

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 (GAN)

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



آموزش استفاده از وب آو ساینس

کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

فصلنامه
تحلیلی
پژوهشی
کتاب مهر

قابلیت‌ها و مزایای کتاب گویا برای کاربران و ناشران

مریم چهرقانی

دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران

maryamcheherh@gmail.com

فاطمه فهیم‌نیا

دانشیار دانشگاه تهران

fahimnia@ut.ac.ir



چکیده

کتاب گویا در عرصهٔ صنعت نشر و تجارت پدیده‌ای نسبتاً نوظهور است، اما سرعت گسترش این رسانه در میان کاربران، که برخلاف تصور سنتی فقط کاربران نابینا و کم‌بینا نیستند، و یافتن جایگاه مناسب در صنعت نشر موجب جلب توجه ناشران در سراسر دنیا به سمت نشر کتاب گویا و رقابت برای کسب سهم بیشتر از این بازار شده است. در این مقاله، با اشاره به مفاهیم و تعاریف کتاب گویا، از بین متون و منابع، به ارائهٔ تعریفی جامع از این رسانه خواهیم پرداخت. در بخش دیگر، ضمن برشمردن انواع تقسیم‌بندی موجود کتاب گویا، به معرفی کاربران و مشتریان این محصول پرداخته می‌شود. در ادامه به قابلیت‌ها و مزایای آن از دیدگاه کاربران و ناشران اشاره می‌شود تا ناشران ضمن آشنایی با متقاضیان این محصول، با دلایل جذب کاربران به کتاب گویا و منافعی که استفاده از این محصول برای کاربران دارد و نیز مزایایی که صنعت نشر کتاب گویا برای آن‌ها در پی خواهد داشت آشنا شوند.

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 فناوری را می‌توان در همین راستا بررسی کرد. یکی از مواردی هم که در خلال موضوع نشر الکترونیک مورد بحث قرار می‌گیرد کتاب گویا و ضرورت توجه بیشتر به آن است.

برای مدت زمان بسیار طولانی کتاب‌های گویا راه‌حل مورد استفاده جهت دسترس‌پذیر کردن کتاب‌ها و سایر متون برای افراد مبتلا به اختلالات جدی خواندن، مانند نابینایی یا کم‌بینایی، بوده است، اما در طول سال‌های گذشته شاهد افزایش چشمگیر محبوبیت کتاب گویا در خارج از گروه کاربر «سنتی»، یعنی افراد مبتلا به اختلال بینایی، هستیم (انگن، ۲۰۰۸). بنابراین با گسترش فناوری، بازار کتاب گویا از ضابط‌های ابتدایی برای افراد دچار اختلال بصری فراتر رفته و برای خوانندگان کتاب از همه نوع در نظر گرفته شده است (روبری، 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 جامعه هستند.

موفقیت کتاب‌های گویا در جذب مخاطب ناشران را برای تولید و فروش کتاب‌های گویا در مکان‌های مختلف (مانند کتاب‌فروشی، دک‌های روزنامه‌فروشی، فروشگاه‌های موسیقی، و وب‌سایت فروشگاه موسیقی) و در فرمت‌های مختلف (نوار کاست، سی‌دی، فایل‌های MP3 و فرمت‌های قابل دانلود) تشویق کرده است (فورینی، ۲۰۰۸).

امکان دسترسی سریع، حمل آسان، و قابلیت استفاده در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون مانند

سفرهای بین شهری و رفت و آمدهای شهری، پیاده‌روی، زمان انتظار در صف‌های طولانی بانک‌ها و ادارات مختلف، هنگام انجام کارهای روزمره، و بسیاری موارد دیگر از مزایای این نوع کتاب‌ها به شمار می‌روند.

در حال حاضر نیز، کتاب گویا در بسیاری از کشورها پدیده‌ای شناخته‌شده است که با ساخت و گسترش استفاده از ابزارهایی نظیر نوار کاست، سی‌دی، MP3، فایل رسانه‌ای ویندوز، گوشی‌های تلفن همراه، و هر نوع دیگری از دستگاه پخش صوت و همچنین به صورت پیوسته^۳ مورد استفاده عموم مردم قرار گرفته و تولیدکنندگان کتاب طیف وسیعی از کتاب‌های خود را بدین شکل تولید می‌نمایند. 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 در ارائه کتاب باید شیوه‌های جدید و خلاقانه را به کار بست، زیرا با ورود رایانه و اینترنت چنانچه این مهم مورد توجه قرار نگیرد، باعث عقب ماندن کتاب از درخواست‌های متنوع انسان معاصر، که همواره به استفاده از انواع ابزارها و مصادیق فناوری تمایل داشته، می‌شود (اشرف‌واقفی، ۱۳۸۸). به همین دلیل است که به جز ساحت سنتی نشر شاهد حضور کتاب در عرصه‌های مختلف و متنوع الکترونیک هستیم که یکی از آنها قالب کتاب گویاست. کتاب گویا یکی از بازنمون‌های رواج مطالعه به شیوه نوین است.

معادل الکترونیکی کتاب‌های چاپی (کتاب الکترونیکی) رامدتی است که اطراف خود می‌بینیم و در حال حاضر اسناد چندرسانه‌ای هر روز محبوبیت بیشتر و بیشتری کسب می‌کنند. نوع گفتاری، شنیداری، و صوتی این کتاب‌ها نیز به طبع به طور مداوم در حال کسب محبوبیت است. تا چند سال پیش، تولید کتاب‌های گویا، به عنوان یک سرویس حمایتی، منحصر بود به افرادی که دچار اختلال در خواندن بودند، اما امروزه یک توجه و علاقه تجاری در حال رشد و با سرعت بالا در رابطه با این محصول (کتاب گویا) دیده می‌شود (انگلن، ۲۰۰۸).

کتاب‌های گویا، به‌خصوص در نوع دیجیتال، در حال تبدیل شدن به آیتم محبوب کاربران کتابخانه‌ها نیز هستند. ممکن است دلایل بسیاری برای این محبوبیت وجود داشته باشد. یکی از دلایل احتمالی این است که تقاضا برای کتاب‌های گویا ممکن است بخشی از تقاضای بزرگ‌تر برای محتوای قابل پخش در رسانه‌های قابل حمل باشد. این دستگاه‌ها به طور شگفت‌آوری به یک ابزار با استفاده گسترده تبدیل شده‌اند؛ مثلاً، پخش‌کننده‌های MP3 قابل حمل محبوب‌ترین و فراوان‌ترین آیتم هدیه در تعطیلات سال ۲۰۰۵ بود (پیترز، ۲۰۰۷).

در سال ۲۰۰۶ نیز، ۳/۷ میلیون پخش‌کننده MP3 در بریتانیا وجود داشت. تحلیلگران پیش‌بینی کرده بودند که در سال ۲۰۱۰ حدود ۵۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان دستگاه پخش موسیقی قابل حمل داشته باشند (روبری، ۲۰۰۸).

حال که صدها میلیون نفر در سراسر جهان مجهز به این اسباب هستند، تلاش و تقلا برای یافتن محتوای متناسب با این ابزار قانع‌کننده به نظر می‌آید. کتاب‌های گویا نیز بخشی از این محتوا هستند. محبوبیت کتاب‌های گویا روزه‌روز رو به افزایش است، زیرا امکانی را فراهم کرده که مردم به وسیله آن قادر خواهند بود از طریق گوش دادن به دستگاه‌های قابل حمل (پخش‌کننده MP3، آی‌پاد، سونی واکمن، و حتی دستگاه پخش اتومبیل و تلفن همراه) به مطالعه بپردازند (روبری، ۲۰۰۸). کتاب‌های گویا اجازه می‌دهند خوانندگان مشتاق، در جهان گنج‌کننده امروز، هم‌زمان به چند کار بپردازند. کاربران می‌توانند در حین رفت و آمد، ورزش، یا آشپزی هم‌زمان به یک کتاب گویا نیز گوش بدهند (ای. پی. ای، ۲۰۰۵).

ای. پی. ای (۲۰۰۸) در بررسی کاربران کتاب گویا نشان داد که ۲۸ درصد از افراد بالغ شرکت‌کننده در این بررسی در سال گذشته حداقل به یک کتاب گویا گوش داده‌اند و این نشان‌دهنده رشد ۳ درصدی نتایج این تحقیق در سال قبل و اقبال رو به رشد استفاده از رسانه‌های صوتی میان

کاربران است.

فروش کتاب گویا نیز در این سال در مقایسه با سال قبل ۱۲ درصد افزایش داشت. میزان فروش در این سال چیزی حدود یک میلیارد و ۳۳ میلیون هفتصد و شصت هزار دلار تخمین زده شده است.

در سال ۲۰۰۶، دامیان هورنر^۵، مشاور بازاریابی، نظر خود را برای Bookseller در قالب سؤال این گونه بیان کرده بود که آیا ناشران به اشتباه منابع خود را به جای کتاب گویا به کتاب الکترونیکی اختصاص داده‌اند و آیا توجه بیشتر به e-book نسبت به a-book اشتباه است:

آیا همه ما در پی راه اشتباه هستیم؟ هر کس در ارتباط با کتاب الکترونیکی با نوعی وسواس برخورد می‌کند، در حالی که آینده بازار انبوه کتاب کاملاً در جایی دیگر است؟ آیا بزرگ‌ترین تأثیر فناوری تولد دوباره چیزی خواهد بود که در سراسر این سال‌ها وجود داشته است - کتاب گویای فروتن و بسیار فراگیر؟ (روبری، ۲۰۰۸).

تعاریف

در متون و منابع تعاریف متعددی از کتاب گویا بیان شده است که در این بخش تعدادی از این تعاریف (واژه‌نامه‌ای و مفهومی) ارائه خواهد شد.

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 یک گوینده حرفه‌ای، یا یک بازیگر معروف، یا حتی یک فرد آماتور. گاهی در کتاب گویا از جلوه‌های موسیقایی و صوتی نیز استفاده می‌شود و گاهی فقط صدای گوینده یا گویندگان شنیده می‌شود (ایروین، ۲۰۰۹).

به گفته هریس^۶، کتاب گویا، همان‌طور 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 به «کتاب گفتاری»^۷، «کتاب سخنگو»^۸، و یا «کتاب روایت‌شده»^۹ نیز نامیده شده است، متن کتابی است که با صدای بلند خوانده و ضبط شده است.

فورینی (۲۰۰۸) کتاب گویا را بازنمود شفاهی یک کتاب نوشته‌شده می‌داند. طبق تعریف اینگلینگ^{۱۰} (۱۹۹۸)، کتاب گویا یک نوار کاست ضبط‌شده از یک کتاب است که معمولاً توسط یک نفر یا گاهی اوقات نیز دو نفر یا بیشتر خوانده می‌شود. در دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، این تعریف برای کتاب گویا ذکر شده: «کتاب گویا کتابی است که برای نابینایان و روی انواع رسانه‌های صوتی از قبیل صفحه، نوار، دیسک، و... ضبط شده و به وسیله دستگاه‌های مختلف قابل استفاده است. به این نوع کتاب، متن یا کتاب شنیداری نیز می‌گویند» (سلطانی، ۱۳۷۹: ۳۵۱).

واژه‌نامه آکسفورد نیز کتاب گویا را این‌طور تعریف کرده: «یک کتاب، به‌طور معمول رمان، که خوانده شده و بر روی سی‌دی یا نوار کاست ضبط می‌شود.» از مجموع تعاریف ذکر شده می‌توان چنین برداشت کرد که کتاب گویا شامل همان محتوای کتاب چاپی می‌شود که با کمک عنصر روایت به شکل صوتی درآمده و بر روی قالبی غیر از قالب چاپی، که قابل اجرا در یکی از دستگاه‌های پخش صوتی باشد، عرضه می‌شود و از طریق گوش دادن می‌توان به مطالعه آن پرداخت و به محتوای آن دست یافت. به علاوه اینکه این قالب فقط مورد استفاده و کاربرد افراد نابینا، کم‌بینا، و دارای معلولیت نیست و کاربران این محصول بسیار گسترده و متنوع‌اند. این امر موجب می‌شود تا به این رسانه به دید یک محصول تجاری نگریسته شود.

انواع

کتاب‌های گویا را می‌توان از جنبه‌های مختلف دسته‌بندی کرد. از جمله براساس قالب، ویرایش، سبک، روایت، و نحوه تعامل.

قالب

- یکی از قالب‌های قدیمی عرضه کتاب گویا نوار کاست است که در سال‌های اخیر خرید و فروش آن روند رو به کاهش چشمگیری داشته است.
- یکی از قالب‌های متداول عرضه کتاب گویا دیسک فشرده (CD) است که تا سال ۲۰۰۶ روند رو به افزایشی را دنبال می‌کرد، اما از سال ۲۰۰۷ به تدریج شاهد کاهش محسوس تقاضا برای این قالب بوده‌ایم (ای. پی. ای، ۲۰۰۸).
- یکی دیگر از انواع قالب‌های عرضه کتاب گویا فرمت فایل صوتی قابل دانلود^{۱۱} است که در این سال‌ها روند رو به افزایش داشته و به همراه اتخاذ فناوری‌های جدید توسط کاربران متداول شده است. شاید این امر به دلیل رواج استفاده از دستگاه‌های پخش کننده قابل حمل مانند دستگاه پخش کننده MP3 به طور گسترده در میان مردم است. دانلود کتاب‌های گویا در سال ۲۰۰۸ میزان ۲۱ درصد از بازار مصرف کننده را به خود اختصاص داد. در سال ۲۰۰۷، حدود ۱۷ درصد از فروش این محصول از طریق دانلود بوده است که در مقایسه با ۱۴ درصد از فروش در سال ۲۰۰۶ نشان‌دهنده روند رو به رشد این قالب از کتاب گویا است (ای. پی. ای، ۲۰۰۸).
- به دلیل اهمیت موضوع حق مؤلف برای ناشران، این روزها شاهد شکل‌گیری قالب‌هایی از این رسانه هستیم که در نقش قالبی حفاظت‌شده و اختصاصی در جهت جلوگیری از تکثیر و

بهره‌برداری غیر مجاز از این محصول ظاهر می‌شوند. مانند فایل صوتی غیر قابل دانلود که فقط می‌توان تحت وب به آن‌ها گوش داد^۲. یا کتاب‌های گویای اجاره‌ای که بعد از پایان مدت اجاره، فایل صوتی، خودبه‌خود، 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 مصرف‌کننده آن است. اولی می‌تواند هزینه تولید را با از میان برداشتن هزینه‌های تولید و عرضه کتاب گویا در سایر قالب‌ها کاهش دهد، در حالی که دومی می‌تواند کتاب گویا را در هر کجا و هر زمان که می‌خواهد با قیمت پایین‌تر از هر قالب دیگر کتاب گویا بخرد و دانلود کند.

ویرایش

کتاب‌های گویا بر اساس ویرایش به دو دسته مشروح و خلاصه تقسیم می‌شوند. کتاب گویای مشروح حاوی محتوای اصلی اثر چاپی است که بدون تغییر ضبط شده. کتاب گویای خلاصه با کاهش طول و تغلیظ متن کتاب چاپی ایجاد می‌شود.

سبک

- دو گونه کلی کتاب گویا براساس سبک عبارت‌اند از گونه داستانی و غیرداستانی.
- روایت (صدای انسان در مقابل صدای مصنوعی)
- تفاوت اصلی میان کتاب‌های گویا را باید توجه به نوع صدای سازنده آن دانست: روایت توسط یک عامل انسانی انجام می‌شود یا توسط رایانه (صدای مصنوعی).
- افراد زیادی با این نکته موافق‌اند که برای گوش دادن به کتاب گویا، حتی امروزه و با وجود

پیدایش نرم‌افزارهای پیشرفته تبدیل متن به گفتار^۳، صدای انسان بسیار دلپذیرتر از صدای مصنوعی است؛ هرچند که این نرم‌افزارها با کیفیت بسیار خوب تبدیل متن به گفتار (TTS) در دسترس باشند.

نحوه تعامل

بر اساس نوعی دیگر از طبقه‌بندی، کتاب گویا به دو دسته تعاملی و غیر تعاملی تقسیم می‌شود. در کتاب گویای تعاملی، برخلاف کتاب‌های گویای غیر تعاملی، که شنونده کتاب به صورت منفعل عمل می‌کند و فقط می‌تواند به داستانی که از قبل ساخته شده و یک سیر خطی ثابت را دنبال می‌کند گوش کند، ایده این است که داستان را به قطعات مختلف تقسیم می‌کنند و به کاربر اجازه داده

نوار کاست	قالب	انواع کتاب گویا
دیسک فشرده		
فایل صوتی قابل دانلود		
فایل صوتی غیر قابل دانلود		
داستانی	سبک	
غیر داستانی	ویرایش	
مشروح		
خلاصه		
توسط انسان	روایت	
توسط نرم‌افزار تبدیل متن به صوت		
تعاملی	تعامل	
غیر تعاملی		

می‌شود 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).

قابلیت و مزایا

عوامل متعددی به موفقیت کتاب‌های گویا در جذب مخاطب و برآوردن انتظارات و نیازهای کاربران منجر می‌شود که در ادامه به طور خلاصه به برخی از این عوامل اشاره می‌شود:

۱. تناسب با شیوه زندگی

کتاب‌های گویا به خوبی با سبک زندگی فعال و شلوغ امروزی تناسب دارند. خوانندگان مشتاق ابراز می‌کنند که موقعیتشان هنگام گوش دادن به کتاب گویا نسبت به نشستن و خواندن بصری یک کتاب چاپی بسیار راحت‌تر است. آن‌ها می‌توانند هنگام پیاده‌روی، یا هنگام ورزش، انتظار در ایستگاه اتوبوس یا مترو، قبل از خواب در رختخواب، و حین استراحت به کتاب‌های گویا گوش دهند. علاوه بر این، بسیاری از مردم، مانند رانندگان کامیون و افرادی که به فراخور شغل خود به میزان گسترده سفر می‌کنند، در حالی که چشمان خود را به جاده دوخته‌اند، می‌توانند یک کتاب گویا بشنود. همین امر در افرادی که زمان رفت و آمد به محل کارشان طولانی است اتفاق می‌افتد. بیشتر این افراد در این زمان‌ها به کتاب‌های گویا به عنوان یک تجربه صوتی لذت‌بخش و در دسترس نگاه می‌کنند (پیترز، ۲۰۰۷).

۲. سهولت دسترسی و استفاده

کاربرانی که مشتاق دانلود کردن کتاب گویا از اینترنت هستند روزبه‌روز بیشتر و بیشتر می‌شوند. این افراد می‌توانند کتاب گویا را به راحتی از اینترنت دانلود کنند و آن را به یک دستگاه پخش صوت انتقال دهند.

۳. کوتاهی مدت زمان مورد نیاز برای دسترسی به کتاب‌های گویا

انتخاب یک کتاب گویا، دانلود آن از اینترنت، و انتقال آن به یک دستگاه پخش قابل حمل می‌تواند فقط چند دقیقه، بسته به سرعت اتصال به اینترنت و حجم کتاب گویا، طول بکشد.

۴. رسانه‌های تطابق پذیر

کتاب‌های گویا به‌خوبی با انواع محتواهای فرهنگی، آموزشی، و سرگرمی تناسب دارند. بر اساس بررسی‌های صورت گرفته از کاربران، این‌طور به نظر می‌رسد که احتمالاً بسیاری از مردم هر دو نوع فایل صوتی کتاب‌های گویا و موسیقی را بر دستگاه‌های پخش قابل حمل خود تعبیه کرده‌اند. بر این اساس، برای استفاده از کتاب گویا اغلب به رسانه‌ی جداگانه نیاز ندارند (پیترز، ۲۰۰۷).

۵. محرمانه بودن

هنگامی که از گوشی استفاده می‌کنید، هیچ‌کس نمی‌داند آنچه شما در حال گوش دادن به آن هستید چیست. آن می‌تواند یک اثر فاخر ادبیات کلاسیک باشد یا اطلاعاتی درباره‌ی مسئله‌ای که در میان گذاشتن آن با دیگران باعث خجالت شما می‌شود.

۶. بی‌نیازی از مراجعه و بازدید از کتابخانه

رضایت کاربران کتاب گویا از دسترسی به مواد و منابع مورد نیازشان بدون مراجعه فیزیکی به کتابخانه یا کتاب‌فروشی را نباید دست‌کم گرفت. سایت‌های ارائه‌دهنده خدمات کتاب گویا مجموعه‌ی در توجهی از محتوا و خدمات پشتیبانی را با هزینه بسیار پایین‌تر از هزینه‌ای که برای هر فرد به‌تنهایی ایجاد می‌کند گرد می‌آورند. ناراحتی از مجبور بودن به مراجعه و بازدید از کتابخانه یا کتاب‌فروشی‌ها برای بازیابی محتوای مورد نیاز یک عامل نزولی استفاده از کتاب است. با این حال، برای دانلود کتاب‌های گویا نیازی نیست که کاربران به کتابخانه یا کتاب‌فروشی مراجعه کنند.

۷. روایت به عنوان شکلی از هنر

یکی از تفاوت‌های اساسی کتاب گويا با کتاب چاپی وجود عنصر روایت در آن است که علاوه بر نقش اساسی که در جذب مخاطب دارد، به شکل یک ارزش افزوده ظاهر می‌شود. راوی کتاب گويا نقش کلیدی در کیفیت کلی ارائه کتاب گويا و نوع تجربه گوش دادن کاربر دارد. بنا به گفته برکی^{۱۴} (۲۰۰۷) آنچه اساس سنجش کیفیت کتاب گويا را شکل می‌دهد روایت است. صدای نویسنده کتاب از طریق راوی به گوش شنونده می‌رسد. همان‌طور که گفته شد هر کتاب گويا معمولاً توسط یک یا چند گوینده روایت می‌شود. این گوینده یا گویندگان می‌تواند یک صدایشه حرفه‌ای، یک هنرپیشه تئاتر یا سینما، یک چهره مشهور و محبوب، و گاهی اوقات خود نویسنده کتاب باشد. به طور خاص، برای کتاب گویای نقل شده توسط انسان، عملکرد راوی یا تیم روایت تقریباً به همان اندازه عملکرد نویسنده کتاب چاپی اهمیت دارد. یک راوی خوب می‌تواند تجربه گوش دادن به کتاب گويا را برای مخاطب لذت بخش تر کند و به همان اندازه، راوی بد می‌تواند شنونده را به این تجربه دلسرد و مایوس کند (پیترز، ۲۰۰۷).

تأثیر عنصر روایت بر روی بازار کتاب‌های گويا به حدی است که ناشران و شرکت‌های بزرگ و معروف تولیدکننده کتاب گويا مانند Audible به استفاده از هنرپیشه‌های مشهور هالیوود برای اجرای کتاب گويا رو آورده و به عقد قراردادهای پرهزینه با این افراد اقدام می‌کنند. این مسئله، با توجه به بازار رو به گسترش کتاب‌های گويا و افزایش کاربران این رسانه، نشان‌دهنده اهمیت این رسانه در بازار نشر است.

۸. گسترده‌گی کاربران

در حال حاضر، آحاد مختلفی از مردم به کتاب‌های گويا گوش می‌دهند. این امر ممکن است چندین دلیل داشته باشد: ممکن است این افراد خوانندگان حرفه‌ای و مکرر کتاب باشند، یا به این دلیل از کتاب‌های گويا استفاده می‌کنند که به آن‌ها اجازه می‌دهد در حالی که مشغول انجام فعالیت‌های

دیگری هستند به مطالعه کتاب دلخواه خود پردازند. خانواده‌ها از کتاب‌های گویا به عنوان سرگرمی در داخل اتومبیل و در حین رانندگی استفاده می‌کنند. معلمان از کتاب‌های گویا به عنوان ابزار آموزشی استفاده می‌کنند. دانشجویان و مسافران از انعطاف‌پذیری و قابلیت دانلود کتاب‌های گویا به دستگاه پخش قابل حمل خود لذت می‌برند (فورینی، ۲۰۰۸). کتاب گویا، علاوه بر مخاطبان کتاب چاپی، یک سری مخاطب ویژه نیز دارد که معمولاً در شمار مخاطبان کتاب چاپی قرار نمی‌گیرند. مانند:

■ نابینایان و کم‌بینایان

افرادی که به دلیل محدودیت یا مشکل در قوه بینایی امکان استفاده از کتاب چاپی را ندارند.

■ افراد با محدودیت‌های فیزیکی

افرادی که توانایی در دست نگه داشتن متن مورد نظر را ندارند. برای بسیاری از خوانندگان، مانند اغلب افراد مبتلا به درد و ورم مفاصل و دیگر مسائل مربوط به قدرت و توانایی دست‌ها، میچ دست، و بازوها نگه داشتن یک جسم فیزیکی (کتاب با جلد گالینگور، شومیز، یا دستگاه خواننده کتاب‌های الکترونیکی) برای مدت طولانی، که لازمه خواندن بصری است، ناراحت‌کننده یا غیرممکن است (پیترز، ۲۰۰۷). برای این افراد کتاب گویا می‌تواند یک گزینه مناسب برای جایگزینی کتاب‌های چاپی یا کتاب‌های الکترونیکی باشد.

■ زبان‌آموزان، دانش‌آموزان، خوانندگان آهسته، و خوانندگان کم‌تمایل

کتاب‌های گویا می‌توانند یک مزیت برای یادگیرندگان زبان دوم باشند. آن‌ها می‌توانند با گوش دادن به متن با تلفظ لغات آشنا شوند. با این روش، آن‌ها به راحتی می‌توانند در هر کجای متن و روی هر کلمه‌ای مکث کنند و دوباره آن را از نو بشنوند.

خوانندگان آهسته و کم‌تمایل در همهٔ سنین نیز می‌توانند از کتاب‌های گویا بهره‌مند شوند. لین وب ۱۵ و نادین مایر ۱۶، گزارش تحقیقی را ارائه دادند که نشان می‌داد کتاب‌های گویا می‌توانند برای

تشویق خوانندگان آهسته و کم‌تمایل مورد استفاده قرار گیرند. یکی از این نمونه‌ها کتابخانه دیجیتال اینترسکت^{۱۷} (یک پروژه در دانشگاه اورگان^{۱۸}) است.^{۱۹} این دو شواهدی ارائه دادند مبنی بر اینکه این علاقه افراد به کتاب‌های گویا از کتاب الکترونیکی بیشتر است.

علاوه بر این، تحقیقات ای. پی. ای (۲۰۰۵) نشان می‌دهد که گوش دادن به کتاب‌های گویا درک خواندن، روانی خواندن، اکتساب زبان، و توسعه واژگان را بهبود و پرورش می‌دهد. وندی کاسن^{۲۰}، استاد آموزش و پرورش در دانشگاه ایالتی کنت^{۲۱}، گفت: «باید آموزگاران مقطع ابتدایی را برای تجربه استفاده از کتاب‌های گویا توسط دانش‌آموزان تشویق کرد (ای. پی. ای، ۲۰۰۵). به اعتقاد چهرقانی (۱۳۹۲) بهره‌گیری از کتاب‌های گویا در محیط خانه و مدرسه و سایر نهادهای مرتبط با کودکان فرصت‌هایی در اختیار مربیان، معلمان، و والدین قرار می‌دهد تا به تقویت مهارت‌های خوانشی، سوادآموزی، و ارتباطی کودکان و افزایش علاقه و انگیزه آن‌ها به مطالعه پرداخت. مهارت‌هایی نظیر تصور و تجسم یک صحنه یا شخصیت، آگاه شدن از قواعد زبانی، تعامل فعال با محتوا، افزایش تسلط و مهارت‌های شنیداری، یادگیری تلفظ صحیح واژگان، آشنایی با زمینه کاربرد اصطلاحات، گوش دادن فعال و مهارت‌های تفکر انتقادی و ایجاد نگرش مثبت به مطالعه.

■ افراد با دست‌های آلوده یا مشغول

اگر فردی در حال انجام دادن برخی از فعالیت‌هایی که باعث کثیف یا چرب شدن دست می‌شود سعی کند به خواندن بصری کتاب بپردازد، و یا این کار را در فاصله بیکاری خود با همان دست‌های آلوده انجام دهد، مطمئناً به کتاب صدمه وارد می‌کند. این افراد به دلیل مشکلات این‌چنینی، که سد راه مطالعه آن‌ها در حین کار می‌شود، از این امر صرف نظر می‌کنند. برای کسی که در حین کار دست‌هایش آلوده می‌شود، مانند کشاورزان، باغبانان، مکانیک‌های خودرو، و نانویان، کتاب‌های گویا می‌تواند بسیار جذاب باشد. یا زمانی که فردی در حال گوش دادن به یک کتاب گویاست انجام

دادن کارهای دیگر با دست برای او در مقایسه به زمانی که مشغول خواندن بصری است بسیار آسان‌تر است (پیترز، ۲۰۰۷).

۱. سرعت و گستردگی توزیع و دسترس‌پذیری

کتاب‌های گویا، که به صورت شبکه‌ای و از طریق اینترنت در دسترس کاربران و در معرض فروش یا اجاره قرار می‌گیرند، امکان دسترسی آنی به منابع را بدون محدودیت زمانی و مکانی، بدون نیاز به مراجعه حضوری به کتابخانه یا کتاب‌فروشی از نقاط دور و نزدیک، هفت روز هفته، و در طول ۲۴ ساعت شبانه‌روز فراهم می‌کنند. با اتخاذ این روش، سرعت انتشار و توزیع کتاب در مقایسه با نشر سنتی بسیار بالاتر است و همچنین نگرانی درباره دسترسی به کتاب‌ها، در صورت اتمام چاپ آن‌ها، وجود نخواهد داشت. به این ترتیب، نگرانی ناشران از مشکل توزیع نشدن سریع و مناسب کتاب‌ها در شهرهای مختلف مرتفع خواهد شد. امکان استفاده بیش از یک نفر به طور هم‌زمان از یک کتاب مشابه و نیز امکان دسترسی هم‌زمان به چندین کتاب گویا از قابلیت‌های کتاب گویای دیجیتال است که موجب توزیع گسترده آن می‌شود.

۲. کاهش هزینه انتشار

انتشار کتاب گویا در محیط وب موجب کاهش هزینه انتشار و توزیع به نسبت نوع چاپی آن می‌شود. انتشار فقط یک نسخه از کتاب‌های گویا در محیط وب و دسترسی هم‌زمان کاربران به آن، باعث می‌شود تا، برخلاف کتاب‌های چاپی، به انتشار شمارگانی بالا از یک کتاب نیاز نباشد. به علاوه، هزینه‌های انبارداری کتاب و نیز هزینه مربوط به توزیع پستی کتاب به نقاط مختلف جغرافیایی حذف خواهد شد. با توجه به مشکلات ارزی و بالا رفتن قیمت‌ها در چند سال اخیر، که موجب افزایش بهای کاغذ و مواد و تجهیزات چاپ شد، به نظر می‌رسد که ناشران نمی‌توانند منافع ناشی از کاهش هزینه‌های انتشار کتاب گویا را نادیده بگیرند.

۳. تنوع قالب‌های عرضه و انتشار

یکی از دلایلی که در سال‌های اخیر کتاب‌های گویا را به رسانه‌ای فراگیر تبدیل نموده فراهم و در دسترس عموم بودن تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مورد نیاز پخش فایل‌های صوتی است؛ مثلاً، پخش کننده‌های MP3 قابل حمل محبوب‌ترین و فراوان‌ترین آیتم هدیه در تعطیلات سال ۲۰۰۵ بود (پیترز، ۲۰۰۷). دسترسی به کتاب گویا روی انواع قالب‌ها نظیر لوح فشرده، رایانه‌های شخصی، تلفن همراه، دستگاه‌های خواننده اختصاصی کتاب گویا، دستگاه‌های پخش صوت سیار نظیر پخش کننده‌های MP3، ... امکان‌پذیر است. عمومیت یافتن این ابزارها نزد کاربران باعث شکل‌گیری تقاضا برای انواع محتواهای قابل اجرا بر این دستگاه‌ها شده است. کتاب گویا نیز یکی از انواع این محتواهای صوتی است.

۴. سهولت پشتیبانی و نظارت

در فرایند انتشار کتاب گویا از طریق وب، امکان دریافت سریع نقدها و بازخوردها از مشتریان، نظارت بر استفاده کاربران از کتاب‌های گویا را بسیار آسان می‌کند. دریافت بازخورد و توجه به علاقه‌مندی‌های کاربران، در تصمیم‌گیری‌های مربوط به تهیه منابع و سیاست‌گذاری نشر تأثیر دارند و امکان ارائه خدمات پشتیبانی مناسب برای مشتریان را فراهم می‌کند.

۵. کمک به محیط زیست

کتاب‌های گویا تأثیر بسزایی در کمک به حفظ محیط زیست و کاهش آلودگی ناشی از صنعت چاپ خواهند داشت. جلوگیری از قطع درختان و کاهش آلودگی کربنی ناشی از مواد اولیه، تولید کاغذ، حمل کتاب، و امحای کتاب‌های مرجوعی و مستعمل فقط بخشی از عوامل یاری‌رسان کتاب‌های گویا به حفظ محیط زیست است. با توجه به این مزیت می‌توان صنعت نشر کتاب‌های گویا را در زمره صنایع سبز محسوب نمود.

در این مقاله، ضمن اشاره به مفاهیم و تعاریف کتاب گویا به جایگاه و وضعیت این محصول در صنعت نشر جهان اشاره شد و نیز آمارهایی که نشان‌دهنده اهمیت کتاب گویا در این صنعت هستند. کتاب گویا امروزه برای ناشران اهمیت بسیاری یافته است؛ به طوری که ناشران بزرگ و معروف دنیا در این زمینه به سرمایه‌گذاری‌های درخور توجهی اقدام نموده‌اند.

کتاب‌های گویا در میان طیف وسیعی از اقشار جامعه جایگاه خاصی دارد و کاربران آن فقط کاربران کتاب چاپی نیستند که توانایی و امکان مطالعه کتاب در شکل سنتی آن را دارند. حتی بسیاری از توانایی‌های مورد نیاز برای استفاده و مطالعه کتاب‌های الکترونیکی شرط استفاده از کتاب‌های گویا نیست و این موجب گسترده‌گی طیف کاربران کتاب گویا می‌شود. به علاوه، در نشر کتاب گویا برای ناشران نیز منافع و مزایایی مانند سرعت و گسترده‌گی توزیع و دسترس‌پذیری، کاهش هزینه‌های انتشار، تنوع قالب‌های عرضه و انتشار، سهولت پشتیبانی و نظارت، و کمک به محیط زیست وجود خواهد داشت که نمی‌توانند به‌سادگی از آن چشم‌پوشی نمایند.

به نظر می‌رسد که کتاب گویا، با توجه به قابلیت‌ها و مزایایی که برای هر دو گروه کاربران و ناشران دارد، می‌تواند سوژه مناسبی برای تعامل میان این دو گروه باشد. تعاملی نزدیک از نوعی دیگر. ●

- 1 . audio book
- 2 . Windows Media Audio
- 3 . online
- 4 . Peters
- 5 . Damian Horner
- 6 . Harris
- 7 . spoken books
- 8 . talking books
- 9 . narrated books
- 10 . Yingling
- 11 . downloadable
- 12 . streaming

- 13 . text to speech
- 14 . burkey
- 15 . Lynne Webb
- 16 . Nadean Meyer
- 17 . intersect
- 18 . uoregon
- 19 . <http://intersect.uoregon.edu>
- 20 . Wendy Kasten
- 21 . Kent State University

اشرف‌واقفی، عباس (۱۳۸۸). «کتاب گویا؛ چرا و چگونه؟»، دو هفته‌نامه مهر، شماره ۶۸، ص ۵.

چهرقانی، مریم (۱۳۹۲). «کتاب گویا، فرصتی دوباره برای آشتی دادن کودک و کتاب»، فصلنامه کتاب مهر، ش ۸، ص ۸۲-۱۰۱.
سلطانی، پوری و فروردین راستین (۱۳۷۹). دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، تهران: فرهنگ معاصر، ذیل «کتاب گویا».

APA. (2005). Audio Publishers Association (APA) Fact Sheet, APA.

APA. (2008). More Americans are all Ears to Audiobooks, New Jersey: APA.

“Audiobook”. Oxford Dictionary, Available through: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/audiobook?q=audiobook>

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

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 (p 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>

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.

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

Webb, L., Meyer, N. (2006). »iPods, Audiobooks, EBooks, and More: Empowering Reading Through«, Based on Presentation, October 23, 2006 Internet@ Schools West.

Yingling, John (1998). A Study of Audiobook Users at the Salem, Ohio Public Library. A Study of Audiobook Users at the Salem, Ohio Public Library.

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