

فصل پنجم

بحث و نتیجه گیری

5-1. مقدمه

این پژوهش نیز مانند هر پژوهش دیگری با هدف و مسأله‌ای آغاز شد و به منظور رسیدن به آن هدف و حل مسأله فرایندی را طی نموده است. هدف اصلی از پژوهش حاضر ارائه الگوی مناسب تولید کتاب گویا بر اساس نظرات تولیدکنندگان و کاربران کتاب‌های گویا است. برای نیل به این هدف با استفاده از رویکرد آمیخته و طرح تحقیق اکتشافی متوالی با به کارگیری روش کیفی تحلیل محتوا بر روی جامعه تولیدکنندگان کتاب‌های گویا و پیگیری آن با روش کمی پیمایش بر روی جامعه کاربران کتاب‌های گویا تلاش شد تا به درک عمیق‌تری دست یافت.

این فصل با ارائه خلاصه کوتاهی از پژوهش آغاز می‌شود و در ادامه با بحث در مورد مراحل کیفی و کمی پژوهش و نتیجه‌گیری از یافته‌های این دو بخش به ارائه الگوی مورد نظر خواهد پرداخت. در نهایت با اشاره به محدودیت‌های پژوهش به ارائه پیشنهادهایی که از پژوهش برخاسته و نیز پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی مبادرت به عمل خواهد آمد.

5-2. خلاصه پژوهش

پژوهش حاضر به منظور ارائه الگوی مناسب تولید کتاب گویا: بررسی دیدگاه تولیدکنندگان و کاربران انجام پذیرفته است. این پژوهش با استفاده از طرح تحقیق آمیخته اکتشافی متوالی انجام پذیرفته است. در ابتدا با کمک ابزار مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختار یافته و با روش نمونه‌گیری هدفمند، با هفت نفر از تولیدکنندگان کتاب‌های گویا مصاحبه و به بررسی دیدگاه این افراد در رابطه با معیارهای تولید و ارزیابی کتاب گویا پرداخته شد. سپس با

کمک فن تحلیل محتوای کیفی اقدام به مقوله‌بندی مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها شد. در این مرحله 4 مقوله اصلی و 21 مقوله فرعی حاصل شد.

در مرحله بعد و به منظور بررسی دیدگاه کاربران در ارتباط با معیارهای تولید و ارزیابی کتاب گویا و میزان موافقت آنان با معیارهای معرفی شده از طرف تولیدکنندگان، پژوهش با کمک روش کمی پیمایش ادامه یافت. در این بخش از پژوهش به طراحی پرسشنامه محقق‌ساخته توسط پژوهشگر اقدام شد و سنجه‌های پرسشنامه با کمک 14 مقوله مستخرج از مصاحبه‌ها طراحی و تدوین شد.

با کمک روش نمونه‌گیری تصادفی نظرات 559 تن از کاربران کتاب‌های گویا، که از میان کاربران فعال سایت کتاب‌های صوتی انتخاب شدند، جمع‌آوری و با کمک فنون و روش‌های آماری مناسب تحلیل شد و درصد فراوانی میزان موافقت کاربران با هر یک از معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا به دست آمد.

3-5. بحث و نتیجه‌گیری بخش کیفی

سؤال اول پژوهش: مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دید تولیدکنندگان کتاب گویا در ایران چیست؟

برای پاسخ به این پرسش از روش‌های کیفی تحلیل محتوا با کمک ابزار مصاحبه عمیق استفاده شده است. یافته‌های حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام شده با تولیدکنندگان کتاب‌های گویا حاکی از این مطلب است که معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر این گروه در چهار مقوله اصلی فنی، محتوا، ارائه، و سایر قابل دسته‌بندی هستند.

در مقوله اصلی فنی چهار مقوله فرعی قرار می‌گیرد که شامل سخت‌افزار، نرم‌افزار، نیروی انسانی، و ویژگی و کیفیت فایل صوتی است.

- منظور از سخت‌افزار، هر نوع تجهیزات سخت‌افزاری ضبط صدا و تجهیزات سخت‌افزاری مربوط به انتشار است که در فرایند تولید کتاب گویا مورد استفاده قرار می‌گیرد.
- نرم‌افزار نیز شامل انواع نرم‌افزارهای ضبط صدا و نرم‌افزارهای ویرایش و آماده‌سازی فایل صوتی می‌شود.
- نیروی انسانی نیز شامل سه دسته نیروی متخصص پیش از تولید، نیروی متخصص حین تولید، و نیروی متخصص پس از تولید درگیر در فرایند تولید کتاب گویا است.
- از نظر تولیدکنندگان کتاب‌های گویا مقوله ویژگی و کیفیت فایل صوتی به فرمت یکسان فایل‌ها، قابلیت اجرا در انواع ریدرها (دستگاه‌های پخش)، تأثیر حجم کتاب بر حجم فایل، مدت زمان هر قطعه بر اساس طول مطلب، کاهش حجم و تبدیل فایل برای بارگذاری سایت، تنظیمات پیش فرض یکسان نرم افزار، و وضوح صدای کتاب‌های گویا اشاره دارد.
- 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.
- از نظر تولیدکنندگان کتاب‌های گویا افراد مشغول به کار، خوانندگان علاقمند، سالمندان، بیماران، ناتوانان، و معلولان، رانندگان و مسافران اتومبیل‌ها، فارسی زبانان کل دنیا، کم سواد و بی سواد، زبان آموزان، کودکان، نابینایان، مخاطبان کتاب‌های گویا هستند که نسبت به سایرینی که مخاطب این رسانه نیستند دارای سطح سواد بالاتری هستند و در میان آنها نیز تعداد کاربران مرد بیشتر از کاربران زن است.
- بر اساس نظر تولید کنندگان کتاب‌های گویا، انگیزه این افراد از استفاده از کتاب‌های گویا تا حدود زیادی سرگرمی و تا حدودی هم برطرف نمودن نیازهای آموزشی است و کتاب گویا بیشتر از اینکه

تأمین‌کننده نیازهای آموزشی افراد باشد به دلیل ماهیتی که دارد بیشتر به عنوان مطالعه تفریحی در اوقات فراغت و زمان‌های بلااستفاده افراد مورد توجه قرار می‌گیرد.

- تولیدکنندگان کتاب‌های گویا از مفاهیمی نظیر پر مخاطب بودن، برگزیده بودن، دارای اقبال عمومی در بازار نشر، توجه به حق مؤلف، قابلیت صوتی شدن، عدم وابستگی متن و محتوا به تصویر، انتخاب ترجمه، ویرایش، یا چاپ جدید یا بهتر کتاب، جوان پسند بودن، انتخاب با توجه به توان و وقت و هزینه و منابع، انتخاب و بررسی توسط کارشناسان گروه مرجع، بررسی کتاب از نظر صحت مطالب و چاپ، مناسب بودن کتاب‌های مونولوگ، و اهمیت و ارزش علمی کتاب در یک رشته خاص به عنوان معیارهای انتخاب کتاب برای تبدیل کردن آن به کتاب گویا نام برده‌اند.
- موضوعاتی که تولیدکنندگان کتاب‌های گویا به عنوان حیطه کاری خود انتخاب می‌نمایند بیشتر کتاب‌های عمومی و سرگرمی است و کمتر کتاب‌های علمی و تخصصی را برای گویا کردن انتخاب می‌نمایند چرا که به اعتقاد آنها این کتاب‌ها کمتر مورد استقبال کاربران قرار می‌گیرند و اگر قرار باشد از این میان کتابی را برای گویا کردن انتخاب کنند قطعاً به سراغ کتب تخصصی دارای اقبال عمومی می‌روند. برخی از تولیدکنندگان نیز به کودکان به عنوان گروه ویژه کاربران کتاب‌های گویا نگاه ویژه دارند.
- تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در ارتباط با مقوله حق مؤلف به این موارد اشاره کرده‌اند: توافق با ناشر یا مؤلف کتاب، رعایت حق مؤلف موسیقی، عدم رعایت قانون حق مؤلف در ایران از سوی گروه کثیری از کاربران، عدم نیاز به رعایت حق مؤلف در کتب حوزه عمومی، و عدم نیاز به رعایت حق مؤلف در خصوص کتاب‌های گویا نابینایان.

- در نهایت تولیدکنندگان کتاب‌های گویا ویرایش بیشتر کتاب‌های گویای خود را تمام متن و بدون اعمال تغییرات در متن اصلی و یا تلخیص کتاب ذکر کرده‌اند.
- 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.
- تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در ارتباط با قالب انتشار کتاب‌های گویا به مفاهیم قالب سخت‌افزاری، اینترنت (دانلود/شنیدن آنلاین)، ارائه قالب سخت‌افزاری همراه با کتابچه یا بروشور تکمیلی، و تطابق کامل جلد کتاب گویا و چاپی اشاره کرده‌اند.
 - تولیدکنندگان کتاب‌های گویا کانال‌های توزیع کتاب‌های گویا را عرضه در کتابفروشی‌ها، عرضه در فروشگاه آثار صوتی، عرضه در فروشگاه‌های اینترنتی، عرضه گسترده از طریق اینترنت، و دسترسی کاربر با مراجعه حضوری ذکر کرده‌اند.
 - در ارتباط با مقوله فرعی روایت نیز به این مفاهیم اشاره نموده‌اند: تفاوت شیوه اجرای موضوعات متفاوت، خواندن اطلاعات خارج از متن تا حد امکان، عدم اجرای دراماتیک (نمایشنامه‌ای)، عدم القای برداشت درونی و حس راوی به مخاطب، فن بیان صحیح راوی، صرف نظرکردن از خواندن پانویس، روایت توسط مؤلف کتاب، امکان محبوبیت یک راوی خاص در میان کاربران، تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن، آشنایی و تسلط راوی با متن، زن یا مرد بودن راوی بر اساس محتوای کتاب، صدای مطلوب و دلنشین راوی، عدم انعکاس صداهای اضافی در روایت کتاب‌های گویا.
 - تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در مورد مقوله فرعی موسیقی به مفاهیمی چون کاربرد موسیقی و افکت صوتی با نظر کارگردان کتاب گویا، استفاده از موسیقی برای جلوگیری از کسالت آور بودن روایت، انتخاب موسیقی با توجه به موضوع کتاب دوره زمانی اثر و فضای کار، استفاده از موسیقی در ابتدا و

انتهای کار، عدم استفاده از موسیقی در میانه متون علمی، و هزینه بالای ساخت موسیقی برای کتاب‌های گویا اشاره کرده‌اند.

- تولیدکنندگان کتاب‌های گویا برای تقطیع و نامگذاری فایل(های) کتاب‌های گویا به این مفاهیم توجه دارند:

تقطیع براساس تقسیمات کتاب، تناسب دامنه شروع و پایان صفحات با طول قطعه، نامگذاری قطعات بر اساس فصل‌های کتاب، تقطیع بخش‌های طولانی کتاب به قطعات کمتر هم به منظور کاهش حجم قطعه و افزایش سرعت دانلود هم به منظور پیمایش راحت‌تر در بین فصول و بخش‌های مختلف کتاب، تقطیع و نامگذاری با ملاحظات اینترنتی، و محدودیت تقطیع.

- به منظور جستجوپذیر نمودن کتاب‌های گویا برای کاربران راهکاری که تولیدکنندگان کتاب‌های گویا برگزیده‌اند تقسیم کتاب به قطعات کوتاه‌تر است تا کاربر از طریق حرکت بین قطعات صوتی سریع‌تر و راحت‌تر به مطلب مورد نظر خود در کتاب گویا برسد. به علاوه به نظر این افراد تولید کتاب گویا باید با در نظر گرفتن امکان استناددهی به کتاب گویا صورت گیرد به این معنی که تفاوتی بین نسخه چاپی و گویای کتاب نباشد و نیز در مواردی که کتاب جنبه علمی و آموزشی دارد و به عنوان منبع تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد باید شماره تک تک صفحات کتاب اعلام شود. به علاوه اینکه هنگام طراحی پایگاه کتاب‌های گویا باید امکان جستجوی کاربران براساس موضوع، عنوان، و مؤلف کتاب‌های گویا در نظر گرفته شود.

- در مقوله فرعی ارائه اطلاعات کتابشناختی مفاهیم مورد توجه تولیدکنندگان کتاب‌های گویا عبارت بودند از ارائه اطلاعات کتابشناختی کتاب چاپی که تبدیل به کتاب گویا می‌شود، ارائه اطلاعات مربوط به بخش صوتی، ثبت کتاب‌های گویا در کتابشناسی و کتابخانه ملی، ارائه اطلاعات کتابشناختی در داخل

فایل ابتدایی کتاب گویا، و ارائه استاندارد مارک و استاندارد متادیتای یکپارچه با قابلیت ادغام با سایر سیستم‌ها جهت فراخوانی.

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.

- مفاهیمی که تولیدکنندگان کتاب‌های گویا به عنوان مزیت کتاب‌های گویا برای کاربران و تولیدکنندگان نام بردند شامل امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد، امکان مطالعه همزمان کارها، امکان استفاده در زمان تردد، نیاز به تمرکز کمتر، عدم درگیری چشم در حین مطالعه، 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)، و کمک به درک صحیح اصطلاحات زبانی می‌شود.
- از نظر تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در مورد کاستی‌های کتاب گویا می‌توان به وابستگی مطالعه به یک وسیله پخش، القای حس راوی به مخاطب، مشکل پیمایش در صفحات، مشکل جستجوپذیری، مشکل استناد به کتاب گویا، عدم امکان انتقال املای صحیح لغات، و عدم امکان انتقال اطلاعات تصویری اشاره کرد.
- تولیدکنندگان کتاب‌های گویا علل رواج استفاده از کتاب‌های گویا در میان کاربران را به دلایل پیشرفت و گسترش فن‌آوری اجرای فایل صوتی، گسترش اینترنت، ارتقاء فرهنگ عمومی به عنوان زیرساخت، مشغله زیاد کاربران، فرصت کم برای مطالعه، هماهنگی با نیاز و روحیه جوانان، و صرف زمان زیاد در مسیر رفت و آمد دانسته‌اند.
- و در نهایت تولیدکنندگان کتاب‌های گویا به مسائل و مشکلات تولید کتاب‌های گویا اشاره کرده‌اند. مسائلی نظیر ناآگاهی و ناآشنایی مخاطب با کتاب گویا، زمان زیاد و دشواری‌های گرفتن مجوز، عدم

آگاهی، آشنایی، و همکاری مسئولین و متولیان، بازگشت سخت سرمایه، بالا بودن هزینه‌های تولید، کمبود نیروی انسانی متخصص، نداشتن جایگاه در مراکز فروش، ضعف تبلیغات، عدم پشتوانه قانونی، و عدم اقبال ناشرین به گویا شدن کتاب‌هایشان.

در نهایت در پاسخ به پرسش اول پژوهش باید گفت که معیارهای سخت‌افزار، نرم‌افزار، نیروی انسانی، ویژگی و کیفیت فایل صوتی، مخاطب، انگیزه استفاده، معیار انتخاب، موضوع، حق مؤلف، ویرایش، قالب انتشار، توزیع، روایت، موسیقی، تقطیع و نامگذاری، جستجوپذیری، ارائه اطلاعات کتابشناختی، مزیت، کاستی، علل رواج، و مشکلات تولید مهم‌ترین معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از نظر تولید کنندگان هستند.

4-5. بحث و نتیجه‌گیری بخش کمی

سؤال دوم پژوهش: مهم‌ترین معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دید کاربران چیست؟
برای پاسخ به این پرسش از روش‌های کمی و پیمایش با کمک ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است.

- میزان موافقت کاربران با ویژگی‌ها و کیفیت صدا در کتاب‌های گویا بر اساس رتبه درصد فراوانی بدین شرح است:

قابلیت اجرای کتاب‌های گویا در انواع دستگاه‌های پخش صوت، 93.6 درصد

فرمت یکسان فایل‌های صوتی، 75.3 درصد

کیفیت بالای صدا و حجم بالای فایل صوتی، 54.9 درصد

حجم پایین فایل صوتی و سرعت بالای دانلود کتاب گویا، 53.1 درصد

فرمت اختصاصی فایل صوتی کتاب‌های گویا برای اجرا در دستگاه پخش اختصاصی، 12 درصد

با توجه به این آمار اینطور استنباط می‌شود که کاربران کتاب‌های گویا ترجیح می‌دهند که کتاب‌های گویا در تمامی انواع دستگاه‌های پخش صوت قابل اجرا باشند و رغبت چندانی به تولید کتاب‌های گویا با فرمت اختصاصی فایل صوتی برای اجرا در دستگاه پخش اختصاصی ندارند.

- در ارتباط با انگیزه کاربران از کتاب‌های گویا نتایج حاکی از این بود که 71.2 درصد از کاربران مطالعه تفریحی را به میزان زیادی انگیزه خود از استفاده از کتاب گویا و 40.4 درصد نیز برطرف کردن نیازهای آموزشی دانسته‌اند. ادعای تولیدکنندگان مبنی بر استفاده زیاد کاربران از کتاب‌های گویا با انگیزه مطالعه تفریحی نیز با توجه به آمار به دست آمده از کاربران اثبات شده است.

- 84 درصد از کاربران تناسب موضوع کتاب با سلیقه و نیاز شخصی را به میزان زیادی معیار خود برای انتخاب کتاب‌های گویا اعلام نموده‌اند، 66.4 درصد انتخاب آثار برگزیده و توصیه شده (توسط کارشناسان، دوستان، و ...)، 36.5 درصد انتخاب ترجمه، ویرایش، یا چاپ جدید یا بهتر کتاب، و 31.7 درصد نیز مطابقت با اقبال عمومی بازار نشر را به عنوان معیارهای انتخاب کتاب‌های گویا بیان نموده‌اند.

- موضوعات مورد علاقه کاربران نیز به ترتیب عبارت بود از رمان و داستان 57.8 درصد، روانشناسی 47.8 درصد، 45.4 درصد آموزش زبان، 43.1 درصد آثار کلاسیک، 41.1 تاریخ، 31.8 درصد شعر، 28.7 درصد زندگینامه، 28 درصد فلسفه، 22.7 درصد جامعه‌شناسی، 19.9 درصد هنر، 19.5 درصد دین، 19 درصد کودک، و 6.4 درصد حقوق. همانطور که تولیدکنندگان اشاره نمودند اقبال کاربران به موضوعات عمومی و تفریحی بیشتر از موضوعات تخصصی است.

- همانطور که تولیدکنندگان بیان داشته‌اند بیشتر کاربران به کتاب‌های گویای تمام متن اقبال بیشتری دارند. نتیجه بررسی دیدگاه کاربران نشان داد که 78 درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه به مقدار زیادی کتاب گویای

تمام متن را به عنوان ویرایش مورد علاقه و انتخاب خود معرفی نموده‌اند و تنها 15.2 درصد از این افراد با کتاب گویای خلاصه شده موافق بودند.

- در مورد ویژگی‌های روایت و روای کتاب‌های گویا کاربران با عقاید تولیدکنندگان موافقت زیادی نموده‌اند و میزان بالای موافقت‌ها حاکی از این امر است که مقوله روایت و ویژگی‌های روای کتاب گویا بیش از سایر مقولات برای کاربران اهمیت دارد و در انتخاب و اقبال آنها به کتاب گویا تأثیر به‌سزایی دارد. 94.5 درصد کاربران با انتقال صحیح لحن جمله توسط روای، 94.3 درصد با فن بیان صحیح روای، و 93 درصد با صدای مطلوب و دلنشین روای، 88.5 درصد با تناسب جنس صدا و لحن روای با نوع متن، 77.5 درصد با عدم انعکاس صداها، اضافی و مزاحم در هنگام ضبط کتاب گویا، 76 درصد با روایت متن کتاب توسط گوینده حرفه‌ای، 55.5 درصد با روایت متن کتاب توسط مؤلف کتاب، 55.3 درصد با خواندن پانویس مؤلف یا مترجم در متون علمی و تخصصی، 54 درصد با روایت متن کتاب توسط بازیگران تئاتر یا سینما، 49 درصد با اجرای نمایشنامه‌ای کتاب گویا، 36.5 درصد با خواندن پانویس مؤلف یا مترجم در متون غیر علمی و تخصصی، و 15.5 درصد با بیان خنثی به میزان زیادی موافقت کردند.

- در ارتباط با مقوله موسیقی 43.1 درصد از کاربران با استفاده از موسیقی، و 37.9 درصد با استفاده از صداسازی (افکت صوتی) در کتاب‌های گویا اعلام موافقت نموده‌اند. 83 درصد با ضرورت کاربرد موسیقی در کتاب‌های گویای کودکان، 62.1 درصد با تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب و دوره زمانی و فضای کار، 50.6 درصد با استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای کتاب‌های گویا، 45.4 درصد با استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای هر فصل از کتاب، 29.7 درصد با استفاده از موسیقی پس زمینه در متون غیرعلمی، 19.9 درصد با استفاده از موسیقی به روز و متداول، و تنها 8.5 درصد از کاربران با استفاده از موسیقی پس زمینه در متون علمی

به میزان زیاد موافق بوده‌اند. در حاشیه پرسشنامه‌ها کاربران بیان داشته‌اند که موسیقی کتاب گویا زمانی متناسب است که بر روایت متن کتاب گویا غلبه نداشته باشد و موجب پرت شدن حواسشان نشود.

- میزان موافقت کاربران با مفاهیم مطرح شده تولیدکنندگان در ارتباط با مقوله تقطیع و نامگذاری کتاب‌های گویا بدین شرح است:

تقطیع کتاب‌های گویا براساس تقسیمات کتاب، 68.7 درصد

نامگذاری قطعات بر اساس نام بخش کتاب، 62.2 درصد

نامگذاری قطعات بر اساس ترکیبی از نام بخش و ترتیب شماره بخش کتاب، 51.2 درصد

تقطیع بخش‌های طولانی کتاب به قطعات کوتاه‌تر، 40.9 درصد

نامگذاری قطعات بر اساس ترتیب شماره بخش، 39.7 درصد

تناسب طول قطعه با دامنه شروع و پایان صفحات، 34.7 درصد

- در ارتباط با استفاده کاربران از قالب‌های کتاب گویا، 94.9 درصد به دریافت فایل اینترنتی قابل دانلود و انتقال آن به یک دستگاه پخش صوت، 22.2 درصد قالب دی وی دی، 17.2 درصد قالب لوح فشرده (سی دی)، 13.6 درصد فایل اینترنتی قابل شنیدن آنلاین، و 1.8 درصد نوار کاست اشاره کرده‌اند.

همانند پیشمایش‌های انجام شده در نقاط دیگر جهان (ای.پی.ای، 2008) اقبال کاربران به دریافت کتاب‌های گویا از طریق اینترنت روز به روز در حال افزایش است و استفاده از سایر قالب‌های سخت‌افزاری با کاهش چشم‌گیری مواجه است. هر چند ممکن است که دلیل چنین تفاوت فاحشی در آمار مربوط به قالب‌های سخت‌افزاری و قالب‌های تحت وب به دلیل ویژگی خاص نمونه مورد بررسی و تعلق آنان به یک وب‌سایت عرضه‌کننده کتاب‌های گویا باشد، اما باز هم نمی‌توان منکر استفاده بیش از پیش کاربران از اینترنت برای دسترسی به کتاب‌های گویا شد.

- در ارتباط با مقوله انواع روش‌های دسترسی کاربران به کتاب‌های گویا، 82 درصد از کاربران روش دسترسی خود به کتاب‌های گویا را دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت، 19.7 درصد خرید از فروشگاه‌های اینترنتی، 9.7 درصد مراجعه به مراکز ویژه تولید کتاب‌های گویا، 6.5 درصد مراجعه به فروشگاه‌های آثار صوتی، 6.2 درصد مراجعه به کتابخانه، و 4 درصد مراجعه به کتابفروشی اعلام نموده‌اند. با توجه به اینکه فایل اینترنتی بیشترین قالب کتاب گویای مورد استفاده کاربران بود و در بخش قبلی مورد بحث و بررسی قرار گرفت، طبیعی به نظر می‌رسد که دریافت کتاب‌های گویا از اینترنت روش دسترسی اکثر کاربران به کتاب‌های گویا باشد. اما چون سایتی که نمونه مورد بررسی از میان کاربران آن انتخاب شده‌اند اقدام به انتشار و عرضه کتاب‌های گویای رایگان می‌نماید طبیعی به نظر می‌رسد که دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت بیشترین روش دسترسی این افراد به کتاب‌های گویا باشد. اما چون خرید از فروشگاه‌های اینترنتی در رتبه بعدی قرار گرفته است می‌توان نتیجه گرفت که کاربران در هر حالت (رایگان یا غیر رایگان) دسترسی به کتاب‌های گویا را از طریق اینترنت ترجیح می‌دهند.

- در ارتباط با مقوله جستجوپذیری کتاب‌های گویا 85.5 درصد از کاربران با امکان جستجوی کتاب‌های گویا براساس موضوع، 79.9 درصد با امکان جستجوی کتاب‌های گویا براساس عنوان، 71 درصد با امکان جستجوی کتاب‌های گویا براساس مؤلف، 67.6 درصد با امکان جستجو در کتاب‌های گویا بر اساس فهرست مندرجات کتاب، 63.9 درصد با امکان جستجوی مطالب در متن کتاب‌های گویا، 50.5 درصد با امکان استناددهی به فایل صوتی کتاب‌های گویا، و 35.4 درصد با امکان جستجوی کتاب‌های گویا براساس راوی به میزان زیاد موافقت نموده‌اند.

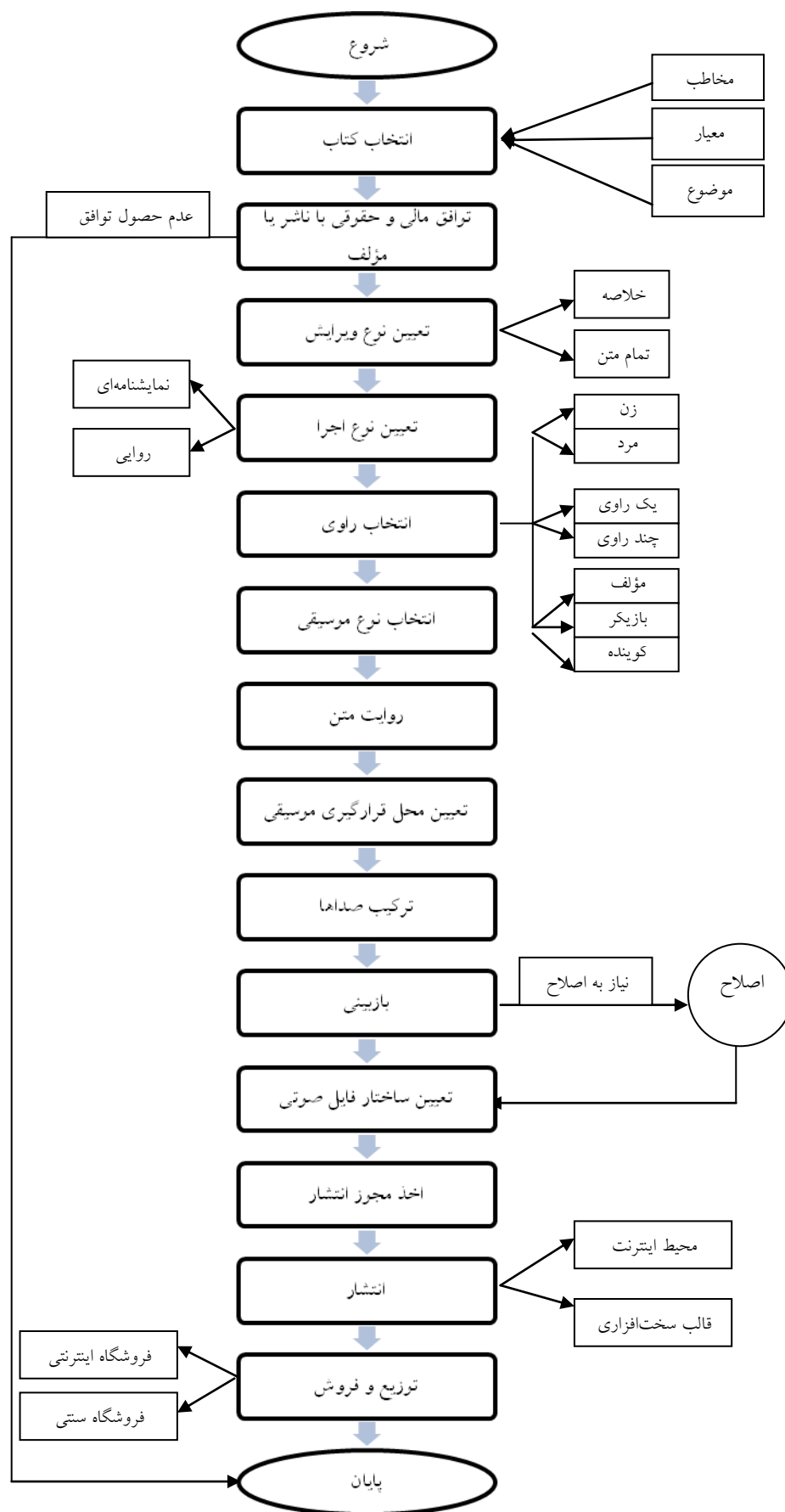
- بررسی‌های به عمل آمده حاکی از این مطلب است که نحوه برخورد کاربران با کتاب‌های گویا هنگام جستجو تفاوت بارزی با کتاب‌های چاپی یا سایر قالب‌های اطلاعاتی ندارد و همان فیلد های موضوع، عنوان، و مؤلف اینجا نیز برای جستجو به کار گرفته می‌شوند.
- کاربران در ارتباط با مفاهیم ارائه شده توسط تولیدکنندگان درباره مقوله ارائه اطلاعات کتابشناختی، 57.9 درصد با ثبت کتاب‌های گویا در کتابشناسی و کتابخانه ملی، 40.9 درصد با ارائه اطلاعات کتابشناختی متن مرجع در کتاب‌های گویا، و 39.6 درصد با ارائه اطلاعات مربوط به بخش صوتی در کتاب‌های گویا به میزان زیادی موافقت نموده‌اند. تولیدکنندگان کتاب‌های گویا باید به این نکته توجه داشته باشند که با ثبت آثارشان در کتابخانه و کتابشناسی‌های ملی در واقع خود را برای کاربران و علاقمندان به کتاب‌های گویا عرضه نموده‌اند و در معرفی و تبلیغ کتاب‌های گویا به کاربران گام مهمی برداشته‌اند. چرا که کاربران به این موضوع اذعان داشته‌اند که علاقمند به ایجاد یک آرشیو ملی از تولیدات کتاب‌های گویا در ایران هستند.
- از نظر کاربران کتاب‌های گویا سهولت جابجایی با 77.7 درصد موافقت به میزان زیاد، به عنوان مهم‌ترین مزیت کتاب‌های گویا شناخته شد. سپس، 72.8 درصد به امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد و همزمان با سایر کارها، 70.9 درصد به عدم درگیری چشم، 58 درصد ارزش‌های افزوده مانند موسیقی، صداسازی، و ...، 56 درصد انتقال تلفظ صحیح اصطلاحات زبانی، 53.2 درصد توزیع گسترده‌تر از کتاب چاپی، و 26.4 درصد نیز نیاز به تمرکز کمتر را به عنوان مزیت کتاب‌های گویا بیان کرده‌اند.
- در ارتباط با کاستی‌های کتاب‌های گویا 29.4 درصد از کاربران پیمایش در صفحات، 25.1 درصد عدم امکان انتقال اطلاعات تصویری و املاي صحیح لغات، 24.7 درصد القای حس راوی به مخاطب، 15.4 درصد وابستگی مطالعه به یک وسیله پخش صوتی، و 15.3 درصد هم مشکل استناد به کتاب‌های گویا را به عنوان کاستی کتاب گویا بیان نموده‌اند. با توجه به درصد فراوانی‌های به دست آمده برای این مقوله می‌توان چنین نتیجه

گرفت که کاستی‌های ذکر شده مانع جدی برای انتخاب و اقبال کاربران به کتاب‌های گویا محسوب نمی‌شود. از روی مطالبی که پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه افزوده‌اند اینطور برداشت می‌شود که این مسائل بیشتر برای کاربران ویژه کتاب‌های گویا که همان نابینایان و کم‌بینایان به عنوان کاربران سنتی کتاب‌های گویا مطرح است نه کاربران عام کتاب‌های گویا.

در پاسخ به پرسش دوم پژوهش می‌توان به مفاهیم، دریافت فایل اینترنتی قابل دانلود و انتقال به یک دستگاه پخش صوت، انتقال صحیح لحن جمله توسط راوی، فن بیان صحیح راوی، قابلیت اجرا در انواع دستگاه‌های پخش صوت، صدای مطلوب و دلنشین راوی، تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن، امکان جستجوی کتاب گویا براساس موضوع، انتخاب کتاب گویا بر اساس تناسب با سلیقه و نیاز شخصی، استفاده از موسیقی در آثار کودکان، دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت، امکان جستجوی کتاب گویا براساس عنوان، کتاب گویای تمام متن، سهولت جابجایی، عدم انعکاس صداهای اضافی و مزاحم، روایت متن کتاب توسط گوینده حرفه‌ای، فرمت یکسان فایل‌های صوتی، امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد و همزمان با سایر کارها، گوش دادن به کتاب گویا با انگیزه مطالعه تفریحی، امکان جستجوی کتاب گویا براساس مؤلف، عدم درگیری چشم، تقطیع بر اساس تقسیمات کتاب، امکان جستجو بر اساس فهرست مندرجات کتاب، انتخاب آثار برگزیده و توصیه شده توسط دوستان و کارشناسان و ... ، امکان جستجوی مطالب در متن کتاب گویا، نامگذاری قطعات بر اساس نام بخش، و تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب و دوره زمانی و فضای کار به عنوان مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا بر اساس دیدگاه کاربران اشاره کرد.

5-5. الگوی پیشنهادی تولید کتاب گویا

سؤال سوم پژوهش: الگوی پیشنهادی به منظور تولید کتاب گویا با توجه به نظر تولیدکنندگان و کاربران چیست؟
بر اساس یافته‌های بخش کیفی، مقوله‌های حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها با تولیدکنندگان کتاب‌های گویا، و نیز یافته‌های بخش کمی، بررسی دیدگاه کاربران کتاب‌های گویا، الگوی فرایند تولید کتاب‌های گویا مطابق شکل 5-1 ارائه می‌شود.



همانطور که الگوی پیشنهادی نشان می‌دهد اولین مرحله پس از شروع انتخاب کتاب مناسب برای گویا کردن توسط تولیدکننده است. در این مرحله انتخاب کتاب باید با توجه به ملاحظات انجام پذیرد که تحت عناوین مخاطب معیار و موضوع در الگوی پیشنهادی نشان داده شده است. معیارهای انتخاب کتاب که در بخش کیفی و کمی کار معرفی شدند و برخی از آنها بر اساس نظر کاربران اولویت‌بندی شدند در این قسمت مورد توجه و استفاده قرار خواهند گرفت. تعیین مخاطب کتاب تا حدودی تأثیر زیادی بر روش تولید خواهد داشت و در نهایت از میان موضوعات مختلف آن دسته از موضوعات که بیشتر مورد علاقه کاربران قرار دارند باید انتخاب شوند.

در مرحله بعد توجه به حق مؤلف مطرح می‌شود. تولیدکنندگان در این مرحله برای رعایت حقوق مؤلفین اقدام به برقراری ارتباط و مذاکره با ناشر و یا مؤلف کتاب مورد نظر می‌نمایند و در صورت جلب موافقت آنها وارد مرحله بعدی شده و در غیر اینصورت نمی‌توانند اقدام به تولید نمایند و عملاً کار تولید این کتاب به پایان رسیده است.

در مرحله تعیین نوع ویرایش کتاب باید در مورد تمام متن بودن یا خلاصه و برداشت از کتاب تصمیم‌گیری به عمل آید.

سپس نوبت به تعیین نوع اجرای کتاب می‌رسد. اگر بنا به اجرای نمایشنامه‌ای کتاب باشد در همین مرحله درباره تعداد راویان کتاب تصمیم‌گیری می‌شود چرا که در اجرای نمایشنامه‌ای به ازای هر شخصیت یک راوی عهده‌دار اجرای متن خواهد شد اما در اجرای روایی تنها یک راوی از ابتدا تا انتهای متن مورد نظر را قرائت خواهد کرد. مرحله انتخاب راوی هم با توجه به نوع متن و موضوع کتاب انجام خواهد شد زن یا مرد بودن راوی. برخی از تولیدکنندگان برای افزایش جنبه تبلیغاتی اثر اقدام به جلب موافقت و همکاری برخی چهره‌های شناخته شده

مانند هنرپیشه‌های سینما تئاتر یا تلویزیون می‌نمایند و یا از خود نویسنده اثر اگر شخصیتی معروف و محبوب باشد برای روایت متن کتاب دعوت به عمل می‌آورند.

در مرحله انتخاب موسیقی باید با توجه به توان مالی در مورد استفاده از موسیقی‌های آماده و یا سفارش موسیقی به آهنگساز و نوع موسیقی مناسب برای هر بخش از کتاب تصمیم مقتضی گرفته شود.

مرحله بعد روایت متن کتاب توسط راوی و یا راویان است که باید با توجه به معیارهای ارزیابی و تولید مورد موافقت کاربران و تولیدکنندگان انجام پذیرد.

تعیین محل قرارگیری موسیقی در متن نیز با نظر کارگردان خواهد بود. اینکه کدام موسیقی مناسب تیتراژ ابتدایی و انتهایی کار است کدام موسیقی به عنوان پس زمینه کار استفاده شود و کدام موسیقی مناسب فاصله بین فصل‌هاست.

سپس نوبت به مرحله ترکیب صداها می‌رسد که توسط صداگذار انجام می‌شود. حجم صداها راوی و موسیقی در جایگاه اثر و نیز در مقایسه با هم باید با دقت نظر تعیین شود.

در مرحله بازبینی تمام قسمت‌های کتاب گویا به عنوان یک کل به هم پیوسته مورد بررسی قرار می‌گیرد تا اگر در روایت موسیقی صداگذاری صداسازی و فضا سازی اشکالی وجود دارد با ارجاع به بخش مربوطه رفع و اصلاح شود.

کار بازبینی شده در صورتی که عاری از هر گونه اشکال باشد ساختار فایل صوتی معینی را خواهد پذیرفت. این قسمت از کار نیاز به تصمیم‌گیری در مورد نوع و ویژگی فایل دارد که معمولاً هر تولیدکننده ای یک سری استانداردهای صوتی خاصی را رعایت می‌کند.

مرحله اخذ مجوز انتشار به مانند اخذ مجوز انتشار کتاب‌های چاپی و یا آثار موسیقایی و یا فیلم‌ها روال مشخصی دارد که باید طی شود و ناشر در صورت کسب این مجوز اقدام به انتشار کتاب گویا بر روی محمل متناسب با

سیاست‌ها و یا زیرساخت‌های خود می‌نماید که می‌تواند بر روی شبکه اینترنت و یا انواع سخت‌افزارهای باشد. به تبع نوع انتشار فروش کتاب گویا نیز می‌تواند بر روی اینترنت یا از طریق سیستم سنتی فروش کتاب صورت گیرد. البته در این مرحله نباید از بازاریابی و تبلیغات نیز غافل شد.

5-6. محدودیت‌های پژوهش

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر وجود نداشتن اطلاعات ثبت شده از تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در ایران است. نه در لیست ناشران کتاب چاپی و نه در لیست ناشران کتاب الکترونیک اشاره‌ای به ناشر یا تولیدکنندگان کتاب‌های گویا نشده است و این امر یافتن دست‌اندرکاران کتاب گویا را برای پژوهشگر مشکل ساخت. در نهایت پژوهشگر با پرس و جو از کاربران کتاب‌های گویا توانست به این افراد دسترسی پیدا کند. البته این امر به خودی خود محدودیت پژوهش حاضر محسوب نمی‌شود بلکه تأثیری که بر گردآوری داده‌ها گذاشته به نوعی محدودیت محسوب می‌شود، چرا که سه مورد از هفت تولیدکننده‌ای که مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند مراکز مختص نابینایان هستند که تولیدکننده کتاب گویا هستند. کاربران خاص این مراکز می‌تواند بر نوع نگاه آنها به کتاب گویا تأثیرگذار باشد. که این امر می‌توانست با دسترسی پژوهشگر به تعداد بیشتر تولیدکنندگان کتاب‌های گویا با کاربران عام حل شود.

دیگر محدودیت این پژوهش بررسی دیدگاه کاربران کتاب‌های گویای سایت کتاب‌های صوتی بود که می‌توانست نتایج به دست آمده را تحت تأثیر قرار دهد. ناشران و تولیدکنندگان کتاب گویا هیچ وسیله ارتباطی خاصی با کاربران کتاب‌های گویا در اختیار نداشتند تا بتوان نظرات کاربرانی که از طریقی غیر از اینترنت به کتاب‌های گویا دسترسی پیدا می‌کنند را نیز تحلیل و بررسی نمود.

5-7. پیشنهاد‌های برخاسته از پژوهش

با توجه به مجموع یافته‌ها و نتایج به دست آمده از پژوهش و نیز نظرات کاربران، پیشنهاد‌های زیر ارائه می‌شود:

- تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در امر تولید کتاب گویا معیارهای تولید و ارزیابی را که در این پژوهش ارائه شد، مورد توجه بیشتر قرار دهند چرا که شامل تجارب سایر تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در ایران نیز است.
- با توجه به اینکه مهم‌ترین معیارها از نظر کاربران مربوط به روایت و راوی کتاب‌های گویا است، تولیدکنندگان در حین تولید کتاب‌های گویا به ویژگی‌های روایت توجه بیشتری نموده و در انتخاب راوی کتاب گویا دقت بیشتری به عمل آورند.
- تولیدکنندگان کتاب‌های گویا در امر تولید کتاب گویا معیارهای تولید و ارزیابی را که بیشتر مورد موافقت کاربران کتاب‌های گویا واقع شده است را مورد توجه قرار دهند چرا که کاربران کتاب‌های گویا آن دسته از کتاب‌ها را برمی‌گزینند که بیشتر با معیارهای مورد نظر آنان مطابقت داشته باشد.
- ناشران و تولیدکنندگان کتاب‌های گویا از طریق فروشگاه‌های اینترنتی بین‌المللی آثار صوتی اقدام به عرضه و فروش آثار خود نمایند تا گستره این آثار در سطح بین‌الملل افزایش یافته و فارسی‌زبانان و زبان‌آموزان فارسی در سراسر دنیا بتوانند از این آثار بهرمنند شوند.
- کاربران کتاب‌های گویا که به تازگی با این محصول آشنا شده‌اند یا با آن آشنایی ندارند هنگام انتخاب کتاب‌های گویا به این معیارها توجه داشته باشند و بر اساس آنها اقدام به انتخاب کتاب‌های گویا نمایند.
- عرضه کتاب‌های گویا به کاربران از طریق کتابخانه‌های عمومی. این امر می‌تواند امکان دسترسی به کتاب‌های گویا را برای افراد بیشتری فراهم نماید. چنانچه کاربران نیز علاقه‌مندی خود را به چنین امکانی اعلام نموده‌اند.

- نهادهای ذیربط در جهت تبلیغ و معرفی کتاب‌های گویا به جامعه و آشنا نمودن مخاطب با این رسانه تلاش بیشتری نمایند تا از این طریق فرهنگ و عادت مطالعه در میان افراد جامعه افزایش یابد.
- وجود یک نهاد و متولی ویژه کتاب گویا در جهت تسهیل امر اعطای مجوز نشر و تولید کتاب گویا می‌تواند باعث افزایش تولید کتاب گویا و انگیزه ناشران و تولیدکنندگان کتاب‌های گویا باشد. تشکیل انجمن صنفی ناشران و تولیدکنندگان کتاب‌های گویا از سوی خود ناشران و تولیدکنندگان نیز می‌تواند تسهیل کننده این روند باشد.

8-5. پیشنهادها برای پژوهش‌های آینده

- ارائه الگوی تولید کتاب‌های بر اساس نیازهای کاربران نابینا و کم‌بینا
- امکان‌سنجی ورود ناشران کتاب‌های دانشگاهی به عرصه تولید و نشر کتاب‌های گویا
- امکان‌سنجی ارائه خدمات کتاب‌های گویا در کتابخانه‌های عمومی به کاربر عام
- امکان‌سنجی ارائه خدمات کتاب‌های گویا بر روی تلفن همراه توسط اپراتورهای تلفن همراه
- طراحی مناسب کتاب‌های گویای کودکان
- ارائه الگوی مناسب کسب و کار کتاب‌های گویا

فهرست مآخذ

الف) منابع فارسی:

1. استراس، آنسلم؛ کوربین، جولیت. 1384. اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی؛ رویه‌ها و روش‌ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
2. اشرف واقفی، عباس. 1388. کتاب گویا؛ چرا و چگونه؟. دو هفته نامه مهر. 68: 6.
3. بازرگان، عباس. 1387. مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردهای متداول در علوم تربیتی. تهران: دیدار.
4. پاول، رونالد آر. 1379. روش‌های اساسی پژوهش برای کتابداران. ترجمه نجلا حریری. تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
5. چهارقانی، مریم. 1392. کتاب گویا، فرصتی دوباره برای آشتی دادن کودک و کتاب. فصلنامه کتاب مهر. 8: 82 – 101.
6. چهارقانی، مریم و فاطمه فهیم‌نیا. 1392. قابلیت‌ها و مزایای کتاب گویا برای کاربران و ناشران. فصلنامه کتاب مهر. 9:
7. حریری، نجلا. 1385. اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
8. دانایی فرد، حسن. 1386. هم‌سازی شیوه‌های کمی و کیفی در پژوهش‌های سازمانی: تأملی بر استراتژی پژوهش ترکیبی. روش‌شناسی علوم انسانی، 13: 53: 35 – 63.
9. سلطانی، پوری، و فروردین راستین. 1379. دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. تهران: فرهنگ معاصر. ذیل "کتاب گویا".

10. شریفیان، فریدون. 1387. نوع‌شناسی و فرایند طراحی و اجرای پژوهش ترکیبی. روش‌شناسی علوم

انسانی، 14: 57-75-103.

11. فلیک، اوه. 1387. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

12. محمدپور، احمد. 1389. طرح‌های تحقیق با روش‌های ترکیبی: اصول پارادایمی و روش‌های فنی.

مطالعات اجتماعی ایران، 4: 2: 106-141.

13. محمدپور، احمد؛ صادقی، رسول؛ رضایی، مهدی. 1389. روش‌های تحقیق ترکیبی به عنوان

سومین جنبش روش شناختی: مبانی نظری و اصول عملی. جامعه‌شناسی کاربردی، 21: 2: 77-

100.

14. مکتبی فرد، لیلا (رویا). 1384. تصویری گویا از کتاب گویا در ایران تعریف و تاریخچه. پژوهش

نامه ادبیات کودک و نوجوان، شماره 40: 43-49.

15. نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. 1390. کتاب صوت. تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور،

اداره کل پژوهش و نوآوری (گزارش کارشناسی شماره 3).

16. هومن، حیدرعلی. 1385. راهنمای عملی پژوهش کیفی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم

انسانی دانشگاه‌ها.

ب) منابع لاتین:

17. 10 Reasons Kids Learn With Audiobooks. 1998. *AudioFile*. Available through:

http://www.audiofilemagazine.com/article_archive/10.Reasons.pdf

18. A.P.A. 2005. *Audio Publishers Association (APA) Fact Sheet*. APA.

19. A.P.A. 2006. *Audio Publishing Industry Continues to Grow; Shows 4.7% Increase in Sales*. New Jersey: APA.

20. A.P.A. 2007. *Americans are Turning in to Audio: Audioook Sales on the Rise Nationally*. New Jersey: APA.
21. A.P.A. 2008. *More Americans are all Ears to Audiobooks*. New Jersey: A.P.A.
22. A.P.A. 2009. *Audio Industry Holds Ground In 2008*. New Jersey: A.P.A.
23. A.P.A. 2010. *Audiobook Listeners are Affluent, Well-Educated and Avid Book Readers*. New Jersey: APA.
24. Audiobook. *Oxford Dictionary*. Available through:
<http://oxforddictionaries.com/definition/english/audiobook?q=audiobook> (accessed 26 October 2012).
25. Audiobook. *Wikipedia, The free encyclopedia*. Available through:
<http://en.wikipedia.org/wiki/Audiobook> (accessed 29 October 2012).
26. Brown, J. E. 2003. Evaluation of Audio Books: A Guide for Teachers. *The ALAN Review*, Volume 30, Number 3, p. 53-56.
27. Burkey, M. 2007. Sounds Good to Me: Listening to Audiobooks with a Critical Ear. *Book List*, 1 June, p. 104.
28. Connors, K. C. 1999. Audiobook Format: A Patron's Choice. Master's Research Paper, Kent State University.
29. Creswell, J. W. and V. L Plano Clark. 2007. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, London: Sage Publication Inc.
30. Engelen, J. 2008. Modern Digital Libraries, the Case of the Audio-Book Boom. In K. m. al.(eds.) (Ed.), *ICCHP '08 Proceedings of the 11th international conference on Computers Helping People with Special Needs* (pp. 284-290). Springer-Verlag Berlin, Heidelberg.
31. Furini, M. (2008). "Digital Audiobook: From Passive to Active Pursuit", *Multimedia Tools and Applications Journal*. (40)1: 23-39.

32. Harris, M. What are Audiobooks?. Available through: <http://mp3.about.com/od/glossary/g/Audiobooks-Definition-What-Are-Audiobooks.htm> (accessed 30 September 2012).
33. 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.
34. Irwin, W. 2009. Reading Audio Books. *Philosophy and Literature* , 33 (2), 358-368.
35. Kirk, J., and Miler, M. L. (1986). Reliability and validity in qualitative research. Qualitative Research Methods Series, 1. Beverly Hill ,CA: Sage.
36. Kiser, M. M. 2000. Non-Print YA Literature Connection Bud, Not Buddy: Common Reading, Uncommon Listening. *The ALAN Review*, Volume 27, Number 3, p. 40-44.
37. Lincoln, Y.S and Guba , E.G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hill: Sage .
38. Malczewski, B. 2012. Audiobook Spotlight: A Multitasker's Dream. Industry insiders provide insight into the present and future of audiobooks.*Library Journal*,
39. Maxwell, J.A. 1996. *Qualitative research design: An interactive approach*. Thousand, Osaka, CA: Sage.
40. Peters, T. A. (2007). "Digital Audiobook Services through Libraries". *Library Technology Reports*. (43)1.
41. Philips, D. 2007. Talking Books: The Encounter of Literature and Technology in the Audio Book. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Volume 13, p. 293–306.
42. Plano Clark, V. & J. Creswell & D. O'Neil Green & R. Shope. 2008. Mixing quantitative and qualitative approaches: An introduction to emergent mixed methods research, S. Hesse-Biber & P. Leavy (Eds.). *Handbook of emergent methods*. New York: Guilford Press.

43. Reitz, J. M. Audiobook. *Online Dictionary of Library and Information Science*.
Available through: http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_a.aspx#audiobook.
44. Rubery, M. 2008. Play It Again, Sam Weller: New Digital Audiobooks and Old Ways of Reading. *Journal of Victorian Culture* , 13 (1), 58-79.
45. Stern, C. 2011. The Role of Audiobooks in Academic Libraries. *College & Undergraduate Libraries*, 18:77–91.
46. Tashakkori, A., and C. Teddlie. 1998. Mixed Methodology: Combining Qualitative and Quantitative Approaches. Thousand Oaks, CA: Sage.
47. Tashakkori, A., and C. Teddlie. 2003. Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research, First Edition, Sage Publication Inc.
48. Yingling, J. 1998. A Study of Audiobook Users at the Salem, Ohio Public Library. Master's Research Paper, Kent State University.
49. Webb, L. , Meyer, N. 2006. iPods, Audiobooks, EBooks, and More: Empowering Reading Through. Based on Presentation October 23, 2006 Internet@ Schools West.
50. Wilde, S., & Larson J. 2007. Listen! It's Good for Kids. *AudioFile* April/May: 23-25.
Available through:
http://www.audiofilemagazine.com/article_archive/ListengoodforkidsAM07.pdf
51. Whittingham, J., Huffman, S., Christensen, R., and McAllister ,T. 2013. Use of Audiobooks in a School Library and Positive Effects of Struggling Readers' Participation in a Library-Sponsored Audiobook Club. *School Library Research*: vol. 16. Available on: <http://www.ala.org/aasl/slr/volume16/whittingham-huffman-christensen-mcallister>

پیوست - پرسشنامه پژوهش

با سلام و احترام

این پرسشنامه به منظور گردآوری اطلاعات بخشی از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد اینجانب با عنوان "ارائه الگوی مناسب تولید کتاب گویا، بررسی دیدگاه تولیدکنندگان و کاربران" تهیه شده است. پژوهشگر متعهد می‌شود کلیه اطلاعات محرمانه خواهد بود و تنها به صورت آمار دسته جمعی ارائه خواهد شد. پیشاپیش از همکاری جنابعالی متشکرم.

مریم چهرقانی

دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی
دانشگاه تهران

ویژگی کاربر					
جنس: زن مرد					
سن: کمتر از 12 سال 12 تا 18 سال 18 تا 35 سال 35 تا 50 سال 50 تا 65 سال 65 سال به بالا					
تحصیلات: زیر دیپلم دیپلم کاردانی کارشناسی کارشناسی ارشد دکتری					
شغل: دانش آموز دانشجو کارمند هیئت علمی شغل آزاد بیکار					
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هر یک از این عوامل تا چه میزان به عنوان مزیت کتاب گویا در انتخاب شما اهمیت دارد؟
					امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد و همزمان با سایر کارها
					نیاز به تمرکز کمتر
					عدم درگیری چشم
					سهولت جابجایی
					توزیع گسترده‌تر از کتاب چاپی
					ارزشهای افزوده (موسیقی، صداسازی، صدای دلنشین راوی، شهرت و محبوبیت راوی و ...)
					انتقال تلفظ صحیح اصطلاحات زبانی
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هر یک از این عوامل تا چه میزان به عنوان کاستی کتاب گویا می‌تواند مانع از انتخاب شما شود؟
					وابستگی مطالعه به یک وسیله پخش صوتی
					القای حس راوی به مخاطب
					پیمایش در صفحات

					استناد به کتاب گویا
					عدم امکان انتقال اطلاعات تصویری و املائی صحیح لغات
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هر یک از عوامل زیر تا چه میزان دلیل و یا انگیزه استفاده شما از کتاب گویا است؟
					برطرف کردن نیازهای آموزشی
					مطالعه تفریحی
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هر یک از این عوامل تا چه میزان معیار انتخاب کتاب گویا توسط شماست؟
					آثار برگزیده و توصیه شده (توسط کارشناسان، دوستان، و ...)
					مطابقت با اقبال عمومی بازار نشر
					انتخاب ترجمه، ویرایش، یا چاپ جدید یا بهتر کتاب
					تناسب با سلیقه و نیاز شخصی
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هنگام انتخاب کتاب گویا هر کدام از این موضوعات را تا چه میزان ترجیح می‌دهید؟
					رمان و داستان
					شعر
					آثار کلاسیک
					هنر
					زندگی‌نامه
					تاریخ
					دین
					فلسفه
					حقوق
					جامعه‌شناسی
					آموزش زبان
					کودک
					روانشناسی
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	در مورد ویژگی‌های ویرایش کتاب گویا تا چه میزان با هر کدام از عوامل زیر موافق هستید؟
					کتاب گویای تمام متن
					کتاب گویای خلاصه شده
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	در مورد نحوه روایت و ویژگی‌های راوی، هر یک از این عوامل تا چه میزان در

					انتخاب کتاب گویا توسط شما مؤثر است؟
					اجرای نمایشنامه ای
					بیان خنثی
					فن بیان صحیح
					انتقال صحیح لحن جمله
					خواندن پانویس مؤلف یا مترجم در متون علمی و تخصصی
					خواندن پانویس مؤلف یا مترجم در متون غیر علمی و تخصصی
					صدای مطلوب و دلنشین
					تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن
					عدم انعکاس صداهای اضافی و مزاحم (تنفس، صدای کاغذ و ...)
					روایت متن کتاب توسط مؤلف
					روایت متن کتاب توسط بازیگر (رادیو، سینما، تلویزیون، تئاتر)
					روایت متن کتاب توسط گوینده حرفه ای و شناخته شده
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	در مورد استفاده از موسیقی و صداسازی در کتاب گویا تا چه میزان با هر کدام از عوامل زیر موافق هستید؟
					استفاده از موسیقی در کتاب گویا
					استفاده از صداسازی (افکت صوتی) در کتاب گویا
					استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای کتاب
					استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای هر فصل از کتاب
					استفاده از موسیقی پس زمینه در متون غیر علمی
					استفاده از موسیقی پس زمینه در متون علمی
					تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب و دوره زمانی و فضای کار
					استفاده از موسیقی به روز و متداول
					استفاده از موسیقی در آثار کودکان
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	در مورد تقطیع و نامگذاری فایل های صوتی کتاب گویا تا چه میزان با هر کدام از عوامل زیر موافق هستید؟
					تقطیع براساس تقسیمات کتاب
					تناسب طول قطعه با دامنه شروع و پایان صفحات
					تقطیع بخش های طولانی کتاب به قطعات کوتاه تر

					نامگذاری قطعات بر اساس نام بخش
					نامگذاری قطعات بر اساس ترتیب شماره بخش
					نامگذاری قطعات بر اساس ترکیبی از نام بخش و ترتیب شماره بخش
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	در مورد ویژگی های فایل صوتی و کیفیت صدای کتاب گویا تا چه میزان با هر کدام از عوامل زیر موافق هستید؟
					فرمت یکسان فایل های صوتی
					قابلیت اجرا در انواع دستگاه های پخش صوت
					فرمت اختصاصی فایل صوتی برای اجرا در دستگاه پخش اختصاصی
					کیفیت بالای صدا و حجم بالای فایل صوتی
					حجم پایین فایل صوتی و سرعت بالای دانلود کتاب گویا
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میزان استفاده شما از هر کدام از این قالب های انتشار کتاب گویا چقدر است؟
					کاست
					سی دی
					دی وی دی
					دریافت فایل اینترنتی قابل دانلود و انتقال به یک دستگاه پخش صوت
					فایل اینترنتی قابل شنیدن آنلاین (streaming)
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هر کدام از روش های دسترسی به کتاب گویا تا چه میزان مورد استفاده شما است؟
					مراجعه به کتابفروشی
					مراجعه به فروشگاه آثار صوتی
					مراجعه به مراکز ویژه تولید کتاب گویا
					مراجعه به کتابخانه
					خرید از فروشگاه های اینترنتی
					دریافت کتاب های گویای رایگان از اینترنت
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هر کدام از عوامل زیر تا چه میزان برای شما دارای اهمیت است؟
					امکان جستجوی مطالب در متن کتاب گویا
					امکان جستجو بر اساس فهرست مندرجات کتاب
					امکان استناددهی به فایل صوتی کتاب گویا
					ارائه اطلاعات کتابشناختی متن مرجع در کتاب گویا

					ارائه اطلاعات مربوط بخش صوتی در کتاب گویا
					ثبت کتب گویا در کتابشناسی و کتابخانه ملی
					امکان جستجوی کتاب گویا براساس موضوع
					امکان جستجوی کتاب گویا براساس عنوان
					امکان جستجوی کتاب گویا براساس مؤلف
					امکان جستجوی کتاب گویا براساس راوی
به استثنای موارد ذکر شده آیا معیارهای دیگری را در تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا دارای اهمیت می‌دانید؟ لطفاً ذکر بفرمایید.					

Abstract

This study provides an appropriate pattern of audio books based on the perspective of producers and users of audio books. Method of this study is sequential exploratory mixed methods. The first section contains qualitative content analysis using semi-structured interview and the second part is a survey using questionnaires.

First using qualitative methods and depth interviews and qualitative content analysis methods of audio books production were extracted as measures of the study and were used to prepare questionnaires, then, using a quantitative approach, questionnaires were sent to users of audio book, and finally by descriptive and inferential statistical analyzes the data were analyzed.

Population were all producers of audio books in educational, research and public centers in Tehran that selected with purposeful sampling and experience in the production of audio books criteria.

Population in qualitative section was all active users of audiolib website that used from audio books more than once. According to the latest statistics, the number was 35 thousand users. With random probability sampling and based on the sample selection. The sample size was 380 but for reliability and accuracy of the results, the questionnaire was sent to 600 Members. The number of 560 questionnaires was answered by the users and only one of the questionnaires was confounding which was excluded. Statistics is related to analysis of 559 questionnaires. To analyze the data gathered through the questionnaire, descriptive statistics were used to calculate the frequency and percentage.

The qualitative findings indicated that manufacturers pointed to audience, reasons, selection criteria, topic, copyright, edit, hardware, software, manpower, audio quality and features, release form, distribution, narrative, music, fractionation and nomenclature, searchable, bibliographic information, advantage, deficiencies, common causes, and production problems categories, as evaluation and production criteria of audio books.

The results of the quantitative section indicated that Low- volume and high-speed download audio book, No conflicts eyes while listening to audio books, right Transfer the tone by the narrator, Same format audio files, narrator's pleasant and desirable voice, Appropriateness of the narrator's tone and voice with text type, Recorded audio books in the bibliography and the national library, full text audio book, The music fits the theme and the time and space of the book, download and transferred to an audio device, Ability to search by title, correct rhetoric narrator, Listen to audio book with recreational reading incentives, No additional and annoying voices, text narration by professional narrator, Naming components based on a combination of the names of the parts and part numbers, possibility of study at the non- efficient and same time with other things, choice the selected works and recommendation (by the experts , friends , etc.), possibility of search by the author, ease of transport, use of music in children's literature, possibility of search in text of the audio book, Book selection based on fitness with personal tastes and needs, get free audio books from the Internet, and segmentation by dividing the book was important.

Keywords: audio book, producers of audio book, user of audio book, evaluation criteria of audio book, production criteria of audio book, production pattern of audio book, mixed methods.



University of Tehran

Faculty of Library and Information Science

Presentation of Appropriate Pattern for Audio Book Production
Point of view Producers and Users

By

Maryam Chehreghani

Under Supervision of

Dr. Fatemeh Fahimnia