

## سنجش معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دیدگاه کاربران

مریم چهرقانی\*<sup>۱</sup>، فاطمه فهیم‌نیا<sup>۲</sup>، نادر نقشینه<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۳/۲/۴ تاریخ پذیرش: ۹۳/۶/۱۴

### چکیده

**هدف:** هدف این پژوهش شناخت و معرفی مهم‌ترین معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دیدگاه کاربران است.

**روش / رویکرد پژوهش:** این پژوهش از لحاظ روش‌شناسی در زمره پژوهش‌های کمی قرار دارد و از روش پیمایش بهره می‌برد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته است، جامعه آماری، کاربران کتاب‌های گویای سایت آدیولیب هستند که با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند.

**یافته‌ها:** یافته‌های این پژوهش حاکی از این مطلب بود که ۸۱ معیار در ذیل ۱۲ ملاک مزیت، انگیزه کاربرد، معیار انتخاب، موضوع مورد علاقه، ویرایش، روایت، موسیقی و صداسازی، تقطیع و نامگذاری، ویژگی و کیفیت صدا، قالب انتشار، شیوه دسترسی و جست‌وجو و اطلاعات کتاب‌شناختی (که از کنار هم قرار گرفتن معیارهای مرتبط با هم تشکیل شده‌اند) در معرض نظر کاربران قرار گرفت و از این میان معیارهای دریافت فایل اینترنتی دانلودشدنی 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 جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس موضوع، انتخاب کتاب گویا متناسب با سلیقه و نیاز شخصی، استفاده از موسیقی در آثار کودکان و دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت بیشترین اهمیت را دارند.

**اصالت / ارزش:** نتایج این تحقیق برای اولین بار معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا را از دیدگاه کاربران مشخص کرد. مشارکت‌کنندگان مصادیقی از این معیارها را عرضه کردند که توجه به آنها در تولید کتاب‌های گویا موجب افزایش کیفیت تولیدات می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** کاربر کتاب گویا، کتاب گویا، معیار ارزیابی، معیار تولید.

## مقدمه

سال‌های زیادی کتاب‌های گویا<sup>۱</sup>، تنها محبوب و مورد استفاده کسانی بود که توانایی خواندن را به هر دلیل از دست داده بودند و با گوش دادن به کتاب‌های گویا، امکان خواندن متن‌ها و نوشته‌ها را برای خود فراهم می‌کردند. مشتریان کتاب گویا افرادی بودند که به اختلال جدی در خواندن، مانند نابینایی یا کم‌بینایی مبتلا شده بودند. اما در طول سال‌های گذشته، شاهد افزایش چشمگیر محبوبیت کتاب گویا در میان کاربران و مخاطبانی بیش از این افراد و خارج از گروه «کاربر سنتی» یعنی افراد مبتلا به اختلال‌های بینایی هستیم (انگلن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). با گسترش فناوری، بازار کتاب‌های گویا از ضابط‌های ابتدایی برای افراد دچار اختلال بینایی فراتر رفته و برای خوانندگان همه نوع کتاب در نظر گرفته شده است (روبری<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸).

مصرف به معنای گوش دادن به کتاب‌های گویا، در حال کسب محبوبیت بی‌سابقه‌ای است که شاید به دلیل سهولت این نوع مصرف فرهنگی باشد. در حال حاضر سادگی این گونه مصرف فرهنگی برای مردم، بیشتر از سایر محصولات است، زیرا مصرف‌کننده قادر است همزمان با انجام دادن مطالعه از راه گوش دادن به دستگاه‌های حمل‌پذیر مانند پخش‌کننده ام. پی. تری<sup>۴</sup>، آی پاد<sup>۵</sup>، واکمن<sup>۶</sup>، و حتی دستگاه پخش اتومبیل و تلفن همراه، به کارهای روزمره نیز پردازد (روبری، ۲۰۰۸). کتاب‌های گویا امکان می‌دهند تا خوانندگان مشتاق در جهان پرمشغله امروز همزمان به چند کار پردازند. کاربران می‌توانند به یک کتاب گویا در حین رفت و آمد، ورزش یا آشپزی گوش دهند (ای. پی. ای<sup>۷</sup>، ۲۰۰۵).

کتاب‌های گویا به‌ویژه در نوع دیجیتال، در حال تبدیل شدن به گزینه محبوب کاربران کتابخانه‌ها هم هستند. ممکن است دلایل بسیاری برای این محبوبیت وجود داشته باشد. یکی از دلایل احتمالی این گرایش و تمایل عمومی این است که شاید بخشی از تقاضای بزرگ‌تر برای محتوای پخش‌شده در رسانه‌های حمل‌پذیر جدید باشد. فناوری‌های نوین این دستگاه‌ها به‌طور شگفت‌آوری به ابزار روزمره زندگی مردم و به‌ویژه جوانان و نوجوانان تبدیل شده و هر روز در حال افزایش و فراگیر شدن بیشتر است. برای مثال، دستگاه‌های پخش‌مانند ام. پی. تری به دلیل حمل‌پذیر بودن، محبوب‌ترین و فراوان‌ترین هدیه در طول تعطیلات سال ۲۰۰۵ بود (پیترز<sup>۸</sup>، ۲۰۰۷). در سال ۲۰۰۶ نیز ۷.۳ میلیون پخش‌کننده ام. پی. تری در بریتانیا وجود داشت، تحلیلگران در سال ۲۰۰۸ پیش‌بینی کردند که در سال ۲۰۱۰ حدود ۵۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان دستگاه پخش موسیقی حمل‌پذیر خواهند داشت (روبری، ۲۰۰۸).

حال که صدها میلیون نفر در سراسر جهان به وسیله‌ای برای شنیدن آسان و همزمان با دیگر

امور روزمره مجهز شده‌اند، تلاش برای دستیابی به محتوای متناسب با این ابزار، قانع‌کننده به نظر می‌آید. کتاب‌های گویا نیز بخشی از این محتوا هستند. کما اینکه میزان استفاده از این محصول روند رو به گسترشی داشته است. ای. پی. ای. (۲۰۰۸) در بررسی کاربران کتاب گویا نشان داد که ۲۸ درصد از افراد بالغ شرکت‌کننده در این بررسی در سال ۲۰۰۷ حداقل به یک کتاب گویا گوش داده‌اند و این نشان‌دهنده رشد سه درصدی نرخ کاربری نسبت به نتایج این تحقیق در سال ۲۰۰۶ و اقبال رو به رشد استفاده از رسانه‌های صوتی میان کاربران است.

بر مبنای تعریف ایروین<sup>۹</sup> (۲۰۰۹) کتاب گویا تلفیقی است از متن کتاب و صدای خواننده شدن آن. به عبارت دیگر، کتاب گویا از گوینده‌ای کمک می‌گیرد که متنی را برای مخاطبی می‌خواند. این گوینده شاید خود پدیدآورنده اثر یا یک گوینده حرفه‌ای یا یک بازیگر معروف یا حتی فردی غیرحرفه‌ای باشد. گاهی در کتاب گویا از جلوه‌های موسیقایی و صوتی نیز استفاده می‌شود و گاهی تنها صدای گوینده یا گویندگان شنیده خواهد شد.

ریتر<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۴) در واژه‌نامه پیوسته کتابداری و اطلاع‌رسانی<sup>۱۱</sup> در مقابل واژه کتاب گویا آورده است: کتابی که با صدای بلند خوانده و بر روی نوار یا سی.دی ضبط می‌شود و معمولاً این کار توسط یک بازیگر یا گوینده حرفه‌ای 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 گسترش یافته، مثلاً به افرادی که پیاده‌روی می‌کنند و دوست دارند در حین انجام دادن ورزش، به این کتاب‌ها گوش دهند یا افرادی که باید ساعت‌های طولانی را در سفر بگذرانند، افرادی که بی‌سواد یا دارای مشکلات خوانشی، یعنی کم‌سواد هستند و افرادی که گوش دادن به کتاب‌ها را به خواندن آنها ترجیح می‌دهند. فورینی<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۸) کتاب گویا را بازنمود شفاهی یک کتاب نوشته شده 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 شده و به وسیله دستگاه‌های مختلف، قابل استفاده است. به این نوع کتاب، متن یا کتاب شنیداری نیز می‌گویند (سلطانی، ۱۳۷۹: ۳۵۱).

مکتبی‌فرد (۱۳۸۴) هدف از ضبط کتاب گویا را انتقال متن کامل یک کتاب یا نوشته روی یک محمل صوتی می‌داند؛ به نحوی که برای هر کسی که قادر به خواندن نیست، درک‌شدنی و شنیدنی باشد. از این رو، بین کتاب گویا و یک نمایش‌نامه رادیویی یا نوار قصه، تفاوت‌های اساسی وجود دارد؛ زیرا معمولاً کتاب گویا توسط یک نفر خوانده می‌شود که لحن او نیز چندان احساساتی نیست و بیشتر به کتابخوانی با صدای بلند شبیه است.

بنا به تعریف چهرقانی و فهیم‌نیا (۱۳۹۲) کتاب گویا همان محتوای کتاب چاپی است 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 صوتی باشد عرضه می‌شود و از طریق گوش دادن می‌توان به مطالعه آن پرداخت و به محتوای آن دست یافت.

### کاربران کتاب‌های گویا

در حال حاضر، به جز نابینایان، کم‌بینایان و افراد دارای اختلال در استفاده از کتاب‌های چاپی، گروه‌های مختلفی از مردم به کتاب‌های گویا گوش می‌دهند. ممکن است این افراد خوانندگان حرفه‌ای و مکرر کتاب باشند که کتاب‌های گویا به آنها اجازه می‌دهد که در حال انجام دادن فعالیت‌های دیگر، کتاب بخوانند، فرد از کتاب‌های گویا به‌عنوان سرگرمی در داخل اتومبیل و در حین رانندگی استفاده می‌کند، معلم‌ها از کتاب‌های گویا به‌عنوان ابزار آموزشی کمک می‌گیرند، دانشجویان در سفر و حتی مسافران، از انعطاف‌پذیری و قابلیت دانلود کتاب‌های گویا در دستگاه پخش حمل‌پذیر خود لذت می‌برند (فورینی، ۲۰۰۸). بر این اساس کاربران کتاب گویا را می‌توان به شرح زیر دسته‌بندی کرد:

#### - نابینایان، کم‌بینایان و افراد دارای اختلال در استفاده از کتاب چاپی

این گروه کاربران عمده کتاب‌های گویا هستند که شامل افراد مبتلا به اختلال‌های بینایی و دارای محدودیت‌های فیزیکی دیگر خواهد بود. برای خواندن بصری، به کتاب، منبع نور و فرصت لازم برای تمرکز بصری روی کتاب مورد نظر نیاز است. اما نیاز مهم دیگری هم وجود دارد که اغلب نادیده گرفته می‌شود، یعنی توانایی در دست نگه‌داشتن متن مورد نظر. برای بسیاری از خوانندگان، مانند افراد مبتلا به درد و ورم مفاصل و پارکینسون و دیگر مسائل مربوط به قدرت و توانایی دست‌ها، میچ دست و بازوها، نگه‌داشتن یک جسم فیزیکی (کتاب با جلد گالینگور، شومیز یا دستگاه خواننده کتاب‌های الکترونیکی) برای مدت طولانی ناراحت‌کننده و غیرممکن است (پیترز، ۲۰۰۷). برای این افراد کتاب گویا گزینه مناسبی برای جایگزینی کتاب‌های چاپی یا الکترونیکی محسوب می‌شود.

#### - یادگیرندگان زبان دوم

کتاب‌های گویا مزیتی برای یادگیرندگان زبان دوم هستند. این افراد می‌توانند با گوش دادن به متن خوانده‌شده با تلفظ صحیح آن آشنا شوند. با این روش به راحتی می‌توان در هر کجای متن و روی هر کلمه‌ای مکث کرد و دوباره آن را از سر گرفت.

### - دانش‌آموزان

هنگامی که دانش‌آموزان با هم به کتاب‌های گویا گوش می‌دهند یا کتاب‌های گویایی را که از کتابخانهٔ مدرسه امانت گرفته‌اند، با دیگران به اشتراک می‌گذارند، در واقع بخشی از نیازهای اجتماعی خود را از طریق ارتباط با سایر کودکان همسن خود برآورده می‌کنند (آدیوفایل<sup>۱۳</sup>، ۱۹۹۸). علاوه بر این، تحقیقات ای. پی. ای. (۲۰۰۵) نشان می‌دهد که گوش دادن به کتاب‌های گویا درک خواندن، روانی خواندن، اکتساب زبان و توسعهٔ واژگان را بهبود و پرورش می‌دهد. به اعتقاد چهرقانی (۱۳۹۲) بهره‌گیری از کتاب‌های گویا در محیط خانه و مدرسه و سایر نهادهای مرتبط با کودکان، فرصت‌هایی را در اختیار مربیان، معلم‌ها و والدین قرار می‌دهد تا به تقویت مهارت‌های خوانشی، سوادآموزی و ارتباطی کودکان و افزایش علاقه و انگیزهٔ آنها به مطالعه بپردازند؛ 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 زمینهٔ کاربرد اصطلاحات، گوش دادن فعال و مهارت‌های تفکر انتقادی و ایجاد نگرش مثبت به مطالعه.

### - خوانندگان کند، بی‌میل<sup>۱۵</sup> و تلاشگر<sup>۱۶</sup>

خوانندگان کند و بی‌میل در تمام سنین می‌توانند از کتاب‌های گویا بهره‌مند شوند. در سال ۲۰۰۶ وب<sup>۱۷</sup> و مایر<sup>۱۸</sup>، گزارشی تحقیقی را ارائه کردند که نشان می‌داد کتاب الکترونیکی و کتاب‌های گویا با یکدیگر یا به صورت جداگانه شاید برای تشویق خوانندگان کند و بی‌میل استفاده شوند. یکی از این نمونه‌ها کتابخانهٔ دیجیتال اینترسکت<sup>۱۹</sup>، (یک پروژه در دانشگاه اورگان<sup>۲۰</sup>) است<sup>۲۱</sup>. وب و مایر شواهدی ارائه کردند مبنی بر اینکه خوانندگان بی‌میل به کتاب‌های گویا، نسبت به کتاب‌های الکترونیکی پاسخ بهتری دادند. کارشناسان در حال حاضر مدافع گوش دادن به کتاب‌های گویا و بدون حضور کتاب چاپی یا الکترونیکی در کنار آن، به‌عنوان روشی برای تشویق خوانندگان بی‌میل به خواندن بصری هستند.

دانش‌آموزانی که دارای مشکلات خوانشی هستند اغلب از مشارکت و تعامل دوری می‌جویند و از خواندن با صدای بلند در کلاس احساس خجالت می‌کنند. این دانش‌آموزان احساس می‌کنند که از حلقهٔ یادگیری جا مانده‌اند و به‌همین دلیل فرصت ابراز نظر و نشان دادن مهارت‌های ذهنی خود را از دست می‌دهند. گوش دادن به کتاب گویا به‌دلیل اینکه آنها را مستقیماً به محتوای مورد مطالعه متصل می‌کند، اعتماد به نفس آنها را در کلاس و در مکالمه با دانش‌آموزان دیگر و در

جمع افزایش می‌دهد و سبب آن می‌شود که خوانندگان کند و بی‌میل، کتابی را که برای مطالعه برگزیده‌اند راحت‌تر به پایان برسانند (وایلد و لارسون، ۲۰۰۷).

#### - افراد با دست‌های آلوده یا مشغول

اگر فردی که در حال انجام دادن برخی از فعالیت‌هایی است که سبب کثیف یا چرب شدن دست می‌شود، سعی کند به خواندن کتاب چاپی بپردازد یا این کار را در فاصله بیکاری خود با همان دست‌های آلوده انجام دهد، بی‌تردید به کتاب صدمه می‌زند. کتاب‌های گویا برای این افراد هم مناسب هستند. زمانی که فرد در حال گوش دادن به یک کتاب گویا است، انجام دادن کارهای دیگر با دست برای او نسبت به زمانی که مشغول خواندن بصری است، بسیار آسان‌تر خواهد بود. این واقعیت موجب می‌شود کتاب‌های گویا برای افرادی که دست‌هایشان همیشه مشغول است، مناسب باشند. اگر دستگاه پخش کتاب گویا به خوبی طراحی شده و کاربری ساده‌ای داشته باشد، مطالعه بسیار راحت است (پیترز، ۲۰۰۷).

#### - کاربران حریص و مشتاق کتاب

نتایج بررسی مصرف‌کنندگان در سال ۲۰۱۰ حاکی از این بود که شنوندگان کتاب گویا خوانندگان حریص‌تر کتاب‌های چاپی هستند. شنوندگان مداوم کتاب‌های گویا (کسانی که در سال گذشته به چهار کتاب گویا یا بیشتر گوش داده‌اند) به‌طور متوسط ۱۵ کتاب در سال گذشته خوانده‌اند، این در مقایسه با ۶ کتاب خوانده‌شده توسط افرادی است که به کتاب‌های صوتی گوش نمی‌کنند (ای. پی. ای. ۲۰۱۰).

#### بیان مسئله

کاربران به‌عنوان یکی از مهم‌ترین گروه‌های ذی‌نفع کتاب‌های گویا هر روز نسبت به این رسانه اقبال بیشتری از خود نشان می‌دهند. با این حال اگر کتاب‌های گویا انتظارات و نیازهای آنها را برآورده نکنند و با معیارهای مورد نظر آنها مطابقت نداشته باشند، موجب نارضایتی و دل‌سردی این گروه از کتاب‌های گویا خواهد شد. از این‌رو لازم است که در تهیه این کتاب‌ها معیارهای مورد نظر کاربران لحاظ شود. این معیارها علاوه بر اینکه شامل معیارهای انتخاب کتاب‌های چاپی هستند، دربرگیرنده معیارهای ویژه کتاب‌های گویا هم خواهند بود. به‌منظور نشر موفق و استفاده مطلوب از این نوع کتاب‌ها، شناخت مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید مورد نظر کاربران، برای تولید کتاب‌های گویا و نیز انتخاب آن بسیار مؤثر خواهد بود. این معیارها شامل مزیت کتاب‌های

گویا، انگیزه کاربرد، معیار انتخاب، موضوع مورد علاقه، ویرایش، روایت، موسیقی و صداسازی، تقطیع و نامگذاری، ویژگی و کیفیت فایل صوتی، قالب انتشار، شیوه دسترسی، و جست‌وجو و اطلاعات کتاب‌شناختی است. چنین پژوهشی با هدف شناسایی معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از نظر کاربران، نشان‌دهنده نیازها و انتظار آنان از این قالب انتشاراتی خواهد بود.

### هدف و پرسش اساسی

این پژوهش با هدف شناسایی معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دید کاربران آنها طراحی شده و در صدد پاسخگویی به یک پرسش است: مهم‌ترین معیارهای تولید و ارزیابی کتاب‌های گویا از دید کاربران چیست؟

### مرور پیشینه پژوهش

اینگلینگ<sup>۲۲</sup> (۱۹۹۸) در پژوهشی با عنوان "بررسی کاربران کتاب گویا در سیلم، کتابخانه عمومی اوهایو" به مطالعه در مورد شیوه‌های امانت و درخواست کتاب گویا (به‌منظور کمک به کارکنان کتابخانه در تصمیم‌گیری‌های آگاهانه برای توسعه مجموعه و پاسخ به نیازهای مراجعان) در کتابخانه عمومی سیلم<sup>۲۳</sup> در اوهایو پرداخت و به تعدادی از مشخصه‌های مهم برای کاربران دست یافت که در انتخاب کتاب گویا مورد نظر و توجه قرار می‌گیرند، مانند:

- ترجیح ویرایش مشروح بر خلاصه؛
- ارتباط سن و جنس کاربران با نوع کتاب گویا؛
- نوع فعالیتی که طی آن به کتاب گویا گوش می‌دهند؛
- ترجیح راوی زن یا مرد؛
- ارتباط بین تعداد کتاب‌های گویا و چاپی به امانت گرفته‌شده.

کانرز<sup>۲۴</sup> (۱۹۹۹) در پایان‌نامه خود با عنوان "قالب کتاب گویا: انتخاب کاربر" رفتار کاربران کتاب گویا در مواجهه با قالب خلاصه و کامل را بررسی کرد. این مطالعه در چهار کتابخانه عمومی شهرستان گیگا<sup>۲۵</sup> در اوهایو و روی نمونه‌ای تصادفی شامل ۲۷۴ نفر از کاربران کتابخانه‌ها انجام شد که ۲۲۵ نفر یعنی ۸۲ درصد به سؤالات پرسش‌نامه پاسخ دادند. نتایج حاکی از این بود که ۷۵ درصد افراد جامعه آماری این تحقیق به استفاده از کتاب‌های گویا در کتابخانه‌ها ابراز علاقه کرده بودند. از بین این افراد ۱۳ درصد شکل خلاصه‌شده کتاب گویا را به شکل خلاصه‌نشده و مشروح آن ترجیح می‌دهند و بقیه به کتاب‌های گویای خلاصه‌نشده علاقه بیشتری داشتند. در بین سبک‌های مختلف داستانی، داستان‌های اسرارآمیز محبوب‌ترین سبک کاربران بودند.

کایزر<sup>۲۶</sup> (۲۰۰۰) در پژوهشی با عنوان "نسخه غیرچاپی ادبیات نوجوانان: خواندن مشترک، گوش دادن غیرمعمول" با معلم‌هایی که تجربه استفاده از کتاب گویا در کلاس درس برای دانش‌آموزان را داشته‌اند یا اینکه به جمع‌آوری منابع کتاب گویا در کتابخانه کلاسی خود اقدام کرده‌اند، مصاحبه کرد و معیارهای ارزیابی این رسانه را بر اساس دیدگاه‌های آنها شکل داده است، معیارهایی همچون کیفیت کتاب انتخاب شده برای خواندن، ارتباط موضوع کتاب با گروه‌های سنی، کیفیت و نحوه خواندن کتاب‌های گویا و تمهیدات بالقوه کتاب گویا برای جذب مخاطب.

براون<sup>۲۷</sup> (۲۰۰۳) در اثر خود با عنوان "ارزیابی کتاب‌های گویا: راهنمایی برای معلمان" با موضوع ارزیابی کتاب‌های گویا، پس از بررسی و مقایسه چند کتاب گویا با قالب چاپی آن و نظرسنجی از مخاطبان آنها به ارائه چک‌لیستی برای ارزیابی کتاب گویا پرداخته است که در آن در ذیل عناوینی همچون نحوه ارائه، محتوا و مسائل فنی، به هر یک از ویژگی‌های کتاب گویا امتیازدهی می‌کند.

ای. پی. ای. (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان "بیشتر آمریکایی‌ها به کتاب‌های گویا گوش می‌دهند" پیمایشی بر روی کاربران کتاب گویا در آمریکا انجام داد و اعلام کرد که ۲۸ درصد از آمریکایی‌ها در سال ۲۰۰۷ و ۲۵ درصد در سال ۲۰۰۶ به کتاب‌های گویا گوش داده‌اند. ۲۶ ناشر عضو ای. پی. ای. و ۲۳۶۳ نفر از افراد بزرگسال (بالای ۱۸ سال) در سراسر این کشور که کاربر کتاب گویا بودند، در این نظرسنجی آنلاین شرکت کردند. طبق نتایج این پژوهش فروش کتاب‌های گویا در سال ۲۰۰۷ به بیشترین میزان خود رسید و بیش از یک میلیارد دلار برآورد شده است. همچنین درباره انگیزه‌ها و علت استفاده کاربران از کتاب گویا، این نتایج به دست آمد:

- سرگرمی در هنگام یک سفر طولانی (۴۰ درصد)؛
- استفاده مفید از وقت هنگام انجام دادن دیگر فعالیت‌ها (۲۳ درصد)؛
- توانایی انجام دادن چند کار در زمان ایاب و ذهاب روزانه (۱۸ درصد)؛
- ترجیح گوش دادن نسبت به خواندن مواد چاپی (۹ درصد)؛
- گوش دادن به عنوان تکلیف کلاسی (۵ درصد)؛
- سایر (۴ درصد).

ای. پی. ای. (۲۰۱۰) در پیمایشی با عنوان "شنوندگان کتاب گویا مرفه، تحصیل کرده و خوانندگان مشتاق کتاب هستند" به دنبال یافتن ویژگی‌های کاربران برآمد. در مجموع ۷۵۰۰ نفر انتخاب شدند که نماینده یک نمونه ملی از افراد بزرگسال (بالای ۱۸ سال) بودند. پیمایش از طریق ترکیبی از مصاحبه‌های آنلاین و تلفنی انجام شد. پس از بررسی مشاهدات نهایی انجام شده به این نتیجه رسید که کاربران کتاب‌های گویا دارای این ویژگی‌ها هستند:



- از بقیه کاربران تحصیلات بالاتری دارند؛
  - درآمد بالاتری دارند؛
  - جوان‌تر از کسانی هستند که کتاب‌های گویا گوش نمی‌کنند؛
  - شنوندگان کتاب‌های گویا خوانندگان حرفه‌ای‌تر کتاب چاپی هستند.
- هارتادو<sup>۲۸</sup> (۲۰۱۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "کتاب‌های گویا: کمک به خوانندگان تلاشگر" اثرات کتاب‌های گویا در درک و انگیزه مطالعه دانش‌آموزان در یک دبیرستان را بررسی کرد. فرضیه پژوهش این است که خواندن کم در خانه یکی از علل کاهش ادامه تحصیل دانش‌آموزان خانواده‌های مهاجر برای تحصیلات دانشگاهی است. علاوه بر این والدین دانش‌آموزان مهاجر معمولاً نمی‌توانند با آنها به زبان انگلیسی صحبت کنند. بنابراین استفاده از کتاب‌های گویا در این پژوهش به‌عنوان یک ابزار مثبت حمایتی از دانش‌آموزان برای خواندن و تأثیر در عملکرد آنها بررسی شد. این تحقیق روی ۵۰۰ دانش‌آموز مدرسه انجام شده بود. در ابتدا دانش‌آموزان با آزمون استاندارد خواندن سنجش شدند. در طول هشت هفته تحقیق، در انگیزه و درک از خواندن دانش‌آموزان نسبت به قبل از مداخله بهبود حاصل شد. با استفاده از کتاب گویا در نمره خواندن ۶۷ درصد از دانش‌آموزان بهبود حاصل شد.
- استرن<sup>۲۹</sup> (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "نقش کتاب‌های گویا در کتابخانه‌های دانشگاهی" به نقش کتاب‌های گویا در کتابخانه‌های دانشگاهی پرداخته است. این پژوهش که به روش پیمایشی انجام شده است، نشان می‌دهد که در کنار کاربردهای سنتی کتاب گویا برای نابینایان، استفاده از آن برای سایر کاربران دانشگاهی در افزایش سواد، آشنایی با کتابخانه‌ها، حمایت از برنامه‌های درسی و افزایش سبک‌های یادگیری مؤثر است. طبق نتایج این تحقیق تقاضا برای کتاب‌های گویا در بین دانشجویان افزایش یافته و این افراد با برنامه درسی مبتنی بر کتاب‌های گویا موافق هستند، البته در صورتی که منابع گویا به‌طور گسترده در دسترس باشند.
- ویتینگهام<sup>۳۰</sup>، هافمن<sup>۳۱</sup>، کریستنسن<sup>۳۲</sup> و مک‌آلیستر<sup>۳۳</sup> (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان "استفاده از کتاب‌های گویا در یک کتابخانه مدرسه و تأثیر مثبت مشارکت خوانندگان تلاشگر در یک باشگاه کتاب گویای تحت حمایت کتابخانه" انجام داده‌اند. این پژوهش برای تعیین تأثیر استفاده از کتاب‌های گویا روی خوانندگان تلاشگر در یک باشگاه کتاب گویا در کتابخانه مدرسه انجام شد. طرح این مطالعه یک اقدام پژوهی بود. روش مذکور برای به‌دست آوردن داده‌های کمی و کیفی به‌منظور تعیین این موضوع انتخاب شده است که آیا استفاده مشارکت‌کنندگان از کتاب‌های گویا و مشارکت در یک باشگاه کتاب گویا تأثیر شایان توجهی در علاقه به خواندن و عملکرد

آنها دارد یا خیر. یافته‌ها حاکی از این بود که استفاده خوانندگان تلاشگر از کتاب‌های گویا، تأثیر مثبتی بر مهارت‌های خواندن و نگرش نسبت به خواندن دارد.

با دقت در پیشینه‌ی پژوهش، این نکته شایان ذکر است که پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه بسیار اندک هستند و هنوز موارد بسیاری برای پژوهش در این حوزه وجود دارد. در محدود پژوهش‌های انجام‌شده نیز کمتر به بررسی اهمیت معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر کاربران پرداخته‌اند و این نکته‌ای است که پژوهش حاضر به بررسی آن اختصاص دارد.

### روش پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کمی و پیمایشی است. جامعه هدف در این پژوهش تمامی کاربران فعال سایت کتاب‌های صوتی آدیولیب<sup>۳۴</sup> است که بیش از یک بار از کتاب‌های گویا استفاده کرده‌اند. دلیل انتخاب این سایت برای پژوهش، شش سال سابقه مداوم و مستمر در زمینه تولید و انتشار کتاب‌های گویا با همکاری کاربران، همانند نمونه خارجی آن یعنی سایت لیبریوکس<sup>۳۵</sup>، و دارا بودن بیشترین میزان کاربران ثبت‌شده و بزرگ‌ترین مجموعه کتاب‌های گویاست. طبق آخرین آمار که تا تاریخ انجام دادن این پژوهش در اختیار محققان قرار گرفت، شمار این کاربران ۳۵ هزار نفر اعلام شد. در پژوهش حاضر شیوه نمونه‌گیری در بخش کاربران، نمونه‌گیری احتمالی تصادفی است. با توجه به حجم جامعه هدف که شامل ۳۵ هزار نفر می‌شد، قانون انتخاب نمونه و با استفاده از فرمول کوکران، میزان حجم نمونه ۳۸۰ نفر محاسبه شد که برای اطمینان بیشتر و دقت و صحت نتایج و کنار گذاشتن پرسش‌نامه‌های مخدوش بدون کاهش و آسیب به حجم نمونه، پرسشنامه‌ها برای ۶۰۰ نفر از کاربران ارسال شد که از این میزان ۵۶۰ پرسشنامه توسط کاربران پاسخ داده شد که تنها یکی از پرسش‌نامه‌های پاسخ داده‌شده مخدوش بود و کنار گذاشته شد و آمار ارائه‌شده مربوط به تحلیل ۵۵۹ پرسش‌نامه است. این میزان از داده‌ها دقت و قوت تحلیل را تا حد بسیار بالایی افزایش داد.

ابزار گردآوری داده‌ها در این بخش، پرسش‌نامه محقق‌ساخته با سؤالات بسته است که بر اساس معیارهای موجود و اشاره‌شده در متون و مصاحبه با کاربران و تولیدکنندگان کتاب‌های گویا و برای سنجش میزان موافقت کاربران با معیارهای تولید و ارزیابی کتاب گویا، در طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای تنظیم شده است.

به‌منظور سنجش اعتبار ابزار اندازه‌گیری پژوهش حاضر از اعتبار محتوا استفاده شده است. به این ترتیب که پس از طراحی و تدوین، پرسش‌نامه به رؤیت ۲ نفر از اعضای هیأت علمی دانشکده

کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران، یک عضو هیأت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ۲ نفر کارشناس ارشد علوم اجتماعی با سابقه در حوزه پژوهش‌های اجتماعی، ۲ نفر کاربر حرفه‌ای کتاب گویا و ۲ نفر با تحصیلات دکتری در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی رسید. با توجه به نظر متخصصان مذکور، تعدادی از پرسش‌ها حذف و برخی سؤالات به آن اضافه شد. در بعضی موارد نیز که واژگان به کاررفته در پرسش‌نامه بیانگر مفهوم و مقصود مورد نظر نبود، تجدید نظر و ویرایش انجام شد.

برای محاسبه پایایی از روش محاسبه آلفای کرونباخ با کمک نرم‌افزار اس. پی. اس. اس.<sup>۳۶</sup> استفاده شده است که ضریب آلفای کرونباخ رقم ۰/۸۸ بود.

### یافته‌ها

در این قسمت داده‌های مرتبط با کاربران که از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده است، توصیف و ارائه خواهد شد. به دلیل حجم بالای معیارها در طیف لیکرت، درصد و فراوانی تجمعی میزان موافقت زیاد و بسیار زیاد و همچنین درصد و فراوانی تجمعی میزان موافقت کم و خیلی کم به صورت زیاد و کم ارائه شده است. معیارهایی که مفاهیم مشترکی را دربرمی‌گیرند در ذیل عنوان کلی‌تر ملاک قرار گرفته‌اند.

جدول ۱. مزیت کتاب‌های گویا از نظر کاربران

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع
		فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	
مزیت	سهولت جابه‌جایی	۴۸	۸/۵	۷۷	۱۳/۸	۴۳۴	۷۷/۷	۵۵۹
	امکان مطالعه در زمان‌های غیرکارآمد و همزمان با سایر کارها	۴۷	۸/۴	۱۰۵	۱۸/۸	۵۰۷	۷۲/۸	۵۵۹
	عدم درگیری چشم	۸۱	۱۴/۵	۸۲	۱۴/۷	۳۹۶	۷۰/۸	۵۵۹
	ارزش‌های افزوده (موسیقی، صداسازی، و ...)	۱۰۶	۱۹/۰	۱۲۹	۲۳/۰	۳۲۴	۵۸/۰	۵۵۹
	انتقال تلفظ صحیح اصطلاحات زبانی	۱۲۱	۲۱/۶	۱۲۵	۲۲/۴	۳۱۳	۵۶/۰	۵۵۹
	توزیع گسترده‌تر از کتاب چاپی	۱۴۱	۲۵/۲	۱۲۱	۲۱/۶	۲۹۷	۵۳/۲	۵۵۹
	نیاز به تمرکز کمتر	۱۷۶	۳۱/۵	۲۳۵	۴۲/۰	۱۴۸	۲۶/۵	۵۵۹

میزان موافقت ۷۷/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان با اهمیت ویژگی سهولت جابه‌جایی کتاب گویا، زیاد بوده است. پس از آن ۷۲/۸ درصد امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد و همزمان با سایر کارها را دارای اهمیت زیاد می‌دانند. ۷۰/۸ درصد عدم درگیری چشم، ۵۸ درصد ارزش‌های افزوده مانند موسیقی، صداسازی، و...، ۵۶ درصد انتقال تلفظ صحیح اصطلاحات زبانی، ۵۳/۲ درصد توزیع گسترده‌تر از کتاب چاپی، و ۲۶/۵ درصد نیز نیاز به تمرکز کمتر را به‌عنوان مزیت کتاب‌های گویا، دارای اهمیت زیاد دانسته‌اند.

جدول ۲. انگیزه کاربران برای استفاده از کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم فراوانی درصد	متوسط فراوانی درصد	زیاد فراوانی درصد	جمع فراوانی درصد
انگیزه کاربرد	مطالعه تفریحی	۴۷	۱۱۴	۳۹۸	۵۵۹
	برطرف کردن نیازهای آموزشی	۱۶۸	۱۶۵	۲۲۶	۵۵۹

۷۱/۲ درصد از کاربرانی که به پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند به میزان زیادی مطالعه تفریحی را انگیزه خود برای استفاده از کتاب گویا معرفی کرده‌اند و ۴۰/۵ درصد نیز به همین میزان برطرف کردن نیازهای آموزشی را انگیزه خود دانسته‌اند.

جدول ۳. معیارهای کاربران برای انتخاب کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم فراوانی درصد	متوسط فراوانی درصد	زیاد فراوانی درصد	جمع فراوانی درصد
معیار انتخاب	تناسب با سلیقه و نیاز شخصی	۱۹	۷۰	۴۷۰	۵۵۹
	آثار برگزیده و توصیه‌شده (توسط کارشناسان، دوستان، و...)	۶۲	۱۲۶	۳۷۱	۵۵۹
	انتخاب ترجمه، ویرایش یا چاپ جدید یا بهتر کتاب	۱۵۰	۲۰۵	۲۰۴	۵۵۹
	مطابقت با اقبال عمومی بازار نشر	۱۶۶	۲۱۶	۱۷۷	۵۵۹

سنجش معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دیدگاه کاربران

در میان معیارهای معرفی شده برای انتخاب کتاب گویا درصد از کاربران، تناسب موضوع کتاب با سلیقه و نیاز شخصی را به میزان زیادی معیار خود برای انتخاب کتاب‌های گویا می‌دانند. پس از آن انتخاب آثار برگزیده و توصیه شده (توسط کارشناسان، دوستان، و ...) با ۶۶/۴ درصد، انتخاب ترجمه، ویرایش یا چاپ جدید یا بهتر کتاب با ۳۶/۵ درصد و مطابقت با اقبال عمومی بازار نشر با ۳۱/۷ درصد، سایر معیارهای کاربران پاسخ‌دهنده به پرسش‌نامه برای انتخاب کتاب‌های گویا بودند.

جدول ۴. موضوعات مورد علاقه کاربران کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	
	رمان و داستان	۱۲۴	۲۲/۱	۱۱۲	۲۰/۰	۳۲۳	۵۷/۹	۵۵۹
	روان‌شناسی	۱۴۴	۲۵/۷	۱۴۸	۲۶/۵	۲۶۷	۴۷/۸	۵۵۹
	آموزش زبان	۱۴۵	۲۵/۹	۱۶۰	۲۸/۷	۲۵۴	۴۵/۴	۵۵۹
	آثار کلاسیک	۱۴۳	۲۵/۶	۱۷۵	۳۱/۳	۲۴۱	۴۳/۱	۵۵۹
	تاریخ	۱۸۵	۳۳/۱	۱۴۴	۲۵/۸	۲۳۰	۴۱/۱	۵۵۹
موضوع	شعر	۲۲۶	۴۰/۴	۱۵۵	۲۷/۷	۱۷۸	۳۱/۹	۵۵۹
مورد	زندگی‌نامه	۲۲۶	۴۰/۴	۱۷۳	۳۰/۹	۱۶۰	۲۸/۷	۵۵۹
علاقه	فلسفه	۲۷۴	۴۹/۰	۱۲۹	۲۳/۰	۱۵۶	۲۸/۰	۵۵۹
	جامعه‌شناسی	۲۹۲	۵۲/۲	۱۴۰	۲۵/۱	۱۲۷	۲۲/۷	۵۵۹
	هنر	۲۷۱	۴۸/۵	۱۷۷	۳۱/۷	۱۱۱	۱۹/۸	۵۵۹
	دین	۳۱۱	۵۵/۶	۱۳۹	۲۴/۹	۱۰۹	۱۹/۵	۵۵۹
	کودک	۳۲۲	۵۷/۶	۱۳۱	۲۳/۴	۱۰۶	۱۹/۰	۵۵۹
	حقوق	۴۴۷	۸۰/۰	۷۶	۱۳/۶	۳۶	۶/۴	۵۵۹

۵۷/۹ درصد پاسخ‌دهندگان در رابطه با موضوعات مورد علاقه خود برای انتخاب کتاب گویا به میزان زیادی به رمان و داستان اشاره کرده‌اند. ۴۷/۸ درصد نیز کتاب‌های گویا با موضوع روان‌شناسی، ۴۵/۴ درصد آموزش زبان، ۴۳/۱ درصد آثار کلاسیک و ۴۱/۱ تاریخ را برگزیده‌اند. در ادامه موضوعات مورد علاقه کاربران کتاب‌های گویا، شعر با ۳۱/۹ درصد، زندگی‌نامه با ۲۸/۷، فلسفه با ۲۸، جامعه‌شناسی با ۲۲/۷، هنر با ۱۹/۸، دین با ۱۹/۵، کودک با ۱۹ و حقوق با ۶/۴ درصد قرار دارند.

جدول ۵. نوع ویرایش مورد علاقه کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
ویرایش	کتاب گویای تمام‌متن	۵/۴	۹۳	۱۶/۶	۴۳۶	۷۸/۰	۵۵۹	۱۰۰	۵۵۹
	کتاب گویای خلاصه‌شده	۶۳/۷	۱۱۸	۲۱/۱	۸۵	۱۵/۲	۵۵۹	۱۰۰	۵۵۹

۷۸ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه به مقدار زیادی با کتاب گویای تمام‌متن به‌عنوان ویرایش مورد علاقه و انتخاب خود موافق بودند. تنها ۱۵.۲ درصد از این افراد با کتاب گویای خلاصه‌شده موافقت داشته‌اند.

جدول ۶. نحوه روایت و ویژگی‌های راوی کتاب‌های گویا از نظر کاربران

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
روایت	انتقال صحیح لحن جمله	۰/۷	۳	۴/۸	۲۷	۹۴/۵	۵۲۸	۱۰۰	۵۵۹
	فن بیان صحیح	۰/۶	۳	۵/۱	۲۹	۹۴/۳	۵۲۷	۱۰۰	۵۵۹
	صدای مطلوب و دلنشین	۱/۳	۷	۵/۷	۳۲	۹۳/۰	۵۲۰	۱۰۰	۵۵۹
	تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن	۳/۱	۱۷	۸/۴	۴۷	۸۷/۵	۴۹۵	۱۰۰	۵۵۹
	عدم انعکاس صداهای اضافی و مزاحم	۶/۴	۳۶	۱۶/۱	۹۰	۷۷/۵	۴۳۳	۱۰۰	۵۵۹
	روایت متن کتاب توسط گوینده	۶/۸	۳۸	۱۷/۲	۹۶	۷۶/۰	۴۲۵	۱۰۰	۵۵۹
	روایت متن کتاب توسط مؤلف	۱۸/۲	۱۰۲	۲۶/۳	۱۴۷	۵۵/۵	۳۱۰	۱۰۰	۵۵۹
	خواندن پانویس در متون علمی و تخصصی	۱۶/۸	۹۴	۲۷/۹	۱۵۶	۵۵/۳	۳۰۹	۱۰۰	۵۵۹
	روایت متن کتاب توسط بازیگر	۱۵/۹	۸۹	۳۰/۱	۱۶۸	۵۴/۰	۳۰۲	۱۰۰	۵۵۹
	اجرای نمایشنامه	۲۶/۳	۱۴۷	۲۴/۷	۱۳۸	۴۹/۰	۲۷۴	۱۰۰	۵۵۹
	خواندن پانویس در متون غیر علمی و تخصصی	۳۴/۹	۱۹۵	۲۸/۶	۱۶۰	۳۶/۵	۲۰۴	۱۰۰	۵۵۹
	بیان خشتی	۵۸/۲	۳۲۵	۱۴/۷	۳	۱۵/۵	۸۷	۱۰۰	۵۵۹

سنجش معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دیدگاه کاربران

در مورد ویژگی‌های روایت و روای کتاب‌های گویا کاربران با ۹۴/۵ درصد، بیشترین میزان موافقت را با انتقال صحیح لحن جمله داشتند و پس از آن فن بیان صحیح با ۹۴/۳ درصد، و صدای مطلوب و دلنشین راوی با ۹۳ درصد به میزان زیادی مورد موافقت کاربران قرار گرفت. معیارهای اجرای نمایشنامه‌ای کتاب گویا با ۴۹ درصد، خواندن پانویشت مؤلف یا مترجم در متون غیر علمی و تخصصی با ۳۶/۵ درصد و بیان خنثی با ۱۵.۵ درصد موافقت، کم‌اهمیت‌ترین معیارها از نظر کاربران بوده‌اند.

جدول ۷. استفاده از موسیقی و صداسازی در کتاب‌های گویا از نظر کاربران

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
موسیقی و صداسازی	استفاده از موسیقی در آثار کودکان	۳۲	۵/۷	۶۳	۱۱/۳	۴۶۴	۸۳/۰	۵۵۹	۱۰۰
	تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب و دوره زمانی و فضای کار	۸۹	۱۵/۹	۱۲۳	۲۲/۰	۳۴۷	۶۲/۱	۵۵۹	۱۰۰
	استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای کتاب	۱۰۲	۱۸/۲	۱۷۴	۳۱/۲	۲۸۳	۵۰/۶	۵۵۹	۱۰۰
	استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای هر فصل از کتاب	۱۲۴	۲۲/۲	۱۸۱	۳۲/۴	۲۵۴	۴۵/۴	۵۵۹	۱۰۰
	استفاده از موسیقی در کتاب گویا	۱۲۷	۲۲/۷	۱۹۱	۳۴/۲	۲۴۱	۴۳/۱	۵۵۹	۱۰۰
	استفاده از صداسازی (افکت صوتی) در کتاب گویا	۱۵۴	۲۷/۵	۱۹۳	۳۴/۶	۲۱۲	۳۷/۹	۵۵۹	۱۰۰
	استفاده از موسیقی پس‌زمینه در متون غیر علمی	۲۳۵	۴۲/۱	۱۵۸	۲۸/۲	۱۶۶	۲۹/۷	۵۵۹	۱۰۰
	استفاده از موسیقی به‌روز و متداول	۲۴۵	۴۳/۸	۲۰۳	۳۶/۳	۱۱۱	۱۹/۹	۵۵۹	۱۰۰
	استفاده از موسیقی پس‌زمینه در متون علمی	۳۸۴	۶۸/۷	۱۲۸	۲۲/۸	۴۷	۸/۵	۵۵۹	۱۰۰

۴۳/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه با استفاده از موسیقی در کتاب‌های گویا و ۳۷/۹ درصد با استفاده از صداسازی (افکت صوتی) در کتاب‌های گویا به میزان زیاد موافقت کرده‌اند.

این پاسخ‌دهندگان در مورد سایر ویژگی‌های موسیقی کتاب‌های گویا به این شرح به پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند:

۸۳ درصد با ضرورت کاربرد موسیقی در کتاب‌های گویای کودکان، ۶۲/۱ درصد با تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب و دوره زمانی و فضای کار، ۵۰/۶ درصد با استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای کتاب‌های گویا، ۴۵/۴ درصد با استفاده از موسیقی در ابتدا و انتهای هر فصل از کتاب، ۲۹/۷ درصد با استفاده از موسیقی پس‌زمینه در متون غیرعلمی، ۱۹/۹ درصد با استفاده از موسیقی به‌روز و متداول و تنها ۸/۵ درصد از کاربران با استفاده از موسیقی پس‌زمینه در متون علمی به میزان زیاد موافق بوده‌اند.

جدول ۸. نظر کاربران در مورد تقطیع و نامگذاری کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
تقطیع و نامگذاری	تقطیع بر اساس تقسیمات کتاب	۳۵	۶۳	۱۴۰	۲۵/۰	۳۸۴	۶۸/۷	۵۵۹
	نامگذاری قطعات بر اساس نام بخش	۵۸	۱۰/۴	۱۵۳	۲۷/۴	۳۴۸	۶۲/۲	۵۵۹
	نامگذاری قطعات بر اساس نام بخش و ترتیب شماره بخش	۸۴	۱۵/۰	۱۸۹	۳۳/۸	۲۸۶	۵۱/۲	۵۵۹
	تقطیع بخش‌های طولانی کتاب به قطعات کوتاه‌تر	۱۳۱	۲۳/۴	۱۹۹	۳۵/۷	۲۲۹	۴۰/۹	۵۵۹
	نامگذاری قطعات بر اساس ترتیب شماره بخش	۱۰۶	۱۹/۰	۲۳۱	۴۱/۳	۲۲۲	۳۹/۷	۵۵۹
	تناسب طول قطعه با دامنه شروع و پایان صفحات	۱۱۶	۲۰/۷	۲۴۹	۴۴/۶	۱۹۴	۳۴/۷	۵۵۹

در ارتباط با تقطیع و نامگذاری کتاب‌های گویا نتایج به دست آمده چنین هستند: مهم‌ترین معیار در زمینه تقطیع و نامگذاری کتاب گویا از نظر کاربران، تقطیع کتاب‌های گویا بر اساس تقسیمات کتاب با ۶۸/۷ درصد موافقت زیاد بوده است و پس از آن نامگذاری قطعات نام



سنجش معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دیدگاه کاربران

بخش کتاب با ۶۲/۲ درصد موافقت زیاد برای کاربران دارای اهمیت بود. همچنین نامگذاری قطعات بر اساس ترکیبی از نام بخش و ترتیب شماره بخش کتاب با ۵۱/۲ درصد، تقطیع بخش‌های طولانی کتاب به قطعات کوتاه‌تر با ۴۰/۹ درصد، نامگذاری قطعات به ترتیب شماره بخش با ۳۹/۷ درصد و تناسب طول قطعه با دامنه شروع و پایان صفحات با ۳۴/۷ درصد موافق کاربران به مقدار زیاد، دارای اهمیت کمتر بوده است.

جدول ۹. نظر کاربران در مورد ویژگی و کیفیت صدای کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
ویژگی و کیفیت فایل صوتی	قابلیت اجرا در انواع دستگاه‌های پخش صوت	۵	۰/۹	۳۱	۵/۵	۵۲۳	۹۳/۶	۵۵۹
	فرمت یکسان فایل‌های صوتی	۳۳	۵/۹	۱۰۵	۱۸۸	۴۲۱	۷۵/۳	۵۵۹
	کیفیت بالای صدا و حجم بالای فایل صوتی	۶۹	۱۲/۳	۱۸۳	۳۲/۸	۳۰۷	۵۴/۹	۵۵۹
	حجم پایین فایل صوتی و سرعت بالای دانلود کتاب	۱۲۴	۲۲/۲	۱۳۸	۲۴/۷	۲۹۷	۵۳/۱	۵۵۹
	فرمت اختصاصی فایل صوتی برای اجرا در دستگاه پخش اختصاصی	۳۹۱	۶۹/۹	۱۰۱	۱۸/۱	۶۷	۱۲/۰	۵۵۹

پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه در مورد ویژگی‌ها و کیفیت صدا در کتاب‌های گویا به میزان زیادی با قابلیت اجرای کتاب‌های گویا در انواع دستگاه‌های پخش صوت موافقت کرده‌اند. ۹۳/۶ درصد از این افراد بیان کرده‌اند که ترجیح می‌دهند کتاب‌های گویا در تمامی انواع دستگاه‌های پخش صوت اجراشدنی باشند. در عوض کمترین موافقت را (با میزان ۱۲ درصد) با فرمت اختصاصی فایل صوتی کتاب‌های گویا برای اجرا در دستگاه پخش اختصاصی داشتند. ۷۵/۳ درصد با فرمت یکسان فایل‌های صوتی، ۵۴/۹ درصد با کیفیت بالای صدا و حجم بالای فایل صوتی و ۵۳/۱ درصد نیز با حجم پایین فایل صوتی و سرعت بالای دانلود کتاب گویا به مقدار زیاد موافقت کرده‌اند.

جدول ۱۰. قالب‌های انتشار کاربردی کاربران کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع
		درصد فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد	
	دریافت فایل اینترنتی دانلودشدنی و انتقال به یک دستگاه پخش صوت	۱۰	۱/۸	۱۹	۳/۳	۵۳۰	۹۴/۹	۵۵۹
قالب	دی وی دی	۳۲۸	۵۸/۷	۱۰۷	۱۹/۱	۱۲۴	۲۲/۲	۵۵۹
انتشار	لوح فشرده	۳۴۳	۶۱/۳	۱۲۰	۲۱/۵	۹۶	۱۷/۲	۵۵۹
	فایل اینترنتی قابل شنیدن آنلاین (رشته‌ای)	۳۵۳	۶۳/۱	۱۳۰	۲۳/۳	۷۶	۱۳/۶	۵۵۹
	کاست	۵۳۰	۹۴/۸	۱۹	۳/۴	۱۰	۱/۸	۵۵۹

در نظرسنجی از کاربران پاسخگو به پرسش‌نامه از آنان خواسته شد تا مشخص کنند کدام یک از قالب‌های کتاب گویا بیشتر مورد استفاده آنان واقع می‌شود. ۹۴/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان به دریافت فایل اینترنتی دانلودشدنی و انتقال آن به یک دستگاه پخش صوت اشاره کرده‌اند. ۲۲/۲ درصد قالب دی. وی. دی را بیان کرده‌اند. ۱۷/۲ درصد قالب لوح فشرده (سی. دی)، ۱۳/۶ درصد فایل اینترنتی قابل شنیدن آنلاین و تنها ۱/۸ درصد نوار کاست را به‌عنوان قالب مورد استفاده بیان کرده‌اند.

جدول ۱۱. روش‌های دسترسی کاربران به کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع
		درصد فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد	
	دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت	۲۴	۴/۴	۷۴	۱۳/۲	۴۶۱	۸۲/۴	۵۵۹
	خرید از فروشگاه‌های اینترنتی	۳۲۶	۵۸/۳	۱۲۳	۲۲/۰	۱۱۰	۱۹/۷	۵۵۹
شیوه دسترسی	مراجعه به مراکز ویژه تولید کتاب گویا	۴۴۱	۷۸/۹	۶۴	۱۱/۴	۵۴	۹/۷	۵۵۹
	مراجعه به فروشگاه آثار صوتی	۴۴۲	۷۹/۰	۸۱	۱۴/۵	۳۶	۶/۵	۵۵۹
	مراجعه به کتابخانه	۴۶۷	۸۳/۶	۵۷	۱۰/۲	۳۵	۶/۲	۵۵۹
	مراجعه به کتابفروشی	۴۷۳	۸۴/۶	۶۴	۱۱/۴	۲۲	۴/۰	۵۵۹

سنجش معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از دیدگاه کاربران

مقوله بعدی که نظر کاربران در ارتباط با آن مورد پرسش قرار گرفت، انواع روش‌های دسترسی کاربران به کتاب‌های گویا بود. ۸۲/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت را روش دسترسی خود به کتاب‌های گویا اعلام کرده‌اند. ۱۹/۷ درصد از این افراد با خرید از فروشگاه‌های اینترنتی، ۹/۷ درصد با مراجعه به مراکز ویژه تولید کتاب‌های گویا، ۶/۵ درصد با مراجعه به فروشگاه‌های آثار صوتی، ۶/۲ درصد با مراجعه به کتابخانه و ۴ درصد با مراجعه به کتابفروشی اعلام موافقت کرده‌اند.

جدول ۱۲. نظر کاربران در مورد جست‌وجو و ثبت اطلاعات کتاب‌شناختی کتاب‌های گویا

ملاک	معیار	کم		متوسط		زیاد		جمع
		فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	
جست‌وجو و اطلاعات کتاب‌شناختی	امکان جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس موضوع	۱۴	۲/۵	۶۷	۱۲/۰	۴۷۸	۸۵/۵	۵۵۹
	امکان جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس عنوان	۱۴	۲/۵	۹۹	۱۷/۶	۴۴۷	۷۹/۹	۵۵۹
	امکان جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس مؤلف	۴۲	۷/۵	۱۲۰	۲۱/۵	۳۹۷	۷۱/۰	۵۵۹
	امکان جست‌وجو بر اساس فهرست مندرجات کتاب	۵۳	۹/۵	۱۲۸	۲۲/۹	۳۷۸	۶۷/۶	۵۵۹
	امکان جست‌وجوی مطالب در متن کتاب گویا	۷۸	۱۴/۰	۱۲۴	۲۲/۱	۳۵۷	۶۳/۹	۵۵۹
	ثبت کتب گویا در کتاب‌شناسی و کتابخانه ملی	۸۷	۱۵/۶	۱۴۸	۲۶/۵	۳۲۴	۵۷/۹	۵۵۹
	امکان استناددهی به فایل صوتی کتاب گویا	۱۰۰	۱۷/۹	۱۷۷	۳۱/۶	۲۸۲	۵۰/۵	۵۵۹
	ارائه اطلاعات کتاب‌شناختی متن مرجع در کتاب گویا	۱۰۷	۱۹/۲	۲۲۳	۳۹/۹	۲۲۹	۴۰/۹	۵۵۹
	ارائه اطلاعات مربوط به بخش صوتی در کتاب گویا	۱۰۶	۱۹/۰	۲۳۲	۴۱/۴	۲۲۱	۳۹/۶	۵۵۹
	امکان جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس راوی	۱۸۵	۳۳/۱	۱۷۶	۳۱/۵	۱۹۸	۳۵/۴	۵۵۹

۸۵/۵ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه به میزان زیادی با امکان جست‌وجوی کتاب‌های گویا بر اساس موضوع موافق بودند. ۷۹/۹ درصد با امکان جست‌وجوی کتاب‌های گویا بر اساس عنوان، ۷۱ درصد با امکان جست‌وجوی کتاب‌های گویا بر اساس مؤلف و تنها ۳۵/۴ درصد با امکان جست‌وجوی کتاب‌های گویا بر اساس راوی به میزان زیاد موافقت کرده‌اند.

۶۷/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان با امکان جست‌وجو در کتاب‌های گویا بر اساس فهرست مندرجات کتاب، ۶۳/۹ درصد با امکان جست‌وجوی مطالب در متن کتاب‌های گویا، ۵۷/۹ درصد با ثبت کتب گویا در کتاب‌شناسی و کتابخانه ملی، ۵۰/۵ درصد با امکان استناددهی به فایل صوتی کتاب‌های گویا، ۴۰/۹ درصد با ارائه اطلاعات کتاب‌شناختی متن مرجع در کتاب‌های گویا و ۳۹/۶ درصد با ارائه اطلاعات مربوط به بخش صوتی در کتاب‌های گویا به میزان زیاد موافقت کرده‌اند.

#### معیارهای افزوده ذکر شده توسط کاربران

از کاربرانی که به پرسش‌نامه پاسخ داده بودند درخواست شد تا علاوه بر معیارهای ذکر شده در پرسش‌نامه، سایر معیارهای ذکر نشده را (که برایشان اهمیت دارد) مطرح کنند. ۱۱۲ نفر از پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه به این موارد اشاره کرده‌اند که به ترتیب اولویت بیان می‌شود:

- امکان دسترسی به متن چاپی کتاب و رؤیت همزمان با گوش دادن در مورد کتاب‌های آموزش زبان؛
- گویا شدن کتاب‌های مشهور از نویسندگان بزرگ و مشهور جهان و ایران؛
- تبلیغات بیشتر کتاب‌های گویا برای آشنایی مخاطب؛
- گویا شدن کتاب‌های کم‌حجم؛
- گویا کردن کتاب‌های علمی و عرضه اطلاعات تصویری مانند جدول‌ها، نمودارها، فرمول‌ها، و ... به صورت چاپی در کنار کتاب گویا؛
- وجود سازمانی رسمی برای انتشار بیشتر کتاب‌های گویا به منظور افزایش فرهنگ مطالعه؛
- عرضه کتاب‌های دانشگاهی به صورت گویا برای افزایش امکان مطالعه دانشجویان در زمان‌های غیرکارآمد؛
- صرف نظر کردن از مقدمه، فهرست مطالب، شماره صفحه، پانویس و ... در کتاب‌هایی مانند رمان و داستان؛
- ارائه کتاب‌های گویا به کاربران در کتابخانه‌های عمومی؛
- افزایش مراکز فروش کتاب‌های گویا در سراسر کشور؛

- عرضه کتاب‌های کمیاب و نایاب به صورت گویا؛
- تهیه آرشیو جامع ملی از کتاب‌های گویای موجود و در دسترس قرار دادن آن.

### بحث و نتیجه‌گیری

پس از تحلیل آماری نظرهای کاربران پاسخ‌دهنده به پرسش‌نامه با رتبه‌بندی درصد فراوانی میزان موافقت کاربران با معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا، مهم‌ترین معیارها به دست آمد که به دلیل حجم بالای داده‌ها و تعداد زیاد معیارها، با هدف ارائه مهم‌ترین معیارها در یک نگاه، جدول ۱۳ با ارائه ترتیب نزولی معیارهای با میزان درصد فراوانی موافقت بالاتر از ۶۰ درصد تنظیم شده است.

جدول ۱۳. مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر کاربران

ملاک	معیار	درصد فراوانی موافقت
قالب انتشار	دریافت فایل اینترنتی دانلودشدنی و انتقال به یک دستگاه پخش صوت	۹۴/۹
روایت	انتقال صحیح لحن جمله توسط راوی	۹۴/۵
روایت	فن بیان صحیح راوی	۹۴/۳
ویژگی و کیفیت صدا	قابلیت اجرا در انواع دستگاه‌های پخش صوت	۹۳/۶
روایت	صدای مطلوب و دلنشین راوی	۹۳/۰
روایت	تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن	۸۸/۵
جست‌وجو و اطلاعات کتاب‌شناختی	امکان جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس موضوع	۸۵/۵
معیار انتخاب	انتخاب کتاب گویا متناسب با سلیقه و نیاز شخصی	۸۴/۱
موسیقی	استفاده از موسیقی در آثار کودکان	۸۳/۰
شیوه دسترسی	دریافت کتاب‌های گویای رایگان از اینترنت	۸۲/۴
جست‌وجو و اطلاعات کتاب‌شناختی	امکان جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس عنوان	۷۹/۹
ویرایش	کتاب گویای تمام‌متن	۷۸/۰
مزیت	سهولت جابه‌جایی	۷۷/۷
روایت	عدم انعکاس صداهای اضافی و مزاحم	۷۷/۵
روایت	روایت متن کتاب توسط گوینده حرفه‌ای	۷۶/۰
ویژگی و کیفیت صدا	فرمت یکسان فایل‌های صوتی	۷۵/۳
مزیت	امکان مطالعه در زمان‌های غیرکارآمد و همزمان با سایر کارها	۷۲/۸
انگیزه کاربرد	گوش دادن به کتاب گویا با انگیزه مطالعه تفریحی	۷۱/۲
جست‌وجو و اطلاعات کتاب‌شناختی	امکان جست‌وجوی کتاب گویا بر اساس مؤلف	۷۱/۰

ادامه جدول ۱۳. مهم‌ترین معیارهای ارزیابی و تولید کتاب‌های گویا از نظر کاربران

ملاک	معیار	درصد فراوانی موافقت
مزیت	عدم درگیری چشم	۷۰/۸
تقطیع و نامگذاری	تقطیع بر اساس تقسیمات کتاب	۶۸/۷
جست‌وجو و اطلاعات	امکان جست‌وجو بر اساس فهرست مندرجات کتاب	۶۷/۶
کتاب‌شناختی	انتخاب آثار برگزیده و توصیه‌شده توسط دوستان و کارشناسان و ...	۶۶/۴
جست‌وجو و اطلاعات	امکان جست‌وجوی مطالب در متن کتاب گویا	۶۳/۹
کتاب‌شناختی	نامگذاری قطعات بر اساس نام بخش	۶۲/۲
تقطیع و نامگذاری	تناسب نوع موسیقی با موضوع کتاب و دوره زمانی و فضای کار	۶۲/۱
موسیقی		

از میان ۲۶ معیار که درصد فراوانی موافقت آنها بیش از ۶۰ بوده است، معیار دریافت فایل اینترنتی دانلودشدنی و انتقال به یک دستگاه پخش صوت (مربوط به ملاک قالب انتشار) در بالاترین رتبه قرار دارد. ۶ معیار انتقال صحیح لحن جمله توسط راوی، فن بیان صحیح راوی، صدای مطلوب و دلنشین راوی، تناسب جنس صدا و لحن راوی با نوع متن، عدم انعکاس صداهای اضافی و مزاحم و روایت متن کتاب توسط گوینده حرفه‌ای، به ملاک روایت مربوط است که نشان‌دهنده اهمیت روایت کتاب‌های گویا برای کاربران و نقش عنصر روایت بر میزان رضایت کاربران از کتاب گویا و اقبال آنها به این محصول خواهد بود. این نکته در پژوهش کایزر (۲۰۰۰) و براون (۲۰۰۳) نیز اهمیت داشت و یکی از معیارهای مهم در انتخاب کتاب گویا را عناصر مربوط به نحوه روایت تشکیل می‌داد.

همچون پژوهش‌های اینگلینگ (۱۹۹۸) و کانرز (۱۹۹۹) کاربران قالب مشروح کتاب گویا را بر شکل خلاصه‌شده آن ترجیح می‌دهند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که همانند پژوهش‌های ای. پی. ای. (۲۰۰۸) و اینگلینگ (۱۹۹۸) امکان مطالعه در زمان‌های غیر کارآمد و همزمان با سایر کارها، از مزیت‌های مهم کتاب گویا از دیدگاه کاربران است.

تفاوت پژوهش حاضر با پژوهش‌های انجام‌شده پیشین در این است که سعی شد تا حد اکثر معیارها و ملاک‌های مؤثر در انتخاب کتاب گویا توسط کاربران بررسی شود تا بتوان در عمل برای انتخاب کتاب گویای مناسب از آنها استفاده کرد. از این رو می‌توان معیارهای شناسایی‌شده در این پژوهش را برای راهنمایی در انتخاب کتاب گویا به کاربران معرفی کرد و به تولیدکنندگان این محصول نیز پیشنهاد کرد تا برای تهیه کتاب‌های گویای کاربرپسند و مطابق با سلیقه و نیاز کاربران، به این معیارها توجه کنند.

## پی‌نوشت

1. Audio Books
2. Engelen, J.
3. Rubery, M.
4. MP3 Player
5. iPad
6. Sony Walkman
7. Audio Publishers Association (APA)
8. Peters
9. Irwin
10. Reitz
11. Online Dictionary of Library and Information Science (ODLIS)
12. Furini
13. Audiofile
14. Slow Readers
15. Reluctant Readers
16. Struggling Readers
17. Webb L.
18. Meyer N.
19. Intersect
20. Uoregon
21. <http://intersect.uoregon.edu>
22. Yingling
23. Salem
24. Connors
25. Geauga
26. Kiser
27. Brown
28. Hurtado
29. Stern
30. Whittingham J.
31. Huffman S.
32. Christensen R.
33. McAllister T.
34. [www.Audiolib.ir](http://www.Audiolib.ir)
35. Librivox
36. SPSS

## منابع

۱. چهرقانی، مریم (۱۳۹۲). کتاب گویا، فرصتی دوباره برای آشتی دادن کودک و کتاب. فصلنامه کتاب مهر، (۸)، ۸۲-۱۰۱.
۲. چهرقانی، مریم و فاطمه فهیم‌نیا (۱۳۹۲). قابلیت‌ها و مزایای کتاب گویا برای کاربران و ناشران. فصلنامه کتاب مهر، (۹)، ۲۲-۴۳.
۳. سلطانی، پوری، و فروردین راستین (۱۳۷۹). کتاب گویا. در دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. تهران: فرهنگ معاصر.
۴. مکتبی فرد، لیلا (رویا) (۱۳۸۴). تصویری گویا از کتاب گویا در ایران تعریف و تاریخچه. پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان، (۴۰): ۴۳-۴۹.
5. AudioFile (1998). 10 Reasons Kids Learn With Audiobooks. AudioFile Retrieved 1 August 2013 from: [http://www.audiofilemagazine.com/article\\_archive/10\\_Reasons.pdf](http://www.audiofilemagazine.com/article_archive/10_Reasons.pdf).
6. Audio Publishers Association (2005). Audio Publishers Association (APA) Fact Sheet. Retrieved 20 October 2012 from: [https://www.audiopub.org/LinkedFiles/APA\\_Fact\\_Sheet.pdf](https://www.audiopub.org/LinkedFiles/APA_Fact_Sheet.pdf).

7. Audio Publishers Association (2008). More Americans are all Ears to Audiobooks: 28 Percent of Americans Have Listened to Audiobooks in the Past Year; Sales Surpass One Billion Dollars. Retrieved Retrieved 20 October 2012 from: <http://www.audiopub.org/pdfs/2008%20sales%20consumer%20final.pdf>.
8. Audio Publishers Association (2010). Audiobook listeners are affluent, well-educated and avid book readers: APA 2010 consumer survey data released. Retrieved from <http://www.audiopub.org/2010ConsumerSurveyreleasefinal.pdf>
9. Brown, J. E. (2003). Evaluation of Audio Books: A Guide for Teachers. *The ALAN Review*, (30)3: 53-56.
10. Connors, K. C. (1999). Audiobook Format: A Patron's Choice. Master's Research Paper, Kent State University.
11. 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
12. Furini, M. (2008). "Digital Audiobook: From Passive to Active Pursuit", *Multimedia Tools and Applications Journal*. (40)1: 23-39.
13. 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.
14. Irwin, W. (2009). Reading Audio Books. *Philosophy and Literature* , (33) 2: 358-368.
15. Kiser, M. M. (2000). Non-Print YA Literature Connection Bud, Not Buddy: Common Reading, Uncommon Listening. *The ALAN Review*, (27) 3: 40-44.
16. Peters, T. A. (2007). "Digital Audiobook Services through Libraries". *Library Technology Reports*. (43)1.
17. Reitz, J. M. (2004). Audiobook. *Online Dictionary of Library and Information Science*. From: [http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis\\_a.aspx#audiobook](http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_a.aspx#audiobook).
18. Rubery, M. (2008). Play It Again, Sam Weller: New Digital Audiobooks and Old Ways of Reading. *Journal of Victorian Culture* , (13) 1: 58-79.
19. Stern, C. (2011). The Role of Audiobooks in Academic Libraries. *College & Undergraduate Libraries*, (18): 77-91.
20. Webb, L. and Meyer, N. (2006). iPods, Audiobooks, EBooks, and More: Empowering Reading Through. Based on Presentation October 23, 2006 Internet@ Schools West.
21. Wilde, S., and Larson J. (2007). Listen! It's good for Kids. *AudioFile* April/May: 23-25. From: [http://www.audiofilemagazine.com/article\\_archive/ListengoodforkidsAM07.pdf](http://www.audiofilemagazine.com/article_archive/ListengoodforkidsAM07.pdf)
22. 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*, (16). Available on: <http://www.ala.org/aasl/slr/volume16/whittingham-huffman-christensen-mcallister>
23. Yingling, J. (1998). A Study of Audiobook Users at the Salem, Ohio Public Library. Master's Research Paper, Kent State University.