

## کتاب گویا، ابزاری برای مطالعه به شیوه نوین

● مریم چهرقانی

دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران / [chehre@ut.ac.ir](mailto:chehre@ut.ac.ir)

● فاطمه فهیم‌نیا

دانشیار دانشگاه تهران / [fahimnia@ut.ac.ir](mailto:fahimnia@ut.ac.ir)

### چکیده

کتاب گویا در میان علاقه‌مندان به مطالعه، جایگاه ویژه و شناخته‌شده‌ای دارد و ناشران بزرگ جهان، بخش قابل توجهی از محصولات خود را به صورت شنیداری تولید می‌کنند. امروزه کاربران این رسانه تنها افراد دارای مشکلات خوانشی (نابینا و کم‌بینا) نیستند، بلکه هر فرد علاقه‌مند به مطالعه، می‌تواند مخاطب کتاب گویا باشد. مزایا و قابلیت‌های کتاب گویا برای افراد، امکان مطالعه در زمان‌هایی را فراهم می‌کند که در آن قادر به مطالعه کتاب چاپی یا انواع بصری کتاب‌های الکترونیک نیستند. در این پژوهش پس از بررسی منابع و آمارهای موجود، چستی کتاب گویا، انواع آن، تاریخچه و سیر ظهور آن بررسی شده و در ادامه، مزایا و قابلیت‌های این قالب برای گروه‌های مختلف کاربران مورد تحلیل قرار گرفته است.

### کلیدواژه‌ها:

کتاب گویا، مزایای کتاب گویا، کاربران کتاب گویا

### مقدمه

در عصر حاضر، تعاریف مرتبط با حوزه کتاب و نشر همچون بسیاری از مفاهیم دیگر دستخوش تغییر و تحول شده‌اند و مطالعه، شیوه‌ها و اشکال گوناگونی به خود گرفته است. دلیل آن، دگرگونی خواسته‌های مصرف‌کنندگان با پیشرفت تکنولوژی است. به سبب گرایش انسان معاصر به استفاده از انواع ابزارها و مصادیق فن‌آوری، کتاب نیز باید پاسخگوی این گوناگونی درخواست‌ها باشد و در راستای رسیدن به این هدف، از شیوه‌های جدید بهره برد.

امروزه کتاب الکترونیک، نشر الکترونیک و شیوه‌های جدید عرضه کتاب، بخش عمده‌ای از بازار چاپ و نشر را متوجه خود کرده است و ما شاهد فراتر رفتن کتاب از ساحت سنتی نشر و حضور آن در عرصه‌های مختلف و متنوع الکترونیک هستیم که یکی از آن‌ها قالب کتاب گویا است. کتاب گویا یکی از بازنمون‌های رواج مطالعه به شیوه نوین است.

معادل الکترونیکی کتاب‌های چاپی (کتاب الکترونیکی) را مدت‌های مدیدی است که در اطراف خود می‌بینیم و در حال حاضر، اسناد چندرسانه‌ای هر روز محبوبیت بیشتر و بیشتری کسب می‌کنند. نوع گفتاری، یا شنیداری و یا صوتی این کتاب‌ها نیز بالطبع به طور مداوم، در حال کسب محبوبیت است. تا چند سال پیش، تولید کتاب‌های گویا به عنوان سرویسی حمایتی، منحصر به افراد دارای اختلال خواندن بود، اما امروزه توجه و علاقه تجاری در حال رشد و با سرعت بالا در رابطه با این محصول (کتاب گویا) دیده می‌شود (انگن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸: ۲۸۴-۲۹۰).

کتاب‌های گویا، به‌ویژه در نوع دیجیتالی، در حال تبدیل شدن به بخش محبوب کاربران کتابخانه‌ها نیز هستند. دلایل بسیاری برای این محبوبیت وجود دارد. به گفته پیترز<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) یکی از دلایل احتمالی این است که تقاضا برای کتاب‌های گویا بخشی از تقاضای بزرگ‌تر یعنی دسترسی به محتوای قابل پخش در رسانه‌های قابل حمل است. استفاده از این دستگاه‌ها به طور شگفت‌آوری گسترش یافته است به گونه‌ای که در طول تعطیلات سال ۲۰۰۵، پخش‌کننده ام. پی. تری<sup>۴</sup> قابل حمل بیشترین چیزی بود که مردم به یکدیگر هدیه دادند.

در سال ۲۰۰۶، نیز ۳،۷ میلیون پخش‌کننده ام. پی. تری در بریتانیا وجود داشت. تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند که در سال ۲۰۱۰ حدود ۵۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان دستگاه پخش موسیقی قابل حمل داشته باشند (روبری<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸). حال که صدها میلیون نفر در جهان مجهز به این نوع از پخش‌کننده‌ها هستند، تلاش برای یافتن محتوای متناسب با این ابزار، قانع‌کننده به نظر می‌رسد. کتاب‌های گویا نیز بخشی از محتوای این نوع رسانه‌ها را می‌سازند. مراکز تخصصی بسیاری در جهان، در حال تولید کتاب‌های گویا هستند چون بسیاری از گروه‌های تجاری به این موضوع پی برده‌اند که بازار پررونقی برای این محصول وجود دارد و مردم بیشتر از گذشته به استفاده از آن در اوقات فراغت خود، گرایش پیدا کرده‌اند و گوش دادن به کتاب به جای خواندن آن در حال گسترش یافتن است. برخی از شرکت‌ها ادعا می‌کنند که در حال حاضر ده‌ها هزار عنوان در قالب گویا در فهرست خود دارند. چندین گروه تجاری که برخی از آن‌ها با ناشران سنتی در ارتباط هستند و برخی به طور کاملاً مجزا به تازگی ظهور کرده‌اند، در این زمینه مشغول فعالیت هستند (انگن، ۲۰۰۸: ۲۸۴-۲۹۰).

ای. پی. ای.<sup>۶</sup> (۲۰۰۸) در تحقیقی نشان داد که ۲۸ درصد از افراد بالغ مورد بررسی، دست‌کم به یک کتاب گویا در سال گذشته گوش داده‌اند و این نشان‌دهنده رشد سه‌درصدی استفاده از این رسانه صوتی در میان کاربران است. فروش کتاب گویا نیز در این سال نسبت به سال گذشته ۱۲ درصد افزایش داشت. میزان فروش در این سال، چیزی حدود ۱,۰۳۳,۷۶۰,۰۰۰ دلار تخمین زده شده است.

شاید به همین دلیل بود که در سال ۲۰۰۶، دامیان هورنر<sup>۷</sup> مشاور بازاریابی، در بیان دیدگاه

خود برای بوکسلر<sup>۸</sup>، به شکلی آینده‌نگرانه این سؤال را مطرح کرد که آیا ناشران به اشتباه به جای کتاب گویا منابع خود را به کتاب الکترونیکی اختصاص داده‌اند و آیا توجه بیشتر به 'e-book' نسبت به 'a-book' اشتباه است؟

آیا همه ما در راه اشتباه هستیم؟ هر کس در رابطه با کتاب الکترونیکی با نوعی وسواس برخورد می‌کند، درحالی‌که آینده بازار انبوه کتاب، کاملاً در جای دیگری است. آیا بزرگ‌ترین تأثیر فن‌آوری، تولد دوباره‌ی چیزی خواهد بود که در سراسر این سال‌ها وجود داشته است - کتاب گویای فروتن و بسیار فراگیر؟" (روبری، ۲۰۰۸: ۵۸-۷۹).

فصلنامه نقدکتاب

اطلاع‌رسانی  
و ارتباطات

سال اول، شماره ۱ و ۲  
بهار و تابستان ۱۳۹۳

۲۷۳

## کتاب گویا چیست؟

برای روشن‌تر شدن تصویر کتاب گویا در ذهن کاربران، نیاز است که تعاریف این رسانه از دیدگاه متخصصان، صاحب‌نظران و ذی‌نفعان ارائه شود. در این جا چندین تعریف از کتاب گویا (اعم از واژه‌نامه‌ای و مفهومی) آورده می‌شود.

کتاب گویا تلفیقی است از متن کتاب و صدای خوانده 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 موسیقیایی و صوتی نیز استفاده می‌شود و گاهی تنها صدای گوینده یا گویندگان شنیده می‌شود (ایروین، ۲۰۰۹: ۳۵۸-۳۶۸).

ریتز (۲۰۰۴) در واژه‌نامه پیوسته کتابداری و اطلاع‌رسانی،<sup>۱۰</sup> مقابل واژه کتاب گویا این‌گونه آورده است: کتابی که با صدای بلند خوانده می‌شود و بر روی نوار و یا سی دی ضبط می‌گردد و معمولاً این کار را یک بازیگر، گوینده حرفه‌ای یا نویسنده کتاب انجام می‌دهد. این کتاب‌ها در اصل برای افرادی تولید می‌شوند که مشکلات بینایی دارند، اما بازار کتاب‌های گویا گسترده‌تر شده است، مثلاً افرادی که پیاده‌روی می‌کنند و دوست دارند در حین انجام تمرینات خود به این کتاب‌ها گوش دهند، کسانی که ساعات طولانی را در سفر می‌گذرانند، افراد بی‌سواد و یا دارای مشکلات خوانشی (کم‌سواد) و عده‌ای که گوش دادن به کتاب‌ها را به خواندن ترجیح می‌دهند. در واژه‌نامه آکسفورد (۲۰۱۲) درباره کتاب گویا آمده است: یک کتاب، به‌طور معمول رمان، که خوانده و بر روی سی دی یا نوار کاست ضبط می‌شود.

در دانشنامه آزاد «ویکی‌پدیا» (۲۰۱۲) 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 گاهی به صورت نمایشنامه بازی می‌شود. کتاب گویا ممکن است با موسیقی یا افکت‌های صدایی همراه باشد. گاهی نویسنده با صدای خودش کتاب را می‌خواند و گاهی گویندگان حرفه‌ای این کار را انجام می‌دهند.

پیترز (۲۰۰۷) در تعریف کتاب گویا گفته است: «کتاب‌های گویا آثار داستانی، غیرداستانی، شعر و درام هستند که مخاطب به جای خواندن به شیوه بصری، به آن‌ها گوش می‌دهد».

بنا به تعریف انگلن (۲۰۰۸) کتاب گویا که گاهی «کتاب گفتاری»<sup>۱۱</sup>، «کتاب سخنگو»<sup>۱۲</sup> و یا «کتاب روایت شده»<sup>۱۳</sup> نیز نامیده می‌شود، متن کتابی است که با صدای بلند خوانده و ضبط

شده است.

فورینی<sup>۱۴</sup> (۲۰۰۸) کتاب گویا را بازنمود شفاهی یک کتاب نوشته شده می‌داند. بنا بر تعریف اینگلینگ<sup>۱۵</sup> (۱۹۹۸) کتاب گویا نوار کاست ضبط شده از یک کتاب است که معمولاً یک نفر یا گاهی دو نفر یا بیشتر آن را قرائت کرده‌اند.

مکتبی فرد (۱۳۸۴) هدف از تولید 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، میان کتاب گویا و یک نمایش نامه رادیویی و یا نوار قصه، تفاوت‌های اساسی وجود دارد؛ زیرا معمولاً کتاب گویا را یک نفر می‌خواند که لحن او نیز چندان احساساتی نیست و بیشتر به کتاب خوانی با صدای بلند شبیه است.

درواقع می‌توان گفت: کتاب گویا محتوای یک کتاب است که به کمک عنصر روایت به شکل صوتی درآمده و بر روی قالبی عرضه می‌شود که قابل اجرا در یکی از دستگاه‌های پخش صوتی باشد و از طریق گوش دادن بتوان آن را مطالعه کرد و به محتوای کتاب پی برد.

البته این قالب تنها مورد استفاده افراد نابینا، کم‌بینا و دارای معلولیت قرار نمی‌گیرد و کاربران این محصول رو به افزایش هستند و همین مسئله موجب می‌شود تا نتوان مزایا و قابلیت‌های آن را نادیده گرفت.

## تاریخچه

درباره چگونگی ظهور و پیشرفت کتاب‌های گویا، دو دیدگاه قابل بررسی است: بر اساس یک دیدگاه، کتاب گویا نخستین بار در پاسخ به نیاز نابینایان تهیه شد، اما به دلیل جذابیت، مورد استقبال عموم مردم قرار گرفت. نخستین بار، ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۳۱ م. این نوع کتاب‌ها را برای نابینایان با عنوان «پروژه کتاب برای افراد نابینا»<sup>۱۶</sup> مطرح کرد و اولین کتاب گویا در سال ۱۹۳۲ م. تولید شد.

در همان زمان و در نقطه جغرافیایی دیگری، موسسه ملی سلطنتی برای نابینایان<sup>۱۷</sup> (در بریتانیا) تهیه کتاب‌های گویا را برای سربازانی که در جنگ جهانی اول آسیب دیده و دچار نابینایی یا کم‌بینایی شده بودند، در دستور کار خود قرار داد و اولین این کتاب‌ها در سال ۱۹۳۵ بین این افراد توزیع شد (روبری، ۲۰۰۸).

اما در دیدگاه دوم، عده‌ای کتاب‌های گویا را ادامه سنت دیرینه قصه‌گویی و نقلی می‌دانند مانند ایلپاد و ادیسه هومر، بیوولف<sup>۱۸</sup> و شاهنامه فردوسی. این سنت تا امروز به شیوه‌های مختلف ادامه داشته و به نظر این گروه، موج جدید علاقه به کتاب‌های گویا به نوعی احیای این سنت است (ایروین، ۲۰۰۹).

ادامه این سنت در عصر ویکتوریایی<sup>۱۹</sup> و در پیوند میان علائق مطالعاتی مردم و خواندن با صدای بلند در جمع دیده می‌شود. زمانی که نویسندگان بزرگی چون چارلز دیکنز<sup>۲۰</sup> و مارک تواین<sup>۲۱</sup> نیز آثار خود را در اماکن عمومی مانند کافه‌ها با صدای بلند برای مردم می‌خواندند؛ در همان دوره‌ای که بریتانیایی‌ها تبدیل به ملتی کتاب‌خوان شدند. با این دیدگاه، کتاب‌های گویای جدید را می‌توان ادامه روش‌های قدیمی خواندن دانست به‌ویژه خواندن با صدای بلند

همراه با برانگیختن تخیل که در عصر ویکتوریایی رایج بوده است. (روبری، ۲۰۰۸). بسیاری از دانشمندانی که در مجالس داستان خوانی عمومی دیکنز شرکت می‌کردند، علاقه‌های علمی خود را به تجربه خواندن با صدای بلند دوران کودکی در میان اعضای خانواده نسبت می‌دهند. شاید به این دلیل است که هیچ‌کس تا به حال یکی از آثار دیکنز را اولین بار نخوانده بلکه پیش از اینکه داستان را بخواند، آن را شنیده است.

ادیسون<sup>۲۲</sup> نیز در معرفی اختراع خود یعنی دستگاه گرامافون، به ضبط کتاب‌های حجیم بر روی دیسک اشاره کرده است و استفاده از آن‌ها در مکان‌های گوناگون برای طیفی از افراد که به کتاب‌های سنتی علاقه‌مند نبودند (روبری، ۲۰۰۸).

از نظر ادیسون «کتاب‌های گرامافون»<sup>۲۳</sup> یک گام اجتناب‌ناپذیر در فرایند گوش دادن از طریق اختراع وی بودند: «از مزایای استفاده از این کتاب‌ها می‌توان به کاربرد آن‌ها در جایی اشاره کرد که هیچ تصویری از خواندن در آن نمی‌شود. این محصول به‌زودی در میان بازار هدف مانند افراد گرفتار در حمل‌ونقل عمومی گسترش می‌یابد» (روبری، ۲۰۰۸).

همچنین تلاش‌های جی. پی. هارینگتون<sup>۲۴</sup> (انسان‌شناس) در سال ۱۹۳۳ م؛ و ضبط داستان‌های شفاهی آمریکای شمالی، از اولین اقدامات برای تولید کتاب‌های گویاست. هارینگتون سراسر آمریکای شمالی را برای ثبت تاریخ شفاهی قبایل بومی آمریکا رانندگی کرد و این داستان‌ها را با استفاده از باطری ماشین بر روی دیسک‌های آلومینیومی ضبط کرد. (ای. پی. ای. ۲۰۰۵).

در اقدامی دیگر در سال ۱۹۵۲ م. باربارا کوهن<sup>۲۵</sup> و ماریان رونی<sup>۲۶</sup> از دیلن توماس<sup>۲۷</sup> یکی از برجسته‌ترین و تأثیرگذارترین شاعران آن زمان، برای ضبط صدای خود بر روی نوارهای کاست دعوت کردند (ای. پی. ای. ۲۰۰۵). ضبط کلمات به صورت گفتاری تا آن زمان تقریباً بی‌سابقه بود. کوهن و رونی می‌دانستند که اشعار توماس تکان‌دهنده، پویا و بااهمیت‌اند و هدفشان حفظ صدای چنین شاعری بود؛ اما این کار با وعده هدیه نقدی به مبلغ قابل توجه و اصرار و پافشاری زیاد انجام گرفت. توماس در آن جلسه تعدادی از اشعار خود از جمله «کریسمس یک کودک در ولز» را اجرا کرد که یکی از تأثیرگذارترین و شناخته‌شده‌ترین اشعارش بود. از این اثر در حال حاضر به‌عنوان یکی از نخستین نمونه‌های مناسب یک نثر شفاف نام برده می‌شود (ای. پی. ای. ۲۰۰۵).

## انواع کتاب‌های گویا

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

## قالب

• نوار کاست یکی از قدیم‌ترین قالب‌های عرضه کتاب گویاست که خرید و فروش آن در سال‌های اخیر روند رو به کاهش داشته است. نتایج بررسی فروش کتاب گویا در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۷ نشان می‌دهد که تنها ۳ درصد از میزان کل فروش این محصول به نوار کاست اختصاص دارد که در مقایسه با ۴۵ درصد در سال ۲۰۰۳، روند کاهشی قابل

توجهی را نشان می‌دهد (ای. پی. ای. ۲۰۰۸).

متداول‌ترین قالب عرضه کتاب گویا، دیسک فشرده (CD) است که براساس نتایج بررسی فروش در سال ۲۰۰۳، ۴۵ درصد از بازار کتاب‌های گویا را به خود اختصاص داده بود و در سال ۲۰۰۷، فروش آن به ۷۸ درصد رسید که نشان‌دهنده رشد قابل توجه استفاده از این قالب در میان کاربران است؛ اما از سال ۲۰۰۸ و با میزان ۷۲ درصد از مجموع فروش، رفته رفته این قالب نیز با کاهش استفاده روبرو شده است (ای. پی. ای. ۲۰۰۸).

• یکی دیگر از انواع قالب‌های عرضه کتاب گویا، فرمت فایل صوتی قابل دانلود<sup>۲۸</sup> است که در این سال‌ها روند رو به افزایش داشته و با اتخاذ فن‌آوری‌های جدید توسط کاربران متداول شده است. شاید دلیل این امر، رواج استفاده از دستگاه‌های پخش‌کننده قابل حمل مانند دستگاه پخش‌کننده ام. پی. تری به طور گسترده در میان مردم باشد. دانلود کتاب‌های گویا در سال ۲۰۰۸ میزان ۲۱ درصد از بازار مصرف‌کننده را به خود اختصاص داد که در مقایسه با ۶ درصد در سال ۲۰۰۴، 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 غیرقابل تکثیر و بهره‌برداری غیرمجاز است؛ مانند فایل صوتی غیر قابل دانلود که تنها می‌توان تحت وب به آن‌ها گوش داد<sup>۲۹</sup>؛ 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 فن‌آوری 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، درحالی‌که دومی می‌تواند کتاب گویا را در هر کجا و هر زمان که می‌خواهد با قیمت پایین‌تر از هر قالب دیگر کتاب‌های گویا، بخرد و دانلود کند.

## ویرایش

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

بر اساس بررسی، در سال ۲۰۰۸ عناوین مشروح کتاب گویا ۸۵ درصد از فروش این محصول را نشان می‌دهد، درحالی‌که خرید و فروش کتاب‌های گویا خلاصه نشان‌دهنده ۱۳ درصد از فروش است. (ای. پی. ای. ۲۰۰۸).

## سبک

دو گونه کلی کتاب گویا بر اساس سبک عبارت‌اند از گونه داستانی و گونه غیر داستانی. بر اساس بررسی فروش در سال ۲۰۰۶، فروش گونه داستانی ۷۳ درصد و غیرداستانی ۲۷ درصد از کل بوده است. (ای. پی. ای. ۲۰۰۷).

روایت (صدای انسان در مقابل صدای مصنوعی)

تفاوت مهم میان کتاب‌های گویا به نوع صدای سازنده آن است: روایت توسط انسان یا ماشین (صدای مصنوعی)؟

تقریباً بر سر این نکته توافق وجود دارد که حتی با وجود پیدایش نرم‌افزارهای پیشرفته تبدیل متن به گفتار<sup>۲</sup> با کیفیت بسیار خوب، صدای انسان برای روایت بسیار دلپذیرتر از صدای مصنوعی است، برای برخی از برنامه‌های کاربردی، استفاده از چنین نرم‌افزارهای تبدیل الکترونیکی امکان‌پذیر است. به‌عنوان مثال در پروژه گفتاری روزنامه فلاندرز<sup>۳</sup> با پوشش متن کامل همه مقالات، اما برای گوش دادن به یک رمان و یا داستان کوتاه به قصد تفریح و سرگرمی صدای دلنشین راوی انسانی عاملی ترغیب‌کننده محسوب می‌شود.

### نحوه تعامل

بر اساس نوعی دیگر از طبقه‌بندی، کتاب گویا به دو دسته تعاملی و غیر تعاملی تقسیم می‌شود.

برخلاف کتاب‌های گویای غیرتعاملی که شنونده کتاب به صورت منفعل عمل می‌کند و تنها می‌تواند به داستانی گوش کند که از قبل ساخته شده و یک سیر خطی ثابت را دنبال می‌کند، در کتاب گویای تعاملی، داستان را به قطعات مختلف تقسیم می‌کنند و به کاربر اجازه می‌دهند تا به منظور توسعه شخصی خط داستان، از یک قطعه به قطعه دیگر 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: ۲۳-۳۹)

### کاربران

کاربران کتاب گویا شامل آحاد مختلف مردم با ویژگی‌های مختلف هستند. به نظر فورینی (۲۰۰۸) این افراد از کتاب‌های گویا استفاده می‌کنند چون می‌توانند در حال انجام فعالیت‌های دیگر، کتاب بخوانند؛ کتاب‌های گویا، ابزار سرگرمی برای خانواده‌ها در حین رانندگی و ابزار کمک‌آموزشی برای معلمان در کلاس هستند؛ دانشجویان و مسافران از انعطاف‌پذیری و قابلیت دانلود و استفاده از کتاب‌های گویا در دستگاه‌های پخش قابل حمل، لذت می‌برند. در میان کاربران کتاب گویا افزون بر کسانی که از کتاب‌های چاپی نیز استفاده می‌کنند، کاربرانی قرار دارند که به‌طور ویژه مخاطبان کتاب‌های گویا هستند. این افراد را می‌توان در چند گروه دسته‌بندی کرد:

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

کاربران نابینا، کم‌بینا و دارای اختلال در استفاده از کتاب چاپی، کاربران سنتی کتاب‌های گویا هستند. این دو گروه شامل افراد مبتلا به اختلالات بینایی و افراد دارای محدودیت‌های فیزیکی دیگر هستند. برای بسیاری از خوانندگان، مانند اغلب افراد مبتلا به درد و ورم مفاصل یا دیگر مشکلات مربوط به قدرت و توانایی دست‌ها، مچ‌ها و بازوها، نگاه داشتن یک جسم برای مدت طولانی که لازمه خواندن بصری است ناراحت‌کننده و یا غیرممکن است (پیترز، ۲۰۰۷). کتاب گویا برای این افراد می‌تواند گزینه مناسبی باشد.

• فراگیرندگان زبان دوم، دانش‌آموزان، افراد کندخوان و خوانندگان بی‌میل فراگیرندگان زبان دوم می‌توانند با گوش دادن به کتاب‌های گویا، با تلفظ صحیح متن مورد مطالعه آشنا شوند. کتاب‌های گویا برای کندخوانان و افراد بی‌میل به مطالعه در تمام سنین می‌توانند مشوق مطالعه باشند. لین وب<sup>۳۲</sup> و نادین مایر<sup>۳۳</sup>، در تحقیقی نشان دادند که کتاب‌های گویا می‌توانند برای تشویق خوانندگان آهسته و بی‌میل مورد استفاده قرار گیرند. بر اساس نتایج این تحقیق، دانش‌آموزان بی‌میل به مطالعه نسبت به کتاب‌های گویا علاقه بیشتری نشان دادند.

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. افزون بر این، تحقیقات ای. پی. ای. (۲۰۰۵) نشان می‌دهد که گوش دادن به کتاب‌های گویا درک از خواندن، روان خواندن، اکتساب زبان و توسعه واژگان را بهبود می‌بخشد.

• افراد با دست‌های آلوده و یا مشغول

افرادی که به دلیل نوع شغلشان دست‌های آلوده یا چرب دارند، نمی‌توانند کتاب بخوانند، حتی قادر به انجام این کار در فاصله بیکاری خود نیستند مانند کشاورزان، باغبانان، مکانیک‌های خودرو و نانوایان. کتاب‌های گویا می‌تواند برای این افراد بسیار مفید و جذاب باشد. زمانی که فردی 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 است (پیترز، ۲۰۰۷).

#### • کاربران حریص و مشتاق کتاب

بررسی انجمن ناشران کتاب گویا درباره مصرف‌کنندگان در سال ۲۰۱۰، نشان داد که شنوندگان کتاب گویا مشتاق‌تر از خوانندگان کتاب‌های چاپی هستند. شنوندگان مکرر کتاب‌های گویا (کسانی که در یک سال به چهار کتاب گویا یا بیشتر گوش داده‌اند) به‌طور متوسط ۱۵ کتاب در سال گذشته خوانده‌اند، این رقم در مقایسه با ۶ کتاب خوانده شده توسط افرادی است که به کتاب‌های صوتی گوش نمی‌کنند (ای. پی. ای. ۲۰۱۰). همچنین بررسی استفاده از سرویس کتاب گویای دیجیتال در نه ایالت (کالیفرنیا<sup>۳۴</sup>، کلرادو<sup>۳۵</sup>، دلاور<sup>۳۶</sup>، ایلینوی<sup>۳۷</sup>، ماساچوست<sup>۳۸</sup>، نیوهمپشایر<sup>۳۹</sup>، اوهایو<sup>۴۰</sup>، اورگان<sup>۴۱</sup> و تگزاس<sup>۴۲</sup>) آمریکا، نشان داد که متوسط تعداد کتاب‌های گویای مورد استفاده کاربران فعال (که حداقل یک عنوان در ماه امانت می‌گیرند)، برای نه ماه اول سال ۲۰۰۶، در محدوده بین ۳،۳۲ و ۳،۹۰ در ماه بوده است. اگر حجم متوسط هر کتاب گویا حدود ده ساعت باشد، کاربران به‌طور متوسط بین ۳۳ تا ۳۹ ساعت در ماه را صرف گوش دادن به کتاب‌های گویا می‌کنند.



## ویژگی‌های کاربران کتاب گویا

در نظرسنجی که انجمن ناشران کتاب‌های گویا در سال ۲۰۱۰ انجام داد (ای. پی. ای. ۲۰۱۰)، ویژگی‌هایی برای کاربران کتاب‌های گویا ارائه شد که در اینجا به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

- کاربران کتاب‌های گویا نسبت به کاربران دیگر رسانه‌ها، تحصیلات بالاتری دارند. ۲۱٪ آنان فارغ‌التحصیل مقاطع تحصیلات تکمیلی هستند که این میزان، دو برابر بیشتر از کسانی است که از کتاب گویا استفاده نمی‌کنند.
  - افرادی که به کتاب‌های گویا گوش می‌دهند نسبت به دیگران درآمد بالاتری دارند. این افراد دارای درآمد متوسط حدود ۵۶,۰۰۰ دلار هستند که از متوسط درآمد دیگران - ۴۳,۰۰۰ دلار - بیشتر است.
  - تقریباً یک چهارم (۲۳٪) شنوندگان کتاب‌های گویا ۱۸ تا ۲۴ سال دارند و احتمال آن که از یک خرده‌فروشی، برخط و یا فروشگاه برخط دیجیتال، کتاب گویا بخرند دو برابر بیشتر است.
  - اشتیاق شنوندگان کتاب‌های گویا بیشتر از کاربران کتاب‌های چاپی است. ۹۰ درصد شنوندگان کتاب گویا دست‌کم یک کتاب و شنوندگان فعال تر به طور متوسط ۱۵ کتاب در سال خوانده‌اند.
  - تقریباً نیمی از این افراد (۴۵٪) که کودکان زیر ۱۸ سال داشتند، گزارش داده‌اند که فرزندان‌شان به کتاب‌های گویا گوش می‌دهند و ۴۹ درصد از شنوندگان کتاب‌های گویا احساس می‌کنند عشق فرزندان‌شان به خواندن کتاب افزایش یافته است. به گفته ۵۹ درصد گوش دادن به کتاب‌های گویا آن‌ها را با کتاب‌هایی آشنا می‌کند که در غیر این صورت ممکن بود، هرگز آن‌ها را نخوانند.
- همچنین انجمن ناشران کتاب گویا در سال ۲۰۰۵، در یک نظرسنجی درباره فروش کتاب‌های گویا بین سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۳ (ای. پی. ای. ۲۰۰۵) در رابطه با کاربران کتاب گویا به این نکات اشاره کرده است:
- یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر فروش کتاب گویا، به معنای واقعی کلمه، رانندگی است. آمریکایی‌ها در هر سال ۵۱,۳ میلیارد سفر بین خانه و محل کار خود انجام می‌دهند و بیشترین کاربرد کتاب گویا استفاده از آن در خودرو است.
  - بهترین مشتریان کتاب گویا، بهترین مشتریان کتاب‌های چاپی نیز هستند؛ خوانندگان مشتاقی که وقتی چشمان‌شان در حال انجام کار دیگری است، از کتاب‌های گویا استفاده می‌کنند.
  - بررسی بازار در سال ۲۰۰۲، نشان داد ۷۱ درصد از پاسخ‌دهندگان، در سفرهای طولانی با خودرو به کتاب‌های گویا گوش داده‌اند.

## قابلیت و مزایا

عوامل بسیاری در محبوبیت و موفقیت کتاب‌های گویا در جذب مخاطب تأثیرگذارند. به همین دلیل امروزه شاهد اقبال بیشتر جامعه به این محصول هستیم و بسیاری از افراد،

علاقه‌مند به مطالعه از طریق کتاب‌های گویا هستند تا بتوانند از قابلیت‌های آن بهره‌مند شوند. در اینجا به برخی از این مزایا اشاره می‌شود:

- تناسب با شیوه زندگی: کتاب‌های گویا درخور سبک زندگی فعال و پرجنب‌وجوش امروزی هستند. خوانندگان مشتاق، اذعان دارند که گوش دادن به کتاب گویا از نشستن و خواندن بصری یک کتاب چاپی، برایشان بسیار راحت‌تر است (پیترز، ۲۰۰۷)، آن‌ها می‌توانند هنگام پیاده‌روی، ورزش، انتظار در ایستگاه اتوبوس و یا مترو، پیش از خواب در رختخواب و حین استراحت از کتاب‌های گویا استفاده کنند. افزون بر این، بسیاری از مردم، مانند رانندگان و کسانی که به فراخور شغلشان مجبور به انجام سفرهای زیاد یا طولانی هستند، می‌توانند درحالی‌که چشمان خود را به جاده دوخته‌اند به کتاب‌های گویا نیز گوش کنند. کتاب‌های گویا برای این افراد یک تجربه صوتی لذت‌بخش و در دسترس است.
- سهولت دسترسی و استفاده: هرروز به تعداد کاربران علاقه‌مند به دانلود کتاب گویا از اینترنت افزوده می‌شود. بدین گونه و با امکان دسترسی آبی به منابع بدون محدودیت زمانی و مکانی، کاربران می‌توانند کتاب‌های گویا را به راحتی دانلود کنند و به دستگاه پخش صوت انتقال دهند.
- سرعت دسترسی: انتخاب یک کتاب گویا، دانلود آن از اینترنت و انتقال آن به دستگاه پخش قابل حمل، تنها در چند دقیقه - بسته به سرعت اینترنت و حجم کتاب - می‌تواند انجام شود.
- انطباق با انواع رسانه‌ها: کتاب‌های گویا به خوبی با انواع دیگر محتوای فرهنگی، آموزشی و سرگرمی تناسب دارند. براساس بررسی‌های صورت گرفته، برای بسیاری از افراد امکان نصب و استفاده هر دو نوع فایل صوتی کتاب‌های گویا و موسیقی بر روی یک دستگاه پخش قابل حمل فراهم است بنابراین آن‌ها برای استفاده از کتاب گویا به رسانه جداگانه نیاز ندارند. محبوبیت بی‌سابقه کتاب‌های گویا می‌تواند به علت سهولتی باشد که در حال حاضر مردم را قادر به انجام مطالعه از طریق گوش دادن به دستگاه‌های قابل حمل (به‌عنوان مثال، پخش‌کننده ام پی تری، آی پاد، سونی واکمن و یا حتی دستگاه پخش اتومبیل و تلفن همراه) کرده است (روبری، ۲۰۰۸).
- محرمانه بودن: هنگام استفاده از گوشی، هیچ‌کس نمی‌داند که فرد در حال گوش دادن به چه چیزی است. آن مطلب می‌تواند یک اثر فاخر ادبیات کلاسیک باشد یا اطلاعات در حوزه‌ای که در میان گذاشتن آن با دیگران سبب خجالت او می‌شود. این قابلیت کتاب گویا، درواقع نوعی احساس امنیت برای کاربر ایجاد می‌کند تا بدون هیچ دغدغه‌ای مطالب مورد علاقه خود را مطالعه کند.
- بی‌نیازی از مراجعه به کتابخانه یا کتاب‌فروشی: دسترسی آسان به کتاب دلخواه بدون مراجعه به کتابخانه یا کتاب‌فروشی، رضایت‌خاطری به همراه دارد که نمی‌توان آن را دست‌کم گرفت. شاید یکی از دلایل کاهش رغبت افراد به مطالعه، بعد مکانی،

محدودیت زمانی و نداشتن وقت کافی برای مراجعه به کتابخانه یا کتاب فروشی باشد.

- روایت به عنوان شکلی از هنر: کتاب‌های گویا در مقایسه با کتاب‌های چاپی ارزش افزوده‌ای دارند که نامش «روایت» است. راوی کتاب گویا در کیفیت ارائه محتوای کتاب و چگونگی تجربه کاربر از گوش دادن به آن، نقش مهمی دارد. بنا به گفته برکی<sup>۴۳</sup> (۲۰۰۷) آنچه اساس سنجش کیفیت کتاب گویا را شکل می‌دهد، روایت است. صدای نویسنده کتاب از طریق راوی به گوش شنونده می‌رسد. همان‌طور که گفته شد معمولاً یک یا چند گوینده راوی کتاب گویا. این گوینده (گویندگان) می‌تواند یک صدایشه حرفه‌ای، یک هنرپیشه تئاتر یا سینما، یک چهره مشهور و محبوب و گاهی خود نویسند باشد. به‌طور خاص، برای کتاب گویا، عملکرد راوی و یا تیم روایت تقریباً به اندازه عملکرد نویسند کتاب چاپی اهمیت دارد. یک 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 سازد (پیترز، ۲۰۰۷). کاربران نشان داده‌اند که نسبت به عنصر روایت در کتاب‌های گویا حساسیت ویژه‌ای دارند. تأثیر عنصر روایت بر بازار کتاب‌های گویا تا اندازه‌ای است که ناشران و شرکت‌های بزرگ و معروف تولیدکننده کتاب گویا مانند آدیبل<sup>۴۴</sup> به استفاده از هنرپیشه‌های مشهور هالیوود برای روایت کتاب‌های گویا آورده‌اند و اقدام به عقد قراردادهای پرهزینه با این افراد می‌کنند.

فصلنامه نقدکتاب

اطلاعات  
ارتباطات

سال اول، شماره ۱ و ۲  
بهار و تابستان ۱۳۹۳

۲۸۱

## جمع‌بندی

هدف این نوشتار آشنایی بیشتر مخاطبان با کتاب گویا، معرفی انواع کتاب گویا و قابلیت‌های آن برای کاربران و مزایای استفاده از این رسانه برای کاربران و علاقه‌مندان به کتاب و کتاب‌خوانی بود. از تعاریف موجود درباره کتاب گویا چنین برمی‌آید که این نوع کتاب‌ها در میان گروه‌های مختلف کاربران، مخاطبان خاص خود را دارند و از محبوبیت فزاینده‌ای برخوردارند. بسیاری از محدودیت‌های زمانی و مکانی که برخی کاربران در مواجهه با کتاب‌های چاپی با آن روبرو می‌شوند، با استفاده از کتاب گویا از بین می‌روند. کتاب گویا با افزایش علاقه به مطالعه در میان کودکان، کندخوانان و افراد بی‌علاقه به خواندن و کمک به بهره‌گیری از اوقات ناکارآمد یا به عبارتی زمان‌های «مرده» افراد سبب افزایش سرانه مطالعه در جوامع امروزی شده است؛ جوامعی که به اقتضای شرایط، نیازمند آن هستند که شیوه‌های نوینی در ارائه کتاب به آنان به کار برده شود و مطالعه در آن‌ها، شکلی متفاوت و متناسب با شرایط موجود به خود بگیرد.

## پی‌نوشت

1. Audio Book
2. Engelen

3. Peters
4. MP3
5. Rubery
6. Audiobook Publisher's Association (APA)
7. Damian Horner
8. Bookseller
9. Irwin
10. Online Dictionary for Library and Information Science (ODLIS)
11. Spoken books
12. Talking books
13. narrated books
14. Furini
15. Yingling
16. National Library Service for the Blind and Physically Handicapped (NLS)
17. Royal National Institute of Blind People (RNIB)

۱۸. Beowulf. داستانی حماسی از سرزمین اسکاندیناوی در مورد هیولای قدرت که به شکل زنی زیبا ظاهر شده و مردان را با وعده قدرت فریب می‌دهد.

۱۹. Victorian Age. دوران ۶۴ ساله سلطنت ملکه ویکتوریا در تاریخ انگلستان به عصر ویکتوریا شهرت دارد؛ که همزمان بود با دوره اوج انقلاب صنعتی و به اوج رسیدن گستره مستعمرات انگلستان در سطح جهان.

۲۰. Charles Dickens. ۷ فوریه ۱۸۱۲ - ۹ ژوئن ۱۸۷۰. برجسته‌ترین رمان‌نویس انگلیسی عصر ویکتوریا. خالق آثاری چون آرزوهای بزرگ، دیوید کاپرفیلد، الیور توئیست، سرود کریسمس، داستان دو شهر و ...

۲۱. Mark Twain. سمیوئل لنگهورن کلمنز (Samuel Langhorne Clemens) متولد ۳۰ نوامبر ۱۸۳۵ - درگذشته ۲۱ آوریل ۱۹۱۰ که بیشتر با نام مستعار نویسندگی اش، مارک تواین، شناخته می‌شود. وی نویسنده و طنزپرداز آمریکایی خالق رمان ماجراهای هاکلبری فین و ماجراهای تام سایر است.

22. Thomas Edison
23. Phonographic Books
24. J. P. Harington
25. Barbara Cohen
26. Marianne Roney
27. Dylan Thomas
28. Downloadable
29. Streaming

30. Text To Speech
31. Flanders
32. Lynne Webb
33. Nadean Meyer
34. California
35. Colorado
36. Delaware
37. Illinois
38. Massachusetts
39. New Hampshire
40. Ohio
41. Oregon
42. Texas
43. Burkey
44. Audible

فصلنامه نقدکتاب

اطلاعات  
ارتباطات

سال اول، شماره ۱ و ۲  
بهار و تابستان ۱۳۹۳

۲۸۳

## منابع

- چهرقانی، مریم. (۱۳۹۲). «کتاب گويا، فرصتی دوباره برای آشتی دادن کودک و کتاب». فصلنامه کتاب مهر، ش ۸، صص ۸۲-۱۰۱.
- مکتبی فرد، لیلا (رويا). (۱۳۸۴). «تصویری گويا از کتاب گويا در ایران تعریف و تاریخچه». در پژوهش نامه ادبیات کودک و نوجوان، ش ۴۰، صص ۴۳-۴۹.
- APA. (2005). Audio Publishers Association (APA) Fact Sheet. Available through: [www.audiopub.org/linkedfiles/apa\\_fact\\_sheet.pdf](http://www.audiopub.org/linkedfiles/apa_fact_sheet.pdf)
- APA. (2007). Americans are Turning in to Audio: Audioook Sales on the Rise Nationally. Available through: [www.audiopub.org/PDFs/2007SalesSurveyrelease.pdf](http://www.audiopub.org/PDFs/2007SalesSurveyrelease.pdf)
- APA. (2008). More Americans are all Ears to Audiobooks. Available through: [www.audiopub.org/pdfs/2008%20sales%20consumer%20final.pdf](http://www.audiopub.org/pdfs/2008%20sales%20consumer%20final.pdf)
- APA. (2010). Audiobook Listeners are Affluent, Well-Educated and Avid Book Readers. Available through: [www.audiopub.org/2010ConsumerSurveyreleasefinal.pdf](http://www.audiopub.org/2010ConsumerSurveyreleasefinal.pdf)
- Burkey, M. (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 (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.
- Irwin, W. (2009). Reading Audio Books. *Philosophy and Literature*, 33 (2), 358-368.
- Oxford Dictionary (2012). Audiobook. Available through: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/audiobook?q=audiobook>
- 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*. From: [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.
- Webb, L. Meyer, N. (2006). iPods, Audiobooks, EBooks, and More: Empowering Reading Through. Based on Presentation October 23, 2006 Internet@ Schools West.
- Wikipedia, The free encyclopedia (2012). Audiobook. Available through: <http://en.wikipedia.org/wiki/Audiobook>.
- Yingling, J. (1998). A Study of *Audiobook* Users at the Salem, Ohio Public Library ■