

معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا

از دیدگاه تولیدکنندگان: تحلیل محتوای کیفی

مربی 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
mnaghsh@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 مهترین 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 برسی 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 مهترین 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، ساخت افزار، نرم افزار، 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. مشارکت کنندگان مصادیقه 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
۲۵۷-۲۲۵ ص ص
Magiran و SID و ISC نمایه شده در

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 مصاديق فن آوری 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 آسناد چند رسانه‌ای 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 (انگلن^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 بینند و این تأثیرات را نادیده بگیرند (روبزی^۳، ۲۰۰۸). موقیت 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 فرایندهای از گروه‌های تجاری دریافت‌هایند که بازار پر رونقی 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 تجاري، 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 نقشه 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 وسوس برخورد می‌کند، در حالی که آینده بازار انبوه کتاب به طور کامل در جایی دیگر است. آیا بزرگ‌ترین تأثیر فن‌آوری 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 مزايا 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، ۲۰۰۷؛ ای. پی. ای. پی. ۲۰۰۸)، کمک به درک صحیح اصطلاحات زبانی (هارتادو ملوندرز، 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 محمولهای 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 استانداردی برای تولید کتاب‌های گویا وجود ندارد اما تولید کنندگان دارای دستورنامه‌های مشخص و مدونی برای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا هستند که هم برای کاربران و هم سایر تولید کنندگان می‌تواند مفید واقع شود (انجمان خدمات کتابخانه نوجوانان^۱، ۲۰۰۸، انجمان خدمات کتابخانه کودکان^۲، بی‌تا). متأسفانه اکثر تولید کنندگان کتاب‌های گویا در ایران از چنین منابعی نیز بی‌بهره‌اند. تنها دستنامه مدون تولید کتاب‌های گویا توسط سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در قالب دو سند سازمانی تدوین شده است (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران^۳، ۱۳۸۸، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران^۴، 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 تولید کنندگان مورد شناسایی و سنجش قرار دهد.

معرفی برخی تولید کنندگان 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 تولید کننده نیز هستند در حالی که برخی دیگر تنها به عرضه کتاب‌های گویای تولید شده توسط ناشران می‌پردازنند. در ادامه به معرفی ۵ مؤسسه عمده فعال در زمینه تولید کتاب‌های گویا خواهیم پرداخت. این مؤسسات عبارت‌اند از: آدیبل^۵، اوردرایو^۶، نت لایبریری^۷، پلی اوی^۸، و تامبل تاکینگ بوکز^۹.

آدیبل

وبسایت آدیبل^{۱۰} ادعا می‌کند که در ارائه انواع منابع سرگرمی و اطلاعات گفتاری بر

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

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

تحقیقات اطلاع رسانی و گنجانهای موسیقی

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

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

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

فایل‌های صوتی آدیبل 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 آدیبل منیجر^۴) اجرا کرد. همچنین می‌توان با استفاده از آدیبل منیجر و آی تیونز آپل و برخی نسخه‌های نرم‌افزار نرو^۵ عناوین را به روی دیسک فشرده ضبط کرد. مشتریان آدیبل 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.

نت لایبریری

نت لایبریری در اوخر دهه ۱۹۹۰ به عنوان یک شرکت کتاب‌های الکترونیکی ظهرور کرد. در اوایل سال ۲۰۰۵، نت لایبریری خدمات کتاب گویای دیجیتال قبل دانلود را راه‌اندازی کرد. تا قبل از سال ۲۰۱۰ این شرکت یکی از بخش‌های آ.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 اسی. ال. سی. و انتشارات ای‌اسکو^۱ امضا شد دارایی‌ها و حقوق نت لایبریری به انتشارات ای‌اسکو فروخته شد (خدمات اطلاع‌رسانی ای‌اسکو، ۲۰۰۹). در طول این سال‌ها کتاب‌های گویا منبع عمده محتوا نت لایبریری بوده است.

پلی اوی

از تأمین کنندگان عمده محتوا کتاب گویا در بازار کتابخانه‌های آمریکای شمالی، پلی اوی^۲ است. مدل توزیع و فروش پلی اوی 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 پلی اوی کتاب‌های گویای خود را در پیش‌فرض ارائه می‌کند و دستگاه‌های پخش قابل حمل خود را دارد (پیترز، ۲۰۰۷).

اُوردرایو

اُوردرایو^۳، توزیع کننده کتاب‌های الکترونیکی، کتاب‌های گویا، موسیقی، و عناوین ویدئویی است. این شرکت خدمات دانلود برای ناشران، کتابخانه‌ها، مدارس، و خردۀ فروشان فراهم می‌کند. اُوردرایو در سال ۱۹۸۶ تأسیس شد، و در ابتدا رسانه‌های آنالوگ را به فرمتهای دیجیتال مانند دیسک‌های تعاملی و سی‌دی‌رام^۴‌ها 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.

تambil تاکینگ بوکز^۵

تambil بوکز دو نوع خدمات کتاب گویا دیجیتال را ارائه می‌دهد. تambil 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 درجه 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 فن‌آوری فلش ارائه می‌کند. مجموعه دوم، تامبل رید الانگر^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 ارائه‌دهنده رایگان کتاب‌های گویا وجود دارد. بسیاری از عنوان‌ین موجود در این مجموعه‌ها نسخه‌های آثار قدیمی‌تر هستند که اکنون در مالکیت عمومی^۳ قرار دارند.

لیریوکس^۴

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

این سایت به طور کامل بر مشارکت‌های داوطلبانه خوانندگان آماتور بدون تجربه قبلی بازیگری، ضبط صدا، یا سخنرانی عمومی بنا شده است. لیریوکس 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 لیریوکس 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 لیریوکس را تکمیل می‌کنند هماهنگ‌کننده ابرداده نامیده می‌شوند. آرشیو اینترنت^۱ و آی بیبیو^۲ فایل‌های لیریوکس 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 نویسنده‌گان 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 تحويل 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 فزاينده‌ای 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 یل تیل ویکلی^۲ است که کتاب‌های گویای مشروح و بدون مسائل مربوط به مدیریت حقوق دیجیتال^۳ را فراهم می‌کند (کتابدار تغییریافته، 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 ضبط شده، 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^۴

تیفلولیبروس مجموعه جامعی 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 نایینا 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).

پرسشن پژوهش

این پژوهش با هدف شناسایی معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دیدگاه تولیدکنندگان و با این پرسشن 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:
2. Telltale Weekly
3. Digital Right Management (DRM)
4. Shifted librarian

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

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 دسته‌اول و مراکز تولید دسته‌دوم 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 پردازند (فیلیک، 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 محتواهای 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

تحقیقات اطلاع‌رسانی و گنجانهای عمومی

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

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، پایابی 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

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

←

تحقیقات اطلاع‌رسانی و

گنجانهای عمومی

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

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

مقوله اصلی محتوای 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 بر شمرده‌اند. 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 معيار انتخاب تولید‌کنندگان به معيار 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 بر می‌گزینند 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 (نایینیان) 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^۶).

تحقیقات اطلاع‌رسانی و

گنجانهای عمومی

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

جدول ۲. مقوله اصلی ارائه و زیرمقولات و مفاهیم مرتبط

مفهوم اصلی	مفهوم فرعی	مفهوم فرعی
		تفاوت شیوه اجرای موضوعات متفاوت
		خواندن اطلاعات خارج از متن تا حد امکان
		اجرای نمایشنامه‌ای
		القاء برداشت درونی و حس راوی به مخاطب
	روايت	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
		صدای مطلوب و دلنشیں
		استفاده از موسیقی و افکت صوتی
		موسیقی در ابتداء و انتهای کار
		موسیقی برای جلوگیری از کسالت آور بودن
ارائه	موسیقی	انتخاب موسیقی با توجه به موضوع کتاب دوره زمانی اثر و فضای کار
		موسیقی پس زمینه در متون غیر علمی
		هزینه ساخت موسیقی
		تقطیع بر اساس تقسیمات کتاب
	تقطیع و نامگذاری	تناسب دامنه شروع و پایان صفحات با طول قطعه
		نامگذاری قطعات بر اساس فصل‌های کتاب
		تقطیع بخش‌های طولانی کتاب به قطعات کوتاه‌تر
		امکان جستجو در بخش‌های کتاب از طریق تقطیع
		امکان استناد به فایل صوتی از طریق نرم‌افزارهای استناددهی
	جستجو پذیری	اعلام صفحه برای استناد دقیق
		امکان جستجو براساس موضوع، عنوان، نویسنده
		ارائه اطلاعات کتابشناختی کتاب مرجع
		اطلاعات کتابشناختی

←

مفهوم اصلی	مفهوم فرعی	مفاهیم
ارائه	اطلاعات کتابخانه‌ای	ارائه اطلاعات مربوط به بخش صوتی
ارائه	قالب انتشار	ثبت کارها در کتابشناسی و کتابخانه ملی
توزیع	قالب انتشار	استاندارد مارک و ابرداده یکپارچه با قابلیت ادغام با سایر سیستم‌ها
ارائه		قالب سخت‌افزاری
		اینترنت (دانلود/شیدن آنلاین)
		عرضه در کاپروشی
		عرضه در فروشگاه آثار صوتی
		عرضه در فروشگاه‌های اینترنتی

مفهوم 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.

مفهوم 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 بدیم. 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 نگوییم فصل که طرف نگویید کتاب که فصل نداشته» (نقل از تولیدکننده ۲).

تحقیقات اطلاع‌رسانی و گنجانهای عمومی

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

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

تولید‌کنندگان کتاب‌های گویا تجهیزات سخت‌افزاری مانند تجهیزات موجود در استودیوهای حرفه‌ای ضبط صدا و تجهیزاتی که برای انتشار کتاب گویا بر روی محمول 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 مقوله‌فنی نیز به برخی ویژگی‌ها و شرایطی که یک فایل صوتی کتاب گویا باید دارا باشد اشاره نمودند. «کتاب‌های گویایی 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. مقوله‌اصلی سایر و زیرمقولات و مفاهیم مرتبط

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

←

1. Tag & Rename

تحقیقات اطلاع‌رسانی و

گنجانهای عمومی

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

مفهوم اصلی →	مفهوم فرعی	مفاهیم
		نیاز به یک وسیله پخش
		القاء حس راوی به مخاطب
		پیمايش در صفحات
	محدودیت	جستجوی ذیری
		استناد به کتاب گویا
		انتقال املاء صحیح لغات
		انتقال اطلاعات تصویری
		پیشرفت فن آوری اجرای فایل صوتی
		گسترش اینترنت
		فرهنگ عمومی به عنوان زیرساخت
	عمل رواج	مشغله زیاد
		فرصت کم برای مطالعه
		هماهنگی با نیاز و روحیه جوانان
		صرف زمان زیاد در مسیر رفت و آمد
		ناآگاهی و ناآشنايی مخاطب با کتاب گویا
		زمان زیاد و دشواری‌های گرفتن مجوز
		ناآگاهی، ناآشنايی، و عدم همکاری مسئولان و متولیان
		بازگشت سخت سرمایه
		هزینه‌های تولید
	مشکلات تولید	کمبود نیروی انسانی متخصص
		چایگاه در مراکز فروش
		ضعف تبلیغات
		ضعف پشتونه قانونی
		اکراه ناشران از گویا شدن کتاب‌هایشان

تولیدکنندگان کتاب‌های گویا ضمن برšمردن 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 تولید کنندگانی 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 نگران کننده 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 مقولهٔ 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 مقولهٔ فرعی قرار می‌گیرد که شامل قالب انتشار، توزیع، روایت، موسیقی، تقطیع و نام‌گذاری، جستجوپذیری، و ارائه اطلاعات کتاب‌نایختی است. معیارهای فنی ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر این گروه در چهار مقولهٔ فرعی 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 مقولهٔ 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 محتوا 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 وسوس ویژه‌ای انجام پذیرد و یک راوی باید دارای خصوصیاتی که در بالا ذکر شد باشد و با اصول حرفه‌ای روایت کتاب‌های گویا آشنایی داشته باشد. راوی کتاب گویا اصلی‌ترین کanal برقراری ارتباط مخاطب با محتوا 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 پیماش در خصوص آمار تولید و خرید و فروش این محصول در بازارهای مختلف جهانی پرداخته (ای. پی. ای^۱، ای. پی. ای. پی. ای^۲) 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 به عنوان یک عامل تأثیرگذار، و چالش‌های پیش رو بررسی کرده‌اند (مازووسکی^۳، 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 می‌توانند یاریگر آنان در امر تولید باشد و راه را برای داشتن محصولی با کیفیت و متناسب با فضای سلیقه بازار فراهم نماید، در عین اینکه می‌تواند مانع از آزمون و خطای در تولید باشد و از هدر رفت زمان و سرمایه جلوگیری نماید.

1 . Audio Publishers Association (APA)

2. Malczewski

منابع

- استراوس، آنسلم و کورین، جولیت (۱۳۸۴). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی؛ رویه‌ها و روش‌ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اشرف واقفی، عباس (۱۳۸۸). کتاب گویا؛ چرا و چگونه؟. دو هفته‌نامه 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 ۰۲-T-02، نسخه ۰,۶). 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 ۰۲-D-101، نسخه ۱,۵۱). 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: Audioook 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/odysseycritери>.
- 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.ala.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

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 این گونه استناد کنید:

چهرقانی، مریم؛ فهمینا، 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.