





دانشگاه تهران

دانشکده کتابداری و اطلاع‌رسانی

ارائه الگوی مناسب تولید کتاب گویا بررسی دیدگاه تولیدکنندگان و کاربران

نگارش

مریم چهرقانی

استاد راهنما: دکتر فاطمه فهیم نیا

استاد مشاور: دکتر نادر نقشینه

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته

علم اطلاعات و دانش‌شناسی

این پژوهش با حمایت نهاد کتابخانه‌های عمومی کل کشور انجام شده است.

شهریور 1392

چکیده

پژوهش حاضر به منظور ارائه الگوی مناسب تولید کتاب‌های گویا بر اساس دیدگاه تولیدکنندگان و کاربران کتاب‌های گویا انجام پذیرفته است. روش این پژوهش روش آمیخته با طرح اکتشافی متوالی است. بخش اول شامل تحلیل محتوای کیفی با استفاده از ابزار مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته و بخش دوم پیمایش با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته است.

ابتدا با استفاده از روش کیفی و مصاحبه‌های عمیق و تحلیل محتوای کیفی عناصر روش‌های تولید کتاب گویا به عنوان سنج‌های تحقیق استخراج و جهت تهیه پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت، سپس، با بکارگیری رویکرد کمی، به ارسال پرسشنامه برای کاربران کتاب گویا، مبادرت شد و در نهایت توسط تحلیل‌های آمار استنباطی و توصیفی داده‌های گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار داده می‌شوند.

جامعه مورد مطالعه تمامی تولیدکنندگان کتاب گویا مراکز آموزشی، پژوهشی، و عمومی که در شهر تهران فعالیت می‌کنند را شامل می‌شد که به شیوه نمونه‌گیری هدفمند و با ملاک داشتن تجربه و سابقه در امر تولید کتاب گویا هفت نفر انتخاب شدند.

در بخش کمی جامعه مورد مطالعه، کلیه کاربران فعال سایت کتاب‌های صوتی آدیولیب بود که بیش از یک بار از کتاب‌های گویا استفاده کرده‌اند. طبق آخرین آمار، شمار این کاربران 35 هزار نفر بود. با روش نمونه‌گیری احتمالی تصادفی، میزان حجم نمونه 380 نفر بود که برای اطمینان بیشتر، پرسشنامه‌ها برای 600 نفر از کاربران ارسال شد. از این میزان 560 عدد از پرسشنامه‌ها توسط کاربران پاسخ داده شد و تنها یکی از پرسشنامه‌های پاسخ داده شده مخدوش بود و آمار ارائه شده مربوط به تحلیل 559 پرسشنامه است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از آمار توصیفی و روش محاسبه فراوانی و درصد استفاده شده است.

یافته‌های بخش کیفی نشان داد که تولید کنندگان به مقولات مخاطب، انگیزه استفاده، معیار انتخاب، موضوع، حق مؤلف، ویرایش، سخت‌افزار، 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، مشکلات تولید، به عنوان معیارهای ارزیابی و تولید کتاب گویا اشاره نمودند.

یافته‌های بخش کمی نشان داد که مفاهیم حجم پایین فایل صوتی و سرعت بالای دانلود کتاب گویا، عدم درگیری چشم در حین گوش دادن به کتاب گویا، انتقال صحیح لحن جمله توسط راوی، فرمت یکسان فایل‌های صوتی، صدای مطلوب و دلنشین راوی، تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن، ثبت کتاب‌های گویا در

کتابشناسی و کتابخانه ملی، انتخاب کتاب گویای تمام‌متن، تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب و دوره زمانی و فضای کار، دریافت فایل اینترنتی قابل دانلود و انتقال به یک دستگاه پخش صوت، امکان جستجوی کتاب گویا براساس عنوان، فن بیان صحیح راوی، گوش دادن به کتاب گویا با انگیزه مطالعه تفریحی، عدم انعکاس صداها، اضافی و مزاحم، روایت متن کتاب توسط گوینده حرفه‌ای، نامگذاری قطعات بر اساس ترکیبی از نام بخش و ترتیب شماره بخش، امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد و همزمان با سایر کارها، انتخاب آثار برگزیده و توصیه شده (توسط کارشناسان، دوستان، و ...)، امکان جستجوی کتاب گویا براساس مؤلف، سهولت جابجایی، استفاده از موسیقی در آثار کودکان، امکان جستجوی مطالب در متن کتاب گویا، انتخاب کتاب بر اساس تناسب با سلیقه و نیاز شخصی، دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت، و تقطیع براساس تقسیمات کتاب، برای کاربران دارای اهمیت بالای بود.

کلیدواژه‌ها: کتاب گویا، تولید کننده، کاربر، معیار ارزیابی، معیار تولید، الگوی تولید، تحقیق آمیخته.

سپاس خدایی را که اول و آخر وجود است، بی آنکه اولی بر او پیشی بگیرد یا آخری پس از او باشد؛
خدایی که دست هر چشمی از دامن دیدارش کوتاه است و فهم هر کبوتر توصیفگری از پرواز در آسمان
وصفش عاجز (صحیفه سجادیه، دعای اول).

خدایا، آن دو را (پدر و مادر)، به پاس آن که پرورشم داده‌اند، نیک پاداشی ده، و چون مرا عزیز و گرامی
داشته‌اند، ثوابی بزرگ عطاشان کن، و در مقابل حفظ و حمایت من در خردی، جانب ایشان را نگاه دار
(صحیفه سجادیه، دعای 24).

خداوندا، از تو برای همه معلمانی که شیوه زندگی را به من آموختند سپاسگزارم. به آنان خیر و برکت و
تمام نیرویی که برای رسالتشان بدان نیازمندند عطا فرما و از هر آسیبی مصونشان بدار. به من بیاموز که
دانشی را که به من آموختند در طریقی خیر به کار گیرم.

و با سپاس ویژه از

دکتر فاطمه فهیم‌نیا، که اندیشیدن را به من آموخت نه اندیشه‌ها را؛

دکتر نادر نقشینه، که جسارت را به من آموخت؛

دکتر محمدرضا وصفی، به خاطر شکیبایی و بزرگواریش.

فصل اول کلیات پژوهش

1-1	مقدمه	2
1-2	بیان مسأله	3
1-3	تعاریف عملیاتی اجزا مسأله	4
1-4	هدف از طرح مورد نظر	4
1-4-1	هدف کلی	5
1-4-2	اهداف جزئی	5
1-5	پرسش‌های پژوهش	5
1-6	ضرورت پژوهش	5
1-7	روش‌های اجرایی طرح	6
1-7-1	روش پژوهش	6
1-7-2	جامعه پژوهش	6
1-7-3	ابزار گردآوری داده‌ها	7
1-7-4	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها	7

فصل دوم مبانی نظری و پیشینه پژوهش

2-1	مروری بر ادبیات پژوهش	9
2-1-1	مقدمه	9
2-1-2	تعریف کتاب گویا	12
2-1-3	تاریخچه	15
2-1-4	انواع کتاب گویا	19

- 2- 1- 4- 1. قالب 19.....
- 2- 1- 4- 2. ویرایش 21.....
- 2- 1- 4- 3. سبک 21.....
- 2- 1- 4- 4. روایت (صدای انسان در مقابل صدای مصنوعی) 21.....
- 2- 1- 4- 5. نحوه تعامل 22.....
- 2- 1- 5. کاربران کتاب گویا 23.....
- 2- 1- 6. ویژگی‌های کاربران کتاب گویا 28.....
- 2- 1- 7. قابلیت / مزایا 30.....
- 2- 1- 8. معرفی و مقایسه ارائه‌دهندگان خدمات کتاب‌های گویا 34.....
- 2- 1- 8- 1. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر مجموعه 39.....
- 2- 1- 8- 1. اندازه مجموعه 39.....
- 2- 1- 8- 2. همپوشانی در داخل مجموعه‌ها 40.....
- 2- 1- 8- 3. نرخ رشد مجموعه 41.....
- 2- 1- 8- 2. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر موضوع و سبک 42.....
- 2- 1- 8- 3. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر شرکای انتشاراتی و سایر تأمین‌کنندگان محتوا 45.....
- 2- 1- 8- 4. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر محتوا 46.....
- 2- 1- 8- 1. خلاصه در مقابل مشروح 47.....
- 2- 1- 8- 2. زبان‌های محتوا 48.....
- 2- 1- 8- 5. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر گزینه‌های خرید و اجاره 49.....
- 2- 1- 8- 6. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر اجزای هزینه 50.....
- 2- 1- 8- 7. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر فرمت‌های فایل 51.....

- 2-1-8-8. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر گزینه‌های پخش.....53
- 2-1-8-9. مقایسه ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا از نظر امکان ادغام با دیگر مجموعه‌های کتابخانه، سیستم‌ها، و خدمات.....54
- 2-1-9. معرفی سایر مؤسسات ارائه‌دهنده خدمات کتاب‌های گویا.....55
- 2-2. پیشینه پژوهش.....58
- 2-2-1. پیشینه‌ی داخل.....58
- 2-2-2. پیشینه‌ی خارج.....59
- 2-2-3. نتیجه‌گیری از پیشینه پژوهش.....65

فصل سوم روش‌شناسی پژوهش

- 3-1. مقدمه.....68
- 3-2. روش پژوهش.....68
- 3-2-1. روش پژوهش در بخش کیفی.....71
- 3-2-1-1. جامعه پژوهش.....71
- 3-2-1-2. شیوه نمونه‌گیری.....71
- 3-2-1-3. اندازه نمونه.....72
- 3-2-1-4. ابزار گردآوری داده‌ها.....73
- 3-2-1-5. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....73
- 3-2-1-6. اعتبارسنجی پژوهش در بخش کیفی.....74
- 3-2-2. روش پژوهش در بخش کمی.....78
- 3-2-2-1. جامعه پژوهش.....78
- 3-2-2-2. شیوه نمونه‌گیری و اندازه نمونه.....78

79.....	3-2-3. ابزار گردآوری داده‌ها
79.....	3-2-4. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
79.....	3-2-5. اعتبارسنجی پژوهش در بخش کمی
80.....	3-3. جمع‌بندی

فصل چهارم یافته‌های پژوهش

82.....	4-1. مقدمه
82.....	4-2. یافته‌های بخش کیفی
123.....	4-3. یافته‌های بخش کمی
123.....	4-3-1. مشخصات فردی
126.....	4-3-2. میزان موافقت کاربران با معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا
140.....	4-3-3. معیارهای افزوده ذکر شده توسط کاربران
141.....	4-3-4. نتیجه‌گیری از بررسی نظر کاربران
143.....	4-4. جمع‌بندی

فصل پنجم بحث و نتیجه‌گیری

145.....	5-1. مقدمه
145.....	5-2. خلاصه پژوهش
146.....	5-3. بحث و نتیجه‌گیری بخش کیفی
152.....	5-4. بحث و نتیجه‌گیری بخش کمی
159.....	5-5. الگوی پیشنهادی تولید کتاب گویا
163.....	5-6. محدودیت‌های پژوهش
164.....	5-7. پیشنهادهای برخاسته از پژوهش

165.....	5-8. پیشنهادها برای پژوهش‌های آینده
167.....	فهرست مآخذ فارسی
168.....	فهرست مآخذ لاتین

فهرست پیوست‌ها

172.....	پیوست 1: پرسشنامه پژوهش
----------	-------------------------

فهرست جدول‌ها

23.....	جدول 2-1: انواع کتاب گویا
52.....	جدول 2-2: فرمت فایل‌های صوتی آدیبل
70.....	جدول 3-1: ویژگی‌های طرح تحقیق اکتشافی متوالی
75.....	جدول 3-2: ملاک‌های قابلیت اعتماد پژوهش
80.....	جدول 3-3: مقدار آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی پرسشنامه
84.....	جدول 4-1: مقوله اصلی محتوا و مقولات فرعی و مفاهیم آن
96.....	جدول 4-2: مقوله اصلی فنی و مقولات فرعی و مفاهیم آن
101.....	جدول 4-3: مقوله اصلی ارائه و مقولات فرعی و مفاهیم آن
113.....	جدول 4-4: مقوله اصلی سایر و مقولات فرعی و مفاهیم آن
123.....	جدول 4-5: توزیع فراوانی و درصد جنسیت
125.....	جدول 4-6: توزیع فراوانی و درصد سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه
126.....	جدول 4-7: مزیت کتاب‌های گویا از نظر کاربران
127.....	جدول 4-8: کاستی کتاب‌های گویا از نظر کاربران
128.....	جدول 4-9: انگیزه کاربران برای استفاده از کتاب‌های گویا
128.....	جدول 4-10: معیارهای کاربران برای انتخاب کتاب‌های گویا

جدول 4-11: موضوعات مورد علاقه کاربران کتاب‌های گویا	129
جدول 4-12: نوع ویرایش مورد علاقه کتاب‌های گویا	130
جدول 4-13: نحوه روایت و ویژگی‌های راوی کتاب‌های گویا از نظر کاربران	131
جدول 4-14: استفاده از موسیقی و صداسازی در کتاب‌های گویا از نظر کاربران	133
جدول 4-15: نظر کاربران در مورد تقطیع و نامگذاری کتاب‌های گویا	135
جدول 4-16: نظر کاربران در مورد ویژگی و کیفیت صدای کتاب‌های گویا	136
جدول 4-17: قالب‌های انتشار مورد استفاده کاربران کتاب‌های گویا	137
جدول 4-18: روش‌های دسترسی کاربران به کتاب‌های گویا	138
جدول 4-19: نظر کاربران در مورد جستجو و ثبت اطلاعات کتابشناختی کتاب‌های گویا	139
جدول 4-20: مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر کاربران	142

فهرست نمودارها

نمودار 3-1: طرح ترکیبی متوالی-اکتشافی	69
نمودار 4-1: توزیع سنی پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه	124
نمودار 4-2: وضعیت اشتغال پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه	125

فهرست شکل‌ها

شکل 5-1: الگوی پیشنهادی فرایند تولید کتاب گویا	160
--	-----

فصل اول

کلیات پژوهش

1-1. مقدمه

انسان در عصر جدید تمایل زیادی به استفاده از انواع ابزارها در برآورده کردن نیازهای خود دارد. باز شدن بحث نشر الکترونیک و تلاش برای ورود کتاب به دنیای مجازی و درآمیختن آن با فن آوری را می توان در همین راستا بررسی کرد. یکی از مواردی هم که در خلال موضوع نشر الکترونیک مورد بحث قرار می گیرد کتاب گویا^۱ و ضرورت توجه بیشتر به آن است.

کتاب گویا امروزه دیگر تنها به عنوان یک برنامه کاربردی برای افراد دچار اختلال بینایی یا سایر اختلالات خوانشی دیده نمی شود، بلکه به عنوان یک برنامه سرگرم کننده و کاربردی برای تمام کسانی که به آن علاقه نشان می دهند، در نظر گرفته شده است (فورینی^۲، 2008).

موفقیت کتاب های گویا در جذب مخاطب، ناشران را برای تولید و فروش کتاب های گویا در مکان های مختلف (به عنوان مثال، کتاب فروشی، دکه های روزنامه فروشی، فروشگاه های موسیقی و وب سایت فروشگاه موسیقی) و در فرمت های مختلف (نوار کاست، سی دی، فایل های ام پی تری^۳ و فرمت های قابل دانلود) تشویق کرده است (فورینی، 2008).

امکان دسترسی سریع، حمل آسان و قابلیت استفاده در زمان ها و مکان های گوناگون مانند سفرهای بین شهری و رفت و آمدهای شهری، پیاده روی، زمان انتظار در صف های طولانی بانک ها و ادارات مختلف، هنگام انجام کارهای روزمره و بسیاری موارد دیگر، از مزایای این نوع کتاب ها بشمار می روند.

مخاطبان کتاب های گویا نه تنها افراد دچار مشکلات بینایی، بلکه کودکان، سالمندان، افراد کم سواد یا بی سواد، دانش آموزان، دانشجویان، زنان خانه دار، مدیران . . . و به عبارتی دیگر تمامی افراد جامعه هستند.

¹ Audio Book

² Furini

³ MP3

دهه‌های گذشته با محبوبیت رو به رشد کتاب‌های گویا مواجه بوده است 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 (روبری⁴، 2008).

هم اکنون کتاب گویا پدیده‌ای شناخته شده در کشورهای توسعه یافته است و با ساخت و گسترش استفاده از نوار کاست، سی‌دی، ام‌پی‌تری، فایل رسانه‌ای ویندوز⁵، گوشی‌های تلفن همراه، و همچنین به صورت پیوسته مورد استفاده عموم مردم قرار گرفته و تولید کنندگان کتاب طیف وسیعی از کتاب‌های خود را بدین شکل تولید می‌نمایند.

1-2. بیان مسأله

کتاب‌های گویا، از لحاظ محتوا و ماهیت اطلاعاتی به مانند کتاب‌های چاپی هستند. با این وجود، آنها ویژگی‌های افزوده‌ای را در کنار کاستی‌های خود دربردارند. امروزه کتاب‌های گویا مورد استفاده طیف وسیعی از کاربران قرار می‌گیرد و مراکز زیادی اعم از دولتی و خصوصی اقدام به تولید این کتاب‌ها می‌نمایند اما هر کدام از این مراکز با توجه به خط مشی و الگوی خود - که غالباً با هم متفاوت‌اند - به تولید این کتاب‌ها می‌پردازند که موجب می‌شود کاربر در مواجهه با این کتاب‌ها با الگوهای چندگانه‌ای برخورد کند. با وجود اینکه این کتاب‌ها بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرند اما دارای روش‌های تولید متفاوتی هستند که بعضاً با انتظارات و نیازهای کاربران آنها تناسب ندارند و موجب نارضایتی کاربران می‌شوند و باعث می‌شود تا در استفاده از این کتاب‌ها احساس خوبی نداشته باشند. با توجه به این مطلب لازم است که در تهیه این کتاب‌ها نیازها و انتظارات کاربران و ملاک‌های مورد نظر آنان لحاظ شود. به منظور نشر موفق و استفاده مطلوب از این نوع کتاب‌ها، شناخت مهم‌ترین معیارهای

⁴ Rubery

⁵ Windows Media Audio

ارزیابی و تولید مورد نظر ذی‌نفعان (کاربران و تولیدکنندگان)، به منظور تولید کتاب گویا و نیز انتخاب آن بسیار مؤثر خواهد بود. بررسی‌های مقدماتی نگارنده نشان دهنده این مطلب بود که در ایران تولیدکنندگان از یک الگوی یکپارچه و یکدست برای تهیه این کتاب‌ها استفاده نمی‌کنند. در حالی که به کار بردن یک الگوی یکپارچه و یکدست در تولید کتاب گویا می‌تواند هم برای کاربران این کتاب‌ها و هم برای تولیدکنندگان چه در عرصه تولید و چه در بهره‌برداری و استفاده مفید واقع شود.

این پژوهش به این منظور انجام پذیرفته است تا ضمن مطالعه، متون معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا را نیز از دید کاربران و تولیدکنندگان مورد شناسایی و سنجش قرار دهد و با اولویت بندی این معیارها به یک الگوی مناسب برای تولید کتاب گویا دست پیدا کند.

3-1. تعاریف عملیاتی اجزا مسأله

کتاب گویا. در این پژوهش، منظور از کتاب گویا، کتاب‌هایی است که به شکل فایل صوتی بر روی محمول فیزیکی و یا شبکه اینترنت قابل دسترس‌اند.

کاربر کتاب گویا. در این پژوهش، منظور از کاربران، تمامی افرادی هستند که از کتاب گویا استفاده کرده و در پژوهش شرکت نموده‌اند.

تولیدکننده کتاب گویا. در این پژوهش، منظور از تولیدکننده کتاب گویا، کلیه افراد یا نهادهای آموزشی، پژوهشی، عمومی، و تجاری خصوصی و یا دولتی هستند که به تولید کتاب گویا اشتغال دارند.

4-1. هدف از طرح مورد نظر

اهداف این پژوهش به دو دسته کلی و جزئی تقسیم می‌شوند:

1-4-1. هدف کلی

این پژوهش با هدف طراحی الگوی مناسب تولید کتاب گویا بر اساس مطالعه‌ی دیدگاه کاربران و تولیدکنندگان انجام شده است.

1-4-2. اهداف جزئی

- شناسایی معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دید تولیدکنندگان کتاب‌های گویا
- شناسایی معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دید کاربران کتاب‌های گویا
- اولویت بندی معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا شناسایی شده از دیدگاه کاربران و تولیدکنندگان کتاب گویا
- ارائه الگوی مناسب تولید کتاب‌های گویا

1-5. پرسش‌های پژوهش:

1. مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دید تولیدکنندگان کتاب گویا در ایران چیست؟
2. مهم‌ترین معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دید کاربران چیست؟
3. الگوی پیشنهادی به منظور تولید کتاب گویا با توجه به نظر تولیدکنندگان و کاربران چیست؟

1-6. ضرورت پژوهش

با وجود فعالیت تعداد زیادی تولید کننده در زمینه کتاب گویا در ایران، این تولید کنندگان شناخت کافی از روش‌های تولید این محصول در سطح جهان ندارند و به دلیل تولید بعضاً ناقص و یا غیر علمی کتاب گویا امکان دارد که کاربران نتوانند از تمامی ظرفیت‌های این ماده اطلاعاتی سود برند. از سویی دیگر مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که تا پیش از این پژوهش در ایران اقدامی در جهت یک‌دستی تولید کتاب گویا صورت نگرفته

است و این موضوع، موضوعی جدید محسوب می‌شود که نتایج حاصل از این پژوهش خواهد توانست مورد استفاده تولیدکنندگان و فعالان این حوزه در جهت بهبود روش‌های تولید و افزایش رضایت مخاطب قرار گیرد.

1-7. روش‌های اجرایی طرح

1-7-1. روش پژوهش

این پژوهش در قسمت‌های مختلف فعالیت تحقیق از روش‌های تحقیق مناسب با خود بهره برده است. ابتدا برای شناسایی معیارها از روش مطالعه کتابخانه‌ای همراه با مصاحبه با تولیدکنندگان فعال در حوزه کتاب گویا استفاده شده است. چارچوب پژوهشی مورد نظر در مرحله اول با رویکردی اکتشافی است. بدین صورت که در مرحله اول، روش‌های کیفی مقتضی، از جمله مصاحبه‌های اکتشافی و نیمه‌ساختار یافته، و طرح سوالات باز با تولیدکنندگان کتاب گویا در کشور، و در نهایت با بکارگیری فنون تحلیل محتوا، عناصر روش‌های تولید کتاب گویا به عنوان سنج‌های تحقیق استخراج و جهت تهیه پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفته شده‌اند. در مرحله دوم، با بکارگیری رویکرد کمی و روش پیمایش، به ارسال پرسشنامه برای کاربران کتاب گویا، مبادرت به عمل آمده است و در نهایت توسط تحلیل‌های آمار استنباطی و توصیفی داده‌های گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده. پس پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و با روش آمیخته انجام شده است.

1-7-2. جامعه پژوهش

جامعه پژوهش حاضر در بخش کاربران، افرادی بودند که با کتاب گویا آشنایی داشته و بیش از یک بار از آن استفاده کرده‌اند. این افراد از میان کاربران کتاب سایت کتاب‌های صوتی آدیولیب⁶ انتخاب شده‌اند. در بخش تولیدکنندگان کتاب گویا تمامی تولیدکنندگان مراکز آموزشی، پژوهشی، و عمومی که در شهر تهران در امر تولید کتاب گویا فعالیت می‌کنند را شامل شده است.

⁶ Audiolib

روش نمونه‌گیری در بخش کاربران، نمونه‌گیری احتمالی تصادفی است و در بخش تولیدکنندگان با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، مرکز امور توانبخشی نابینایان کشور (رودکی)، بخش نابینایان کتابخانه عمومی حسینیه ارشاد، کتابخانه مرکزی و مرکز اسناد و تأمین منابع علمی دانشگاه تهران، شبکه رادیویی ایران صدا، مؤسسه نوین کتاب گویا، شورای کتاب کودک، و انتشارات ماهریز به عنوان تمامی جامعه مورد بررسی، سرشماری، مصاحبه و پیمایش قرار گرفته‌اند.

1-7-3. ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار پژوهش در مراحل پیمایش پرسشنامه محقق ساخته و در مرحله کیفی مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته بود.

1-7-4. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی به فراخور تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. در بخش کیفی از روش تحلیل محتوای کیفی و در بخش کمی از آزمون‌ها آماری استفاده شده است.