કેટલીક પરંપરાગત ટેકનોલોજીઓ આ સુવિધાને બોક્સની બહાર સમાવી શકતી નથી.

15.5.2 સતત ડેટા પ્રોટેક્શન (Continuous Data Protection - CDP):

ડેટા પ્રતિકૃતિ કાં તો સિંકનાઈસ હોઈ શકે છે, એટલે કે મૂળ ડેટામાં કરવામાં આવેલ કોઈપણ ફેરફારોની નકલ કરવામાં આવશે, અથવા અસુમેળ, એટલે કે પ્રતિકૃતિ ત્યારે જ શરૂ કરવામાં આવે છે જ્યારે પ્રતિબદ્ધ નિવેદન ડેટાબેઝમાં પસાર થાય છે. સતત ડેટા પ્રોટેક્શન (CDP), જેને સતત બેકઅપ પણ કહેવાય છે, તે એક એવી સિસ્ટમ છે કે જે જ્યારે પણ ડેટા માં ફેરફાર થાય ત્યારે કમ્પ્યુટર સિસ્ટમ પર ડેટાનો બેકઅપ લે છે. સીડીપી ડેટા ફેરફારોની સતત જર્નલ જાળવી રાખે છે અને તે સિસ્ટમને સમયસર કોઈપણ પાછલા બિંદુ પર પુનઃસ્થાપિત કરવાનું શક્ય બનાવે છે.

આ “બેકઅપ વિન્ડો” ની સમસ્યાને હલ કરે છે, જ્યાં સંસ્થાઓ બે સુનિશ્ચિત બેકઅપ વચ્ચે બનાવેલ ડેટા ગુમાવવાનું જોખમ ધરાવે છે. તે માલવેર અને રેન્સમવેર જેવા જોખમો તેમજ ડેટાના તોડફોડ અથવા આકસ્મિક રીતે કાઢી નાખવા સામે પણ

શક્તિશાળી રક્ષણ પૂરું પાડે છે. કડક ડેટા સુરક્ષા નિયમોના પાલન માટે આ જરૂરી હોઈ શકે છે. સતત ડેટા પ્રોટેક્શન (CDP) ડેટા સુરક્ષાને વધારવા માટે રચાયેલ સંકળાયેલ તકનીકોના સ્તરોનો સંદર્ભ આપે છે. જ્યારે પણ ડિસ્ક-ટુ-ડિસ્ક-ટુ-ટેપ બેકઅપ એ CDP સિસ્ટમો માટે લોકપ્રિય આર્કિટેક્ચર છે.

ડેટા રિડક્શન એ એવી પ્રક્રિયા છે જે ડેટા માટે જરૂરી સ્ટોરેજ સ્પેસની માત્રાને ઘટાડે છે. ડેટા ઘટાડવા માટેની બે મુખ્ય પદ્ધતિઓ છે: ડેટા કમ્પ્રેશન અને ડેટા ડુપ્લિકેશન. આ તકનીકોનો વ્યક્તિગત રીતે ઉપયોગ કરી શકાય છે, ડેટાના કદમાં ઘટાડો બેકઅપ લેવા અને ડેટાને પુનઃસ્થાપિત કરવામાં જે સમય લે છે તેના પર અસર પડે છે.

15.5.3 ડિસ્ક ક્લોનિંગ (Disk Cloning):

ડિસ્ક ક્લોનિંગમાં કોમ્પ્યુટરની હાર્ડ ડ્રાઈવની નકલ બનાવવી, તેને ઈમેજ ફાઈલ તરીકે સેવ કરવી અને તેને સ્ટોરેજ મીડિયામાં ટ્રાન્સફર કરવાનો સમાવેશ થાય છે. આ પદ્ધતિ જોગવાઈ, સિસ્ટમ પુનઃપ્રાપ્તિ, અને સિસ્ટમને તેના મૂળ રૂપરેખાંકનમાં પરત કરવા માટે ઉપયોગી છે.

15.5.4 ઈરેઝર કોડિંગ (Erasure Coding) :

ઈરેઝર કોડિંગ, અથવા ફોરવર્ડ એરર કરેક્શન, પરંપરાગત RAID સિસ્ટમ્સ માટે લાગુ કરી શકાય તેવું વિકલ્પ છે, જે ઘણીવાર ઓબ્જેક્ટ સ્ટોરેજ સાથે સંકળાયેલું છે. તે ડેટાને ટુકડાઓમાં તોડે છે, તેને બિનજરૂરી બિટ્સ સાથે એકોડ કરે છે અને ડેટાની સ્થિતિસ્થાપકતાને સુનિશ્ચિત કરવા માટે આ ટુકડાઓને વિવિધ સ્ટોરેજ મીડિયા, નોડ્સ અથવા સ્થાનો પર સ્ટોર કરે છે.

15.5.5 ફ્લેટ બેકઅપ (Flat Backup):

ફ્લેટ બેકઅપ એ ડેટા પ્રોટેક્શન સ્કીમ છે જ્યાં પરંપરાગત બેકઅપ સોફ્ટવેર વિના સ્નેપશોટની સીધી નકલ ઓછી કિંમતના સ્ટોરેજમાં ખસેડવામાં આવે છે. પ્રતિકૃતિ તેના મૂળ ફોર્મેટ અને સ્થાનને જાળવી રાખે છે.

15.5.6 મિરરિંગ (Mirroring) :

મિરરિંગમાં સુલભતા સુનિશ્ચિત કરવા માટે બહુવિધ કમ્પ્યુટર સર્વર પર ડેટા ફાઈલો મૂકવાનો સમાવેશ થાય છે. સિંક્રનસ મિરરિંગમાં, સમાન નકલો માટે ડેટા એકસાથે સ્થાનિક અને રિમોટ ડિસ્ક પર લખવામાં આવે છે. અસિંક્રનસ મિરરિંગ રિમોટ સર્વરથી પુષ્ટિકરણ મોકલવામાં આવે તે પહેલાં સ્થાનિક લખાણોને પૂર્ણ કરવાની મંજૂરી આપે છે.

15.5.7 પ્રતિકૃતિ (Replication):

પ્રતિકૃતિ વપરાશકર્તાઓને વ્યવસાય સાતત્ય માટે બહુવિધ પ્રતિકૃતિઓ અથવા ડેટાની નકલો બનાવવાની મંજૂરી આપે છે. તે આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ માટે અઘતન નકલ પ્રદાન કરીને એક સ્થાનથી બીજા સ્થાને ડેટાની નકલ કરે છે.

15.5.8 પુનઃપ્રાપ્તિ-ઇન-પ્લેસ (Recovery-in-Place) :

પુનઃપ્રાપ્તિ-ઇન-પ્લેસ, અર્થાત્ ત્વરિત પુનઃપ્રાપ્તિ, જ્યારે પ્રથમિક ફર પુનઃસ્થપિત કરવામાં અંવી રહી હોય ત્યારે વપરાશકર્તાઓને અસ્થંથી રૂપે બેકઅપ VM ઇન્સ્ટન્ટમાંથી તીધી ઉત્પન્ન એપ્લિકેશન ચલાવવાં સે છે. અં તિસ્ટમ-સ્દરની પુનઃપ્રાપ્તિને ઝડપી બનવે છે. પુનઃપ્રાપ્તિ-ઇન-પ્લેસ, અથવા ત્વરિત પુનઃપ્રાપ્તિ, જ્યારે પ્રાથમિક ફર પુનઃસ્થાપિત કરવામાં આવી રહી હોય ત્યારે વપરાશકર્તાઓને અસ્થાથી રૂપે બેકઅપ VM ઇન્સ્ટન્ટમાંથી સીધી ઉત્પાદન એપ્લિકેશન ચલાવવા દે છે. આ સિસ્ટમ-સ્તરની પુનઃપ્રાપ્તિને ઝડપી બનાવે છે.

15.5.9 સ્ટોરેજ સ્નેપશોટ (Storage Snapshots) :

સ્ટોરેજ સ્નેપશોટ ચોક્કસ ડેટાબેઝ, ફાઇલ અથવા સ્ટોરેજ વોલ્યુમ માટે ડિસ્ક પર સંદર્ભ માર્કસને કેપ્ચર કરે છે. વપરાશકર્તાઓ આ માર્કસનો ઉપયોગ કરીને સમયસર પસંદ કરેલા બિંદુ પરથી ડેટા પુનઃસ્થાપિત કરી શકે છે. સ્નેપશોટ એ ઉદાહરણો છે, સંપૂર્ણ બેકઅપ નથી, અને હાર્ડવેર નિષ્ફળતા સામે રક્ષણ આપતા નથી.

સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો, ડેટા ઘટાડાવાની તકનીકો રીડન્ડન્સીને ઓછી કરીને અને બેકઅપ અને પુનઃપ્રાપ્તિ પ્રક્રિયાઓને ઓપ્ટિમાઇઝ કરીને ડેટા સ્ટોરેજને વધુ કાર્યક્ષમ બનાવવામાં મદદ કરે છે. ડિસ્ક ક્લોનિંગ, ઇરેઝર કોડિંગ, ફ્લેટ બેકઅપ, મિરરિંગ, પ્રતિકૃતિ, પુનઃપ્રાપ્તિ-ઇન-પ્લેસ અને સ્ટોરેજ સ્નેપશોટ આ ધ્યેય હાંસલ કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવાતી વિવિધ પદ્ધતિઓ છે.

15.5.10 3-2-1 બેકઅપ વ્યૂહરચના (3-2-1 Backup Strategy) :

3-2-1 બેકઅપ વ્યૂહરચના એ સુનિશ્ચિત કરવાની એક પદ્ધતિ છે કે તમારો ડેટા પર્યાપ્ત રીતે ડુપ્લિકેટ છે અને વિશ્વસનીય રીતે પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકાય છે. આ વ્યૂહરચનામાં, તમારા ડેટાની ત્રણ નકલો ઓછામાં ઓછા બે અલગ અલગ સ્ટોરેજ મીડિયા પર બનાવવામાં આવે છે અને ઓછામાં ઓછી એક નકલ દૂરસ્થ રીતે સંગ્રહિત થાય છે: ડેટાની ત્રણ નકલો-તમારી ત્રણ નકલોમાં તમારો મૂળ ડેટા અને બે ડુપ્લિકેટનો

સમાવેશ થાય છે. આ ખાતરી કરે છે કે ખોવાયેલ બેકઅપ અથવા દૂષિત મીડિયા પુનઃપ્રાપ્તિને અસર કરતું નથી.

બે અલગ-અલગ સ્ટોરેજ પ્રકારો-બે અલગ-અલગ તકનીકોનો ઉપયોગ કરીને ચોક્કસ માધ્યમથી સંબંધિત નિષ્ફળતાના જોખમને ઘટાડે છે. સામાન્ય પસંદગીઓમાં આંતરિક અને બાહ્ય હાર્ડ ડ્રાઈવો, દૂર કરી શકાય તેવા મીડિયા અથવા ક્લાઉડ સ્ટોરેજનો સમાવેશ થાય છે. એક નકલ ઓફ-સાઈટ- નિષ્ફળતાના એક બિંદુ સાથે સંકળાયેલા જોખમને દૂર કરે છે. મજબૂત આપત્તિ અને ડેટા બેકઅપ પુનઃપ્રાપ્તિ વ્યૂહરચનાઓ માટે ઓફસાઈટ ડુપ્લિકેટ્સ જરૂરી છે અને સ્થાનિક આઉટેજ દરમિયાન નિષ્ફળતા માટે પરવાનગી આપી શકે છે. મોટાભાગના માહિતી સુરક્ષા નિષ્ણાતો અને સરકારી સત્તાવાળાઓ દ્વારા આ વ્યૂહરચના શ્રેષ્ઠ પ્રથા તરીકે ગણવામાં આવે છે. તે અકસ્માતો અને દૂષિત ધમકીઓ, જેમ કે માલવેર અને રેન્સમવેર બંને સામે રક્ષણ આપે છે અને વિશ્વસનીય ડેટા બેકઅપ અને પુનઃસ્થાપનની ખાતરી કરે છે.

15.6 બેકઅપ સોફ્ટવેર (Backup Software) :

બેકઅપ સોફ્ટવેર એ કમ્પ્યુટર અથવા સર્વર પર સંગ્રહિત ડેટા અથવા ફાઈલોની નકલ બનાવવા અને તેને અન્ય સ્થાને સાચવવા માટે રચાયેલ કમ્પ્યુટર પ્રોગ્રામ છે, જેમ કે બાહ્ય હાર્ડ ડ્રાઈવ, ક્લાઉડ સ્ટોરેજ અથવા ટેપ બેકઅપ સિસ્ટમ.

બેકઅપ સોફ્ટવેરનો હેતુ હાર્ડવેર નિષ્ફળતા, સોફ્ટવેર કરપ્ટ અથવા કુદરતી આફતો અથવા સાયબર હુમલા જેવી અન્ય આપત્તિઓના કિસ્સામાં મહત્વપૂર્ણ ડેટા અને ફાઈલોને નુકસાનથી સુરક્ષિત કરવાનો છે. બેકઅપ સોફ્ટવેરમાં સામાન્ય રીતે ઓટોમેટિક શેડ્યુલિંગ, ઈન્ક્રીમેન્ટલ અથવા ડિફરન્સિયલ બેકઅપ, એક્ઝિશન, કમ્પ્રેશન જેવી સુવિધાઓનો સમાવેશ થાય છે.

ઓપરેટિંગ સિસ્ટમ સાથે આવતી સરળ ઉપયોગિતાઓથી લઈને અદ્યતન બેકઅપ અને પુનઃપ્રાપ્તિ ક્ષમતાઓ પ્રદાન કરતા અત્યાધુનિક એન્ટરપ્રાઈઝ-લેવલ સોલ્યુશન્સ સુધીના વિવિધ પ્રકારના બેકઅપ સોફ્ટવેર ઉપલબ્ધ છે. યોગ્ય બેકઅપ સોફ્ટવેરની પસંદગી બેકઅપ લેવાના ડેટાના કદ અત્યાધુનિક એન્ટરપ્રાઈઝ-લેવલ સોલ્યુશન્સ સુધીના વિવિધ પ્રકારના બેકઅપ સોફ્ટવેર ઉપલબ્ધ છે. અને જટિલતા, સુરક્ષાનું ઈચ્છિત સ્તર, ઉપલબ્ધ બજેટ અને સંસ્થા અથવા વ્યક્તિની ચોક્કસ જરૂરિયાતો જેવા પરિબળો પર આધારિત છે.

મૂળભૂત રીતે, વિવિધ સિસ્ટમો અથવા ઉપકરણોમાં બિલ્ટ-ઇન બેકઅપ ટૂલ્સ નીચે મુજબ છે:

Windows 11 માટે OneDrive

MacOS માટે Time Machine

તે બેકઅપ પ્રોગ્રામ્સ સ્થિર અને અને ઍક્સેસ કરવા માટે સરળ છે. જો કે, વધુ પ્રકારના ડેટા જનરેટ થતા અને ડેટા સ્ટોરેજમાં ફેરફાર સાથે, વપરાશકર્તાઓને બેકઅપ સોફ્ટવેરમાંથી વધુ અદ્યતન સુવિધાઓની જરૂર પડે છે. સિસ્ટમની બિલ્ટ-ઇન બેકઅપ ઉપયોગિતાઓ મોટાભાગના લોકોની જરૂરિયાતોને પૂરી કરી શકતી નથી. તેથી, વધુ અને વધુ વપરાશકર્તાઓ બિલ્ટ-ઇન બેકઅપ ટૂલ્સમાંથી થર્ડ-પાર્ટી બેકઅપ સોફ્ટવેર પ્રોગ્રામ્સ ઉપયોગ કરે છે.

કેટલાક લોકપ્રિય બેકઅપ સોફ્ટવેર નીચે મુજબ છે.

1. EaseUS ToDo Backup
2. Acronis Cyber Protect Home Office
3. AOMEI Backupper
4. Paragon Backup & Recovery
5. Genie9 Timeline
6. NovaBackup
7. Carbonite Safe
8. Veeam Backup & Replication
9. IDrive
10. Macrium Reflect

15.7 ડેટા પુનઃ પ્રાપ્તિ (Data Recovery) :

ડેટાના બેકઅપ અને પુનઃપ્રાપ્તિનું મહત્વ

બેકઅપ બનાવવાનો પ્રાથમિક ઉદ્દેશ્ય ડેટાના ડુપ્લિકેટ્સ જનરેટ કરવાનો છે જે પ્રાથમિક ડેટા સ્ત્રોતમાં નિષ્ફળતાના કિસ્સામાં પુનઃસ્થાપિત કરી શકાય છે. આવી નિષ્ફળતાઓ સોફ્ટવેર અથવા હાર્ડવેરની ખામી, માનવ-પ્રેરિત ભૂલો, ડેટા કરપ્ટ, દૂષિત રેન્સમવેર હુમલા, માલવેર ચેપ અથવા આકસ્મિક ડેટા ડિલીટ થઈ જવાના સહિતના વિવિધ પરિબળોને કારણે ઊભી થઈ શકે છે. બેકઅપ નકલોનું અસ્તિત્વ ડેટાને પાછલી સ્થિતિમાં પુનઃસ્થાપિત કરવાની મંજૂરી આપીને અણધારી ઘટનાઓમાંથી ઝડપી પુનઃપ્રાપ્તિને સક્ષમ કરે છે.

ડેટા કરપ્ટ અથવા નુકશાન અટકાવવા માટે, બેકઅપ નકલોને અલગ માધ્યમ પર સંગ્રહિત કરવી જરૂરી છે. આ વૈકલ્પિક માધ્યમ સાદી USB સ્ટિક અથવા બાહ્ય હાર્ડ ડ્રાઈવથી લઈને ટેપ ડ્રાઈવો, ડિસ્ક સ્ટોરેજ મીડિયા અથવા ક્લાઉડ સ્ટોરેજ કન્ટેનર જેવા વધુ નોંધપાત્ર વિકલ્પો સુધીનું હોઈ શકે છે. બેકઅપ માધ્યમને પ્રાથમિક ડેટાના સ્થાને કે દૂરસ્થ સ્થાન પર મૂકવું કે કેમ તે પસંદ કરવું એ વિસ્તારમાં હવામાન-સંબંધિત ઘટનાઓની સંભાવના જેવા પરિબળો પર આધાર રાખે છે.

શ્રેષ્ઠ પરિણામો માટે, નિયમિત અને સાતત્યપૂર્ણ ધોરણે બેકઅપ નકલો કરવા તે નિર્ણાયક છે. બેકઅપની આવર્તન પુનઃપ્રાપ્તિ દરમિયાન સંભવિત ડેટા નુકશાનને સીધી અસર કરે છે. તેથી, બેકઅપ નકલો વચ્ચે લાંબા અંતરાલોને ટાળવાની સલાહ આપવામાં આવે છે. વધુમાં, ડેટાની બહુવિધ નકલો જાળવવાથી લવચીકતા અને વીમો મળે છે, જે સિસ્ટમને દૂષિત હુમલાઓ, હાર્ડવેર નિષ્ફળતાઓ અથવા ડેટા કરપ્ટથી અપ્રભાવિત બિંદુ પર પુનઃસ્થાપિત કરવાની મંજૂરી આપે છે.

15.7.1 ડિઝાસ્ટર રિકવરી બેકઅપ (Disaster Recovery Backup) :

ઈન્ફોર્મેશન ટેકનોલોજી (Information Technology) ના ક્ષેત્રમાં, ડિઝાસ્ટર રિકવરી (disaster recovery) એ સુરક્ષા આયોજનનો અભિન્ન ઘટક છે અને તે વ્યવસાય સાતત્ય યોજનાના ફેબ્રિકમાં જટિલ રીતે વણાયેલ છે. આમાં પ્રતિકૂળ ઘટનાઓ, જેમ કે ઉપકરણ અથવા મકાનની નિષ્ફળતા, સાયબર હુમલાઓ અથવા કુદરતી આફતોના સામનોમાં સંસ્થાને નોંધપાત્ર પરિણામોથી બચાવવા માટે સાવચેતીપૂર્વક રચાયેલ નીતિઓ અને પ્રક્રિયાઓના સમૂહનો સમાવેશ થાય છે.

આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિનું સર્વોચ્ચ ધ્યેય એવી વ્યૂહરચના ઘડવાનું છે કે જે સંસ્થાના હાર્ડવેર, એપ્લિકેશન્સ અને ડેટાને ઝડપથી પુનઃસ્થાપિત કરવા સક્ષમ બનાવે, સીમલેસ બિઝનેસ સાતત્ય સુનિશ્ચિત કરે. મોટાભાગે વ્યાપાર સાતત્યના સબસેટ તરીકે ગણવામાં આવે છે, અસરકારક આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ યોજના માટે ગહન વિશ્લેષણ દ્વારા વ્યવસાયિક પ્રભાવ અને જોખમની સંપૂર્ણ તપાસ જરૂરી છે. આમાં મુખ્ય વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓ માટે નિર્ણાયક ચોક્કસ IT સેવાઓને નિર્દેશિત કરવા, પુનઃપ્રાપ્તિ સમયના ઉદ્દેશ્યો સ્થાપિત કરવા અને પુનઃપ્રાપ્તિ બિંદુના ઉદ્દેશોને વ્યાખ્યાયિત કરવાનો સમાવેશ થાય છે. આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ પગલાંને ત્રણ વર્ગોમાં વર્ગીકૃત કરી શકાય છે:

૧.નિવારક પગલાં (Preventive Measures): પ્રતિકૂળ અસર ઘટનાઓની

ઘટનાને ટાળવા માટે તૈયાર.

૨.સુધારક પગલાં (Corrective Measures) : આપત્તિ અથવા નકારાત્મક ઘટના પછી સિસ્ટમોને સુધારવા માટે અમલમાં મૂકવામાં આવે છે.

૩.જાસૂસી પગલાં (Detective Measures) : આ નકારાત્મક ઘટનાઓને શોધવા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે.

15.8 ડેટા સુરક્ષા અને એન્ક્રિપ્શન (Data Security and Encryption) :

બેકઅપ એન્ક્રિપ્શન: તે શું છે અને શા માટે તે ડેટા સુરક્ષા માટે મહત્વપૂર્ણ છે.?

સત્ય એ છે કે કોઈપણ વ્યક્તિ, પછી ભલે તે વ્યવસાય હોય કે વ્યક્તિ, સાયબર એટેકનું લક્ષ્ય બની શકે છે અથવા ડેટા ગુમાવવાનો અનુભવ કરી શકે છે. તાજેતરના અભ્યાસમાં, પોઝિટિવ ટેકનોલોજીએ શોધ્યું છે કે સાયબર અપરાધીઓ મૂલ્યવાન સંસાધનોની એક્સેસ મેળવીને કંપનીના ૮૩% નેટવર્કમાં ઘૂસણખોરી કરવાની ક્ષમતા ધરાવે છે. આ ખતરાના વ્યાપક અને અંધાધૂંધ સ્વભાવને રેખાંકિત કરે છે, દરેક વ્યક્તિ માટે ઉચ્ચ સુરક્ષા જાગૃતિ અને પગલાંનામહત્વ પર ભાર મૂકે છે.

બેકઅપ એન્ક્રિપ્શન શું છે? (What is backup encryption?)

એન્ક્રિપ્શન એ માહિતીને તેના સાચા અર્થને છુપાવવા માટે ગુપ્તકોડમાં ફેરવવાનો એક માર્ગ છે. જ્યારે તે બેકઅપની વાત આવે છે, ત્યારે એન્ક્રિપ્શનનો ઉપયોગ ડેટાના મૂળ અર્થને છુપાવવા માટે કરવામાં આવે છે, ખાતરી કરો કે અનધિકૃત લોકો તેનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી. ડેટાને ગોપનીય અને અકબંધ રાખવા માટે આ મહત્વપૂર્ણ છે. પ્રક્રિયામાં એનક્રિપ્ટેડ ડેટા સાદા ટેક્સ્ટ (plaintext) ને એન્ક્રિપ્ટેડ ડેટા સાઈફર ટેક્સ્ટ (ciphertext) માં રૂપાંતરિત કરવાનો સમાવેશ થાય છે. બેકઅપ એન્ક્રિપ્શન પ્રક્રિયામાં, બે મુખ્ય પગલાં છે. પ્રથમ, તે સાદા લખાણને ગુપ્ત કોડ સાઈફર ટેક્સ્ટ માં પરિવર્તિત કરે છે. પછી, ગુપ્ત કોડને સાદા ટેક્સ્ટમાં ડીકોડ કરવા માટે કીનો ઉપયોગ પગલાં છે. પ્રથમ, તે સાદા લખાણને ગુપ્ત કોડ સાઈફર ટેક્સ્ટ માં પરિવર્તિત કરે છે. પછી, ગુપ્ત કોડને સાદા ટેક્સ્ટમાં ડીકોડ કરવા માટે કીનો ઉપયોગ થાય છે. એકવાર બેકઅપ એનક્રિપ્ટ થઈ જાય, તે ડિક્રિપ્શન કી વિના કોઈપણ માટે વાંચી ન શકાય તેવું બની જાય છે. સુરક્ષાનું આ વધારાનું સ્તર સુનિશ્ચિત કરે છે કે માત્ર સાચી કી સાથે અધિકૃત વ્યક્તિઓ જ સુરક્ષિત માહિતીને એક્સેસ કરી શકે છે અને સમજી શકે છે. એન્ક્રિપ્ટેડ બેકઅપ એ બેકઅપ છે જે માહિતીની અધિકૃતતા, ગોપનીયતા અને અખંડિતતા જાળવવા તેમજ અનધિકૃત એક્સેસને રોકવા માટે એનક્રિપ્શન અલ્ગોરિધમ્સ દ્વારા સુરક્ષિત છે. એન્ક્રિપ્ટેડ બેકઅપ જટિલ અલ્ગોરિધમ્સ દ્વારા સુરક્ષિત છે અને માત્ર તે વપરાશકર્તાઓને જ વાંચી શકાય છે જેની પાસે કી છે.

બેકઅપ એક્રિપ્શનના ફાયદા શું છે?

એક્રિપ્શન દ્વારા તમારા ડેટા બેકઅપની સુરક્ષાને સુનિશ્ચિત કરવી એ ડેટાની ખોટ અથવા સાયબર સુરક્ષા સમસ્યાઓમાંથી ઝડપી પુનઃપ્રાપ્તિ માટે મહત્વપૂર્ણ છે. બેકઅપ એક્રિપ્શનના મુખ્ય ફાયદાઓ નીચે મુજબ છે :

૧. **ગોપનીયતા (Privacy) :** એક્રિપ્શન તમારી માહિતીને વાંચી ન શકાય તેવા કોડમાં રૂપાંતરિત કરે છે, તેને તૃતીય પક્ષો દ્વારા અનધિકૃત ઍક્સેસથી સુરક્ષિત કરે છે. આ તમારા અને તમારા ગ્રાહકો બંનેમાં વિશ્વાસ કેળવે છે કે સંવેદનશીલ ડેટા સુરક્ષિત રાખવામાં આવે છે અને સંભવિત જોખમોથી તેની પહોંચની બહાર છે.
૨. **સુરક્ષા (Security) :** એક્રિપ્શન ઓળખની ચોરી અને ગેરવસૂલી સામે અવરોધ તરીકે કામ કરે છે, હેકર્સને જરૂરી ડિક્રિપ્શન કી વિના માહિતી ઍક્સેસ કરવાથી અટકાવે છે. તે ડેટાની છેડછાડ અને કરપ્ટ સામે સંરક્ષણનું સ્તર પણ ઉમેરે છે.
૩. **ડેટા અખંડિતતા (Data Integrity) :** લેપટોપ અથવા સ્માર્ટફોન જેવા તમારા ઉપકરણોની ચોરી અથવા ખોટના કિસ્સામાં પણ, માહિતીના દુરુપયોગ સામે એક્રિપ્શન સુરક્ષા એ ખાતરી કરે છે કે તમારા બેકઅપની સામગ્રી વિશ્વસનીય, સચોટ અને અપરિવર્તિત રહે છે.
૪. **પ્રમાણીકરણ (Authentication) :** એક્રિપ્શન એ સુનિશ્ચિત કરે છે કે માત્ર યોગ્ય પરવાનગીઓ સાથે અધિકૃત પક્ષો જ ડેટાને ઍક્સેસ કરી શકે છે. આ પ્રમાણીકરણ પ્રક્રિયા માહિતીને ઍક્સેસ કરવાનો પ્રયાસ કરતા લોકોની ઓળખની પુષ્ટિ કરીને વધારાના સ્તરની સુરક્ષા પૂરી પાડે છે.
૫. **નિયમનકારી અનુપાલન (Regulatory Compliance) :** એક્રિપ્શન વ્યવહારને જનરલ ડેટા પ્રોટેક્શન રેગ્યુલેશન (GDPR), કેલિફોર્નિયા કન્ઝ્યુમર પ્રાઈવસી એક્ટ (CCPA) અને પેમેન્ટ કાર્ડ ઈન્ડસ્ટ્રી ડેટા સિક્યોરિટી સ્ટાન્ડર્ડ (PCI DSS) જેવા નિયમોનું પાલન કરવામાં મદદ કરે છે. આ ધોરણોને ગ્રાહકની વ્યક્તિગત માહિતીના એક્રિપ્શનની જરૂર હોય છે જ્યારે સંગ્રહિત કરવામાં આવે છે અને જાહેર નેટવર્ક્સ પર ટ્રાન્સમિશન દરમિયાન બંને એક્રિપ્શનનો અમલ કાનૂની ધોરણો સાથે ઉચ્ચ સ્તરના ડેટા સુરક્ષા અને સંરક્ષણની ખાતરી આપે છે.

બેકઅપ કેવી રીતે એક્રિપ્ટ કરવામાં આવે છે?

એક્રિપ્શન ડેટા સુરક્ષાને સુધારવા માટે જટિલ ગાણિતિક અલ્ગોરિધમ્સ અને એક્રિપ્શન કીનો ઉપયોગ કરીને સાદા ટેક્સ્ટ અથવા

સામાન્ય ટેક્સ્ટમાંથી ડેટા (સંદેશાઓ અથવા ફાઇલોને) સાઈફરટેક્સ્ટમાં રૂપાંતરિત કરે છે. આ ખાતરી કરે છે કે માત્ર ઈચ્છિત પક્ષો જ ડેટા વાંચી અથવા એક્સેસ કરી શકે છે. એકવાર એકોડેડ ડેટા પ્રાપ્તકર્તાને ટ્રાન્સમિટ થઈ જાય, ત્યારે ડેટાને તેની વાંચી શકાય તેવી સ્થિતિમાં પાછું અનુવાદિત કરવા માટે ડિક્રિપ્શન કીનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

વાંચી શકાય તેવા ટેક્સ્ટને સાઈફર ટેક્સ્ટમાં રૂપાંતરિત કરવાનું એક સરળ ઉદાહરણ એ છે કે દરેક અક્ષરને મૂળાક્ષરોમાં સામાન્ય ટેક્સ્ટની બાજુમાં હોય તેવા અક્ષર સાથે સ્વેપ કરીને. તેનો સીધો અર્થ થાય છે કે “a” ને “b”, “b” ને “c” સાથે બદલવામાં આવે છે. એક્રિપ્શન શબ્દ : "confidential" શબ્દને "dpogjefoujbm" માં રૂપાંતરિત કરવામાં આવશે. જ્યારે ડેટા એક્રિપ્ટ કરવામાં આવે છે, ત્યારે ઘુસણખોરો જોઈ શકે છે કે માહિતીનું વિનિમય અથવા પ્રસારણ થાય છે; જો કે, તેઓ સાચી કી વગર ડેટાને અનલોક કરી શકતા નથી. આ પરિવહન દરમિયાન અને આરામ કરતી વખતે ડેટા સુરક્ષાને સુનિશ્ચિત કરે છે. માત્ર ગુપ્ત કી સાથે અધિકૃત કર્મચારીઓ જ માહિતીને ડીકોડ અને વાંચી શકે છે.

એક્રિપ્શનની અસરકારકતા ઉપયોગમાં લેવાતા એક્રિપ્શન એલ્ગોરિધમ, ડિક્રિપ્શન કીમાં બિટ્સની લંબાઈ અથવા સંખ્યા (લાંબી કી ઘણીવાર કેક કરવા માટે ઘણી મુશ્કેલ હોય છે) અને ઉપયોગમાં લેવાતી એક્રિપ્શન પદ્ધતિ પર આધારિત છે.

15.9 પુનઃપ્રાપ્તિ તકનીકો (Recovery Techniques) :

ભૌતિક રીતે ક્ષતિગ્રસ્ત હાર્ડવેરમાંથી ડેટા પુનઃપ્રાપ્ત કરવામાં બહુવિધ તકનીકોનો સમાવેશ થઈ શકે છે. હાર્ડ ડિસ્કમાંના ભાગોને બદલીને કેટલાક નુકસાનને ઠીક કરી શકાય છે. આ એકલા ડિસ્કને ઉપયોગી બનાવી શકે છે, પરંતુ હજુ પણ તાર્કિક નુકસાન થઈ શકે છે. સપાટી પરથી વાંચી શકાય તેવા દરેક ભાગને પુનઃપ્રાપ્ત કરવા માટે વિશિષ્ટ ડિસ્ક-ઈમેજિંગ પ્રક્રિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. એકવાર આ ઈમેજ મેળવી લેવામાં આવે અને વિશ્વસનીય માધ્યમ પર સાચવવામાં આવે, પછી ઈમેજનું તાર્કિક નુકસાન માટે સુરક્ષિત રીતે વિશ્લેષણ કરી શકાય છે અને સંભવતઃ મોટાભાગની મૂળ ફાઇલ સિસ્ટમને પુનઃનિર્માણ કરવાની મંજૂરી આપશે.

15.9.1 હાર્ડવેર સમારકામ (Hardware Repair) :

આપત્તિજનક ઇલેક્ટ્રોનિક નિષ્ફળતાનો ભોગ બનેલા મીડિયાને તેના સમાવિષ્ઠોને બચાવવા માટે ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિની જરૂર પડશે. ભૌતિક પુનઃપ્રાપ્તિ પ્રક્રિયાઓના ઉદાહરણો છે: ક્ષતિગ્રસ્ત PCB (પ્રિન્ટેડ સર્કિટ બોર્ડ) ને દૂર કરવું અને તેને તંદુરસ્ત ડ્રાઈવમાંથી મેળ ખાતા PCB સાથે બદલવું, જીવંત PCB સાથે સ્વેપ કરવું, હેલ્થી ડ્રાઈવમાંથી મેળ ખાતા ભાગો સાથે હેડ એસેમ્બલી જેવા ભાગોને બદલીને હાર્ડવેર ચાલુ કરી ડેટા મેળવી શકાય છે. કેટલીક ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ કંપનીઓ એવી પ્રક્રિયાઓ ધરાવે છે જે પ્રકૃતિમાં ખૂબ જ ટેકનિકલ હોય છે અને અપ્રશિક્ષિત વ્યક્તિ માટે ભલામણ કરવામાં આવતી નથી. પરંતુ આમાંની ઘણી પ્રક્રિયાઓ ઉત્પાદકની વોરંટી રદ કરે છે.

15.9.2 દૂષિત ફાઈલ સિસ્ટમ્સ (Corrupt File Systems):

કેટલાક કિસ્સાઓમાં, ફાઈલ સિસ્ટમને નુકસાન થવાને કારણે હાર્ડ ડ્રાઈવ પરનો ડેટા વાંચી શકાતો નથી. આમાંના મોટાભાગના કેસોમાં, વિશિષ્ટ ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ સોફ્ટવેરનો ઉપયોગ કરીને ક્ષતિગ્રસ્ત ફાઈલ સિસ્ટમને રિપેર કરીને મૂળ ડેટાનો ઓછામાં ઓછો એક ભાગ પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકાય છે. આ પ્રકારની માહિતી પુનઃપ્રાપ્તિ જાણકાર અંતિમ વપરાશકર્તાઓ દ્વારા કરી શકાય છે કારણ કે તેને કોઈ ખાસ ભૌતિક સાધનોની જરૂર નથી. જો કે, વધુ ગંભીર કિસ્સાઓમાં હજુ પણ નિષ્ણાતના હસ્તક્ષેપની જરૂર પડી શકે છે.

15.9.3 ઓનલાઈન ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ (Online Data Recovery):

“ઓનલાઈન” અથવા “રીમોટ” ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ એ ખોવાયેલ અથવા ડીલેટ કરી નાખેલ ડેટાને પુનઃસ્થાપિત કરવાની બીજી પદ્ધતિ છે. તે નિયમિત સોફ્ટવેર આધારિત પુનઃપ્રાપ્તિ કરવા જેવું જ છે સિવાય કે આ પ્રકારની પુનઃપ્રાપ્તિ ઇન્ટરનેટ પર શારીરિક રીતે ડ્રાઈવ અથવા કમ્પ્યુટરને કબજામાં રાખ્યા વિના કરવામાં આવે છે. તેને યોગ્ય રીતે કરવા માટે તેને સ્થિર બ્રોડબેન્ડ ઇન્ટરનેટ કનેક્શનની જરૂર છે, જેનો હજુ પણ વિશ્વના ઘણા દેશોમાં અભાવ છે.

15.10. સારાંશ (Summary):

સારાંશમાં, સંભવિત જોખમો અને મૂલ્યવાન માહિતીની સુરક્ષા માટે ડેટા બેકઅપને સમજવું આવશ્યક છે. મજબૂત બેકઅપ વ્યૂહરચના અમલમાં મૂકીને, વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ ડેટા નુકસાન સાથે સંકળાયેલા જોખમોને ઘટાડી શકે છે, પછી ભલે તે હાર્ડવેર નિષ્ફળતાઓ, માનવીય ભૂલો અથવા દૂષિત હુમલાઓને કારણે

હોય. ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ વધુ કાર્યક્ષમ બને છે, ડાઉનટાઈમ ઘટાડે છે અને વ્યવસાય સાતત્ય સુનિશ્ચિત કરે છે. ડેટાની અખંડિતતા નિયમિત બેકઅપ દ્વારા જાળવવામાં આવે છે, જે જોખમ વિના ચોક્કસ બિંદુઓ પર માહિતીને સમયસર પુનઃસ્થાપિત કરવાની મંજૂરી આપે છે. જટિલ ડેટાની ઓળખ, યોગ્ય બેકઅપ પદ્ધતિઓની પસંદગી, સમયપત્રક અને નિયમિત પરીક્ષણને સમાવિષ્ટ કરીને વ્યાપક આયોજન નિર્ણાયક છે. સ્ટોરેજ સ્થાનો અને મીડિયા પ્રકારોમાં રીડન્ડન્સી સુરક્ષાને વધારે છે, જ્યારે એક્ટ્રિશન અને એક્સેસ કંટ્રોલ સંવેદનશીલ માહિતીને સુરક્ષિત કરે છે. ઓટોમેશન બેકઅપ પ્રક્રિયાને સુવ્યવસ્થિત કરે છે, અને નિયમિત ઓડિટ બેકઅપ સિસ્ટમ્સની અસરકારકતાને સુનિશ્ચિત કરે છે. વિકસતી તકનીકો માટે માપનીયતા અને અનુકૂલનક્ષમતા એ મુખ્ય બાબતો છે અને વપરાશકર્તા શિક્ષણ જવાબદારીની સંસ્કૃતિને પ્રોત્સાહન આપે છે. સારમાં, સારી રીતે ચલાવવામાં આવેલ ડેટા બેકઅપ વ્યૂહરચના એ માત્ર સંભવિત ડેટા નુકશાન સામે સંરક્ષણ જ નથી પરંતુ અસરકારક ડેટા મેનેજમેન્ટ અને વ્યવસાય સ્થિતિસ્થાપકતાનું મૂળભૂત પાસું પણ છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો (Self Check Exercises)

નોંધ :

- 1) નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો જવાબ લખો.
- 2) યુનિટના અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ તપાસો.

A. વિસ્તાર સમજાવો.

- ૧) ડેટા બેકઅપ નો અર્થ સમજાવી ડેટાબેકઅપના પ્રકાર સવિસ્તાર સમજાવો.
- ૨) ડેટા બેકઅપ નો અર્થ સમજાવી. બેકઅપ ઉપકરણો વિષે સવિસ્તાર સમજાવો.
- ૩) બેકઅપ પદ્ધતિઓ અને વ્યૂહરચના વિષે સવિસ્તાર સમજાવો.
- ૪) ડેટા બેકઅપ ટેકનોલોજીસ વિષે સવિસ્તાર સમજાવો.
- ૫) ડેટા બેકઅપ નો અર્થ સમજાવી બેકઅપ સોફ્ટવેર વિષે માહિતી આપો.

- દ) ડેટા સુરક્ષા અને એક્ટિવિટી વિષે જણાવો.
- ઇ) ડેટા બેકઅપ નો અર્થ સમજાવી પુનઃપ્રાપ્તિ તકનીકો વિષે જણાવો.
- ત) ૩-૨-૧ બેકઅપ વ્યૂહરચના વિષે જણાવો.

B ટૂંકમાં જવાબ આપો

- ૧) સંપૂર્ણ બેકઅપ એટલે શું સમજાવો.
- ૨) ઇન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપ એટલે શું ?
- ૩) ડિફરન્શિયલ બેકઅપ એટલે શું સમજાવો.
- ૪) મિરર બેકઅપ એટલે શું સમજાવો.
- ૫) NAS વિષે સમજાવો.
- ૬) ઓફસાઈટ બેકઅપની વ્યાખ્યા આપો.
- ૭) ઓનસાઈટ બેકઅપની
- ૮) ડેટા રિપ્લિકેશન એટલે શું સમજાવો.
- ૯) CDP વિષે જણાવો.
- ૧૦) બેકઅપ એક્ટિવિટી શું છે ?

15.11. તમારી પ્રગતિ ચકાસો અને ઉત્તરો

A. વિસ્તાર સમજાવો :

1. ડેટા બેકઅપ એ મહત્વપૂર્ણ ડેટાની નકલો બનાવવાની પ્રક્રિયા છે જે તેને નુકસાન અથવા નુકસાનથી સુરક્ષિત કરે છે. ઇન્ફર્મેશન ટેકનોલોજીના ક્ષેત્રમાં, બેકઅપ અથવા ડેટા બેકઅપ, કોમ્પ્યુટર ડેટાની ડુપ્લિકેટ નકલ બનાવવાનો સંદર્ભ આપે છે, જે પછી અલગ સ્થાન પર સંગ્રહિત થાય છે. આ ડુપ્લિકેશન પ્રક્રિયા સુનિશ્ચિત કરે છે કે ડેટાનો ઉપયોગ ડેટા ખોવાઈ જવાની અથવા નુકસાન પામવાની સ્થિતિમાં મૂળ ડેટાને પુનઃસ્થાપિત કરવા માટે થઈ શકે છે. ડેટા ઇરેજ કરવો અથવા ડેટાને નુકસાન થવું, જેવા પરિબળોને લીધે ડેટા ખોવાઈ જાય પછી

તેને પુનઃપ્રાપ્ત કરવામાં અથવા ડેટાને પાછલી સ્થિતિમાં પુનઃસ્થાપિત કરવામાં બેકઅપ મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે.



એક વ્યાપક બેકઅપ સિસ્ટમમાં સામાન્ય રીતે મૂલ્યવાન ગણાતા તમામ ડેટાની ઓછામાં ઓછી એક નકલનો સમાવેશ થાય છે. જો કે, આ નોંધપાત્ર ડેટા સ્ટોરેજ જરૂરિયાતોમાં પરિણમી શકે છે. આ ડેટાને અસરકારક રીતે વ્યવસ્થિત કરવા માટે, ડેટાબેઝ મોડેલનો ઉપયોગ વારંવાર કરવામાં આવે છે, જે ડેટાસંગ્રહ માટે સંરચિત અભિગમ પૂરો પાડે છે. આર્કાઇવ ફાઇલો સહિત સેકન્ડરી સ્ટોરેજમાં પહેલેથી જ રહેલ ડેટાના બેકઅપ બનાવવા માટે વિવિધ પ્રકારના ડેટા સ્ટોરેજ ડિવાઇસનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

બેકઅપ બનાવવાની પ્રક્રિયામાં સંગ્રહ માટે ડેટાની પસંદગી, નિષ્કર્ષણ અને હેરફેરનો સમાવેશ થાય છે. આ પ્રક્રિયામાં લાઇવ ડેટા સાથે કામ કરવાનો સમાવેશ થઈ શકે છે, જેમાં ખુલ્લી ફાઇલો તેમજ કમ્પ્રેશન, એક્રિપ્શન અને ડી-ડુપ્લિકેશન જેવી તકનીકોને અમલમાં મૂકી શકાય છે. કોઈપણ બેકઅપ યોજનામાં મર્યાદાઓ અને માનવીય પરિબળોના પ્રભાવથી વાકેફ રહેવું મહત્વપૂર્ણ છે, કારણ કે આ પરિબળો ડેટા સુરક્ષા પગલાંની સફળતાને અસર કરી શકે છે.

બેકઅપ શબ્દ છેલ્લા કેટલાક દાયકાઓમાં ડેટા સુરક્ષાનો સમાનાર્થી બની ગયો છે અને કદાચ ઘણી પદ્ધતિઓ દ્વારા પરિપૂર્ણ થયો છે. બેકઅપ સોફ્ટવેર એપ્લિકેશન્સ બેકઅપ અને પુનઃપ્રાપ્તિ કામગીરી કરવાની જટિલતાને ઘટાડે છે. ડેટાનો બેકઅપ લેવો એ આપત્તિ સુરક્ષા યોજનાનો માત્ર એક ભાગ છે અને સાવચેત ડિઝાઇન અને પરીક્ષણ વિના ઈચ્છિત ડેટા અને આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ ક્ષમતાઓનું સ્તર પ્રદાન કરી શકતું નથી. તમે મેન્યુઅલી કોઈ અલગ સ્થાન પર ડેટાની નકલ કરીને અથવા બેકઅપ પ્રોગ્રામનો ઉપયોગ કરીને મેન્યુઅલી બેકઅપ કરી શકો છો.

ચાર સૌથી સામાન્ય બેકઅપ પ્રકારો અમલમાં છે અને સામાન્ય રીતે આમાંના મોટાભાગના પ્રોગ્રામ્સમાં ઉપયોગમાં લેવાય છે, જેમ કે:

૧. સંપૂર્ણ બેકઅપ- Full backup

૨. ઇન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપ - Incremental backup

૩. ડિફરન્શિયલ બેકઅપ- Differential backup

૪. મિરર બેકઅપ - Mirror backup

૨. નુકસાન, કરપ્ટ, આપત્તિઓ (માનવ-સર્જિત અથવા કુદરતી) અને અન્ય સમસ્યાઓ સામે ડેટાનું રક્ષણ કરવું એ IT સંસ્થાઓની ટોચની પ્રાથમિકતાઓમાંની એક છે. આ નુકસાનને ટાળવા માટે, બેકઅપ કામગીરીના કાર્યક્ષમ અને અસરકારક સમૂહને અમલમાં મૂકવો મુશ્કેલ બની શકે છે.

બેકઅપ શબ્દ છેલ્લા કેટલાક દાયકાઓમાં ડેટા સુરક્ષાનો સમાનાર્થી બની ગયો છે અને કદાચ ઘણી પદ્ધતિઓ દ્વારા પરિપૂર્ણ થયો છે. બેકઅપ સોફ્ટવેર એપ્લિકેશન્સ બેકઅપ અને પુનઃપ્રાપ્તિ કામગીરી કરવાની જટિલતાને ઘટાડે છે. ડેટાનો બેકઅપ લેવો એ આપત્તિ સુરક્ષા યોજનાનો માત્ર એક ભાગ છે અને સાવચેત ડિઝાઇન અને પરીક્ષણ વિના ઇચ્છિત ડેટા અને આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ ક્ષમતાઓનું સ્તર પ્રદાન કરી શકતું નથી. તમે મેન્યુઅલી કોઈ અલગ સ્થાન પર ડેટાની નકલ કરીને અથવા બેકઅપ પ્રોગ્રામનો ઉપયોગ કરીને મેન્યુઅલી બેકઅપ કરી શકો છો.

ડેટાનો બેકઅપ લેવા ઉપયોગમાં લેવામાં આવતા ઉપકરણો નીચે મુજબ છે.

- ૧. સીડી અને ડીવીડી (CD and DVD):** તેમાં ૧૦૦૦ MB થી લઈને અમુક GB સુધીની સાચવણીની ક્ષમતા હોય છે, તેનો ઉપયોગ ઘર/વ્યક્તિગત ઉપયોગ માટે થાય છે.
- ૨. યુએસબી સ્ટીક્સ (USB sticks):** યુએસબી સ્ટીક્સ કદ અને કિંમતમાં નાની હોય છે, પરંતુ તેમાં સ્ટોરેજ ક્ષમતામાં મોટી હોય છે. તે કદમાં નાની હોય છે પરંતુ સારી ટ્રાન્સફર સ્પીડ ધરાવે છે.
- ૩. હાર્ડ ડ્રાઈવ્સ (Hard Drives):** આ પ્રકારની ડ્રાઈવ 500MB થી 2TB ની સાઈઝ રેન્જ ધરાવે છે અને તે સુસંગત હોય છે.

4. સોલિડ-સ્ટેટ ડ્રાઇવ્સ (Solid-state drives (SSDs): તે હાર્ડ ડ્રાઇવ્સ કરતાં વધુ હોય ખર્ચાળ છે, પરંતુ તે વધુ વિશ્વસનીય, નાની, ઝડપી અને ઓછી શક્તિનો વપરાશ પણ કરે છે.

5. NAS (network-attached storage): નેટવર્ક-જોડાયેલ સ્ટોરેજ એ ફાઇલ સ્ટોરેજ ઉપકરણ છે જે સામાન્ય ઈથરનેટ કનેક્શન દ્વારા લોકલ-એરિયા નેટવર્ક (LAN) વપરાશકર્તાઓને કેન્દ્રિય, એકીકૃત ડિસ્ક સ્ટોરેજ પહોંચાડે છે. NAS સર્વર સાથેના નેટવર્કને જાળવણી અને અપડેટ માટે તેને બંધ કર્યા વિના વધુ હાર્ડ ડિસ્ક સ્ટોરેજ ક્ષમતા ઉમેરવાની મંજૂરી આપે છે. તમે તેનો ઉપયોગ ફક્ત બેકઅપ માટે કરી શકો છો, અથવા તમે તેનો ઉપયોગ ફાઇલ શેરિંગ અને મલ્ટીમીડિયાના સ્ટ્રીમિંગ માટે પણ કરી શકો છો.

આધુનિક ડિજિટલ યુગમાં, ડેટા વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ બંને માટે સૌથી કિંમતી સંપત્તિમાંની એક બની ગયો છે. પ્રિય સ્મૃતિઓને સાચવવાથી લઈને જટિલ વ્યવસાયિક માહિતીને સુરક્ષિત રાખવા સુધી, ડેટાને સુરક્ષિત અને સુરક્ષિત રાખવાની સંપત્તિમાંની એક બની ગયો છે. અનિવાર્યતા ક્યારેય વધુ સ્પષ્ટ થઈ નથી. ડેટાના મૂલ્યની આ વધતી જતી જાગૃતિના પરિણામે ડેટા બેકઅપ સોલ્યુશન્સ વ્યાપકપણે અપનાવવામાં આવ્યા છે.

3. કોમ્પ્યુટર સિસ્ટમ અથવા નેટવર્ક ગમે તેટલું કાર્યક્ષમ હોય તેવું લાગે તો પણ તેમાં ખામી અથવા વિક્ષેપની સંભાવના હંમેશા હાજર હોય છે. આથી જ, બેકઅપ સિસ્ટમ હોવી જરૂરી છે. જ્યારે તમારા વ્યવસાય નેટવર્ક, અસ્કયામતો અને ડેટા માટે નિયમિત બેકઅપ સ્થાપિત કરવાની વાત આવે છે, ત્યારે સામાન્ય રીતે ધ્યાનમાં લેવા માટેના બે પ્રાથમિક વિકલ્પો છે: ઓનસાઇટ બેકઅપ અને ઓફસાઇટ બેકઅપ સેવાઓ. ઓનસાઇટ બેકઅપમાં તમારા ડેટાને તમારી સેન્ટ્રલાઇઝ્ડ ઓફિસ અથવા વર્કસ્પેસ પર સ્ટોર કરવાનો સમાવેશ થાય છે, જ્યારે ઓફસાઇટ બેકઅપ સેવાઓ તમારી પ્રાથમિક સાઇટથી દૂરના સ્થાન પર તમારો ડેટા સ્ટોર કરે છે. IT કન્સલ્ટિંગ સેવાઓ અને IT સપોર્ટ કંપનીઓ આ બેકઅપ સોલ્યુશન્સ સેટ કરવા અને મેનેજ કરવામાં મૂલ્યવાન સહાય પૂરી પાડી શકે છે. તમારા વ્યવસાય માટે મજબૂત અને વિશ્વસનીય બેકઅપ સેવા રાખવાથી તમારો ડેટા સુરક્ષિત રહે તેની ખાતરી કરે છે. તેનો અર્થ એ પણ છે કે, દુર્ઘટના, આપત્તિ અથવા વિક્ષેપના કિસ્સામાં, તમે તમારા નેટવર્કને ઝડપથી એક્સેસ કરી શકો છો અને તેને ન્યૂનતમ ડાઉનટાઇમ સાથે પુનઃસ્થાપિત કરી શકો છો. ઓનસાઇટ અને ઓફસાઇટ બેકઅપ બંને અલગ-અલગ લાભો પ્રદાન કરે છે,

અને તેમની વચ્ચેની પસંદગી આખરે તમારા વ્યવસાયની ચોક્કસ જરૂરિયાતો અને સંજોગો પર નિર્ભર રહેશે.

૧. ઓફસાઇટ બેકઅપ (Off-site Backup)

૨. ઓનસાઇટ બેકઅપ (on-site Backup)

૩. ક્લાઉડ બેકઅપ (Cloud Backups)

૪. હાઇબ્રિડ સોલ્યુશન્સ (Hybrid Solutions)

4. ડેટા બેકઅપના પૂરકમાં ડેટા સુરક્ષા વ્યૂહરચનાની એકંદર સ્થિતિસ્થાપકતા, સુરક્ષા અને કાર્યક્ષમતાને વધારવા માટે વધારાની ટેકનોલોજીસનો અમલ કરવાનો સમાવેશ થાય છે. જેમાં નીચે મુજબની તકનીકો અને ડેટા બેકઅપ સાથે મળીને કામ કરે છે:

૧. ડેટા રિપ્લિકેશન (Data Replication)

૨ સતત ડેટા પ્રોટેક્શન (Continuous Data Protection - CDP)

૩ ડિસ્ક ક્લોનિંગ (Disk Cloning)

૪ ઇરેઝર કોડિંગ (Erasure Coding)

૫ ફ્લેટ બેકઅપ (Flat Backup)

૬ મિરરિંગ (Mirroring) :

૭ પ્રતિકૃતિ (Replication):

૮ પુનઃપ્રાપ્તિ-ઇન-પ્લેસ (Recovery-in-Place)

૯ સ્ટોરેજ સ્નેપશોટ (Storage Snapshots)

૧૦ ૩-૨-૧ બેકઅપ વ્યૂહરચના (3-2-1 Backup Strategy)

5. બેકઅપ સોફ્ટવેર એ કમ્પ્યુટર અથવા સર્વર પર સંગ્રહિત ડેટા અથવા ફાઇલોની નકલ બનાવવા અને તેને અન્ય સ્થાને સાચવવા માટે રચાયેલ કમ્પ્યુટર પ્રોગ્રામ છે, જેમ કે બાહ્ય હાર્ડ ડ્રાઇવ, ક્લાઉડ સ્ટોરેજ અથવા ટેપ બેકઅપ સિસ્ટમ.

બેકઅપ સોફ્ટવેરનો હેતુ હાર્ડવેર નિષ્ફળતા, સોફ્ટવેર કરપ્ટ અથવા કુદરતી આફતો અથવા સાયબર હુમલા જેવી અન્ય આપત્તિઓના કિસ્સામાં મહત્વપૂર્ણ ડેટા અને ફાઈલોને નુકસાનથી સુરક્ષિત કરવાનો છે. બેકઅપ સોફ્ટવેરમાં સામાન્ય રીતે ઓટોમેટિક શેડ્યુલિંગ, ઇન્ક્રીમેન્ટલ અથવા ડિફરન્સિયલ બેકઅપ, એક્ટિવશન, કમ્પ્રેશન જેવી સુવિધાઓનો સમાવેશ થાય છે.

ઓપરેટિંગ સિસ્ટમ સાથે આવતી સરળ ઉપયોગિતાઓથી લઈને અદ્યતન બેકઅપ અને પુનઃપ્રાપ્તિ ક્ષમતાઓ પ્રદાન કરતા અત્યાધુનિક એન્ટરપ્રાઈઝ-લેવલ સોલ્યુશન્સ સુધીના વિવિધ પ્રકારના બેકઅપ સોફ્ટવેર ઉપલબ્ધ છે. યોગ્ય બેકઅપ સોફ્ટવેરની પસંદગી બેકઅપ લેવાના ડેટાના કદ અત્યાધુનિક એન્ટરપ્રાઈઝ-લેવલ સોલ્યુશન્સ સુધીના વિવિધ પ્રકારના બેકઅપ સોફ્ટવેર ઉપલબ્ધ છે. અને જટિલતા, સુરક્ષાનું ઇચ્છિત સ્તર, ઉપલબ્ધ બજેટ અને સંસ્થા અથવા વ્યક્તિની ચોક્કસ જરૂરિયાતો જેવા પરિબળો પર આધારિત છે.

મૂળભૂત રીતે, વિવિધ સિસ્ટમો અથવા ઉપકરણોમાં બિલ્ટ-ઇન બેકઅપ ટૂલ્સ નીચે મુજબ છે:

Windows 11 માટે OneDrive

MacOS માટે Time Machine

તે બેકઅપ પ્રોગ્રામ્સ સ્થિર અને અને ઍક્સેસ કરવા માટે સરળ છે. જો કે, વધુ પ્રકારના ડેટા જનરેટ થતા અને ડેટા સ્ટોરેજમાં ફેરફાર સાથે, વપરાશકર્તાઓને બેકઅપ સોફ્ટવેરમાંથી વધુ અદ્યતન સુવિધાઓની જરૂર પડે છે. સિસ્ટમની બિલ્ટ-ઇન બેકઅપ ઉપયોગિતાઓ મોટાભાગના લોકોની જરૂરિયાતોને પૂરી કરી શકતી નથી. તેથી, વધુ અને વધુ વપરાશકર્તાઓ બિલ્ટ-ઇન બેકઅપ ટૂલ્સમાંથી થર્ડ-પાર્ટી બેકઅપ સોફ્ટવેર પ્રોગ્રામ્સ ઉપયોગ કરે છે.

કેટલાક લોકપ્રિય બેકઅપ સોફ્ટવેર નીચે મુજબ છે.

1. EaseUS Todo Backup
2. Acronis Cyber Protect Home Office
3. AOMEI Backupper

4. Paragon Backup & Recovery

5. Genie9 Timeline

6. NovaBackup

7. Carbonite Safe

8. Veeam Backup & Replication

9. IDrive

10. Macrium Reflect

6. બેકઅપ એક્રિપ્શન: તે શું છે અને શા માટે તે ડેટા સુરક્ષા માટે મહત્વપૂર્ણ છે. સત્ય એ છે કે કોઈપણ વ્યક્તિ, પછી ભલે તે વ્યવસાય હોય કે વ્યક્તિ, સાયબર એટેકનું લક્ષ્ય બની શકે છે અથવા ડેટા ગુમાવવાનો અનુભવ કરી શકે છે. તાજેતરના અભ્યાસમાં, પોઝિટિવ ટેકનોલોજીએ શોધ્યું છે કે સાયબર અપરાધીઓ મૂલ્યવાન સંસાધનોની એક્સેસ મેળવીને કંપનીના ૮૩% નેટવર્કમાં ઘૂસણખોરી કરવાની ક્ષમતા ધરાવે છે. આ ખતરાના વ્યાપક અને અંધાધૂંધ સ્વભાવને રેખાંકિત કરે છે, દરેક વ્યક્તિ માટે ઉચ્ચ સુરક્ષા જાગૃતિ અને પગલાંના મહત્વ પર ભાર મૂકે છે.

બેકઅપ એક્રિપ્શન શું છે? (What is backup encryption?)

એક્રિપ્શન એ માહિતીને તેના સાચા અર્થને છુપાવવા માટે ગુપ્તકોડમાં ફેરવવાનો એક માર્ગ છે. જ્યારે તે બેકઅપની વાત આવે છે, ત્યારે એક્રિપ્શનનો ઉપયોગ ડેટાના મૂળ અર્થને છુપાવવા માટે કરવામાં આવે છે, ખાતરી કરો કે અનધિકૃત લોકો તેનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી. ડેટાને ગોપનીય અને અકબંધ રાખવા માટે આ મહત્વપૂર્ણ છે. પ્રક્રિયામાં એનક્રિપ્ટેડ ડેટા સાદા ટેક્સ્ટ (plaintext) ને એક્રિપ્ટેડ ડેટા સાઈફર ટેક્સ્ટ (ciphertext) માં રૂપાંતરિત કરવાનો સમાવેશ થાય છે. બેકઅપ એક્રિપ્શન પ્રક્રિયામાં, બે મુખ્ય પગલાં છે. પ્રથમ, તે સાદા લખાણને ગુપ્ત કોડ સાઈફર ટેક્સ્ટ માં પરિવર્તિત કરે છે. પછી, ગુપ્ત કોડને સાદા ટેક્સ્ટમાં ડીકોડ કરવા માટે કીનો ઉપયોગ પગલાં છે. પ્રથમ, તે સાદા લખાણને ગુપ્ત કોડ સાઈફર ટેક્સ્ટ માં પરિવર્તિત કરે છે. પછી, ગુપ્ત કોડને સાદા ટેક્સ્ટમાં ડીકોડ કરવા માટે કીનો ઉપયોગ થાય છે. એકવાર બેકઅપ એનક્રિપ્ટ થઈ જાય, તે ડિક્રિપ્શન કી વિના કોઈપણ માટે વાંચી ન શકાય તેવું બની જાય છે. સુરક્ષાનું

આ વધારાનું સ્તર સુનિશ્ચિત કરે છે કે માત્ર સાચી કી સાથે અધિકૃત વ્યક્તિઓ જ સુરક્ષિત માહિતીને એક્સેસ કરી શકે છે અને સમજી શકે છે. એક્રિપ્ટેડ બેકઅપ એ બેકઅપ છે જે માહિતીની અધિકૃતતા, ગોપનીયતા અને અખંડિતતા જાળવવા તેમજ અનધિકૃત એક્સેસને રોકવા માટે એનક્રિપ્શન અલ્ગોરિધમ્સ દ્વારા સુરક્ષિત છે. એક્રિપ્ટેડ બેકઅપ જટિલ અલ્ગોરિધમ્સ દ્વારા સુરક્ષિત છે અને માત્ર તે વપરાશકર્તાઓને જ વાંચી શકાય છે જેની પાસે કી છે.

બેકઅપ એક્રિપ્શનના ફાયદા શું છે?

એક્રિપ્શન દ્વારા તમારા ડેટા બેકઅપની સુરક્ષાને સુનિશ્ચિત કરવી એ ડેટાની ખોટ અથવા સાયબર સુરક્ષા સમસ્યાઓમાંથી ઝડપી પુનઃપ્રાપ્તિ માટે મહત્વપૂર્ણ છે. બેકઅપ એક્રિપ્શનના મુખ્ય ફાયદાઓ નીચે મુજબ છે :

૧. **ગોપનીયતા (Privacy)** : એક્રિપ્શન તમારી માહિતીને વાંચી ન શકાય તેવા કોડમાં રૂપાંતરિત કરે છે, તેને તૃતીય પક્ષો દ્વારા અનધિકૃત એક્સેસથી સુરક્ષિત કરે છે. આ તમારા અને તમારા ગ્રાહકો બંનેમાં વિશ્વાસ કેળવે છે કે સંવેદનશીલ ડેટા સુરક્ષિત રાખવામાં આવે છે અને સંભવિત જોખમોથી તેની પહોંચની બહાર છે.
૨. **સુરક્ષા (Security)** : એક્રિપ્શન ઓળખની ચોરી અને ગેરવસૂલી સામે અવરોધ તરીકે કામ કરે છે, હેકર્સને જરૂરી ડિક્રિપ્શન કી વિના માહિતી એક્સેસ કરવાથી અટકાવે છે. તે ડેટાની છેડછાડ અને કરપ્ટ સામે સંરક્ષણનું સ્તર પણ ઉમેરે છે.
૩. **ડેટા અખંડિતતા (Data Integrity)** : લેપટોપ અથવા સ્માર્ટફોન જેવા તમારા ઉપકરણોની ચોરી અથવા ખોટના કિસ્સામાં પણ, માહિતીના દુરુપયોગ સામે એક્રિપ્શન સુરક્ષા એ ખાતરી કરે છે કે તમારા બેકઅપની સામગ્રી વિશ્વસનીય, સચોટ અને અપરિવર્તિત રહે છે.
૪. **પ્રમાણીકરણ (Authentication)** : એક્રિપ્શન એ સુનિશ્ચિત કરે છે કે માત્ર યોગ્ય પરવાનગીઓ સાથે અધિકૃત પક્ષો જ ડેટાને એક્સેસ કરી શકે છે. આ પ્રમાણીકરણ પ્રક્રિયા માહિતીને એક્સેસ કરવાનો પ્રયાસ કરતા લોકોની ઓળખની પુષ્ટિ કરીને વધારાના સ્તરની સુરક્ષા પૂરી પાડે છે.
૫. **નિયમનકારી અનુપાલન (Regulatory Compliance)** : એક્રિપ્શન વ્યવસાયોને જનરલ ડેટા પ્રોટેક્શન (GDPR), કેલિફોર્નિયા કન્ઝ્યુમર પ્રાઈવસી એક્ટ (CCPA) અને પેમેન્ટ કાર્ડ ઈન્ડસ્ટ્રી ડેટા સિક્યોરિટી સ્ટાન્ડર્ડ

(PCI DSS) જેવા નિયમોનું પાલન કરવામાં મદદ કરે છે. આ ધોરણોને ગ્રાહકની વ્યક્તિગત માહિતીના એક્રિપ્શનની જરૂર હોય છે જ્યારે સંગ્રહિત કરવામાં આવે છે અને જાહેર નેટવર્ક્સ પર ટ્રાન્સમિશન દરમિયાન બંને એક્રિપ્શનનો અમલ કાનૂની ધોરણો સાથે ઉચ્ચ સ્તરના ડેટા સુરક્ષા અને સરક્ષણની ખાતરી આપે છે.

7. ભૌતિક રીતે ક્ષતિગ્રસ્ત હાર્ડવેરમાંથી ડેટા પુનઃપ્રાપ્ત કરવામાં બહુવિધ તકનીકોનો સમાવેશ થઈ શકે છે. હાર્ડ ડિસ્કમાંના ભાગોને બદલીને કેટલાક નુકસાનને ઠીક કરી શકાય છે. આ એકલા ડિસ્કને ઉપયોગી બનાવી શકે છે, પરંતુ હજુ પણ તાર્કિક નુકસાન થઈ શકે છે. સપાટી પરથી વાંચી શકાય તેવા દરેક ભાગને પુનઃપ્રાપ્ત કરવા માટે વિશિષ્ટ ડિસ્ક-ઈમેજિંગ પ્રક્રિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. એકવાર આ ઈમેજ મેળવી લેવામાં આવે અને વિશ્વસનીય માધ્યમ પર સાચવવામાં આવે, પછી ઈમેજનું તાર્કિક નુકસાન માટે સુરક્ષિત રીતે વિશ્લેષણ કરી શકાય છે અને સંભવતઃ મોટાભાગની મૂળ ફાઈલ સિસ્ટમને પુનઃનિર્માણ કરવાની મંજૂરી આપશે.

૧. હાર્ડવેર સમારકામ (Hardware Repair) :

૨. દૂષિત ફાઈલ સિસ્ટમ્સ (Corrupt File Systems):

૩. ઓનલાઈન ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ (Online Data Recovery):

8. ૩-૨-૧ બેકઅપ વ્યૂહરચના એ સુનિશ્ચિત કરવાની એક પદ્ધતિ છે કે તમારો ડેટા પર્યાપ્ત રીતે ડુપ્લિકેટ છે અને વિશ્વસનીય રીતે પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકાય છે. આ વ્યૂહરચનામાં, તમારા ડેટાની ત્રણ નકલો ઓછામાં ઓછા બે અલગ અલગ સ્ટોરેજ મીડિયા પર બનાવવામાં આવે છે અને ઓછામાં ઓછી એક નકલ દૂરસ્થ રીતે સંગ્રહિત થાય છે: ડેટાની ત્રણ નકલો-તમારી ત્રણ નકલોમાં તમારો મૂળ ડેટા અને બે ડુપ્લિકેટનો સમાવેશ થાય છે. આ ખાતરી કરે છે કે ખોવાયેલ બેકઅપ અથવા દૂષિત મીડિયા પુનઃપ્રાપ્તિને અસર કરતું નથી.

બે અલગ-અલગ સ્ટોરેજ પ્રકારો-બે અલગ-અલગ તકનીકોનો ઉપયોગ કરીને ચોક્કસ માધ્યમથી સંબંધિત નિષ્ફળતાના જોખમને ઘટાડે છે. સામાન્ય પસંદગીઓમાં આંતરિક અને બાહ્ય હાર્ડ ડ્રાઈવો, દૂર કરી શકાય તેવા મીડિયા અથવા ક્લાઉડ સ્ટોરેજનો સમાવેશ થાય છે. એક નકલ ઓફ-સાઈટ-નિષ્ફળતાના એક બિંદુ સાથે સંકળાયેલા જોખમને દૂર કરે છે. મજબૂત આપત્તિ અને ડેટા બેકઅપ પુનઃપ્રાપ્તિ વ્યૂહરચનાઓ માટે ઓફ-સાઈટ ડુપ્લિકેટ્સ જરૂરી છે

અને સ્થાનિક આઉટેજ દરમિયાન નિષ્ફળતા માટે પરવાનગી આપી શકે છે. મોટાભાગના માહિતી સુરક્ષા નિષ્ણાતો અને સરકારી સત્તાવાળાઓ દ્વારા આ વ્યૂહરચના શ્રેષ્ઠ પ્રથા તરીકે ગણવામાં આવે છે. તે અકસ્માતો અને દૂષિત ધમકીઓ, જેમ કે રેન્સમવેર બંને સામે રક્ષણ આપે છે અને વિશ્વસનીય ડેટા બેકઅપ અને પુનઃસ્થાપનની ખાતરી કરે છે.

B ટૂંકમાં જવાબ

1. સંપૂર્ણ બેકઅપ- Full backup

બેકઅપ ઓપરેશનનો સૌથી મૂળભૂત અને સંપૂર્ણ પ્રકાર એ સંપૂર્ણ બેકઅપ છે. નામ પ્રમાણે, આ બેકઅપનો પ્રકાર તમામ ડેટાની નકલ સ્ટોરેજ ઉપકરણ પર બનાવે છે, જેમ બેકઅપ ઓપરેશનનો સૌથી મૂળભૂત અને સંપૂર્ણ પ્રકાર એ સંપૂર્ણ બેકઅપ છે. નામ પ્રમાણે, આ બેકઅપ પ્રકાર તમામ ડેટાની નકલ સ્ટોરેજ ઉપકરણ પર બનાવે છે, જેમ કે ડિસ્ક અથવા ટેપ. દરેક ઓપરેશન દરમિયાન સંપૂર્ણ બેકઅપ લેવાનો પ્રાથમિક ફાયદો એ છે કે તમામ ડેટાની સંપૂર્ણ નકલ એક મીડિયા સેટ સાથે ઉપલબ્ધ છે. ડેટાને પુનઃસ્થાપિત કરવામાં સૌથી ઓછો સમય લાગે છે, જો કે, ગેરફાયદા એ છે કે તે અન્ય પ્રકારો કરતાં સંપૂર્ણ બેકઅપ કરવા માટે વધુ સમય લે છે, વધુ સ્ટોરેજ સ્થાનની જરૂર છે. આમ, સંપૂર્ણ બેકઅપ સામાન્ય રીતે માત્ર સમયાંતરે ચલાવવામાં આવે છે. થોડી માત્રામાં ડેટા ધરાવતા ડેટા કેન્દ્રો દરરોજ સંપૂર્ણ બેકઅપ ચલાવવાનું પસંદ કરી શકે છે.

2. ઇન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપ - Incremental backup

એક વધારાનું બેકઅપ ઓપરેશન ફક્ત તે જ ડેટાની નકલમાં પરિણમશે જે કોઈપણ પ્રકારના છેલ્લા બેકઅપ ઓપરેશનથી બદલાયેલ છે. સંસ્થા સામાન્ય રીતે ફાઇલો પર સંશોધિત ટાઈમસ્ટેમ્પનો ઉપયોગ કરે છે અને છેલ્લા બેકઅપ ટાઈમસ્ટેમ્પ સાથે તેની તુલના કરે છે. ઇન્ક્રીમેન્ટલ બેકઅપનો ફાયદો એ છે કે તે સંપૂર્ણ કરતા ઓછી માત્રામાં ડેટાની નકલ કરે છે. આમ, આ કામગીરીમાં ઝડપી બેકઅપ ઝડપ હશે અને બેકઅપ સંગ્રહિત કરવા માટે ઓછા મીડિયાની જરૂર પડશે.

3. ડિફરન્શિયલ બેકઅપ - Differential backup

ડિફરન્શિયલ બેકઅપ ઓપરેશન પહેલી વાર કરવામાં આવે ત્યારે ઇન્ક્રીમેન્ટલ જેવું જ છે, જેમાં તે અગાઉના બેકઅપમાંથી બદલાયેલ બધો ડેટા કોપિ કરશે. જો કે, દરેક વખતે જ્યારે તે પછીથી ચલાવવામાં આવે છે, ત્યારે તે અગાઉના સંપૂર્ણ બેકઅપથી બદલાયેલ તમામ ડેટાની નકલ કરવાનું ચાલુ રાખશે. તેથી, તે અનુગામી ઓપરેશન્સ પર ઇન્ક્રીમેન્ટલ કરતાં વધુ બેકઅપ ડેટા સ્ટોર કરશે, ડિફરન્શિયલ બેકઅપને

ઈક્ઝિમેન્ટલ બેકઅપ કરતાં પૂર્ણ કરવા માટે વધુ જગ્યા અને સમયની જરૂર પડે છે, જો કે સંપૂર્ણ બેકઅપ કરતાં ઓછા. આ ત્રણ પ્રાથમિક પ્રકારના બેકઅપમાંથી, વ્યાપક ડેટા સુરક્ષા માટે અભિગમ વિકસાવવો શક્ય છે. સંસ્થા ઘણીવાર નીચેના બેકઅપ સેટિંગ્સમાંથી એકનો ઉપયોગ કરે છે:

- Full daily
- Full weekly differential
- Full weekly incremental daily

દરરોજના સંપૂર્ણ બેકઅપ માટે સૌથી વધુ જગ્યાની જરૂર પડે છે અને તે સૌથી વધુ સમય પણ લેશે. પરિણામે, આ બેકઅપ નીતિને અમલમાં મૂકવી એ આપત્તિઓ માટે ઉચ્ચ સહનશીલતા ધરાવે છે અને પુનઃસ્થાપિત કરવા માટે ઓછામાં ઓછો સમય પૂરો પાડે છે કારણ કે કોઈપણ જરૂરી ડેટા વધુમાં વધુ એક બેકઅપ સેટ પર સ્થિત હશે.

4. મિરર બેકઅપ - Mirror backup

મિરર બેકઅપ સંપૂર્ણ બેકઅપ સાથે તુલનાત્મક છે. આ બેકઅપ પ્રકાર સ્ત્રોત ડેટા સેટની ચોક્કસ નકલ બનાવે છે, મિરર બેકઅપના ફાયદાઓમાંનો એક ઝડપી ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિ સમય છે. વ્યક્તિગત બેકઅપ કરેલી ફાઈલોને એક્સેસ કરવી પણ સરળ છે. મુખ્ય ખામીઓમાંની એક જરૂરી સંગ્રહ જગ્યાની માત્રા છે. જો સ્ત્રોત ડેટા સેટમાં કોઈ સમસ્યા હોય, જેમ કે કરપ્ટ અથવા ડિલીટ કરવું, તો મિરર બેકઅપ સમાન અનુભવ કરે છે. પરિણામે, તમામ ડેટા સુરક્ષા જરૂરિયાતો માટે મિરર બેકઅપ પર આધાર રાખવો અને ડેટા માટે અન્ય બેકઅપ પ્રકારો રાખવાની જરૂર નથી.

એક ચોક્કસ પ્રકારનો મિરર, ડિસ્ક મિરરિંગ, જેને RAID 1 તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. આ પ્રક્રિયા બે કે તેથી વધુ ડિસ્ક પર ડેટાની નકલ કરે છે. ડિસ્ક મિરરિંગ એ ડેટા માટે એક મજબૂત વિકલ્પ છે જેને તેના ઝડપી પુનઃપ્રાપ્તિ સમયને કારણે ઉચ્ચ ઉપલબ્ધતાની જરૂર છે. તે તેની તાત્કાલિક નિષ્ફળતા ક્ષમતાને કારણે આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ માટે પણ મદદરૂપ છે. ડિસ્ક મિરરિંગ માટે ઓછામાં ઓછી બે ભૌતિક ડ્રાઈવની જરૂર છે. જો એક હાર્ડ ડ્રાઈવ નિષ્ફળ જાય, તો સંસ્થા મિરર કોપીનો ઉપયોગ કરી શકે છે. જ્યારે ડિસ્ક મિરરિંગ વ્યાપક ડેટા સુરક્ષા પ્રદાન કરે છે, તેને ઘણી સ્ટોરેજ ક્ષમતાની જરૂર છે.

5. NAS (network-attached storage): નેટવર્ક-જોડાયેલ સ્ટોરેજ એ ફાઈલ સ્ટોરેજ ઉપકરણ છે જે સામાન્ય ઈથરનેટ કનેક્શન દ્વારા લોકલ-એરિયા નેટવર્ક (LAN) વપરાશકર્તાઓને કેન્દ્રિય, એકીકૃત ડિસ્ક સ્ટોરેજ પહોંચાડે છે. NAS સર્વર સાથેના નેટવર્કને જાળવણી અને અપડેટ માટે તેને બંધ કર્યા વિના વધુ હાર્ડ ડિસ્ક

સ્ટોરેજ ક્ષમતા ઉમેરવાની મંજૂરી આપે છે. તમે તેનો ઉપયોગ ફક્ત બેકઅપ માટે કરી શકો છો, અથવા તમે તેનો ઉપયોગ ફાઇલ શેરિંગ અને મલ્ટીમીડિયાના સ્ટ્રીમિંગ માટે પણ કરી શકો છો.

આધુનિક ડિજિટલ યુગમાં, ડેટા વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ બંને માટે સૌથી કિંમતી સંપત્તિમાંની એક બની ગયો છે. પ્રિય સ્મૃતિઓને સાચવવાથી લઈને જટિલ વ્યવસાયિક માહિતીને સુરક્ષિત રાખવા સુધી, ડેટાને સુરક્ષિત અને સુરક્ષિત રાખવાની સંપત્તિમાંની એક બની ગયો છે. અનિવાર્યતા ક્યારેય વધુ સ્પષ્ટ થઈ નથી. ડેટાના મૂલ્યની આ વધતી જતી જાગૃતિના પરિણામે ડેટા બેકઅપ સોલ્યુશન્સ વ્યાપકપણે અપનાવવામાં આવ્યા છે.

6. ઓફસાઇટ બેકઅપ (Off-site Backup) :

ઓફસાઇટ બેકઅપ એ વ્યવસાયના નેટવર્ક અને ડેટાની ડુપ્લિકેટ કૉપિનો સંદર્ભ આપે છે જે સંસ્થાના પ્રાથમિક IT ઇન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચરમાં ભૌતિક રીતે સંગ્રહિત નથી. તેના બદલે, તે એક અલગ, બાહ્ય સાઇટ પર સ્થિત હોય છે, તેથી “ઓફસાઇટ” શબ્દ થી સંબોધવા માં પ્રાથમિક IT ન્ફાસ્ટ્રક્ચરમાં ભૌતિક રીતે સંગ્રહિત નથી. તેના બદલે, તે એક અલગ, બાહ્ય સાઇટ પર સ્થિત હોય છે, તેથી “ઓફસાઇટ” શબ્દ થી સંબોધવામાં આવે છે.

આજે, ઓફસાઇટ બેકઅપ સામાન્ય રીતે ક્લાઉડમાં સંગ્રહિત થાય છે, નેટવર્ક્સ, સિસ્ટમ્સ અને સર્વર્સને સ્ટોર કરવા માટે રચાયેલ હેતુ-નિર્મિત વાતાવરણનો ઉપયોગ કરીને. ક્લાઉડ-આધારિત ઓફસાઇટ બેકઅપ ઘણીવાર પ્લાયમાઉથ સાયન્સ પાર્ક ખાતેના ડેટા સેન્ટર જેવી વિશિષ્ટ સુવિધાઓમાં હોસ્ટ કરવામાં આવે વાતાવરણનો ઉપયોગ કરીને. ક્લાઉડ-આધારિત ઓફસાઇટ બેકઅપ ઘણીવાર પ્લાયમાઉથ સાયન્સ પાર્ક ખાતેના ડેટા સેન્ટર જેવી વિશિષ્ટ સુવિધાઓમાં હોસ્ટ કરવામાં આવે છે. આ ઓફસાઇટ બેકઅપ સામાન્ય રીતે રિમોટ બેકઅપ તરીકે ઓળખાય છે અને તેનો ઉપયોગ મુખ્યત્વે ડેટા બેકઅપ અને ડિઝાસ્ટર રિકવરી વ્યૂહરચનાઓ માટે થાય છે. તેઓ વારંવાર વ્યવસાયિક IT સપોર્ટ કંપનીઓ દ્વારા લાગુ કરવામાં આવે છે.

ડેટા ઓફસાઇટ જાળવવાનો પ્રાથમિક ધ્યેય ડેટા સુરક્ષાને વધારવાનો છે, ખાસ તેઓ વારંવાર વ્યવસાયિક IT સપોર્ટ કંપનીઓ દ્વારા લાગુ કરવામાં આવે છે. કરીને દૂષિત સાયબર હુમલાઓ સામે રક્ષણ આપવા માટે વધુમાં, ઓફસાઇટ બેકઅપ્સ સલામતી તરીકે સેવા આપે છે, તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે મહત્વપૂર્ણ ડેટાની નકલ વ્યવસાયના કેન્દ્રિય સ્થાનથી દૂર સંગ્રહિત થાય છે. આ એવા સંજોગોમાં પણ ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિને

સુનિશ્ચિત કરે છે કે જ્યાં અણધાર્યા ઘટનાઓને કારણે પ્રાથમિક સાર્થક ક્ષતિગ્રસ્ત અથવા નાશ પામે છે.

7. ઓનસાઈટ બેકઅપ (on-site Backup)

ઓનસાઈટ બેકઅપ, જેમ કે નામ સૂચવે છે, તેમાં વ્યવસ્થિત બેકઅપ અને ડેટાના સંગ્રહનો સમાવેશ થાય છે જે ભૌતિક રીતે વ્યવસાય અથવા સંસ્થાની નજીક હોય છે. આ પ્રકારનો બેકઅપ સામાન્ય રીતે વ્યવસાયની જગ્યા પર જ લેવામાં આવે છે. સાયબર ચોરી અને અન્ય વિક્ષેપો સહિત વિવિધ જોખમોથી ડેટાને સુરક્ષિત રાખવા માટે ઓનસાઈટ બેકઅપ મૂલ્યવાન છે. તેઓ આપત્તિ પુનઃપ્રાપ્તિ માટે રક્ષણના સ્વરૂપ તરીકે પણ સેવા આપે છે, જે ખાસ કરીને એવા વ્યવસાયો માટે મહત્વપૂર્ણ હોય છે કે જેઓ કમ્પ્યુટર્સ અને અન્ય પરંપરાગત IT ઈન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર પર ભારે આધાર રાખે છે.

ઓનસાઈટ બેકઅપમાં વ્યવસાય અથવા સંસ્થાના સમાન ભૌતિક સ્થાનની અંદર સ્થાનિક રીતે ડેટાનો બેકઅપ લેવાનો અને સંગ્રહ કરવાનો સમાવેશ થાય છે, જે મહત્વપૂર્ણ ડેટા માટે સુરક્ષા અને સુલભતાનું સ્તર પ્રદાન કરે છે.

8. ડેટા રિપ્લિકેશન એ ડેટાની બહુવિધ નકલો બનાવવાની અને બેકઅપ હેતુઓ, ખામી સહિષ્ણુતા અને સમગ્ર નેટવર્કમાં તેમની એકંદર સુલભતામાં સુધારો કરવા માટે તેને વિવિધ સ્થળોએ સંગ્રહિત કરવાની પ્રક્રિયા છે. ડેટા મિરરિંગની જેમ, ડેટા ની પ્રતિકૃતિ બન્ને વ્યક્તિગત કમ્પ્યુટર્સ અને સર્વર્સ પર લાગુ કરી શકાય છે. સામાન્ય ડેટાબેઝ ટેકનોલોજીઓ આજે કાં તો બિલ્ટ-ઇન ક્ષમતાઓ ધરાવે છે અથવા ડેટા પ્રતિકૃતિને પરિપૂર્ણ કરવા માટે તૃતીય-પક્ષ સાધનોનો ઉપયોગ કરે છે. જ્યારે ઓરેકલ ડેટાબેઝ અને માઈક્રોસોફ્ટ એસક્યુએલ સક્રિયપણે ડેટા પ્રતિકૃતિને સમર્થન આપે છે, ત્યારે કેટલીક પરંપરાગત ટેકનોલોજીઓ આ સુવિધાને બોક્સની બહાર સમાવી શકતી નથી.

9. સતત ડેટા પ્રોટેક્શન (Continuous Data Protection - CDP):

ડેટા પ્રતિકૃતિ કાં તો સિંકનાઈસ હોઈ શકે છે, એટલે કે મૂળ ડેટામાં કરવામાં આવેલ કોઈપણ ફેરફારોની નકલ કરવામાં આવશે, અથવા અસુમેળ, એટલે કે પ્રતિકૃતિ ત્યારે જ શરૂ કરવામાં આવે છે જ્યારે પ્રતિબદ્ધ નિવેદન ડેટાબેઝમાં પસાર થાય છે. સતત ડેટા પ્રોટેક્શન (CDP), જેને સતત બેકઅપ પણ કહેવાય છે, તે એક એવી સિસ્ટમ છે કે જે જ્યારે પણ ડેટા માં ફેરફાર થાય ત્યારે કમ્પ્યુટર સિસ્ટમ પર ડેટાનો બેકઅપ લે છે. સીડીપી ડેટા ફેરફારોની સતત જર્નલ જાળવી રાખે છે અને તે સિસ્ટમને સમયસર કોઈપણ પાછલા બિંદુ પર પુનઃસ્થાપિત કરવાનું શક્ય બનાવે છે.

આ “બેકઅપ વિન્ડો” ની સમસ્યાને હલ કરે છે, જ્યાં સંસ્થાઓ બે સુનિશ્ચિત બેકઅપ વચ્ચે બનાવેલ ડેટા ગુમાવવાનું જોખમ ધરાવે છે. તે માલવેર અને રેન્સમવેર જેવા જોખમો તેમજ ડેટાના તોડફોડ અથવા આકસ્મિક રીતે કાઢી નાખવા સામે પણ શક્તિશાળી રક્ષણ પૂરું પાડે છે. કડક ડેટા સુરક્ષા નિયમોના પાલન માટે આ જરૂરી હોઈ શકે છે. સતત ડેટા પ્રોટેક્શન (CDP) ડેટા સુરક્ષાને વધારવા માટે રચાયેલ સંકળાયેલ તકનીકોના સ્તરોનો સંદર્ભ આપે છે. જ્યારે પણ ડિસ્ક-ટુ-ડિસ્ક-ટુ-ટેપ બેકઅપ એ CDP સિસ્ટમો માટે લોકપ્રિય આર્કિટેક્ચર છે.

ડેટા રિડક્શન એ એવી પ્રક્રિયા છે જે ડેટા માટે જરૂરી સ્ટોરેજ સ્પેસની માત્રાને ઘટાડે છે. ડેટા ઘટાડવા માટેની બે મુખ્ય પદ્ધતિઓ છે: ડેટા કમ્પ્રેશન અને ડેટા ડુપ્લિકેશન. આ તકનીકોનો વ્યક્તિગત રીતે ઉપયોગ કરી શકાય છે, ડેટાના કદમાં ઘટાડો બેકઅપ લેવા અને ડેટાને પુનઃસ્થાપિત કરવામાં જે સમય લે છે તેના પર અસર પડે છે.

10. બેકઅપ એન્ક્રિપ્શન શું છે? (What is backup encryption?)

એન્ક્રિપ્શન એ માહિતીને તેના સાચા અર્થને છુપાવવા માટે ગુપ્તકોડમાં ફેરવવાનો એક માર્ગ છે. જ્યારે તે બેકઅપની વાત આવે છે, ત્યારે એન્ક્રિપ્શનનો ઉપયોગ ડેટાના મૂળ અર્થને છુપાવવા માટે કરવામાં આવે છે, ખાતરી કરો કે અનધિકૃત લોકો તેનો ઉપયોગ કરી શકતા નથી. ડેટાને ગોપનીય અને અકબંધ રાખવા માટે આ મહત્વપૂર્ણ છે. પ્રક્રિયામાં એનક્રિપ્ટેડ ડેટા સાદા ટેક્સ્ટ (ciphertext) ને એન્ક્રિપ્ટેડ ડેટા સાઈફર ટેક્સ્ટ (ciphertext) માં રૂપાંતરિત કરવાનો સમાવેશ થાય છે. બેકઅપ એન્ક્રિપ્શન પ્રક્રિયામાં, બે મુખ્ય પગલાં છે. પ્રથમ, તે સાદા લખાણને ગુપ્ત કોડ સાઈફર ટેક્સ્ટ માં પરિવર્તિત કરે છે. પછી, ગુપ્ત કોડને સાદા ટેક્સ્ટમાં ડીકોડ કરવા માટે કીનો ઉપયોગ પગલાં છે. પ્રથમ, તે સાદા લખાણને ગુપ્ત કોડ સાઈફર ટેક્સ્ટ માં પરિવર્તિત કરે છે. પછી, ગુપ્ત કોડને સાદા ટેક્સ્ટમાં ડીકોડ કરવા માટે કીનો ઉપયોગ થાય છે. એકવાર બેકઅપ એનક્રિપ્ટ થઈ જાય, તે ડિક્રિપ્શન કી વિના કોઈપણ માટે વાંચી ન શકાય તેવું બની જાય છે. સુરક્ષાનું આ વધારાનું સ્તર સુનિશ્ચિત કરે છે કે માત્ર સાચી કી સાથે અધિકૃત વ્યક્તિઓ જ સુરક્ષિત માહિતીને એક્સેસ કરી શકે છે અને સમજી શકે છે. એન્ક્રિપ્ટેડ બેકઅપ એ બેકઅપ છે જે માહિતીની અધિકૃતતા, ગોપનીયતા અને અખંડિતતા જાળવવા તેમજ અનધિકૃત એક્સેસને રોકવા માટે એનક્રિપ્શન અલ્ગોરિધમ્સ દ્વારા સુરક્ષિત છે. એન્ક્રિપ્ટેડ બેકઅપ જટિલ અલ્ગોરિધમ્સ દ્વારા સુરક્ષિત છે અને માત્ર તે વપરાશકર્તાઓને જ વાંચી શકાય છે જેની પાસે કી છે.

15.12. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

❖ બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો (MCQ)

1. ડેટા બેકઅપ શું છે?
 - A) ડેટા ડિલીટ કરવાની પ્રક્રિયા
 - B) ડેટાની નકલ બનાવી સુરક્ષિત રાખવાની પ્રક્રિયા
 - C) ડેટા ટ્રાન્સફર કરવાની પ્રક્રિયા
 - D) ડેટા કમ્પ્રેશન કરવાની પ્રક્રિયા
2. નીચેમાંથી કયો ડેટા બેકઅપનો પ્રકાર છે?
 - A) Full Backup
 - B) Incremental Backup
 - C) Differential Backup
 - D) ઉપરના બધા
3. Full Backup માં શું થાય છે?
 - A) માત્ર બદલાયેલ ડેટાની નકલ થાય
 - B) તમામ ડેટાની સંપૂર્ણ નકલ થાય
 - C) ડેટા ડિલીટ થાય
 - D) ડેટા એનક્રિપ્ટ થાય
4. Incremental Backup શું કરે છે?
 - A) દરેક વખતે આખો ડેટા કોપી કરે
 - B) છેલ્લી બેકઅપ પછી બદલાયેલ ડેટા કોપી કરે
 - C) ડેટા ડિલીટ કરે
 - D) ડેટા કંપ્રેસ કરે
5. Differential Backup શું કરે છે?
 - A) છેલ્લી Full Backup પછી બદલાયેલ તમામ ડેટાની નકલ કરે
 - B) ડેટા ડિલીટ કરે
 - C) ડેટા કોમ્પ્રેસ કરે
 - D) ડેટા એનક્રિપ્ટ કરે
6. નીચેમાંથી કયું બેકઅપ ડિવાઈસ છે?
 - A) USB Stick
 - B) Hard Drive
 - C) SSD
 - D) ઉપરના બધા

7. Off-site Backup નો અર્થ શું છે?

- A) ડેટા મુખ્ય સ્થળે જ સંગ્રહિત કરવો
- B) ડેટા અલગ દૂરના સ્થળે સંગ્રહિત કરવો
- C) ડેટા ડિલીટ કરવો
- D) ડેટા કમ્પ્રેસ કરવો

8. On-site Backup શું છે?

- A) ડેટા ક્લાઉડમાં રાખવો
- B) ડેટા ઈન્ટરનેટ પર મોકલવો
- C) ડેટા એ જ સ્થળે સંગ્રહિત કરવો
- D) ડેટા ડિલીટ કરવો

9. Cloud Backup નો મુખ્ય લાભ શું છે?

- A) કોઈપણ સ્થળેથી ડેટા એક્સેસ કરી શકાય
- B) ડેટા ડિલીટ થાય
- C) ડેટા ઘટાડે
- D) ડેટા બંધ કરે

10. Data Replication નો અર્થ શું છે?

- A) ડેટા ડિલીટ કરવો
- B) ડેટાની અનેક નકલ બનાવી અલગ સ્થળે સંગ્રહિત કરવી
- C) ડેટા કમ્પ્રેસ કરવો
- D) ડેટા એક્ટિવ કરવો

જવાબ : (1- B), (2- D), (3- B), (4- B), (5- A), (6-D), (7-B), (8-C),
(9-A), (10-B)

15.13. ચાવીરૂપ શબ્દો

- **ડેટા બેકઅપ (Data backup) :** ડેટા બેકઅપ એ ડેટાની ખોટ અટકાવવા અને આકસ્મિક ડિલીટ થઈ જવું, કરપ્ટ થવું અથવા સિસ્ટમ નિષ્ફળતાના કિસ્સામાં ડેટા પુનઃપ્રાપ્તિની સુવિધા માટે ડિજિટલ માહિતીની નકલો બનાવવાની પ્રક્રિયા છે.
- **ડેટા કરપ્ટ (Data Corrupt) :** ડેટા કરપ્શન એ અનિચ્છનીય અને ઘણીવાર બદલી ન શકાય તેવા ફેરફાર અથવા ડિજિટલ માહિતીને નુકસાન કરે છે.
- **ઓનસાઈટ બેકઅપ (Onsite backup) :** ઓનસાઈટ બેકઅપ એ ભૌતિક સ્થાન પર ડેટાની બેકઅપ નકલો સંગ્રહિત કરવાની પ્રથાનો ઉલ્લેખ કરે છે.
- **ઓફસાઈટ બેકઅપ (Offsite backup) :** ઓફસાઈટ બેકઅપમાં મૂળ ડેટા સ્ત્રોતથી અલગ સ્થાન પર ડેટાની ડુપ્લિકેટ નકલો સંગ્રહિત કરવાનો ઉલ્લેખ કરે છે.

- **એક્રિપ્શન (Encryption) :** એક્રિપ્શન એ અનધિકૃત ઍક્સેસને રોકવા માટે માહિતી અથવા ડેટાને કોડમાં રૂપાંતરિત કરવાની પ્રક્રિયા છે.
- **ડિક્રિપ્ટીંગ (Decrypting) :** ડિક્રિપ્ટીંગ એ એક્રિપ્ટેડ અથવા કોડેડ માહિતી (સાઈફરટેક્સ્ટ) ને તેના મૂળ,વાંચી શકાય તેવા સ્વરૂપ (સાદા ટેક્સ્ટ) માં રૂપાંતરિત કરવાની પ્રક્રિયા છે.

15.14 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

- Chen, W. S. Cloud-Based Data Backup and Recovery. Springer, 2015.
- Dubendorf, Ryan. Backup & Recovery: Specialty Solutions for Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises. Auerbach Publications, 2010.
- Morris, Charles D. The Backup Plan Workbook: A Hands-On Guide for Business Continuity and Disaster Recovery. Apress, 2013.
- Olson, Eric. Data Disaster Recovery: A Comprehensive Guide. CRC Press, 2013.
- Preston, W. Curtis. Backup & Recovery: Inexpensive Backup Solutions for Open Systems. O'Reilly Media, 2007.
- Raj, P. S^huraman. Enterprise Backup Solutions: Compl^ae Guide to Selection and Implementation. Auerbach Publications, 2007.
- Rouse, Margar^a. Data Backup: What Managers Need to Know. Aspatore Books, 2007.
- Russell, Travis. Effective Backup and Recovery Policies and Procedures. Apress, 2017.
- Smith, Jim. Data Protection and Recovery in Cloud Computing: Concepts and Strategies. IGI Global, 2013.
- Smith, Mark W. Data Protection and Information Lifecycle Management. Wiley, 2005



સાર્વત્રિક પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા

-: રૂપરેખા :-

16.0 ઉદ્દેશો

16.1 પ્રસ્તાવના

16.2 યુએપી કન્સેપ્ટ અને પ્રોગ્રામનો વિકાસ

16.3 યુએપીની વ્યાખ્યા અને અવકાશ

16.4 UAP ની જરૂરીયાત

16.5 UAP ના પરિમાણો (The Dimensions of UAP)

16.6 એક્સેસ અને ઉપલબ્ધતા: વપરાશકર્તાની દ્રષ્ટિએ

16.7 પ્રકાશનો ઉપલબ્ધ રાખવા KEEPING PUBLICATIONS AVAILABLE

16.8 પ્રકાશનની વિશેષ શ્રેણીઓ

16.9 સારાંશ

16.10 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

16.11 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

16.12 ચાવીરૂપ શબ્દો

16.13 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

16.0 ઉદ્દેશો

આ એકમ વાંચ્યા પછી વિદ્યાર્થીઓ સક્ષમ થશે.

- UAP ના ખ્યાલથી અને પ્રોગ્રામના વિકાસથી પરિચિત થશે.
- UAP ની જરૂરિયાત અને તેના પરિણામોથી અવગત થશે.
- પ્રકાશનો ઉપલબ્ધ રાખવા કેવાં- કેવાં પગલાં ભરવા જોઈએ તેનાથી પરિચિત થશે.
- પ્રકાશનની વિશેષ શ્રેણીઓથી પરિચિત થશે.

16.1 પ્રસ્તાવના

માહિતી એ એક મહત્વપૂર્ણ માનવ સંસાધન છે. ઘણી માહિતી પ્રકાશિત કરવામાં આવતી હોય છે તો ઘણી પ્રકાશિત માહિતી ઉપલબ્ધ થતી નથી તેમજ તે ક્યારે અને ક્યાં છે તેની જાણ પણ હોતી નથી. તો જરૂરી આ ત્રણ માન્યતાઓ પર જ સાર્વત્રિક પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા - UAP - ની સ્થાપના કરવામાં આવી છે. જેના મુખ્ય બે ઉદ્દેશ્ય છે. સૌ પ્રથમ, તેનો ઉદ્દેશ્ય આર્થિક, સામાજિક માટે પ્રકાશિત માહિતીની ઉપલબ્ધતાનું મહત્વ સ્થપિત કરવાનો, શૈક્ષણિક અને વ્યક્તિગત વિકાસ, અને બીજો ઉદ્દેશ માહિતીની સાર્વત્રિક અનુપલબ્ધતાને ઉપલબ્ધ

કરાવવી તે છે. અત્યારના સંજોગોમાં હાલની આ પરિસ્થિતિના નિવારણ માટે કાર્યવાહી હાથ ધરવામાં આવી રહી છે, એવું લાગે છે કે પ્રકાશન ની અનુપલબ્ધતા હજુ પણ સામાન્ય રીતે નોંધપાત્ર સમસ્યા તરીકે ગણવામાં આવે છે. ગ્રંથસૂચિ નિયંત્રણમાં છેલ્લા બે કે ત્રણ દાયકામાં થયેલા નોંધપાત્ર સુધારાઓ, સંપૂર્ણપણે પ્રશંસનીય છે, એનો મતલબ એ નથી કે તેઓ તમામ સાહિત્યની માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવી શકે, પરંતુ તેઓ એક જરૂરી સ્ત્રોત બની શકે. જેના દ્વારા વધુ અને વધુ વપરાશકર્તાઓ વધુ અને વધુ સાહિત્યના અસ્તિત્વ વિશે જાણુત બને છે, તથા જ્યારે તે સામગ્રી પ્રદાન કરવાની સિસ્ટમો ઘણી ઓછી અદ્યતન છે ત્યારે, વધુ સંભવિત ઉપયોગી સામગ્રી તેના પ્રકાશન પછી વધુ અને વધુ ઝડપથી ફલક ઉપર આવે છે. ગ્રંથસૂચિ એક્સેસ પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા સાથે મેળ ખાતી હોવી જોઈએ, આથી જ UAP એ UBC માટેનો આવશ્યક સાથી છે.

બીજું, સુધારેલ ઉપલબ્ધતા માટેની આવશ્યકતાઓ પુસ્તકની ધત્તાને ઓળખવાનો અને તેની ચર્ચા કરવાનો પ્રયાસ કરે છે. દાત. તરીકે UAP ખૂબ પક છે, કારણ કે સુધારેલ ઉપલબ્ધતા અમુક મૂળભૂત કાર્યો અને તેમના કાર્યક્ષમ અમલ પર આધાર રાખે છે, પુસ્તક મુખ્યત્વે કયા અભિગમ દ્વારા રચાયેલ છે તેના દરેક પ્રકરણ કયા કાર્યો સાથે કામ કરે છે, દરેકના તત્વો ઓળખવામાં આવે છે અને આવશ્યકતાઓનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવે છે, ખાસ કરીને જરૂરી કાર્યવાહીના સંદર્ભમાં, બને તેટલા શક્ય ઉકેલો સૂચવવામાં આવે છે. વ્યવહારુ દ્રષ્ટીએ UAP એ અર્થસભર અને ક્રિયા લક્ષી હોવી જોઈએ.

પેરિસમાં મે 1982 માં યુએપી પર યુનેસ્કો/આઈએફએલ(IFLA) દ્વારા ઈન્ટરનેશનલ કોંગ્રેસનું આયોજન કરવામાં આવ્યું. IFLA દ્વારા કોંગ્રેસ માટે મુખ્ય કાર્યકારી દસ્તાવેજ તૈયાર કરવા માટે બંધારણ અને સામગ્રીની સમાન વિચારણાઓ લાગુ થઈ. ઈફલા સાથેના કરાર આધારીત યુએપીનું મુખ્ય મથક યુનેસ્કો છે.

16.2 યુએપી કન્સેપ્ટ અને પ્રોગ્રામનો વિકાસ :

યુએપી કન્સેપ્ટને પ્રથમ ઔપચારિક માન્યતા 1973 માં IFLA ની 39 મી વાર્ષિક ગ્રેનોબલમાં કાઉન્સિલની બેઠકમાં મળી જ્યારે તેનો થીમ UBC હતો. આંતરરાષ્ટ્રીય લેન્ડીંગ અને યુનિયન કેટલોગ સમક્ષ નીચે દર્શાવેલ કેટલાક નિવેદનો મુકવામાં આવ્યા.

- (i) સાર્વત્રિક ગ્રંથસૂચિ નિયંત્રણ સ્થાપિત કરવાના પ્રયત્નો વધશે જેને કારણે ઈન્ટરલેડિંગ સેવાઓની માંગ વધશે.
- (ii) આંતરરાષ્ટ્રીય આંતર પુસ્તકાલય સેવાઓમાં સુધારો લાવવા માટેની ડ્રાઈવને 0180 ડ્રાઈવ સાથે જોડવી જોઈએ.
- (iii) UAP ખાસ કરીને દરેક દેશનું લક્ષ્ય હોવું જોઈએ, ઉપરાંત રાષ્ટ્રીય ગ્રંથસૂચિ, રાષ્ટ્રીય કેન્દ્ર અથવા રાજ્યકીય કેન્દ્રો તેને માટેની વ્યવસ્થા કરશે તેઓ દેશમાં પ્રકાશિત કોઈપણ પ્રકાશનની વિનંતી પર અન્ય રાષ્ટ્રીય કેન્દ્રોને લોન અથવા તેની ફોટોકોપી પ્રદાન કરશે.

પછીના વર્ષમાં વધુ નોંધપાત્ર નિવેદન તરીકે મૂર્ત સ્વરૂપે યુએપીનો મૂળભૂત સિદ્ધાંત, એ જ સમિતિ દ્વારા બનાવવામાં આવ્યો હતો. રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય કોઈપણ કાર્યક્રમમાં આવશ્યક તત્વ તરીકે સાર્વત્રિક પ્રકાશનની ઉપલબ્ધતાનાં આયોજન, અને સાર્વત્રિક ગ્રંથસૂચિ નિયંત્રણના કુદરતી સહવર્તી તરીકે, દરેક દેશની અંદર અને દેશો વચ્ચે પ્રયત્નો કરવા જોઈએ

અને પ્રકાશનોની એક્સેસની ઝડપ વધારીને તેમાં નોંધપાત્ર સુધારો કરીને આંતરલેડિંગ સેવાઓ અને સરળ અને કાર્યક્ષમ પ્રક્રિયાઓ વિકસાવી. અંતિમ ધ્યેય એ સુનિશ્ચિત કરવો જોઈએ કે વિશ્વમાં. જ્યાંથી.. આને જ્યારે કોઈપણ પ્રકાશનની વ્યક્તિગત ઉપયોગ માટે જરૂર હોય ત્યારે તે મૂળ પ્રત અથવાતો તેની નકલ મેળવવા માટે સક્ષમ હોય.

આ માટે યુનિવર્સલ અવેલેબિલિટી ઓફ પબ્લિકેશન્સ શબ્દ અપનાવવામાં આવ્યો અને UAP શબ્દનો સમાવેશ IFLA ના મધ્યમ ગાળાના કાર્યક્રમ 1975-80 માં કરવામાં આવ્યો. 1977 માં IFLA દ્વારા વિમ કૂપ્સની અધ્યક્ષતા હેઠળ એક સમિતિની સ્થાપના કરવામાં આવી અને IFLA ના મુખ્ય સંબંધિત ક્ષેત્રોમાં UAP માટેના કાર્યક્રમનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો અને તેના પ્રતિનિધિઓ તૈયાર કરવામાં આવ્યા. UAP પર પ્રારંભિક કાર્ય 1975 માં બ્રિટિશ લાઇબ્રેરી લેન્ડિંગ ડિવિઝન ખાતે IFLA ઓફિસ ફોર ઇન્ટરનેશનલની અંદર શરૂ થયું હતું. જૂન 1979 એક પૂર્ણ-સમયના સ્ટાફને UAP પ્રોગ્રામ પર કામ કરવા માટે નિયુક્ત કરવામાં આવ્યો જેને માટે સંપૂર્ણપણે IFLA દ્વારા ભંડોળ પૂરું પાડવામાં આવ્યું હતું. યુનેસ્કોએ પણ તેના વિકાસમાં ઊંડો રસ લીધો છે, અને તેને તેના કાર્યક્રમ અને બજેટ 1979-80માં ઔપચારિક રીતે માન્યતા આપી હતી. યુનેસ્કોના રસનો પુરાવો તેના સંખ્યાબંધ સંશોધન પ્રોજેક્ટના ભંડોળ દ્વારા મળે છે અને, સૌથી નોંધપાત્ર રીતે, "યુનેસ્કો/IFLA ઇન્ટરનેશનલ કોંગ્રેસ" તેની સ્પોન્સરશિપ દ્વારા યુએપી ને અનુલક્ષીને, મે 1982 માં પેરિસમાં યોજાઈ હતી. UAP પ્રોગ્રામ શરૂઆતમાં પ્રચાર અને સંશોધન પર કેન્દ્રિત હતો. પરંતુ તેની સમસ્યાઓ જાણવા અને જવાબદારીઓ નક્કી કરવા પ્રકાશકથી લઈને ગ્રંથપાલ, સરકારી સંસ્થાઓ વગેરે તમામ સંબંધિતોના ધ્યાન ઉપર આ સમગ્ર કાર્યક્રમની જાણ કરવી વગેરે બાબતો ઉપર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવામાં આવ્યું. વ્યાખ્યાન અને પેપર, પરિષદો, પ્રકાશિત લેખો અને પત્રિકાઓ દ્વારા UAP ની પ્રસિદ્ધિ હાંસલ કરવામાં આવી છે.

16.3 યુએપીની વ્યાખ્યા અને અવકાશ :

પ્રકાશનોની સાર્વાત્રિક ઉપલબ્ધતા એક ઉદ્દેશ્ય અને કાર્યક્રમ બંને છે. ઉદ્દેશ્ય પ્રકાશિત સામગ્રીની બહોળી શક્ય ઉપલબ્ધતા છે (તે છે, જાહેર ઉપયોગ માટે જારી કરાયેલ રેકૉર્ડ જ્ઞાન) ઇચ્છુક વપરાશકર્તાઓને, ગમે ત્યાં અને જ્યારે પણ તેઓને તેની જરૂર હોય ત્યારે તે ઉપલબ્ધ બને જેને કારણે આર્થિક, સામાજિક, તકનીકી, શૈક્ષણિક અને વ્યક્તિગત વિકાસ શક્ય બને. આ કાર્યક્રમનો ઉદ્દેશ્ય સ્થાનિક અને આંતરરાષ્ટ્રીય તમામ તબક્કે, નવા પ્રકાશનથી લઈને તમામ સ્તરે હકારાત્મક ક્રિયા દ્વારા અથવા અવરોધો દૂર કરીને પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતામાં સુધારો કરવાનો છે.

● UAP નો અવકાશ-

સામાન્ય રીતે કોઈપણ 'પ્રકાશન' એ જાહેર ઉપયોગ માટે જારી કરાયેલ રેકૉર્ડ જ્ઞાન તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે. તેમાં મુદ્દિત સામગ્રીનો સમાવેશ થાય છે (અહેવાલ સાહિત્ય સહિત) જે ક્યાંતો પરંપરાગત સ્વરૂપમાં હોય અથવાતો માઈક્રોફોર્મમાં, કહેવાતા "નોન-બુક મીડિયા" અને ઇલેક્ટ્રોનિક રીતે સંગ્રહિત ગ્રંથોના સ્વરૂપે આ તમામનો ઉપયોગ જ્ઞાનના વધારા માટે થતો હોય છે. મુદ્દિત આર્કાઈવ્સ, ખાસ કરીને રેકૉર્ડસેટ્સ છે તેનો પણ સમાવેશ થાય છે. UAP રેકૉર્ડ, સંગ્રહિત સાહિત્ય અને માહિતી સાથે સંબંધિત નથી પરંતુ અન્ય રીતે તે પ્રસારિત થાય છે. આમ તે કેટલાક હસ્તપ્રતોને

બાકાત રાખે છે, ગોપનીય દસ્તાવેજો, ડેટા બેંકો (દા.ત.) આંકડાકીય માહિતી અને પ્રસારિત માહિતી, મૌખિક શબ્દ દ્વારા પ્રસારિત માહિતી વગેરે. 'જાહેર ઉપયોગ' શબ્દ એ હકીકતને સ્વીકારે છે કે કેટલાક પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા પર પ્રતિબંધો લાદવામાં આવી શકે છે. કેટલાક સરકારી, ઔદ્યોગિક, શૈક્ષણિક અને સંશોધિત માહિતીની ગોપનીયતા ને પણ ધ્યાનમાં રાખીને તેનું સન્માન કરવું જોઈએ. આમ પ્રકાશકો, લેખકો ના માહિતી અધિકારોને ધ્યાનમાં રાખીને તેનો સમાવેશ પ્રકાશનોની સાર્વત્રિક ઉપલબ્ધતા UAP માં માહિતીનું પ્રસારણ કરવું જોઈએ. આમ UAP એ તમામ એવા લોકો સાથે સંબંધિત છે જેવાકે, સંગ્રહ સાથે, પ્રકાશનોનો પ્રસાર, સંરક્ષણ અને ઉપયોગ, લેખક તરફથી, પ્રકાશક અને વિતરક, પુસ્તકાલય, માહિતી અને આર્કાઇવ્સ દ્વારા વપરાશકર્તા માટે, કર્મચારીઓ તેમજ માહિતી મેળવનારા અંતિમ લાભાર્થી વગેરે.

16.4 UAP ની જરૂરીયાત :

UAP બે નિશ્ચિતપણે ધારેલી માન્યતાઓ પર આધાર રાખે છે: જેમકે વિકાસ માટે માહિતી જરૂરી છે; અને તે જ્યાં માહિતી અપૂરતી છે, ત્યાં તેને પ્રદાન કરવા માટેની સિસ્ટમો અને પ્રક્રિયાઓ પ્રસ્તુત કરે છે. ઘણીવાર માહિતી ઉત્પાદકો, નીતિ આયોજકો, મેનેજરો માહિતી મેળવવાના સ્થળ અથવાતો મુલ્યવાન માહિતીથી અજાણ હોય છે. આવા કિસ્સાઓમાં માહિતીના પ્રત્યક્ષ પુરાવા રજૂ કરવા મુશ્કેલ છે. વિકાસ અને વ્યવહારિક સમસ્યાઓના ઉકેલમાં માહિતીએ યોગદાન આપ્યું છે, અથવા જ્યાં માહિતીના અભાવે વિકાસ અટકાવ્યો છે તેવું પણ બન્યું છે, પરંતુ તે સામાન્ય રીતે આ વાત ઉપર સૌ સંમત થશે કે આધુનિક વિશ્વ વધુને વધુ એક પર આધાર રાખે છે એ છે, પૂરતો માહિતીનો પુરવઠો અને માહિતીનો ઝડપી પ્રવાહ જ્યાં હોય તે સ્ત્રોત કે સંગઠનો. માહિતી અલબત્ત ઘણી રીતે પ્રસારિત થાય છે, જેમાંથી પ્રકાશિત માહિતી એક સ્ત્રોત છે.

બુક પ્રોડક્શન અને સપ્લાય કરતા તમામ કાર્યો અને તેના ફાયદા સુધારેલ ઉપલબ્ધતામાંથી વપરાશકર્તાઓ દ્વારા મેળવવામાં આવે છે, જેને નીચે મુજબ મુલવી શકાય છે:

- સાક્ષરતા વિકસાવવા અને જાળવવા માટે આ એક મૂળભૂત કાર્ય છે, પ્રિન્ટેડ માહિતી માંથી સીધો નફો મેળવવાનો મુશ્કેલ છે
- શીખવાની પ્રક્રિયાને સુધારવા અને આગળ વધારવા માટે, સજજ કરવા માટે જ્ઞાનના વ્યાપ અને તેને વિસ્તૃત કરવાની ઇચ્છા ધરાવતી વ્યક્તિઓ કે તેઓ સમાજમાં સંપૂર્ણ અને રચનાત્મક ભૂમિકા ભજવી શકે.
- લોકોને મદદ કરવા માટે, સતત સ્વ-શિક્ષણ શક્ય બનાવવા માટે, ઝડપી સામાજિક ફેરફારોનો પ્રતિસાદ આપવા, વ્યક્તિગત સમૃદ્ધિ લાવવા, સાંસ્કૃતિક વારસાની જાગૃતિ દ્વારા અન્ય દેશો, અને પોતાને સંબંધિત રાષ્ટ્રીય અને સ્થાનિક નીતિઓ અને વિકાસ કરવા.
- પરિણામોનો સંચાર કરીને, નવા ડેટાને સંશ્લેષણ કરીને સંશોધનમાં સહાય કરવા માટે જાણીતી હકીકતો, અને કામના ડુપ્લિકેશન અને સંસાધનોનો બગાડ રોકવા માટે.
- સામાજિક અને આર્થિક પગલાંના આયોજન માટે વિશ્વસનીય ડેટા પ્રદાન કરવા અને ઉદ્યોગ, કૃષિ, દવા વગેરેમાં સુધારેલ ટેકનોલોજીના વિકાસ માટે.

- સરકારો, અધિકારીઓ અને આયોજકોને નિર્ણય લેવામાં મદદ કરવા માટે, આર્થિક, સામાજિક અને તકનીકી વિકાસ યોજનાઓની રચના, અને મહત્તમ અસર માટે રાષ્ટ્રીય અને અન્ય સંસાધનોનો ઉપયોગ વધારવા. ઉપયોગકર્તાઓ ઉપરાંત અન્યપણ લાભાર્થીઓ છે જેમકે,
- લેખકો, જેઓ ઈચ્છે છે કે તેમનું કાર્ય વધુ વ્યાપક રીતે પ્રસારિત થાય.
- પ્રકાશકો, પુસ્તક વિકેતાઓ અને ઉત્પાદન સાથે સંબંધિત અન્ય અને પ્રકાશનોના વિતરણ તરીકે બજારોને વિસ્તૃત કરવામાં આવશે, તેના અવરોધો દૂર કરીને તેની માંગ વધારવામાં આવે.
- પુસ્તકાલયો, આર્કાઇવ્સ અને માહિતી સેવાઓ, વપરાશકર્તાઓને વધુ સારી રીતે તેમની સેવા આપવા માંગે છે
- સરકારો અને જાહેર સંસ્થાઓ, જેને સાક્ષર અને જાણકાર વસ્તીની જરૂર છે.

ઈચ્છુક વપરાશકર્તાઓને જાણવાની જરૂર છે કે શું લખવામાં આવ્યું છે, તે ક્યાં છે પ્રકાશિત, ક્યારે અને કયા સ્વરૂપમાં થયું છે. આ જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે ખૂબ ધ્યાન આપવામાં આવે છે, ગ્રંથસૂચિ નિયંત્રણમાં સુધારાઓ પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવામાં આવે છે. IFLA, સાથે યુનેસ્કોનું સમર્થન, આ વિકાસમાં મોખરે રહ્યું છે. UBC ના પ્રોગ્રામનો ઉદ્દેશ્ય 'તમામ દેશોમાં જારી કરાયેલા પ્રકાશનોને અંતરરાષ્ટ્રીય સ્વીકાર્ય વાંગ્સયસૂચી ડેટા ને અનુસરીને તાત્કાલિક ઉપલબ્ધ કરાવવાનો છે.

16.5 UAP ના પરિમાણો (The Dimensions of UAP) :

યુએપી બહુ-પરિમાણીય છે, અને તેને તિવિધ દ્રષ્ટીએ મુલવી શકાય છે., જેમકે

કાર્યો: પ્રકાશન, પ્રકાશનોનું વિતરણ, સંપાદન દ્વારા ખરીદી, વિનિમય, ભેટ અને અન્ય માધ્યમો, પ્રકાશનોનું ધિરાણ મૂળમાં અથવા, પ્રવર્તમાન કૉપિરાઈટની શરતોમાં કાયદો, નકલો તરીકે, અને ભવિષ્યને પહોંચી વળવા પ્રકાશનોની જાળવણી વગેરે જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે.

સ્તરો: સ્થાનિક, દેશોની અંદર પ્રાદેશિક, રાષ્ટ્રીય, આંતરરાષ્ટ્રીય (બંને પ્રાદેશિક અને વિશ્વવ્યાપી).

સંસ્થાઓ: વ્યક્તિગત સંસ્થાઓ, સ્થાનિક (રાજ્ય) સરકારો, રાષ્ટ્રીય સરકારો, વ્યાવસાયિક સંગઠનો (રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય), આંતરરાષ્ટ્રીય સંગઠનો અને સંસ્થાઓ.

16.6 એક્સેસ અને ઉપલબ્ધતા: વપરાશકર્તાની દ્રષ્ટિએ :

પ્રકાશનો ઉપલબ્ધ કરાવવાનો અંતિમ ઉદ્દેશ્ય વપરાશકર્તાઓને સેવા આપવાનો છે, અને પુસ્તક સપ્લાય, એક્વિઝિશન, ઈન્ટરલેન્ડિંગ અને સતત ઉપયોગ માટે રીટેન્શન વપરાશકર્તાઓને સમાવિષ્ટ પ્રકાશનો પ્રદાન કરવાના તમામ માધ્યમો છે તેમને જરૂરી માહિતી; ઉપલબ્ધતાની સાંકળ જે લેખકોથી શરૂ થાય છે, તેના અંતમાં વપરાશકર્તાઓ છે. અસરકારક સિસ્ટમોના વિકાસ માટે બંનેની જરૂર છે, પૂર્વનિર્ધારિત પ્રાથમિકતાઓ અનુસાર લોકોના વિવિધ વર્ગોને સેવા આપવા માટે એકંદરે વસ્તીની જરૂરિયાતોની સમજ અને ડિઝાઇન હોવી આવશ્યક છે. દેશના દરેક વ્યક્તિ ઉપયોગકર્તા છે, અને એવી સિસ્ટમ વિકસાવવી જોઈએ જે તેઓની તમામ

માંગ ને પૂરી કરવા માટે સક્ષમ હોય. વિવિધ પ્રકારના વપરાશકર્તાઓ હોય છે. માહિતીના ગુપ્ત વપરાશકર્તા તરીકે સરકાર મુખ્ય ઉપભોક્તા હોય છે. ઉપલબ્ધતાના સુધારણા માટે, પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ રીતે સરકાર નો ફાળો મહત્વનો રહેતો હોય છે, ખાસ કરીને સરકારી સ્ત્રોતોની ઉપલબ્ધતા માટે. સતત શિક્ષણને આગળ વધારવા માટે 'વ્યવસાયિક જ્ઞાન', 'બૌદ્ધિક જ્ઞાન'ની જરૂર પડી શકે છે. જે ઉપયોગકર્તાની સમજણને આગળ ધપાવે છે. કલા, માનવતા અને વિજ્ઞાન, જે તેના અંગત જીવનને સમૃદ્ધ બનાવે છે. વાંચનના આનંદ માટે, નવીન વિચારને અનુસરવા અથવા ફક્ત જ્ઞાનની શોધખોળ કરવા માટે, વ્યક્તિની જન્મજાત જિજ્ઞાસાને સંતોષવા, વાંચવાના વગેરે માન્ય હેતુઓ છે. લોકો નૈતિકતાની ધાર્મિક અને દાર્શનિક આંતરદષ્ટિની જરૂરિયાત અનુભવે છે, વ્યક્તિઓની જેમ સંસ્થાઓને પણ માહિતી અને જ્ઞાનની જરૂર છે. સ્થાનિક સ્તરે ગ્રંથાલયો અને માહિતી કેન્દ્રો દ્વારા માહિતી અથવા પ્રકાશનોની વાચકો મેળવી શકે છે. જોકે વપરાશકર્તાઓને ખ્યાલ આવે છે કે તેઓ ઘણીવાર ઈચ્છે તે સમયે તેઓ ઈચ્છતા પ્રકાશનો મેળવી શકતા નથી, અને તે એક ચિંતાનો વિષય છે. થોડા લોકો સુધારેલ સેવાથી, તેના ફાયદાઓથી વાકેફ છે. પ્રકાશનોની ઉપાદેયતા કે પ્રખ્યતા માટે તૈયાર કરવામાં આવતી વિવિધ પદ્ધતિઓ અને આયોજન પ્રલેખનકારો, ગ્રંથપાલો, માહિતી અધિકારીઓ, આર્કાઇવિસ્ટ વગેરે દ્વારા તૈયાર થતી હોય છે જેના અમલિકારણ નું ધ્યાન ટેકનિકલ જ્ઞાતાઓ દ્વારા રાખવામાં આવતું હોય છે. કમનસીબે વપરાશકર્તાઓ તેઓની સાથે સામેલ હોતા નથી. તેઓ યુઝરના વ્યવસ્થિત પૃથ્થકરણમાં, તેઓની જરૂરિયાતોનો થોડો વ્યવહારુ અનુભવ ધરાવતા હોય છે, અને ઘણા તેની તકનીકીને તથા અમલીકરણ અને કામગીરીને કુશળતાથી નિભાવે છે.

16.7 પ્રકાશનો ઉપલબ્ધ રાખવા KEEPING PUBLICATIONS AVAILABLE :

કાયમી ઉપલબ્ધતા સુનિશ્ચિત કરવાની જરૂરિયાત ને ધ્યાનમાં રાખીને જોઈએ તો UAP નું આવશ્યક તત્વ પ્રકાશનોની કાયમી ઉપલબ્ધતા છે. વ્યાપારી ચેનલો દ્વારા ઉપલબ્ધ થયેલા પ્રકાશનોની સંખ્યા અનિવાર્યપણે ખૂબ જ મર્યાદિત રહેતી હોય છે, મોટાભાગના દેશોમાં છેલ્લામાં છેલ્લા પ્રકાશિત થયેલા કાર્યો માટે ત્રણ વર્ષ, અને કેટલાકમાં હજુ પણ ટૂંકા ગાળા માટે. સેકન્ડ હેન્ડ ખરીદી કરી શકાય છે, પરંતુ માત્ર થોડી માત્રામાં. પુસ્તકાલયોની મુખ્ય અને ખરેખર અનન્ય ભૂમિકાઓમાંની એક છે, ભૂતકાળના ઉપલબ્ધ પ્રકાશનો ઉપલબ્ધતા. બધી લાઈબ્રેરીઓમાં સ્ટોરેજ ફંક્શન હોય છે, પરંતુ વિવિધ પ્રકારની લાઈબ્રેરી દ્વારા તેની સાથે જોડાયેલ મહત્વ અને તે પણ સમાન પ્રકારની વિવિધ પુસ્તકાલયોના કાર્યપદ્ધતિ નોંધપાત્ર રીતે બદલાઈ શકે છે. સંસ્થા રિપોઝીટરી તરીકે સેવા આપી શકે છે. કેટલીક, ખાસ કરીને રાષ્ટ્રીય અને મુખ્ય શૈક્ષણિક પુસ્તકાલયો, તેમની પાસેના તમામ પ્રકાશનોની ઓછામાં ઓછી એક નકલ જાળવી રાખવાની જવાબદારી નિભાવતા હોય છે. જોકે આ જવાબદારી કોઈ પણ રીતે સાર્વત્રિક રીતે સ્વીકૃત નથી, કારણ કે તે પરિપૂર્ણ કરવું મુશ્કેલ બને છે. અન્ય, ખાસ કરીને જાહેર અને ઔદ્યોગિક પુસ્તકાલયો, પ્રલેખોના ચલણ અને ઉપયોગીતા સાથે વધુ ચિંતિત છે. જૂની સામગ્રીની જાળવણી કરતાં હોય ત્યારે તેમના સ્ટોકમાં, અને વસ્તુઓનો વપરાશ ઓછો જણાય ત્યારે તેની વણઉપયોગી સામગ્રીને સામાન્ય રીતે સ્ટોકમાંથી રદ કરવામાં આવે છે. આ માટે કોપીરાઈટ વિભાગ ધરાવતાં રાષ્ટ્રિય અને કેન્દ્રિય ગ્રંથાલયો પ્રકાશનોની રિપોઝીટરી ધારાવતા હોય છે. જે યુએપીમાં મહત્વનું યોગદાન આપી શકે છે. રાષ્ટ્રીય સંગ્રહ સુવિધાનો ખ્યાલ વીસમી સદીની શરૂઆતમાં જોઈ શકાય છે. પ્રલેખ ભંડાર સ્થાનિક, પ્રાદેશિક અથવા રાષ્ટ્રીય હોઈ શકે છે. તેની કાર્ય પદ્ધતિ રાજકીય અને વહીવટી વિચારણાઓ દ્વારા નક્કી કરવામાં આવે

છે. સંઘીય બંધારણ ધરાવતા દેશમાં, ઉદાહરણ તરીકે રાષ્ટ્રીય રીપોઝીટરી એક આદર્શ ઉકેલ હોઈ શકે છે. તેઓને વાસ્તવિક જવાબદારી સોંપવામાં આવી શકે છે જેને રાજ્ય સ્તર સુધી વિસ્તારી શકાય છે. રિપોઝીટરીઝ ચોક્કસ વિષય વિસ્તાર પર સામગ્રીને આવરી લેવા માટે ડિઝાઇન કરવામાં આવી શકે છે અથવા તેઓ તમામ વિષયોને આવરી લેતા હોય છે. વિષય દ્વારા વિભાજન ડિવિઝિયન તરફ દોરી શકે છે. વિવિધ પ્રકારની સંસ્થા દ્વારા સેવા આપવા માટે રિપોઝીટરીઝ/ભંડાર સ્થાપિત કરી શકાય છે. ડુપ્લિકેટના વિતરણમાં રીપોઝીટરી સક્રિય ભૂમિકા ભજવી શકે છે. આ માટે જરૂરી છે કે ભંડારમાં સ્થાનાંતરિત સામગ્રીની માલિકી હસ્તગત રાખેલ સ્ટોકના એકીકરણ અને વિભાજન માટે પરવાનગી આપી ડુપ્લિકેટ નકલો ને અન્ય પુસ્તકાલયોને મોકલી શકાય છે. ઘણા દેશોમાં પ્રકાશનોનો નોંધપાત્ર સંગ્રહ ખાનગી ધોરણે સંગ્રહિત હોય છે. આમાના ઘણાં સંગ્રહો મુલ્યવાન હોય છે, જે દેશ માટે અનન્ય હોઈ શકે. આવા સંગ્રહોની જાળવણી માટે હેરિટેજ ભંડાગાર / રાષ્ટ્રીય વારસા ભંડોળની રચનાને વિકસાવવામાં આવે છે, તેમજ આવા સંગ્રહોના એક્સપોર્ટ માટે લાઈસન્સ ફરજિયાત બનતું હોય છે. કેટલાક મુખ્ય પરિબળો વ્યક્તિગત દેશોમાંના વિવિધ રીપોઝીટરીની સફળ સ્થાપનાને પ્રભાવિત કરે છે, જેમકે સામગ્રીની માલિકી, મેનેજમેન્ટ ક્ષમતા, રેલિગેશન મુદ્દાઓ, વપરાશકર્તા જરૂરિયાતો વગેરે.

રિપોઝીટરીઝનો મુખ્ય ઉદ્દેશ બિનજરૂરી ડુપ્લિકેશન ઘટાડીને નાણાં બચાવવાનો છે, દેશમાં ઉપલબ્ધ સામગ્રીની શ્રેણીને વિસ્તૃત કરીને સંસ્થાઓ, અથવા સસ્તી સંગ્રહ પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરીને નાણાની બચત કરવી. જેને માટે કેટલાક મોડેલનો વિકાસ કરી શકાય, જેમકે, ફરજિયાત ડિપોઝિટ સાથે સિંગલ નેશનલ રિપોઝીટરી, સ્વૈચ્છિક થાપણ સાથે રાષ્ટ્રીય ગ્રંથભંડાર, સ્થાનિક અને પ્રાદેશિક ભંડારોનું નેટવર્ક, વિવિધ સંસ્થાઓની સાથે રહીને વિતરિત રીપોઝીટરી કાર્ય, રિપોઝીટરી સિસ્ટમના પસંદગીના પ્રકાર નક્કી કરીને વગેરે. આયોજન અને પ્રેક્ટિસના કેટલાક ઉત્તમ ઉદાહરણો હોવા છતાં પણ મોટા ભાગના દેશોમાં રિપોઝીટરીઝને ઓછી પ્રાથમિકતા આપવામાં આવે છે. અત્યાધુનિક યુગમાં ઇન્ટરનેટ નએ માહિતી ટેકનોલોજીને કારણે આ સમસ્યાનો ઉકેલ શક્ય બન્યો છે.

16.8 પ્રકાશનની વિશેષ શ્રેણીઓ :

જ્યારે પરંપરાગત પુસ્તકો અને જર્નલ્સની ઉપલબ્ધતા સાર્વાત્રિક રીતે દૂર જણાય છે ત્યારે, તેની ઓળખ, સંપાદન સુધારવા માટે ઘણું બધું કરી શકાય છે.

⇒ સત્તાવાર પ્રકાશનો :

રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય બંને, સ્તરે સત્તાવાર પ્રકાશનનું વોલ્યુમ ખૂબ જ વિશાળ છે. હાર્ડ કોપી પ્રકાશનોના વિશ્વના પાંચ ટકા ઉત્પાદન એકલા યુનાઈટેડ નેશન્સ દ્વારા થઈ રહ્યું હોવાનો એક અંદાજ છે. આ ઉપરાંત વિશાળ સ્તરે માહિતીનો અને જ્ઞાનના વિસ્ફોટને કારણે અંદાજિત 85% સાહિત્ય એવું છે, જે વાંચ્યા વગરનું રહી જાય છે. સરકારી પ્રકાશનો મોટા ભાગે સરકારી પ્રેસ દ્વારા પ્રકાશિત હોય છે, તેમજ તેના વેચાણ કેંદ્ર દ્વારા પ્રસારિત થતા હોય છે. કેટલાંક ભેટ સ્વરુપે વિવિધ સરકારી, અર્ધસરકારી શૈક્ષણિક ગ્રંથાલયો માં મોકલવામાં આવતા હોય છે. કેટલાક દેશોએ તેમના વિભાગીય પ્રકાશન અને વિતરણ તેમજ કેટલીક વસ્તુઓ માટે ઘણું કેન્દ્રીયકરણ કર્યું છે. ખાસ કરીને બિનપરંપરાગત સાહિત્યમાંથી પણ મેળવી શકાય છે. વ્યક્તિગત વિભાગો. કેટલીક

એજન્સીઓ વ્યાપક વિતરણ માટે પ્રલેખોની ખાતરી કરવા માટે વ્યાપારી પ્રકાશકોનો ઉપયોગ કરે છે. યુનેસ્કોએ આ ક્ષેત્રે અનેક કાર્યો કર્યા છે. જેમકે આ ક્ષેત્રમાં વિવિધ વિષયોને લગતા અભ્યાસ અને પરિસંવાદો દ્વારા, ઉપલબ્ધતા અને સત્તાવાર ઉપયોગ ..h™k«f kp™k kkk IFLA, સાથે સહકાર દ્વારા કાર્ય કરીને, સંયુક્ત રાષ્ટ્રના ઉપયોગ પરનું એક ત્રણ વિકાસશીલ દેશોમાં દસ્તાવેજો વગેરે. એવી આશા રાખવામાં આવે છે કે આવા વિવિધ અભ્યાસોના પરિણામો આ ક્ષેત્રની યોગ્ય કરવાના કાર્યોને ઓળખવામાં મદદ કરશે.

⇒ બિન-પરંપરાગત પ્રકાશનો:

બિન-પરંપરાગત પ્રકાશનો, જેને ઘણીવાર 'ગ્રે સાહિત્ય' કહેવામાં આવે છે, તેને સામાન્ય વ્યાપારી પ્રકાશન અને વિતરણ દ્વારા જારી કરવામાં આવતા નથી. આ પ્રકાશનોના નિયંત્રણ, સંપાદન અને જોગવાઈમાં ખાસ મુશ્કેલીઓ થતી હોય છે. આ સાહિત્ય માથી કેટલાક સૂચિબદ્ધ થઈ શકે છે. જેઓ રાષ્ટ્રીય ગ્રંથસૂચિમાં અને સારંશ જર્નલ્સ અને કેટલીક અનુક્રમણિકામાં પ્રકાશિત હોય છે, પરંતુ એક મોટો હિસ્સો ગ્રંથસૂચિની રીતે નિયંત્રિત નથી, અને આ સાહિત્ય અનિવાર્યપણે 'ગ્રે સાહિત્ય' ના સંગ્રહમાં અપૂર્ણ હોલ્ડિંગમાં પ્રતિબિંબિત થતું હોય છે.

આ અનુસંધાને વિવિધ પગલાં લેવામાં આવ્યા છે. ઉદાહરણ તરીકે, યુનાઈટેડ માં અમેરિકાના રાજ્યો અને USSR, NTIS અને VINITI અનુક્રમે આ બાબતને લઈને ચિંતિત છે. અહેવાલ સાહિત્ય સાથે, અને ફેડરલ રિપબ્લિક ઓફ જર્મની સેન્ટ્રલમાં વિષય પુસ્તકાલયો ગ્રે સાહિત્યને આવરી લેવાનો પ્રયાસ કરે છે. ચોક્કસ ક્ષેત્રોમાં ગ્રે સાહિત્યના સંગ્રહ અને પુરવઠામાં અન્ય દેશોમાં સમાન પ્રવૃત્તિઓ થઈ રહી છે. આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે, યુરોપિયન કોમ્યુનિટીઝના કમિશને SIGLE (System for Information on Grey Literature in Europe) લોન્ચ ર્યું છે, જેની સભ્ય દેશોને કેન્દ્રોમાં આની ડિઝાઈન તૈયાર કરવામાં આવી છે. એગ્રીસ (AGRIS) જેવી વિશ્વવ્યાપી માહિતી પદ્ધતિ પણ આવા સાહિત્ય માટે ચિંતિત છે. એવું જણાય છે કે સાહિત્યની પ્રખ્યાતા નું કવરેજ હજુ પણ ઘણે અંશે અપૂર્ણ છે અને ઘણી મૂલ્યવાન પ્રકાશિત માહિતી હજુ પણ અજ્ઞાત છે.

⇒ દુર્લભ અને મૂલ્યવાન પ્રકાશનો :

દુર્લભ અને મૂલ્યવાન પ્રકાશનો પણ વિશેષ તરીકે ધ્યાનમાં લેવા યોગ્ય શ્રેણી છે. જૂની કૃતિઓ સાથે વિદેશી પ્રકાશનો રાષ્ટ્રીય ગ્રંથાલય તેમજ જુના ગ્રંથાલયોમાં સંગ્રહિત હોય છે. આવા સાહિત્યની વાંડમય સૂચિગત નોંધ જે તે સમયને આધારિત તૈયાર થયેલા હોય છે, જેથી આધુનિક યુનિયન કેટલોગમાં આ માહિતીનો સમાવેશ કરવામાં મુશ્કેલી સર્જાતી હોય છે. મોટાભાગના વિકસિત દેશોમાં વણશોધાયેલ અથવા રેકૉર્ડ ન કરાયેલ સામગ્રીનો જથ્થો કદાચ નોંધપાત્ર છે ઉદાહરણ તરીકે ચર્ચમાં, મઠો વગેરેમાં. દુર્લભ પુસ્તકોની ઉપયોગિતા વધારવા માટે તેમજ તે દુર્લભ જ્ઞાનને લોકો સુધી પહોંચાડવા ચોક્કસપણે યુનિયન કેટલોગની જરૂર છે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

નોંધ : i) નીચે અંપેલી ખંલી જગ્યંમાં દમરં જવંબ લખે.

ii) એકમને આદે અંપેલં જવંબે તથે દમરં જવંબે તરખંવે.

1) UAP ની વ્યાખ્યા આપી તેના અવકાશ વિશે જણાવો.

૨) UAP ના પરિણામો વિશે જણાવો.

૩) પ્રકાશનની વિશેષ શ્રેણીઓના નામ જણાવો.

16.9 સમાપન :

સમયસર અને સચોટ માહિતી આર્થિક, સામાજિક અને વ્યક્તિગત વિકાસ માટે જરૂરી છે. પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા હાલમાં ઘણી દૂર જણાય છે, આથી વપરાશકર્તાઓ માટે પ્રકાશનો ઉપલબ્ધતા સુધારવા માટે સાર્વત્રિક અને ગંભીર પ્રયાસોની જરૂર છે. આ માટે અનેક અવરોધોનો સામનો કરવો પડી શકે છે, જેમકે,

- આર્થિક: માનવ, નાણાકીય અને અન્ય સંસાધનોની અછત, ને કારણે આ ક્ષેત્ર પૂરી પાડી શકાય તેવી સેવાઓ અને સુધારણાના અવકાશને આર્થિક બબતો મર્યાદિત કરે છે.
- તકનીકી; રિપ્રોગ્રાફિક સાધનોનો અભાવ, અપૂરતી જાળવણી, કાગળ અને સ્પેરપાર્ટ્સની અછત, અનિયમિત વિદ્યુત પુરવઠો, અપૂરતો પ્રિન્ટીંગ અને બંધનકર્તા સાધનો, માઈક્રોફોર્મ્સનો ઉપયોગ કરવા માટે સાધનોનો અભાવ, ઓડિયો-વિડિયુઅલ મીડિયા અને કોમ્પ્યુટરાઈઝ્ડ સેવાઓ. પરંતુ આધુનિક સમયમાં ટેકનોલોજીના બહોળા વિકાસને કારણે આ આવરોધ ઘણે અંશે દૂર થયો છે.
- સામાજિક-સાંસ્કૃતિક: નીચું શિક્ષણ સ્તર, સેવાઓનો ઉપયોગ કરવાની નબળી પ્રેરણા, રીપેકીંગ અને માહિતીની નબળી રજૂઆત, ભાષા અવરોધો, માહિતીના ઉપયોગમાં તાલીમ અને પરંપરાનો અભાવ, પરિવર્તન સામે પ્રતિકાર, માહિતીના ઘણા ફાયદાઓથી અજાણ રહેવાને કારણે થતો અવરોધ.
- કાનૂની: ઉપયોગ સાથે સંકળાયેલ પ્રકાશિત સામગ્રી જે કાયદાના ધારા ધોરણોના બિનજરૂરી પ્રતિબંધો અને કેયાઓને કારણે પ્રાપ્ય ન બનતી હોય.
- રાજકીય: સુરક્ષાના અભાવે સેન્સરશિપ પ્રતિબંધો યોગ્ય નીતિઓ અને યોજનાઓ અને યોગ્ય ઈન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર, એક શાસકીય અને અમલદારશાહી વહીવટી અને નાણાકીય પ્રક્રિયાઓનું કારણ પણ યુ.એ.પી. માં અવરોધ ઉભો કરે છે.

- ભૌતિક: ભૌતિક સેવાઓથી અંતર, અને વ્યક્તિગત વિકલાંગતા, નવિન ટેકનોલોજીને ના અપનાવવાની માનવ સહજ પ્રવૃત્તિ પણ અવરોધ રુપ બને છે.
- કાર્યાત્મક: સંગઠનમાં સંચાલનની વિવિધ પદ્ધતિઓની બિનઅસરકારક કામગીરી, અસરકારક નીતિઓ અને પ્રક્રિયાઓ નો અભાવ, સાધનોનો અભાવ, અપૂરતું ગ્રંથસૂચિ નિયંત્રણ, પુસ્તક વેપાર અને પુસ્તકાલયો મા અપૂરતા પ્રશિક્ષિત કર્મચારીઓનો અભાવ, પુસ્તકાલય દ્વારા અપાતી સેવાઓની નિષ્ફળતાઓને અવગણવી વગેરે.
ઉપરોક્ત અવરોધોને ધ્યાનમાં રાખીને સાર્વત્રિક પ્રકાશનની ઉપલબ્ધતાને માટેની મૂળભૂત આવશ્યકતાઓ અગાઉના મુદ્દાઓની ચર્ચાઓને ધ્યાનમાં રાખીને તેને માટેની મૂળભૂત જરૂરીયાતો નીચે મુજબ છે.
- વાસ્તવિક અને સંભવિત વપરાશકર્તાઓની જરૂરિયાતોનું મૂલ્યાંકન કરી. પ્રકાશનો દ્વારા તેઓ કેટલા દૂર છે તે જાણીને યુએપીનુ માળખુ તૈયાર કરી શકાય.
- દરેક દેશમાં દેશોની અંદર લોકોની જરૂરિયાતો માટે અને આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે પ્રકાશકોના પ્રકાશન અને વિતરણ કાર્યોમાં ચોક્કસ માનાંક ધોરણો નક્કી કરવાં.
- ગ્રાહકોને સામગ્રીની તાત્કાલિક ઉપલબ્ધતાની ખાતરી કરવા માટે અસરકારક પુસ્તક વેપાર ચેનલોની રચના અથવા સુધારણા કરવી.
પુસ્તકાલયો, ડોક્યુમેન્ટેશન કેન્દ્રો અને આર્કાઇવ્સ દ્વારા વિકાસ સામગ્રીના સંપાદન માટે તથા પ્રલેખોની ખરીદી, ભેટ, વિનિમય અથવા અન્ય માધ્યમો દ્વારા, વર્તમાન અને ભવિષ્યની સેવા આપવા માટેની પ્રક્રિયાઓને ધ્યાનમાં રાખીને અસરકારક નીતિઓ તૈયાર કરવી અને આ માટે માં સમનતા સાધવી.
- પુસ્તકાલયો, દસ્તાવેજીકરણ કેન્દ્રો અને આર્કાઇવ્સ દ્વારા સ્થાનિક તથા દૂરના વપરાશકર્તાઓને પ્રકાશનોની, પ્રલેખોની પ્રતોનો પુરવઠો મળી રહે તે મુજબની નીતિઓ નુ ઘડતર કરવું.
- દરેક દેશોમાં ઓછામાં ઓછા એક તેના પુસ્તકાલયો અને આર્કાઇવ્સ દ્વારા કાયમી ધોરણે કાયમી જાળવણી અને સંરક્ષણ માટે હસ્તગત પ્રકાશનોની એક-એક નકલને સુરક્ષીત કરવી જરૂરી છે.
- વર્તમાન અને ભવિષ્યને ધ્યાનમાં રાખીને સ્થાનિક, રાષ્ટ્રિય તેમજ વૈશ્વિક ધોરણે પ્રલેખોને આંતર ગ્રંથાલય આદાન પ્રદાન દ્વારા ઉપલબ્ધ બનાવવા માટેની પદ્ધતિ તૈયાર કરવી.
- વ્યાવસાયિક અને તકનીકી માનવશક્તિ વધારવા અને સુધારવાનાં પગલાં લેવા.
- શક્ય તેટલા લોકોમાં વાંચન અને તેને લગતી સુવિધાનો વિકાસ કરવો અને પ્રારંભિક તબક્કામાંથી માહિતીનું સંચાલન કરવું જેથી શરુઆતથી જ ઉપભોક્તાઓ માહિતીની ઉપયોગીતાને સમજી શકે.
- ઉપભોક્તાઓની સક્રિય ભાગિદારીને વેગ આપવો.
- માહિતી અને પ્રલેખોના ઉપયોગ અંગેની જાગરૂકતા અને યોગ્ય રીતે નવી ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરવા માટે પ્રેરણા પુરી પાડવી.

16.10 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

૧. પ્રકાશનોની સાર્વત્રિક ઉપલબ્ધતા એક ઉદ્દેશ્ય અને કાર્યક્રમ બંને છે. ઉદ્દેશ્ય પ્રકાશિત સામગ્રીની બહોળી શક્ય ઉપલબ્ધતા છે (તે છે, જાહેર ઉપયોગ માટે જારી કરાયેલ રેકૉર્ડ જ્ઞાન) ઈચ્છુક વપરાશકર્તાઓને, ગમે ત્યાં અને જ્યારે પણ તેઓને તેની જરૂર હોય ત્યારે તે ઉપલબ્ધ બને જેને કારણે આર્થિક, સામાજિક, તકનીકી, શૈક્ષણિક અને વ્યક્તિગત વિકાસ શક્ય બને. આ કાર્યક્રમનો ઉદ્દેશ્ય સ્થાનિક અને આંતરરાષ્ટ્રીય તમામ તબક્કે, નવા પ્રકાશનથી લઈને તમામ સ્તરે હકારાત્મક ક્રિયા દ્વારા અથવા અવરોધો દૂર કરીને પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતામાં સુધારો કરવાનો છે.

● UAP નો અવકાશ

સામાન્ય રીતે કોઈપણ ‘પ્રકાશન’ એ જાહેર ઉપયોગ માટે જારી કરાયેલ રેકૉર્ડ જ્ઞાન તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે. તેમાં મુદ્રિત સામગ્રીનો સમાવેશ થાય છે (અહેવાલ સાહિત્ય સહિત) જે ક્યાંતો પરંપરાગત સ્વરૂપમાં હોય અથવાતો માઈક્રોફોર્મમાં, કહેવાતા “નોન-બુક મીડિયા” અને ઇલેક્ટ્રોનિક રીતે સંગ્રહિત ગ્રંથોના સ્વરૂપે આ તમામનો ઉપયોગ જ્ઞાનના વધારા માટે થતો હોય છે. મુદ્રિત આર્કાઈવ્સ, ખાસ કરીને રેકૉર્ડ સેટ્સ છે તેનો પણ સમાવેશ થાય છે. UAP રેકૉર્ડ, સંગ્રહિત સાહિત્ય અને માહિતી સાથે સંબંધિત નથી પરંતુ અન્ય રીતે તે પ્રસારિત થાય છે. આમ તે કેટલાક હસ્તપ્રતોને બાકાત રાખે છે, ગોપનીય દસ્તાવેજો, ડેટા બેંકો (દા.ત.) આંકડાકીય માહિતી અને પ્રસારિત માહિતી, મૌખિક શબ્દ દ્વારા પ્રસારિત માહિતી વગેરે. ‘જાહેર ઉપયોગ’ શબ્દ એ હકીકતને સ્વીકારે છે કે કેટલાક પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા પર પ્રતિબંધો લાદવામાં આવી શકે છે. કેટલાક સરકારી, ઔદ્યોગિક, શૈક્ષણિક અને સંશોધિત માહિતીની ગોપનીયતા ને પણ ધ્યાનમાં રાખીને તેનું સન્માન કરવું જોઈએ. આમ પ્રકાશકો, લેખકો ના માહિતી અધિકારોને ધ્યાનમાં રાખીને તેનો સમાવેશ પ્રકાશનોની સાર્વત્રિક ઉપલબ્ધતા UAP માં માહિતીનું પ્રસારણ કરવું જોઈએ. આમ UAP એ તમામ એવા લોકો સાથે સંબંધિત છે જેવાકે, સંગ્રહ સાથે, પ્રકાશનોનો પ્રસાર, સંરક્ષણ અને ઉપયોગ, લેખક તરફથી, પ્રકાશક અને વિતરક, પુસ્તકાલય, માહિતી અને આર્કાઈવ્સ દ્વારા વપરાશકર્તા માટે, કર્મચારીઓ તેમજ માહિતી મેફવનારા અંતિમ લાભાર્થી વગેરે.

૨. યુએપી બહુ-પરિમાણીય છે, અને તેને તિવિધ દ્રષ્ટીએ મુલવી શકાય છે., જેમકે

કાર્યો: પ્રકાશન, પ્રકાશનોનું વિતરણ, સંપાદન દ્વારા ખરીદી, વિનિમય, ભેટ અને અન્ય માધ્યમો, પ્રકાશનોનું ધિરાણ મૂફમાં અથવા, પ્રવર્તમાન કૉપિરાઈટની શરતોમાં કાયદો, $TM \div kOEf \mu y TM/ArO \gg TM.nKpeO$ પ્રકાશનોની જાળવણી જાફવણી વગેરે જરૂરિયાતોને પહોંચી વફવા માટે.

સ્તરો: સ્થાનિક, દેશોની અંદર પ્રાદેશિક, રાષ્ટ્રીય, આંતરરાષ્ટ્રીય (બંને પ્રાદેશિક અને વિશ્વવ્યાપી).

સંસ્થાઓ: વ્યક્તિગત સંસ્થાઓ, સ્થાનિક (રાજ્ય) સરકારો, રાષ્ટ્રીય સરકારો, વ્યાવસાયિક સંગઠનો (રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય), આંતરરાષ્ટ્રીય સંગઠનો અને સંસ્થાઓ.

૩. પ્રકાશનની વિશેષ શ્રેણીઓના નામ આ પ્રમાણે છે :

- 1) સત્તાવાર પ્રકાશનો
- 2) બિન-પરંપરાગત પ્રકાશનો
- 3) દુર્લભ અને મૂલ્યવાન પ્રકાશનો

16.11 બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો ઉત્તર સહિત

બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો :

1. UAP નું સંપૂર્ણ નામ શું છે?

- A) Universal Access Programme
- B) Universal Availability of Publications
- C) United Access of Publications
- D) Universal Archive Programme

2. UAP નો મુખ્ય ઉદ્દેશ શું છે?

- A) પુસ્તકોનું પ્રકાશન કરવું
- B) પ્રકાશિત માહિતી સૌને ઉપલબ્ધ કરવી
- C) પુસ્તકોનું વેચાણ કરવું
- D) પુસ્તકોનું સંશોધન કરવું

3. UAP કાર્યક્રમ સાથે મુખ્ય રીતે કઈ સંસ્થા જોડાયેલી છે?

- A) WHO
- B) IFLA
- C) UNICEF
- D) WTO

4. UAP કોના માટે મહત્વપૂર્ણ છે?

- A) માત્ર પ્રકાશકો માટે
- B) માત્ર પુસ્તકાલયો માટે
- C) બધા વપરાશકર્તાઓ માટે
- D) માત્ર લેખકો માટે

5. UAP નો વિચાર સૌપ્રથમ કયા વર્ષમાં સ્વીકારવામાં આવ્યો?

- A) ૧૯૬૦
- B) ૧૯૭૩
- C) ૧૯૮૫
- D) ૧૯૯૦

6. UAP નો વિકાસ કયા ક્ષેત્રમાં વધુ મહત્વનો છે?

- A) માહિતી અને પ્રકાશન ઉપલબ્ધતા
- B) ખેતી
- C) આરોગ્ય
- D) રમતગમત

7. નીચેમાંથી કઈ UAP ની વિશેષ શ્રેણી નથી?

- A) સત્તાવાર પ્રકાશનો
- B) ગ્રે લિટરેચર
- C) દુર્લભ અને મૂલ્યવાન પ્રકાશનો
- D) નવલકથા સ્પર્ધા

8. “Grey Literature” નો અર્થ શું છે?

- A) વ્યાપારી રીતે પ્રકાશિત સાહિત્ય
- B) અપ્રકાશિત અથવા બિન-પરંપરાગત પ્રકાશનો
- C) બાળકોનું સાહિત્ય
- D) ધાર્મિક સાહિત્ય

9. UAP નો મુખ્ય લાભ કોને મળે છે?

- A) વાચકો અને સંશોધકોને
- B) માત્ર લેખકોને
- C) માત્ર સરકારને
- D) માત્ર વિદ્યાર્થીઓને

10. UAP નો મુખ્ય હેતુ શું છે?

- A) પુસ્તકોનું સંગ્રહ કરવું
- B) પ્રકાશનોને દરેક વપરાશકર્તા સુધી પહોંચાડવું
- C) પુસ્તકો વેચવા
- D) પુસ્તકાલય બંધ કરવું

જવાબ :

જવાબ 1: B) Universal Availability of Publications

જવાબ 2: B) પ્રકાશિત માહિતી સૌને ઉપલબ્ધ કરવી

જવાબ 3: B) IFLA

જવાબ 4: C) બધા વપરાશકર્તાઓ માટે

જવાબ 5: B) ૧૯૭૩

જવાબ 6: A) માહિતી અને પ્રકાશન ઉપલબ્ધતા

જવાબ 7: D) નવલકથા સ્પર્ધા

જવાબ 8: B) અપ્રકાશિત અથવા બિન-પરંપરાગત પ્રકાશનો

જવાબ 9: A) વાચકો અને સંશોધકોને

જવાબ 10: B) પ્રકાશનોને દરેક વપરાશકર્તા સુધી પહોંચાડવું

16.12 ચાવીરૂપ શબ્દો

- UAP (Universal Availability of Publications / સાર્વત્રિક પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા) : UAPનો અર્થ એ છે કે વિશ્વમાં પ્રકાશિત થયેલી દરેક પ્રકારની માહિતી અને પ્રકાશનો જરૂરિયાત ધરાવતા દરેક વાચક સુધી યોગ્ય સમયે અને યોગ્ય સ્વરૂપમાં પહોંચે. તેનો મુખ્ય હેતુ જ્ઞાન, શિક્ષણ, સંશોધન અને માહિતીનો સમાન લાભ દરેકને ઉપલબ્ધ કરાવવાનો છે.

- **પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા (Availability of Publications) :** પ્રકાશિત થયેલા પુસ્તકો, સામયિકો, અહેવાલો અને અન્ય માહિતી જોતો વાચકોને સરળતાથી મળી રહે તેને પ્રકાશનોની ઉપલબ્ધતા કહેવાય છે. આ માટે ગ્રંથાલયો, માહિતી કેન્દ્રો, પ્રકાશકો અને માહિતી પ્રસારની વિવિધ સેવાઓ મહત્વની ભૂમિકા ભજવે છે.
- **UAP ની જરૂરિયાત (Need of UAP) :** કશક્ષણ, સંશોધન, સાક્ષરતા, સામાજિક વિકાસ, આર્થિક પ્રગતિ અને યોગ્ય નિર્ણય લેવામાં માહિતી અત્યંત જરૂરી છે. UAP દ્વારા દરેક વ્યક્તિને જરૂરી માહિતી સરળતાથી મળી રહે છે, જેના કારણે વ્યક્તિગત તથા રાષ્ટ્રીય વિકાસમાં મદદ મળે છે.
- **UAP ના પરિમાણો (Dimensions of UAP):** UAP ના મુખ્ય પરિમાણોમાં પ્રકાશન, વિતરણ, સંપાદન, ખરીદી, વિનિમય, સંગ્રહ, કૉપિરાઈટનું પાલન અને પ્રકાશનોનું લાંબા સમય સુધી સંરક્ષણનો સમાવેશ થાય છે. સ્થાનિક, પ્રાદેશિક, રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે વિવિધ સંસ્થાઓના સહયોગથી આ કાર્ય પૂર્ણ થાય છે.

16.13 સંદર્ભ અને વિશેષ વાંચન

1. Husesin, S. "Universal Availability of Publications: Problems and Prospects." Annals of Library Science Documentation (1984): 31-43. English.
<[http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/27979/1/ALIS%2031\(1-2\)%2038-43.pdf](http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/27979/1/ALIS%2031(1-2)%2038-43.pdf)>.
2. Vickers, Maurice Bernard Line and Stephen C. Universal Availability of Publications (UAP) : A Programme to Improve the National and International Provision and Supply of Publications. Vol. 25. New York: IFLA Publications, 1983. English.
<<https://ebookcentral.proquest.com/lib/inflibnet-ebooks>>.
3. Line, M., & Vickers, S. (1986). Universal Availability of Publications (UAP). IFLA Journal, 12(4), 325-328. <https://doi.org/10.1177/034003528601200423>

