

معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دیدگاه تولیدکنندگان: تحلیل محتوای کیفی

مریم چهرقانی

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران
chehre@ut.ac.ir

فاطمه فهیم‌نیا (نویسنده مسئول)

دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی
دانشکده کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تهران
fahimnia@ut.ac.ir

نادر نقشینه

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی
دانشکده کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تهران
nnaghsh@ut.ac.ir
تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۹/۲۴؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۲/۲۵

چکیده

هدف: کتاب‌های گویا در صنعت نشر دارای جایگاه ویژه‌ای هستند و ناشران زیادی در سراسر دنیا با روش و معیارهای مختلفی اقدام به تولید آنها می‌نمایند. هدف این پژوهش شناخت و معرفی مهمترین معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دیدگاه تولیدکنندگان است.

روش: در این پژوهش به تحلیل محتوای کیفی مصاحبه هفت نفر از تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در شهر تهران پرداخته شده است که به شکل هدفمند انتخاب و مورد مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته قرار گرفتند. پس از تحلیل داده‌ها، کدهای اولیه استخراج شد و در چند مرحله مورد بازبینی بررسی و طبقه‌بندی قرار گرفت و در نهایت چهار مقوله اصلی و ۲۱ مقوله فرعی به دست آمد.

یافته‌ها: یافته‌های این مطالعه مؤید این مطلب است که مهمترین معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دیدگاه تولیدکنندگان در چهار مقوله اصلی محتوا، ارائه، فنی، و سایر قرار می‌گیرند که در مجموع دارای ۲۱ مقوله فرعی مخاطب، انگیزه استفاده، معیار انتخاب، موضوع، حق مؤلف، ویرایش، سخت‌افزار، نرم‌افزار، نیروی انسانی، ویژگی و کیفیت فایل صوتی، قالب انتشار، توزیع، روایت، موسیقی، تقطیع و نام‌گذاری، جستجوپذیری، ارائه اطلاعات کتابشناختی، مزیت، کاستی، علل رواج، و مشکلات تولید هستند.

اصالت/ارزش: این تحقیق برای اولین بار معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا را از دیدگاه تولیدکنندگان مشخص نمود. مشارکت‌کنندگان مصادیقی از این معیارها را عرضه نمودند که توجه به آنها در تولید کتاب‌های گویا می‌تواند موجب افزایش کیفیت تولیدات شود.

کلیدواژه: کتاب گویا، معیار تولید، معیار ارزیابی، تولیدکننده کتاب گویا، تحلیل محتوای کیفی.

Research on Information Science and Public Libraries
The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation
Vol. 21, No.2, Successive No.81 Summer 2015
Pp. 235-257
Indexed in ISC, SID & MagIran

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی
فصلنامه علمی-پژوهشی
دوره ۲۱، شماره ۲، پیاپی ۸۱ تابستان ۱۳۹۴
ص ۲۳۵-۲۵۷
نمایه‌شده در ISC, SID و MagIran

مقدمه

امروزه بخش عمده‌ای از بازار چاپ و نشر متوجه کتاب الکترونیک، نشر الکترونیک، و شیوه‌های جدید عرضه کتاب است. این امر ریشه در این اعتقاد دارد که باید در ارائه کتاب شیوه‌های جدید و خلاقانه را به کار بست چرا که به اعتقاد واقفی (۱۳۸۸) با ورود رایانه و اینترنت چنانچه این مهم مورد توجه قرار نگیرد باعث عقب ماندن کتاب از درخواست‌های متنوع انسان معاصر، که همواره به استفاده از انواع ابزارها و مصادیق فن‌آوری تمایل داشته، می‌شود. به همین دلیل است که به جز عرصه سنتی نشر، شاهد حضور کتاب در عرصه‌های مختلف و متنوع الکترونیک هستیم که یکی از آنها قالب کتاب گویا است. کتاب گویا^۱ یکی از بازنمودهای رواج مطالعه به شیوه نوین است.

معادل الکترونیکی کتاب‌های چاپی (کتاب الکترونیکی) را برای مدتی طولانی است که در اطراف خود می‌بینیم و در حال حاضر اسناد چندرسانه‌ای در بین کاربران هر روز محبوبیت بیشتری کسب می‌کنند. نوع گفتاری یا شنیداری، و یا صوتی این کتاب‌ها نیز بالطبع به طور مداوم در حال کسب محبوبیت است. تا چند سال پیش، تولید کتاب‌های گویا به عنوان نوعی خدمت حمایتی تنها منحصر به افراد دارای اختلال خواندن بود، اما امروزه نوعی توجه و علاقه تجاری در حال رشد برای این محصول (کتاب گویا) دیده می‌شود (انگن^۲، ۲۰۰۸).

دهه‌های گذشته با محبوبیت رو به رشد کتاب‌های گویا مواجه بوده‌ایم و این بدان معناست که منتقدان ادبی، محققان و سیاست‌گذاران امر خواندن دیگر نمی‌توانند چشم خود را بر روی این پدیده ببندند و این تأثیرات را نادیده بگیرند (روبری^۳، ۲۰۰۸). موفقیت کتاب‌های گویا در جذب مخاطب، ناشران را برای تولید و فروش کتاب‌های گویا در مکان‌های مختلف (به عنوان مثال، کتاب‌فروشی، دکه‌های روزنامه‌فروشی، فروشگاه‌های موسیقی و وبسایت فروش موسیقی) و در قالب‌های مختلف تشویق کرده است (فورینی^۴، ۲۰۰۸).

در اکثر کشورهای جهان، مراکز تخصصی بسیاری برای تولید کتاب‌های گویا وجود دارد. در حال حاضر تعداد فزاینده‌ای از گروه‌های تجاری دریافته‌اند که بازار پربرونی برای این محصول وجود دارد و مردم به آرامی به سمت استفاده از آن در اوقات فراغت خود می‌روند و

1. Audiobook

2. Engelen

3. Rubery

4. Furini

گوش دادن به کتاب‌ها در این اوقات به جای خواندن آنها متداول شده است. برخی از شرکت‌ها ادعا می‌کنند که در حال حاضر ده‌ها هزار عنوان در قالب گویا در فهرست خود دارند. چندین گروه تجاری، که برخی با ناشران سنتی در ارتباط هستند، و برخی از آنها اخیراً ظهور کرده‌اند در این زمینه مشغول فعالیت هستند (انگلن، ۲۰۰۸).

در سال ۲۰۰۶، دامیان هورنر^۱، مشاور بازاریابی، در نقطه نظری که برای بوکسلر^۲ نگاشته بود این سؤال را مطرح کرد که آیا ناشران به اشتباه به جای کتاب گویا منابع خود را به کتاب الکترونیک اختصاص داده‌اند، و آیا توجه بیشتر به 'ای-بوک'^۳ نسبت به 'ای-بوک'^۴ اشتباه است: «آیا همه ما در پی راه اشتباه هستیم؟ هر کس در رابطه با کتاب الکترونیک با نوعی وسواس برخورد می‌کند، در حالی که آینده بازار انبوه کتاب به طور کامل در جایی دیگر است. آیا بزرگ‌ترین تأثیر فن آوری تولد دوباره چیزی خواهد بود که در سراسر این سال‌ها وجود داشته است: کتاب گویا که به آرامی در حال فراگیر شدن است» (روبری، ۲۰۰۸).

این قالب انتشاراتی مزایا و ویژگی‌های متنوعی دارد، مانند امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد (موقعیت‌هایی مانند سفرهای بین شهری و درون شهری، پیاده‌روی، زمان انتظار در صف‌های طولانی بانک‌ها و ادارات، هنگام انجام کارهای روزمره و بسیاری موارد دیگر) (پیترز^۵، ۲۰۰۷؛ ای. پی. ای.^۶، ۲۰۰۸)، کمک به درک صحیح اصطلاحات زبانی (هارتادو ملوندرز^۷، ۲۰۱۰)، امکان دسترسی سریع، سهولت جابجایی (پیترز، ۲۰۰۷؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۸)، و قابلیت استفاده در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون، که موجب این شده تا در زمان‌هایی که حتی تصور مطالعه از طریق محمل‌های چاپی نمی‌رود، بتواند جای خالی سایر قالب‌های کتاب را پر کند و امکان مطالعه را فراهم نماید.

مراکز تولید کتاب‌های گویا در ایران، با توجه به خط‌مشی و روش خود - که غالباً با هم متفاوت‌اند - به تولید این کتاب‌ها می‌پردازند که موجب می‌شود کاربر در مواجهه با این کتاب‌ها با معیارهای چندگانه‌ای برخورد کند. با وجود آشنایی کاربران با این محصول و میزان رو به افزایش استفاده از آن، تولیدکنندگان دارای معیارهای تولید و ارزیابی مشخص و مدونی نیستند و از روش‌ها و معیارهای مختلفی برای تولید کتاب گویا استفاده می‌کنند که ممکن است

1. Damian Horner
5. Peters

2. Bookseller
6. Audiobook Publisher's Association (APA)

3. e-book

4. a-book
7. Hurtado Meléndrez

چندان به سلیقه و نیاز کاربر نزدیک نباشد. با این که در خارج از ایران نیز الگوی یکپارچه و استاندارد برای تولید کتاب‌های گویا وجود ندارد اما تولیدکنندگان دارای دستورنامه‌های مشخص و مدونی برای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا هستند که هم برای کاربران و هم سایر تولیدکنندگان می‌تواند مفید واقع شود (انجمن خدمات کتابخانه نوجوانان^۱، ۲۰۰۸، انجمن خدمات کتابخانه کودکان^۲، بی‌تا). متأسفانه اکثر تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در ایران از چنین منابعی نیز بی‌بهره‌اند. تنها دستنامه مدون تولید کتاب‌های گویا توسط سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در قالب دو سند سازمانی تدوین شده است (صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ۱، ۱۳۸۸، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸). وجود نداشتن چنین معیارهایی خود موجب بیگانگی ناشران با پدیده نشر کتاب‌های گویا و بی‌نصیب ماندن از تجربیات موجود در این حوزه می‌شود و حتی می‌تواند سبب غفلت آنان از پرداختن به این ماده انتشاراتی باشد.

این پژوهش به این منظور انجام پذیرفته است تا معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا را از دید تولیدکنندگان مورد شناسایی و سنجش قرار دهد.

معرفی برخی تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات کتاب‌های گویا

در حال حاضر مؤسسات بسیاری در سطح جهان مشغول ارائه خدمات و عرضه کتاب گویا به کاربران این محصول هستند. بعضی از این مؤسسات علاوه بر عرضه این محصول، خود تولیدکننده نیز هستند در حالی که برخی دیگر تنها به عرضه کتاب‌های گویای تولید شده توسط ناشران می‌پردازند. در ادامه به معرفی ۵ مؤسسه عمده فعال در زمینه تولید کتاب‌های گویا خواهیم پرداخت. این مؤسسات عبارت‌اند از: آدیبل^۳، اوردرایو^۴، نت لایبریری^۵، پلی‌اوی^۶، و تامبل تاکنینگ بوکز^۷.

آدیبل

وبسایت آدیبل^۸ ادعا می‌کند که در ارائه انواع منابع سرگرمی و اطلاعات گفتاری بر

1. Young Adult Library Services Association
3. Audible 4. OverDrive
7. TumbleTalkingBooks

2. Association for Library Service to Children
5. NetLibrary 6. Playaway
8. www.audible.com

روی اینترنت پیشرو است. آدیل اقدام به فروش کتاب‌های گویای دیجیتال، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، و نسخه‌های صوتی مجلات و روزنامه‌ها می‌کند. از سال ۲۰۰۸ تاکنون آدیل یک شرکت تابعه از آمازون است (پال، ۲۰۰۸). این شرکت تقریباً در بازار تجاری آنلاین داندلود کتاب‌های گویای دیجیتال و نیز تولید کتاب‌های گویای با کیفیت توسط راویان مشهور و شناخته شده از انحصار برخوردار است.

آدیل در سال ۲۰۰۳، یک قرارداد انحصاری با شرکت اپل برای ارائه محصولات خود در فروشگاه موسیقی آی تیونز^۱ منعقد کرد. در سال ۲۰۰۵، آدیل خدماتی را ارائه کرد که از طریق آن می‌توان کتاب‌های گویا را به طور مستقیم به دستگاه‌هایی مانند گوشی‌های هوشمند و یا پی دی ای^۲ منتقل کرد، بدون نیاز به داندلود کتاب به رایانه و سپس انتقال آن به دستگاه‌های دیگر (آدیل دات کام^۳، ۲۰۱۴).

فایل‌های صوتی آدیل با بیش از ۵۰۰ مدل از پخش‌کننده‌های صوتی، رایانه جیبی، تلفن‌های همراه و رسانه‌های دیگر مانند آیفون آپل، آی‌پد آپل، آندروید، و دستگاه‌های تلفن ویندوز سازگار است.

علاوه بر این، عناوین را می‌توان بر روی رایانه شخصی (با استفاده از آی تیونز، ویندوز مدیا پلیر، و یا آدیل منیجر^۴) اجرا کرد. همچنین می‌توان با استفاده از آدیل منیجر و آی تیونز آپل و برخی نسخه‌های نرم‌افزار نرو^۵ عناوین را به روی دیسک فشرده ضبط کرد. مشتریان آدیل در درجه اول، افراد حقیقی هستند که می‌توانند محتوای صوتی مورد نظر خود را از این طریق خریداری و یا اجاره کنند، اما چند سالی است که به کتابخانه‌ها و سازمان‌های مرتبط با کتابخانه‌ها نیز خدمات ارائه می‌کند.

نت‌لایبرری

نت لایبرری در اواخر دهه ۱۹۹۰ به عنوان یک شرکت کتاب‌های الکترونیکی ظهور کرد. در اوایل سال ۲۰۰۵، نت لایبرری خدمات کتاب گویای دیجیتال قابل داندلود را راه‌اندازی کرد. تا قبل از سال ۲۰۱۰ این شرکت یکی از بخش‌های ا.سی. ال.سی.^۶ بود اما در این سال

1. iTunes

4. Audible Manager

2. Personal Digital Assistant

5. Nero

3. audible.com

6. Online Computer Library Center

طی توافقنامه‌ای که بین اُ. سی. ال. سی. و انتشارات ایسکو^۱ امضا شد دارایی‌ها و حقوق نت لایبریری به انتشارات ایسکو فروخته شد (خدمات اطلاع‌رسانی ایسکو، ۲۰۰۹). در طول این سال‌ها کتاب‌های گویا منبع عمده محتوای نت لایبریری بوده است.

پلی‌اوی

از تأمین‌کنندگان عمده محتوای کتاب گویا در بازار کتابخانه‌های آمریکای شمالی، پلی‌اوی^۲ است. مدل توزیع و فروش پلی‌اوی مشابه مدل تولید و انتشار محتوا بر روی کاغذ ناشران است: تزریق محتوا به یک قالب و فروش یک بسته کامل. به این معنا که پلی‌اوی کتاب‌های گویای خود را در پیش‌فرض ارائه می‌کند و دستگاه‌های پخش قابل حمل خود را دارد (پیترز، ۲۰۰۷).

اُوردرایو

اُوردرایو^۳، توزیع‌کننده کتاب‌های الکترونیکی، کتاب‌های گویا، موسیقی، و عناوین ویدئویی است. این شرکت خدمات دانلود برای ناشران، کتابخانه‌ها، مدارس، و خرده‌فروشان فراهم می‌کند. اُوردرایو در سال ۱۹۸۶ تأسیس شد، و در ابتدا رسانه‌های آنالوگ را به فرمت‌های دیجیتال مانند دیسک‌های تعاملی و سی‌دی‌رام^۴ تبدیل کرد. سپس با تبدیل شدن اینترنت به یک شکل قابل اعتماد توزیع رسانه‌های دیجیتال، اُوردرایو نیز خدمات خود را به محمل آنلاین منتقل کرد (اُوردرایو، بی‌تا).

این شرکت نیز در ابتدا به عنوان یک شرکت کتاب‌های الکترونیکی آغاز به کار کرد و از آن زمان انواع دیگری از محتوا و رسانه‌ها را به مجموعه خود اضافه کرده است. در نوامبر سال ۲۰۰۴، سرویس کتاب گویا دیجیتال قابل دانلود خود را راه اندازی کرد. فروشگاه اُوردرایو شامل بیش از یک میلیون عنوان از بیش از ۱۰۰۰ ناشر است. شبکه جهانی این شرکت شامل بیش از ۱۹۰۰۰ کتابخانه و ۱۰۰۰ مدرسه است.

تامبل تاکینگ بوکز^۵

تامبل بوکز دو نوع خدمات کتاب گویا دیجیتال را ارائه می‌دهد. تامبل تاکینگ بوکز

1. EBSCO

3. <http://www.overdrive.com/>

2. <http://www.playaway.com/>

4. CD-ROM

5. Tumble Talking Books

خدمات کتاب گویای وب‌مدار^۱ است که در درجهٔ اول برای کتابخانه‌های عمومی و مدارس تنظیم شده. این مجموعه کتاب گویای وب‌مدار را که بیشتر به زبان انگلیسی است، اما حاوی تعدادی کتاب به زبان اسپانیایی نیز هست، به خواننده/شنونده با استفاده از فن آوری فلش ارائه می‌کند. مجموعه دوم، تامل رید الانگز^۲ است که کتاب‌هایی را شامل می‌شود که متن نوشته شده را همراه با فایل‌های صوتی ارائه می‌دهند. خواننده/شنونده می‌تواند تصمیم بگیرد که آیا فقط از متن نوشته استفاده کند، یا فقط از فایل صوتی، یا ترکیب هر دو. این کتاب‌ها در کتابخانه‌هایی که انگلیسی زبان دوم جامعه کاربر آنهاست، دارای محبوبیت هستند (پیترز، ۲۰۰۷).

سایر مؤسسات

علاوه بر این پنج مؤسسه، بسیاری مؤسسات کوچک‌تر و همچنین ده‌ها وب‌سایت ارائه‌دهندهٔ رایگان کتاب‌های گویا وجود دارد. بسیاری از عناوین موجود در این مجموعه‌ها نسخه‌های آثار قدیمی‌تر هستند که اکنون در مالکیت عمومی^۳ قرار دارند.

لیبریوکس^۴

وب‌سایت لیبریوکس^۵ به عنوان یک طرح آزمایشی برای توزیع کتاب‌های گویایی که در حال حاضر در مالکیت حوزهٔ عمومی قرار دارند آغاز به کار کرد. اکثریت محتوای سایت از پروژهٔ گوتنبرگ، که بزرگ‌ترین مجموعه از کتاب‌های الکترونیک رایگان است دریافت شده است (روبری، ۲۰۰۸).

این سایت به طور کامل بر مشارکت‌های داوطلبانهٔ خوانندگان آماتور بدون تجربهٔ قبلی بازیگری، ضبط صدا، یا سخنرانی عمومی بنا شده است. لیبریوکس از اوایل ماه نوامبر ۲۰۰۶، تا به حال فعالیت می‌کند. برخی از ضبط‌ها تلاش‌های انفرادی هستند، در حالی که برخی دیگر دو نفره و یا گروهی روایت شده‌اند.

داوطلبان در جهت همکاری با لیبریوکس وظایف مختلفی را انجام می‌دهند. راویان داوطلب فصل‌های کتاب، شعر، و یا کارهای کوتاه را می‌خوانند. گروهی با وظیفه

1. Streaming
4. Librivox

2. Tumble Read- a longs
5. www.librivox.org

3. Public Domain

هماهنگ‌کننده برای سازماندهی راویان جهت تکمیل کتاب فعالیت می‌کنند. عده‌ای به عنوان مدیر انجمن به راویان و هماهنگ‌کنندگان کتاب برای تکمیل یک پروژه کمک می‌کنند. داوطلبانی که کارهای فروشگاه لیبریوکس را تکمیل می‌کنند هماهنگ‌کننده ابرداشته نامیده می‌شوند. آرشیو اینترنت^۱ و آی بیلیو^۲ فایل‌های لیبریوکس را میزبانی می‌کنند (پیترز، ۲۰۰۷).

پادیوبوکز^۳

پادیوبوکز کتاب‌های گویای سریالی را در قالب پادکست رایگان ارائه می‌دهد. مجموعه جامع آن از کتاب‌های گویایی که توسط نویسندگان اهدا شده‌اند تشکیل شده است. پادیوبوکز شنوندگان را به اهداء کمک‌های مالی در ازاء کتاب‌هایی که به طور رایگان دریافت می‌کنند تشویق می‌نماید، و تعهد می‌کند که نیمی از کمک‌های مالی ناخالصی را که دریافت می‌کند با نویسنده به اشتراک گذارد. این کتاب‌های گویا به صورت فصل به فصل در یک زمان معین عرضه می‌شوند، اما هر شنونده می‌تواند فراوانی دریافت را از یک فصل در هر روز، یک فصل در هفته، و به همین ترتیب و در زمان‌های دلخواه تعیین کند. بسیاری از مردم ابراز کرده‌اند که این روش تحویل پادیوبوکز خواندن را برای آنها بسیار آسان‌تر می‌سازد زیرا آنها هرگز مجبور نیستند مقدار پیشرفت مطالعه کتاب را به خاطر داشته باشند و با این نوع دریافت کتاب‌ها عادت به مطالعه منظم پیدا خواهند کرد (پادیوبوکز، بی‌تا).

پروژه کتاب‌های گویا در پروژه گوتنبرگ^۴

پروژه گوتنبرگ، به نوعی پدر کتاب‌های الکترونیکی است، همچنین دارای یک مجموعه کوچک اما فزاینده‌ای از کتاب‌های گویا است. این مجموعه شامل کتاب‌های گویا که توسط انسان روایت شده‌اند و همچنین کتاب‌های گویایی که توسط نرم‌افزارهای کامپیوتری تولید شده‌اند، است. همه این آثار در حوزه مالکیت عمومی قرار دارند. بیشتر آنها به زبان انگلیسی هستند، اما تعدادی کتاب به زبان‌های دیگر غیر از انگلیسی نیز در آن یافت می‌شود (پروژه گوتنبرگ، ۲۰۰۷).

1. www.archive.org/index.php

2. www.ibiblio.org

3. www.podiobooks.com

4. http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_Audio_Books_Project

پروژه گفتاری اسکندریه^۱

پروژه گفتاری اسکندریه وابسته به تل تیل ویکلی^۲ است که کتاب‌های گویای مشروح و بدون مسائل مربوط به مدیریت حقوق دیجیتال^۳ را فراهم می‌کند (کتابدار تغییر یافته^۴، ۲۰۰۵). هدف از این پروژه، که در وبسایت آن بیان شده، به این ترتیب اعلام می‌شود: «پروژه گفتاری اسکندریه یک کتابخانه رایگان از کلام و گفتار ضبط‌شده، شامل آثار کلاسیک جهان که در مالکیت حوزه‌های عمومی قرار دارند و آثار مدرن (دارای مجوز) ایجاد می‌کند. کتاب‌های گویا در قالب ام. پی. تری هستند و برای دانلود و توزیع مجدد رایگان در دسترس قرار دارند» (تل تیل ویکلی، ۲۰۰۷). برخی از کتاب‌های گویای موجود در این سایت را می‌توان کاملاً رایگان دریافت کرد، اما برای برخی از آنها باید چند دلاری هزینه پرداخت کرد.

تیفلولیبروس^۵

تیفلولیبروس مجموعه‌ای شامل کتاب‌های الکترونیک و کتاب‌های گویا (در قالب ام. پی. تری) در اختیار دارد. بسیاری از آثار به زبان اسپانیایی ارائه می‌شوند، اما تیفلولیبروس مجموعه‌های کوچکی از محتوای گویا به زبان انگلیسی و سایر زبان‌ها، مانند پرتغالی، ایتالیایی، و فرانسوی دارد. این سرویس برای کاربران نابینا و کم بینا طراحی شده است. وبسایت تیفلولیبروس هم حاوی آثاری است که تحت مالکیت دامنه عمومی قرار دارند، و هم آثاری که هنوز توسط حق مؤلف در ایالات متحده محافظت می‌شوند (پیترز، ۲۰۰۷).

پرسش پژوهش

این پژوهش با هدف شناسایی معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دیدگاه تولیدکنندگان و با این پرسش اساسی شکل گرفته است که مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دید تولیدکنندگان کتاب گویا در ایران چیست؟

روش پژوهش

روش این پژوهش تحلیل محتوا با رویکرد کیفی است. جامعه مورد مطالعه را تمامی تولیدکنندگان مراکز آموزشی، پژوهشی، و عمومی که در شهر تهران فعالیت می‌کنند شامل

1. The Spoken Alexandria Project:

4. Shifted librarian

2. Telltale Weekly

5. www.tifolibros.com. ar/mp3/mp3. htnn

3. Digital Right Management (DRM)

می‌شود. با توجه به هدف پژوهش، افراد نمونه از میان تولیدکنندگان کتاب گویا به‌طور هدفمند انتخاب شده‌اند تا منبع غنی و تأمین‌کننده اطلاعات مورد نیاز پژوهش باشند.

با تحقیق، بررسی، و جستجو در میان کتب گویای منتشر شده در ایران دو نوع دسته‌بندی در این خصوص به دست آمد. یکی ناشرانی که خود شخصاً اقدام به تولید کتاب گویا می‌کنند (از روی آثاری که مالکیت آن را دارند)، و دیگری آن دسته از مراکز تهیه کتاب گویا که با توافق با ناشر اقدام به تبدیل کتاب‌های ناشران به قالب کتاب گویا می‌نمایند. نمونه‌گیری از میان ناشران دسته اول و مراکز تولید دسته دوم انجام شده است.

در پژوهش حاضر ملاک اصلی برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان، داشتن تجربه و سابقه در امر تولید کتاب گویا بوده است و از این میان، هفت مرکز مورد بررسی و مصاحبه قرار گرفت. در پژوهش کیفی برای اندازه نمونه فرمول مشخصی وجود ندارد. همانطور که پاول^۱ (۱۳۷۹) در مورد اندازه نمونه در مطالعات کیفی در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی نیز همانند اکثر مطالعات کیفی بحث «حد اشباع» را مطرح می‌کند و معتقد است گردآوری داده‌ها باید تا زمانی ادامه یابد که عناصر اساسی اطلاعات به حد اشباع برسند، یعنی تا زمانی که مصاحبه‌شونده‌ها مطلب جدیدی به داده‌ها اضافه نکنند و یا آنچه که مطرح می‌کنند، در تضاد با مطالب گردآوری شده نباشد، در این پژوهش نیز برای تعیین اندازه نمونه از این مبحث استفاده شده است.

به منظور آگاهی از روش‌های تولید کتاب گویا توسط ناشران و تولیدکنندگان و تجارب آنها در این زمینه از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته به عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شده است. این نوع مصاحبه در عین تمرکز بر موضوع پژوهش با دارا بودن انعطاف‌پذیری لازم به پژوهشگر و مصاحبه‌شوندگان امکان می‌دهد به جنبه‌هایی از موضوع که از دیدگاه آنها دارای اهمیت است بپردازند (فلیک، ۱۳۸۷، ص ۱۷۳). سؤالات مصاحبه با استفاده از مطالعات پیشین و تحقیقات مشابه تنظیم شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر با استفاده از تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. در این روش ابتدا متن ضبط شده مصاحبه‌ها به دقت پیاده‌سازی شده و به دفعات بازخوانی می‌شود. برای اطمینان از پایایی نسخه‌برداری بخش‌هایی از سه مصاحبه علاوه بر

1. Powell

پژوهشگر توسط فرد دیگری نسخه‌برداری شد و با ردیف کردن و شمارش کلمات نسخه‌ها در برنامه واژه‌پرداز رایانه و بررسی تفاوت‌های موجود در دو نسخه، پایایی نسخه‌برداری به صورت کمی مورد کنترل قرار گرفت.

در این مرحله با استفاده از تحلیل محتوای کیفی تلخیصی، مقوله‌های استقرایی از طریق تقلیل بخش‌های مرتبط متن فراهم شدند. تمامی جملات، پاراگراف‌ها، یا بخش‌هایی از مصاحبه که باعث ایجاد یک مفهوم مشترک می‌شدند کنار هم جمع و سپس مفهوم‌سازی شد. در مرحله بعدی مفاهیم ایجاد شده منجر به تشکیل مقوله‌ها شدند. هنگام نامگذاری مقوله‌ها نام‌هایی انتخاب شدند که از نظر منطقی بیشترین ارتباط را با داده‌ها داشته باشد. این نام‌ها از ذخیره مفاهیم پژوهشگران در حرفه و رشته خود و یا از متون تخصصی رشته خاص و یا از کلمات و عبارات مورد استعمال مصاحبه‌شوندگان اخذ شده‌اند که در این حالت به آنها کدهای زنده می‌گویند (استراوس^۱، ۱۳۸۴، ص ۶۷-۶۹). محققان از هر سه نوع این نامگذاری‌ها به تناوب استفاده کرده‌اند.

به منظور اعتبارسنجی پژوهش از معیارهای اعتبارپذیری و قابلیت اطمینان استفاده شد. اعتبارپذیری به این معنی که در پژوهش حاضر پژوهشگران به منظور گردآوری اطلاعات اولیه و انجام مصاحبه، حضور نسبتاً طولانی و مستمر در محیط پژوهش داشته‌اند، و برای حصول قابلیت اطمینان جزئیات مربوط به چگونگی گردآوری داده‌ها و نحوه تصمیم‌گیری‌ها، تفسیرها، و تحلیل‌های طی شده در فرایند پژوهش توسط فردی خارج از پژوهش که ۲ نفر از اساتید و پژوهشگران حوزه جامعه‌شناسی که دارای تجربه و تبحر در امر تحلیل محتوا بودند، مرور و بازبینی گردید و طی چندین جلسه مشاوره از نظرات آنها در مورد صحت و کیفیت انجام مراحل مختلف پژوهش بهره‌برداری شد.

یافته‌ها

پس از تحلیل مصاحبه‌ها در مجموع ۱۱۸ کد مفهومی اولیه استخراج شد که پس از تجزیه و تحلیل و ادغام و هم‌پوشانی، کدها در ۲۱ مقوله فرعی و چهار مقوله اصلی طبقه‌بندی شدند. مقولات فرعی مخاطب، انگیزه استفاده، معیار انتخاب، موضوع، حق مؤلف، و ویرایش در مقوله

1. Strauss

اصلی محتوا (جدول ۱)، مقولات فرعی روایت، موسیقی، تقطیع و نامگذاری، جستجوپذیری، اطلاعات کتابشناختی، قالب انتشار، و توزیع در مقوله اصلی ارائه (جدول ۲)، مقولات فرعی سخت‌افزار، نرم‌افزار، نیروی انسانی، و ویژگی و کیفیت فایل صوتی در مقوله اصلی فنی (جدول ۳)، و مقولات فرعی مزیت، کاستی، علل رواج، و مشکلات تولید که در هیچ یک از سه مقوله اصلی جایگیری نشدند در یک مقوله اصلی تحت عنوان سایر طبقه‌بندی شدند (جدول ۴). این مقولات اصلی و فرعی بیانگر دیدگاه تولیدکنندگان کتاب‌های گویا از معیارهای ارزیابی و تولید کتاب گویا است.

جدول ۱. مقوله اصلی محتوا و زیرمقولات و مفاهیم مرتبط

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
افراد مشغول به کار	مخاطب	محتوا
خوانندگان علاقه‌مند		
سالمندان		
بیماران، ناتوانان، و معلولان		
رانندگان و مسافرین اتومبیل‌ها		
فارسی‌زبانان کل دنیا		
افراد کم سواد و بی‌سواد		
زبان‌آموزان		
کودکان		
نایبانیان	انگیزه استفاده	
سرگرمی		
آموزش و یادگیری	معیار انتخاب	
میزان مخاطب		
کتاب برگزیده		
تطابق با اقبال عمومی بازار نشر		

←

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
	معیار انتخاب	توجه به حق مؤلف
		قابلیت کتاب برای صوتی شدن
		ترجمه، ویرایش، یا چاپ جدید یا بهتر کتاب
		سلیقه مخاطب
		توان، وقت، هزینه، و منابع
		انتخاب و بررسی توسط کارشناسان گروه مرجع
		پرهیز از انتخاب سلیقه‌ای
		کتاب‌های مونولوگ
		اهمیت و ارزش علمی کتاب در یک رشته خاص
محتوا	موضوع	سرگرمی
		کتاب تخصصی دارای اقبال عمومی
		کودک
		پرهیز از انتخاب کتب علمی و تخصصی
		توافق با ناشر یا مؤلف
حق مؤلف		عدم رعایت حق مؤلف در خصوص نابینایان
		عدم رعایت قانون حق مؤلف در ایران
		عدم رعایت حق مؤلف در کتب حوزه عمومی
		رعایت حق مؤلف موسیقی
		اعمال تغییرات در متن و تلخیص
	ویرایش	تمام متن

مقوله اصلی محتوا از مقولات فرعی مخاطب، انگیزه استفاده، معیار انتخاب، موضوع، حق مؤلف، و ویرایش تشکیل شده که هر کدام از این موارد در تولید محتوای مورد نظر توسط تولیدکنندگان می‌توانند تأثیرگذار باشند.

منظور تولیدکنندگان از مخاطب، گروه‌های مختلف کاربران کتاب‌های گویا است که به طور بالفعل و یا بالقوه می‌توانند از تولیدات آنها بهره‌مند شوند. تولیدکنندگان، ویژگی‌های خاصی که این کاربران دارا هستند را در این میان برشمرده‌اند. برای مثال، یکی از تولیدکنندگان درباره ویژگی‌های آنان گفت: «کسی می‌آید سراغ این کتاب که اهل کتاب است. کتاب می‌خواهد بخواند حالا یا فرصتش پیش نمی‌آید یا می‌خواهد از کمترین زمانش هم برای مطالعه استفاده کند» (نقل از تولیدکننده ۴). به زعم تولیدکنندگان انگیزه استفاده کاربران از کتاب‌های گویا یا برای تأمین نیازهای آموزشی و علمی است یا به قصد سرگرمی. در مقوله معیار انتخاب تولیدکنندگان به معیار انتخاب کتاب برای گویا شدن اشاره کرده‌اند. معیارهایی که کتاب با دارا بودن آنها برای تبدیل شدن به کتاب گویا در اولویت انتخاب قرار می‌گیرد و نیز معیارهایی که انتخاب‌کننده باید مورد توجه قرار دهد تا بهترین کتاب را از میان کتاب‌های موجود برگزیند. تولیدکنندگان همچنین موضوعاتی که برای گویا شدن انتخاب می‌شوند را ذکر کرده‌اند. تولیدکنندگان بیشتر کتاب‌های دارای موضوعات سرگرم‌کننده و تفریحی و مورد اقبال عموم مخاطبان را برمی‌گزینند و کمتر به سراغ موضوعات تخصصی که مخاطب خاص دارند می‌روند. «موضوعات کتاب‌هایی که ما کار کردیم موضوعات مورد پسند مخاطب عام بود در حوزه داستان و رمان و موضوعات سرگرم‌کننده» (نقل از تولیدکننده ۵).

در مواجهه با مقوله حق مؤلف و رعایت کردن یا نکردن آن و نیز چگونگی رعایت حق مؤلف تولیدکنندگان برخوردهای مختلفی داشتند. عده‌ای چون مخاطب خاص داشتند (نابینایان) خود را ملزم به رعایت حق مؤلف نمی‌دانستند. عده‌ای که خود ناشر کتاب بودند تنها کتاب‌های انتشارات خود را برای گویا کردن انتخاب می‌کردند و عده‌ای که تنها تولیدکننده کتاب گویا بودند اقدام به جلب موافقت و عقد قرارداد با انتشارات کتاب مورد نظر می‌کردند. ویرایش کتاب‌های گویا نیز به دو دسته قابل تقسیم است. کتاب‌های گویای تمام متن که بدون تغییر در متن کتاب اصلی تبدیل به کتاب گویا می‌شوند، و کتاب‌های گویا که خلاصه می‌شوند و یا تنها بخشی از اثر اصلی را تبدیل به کتاب گویا می‌کنند. «ما پاییند بودیم به اینکه چیزی از کتاب را حذف نکنیم. فلسفه ما این بوده که تفاوتی بین نسخه چاپی و آنچه که خوانده می‌شود نباید وجود داشته باشد. و من چشم کسی هستم که دارد آن را می‌شنود» (نقل از تولیدکننده ۴).

جدول ۲. مقوله اصلی ارائه و زیر مقولات و مفاهيم مرتبط

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
	روایت	تفاوت شیوه اجرای موضوعات متفاوت
		خواندن اطلاعات خارج از متن تا حد امکان
		اجرای نمایشنامه‌ای
		القاء برداشت درونی و حس راوی به مخاطب
		فن بیان صحیح
		پرهیز از خواندن پانویس
		محبوبیت یک راوی خاص
		تناسب جنس صدا و لحن با نوع متن
		آشنایی و تسلط راوی با متن
		راوی زن یا مرد بر اساس محتوای کتاب
ارائه	موسیقی	صدای مطلوب و دلنشین
		استفاده از موسیقی و افکت صوتی
		موسیقی در ابتدا و انتهای کار
		موسیقی برای جلوگیری از کسالت آور بودن
		انتخاب موسیقی با توجه به موضوع کتاب دوره زمانی اثر و فضای کار
		موسیقی پس‌زمینه در متون غیر علمی
		هزینه ساخت موسیقی
		تقطیع بر اساس تقسیمات کتاب
		تناسب دامنه شروع و پایان صفحات با طول قطعه
		نامگذاری قطعات بر اساس فصل‌های کتاب
تقطیع و نامگذاری	تقطیع بخش‌های طولانی کتاب به قطعات کوتاه‌تر	
	امکان جستجو در بخش‌های کتاب از طریق تقطیع	
	جستجوپذیری	امکان استناد به فایل صوتی از طریق نرم‌افزارهای استناددهی
		اعلام صفحه برای استناد دقیق
اطلاعات کتابشناختی	امکان جستجو براساس موضوع، عنوان، نویسنده	
	ارائه اطلاعات کتابشناختی کتاب مرجع	

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
ارائه اطلاعات مربوط به بخش صوتی	اطلاعات کتابشناختی	
ثبت کارها در کتابشناسی و کتابخانه ملی		
استاندارد مارک و ابر داده یکپارچه با قابلیت ادغام با سایر سیستم‌ها		
قالب سخت‌افزاری		
اینترنت (دانلود/ شنیدن آنلاین)	قالب انتشار	ارائه
عرضه در کتابفروشی	توزیع	
عرضه در فروشگاه آثار صوتی		
عرضه در فروشگاه‌های اینترنتی		

مقوله اصلی ارائه به نحوه ارائه صوتی کتاب و نیز چگونگی در اختیار کاربران نهادن محتوا در کتاب‌های گویا می‌پردازد. در مقوله فرعی روایت به نحوه اجرای کتاب توسط راوی اشاره شده است. برخی از این معیارها به انتخاب راوی مناسب برای هر کتاب اشاره دارد و برخی دیگر معیارهایی است که راویان باید در حین اجرا مد نظر قرار بدهند. تولیدکنندگان به اتفاق بر سر این موضوع که روایت کتاب گویا مهم‌ترین و اثرگذارترین عنصر بر روی مخاطب در کتاب گویا است هم‌نظر بودند و بیشترین و مهم‌ترین معیارها از نظر تولیدکنندگان مربوط به این مقوله است.

مقوله موسیقی هم به نکاتی که برای موسیقی کتاب گویا باید مدنظر واقع شود اشاره می‌کند. تولیدکنندگان بر لزوم استفاده از موسیقی در کتاب‌های گویا تأکید داشتند اما به زعم آنان نوع موسیقی مورد استفاده در هر کتاب و محل قرار گرفتن موسیقی با توجه به نوع و موضوع کتاب باید انتخاب و تعیین شود.

تولیدکنندگان بر تأثیر تقطیع مناسب کتاب گویا بر میزان کاربری آن اشاره و اذعان کرده‌اند که تقطیع و نامگذاری مناسب قطعات صوتی کتاب گویا پیمایش آن را سهل‌تر می‌نماید. «بعضی وقت‌ها مطابق استانداردهایمان مجبور می‌شویم مثلاً فصل‌بندی را تغییر بدهیم. نه به خاطر کم کردن حجم یک فصل ممکن است یک کتاب فصل‌بندی نداشته باشد ما برایش ایجاد می‌کنیم. سعی می‌کنیم عنوان‌گذاریمان درست باشد. مثلاً بگوییم بخش نگویم فصل که طرف نگوید کتاب که فصل نداشته» (نقل از تولیدکننده ۲).

جستجوپذیر نمودن کتاب گویا و به دنبال آن دسترسی بهتر و ارائه امکان استناددهی به فایل صوتی کتاب برای آن دسته از پژوهشگرانی که بنا به هر دلیلی امکان بهره‌گیری از کتاب‌های چاپی را ندارند، از نکات مورد توجه تولیدکنندگان است. «کتاب بر اساس دسته‌بندی کتاب اصلی، فصل‌بندی و بخش‌بندی و فصل‌ها بر اساس تیتراهای فایل‌بندی می‌شود. این کار پیمایش در صفحات را سهل‌الوصول کرده ولی هنوز به طور کامل رفع نشده فرد راحت‌تر می‌تواند مطلب مورد نظر را حدوداً پیدا کند» (نقل از تولیدکننده ۱).

نحوه و میزان ارائه اطلاعات کتابشناختی در بخش‌های مربوط به کتاب چاپی و بخش صوتی، قالب انتشار اثر، و نحوه توزیع و دسترس‌پذیر کردن کتاب‌های گویا از دیگر مقولاتی بود که مورد اشاره تولیدکنندگان قرار گرفت. «همین الان هم از طریق فروشگاه‌های اینترنتی مانند آی تیونز کتاب‌های ما از سراسر دنیا قابل دسترسی و خرید است» (نقل از تولیدکننده ۵).

جدول ۳. مقوله اصلی فنی و زیرمقولات و مفاهیم مرتبط

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
تجهیزات سخت‌افزاری ضبط صدا	سخت‌افزار	فنی
تجهیزات سخت‌افزاری انتشار		
نرم‌افزار ضبط صدا	نرم‌افزار	
نرم‌افزار ویرایش و آماده‌سازی فایل صوتی		
نیروی متخصص پیش از تولید	نیروی انسانی	
نیروی متخصص حین تولید		
نیروی متخصص پس از تولید		
فرمت یکسان فایل‌ها	ویژگی و کیفیت فایل صوتی	
قابلیت اجرا در انواع ریدرها		
تأثیر حجم کتاب بر حجم فایل		
مدت زمان هر قطعه بر اساس طول مطلب		
کاهش حجم و تبدیل فایل برای بارگذاری روی سایت		
تنظیمات پیش‌فرض یکسان نرم‌افزار		
وضوح صدا		

تولیدکنندگان کتاب‌های گویا تجهیزات سخت‌افزاری مانند تجهیزات موجود در استودیوهای حرفه‌ای ضبط صدا و تجهیزاتی که برای انتشار کتاب گویا بر روی محمل انتشاراتی منظور مورد نیاز است، و تجهیزات نرم‌افزاری مانند نرم‌افزارهای ضبط صدا و ویرایش فایل صوتی و یا نرم‌افزارهایی که برای آماده‌سازی فایل‌های صوتی استفاده می‌شوند مانند نرم‌افزارهای برچسب‌زنی و نامگذاری قطعات صوتی^۱، و استفاده از نیروی انسانی متخصص و متبحر در مراحل مختلف تولید کتاب گویا مانند کارشناس انتخاب کتاب، راوی، صدابردار، آهنگساز، کارگردان، و ... را در افزایش سطح کیفی فنی محصولات خود مؤثر دانسته‌اند. البته با اشاره به این مطلب که استفاده از هر یک از این مقولات بستگی به توان مالی تولیدکننده خواهد داشت.

در ادامه مقوله فنی نیز به برخی ویژگی‌ها و شرایطی که یک فایل صوتی کتاب گویا باید دارا باشد اشاره نمودند. «کتاب‌های گویای که ما تولید می‌کنیم این قابلیت را دارند که انواع دستگاه‌های پخش صوت اجرا شوند و از این نظر هیچ محدودیتی ندارند» (نقل از تولیدکننده ۳).

جدول ۴. مقوله اصلی سایر و زیرمقولات و مفاهیم مرتبط

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد	مزیت	سایر
انجام همزمان کارها		
استفاده در زمان تردد		
نیاز به تمرکز کمتر		
عدم درگیری چشم		
سهولت جابجایی		
توزیع گسترده‌تر از کتاب چاپی		
توزیع کم هزینه‌تر		
ارزش‌های افزوده (صداسازی، فضا سازی، صدای دلنشین راوی، تلفظ صحیح راوی، شهرت و محبوبیت راوی)		
کمک به درک صحیح اصطلاحات زبانی		

←

1. Tag & Rename

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
نیاز به یک وسیلهٔ پخش	محدودیت	سایر
القاء حس راوی به مخاطب		
پیمایش در صفحات		
جستجوپذیری		
استناد به کتاب گویا		
انتقال املاء صحیح لغات		
انتقال اطلاعات تصویری		
پیشرفت فن آوری اجرای فایل صوتی	علل رواج	
گسترش اینترنت		
فرهنگ عمومی به عنوان زیرساخت		
مشغله زیاد		
فرصت کم برای مطالعه		
هماهنگی با نیاز و روحیهٔ جوانان		
صرف زمان زیاد در مسیر رفت و آمد		
ناآگاهی و ناآشنایی مخاطب با کتاب گویا	مشکلات تولید	
زمان زیاد و دشواری‌های گرفتن مجوز		
ناآگاهی، ناآشنایی، و عدم همکاری مسئولان و متولیان		
بازگشت سخت سرمایه		
هزینه‌های تولید		
کمبود نیروی انسانی متخصص		
جایگاه در مراکز فروش		
ضعف تبلیغات		
ضعف پشتوانهٔ قانونی		
اکراه ناشران از گویا شدن کتاب‌هایشان		

تولیدکنندگان کتاب‌های گویا ضمن برشمردن مزایای کتاب گویا هم برای کاربر و هم برای تولیدکنندگان به برخی کاستی‌های این رسانه نیز اشاره نمودند و دلایل رواج آن را در میان کاربران ذکر کردند.

در نهایت تولیدکنندگانی که در مصاحبه شرکت داشتند به مشکلاتی که برای آنها در تولید کتاب‌های گویا وجود دارد اشاره کردند. «راحتی تکثیر غیرقانونی می‌تواند خسارت بسیار هنگفتی را به ناشر و تولیدکننده بزند. یکی از دلایلی که هنوز ناشران در کشور ما وارد عرصه تولید فایل‌های گویا نشده‌اند همین است که [باعث شده] ناشرین کمتر به این سمت بروند» (نقل از تولیدکننده ۷).

آنچه که در این مقوله می‌تواند مورد توجه قرار گیرد این مطلب است که برخی از مزیت‌های کتاب گویا که می‌تواند کاربر را تشویق به استفاده از این محصول نماید موجب نگرانی تولیدکنندگان از جهت به خطر افتادن منافع آنها می‌شود. به عنوان نمونه توزیع و تکثیر راحت و گسترده‌تر کتاب‌های گویا می‌تواند زمینه استفاده‌های غیرقانونی بدون در نظر گرفتن منافع تولیدکننده و ناشر را فراهم کند که این خود برای ناشر و تولیدکننده کتاب عامل نگران‌کننده محسوب می‌شود. از طرفی دغدغه‌های ناشران کتاب‌های گویا چندان متفاوت با ناشران کتاب‌های چاپی نیست، مانند مسائل مالی و حقوقی و از این جهت فعالیت این دو دسته ناشر در ایران تفاوت چندانی با هم ندارد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام شده با تولیدکنندگان کتاب‌های گویا حاکی از این مطلب است که معیارهای محتوایی ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر این گروه در شش مقوله فرعی قرار می‌گیرد که شامل مخاطب، انگیزه استفاده، معیار انتخاب، موضوع، حق مؤلف، و ویرایش است. معیارهای ارائه کتاب‌های گویا از نظر این گروه در هفت مقوله فرعی قرار می‌گیرد که شامل قالب انتشار، توزیع، روایت، موسیقی، تقطیع و نام‌گذاری، جستجوپذیری، و ارائه اطلاعات کتابشناختی است. معیارهای فنی ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر این گروه در چهار مقوله قرار می‌گیرد که شامل مقولات سخت‌افزار، نرم‌افزار، نیروی انسانی، و ویژگی و کیفیت فایل صوتی است. سایر معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر این گروه در چهار مقوله فرعی قرار می‌گیرد که شامل مزیت، کاستی، علل رواج، و مشکلات تولید کتاب‌های گویا است.

مهم‌ترین مقولاتی که مورد تأیید همه تولیدکنندگان واقع شد مقوله ارائه و محتوای کتاب‌های گویاست. زیرمقوله معیار انتخاب نسبت به سایر زیرمقولات در مقوله اصلی محتوا برای تولیدکنندگان با اهمیت‌تر جلوه کرد چرا که از نظر آنان انتخاب کتاب مناسب برای گویا کردن یکی از حساس‌ترین مراحل تولید کتاب گویاست که اگر با دقت انجام شود تأثیر به‌سزایی در محصول نهایی خواهد داشت. از نظر آنها هر کتابی مناسب گویا شدن نیست و برای این کار باید به ویژگی‌های کتاب و مخاطب توجه کرد. در مقوله اصلی ارائه نیز، زیرمقوله روایت مورد توجه ویژه تولیدکنندگان است. آنها معتقدند انتخاب راوی مناسب برای هر کتاب باید با وسواس ویژه‌ای انجام پذیرد و یک راوی باید دارای خصوصیتی که در بالا ذکر شد باشد و با اصول حرفه‌ای روایت کتاب‌های گویا آشنایی داشته باشد. راوی کتاب گویا اصلی‌ترین کانال برقراری ارتباط مخاطب با محتوای کتاب گویاست.

با توجه به این موضوع که چنین پژوهشی با این رویکرد و هدف تاکنون هیچ نمونه و سابقه داخلی و خارجی نداشته است و محدود پژوهش‌های انجام شده تنها به پیمایش در خصوص آمار تولید و خرید و فروش این محصول در بازارهای مختلف جهانی پرداخته (ای. پی. ای^۱، ۲۰۰۶، ای. پی. ای، ۲۰۰۷) و یا کمتر به معیارهای ارزیابی و تولید این محصول توجه کرده و بیشتر وضعیت آن را از نظر تولیدکنندگان در زمینه‌های کلی مانند تأثیر فن‌آوری دیجیتال، افزایش میزان استفاده، ارزش‌های کتاب گویا، کتابخانه‌ها به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار، و چالش‌های پیش رو بررسی کرده‌اند (مازوسکی^۲، ۲۰۱۲)، انتظار می‌رود که آغازگر راهی باشد تا توجه و دقت بیشتر پژوهشگران را به این حوزه معطوف نماید و با انجام پژوهش‌های بیشتر در این زمینه کاستی‌ها و نکات مغفول مانده در پژوهش حاضر را پوشش داده و دید کامل‌تری نسبت به تمام جوانب تولید کتاب‌های گویا ارائه نمایند. تولیدکنندگان کتاب‌های گویا با توجه به این معیارها و در نظر گرفتن آنها در حین تولید کتاب گویا می‌تواند یاریگر آنان در امر تولید باشد و راه را برای داشتن محصولی با کیفیت و متناسب با فضا و سلیقه بازار فراهم نماید، در عین اینکه می‌تواند مانع از آزمون و خطا در تولید باشد و از هدر رفت زمان و سرمایه جلوگیری نماید.

1. Audio Publishers Association (APA)

2. Malczewski

منابع

- استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۸۴). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌های مبانی؛ رویه‌ها و روش‌ها*. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اشرف واقفی، عباس (۱۳۸۸). کتاب گویا؛ چرا و چگونه؟. *دو هفته نامه مهر*، (۶۸)، ص ۶.
- پاول، رونالد آر. (۱۳۷۹). *روش‌های اساسی پژوهش برای کتابداران*. ترجمه نجلا حریری. تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸). *راهنمای گام به گام ساخت کتاب گویا* (سند شماره 02-T-105، نسخه 0,6). تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شبکه ایران صدا.
- صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸). *مستند تعریف قالب دیجیتالی کتاب گویا* (سند شماره 02-D-101، نسخه 1,51). تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شبکه ایران صدا.
- فلیک، اوه (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

References

- A.P.A. (2006). *Audio Publishing Industry Continues to Grow; Shows 4.7% Increase in Sales*. New Jersey: APA.
- A.P.A. (2007). *Americans are Turning in to Audio: Audiobook Sales on the Rise Nationally*. New Jersey: APA.
- A.P.A. (2008). *More Americans are all Ears to Audiobooks*. New Jersey: A.P.A.
- Association for Library Service to Children (n.d.). *ALSC/Booklist/YALSA Odyssey Award Eligibility & criteria*. Retrieved 8 August, 2013, from: <http://www.ala.org/alsc/awardsgrants/bookmedia/odysseyaward/odysseyawardeligibilitycriteria/odysseycriteri>.
- Wikipedia, the free encyclopedia (2014). *Audible.com*. Retrieved 12 March, 2014, from: <http://en.wikipedia.org/wiki/Audible.com>
- Wikipedia, the free encyclopedia (2009). *EBSCO Information Services*. Retrieved 12 March, 2014, from: http://en.wikipedia.org/wiki/EBSCO_Information_Services
- Engelen, J. (2008). Modern Digital Libraries, the Case of the Audio-Book Boom. In K. m. al.(eds.) (Ed). *Computers Helping People with Special Needs: Proceedings of 11th International Conference, ICCHP*. Linz, Austria, July 9-11, (pp. 284-290).
- Furini, M. (2008). Digital Audiobook: From Passive to Active Pursuit. *Multimedia Tools and Applications Journal*. 40 (1), 23-39.
- OverDrive (n.d.). *History of OverDrive*. Retrieved 12 March, 2014, from: OverDrive: <http://www.overdrive.com/company/who-we-are/history/>

- Hurtado Meléndrez, J. F. (2010). *Audiobooks: Assisting Struggling Readers with the Cognitive Load. For the Degree of Masters*. San Diego State University, College of Education.
- Malczewski, B. (2012). Audiobook Spotlight: A Multitasker's Dream. Industry insiders provide insight into the present and future of audiobooks. *Library Journal*, Retrieved 12 March, 2014, from: <http://reviews.libraryjournal.com/2012/04/media/audio/multi-taskers-dream-as-new-formats-emerge-audiobooks-seem-poised-to-expand-their-reach-but-challenges-persist/>
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. Thousand, Osaka, CA: Sage.
- Paul, F. (2008). *Amazon to Buy Audible for \$300 Million*. Retrieved 12 March, 2014 from: <http://www.reuters.com/article/2008/01/31/us-audible-amazon-idUSN3129158120080131>.
- Peters, T. A. (2007). Digital Audiobook Services through Libraries. *Library Technology Reports*, 43 (1). Retrieved 12 March, 2014, from: <http://www.alatechsource.org/ltr/digital-audiobook-services-through-libraries>
- Podiobooker (n.d.). *Privacy and Legal Speak in Plain (if not ill-formed) English*. Retrieved 12 March, 2014 from: <http://blog.podiobooks.com/privacy-and-legal-speak-in-plain-if-not-ill-formed-english/>
- Project Gutenberg (2007). *The Audio Books Project*. Retrieved 12 March, 2014 from: http://www.gutenberg.org/wiki/Gutenberg:The_Audio_Books_Project
- Rubery, M. (2008). Play It Again, Sam Weller: New Digital Audiobooks and Old Ways of Reading. *Journal of Victorian Culture*. 13 (1), 58-79.
- Shifted librarian (2005). *Introducing the Spoken Alexandria Project + Podcast*. Retrieved 12 March, 2014 from [shiftedlibrarian: http://www.theshiftedlibrarian.com/archives/2005/07/05/introducing_the_spoken_alexandria_project_podcast.html](http://www.theshiftedlibrarian.com/archives/2005/07/05/introducing_the_spoken_alexandria_project_podcast.html)
- Telltale Weekly (2007). *Spoken alexandria project*. Retrieved 12 March, 2014 from: <http://alexwilson.com/telltale/spokenalexandria/>
- Young Adult Library Services Association (2008). *Amazing Audiobooks Policies and Procedures*. Retrieved 5 August, 2013, from: <http://www.ala.org/yalsa/booklistsawards/booklists/amazingaudiobooks/policies>.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

چهرقانی، مریم؛ فهیم‌نیا، فاطمه و نقشینه، نادر (۱۳۹۴). معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دیدگاه تولیدکنندگان: تحلیل محتوای کیفی. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۱ (۲)، ۲۳۵-۲۵۷.