

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛  
شبکه های توجه گرافی  
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از  
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

فصلنامه  
تحلیلی  
پژوهشی  
کتاب مهر

## شناسایی معیارهای ارزیابی و تولید کتابهای گویا

مریم چهرقانی

مسئول مقاله / کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی

chehre@ut.ac.ir

فاطمه فهیم‌نیا

دانشیار گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشکده کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تهران

fahimnia@ut.ac.ir

نادر نقشینه

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشکده کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تهران

nnaghsh@ut.ac.ir



## چکیده

**هدف:** هدف از این پژوهش شناسایی و ارائه معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویاست.

**روش / رویکرد پژوهش:** بررسی و تحلیل متون

**یافته‌ها:** با بررسی و مرور متون و منابع موجود در حوزه کتاب‌های گویا سه معیار اصلی - محتوا، فنی، و ارائه - و سیزده معیار فرعی - موضوع، ویرایش، ویژگی فایل صوتی، تقطیع، کیفیت و وضوح صدا، قالب انتشار، روایت، موسیقی، جست‌وجو، اطلاعات کتاب‌شناختی، نحوه تعامل، گزینه‌های پخش، و هزینه شناسایی شد.

**اصالت:** کتاب‌های گویا محمل اطلاعاتی پیشرو و ارزشمندی هستند که به آن‌ها کمتر توجه شده است و نیز بسیار کم ارزیابی شده‌اند. شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی مدوّن و استانداردهای تولید مشخصی برای کتاب‌های گویا وجود ندارد. شناسایی معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا هم برای کاربر در جهت کاربرد مؤثرتر از این محصول و هم برای تولیدکننده جهت تولید محصول متناسب با سلیقه و نیاز کاربر اهمیت دارد. این پژوهش معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا را شناسایی، سنجش، و ارزیابی کرده است و، درواقع، مقدمه‌ای است برای پژوهش‌های عمیق‌تر در این زمینه.

## واژه‌های کلیدی

کتاب گویا، معیار ارزیابی، معیار تولید، ویژگی‌های کتاب گویا

## مقدمه

کتاب گویا تلفیقی است از متن کتاب و صدای خواننده شدن آن. به عبارت دیگر، یک کتاب گویا از گوینده‌ای کمک می‌گیرد که متنی را برای مخاطبی می‌خواند. این گوینده می‌تواند خود پدیدآورنده اثر باشد، یا گوینده‌ای حرفه‌ای، یا بازیگری معروف یا حتی فردی آماتور. گاهی در کتاب گویا از جلوه‌های موسیقایی و صوتی نیز استفاده می‌شود و گاهی فقط صدای گوینده یا گویندگان شنیده می‌شود. (ایروین، ۲۰۰۹)

واژه‌نامه پیوسته کتابداری و اطلاع‌رسانی<sup>۳</sup> در مقابل واژه کتاب گویا آورده: کتابی که با صدای بلند خوانده می‌شود و بر روی نوار و یا سی‌دی ضبط می‌شود و، معمولاً، این کار توسط یک بازیگر و یا گوینده‌ای حرفه‌ای و یا نویسنده کتاب انجام می‌شود. در اصل، این کتاب‌ها برای افرادی که دارای مشکلات بینایی هستند بر روی نوار تولید می‌شود، اما بازار کتاب‌های گویا و متقاضیان آن گسترش یافته است، مثل افرادی که پیاده‌روی می‌کنند و دوست دارند در حین ورزش کردن به این کتاب‌ها گوش دهند؛ افرادی که باید ساعات طولانی را در سفر بگذرانند؛ افراد بی‌سواد و یا دارای مشکلات خوانشی

(کم‌سواد)؛ افرادی که گوش دادن به کتاب‌ها را به خواندن آن‌ها ترجیح می‌دهند. (ریتز، ۲۰۰۴) واژه‌نامه آکسفورد<sup>۴</sup> (۲۰۱۲) نیز کتاب گویا را این طور تعریف کرده: یک کتاب، به طور معمول رمان، که خوانده می‌شود و بر روی سی‌دی یا نوار کاست ضبط می‌شود.

در دانشنامه آزاد ویکی‌پدیا (۲۰۱۲) در ذیل مدخل کتاب گویا آمده است: کتاب گویا متن کتابی است که توسط یک یا چند گوینده خوانده می‌شود و به صورت فایل صوتی درمی‌آید و یا گاهی اوقات به صورت نمایشنامه بازی می‌شود. کتاب گویا ممکن است با موسیقی یا افکت‌های صدایی



همراه باشد. گاهی اوقات نویسنده با صدای خودش کتاب را می‌خواند و گاهی گویندگان حرفه‌ای این کار را انجام می‌دهند.

پیترز<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) در تعریف کتاب گویا گفته است: کتاب‌های گویا آثار داستانی، غیر داستانی، شعر، و درام هستند که در درجه اول، به جای خواندن بصری، گوش داده می‌شوند. به گفته هریس<sup>۶</sup>، در سایت [about.com](http://about.com)، کتاب گویا، همان طور که از نامش پیداست، صدای ضبط‌شده‌ای است که شما می‌توانید به جای خواندن متن یک کتاب یا نوع دیگری از انتشارات به آن گوش دهید.

بنا بر تعریف انگلن (۲۰۰۸)، کتاب گویا، که گاهی اوقات «کتاب گفتاری»<sup>۷</sup>، «کتاب سخنگو»<sup>۸</sup>، و یا «کتاب روایت‌شده»<sup>۹</sup> نیز نامیده می‌شود، متن کتابی است که با صدای بلند خوانده و ضبط شده است.

فورینی<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۸) کتاب گویا را بازنمود شفاهی یک کتاب نوشته‌شده می‌داند. در دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی این تعریف برای کتاب گویا ذکر شده است: کتاب گویا کتابی است که برای نابینایان و روی انواع رسانه‌های صوتی، از قبیل صفحه، نوار، دیسک، و ... ضبط می‌شود و به وسیله دستگاه‌های مختلف قابل استفاده است. به این نوع کتاب متن یا کتاب شنیداری نیز می‌گویند. (سلطانی، ۱۳۷۹: ۳۵۱)

مکتبی فرد (۱۳۸۴) هدف از ضبط کتاب گویا را انتقال متن کامل یک کتاب یا نوشته روی یک محمل صوتی می‌داند؛ به نحوی که برای هر کس که قادر به خواندن نیست قابل درک و شنیدن باشد. از این رو، بین کتاب گویا و نمایش نامه رادیویی و یا نوار قصه تفاوت‌های اساسی وجود دارد، زیرا معمولاً کتاب گویا را یک فرد می‌خواند که لحن او چندان احساساتی نیست و بیشتر به کتاب‌خوانی با صدای بلند شبیه است.

طبق تعریف چهرقانی و فهیم‌نیا (۱۳۹۲)، کتاب گویا شامل همان محتوای کتاب چاپی می‌شود که با کمک عنصر روایت به شکل صوتی درآمده است و بر روی قالبی غیر از قالب چاپی، که قابل اجرا در یکی از دستگاه‌های پخش صوت است، عرضه می‌شود و از طریق گوش دادن می‌توان به مطالعه آن پرداخت و به محتوای آن دست یافت.

در حال حاضر، کتاب‌های گویا پدیده‌ای شناخته‌شده در کشورهای توسعه‌یافته است و بر روی قالب‌های متنوعی مانند نوار کاست و لوح‌های فشرده و نیز بر روی انواع دستگاه‌های خواننده فایلهای صوتی، گوشی‌های تلفن همراه و همچنین به صورت پیوسته و از طریق شبکه اینترنت مورد استفاده عموم مردم قرار می‌گیرد و تولیدکنندگان نیز حجم قابل توجهی از کتاب‌های خود را بدین شکل تولید می‌نمایند.

کتاب‌های گویا امروزه دیگر فقط به عنوان یک برنامه کاربردی برای افراد دچار اختلال بینایی یا سایر اختلالات خوانشی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه برنامه‌ای است سرگرم‌کننده و کاربردی برای همه کسانی که به آن علاقه‌مندند. (فورینی، ۲۰۰۸)

مخاطبان کتاب‌های گویا نه تنها افراد دچار مشکلات بینایی، بلکه کودکان، سالمندان، افراد کم‌سواد یا بی‌سواد، دانش‌آموزان، دانشجویان، زنان خانه‌دار، مدیران ... و، به عبارتی دیگر، همه افراد جامعه‌اند.

مزایا و ویژگی‌های این قالب انتشاراتی مانند امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد (پیترز، ۲۰۰۷؛ ای. پی. ای، ۲۰۰۸)، کمک به درک صحیح اصطلاحات زبانی (هارتادو، ۲۰۱۰)، امکان دسترسی سریع، سهولت جابه‌جایی (پیترز، ۲۰۰۷؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸)، و قابلیت استفاده در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون موجب شده که در زمان‌هایی که حتی تصور مطالعه از طریق محمل‌های چاپی نمی‌رود، بتواند جای خالی سایر قالب‌های کتاب را پر کند و امکان مطالعه در

این مواقع را فراهم سازد، موقعیت‌هایی مانند سفرهای بین شهری و درون‌شهری، پیاده‌روی، زمان انتظار در صف‌های طولانی بانک‌ها و ادارات، هنگام انجام دادن کارهای روزمره، و بسیاری موارد دیگر. به دلیل تنوع موجود در ویژگی‌های کتاب‌های گویا و نیز طیف وسیع کاربران این محصول، لازم است - چه به هنگام تولید کتاب‌های گویا و چه انتخاب این محصول - به معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا توجه شود.

پس از بررسی متون موجود در این زمینه، معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا استخراج شد و بر اساس تشابه در طبقات فرعی و سپس طبقات فرعی مشابه در یک طبقه اصلی قرار گرفتند.

### بیان مسئله

محتوا و ماهیت اطلاعاتی کتاب‌های گویا به کتاب‌های چاپی شباهت دارد. با وجود این، کتاب‌های گویا با در اختیار داشتن مزایای خاص خود ویژگی‌های افزوده‌ای در کنار کاستی‌های خود دارند. امروزه، طیف وسیعی از کاربران از کتاب‌های گویا استفاده می‌کنند و مراکز زیادی به تولید این کتاب‌ها اقدام می‌نمایند، اما برخی از کتاب‌های گویا، به دلیل رعایت نکردن اصول قابلیت استفاده و کاربری، باعث خستگی و دل‌سرد شدن کاربر می‌شوند. از این کتاب‌ها به میزان بسیار زیادی استفاده می‌شود، اما اصول و معیارهای لحاظ‌شده در تولید، بعضاً با انتظارات و نیازهای کاربران تناسب ندارد و موجب نارضایتی کاربران می‌شود. به منظور نشر موفق و استفاده مطلوب از این نوع کتاب‌ها، شناخت مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا بسیار اهمیت خواهد داشت. پس از جست‌وجوهای بسیار در میان متون و منابع مختلف هیچ اثری که به طور اختصاصی و با هدف معرفی معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا، به طور منسجم و یکپارچه، تدوین شده باشد یافت نشد. بنابراین، با وجود اینکه در میان متون و منابع و حتی دستنامه‌ها و دستورنامه‌های حرفه‌ای اصولی در ارتباط با تولید و ارزیابی

کتاب‌های گویا مطرح شده، تا به حال هیچ اثری که همه معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا را به صورت جامع و کامل در بر داشته باشد تألیف نشده است.

این پژوهش به این منظور انجام پذیرفته تا، ضمن مطالعه متون، معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا شناسایی و سنجش شود. به همین دلیل، پژوهشگران، با بررسی و تحلیل متون و منابع موجود، به استخراج این معیارها اقدام نمودند و آن‌ها را در قالب طبقه‌های کلی و معیارهای مربوط به هر طبقه تقسیم کردند.

### هدف و پرسش اساسی

هدف پژوهش حاضر شناسایی معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویاست. پرسش اساسی که برای این هدف طرح شده عبارت است از: «معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا چیست؟»

### پیشینه

در ایران درباره کتاب‌های گویا تحقیقات زیادی صورت نگرفته و در میان اندک متون موجود پژوهشی که صرفاً به معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا پرداخته باشد وجود ندارد. در میان متون و پژوهش‌های خارجی نیز پژوهشی که مستقیماً این موضوع را به عنوان مسئله پژوهش بررسی کرده باشد وجود ندارد. با استفاده از روش مرور پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه کتاب‌های گویا می‌توان به برخی معیارها، که در خلال بحث بدان‌ها اشاره شده است، دست یافت. در کنار این منابع، دستنامه‌ها، و معیارهای ارزیابی و تولید برخی از تولیدکننده‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای و بین‌المللی کتاب‌های گویا وجود دارند که می‌توانند تا حدودی راهگشا باشند. در پژوهش حاضر، معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از این متون و منابع گردآوری و طبقه‌بندی شده است.



## معیارها

## ۱. محتوا

کتاب‌های گویا، به دلیل ماهیت خود، نمی‌توانند قالب مناسبی برای ارائه هر نوع موضوعی باشند. این کتاب‌ها نمی‌توانند اطلاعات تصویری را منتقل نمایند و کاربرد فقط از طریق گوش کردن به صدای خوانده شدن آن‌ها می‌تواند به محتوای آن دست یابد. به همین دلیل، تولیدکنندگان کتاب گویا موضوعاتی را انتخاب می‌کنند که قابلیت روایت از طریق کتاب گویا را داشته باشد (براون<sup>۱</sup>)، (۲۰۰۳) و پس از تبدیل شدن به کتاب گویا کاربرد با آن احساس راحتی نماید و از گوش کردن به آن خسته نشود.

## ۱-۱. موضوع

دو گونه کلی کتاب گویا بر اساس سبک عبارت‌اند از: ۱. گونه داستانی؛ ۲. گونه غیرداستانی (ای. پی. ای.<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). بر اساس بررسی فروش سال ۲۰۰۸، فروش گونه داستانی ۷۳ درصد بوده است و غیرداستانی ۲۷ درصد از کل. (ای. پی. ای.<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷)

## ۲-۱. ویرایش

کتاب‌های گویا بر اساس ویرایش به دو دسته قابل تقسیم‌اند: ۱. مشروح؛ ۲. خلاصه (ای. پی. ای.<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸؛ کانرز<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹؛ اینگلینگ<sup>۴</sup>، ۱۹۹۸؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸). کتاب گویای مشروح حاوی محتوای اصلی اثر چاپی است که بدون تغییر ضبط شده است. کتاب گویای خلاصه با کاهش طول و تغلیظ متن کتاب چاپی ایجاد می‌شود.

بر اساس بررسی سال ۲۰۰۸، عناوین مشروح کتاب گویا ۸۵ درصد از فروش این محصول را نشان می‌دهد، در حالی که خرید و فروش کتاب‌های گویای خلاصه نشان‌دهنده ۱۳ درصد از فروش است. (ای. پی. ای.<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸)

اکثر فروشندگان کتاب گویا ترکیبی از محتوای خلاصه و مشروح را ارائه می‌کنند. به نظر می‌رسد که محتوای مشروح در میان کاربران محبوب‌تر باشد، اما برای محتوای خلاصه نیز یک بازار غیر قابل چشم‌پوشی وجود دارد. یک اشکال که به نسخه‌های خلاصه وارد است این است که معمولاً هیچ نشانه‌ای از نحوه و مبنای تصمیمات خلاصه‌سازی و معیارهای استفاده‌شده وجود ندارد. (پیترز، ۲۰۰۷)

## ۲. فنی

### ۱-۲. ویژگی فایل صوتی

یکی از معیارهایی که به هنگام تولید کتاب‌های گویا به آن توجه می‌شود فرمت یکسان فایل‌های صوتی کتاب گویاست (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸). کاربر نیز با این ویژگی قادر خواهد بود تا به راحتی از کتاب گویا استفاده کند و برای پخش فایل صوتی در انواع دستگاه‌های پخش صوت مشکلی نداشته باشد.

معیارهای مورد توجه در این بخش عبارت‌اند از:

- قابلیت اجرای فایل صوتی کتاب‌های گویا در همه انواع دستگاه‌های پخش صوتی؛
- فرمت یکسان همه قطعات صوتی متعلق به یک کتاب گویا.

### ۲-۲. تقطیع

در تولید کتاب‌های گویا ترجیح بر این است که تقطیع کتاب گویا بر اساس تقسیمات کتابی باشد که متن مرجع کتاب گویاست (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸). کاربر کتاب گویا نباید از لحاظ فصل‌بندی و تقطیع بین کتاب چاپی، که مرجع تولید کتاب گویاست، با محصول نهایی تفاوتی احساس کند و تولیدکنندگان موظف‌اند فصل‌بندی‌های نویسنده کتاب چاپی

را رعایت کنند. بر این اساس، برای قطعات صوتی کتاب گویا نمی‌توان مدت زمان مشخصی تعیین نمود، زیرا مدت زمان هر قطعه بر اساس طول مطلب تعیین می‌شود. (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸)

- معیارهایی که در این بخش باید بدان‌ها توجه کرد عبارت‌اند از:
- وجود حداقل و حداکثر زمانی برای هر قطعه؛
  - تعیین حداقل و حداکثر حجم برای هر قطعه؛
  - تناسب قطعات کتاب گویا با فصل‌بندی کتاب مرجع.

### ۳-۲. کیفیت و وضوح صدا

استفاده از ابزار، محیط، و شرایط مناسب ضبط و رعایت اصول مهندسی صدا در حین فرایند تولید کتاب‌های گویا و نیز توجه به اصول فنی و حرفه‌ای صدا برداری، صدا گذاری، و ترکیب صدا توسط متخصصان صدا گذاری منجر به این می‌شود که محصول نهایی کتاب گویا دارای صدایی واضح و شفاف (انجمن خدمات کتابخانه نوجوانان<sup>۱</sup>) و دارای بالاترین کیفیت باشد. برای کاربر کتاب گویا مهم است که صدای کتابی که به آن گوش می‌کند در تمام طول مدت پخش سطوح یکسان و ثابتی داشته باشد. (بر کی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷؛ براون، ۲۰۰۳؛ انجمن خدمات کتابخانه کودکان<sup>۲</sup>)

معیارهای مورد توجه در این بخش عبارت‌اند از:

- سطح یکسان و مناسب صدا در تمام طول مدت کتاب (انجمن خدمات کتابخانه کودکان)
- نبود صداهای اضافی و مزاحم و مداخله‌گر با صدای اصلی کتاب گویا (قرزل ایاق، ۱۳۷۵؛ انجمن خدمات کتابخانه کودکان)؛
- تناسب صدای راوی با موسیقی تیتراژ، پس‌زمینه، و جلوه‌های صوتی.

## ۳. ارائه

## ۳-۱. قالب انتشار (ای. پی. ای، ۲۰۰۸)

یکی از قدیمی‌ترین قالب‌های عرضه کتاب گویا نوار کاست است که در سال‌های اخیر خرید و فروش آن روند کاهشی داشته است. متداول‌ترین قالب عرضه کتاب گویا دیسک فشرده<sup>۱۱</sup> است که تا سال ۲۰۰۷ در بازار و در میان کاربران روندی افزایشی داشت. (ای. پی. ای، ۲۰۰۸)

در مورد ارائه کتاب‌های گویا بر روی محمول‌های سخت‌افزاری اصلی که بدان توجه شده است تطابق کامل بین جلد کتاب گویا و کتاب چاپی است که به عنوان متن مرجع برای گویا شدن مورد استفاده قرار گرفته (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸) و نیز ارائه اطلاعات مورد نیاز بر روی سخت‌افزار به همراه بسته‌بندی (انجمن خدمات کتابخانه نوجوانان).

یکی دیگر از انواع قالب‌های عرضه کتاب گویا فرمت فایل صوتی قابل دانلود<sup>۱۲</sup> است که در این سال‌ها روند افزایشی داشته و به همراه به کارگیری فناوری‌های جدید توسط کاربران متداول شده است. شاید این امر به دلیل رواج استفاده از دستگاه‌های پخش کننده قابل حمل، مانند دستگاه پخش کننده ام. پی. تری، به طور گسترده در میان مردم است. (ای. پی. ای، ۲۰۰۸؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸)

به دلیل اهمیت موضوع حق مؤلف برای ناشران، این روزها شاهد شکل‌گیری قالب‌هایی از این رسانه هستیم که در نقش قالبی حفاظت‌شده و اختصاصی برای جلوگیری از تکثیر و بهره‌برداری غیرمجاز از این محصول ظاهر می‌شوند، مانند فایل صوتی وب‌مدار<sup>۱۳</sup> و غیر قابل دانلود که فقط می‌توان تحت وب به آن‌ها گوش داد (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸)، یا کتاب‌های گویای اجاره‌ای که بعد از پایان مدت اجاره فایل صوتی به خودی خود منقضی و ناکارآمد می‌شود.

به اعتقاد فورینی (۲۰۰۸)، در کل، تغییر روند فناوری به نفع قالب‌های دیجیتال کتاب گویا

[اعم از فایل صوتی قابل دانلود و یا غیر قابل دانلود] باعث ایجاد مزایایی برای هر دو گروه تولیدکننده کتاب گویا و مصرف کننده آن است: اولی می تواند با حذف هزینه های تولید و عرضه کتاب گویا در سایر قالب ها هزینه را کاهش دهد؛ در حالی که دومی می تواند کتاب گویا را در هر کجا و هر زمان که می خواهد با قیمت پایین تر از هر قالب دیگر کتاب گویا بخرد و دانلود کند.

### ۲-۳. روایت

وجه تمایز کتاب های گویا صدای به کارگرفته شده در اثر است: روایت توسط عامل انسانی انجام می شود یا رایانه (صدای مصنوعی)؟

همه با این نکته موافق اند که برای گوش دادن به کتاب گویا، حتی امروزه و با وجود پیدایش نرم افزارهای پیشرفته تبدیل متن به گفتار<sup>۱۱</sup>، صدای انسان بسیار دلپذیرتر از صدای مصنوعی است، هر چند که این نرم افزارها با کیفیت بسیار خوب تبدیل متن به گفتار در دسترس باشند. برای برخی از برنامه های کاربردی، استفاده از چنین نرم افزارهای تبدیل الکترونیکی امکان پذیر است. به عنوان مثال، در پروژه گفتاری روزنامه فلاندرز<sup>۱۲</sup> متن کامل همه مقالات پوشش داده شده است (انگلن، ۲۰۰۸)، اما برای گوش دادن به یک رمان و یا داستان کوتاه - به قصد تفریح و سرگرمی - راوی انسانی با صدایی دلنشین عاملی ترغیب کننده محسوب می شود.

بنا به گفته برکی (۲۰۰۷)، آنچه اساس سنجش کیفیت کتاب گویا را شکل می دهد روایت است. صدای نویسنده کتاب از طریق راوی به گوش شنونده می رسد. همان طور که گفته شد، یک کتاب گویا معمولاً توسط یک یا چند گوینده روایت می شود. این گوینده / گویندگان می تواند صدای حرفه ای، هنرپیشه تئاتر یا سینما، چهره مشهور و محبوب، و یا گاهی اوقات خود نویسنده کتاب باشد.

به طور خاص، برای کتاب گویای نقل شده توسط انسان، عملکرد راوی و یا تیم روایت تقریباً

به همان اندازه عملکرد نویسنده کتاب چایی اهمیت دارد. راوی خوب می‌تواند تجربه گوش دادن به کتاب گویا را برای مخاطب لذت‌بخش‌تر کند و، به همان اندازه، راوی بد می‌تواند شنونده را نسبت به این تجربه دل‌سرد و مأیوس کند. (پیترز، ۲۰۰۷)

تأثیر عنصر روایت در بازار کتاب‌های گویا به حدی است که ناشران و شرکت‌های بزرگ و معروف تولیدکننده کتاب گویا، مانند آدیبل<sup>۲</sup>، به استفاده از هنرپیشه‌های مشهور هالیوود برای اجرای کتاب گویا رو آورده‌اند و قراردادهای پرهزینه با این افراد می‌بندند. این مسئله، با توجه به بازار رو به گسترش کتاب‌های گویا و افزایش کاربران این رسانه، نشان‌دهنده اهمیت این رسانه در بازار نشر است. گذشته از این، کاربران علاقه‌مند کتاب گویا نسبت به عنصر روایت بسیار مشتاقانه رفتار می‌کنند. با وجود تعدد روایان حرفه‌ای، کاربران می‌خواهند بدانند که هر کتاب توسط چه کسی روایت شده. کاربران علاقه‌مندند که، علاوه بر شناختن روایان، جست‌وجو در میان آثار، بر اساس راوی و ویژگی‌های روایان، برای آن‌ها امکان‌پذیر باشد.

در زمینه روایت معیارهای زیر مورد توجه‌اند:

- تفاوت شیوه اجرای موضوعات متفاوت (برکی، ۲۰۰۷)؛
- خواندن اطلاعات خارج از متن تا حد امکان (قزل ایاق، ۱۳۷۵)؛
- اجتناب از القای برداشت درونی و حس راوی به مخاطب (قزل ایاق، ۱۳۷۵)؛
- فن بیان صحیح (قزل ایاق، ۱۳۷۵؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸)؛
- تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن (برکی، ۲۰۰۷)؛
- صدای مطلوب و دلنشین (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۱، ۱۳۸۸).

### ۳-۳. موسیقی

موسیقی در کتاب گویا یکی از خدمات ارزش افزوده‌ای است که تأثیر بسیاری در رضایت

کاربر از کتاب گویا دارد. اگر نوع موسیقی مناسب با موضوع کتاب باشد و در جای مناسب استفاده شود، باعث جذب مخاطب می‌شود؛ همان طور که استفاده از موسیقی نامناسب می‌تواند کاربر را از انتخاب کتاب گویا منصرف یا پشیمان سازد. برخی از تولیدکنندگان خود را موظف می‌دانند که از موسیقی و افکت‌های صوتی در کتاب گویا استفاده کنند (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸). آنان برای انتخاب موسیقی همانند انتخاب موسیقی برای فیلم بسیار دقت می‌کنند. اگر موسیقی و جلوه‌های صوتی استفاده می‌شود، این موسیقی و جلوه‌های صوتی باید عملکرد روایت متن را بهبود بخشد و نشان‌دهنده محتوای عاطفی و ساختاری متن باشد (انجمن خدمات کتابخانه کودکان). به اعتقاد برکی (۲۰۰۷)، استفاده از موسیقی در کتاب گویا برای جلوگیری از کسالت آور بودن روایت برای کاربر است و بهتر است که حداقل در آغاز و پایان کتاب به شکل تیتراژ حتماً از موسیقی استفاده شود. آنچه در موسیقی کتاب گویا مورد توجه قرار می‌گیرد عبارت است از:

- تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب؛
- تناسب سطح صدای موسیقی با صدای روایت؛
- مکان مناسب برای قرارگیری موسیقی در طول روایت؛

### ۴-۳. جست‌وجو

قابلیت جست‌وجو در کتاب‌های گویا به دو جنبه اشاره دارد: یکی جست‌وجو در داخل متن کتاب گویا و، به عبارتی، پیمایش در آن؛ و دیگری جست‌وجوی کتاب گویای مورد نظر بر اساس اطلاعات کتاب‌شناختی در میان انبوه کتاب‌های گویا. در ارتباط با اولی برخی از تولیدکنندگان تمهیداتی فراهم می‌نمایند تا این امر میسر شود. امکان‌پذیری جست‌وجو از طریق تقطیع (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸) یکی از این تمهیدات است. در برخی موارد نیز برای تسهیل جست‌وجو و نیز امکان استناددهی به کتاب‌های گویا شماره تک تک صفحات

(قزل ایاق، ۱۳۷۵) را اعلام می‌نمایند.

در ارتباط با جنبهٔ دوم امکان‌پذیری جست‌وجوی کتاب گویا از طریق اطلاعات کتاب‌شناختی متن مرجع مانند موضوع، عنوان، و نویسندهٔ کتاب و اطلاعات کتاب‌شناختی مربوط به بخش صوتی، که بیشتر ناظر به راوی و نهاد تولیدکنندهٔ کتاب گویاست، در وب‌سایت ارائه‌دهندهٔ کتاب گویا (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸) امکان‌پذیر می‌شود.

### ۵.۳. اطلاعات کتاب‌شناختی

در این بخش، علاوه بر ارائهٔ اطلاعات کتاب‌شناختی کتاب (قزل ایاق، ۱۳۷۵؛ برکی، ۲۰۰۷؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸) و نیز ارائهٔ اطلاعات مربوط به بخش صوتی (برکی، ۲۰۰۷؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸)، امکان ادغام و یکپارچه‌سازی محتوای کتاب‌شناختی کتاب گویا با سایر سیستم‌ها مطرح می‌شود و مد نظر قرار می‌گیرد. برخی از تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان کتاب‌های گویا اطلاعات کتاب‌شناختی لازم را در داخل فایل ابتدایی کتاب گویا ارائه می‌دهند (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۱، ۱۳۸۸). برخی دیگر استاندارد مارک و استاندارد ابر دادهٔ یکپارچه با قابلیت ادغام با سایر سیستم‌ها (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۲، ۱۳۸۸) را فراهم می‌کنند. در برخی از این موارد امکان فهرست‌نویسی قابل خواندن با ماشین، مارک<sup>۲</sup>، برای رکوردها بدون نیاز به پرداخت هزینهٔ اضافی برای کاربران، به‌خصوص کتابخانه‌های مشترک، فراهم می‌شود. اما برخی دیگر رکوردهای مارک را با دریافت هزینهٔ اضافی برای هر رکورد ارائه می‌دهند. (پیترز، ۲۰۰۷)

### ۶-۳. نحوهٔ تعامل

بر اساس نوعی دیگر از طبقه‌بندی، کتاب گویا به دو طریق تعاملی و غیرتعاملی در دسترس کاربران قرار می‌گیرد. در کتاب گویای تعاملی - برخلاف کتاب‌های گویای غیرتعاملی، که شنوندهٔ



کتاب منفعل است و فقط می‌تواند به داستانی که از قبل ساخته شده و یک سیر خطی ثابت را دنبال می‌کند گوش کند. داستان به قطعات مختلف تقسیم می‌شود و به کاربر اجازه داده می‌شود تا از یک قطعه به قطعه دیگر به منظور توسعه شخصی خط داستان حرکت کند. در این روش، خط داستانی ممکن است از کاربری به کاربر دیگر و همچنین از زمانی به زمان دیگر برای همان کاربر متفاوت باشد. (فورینی، ۲۰۰۸)

### ۷-۳. گزینه‌های پخش

برای پخش کتاب گویا سه گزینه وجود دارد:

- پخش بر روی کامپیوتر شخصی، به عنوان یک فایل دانلود شده و یا صوت وب‌مدار؛
  - پخش بر روی یک دستگاه پخش قابل حمل؛
  - در مجموعه‌ای از سی‌دی‌ها که محتوا در آن توسط کاربر رایت شده است.
- کاربران، با توجه به امکانات و توانایی خود، یکی از این گزینه‌های پخش را انتخاب می‌نمایند. برخی از تولیدکنندگان امکان هر سه نوع پخش را برای کاربران فراهم می‌کنند و برخی نیز امکان رایت محتوا بر روی سی‌دی را به کاربران نمی‌دهند.

### ۸-۳. هزینه

هنگام تهیه یک کتاب گویا باید همواره به این نکته توجه کرد که کدام شیوه دسترسی و خرید محتوا به نفع کاربر خواهد بود. مؤسسات مختلف مدل‌های خرید و یا اجاره متنوعی از کتاب‌های گویا را عرضه می‌کنند. بر اساس نوعی از این مدل‌های خرید، کاربر هر نسخه از هر عنوان را که بخرد مالکیت آن را از آن خود کرده است، یا طبق یک مدل اجاره‌ای برای یک مدت زمان مشخص، مثلاً یک سال، امکان دسترسی به کتاب گویا را در اختیار کاربر قرار می‌دهند، و یا برخی مواقع امکان دسترسی هم‌زمان کاربران متعدد به یک عنوان فراهم می‌شود. (پیترز، ۲۰۰۷)

گاهی اوقات نیز هزینه‌های جانبی اجتناب‌ناپذیری وجود دارد که به دلیل نوع کتاب گویا به کاربر تحمیل می‌شود، مانند خرید دستگاه‌های پخش اختصاصی که محتوای مورد نظر در آن بارگذاری شود و در حکم دستگاه خواننده اختصاصی برای کتاب گویا عمل می‌کنند.

## بحث و نتیجه‌گیری

کاربران کتاب‌های گویا هنگام مواجهه با این محصول، بر اساس نیازها و انتظارات خود، از میان انبوه کتاب‌های گویا به انتخاب می‌پردازند. تولیدکنندگان کتاب‌های گویا نیز، با توجه به معیارهای خود، به تولید این محصول می‌پردازند. در این مقاله با بررسی متون و معیارهای موجود برای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا، در نهایت، معیارها در سه طبقه اصلی - محتوا، فنی، و ارائه - و سیزده طبقه فرعی - موضوع، ویرایش، ویژگی فایل صوتی، تقطیع، کیفیت و وضوح صدا، قالب انتشار، روایت، موسیقی، جست‌وجو، اطلاعات کتاب‌شناختی، نحوه تعامل، گزینه‌های پخش، و هزینه گردآوری معرفی شد. از آنجایی که تا کنون در هیچ متنی این معیارها بدین شکل گردآوری و تدوین نشده بود، این پژوهش نقطه آغازینی است در بحث ارزیابی کتاب‌های گویا، که هم می‌تواند مورد استفاده کاربران برای انتخاب کتاب گویای مناسب باشد و هم مورد توجه تولیدکنندگان کتاب‌های گویا برای تولید و انتشار کتاب‌های گویای مناسب و مورد علاقه کاربران. بدیهی است که تولیدکنندگان نمی‌توانند در حین تولید کتاب‌های گویا همه این معیارها را در تولیدات خود لحاظ کنند، اما می‌توانند، با توجه به توان و نیز انتظارات خود از بازار و میزان اهمیت به نیازها و انتظارات کاربران، از این معیارها استفاده کنند. این نکته نیز حائز اهمیت است که با پیشرفت روزبه‌روز فناوری نمی‌توان انتظار داشت که این معیارها ثابت و لایتغیر باشند، بلکه باید منتظر اضافه شدن معیارهای جدید افزون بر آنچه در این پژوهش ارائه شد باشیم. ●

1. Audio Book
2. Irwin
3. Online Dictionary of Library and Information Science (ODLIS)
4. Oxford Dictionary
5. Peters
6. Harris
7. Spoken books
8. Talking books
9. Narrated books
- 10 . Furini
11. Brown
12. Audiobook Publisher's Association (APA)
13. Connors
14. Yingling
15. Young Adult Library Services Association (YALSA)
16. M. Burkey
17. Association for Library Service to Children (ALSC)
18. Compact Disk

19. Downloadable
20. Streaming
21. Text To Speech
22. Flanders
23. Audible
24. Machine Readable Cataloging (MARC)

#### منابع

- چهرقانی، مریم و فاطمه فهیم‌نیا (۱۳۹۲). «قابلیت‌ها و مزایای کتاب گویا برای کاربران و ناشران». فصلنامه کتاب مهر، ش ۹، ص ۲۲ - ۴۳.
- سلطانی، پوری و فروردین راستین (۱۳۷۹). دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. تهران: فرهنگ معاصر. ذیل «کتاب گویا».
- صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸). «راهنمای گام به گام ساخت کتاب گویا». تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شبکه ایران صدا (سند شماره ۰۲-T-۱۰۵، نسخه ۰۶).
- صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸). «مستند تعریف قالب دیجیتالی کتاب گویا». تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، شبکه ایران صدا (سند شماره ۰۲-D-۱۰۱، نسخه ۱، ۵۱).
- قزل‌یاغ، ثریا (۱۳۷۵). «راهنمای ضبط کتاب گویا برای نیروهای داوطلب». فصلنامه کتاب، ۷(۲)، ص ۱۹ - ۳۱.
- مکتبی فرد، لیلا (رؤیا) (۱۳۸۴). «تصویری گویا از کتاب گویا در ایران تعریف و تاریخچه». پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان، ش ۴۰، ص ۴۳ - ۴۹.

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.

A.P.A. (2009). Audio Industry Holds Ground In 2008. New Jersey: A.P.A.

Audiobook. Oxford Dictionary. Available through: <http://oxford-dictionaries.com/definition/english/audiobook?q=audiobook> (accessed 26 October 2012).

Audiobook. Wikipedia, The free encyclopedia. Available through: <http://en.wikipedia.org/wiki/Audiobook> (accessed 29 October 2012).

Brown, J.E. (2003). "Evaluation of Audio Books: A Guide for Teachers". The ALAN Review, Volume 30, Number 3, p. 53-56.

Burkey, M. (2007). Sounds Good to Me: Listening to Audiobooks with a Critical Ear. Book List, 1 June, p. 104.

Connors, K.C. (1999). Audiobook Format: A Patron's Choice. Master's Research Paper, Kent State University.

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.

Furini, M. (2008). "Digital Audiobook: From Passive to Active Pursuit", Multimedia Tools and Applications Journal. (40) 1: 23-39.

Harris, M. What are Audiobooks?. Available through: <http://mp3.about.com/od/glossary/g/Audiobooks-Definition-What-Are-Audiobooks.htm> (accessed 30 September 2012).

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.

Irwin, W. (2009). "Reading Audio Books". *Philosophy and Literature*, 33 (2), 358-368.

Peters, T.A. (2007). "Digital Audiobook Services through Libraries". *Library Technology Reports*, (43) 1.

Reitz, J.M. (2004). Audiobook. *Online Dictionary of Library and Information Science*. Available through: [http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis\\_a.aspx#audiobook](http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_a.aspx#audiobook).

Rubery, M. (2008). "Play It Again, Sam Weller: New Digital Audiobooks and Old Ways of Reading". *Journal of Victorian Culture* , 13 (1), 58-79.

Yingling, J. (1998). A Study of Audiobook Users at the Salem, Ohio Public Library. Master's Research Paper, Kent State University.

Young Adult Library Services Association. *Amazing Audiobooks Policies and Procedures*. Available in: <http://www.ala.org/yalsa/booklistsawards/booklists/amazingaudiobooks/policies> (accessed 5 August 2013).

Association for Library Service to Children. *ALSC/Booklist/YALSA Odyssey Award Eligibility & criteria*. Available in: <http://www.ala.org/>

alsc/awardsgrants/bookmedia/odysseyaward/ odysseyawardeligibilitycriteria/odysseycriteria (accessed 8 August 2013).

### **Abstract**

**Purpose:** The purpose of this study is to identify and provide of evaluation and production criteria of audio books.

**Methodology:** Literature review and analysis

**Findings:** With reviewing the available literature and resources in the field of audio books were found three major criteria, content, technical, and presentation, and 13 sub-criteria, subject, edition, audio files feature, fractionated, quality and clarity of sound, publication format, narration, music, search, bibliographic information, interactions, play options, and cost.

**Originality:** Audio books are advanced and valuable Information media but less have been discussed and evaluated. There are not codified indicators and evaluation criteria and specific standards of production for audio books. Identifying of evaluation and production criteria of audio books is important both for users in more efficient use of this product and the producer in order to produce of product suit user needs. This research identified, measured, and analyzed the evaluation and production criteria of audio books and in fact, this is the introduction to the deeper research in this field.

**Keywords:** Audio book, production criteria, evaluation criteria, features of audio book

# SID



سرویس های  
ویژه



سرویس ترجمه  
تخصصی



کارگاه های  
آموزشی



بلاگ  
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در  
خبرنامه



فیلم های  
آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛  
شبکه های توجه گرافی  
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از  
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی