

روش‌های جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی ایران

(بر اساس تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های حمایت شده در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور)

زینب غیوری

دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه الزهراء (س)

و کارشناس اداره کل پژوهش و نوآوری نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

z.ghauri1391@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۱/۳۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۱۳

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف بررسی پایان‌نامه‌های حمایت شده نهاد کتابخانه عمومی کشور برای استخراج و دسته‌بندی راهکارهای ارائه شده در موضوع جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی انجام شده است.

روش: پژوهش حاضر از روش تحلیل محتوای استقرایی بهره گرفته است. جامعه مورد تحقیق در این پژوهش عبارت از ۵۳ پایان‌نامه حمایت شده نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور از سال ۱۳۸۹ تا آخر سال ۱۳۹۳ است. نمونه‌گیری در این پژوهش انجام نگرفته است و تمام ۵۳ پایان‌نامه بررسی گردید.

یافته‌ها: راهکارهای ارائه شده برای جذب مخاطب در دو قالب اصلی سهم کتابدار و سهم سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در جذب مخاطب بررسی شد. سهم کتابدار در جذب مخاطب با ۵ مؤلفه اصلی و ۳۴ مؤلفه فرعی و سهم نهاد با ۸ مؤلفه اصلی و ۴۰ مؤلفه فرعی شناسایی شد. مؤلفه‌های اصلی در سهم کتابدار برای جذب مخاطب شامل خدمات، دسترس‌پذیری، مهارت کتابدار، بازاریابی و ترویج خدمات و نیازسنجی است. مؤلفه‌های اصلی در سهم نهاد برای جذب مخاطب شامل آموزش، کارآفرینی سازمانی، قوانین و مقررات سازمانی، مجموعه‌سازی، طراحی فضای داخلی کتابخانه، تجهیزات کتابخانه، مکان کتابخانه، دیجیتال‌سازی و ایجاد زیرساخت فن‌آوری است.

اصالت/ارزش: ارزش مقاله حاضر در تجمیع و دسته‌بندی مؤلفه‌های اصلی و اثرگذار در جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی است و نشان دادن این موضوع که مسائل سازمانی در جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی اولویت دارند.

کلیدواژه‌ها: جذب مخاطب، حمایت پایان‌نامه، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، کتابخانه‌های عمومی.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; Vol. 23, No.3; Successive No. 90; Fall 2017; Pp. 381-399; Indexed in ISC, SID & MagIran.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی؛ فصلنامه علمی- پژوهشی؛ دوره ۲۳، شماره ۳، پیاپی ۹۰، پاییز ۱۳۹۶ ص ۳۸۱-۳۹۹ نمایه‌شده در ISC, SID و MagIran

مقدمه

جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی طبعاً جزو برنامه‌های اصلی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور است و عمده توجه سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی به جذب مخاطب بیشتر صرف می‌شود. مخاطب داشتن، غایت فرهنگی در نهادهای مخاطب‌محور است و میزان موفقیت آن نهاد را مشخص می‌کند (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱) و وجه تمایز این نهادها و عامل حیاتی موفقیت آنها، در تحقق رشد کاربر است.

مشابه هر سازمان دیگری، نهادهای فرهنگی نیز رقبایی دارند که برای جذب مخاطب و منابع با همدیگر رقابت می‌کنند؛ با این تفاوت که رسالت نهادهای فرهنگی با نهادهای رقیب ممکن است متفاوت باشد. به این ترتیب هرچه یک نهاد فرهنگی در جذب مخاطب به هر دلیل ناموفق باشد، فرصتی برای رقبا فراهم آورده که به همان نسبت مشتریانی جدید برای خود جذب کنند. فعالیت نهادهای فرهنگی رقیب طبیعتاً سطح بهره‌وری فرهنگی و ذائقه مخاطبان را تغییر می‌دهد (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱). بنابراین مورد توجه قرار دادن راهکارهای جذب مخاطب در نهاد فرهنگی مخاطب‌محوری چون کتابخانه عمومی نیز ضرورت دارد، زیرا عدم موفقیت در جذب مخاطب جدید یا عدم موفقیت در نگهداری مخاطب فعلی، به تضعیف سازمان متبوع منتهی می‌شود. برای رسیدن به راه‌حل‌های جذب مخاطب، با توجه به اینکه هدف نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ رساندن کشور در زمره ۱۵ کشور برتر جهان از جهت سرانه فضا، عضو، منابع و امانت کتابخانه‌ای است و با توجه به اینکه کتابخانه‌های عمومی ایران وضعیت نامناسبی در مقایسه با کشورهای دیگر در مؤلفه عضوگیری - عضویت دو درصدی مردم در کتابخانه‌های عمومی - دارند (محبوب، ۱۳۹۱) بررسی پایان‌نامه‌های حمایت شده توسط نهاد کتابخانه‌های عمومی گزینه مناسبی تشخیص داده شد. دلیل انتخاب پایان‌نامه‌ها این بود که این پایان‌نامه‌ها به بخشی از مسائل کتابخانه‌های عمومی پرداخته و به همین دلیل مورد حمایت واقع شده بودند. همچنین، پایان‌نامه حاصل مطالعه منظم و اصولی درباره یک مسأله مهم تحت هدایت یک عضو هیئت علمی است که به وضوح مشکلات را مشخص می‌کند، به جمع‌آوری اصولی متون و داده‌ها می‌پردازد، اطلاعات و داده‌های به‌دست آمده را تجزیه و تحلیل می‌کند، به نتایجی دست می‌یابد و در نهایت پیشنهادهایی ارائه می‌کند (اکرمی، ۱۳۷۱). همچنین معمولاً پایان‌نامه نخستین کار جدی پژوهشی دانشجو در دوره تحصیلات

تکمیلی محسوب می‌شود. بخش عمده‌ای از پژوهش‌های دانشگاهی در قالب پایان‌نامه انجام می‌شود و پایان‌نامه یکی از تولیدات اصلی پژوهشی دانشگاه‌های کشور است (منصوریان و علی‌پور، ۱۳۹۲). چون پایان‌نامه‌ها از منابع اطلاعاتی با ارزش هستند، آگاهی از محتوای آنها ضروری به نظر می‌رسد (آذرانفر، ۱۳۸۵).

تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های حمایتی و دسته‌بندی منسجم یافته‌های آنها از آغاز اجرای برنامه حمایت از پایان‌نامه‌ها یعنی از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳، می‌تواند اطلاعات مهمی درباره راهکارهای جذب مخاطب و وفادار کردن مخاطبان کتابخانه‌های عمومی ارائه دهد.

پرسش‌های پژوهش

پژوهش حاضر در صدد پاسخ دادن به پرسش‌های ذیل است:

۱. راهکارهای ارائه شده توسط پژوهشگران، ذیل چه مقوله‌هایی جای می‌گیرد و مؤلفه‌های هر یک از مقوله‌ها کدام است؟
۲. سهم کدام یک از راهکارهای ارائه شده در جذب مخاطب بیشتر است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کیفی است که در آن از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل محتوای کیفی روشی است که با استفاده از رویکرد کیفی و با به‌کارگیری فنون مختلف به تحلیل نظام‌مند متون حاصل از مصاحبه‌ها، یادداشت‌های روزانه، یادداشت‌های مشاهدات و یا اسناد می‌پردازد (حریری، ۱۳۸۵). مطالعات متن‌پژوهی که با رویکرد مرور تحقیقات صورت گرفته است محققان را با بررسی‌های انجام شده آشنا کرده و زمینه‌هایی را که نیاز به بررسی دارند، مشخص می‌کنند (محمدی، ۱۳۹۲). در تحلیل محتوای کیفی، متن به شیوه‌ای قاعده‌مند و گام‌به‌گام به واحدهای تحلیلی تقسیم می‌شود و با دنبال کردن مسئله پژوهش مقوله‌ها بر اساس جنبه‌های نظری ویژه تکوین می‌یابند (حریری، ۱۳۸۵). در این روش، محقق فعالانه وارد فرایند تحقیق می‌شود و به درک موضوع تحقیق، با در نظر گرفتن بافت ارتباطی که موضوع مطالعه در آن ریشه دارد، ویژگی‌های متن و ویژگی‌های گروه هدف اقدام می‌کند. مسیر حرکت در تحلیل محتوای کیفی عمدتاً از متن به سمت بیرون کشیدن مقولات و ایجاد مدل‌ها و نقشه‌های

مفهومی است. از این رو کاربرد بیشتر منطق استقرا در آن پذیرفته شده است. در این روش محقق با مراجعه به داده‌های مورد مطالعه آنها را خلاصه می‌کند تا در نهایت به اصلی‌ترین مفاهیم یا مضامین مرتبط با موضوع تحقیق دست پیدا کند (تبریزی، ۱۳۹۳). ایده اصلی در تکوین استقرایی مقوله‌ها، عبارت از فرمول‌بندی ملاک تعریف یعنی معیار انتخاب برگرفته از چارچوب نظری و مسأله پژوهش است که این ملاک تعیین‌کننده جنبه‌هایی از متن است که باید در تحلیل محتوا مد نظر قرار بگیرد. متن با در نظر گرفتن این ملاک بررسی می‌شود و مقوله‌های استقرایی به صورت آزمایشی و گام‌به‌گام استخراج می‌شوند. این مقوله‌ها بعد از بازنگری در نهایت به صورت مقوله‌های اصلی در می‌آیند. در تکوین استقرایی مقوله‌ها ایده اصلی با توجه به پیش‌زمینه نظری و مسأله پژوهش تعیین کردن ملاکی است که مشخص می‌کند کدام بخش‌های متن باید با مقوله‌بندی استقرایی مربوط در نظر گرفته شوند (حریری، ۱۳۸۵). در تحقیق حاضر نیز با توجه به مسأله پژوهش در مورد جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی از تحلیل محتوای استقرایی استفاده شد.

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش عبارت از ۵۳ پایان‌نامه حمایت شده نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور از سال ۱۳۸۹ تا آخر سال ۱۳۹۳ است. نمونه‌گیری در این پژوهش انجام نگرفته است و تمام ۵۳ پایان‌نامه بررسی گردید. شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها، تحلیل محتوا با رویکرد استقرایی است. واحد تحلیل در این مطالعه، متن فصل‌های ۴ و ۵ پایان‌نامه‌ها بود که مضامین به صورت جملات استخراج گردید و سپس طبقات اصلی انتزاع شد.

یافته‌ها

پرسش اول: راهکارهای ارائه شده توسط پژوهشگران، ذیل چه مقوله‌هایی جای می‌گیرد و مؤلفه‌های هر یک از مقوله‌ها کدام است؟

بعد از مطالعه فصل ۴ و ۵ پایان‌نامه‌ها، مشخص گردید که ۳۱ پایان‌نامه راهکاری برای جذب مخاطب ارائه ندادند. با مطالعه پایان‌نامه‌های باقی‌مانده دو مقوله شناسایی شد: ۱. نقش کتابدار در جذب مخاطب و ۲. نقش نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در جذب مخاطب. جدول ۱ مؤلفه‌های مربوط به نقش کتابدار و جدول ۲ راهکارهای ارائه شده برای جذب مخاطب با تأکید بر نقش نهاد را ارائه می‌کند.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی

روش‌های جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی ایران (بر اساس تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های ...)

جدول ۱. راهکارهای ارائه شده برای جذب مخاطب با تأکید بر نقش کتابدار

مؤلفه اصلی	مؤلفه‌های فرعی
۱. خدمات کتابخانه	<ul style="list-style-type: none"> - سرعت عمل در خدمت‌رسانی (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - ارائه خدمات به کودکان (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - ارائه خدمات تکثیر در کتابخانه (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - ارتقای محصولات فرهنگی با کیفیت بالا (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - ایجاد گروه‌های دوستدار کتابخانه، ایجاد انجمن‌های علمی و ادبی (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - نمایش فیلم، جلسات نقد و بررسی کتاب و فیلم (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - ارتقای تسهیلات ارائه شده به کاربران؛ - تسهیل امکان امانت‌گیری منابع (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - تقویت خدماتی که برای کاربر ارزش‌زا است (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹). - مدت زمان زیاد امانت کتاب.
۲. دسترس‌پذیری	<ul style="list-style-type: none"> - دسترسی به منابع گویا بدون نیاز به کتابدار (بیتانه، ۱۳۹۱) - سرعت و راحتی دسترسی به منابع (بیتانه، ۱۳۹۱) - دسترسی به کتاب‌های الکترونیکی، ژورنال‌های علمی، سایت‌های علمی و فرهنگی الکترونیکی، سایت‌های خبری آنلاین (بیتانه، ۱۳۹۱) - در دسترس قرار دادن منابع علمی و آموزشی با کمترین هزینه ممکن (بیتانه، ۱۳۹۱).
۳. مهارت کتابدار	<ul style="list-style-type: none"> - مهارت‌های هوش فرهنگی کتابداران (حاتمی، ۱۳۹۰) - آشنایی کتابداران با زبان‌های مختلف (حاتمی، ۱۳۹۰) - آشنایی کتابداران با فرهنگ‌های مختلف (حاتمی، ۱۳۹۰) - آشنایی کتابدار با آداب و رسوم منطقه (حاتمی، ۱۳۹۰) - روابط عمومی مناسب کتابدار (شیخلو، ۱۳۹۳) - ارتباط مدیران کتابخانه‌ها با مدیران مدارس (شیخلو، ۱۳۹۳)
۴. نیازسنجی	<ul style="list-style-type: none"> - سنجش میزان رضایت کاربران از خدمات کتابداران و مجموعه کتابخانه (کفیلی و یجویه، ۱۳۹۲) - توجه به ذائقه مخاطب و نیاز او (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱) - تلاش کتابداران در جهت شناسایی نیازهای مراجعان (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱) - شناسایی نیاز اطلاعاتی کاربران و تهیه منابع بر اساس آن (کفیلی و یجویه، ۱۳۹۲) - توجه به نیاز مراجع (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱)



مؤلفه اصلی	مؤلفه های فرعی
۵. بازاریابی و ترویج خدمات	- تبلیغ کتاب و کتابخوانی (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- به‌کارگیری اصول بازاریابی در کتابخانه (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- تبلیغات رسانه‌ای کتابخانه (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- معرفی مجموعه خدمات و امکانات کتابخانه (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹).
	- معرفی وب‌سایت کتابخانه و جذب پیوند بیشتر (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- معرفی وب‌سایت کتابخانه به مراجعان حضوری (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- آگاهی‌رسانی جاری (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- معرفی کتاب‌های برتر و برگزیده سال (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- بازاریابی (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹).

خدمات کتابخانه با ۱۰ مؤلفه فرعی در اولویت اول راهکارهای پیشنهادی، بازاریابی و ترویج خدمات با ۹ مؤلفه فرعی، در اولویت دوم راهکارهای پیشنهادی، مهارت‌کنندار با ۶ مؤلفه فرعی در اولویت سوم راهکارهای پیشنهادی، نیازسنجی با ۵ مؤلفه فرعی در اولویت چهارم راهکارهای پیشنهادی و در نهایت دسترس‌پذیری با ۴ مؤلفه فرعی در اولویت بعدی است.

جدول ۲. راهکارهای ارائه شده برای جذب مخاطب با تأکید بر نقش نهاد

مؤلفه اصلی	مؤلفه فرعی
۱. دیجیتال‌سازی و ایجاد زیرساخت فناوری	- جست‌وجوی کامپیوتری (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- دسترسی به اینترنت (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹)
	- ارائه خدمات قوی در محیط وب؛
	- دیجیتال کردن محتوا (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱)
	- تسهیل ارائه خدمات به وسیله توسعه زیرساخت نرم‌افزاری و سخت‌افزاری (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱)
	- افزایش ارتباط و تبادل پیوند میان وب‌سایت‌ها؛
	- تجهیز کتابخانه‌ها به سیستم‌های الکترونیکی؛
	- افزایش تعداد و ارتقای سخت‌افزاری رایانه‌های موجود (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱)
	(۱۳۹۱)



تحقیقات اطلاعاتی کتابخانه‌های عمومی

روش‌های جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی ایران (بر اساس تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های ...

→

مؤلفه اصلی	مؤلفه فرعی
۲. مکان کتابخانه	<ul style="list-style-type: none"> - قابل دید بودن مکان کتابخانه برای مراجعان؛ - مکان کتابخانه (تقی نسب، ۱۳۹۲) - ساخت کتابخانه نزدیک مناطق مسکونی، فرهنگی، تجاری (تقی نسب، ۱۳۹۲) - مجاورت کتابخانه به پارکینگ عمومی یا امکان پارک وسایل نقلیه در نزدیکی کتابخانه (تقی نسب، ۱۳۹۲) - جدا کردن مرز کتابخانه از پارک، حصار کشیدن در اطراف کتابخانه و استخدام نگهبان برای حفظ امنیت کتابخانه (تقی نسب، ۱۳۹۲) - افزایش تعداد کتابخانه‌ها (تقی نسب، ۱۳۹۲)
۳. تجهیزات کتابخانه	<ul style="list-style-type: none"> - تجهیزات مناسب کتابخانه‌ای (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱) - بهبود وضعیت آکوستیک و بهبود مصالح کتابخانه (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱) - همخوانی تجهیزات با یکدیگر (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱) - تجهیزات رفاهی برای استفاده مراجعان مانند آبخوری و سرویس بهداشتی (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱) - تهیه مطلوب کتابخانه (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱)
۴. طراحی فضای داخلی کتابخانه	<ul style="list-style-type: none"> - طراحی مناسب کتابخانه (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱) - زیباسازی فضای کتابخانه (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱) - تنوع بخش‌ها در کتابخانه (ملکی گنادیشی، ۱۳۹۱)
۵. مجموعه‌سازی	<ul style="list-style-type: none"> - مجموعه‌سازی در زمینه مورد علاقه نابینایان (بیتانه، ۱۳۹۱) - گویاسازی منابع و عرضه کتاب‌های گویا به کاربران (بیتانه، ۱۳۹۱) - روزآمد بودن منابع (کفیلی و یجویه، ۱۳۹۲) - هماهنگی بین نیاز مطالعاتی و منابع ارسالی نهاد (کفیلی و یجویه، ۱۳۹۲) - سیستم سفارش منبع از جانب عضو (بیتانه، ۱۳۹۱) - وجود منابع اطلاعاتی همگن با نیازهای اطلاعاتی مخاطب (کفیلی و یجویه، ۱۳۹۲) (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱).
۶. قوانین و مقررات سازمانی	<ul style="list-style-type: none"> - عضوگیری رایگان (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) - تدوین دستورالعمل خدمات برای غیراعضا (دینارزاده، ۱۳۹۱) - تدوین سند چشم‌انداز برای نابینایان (دینارزاده، ۱۳۹۱) - برنامه‌ریزی منسجم و اتخاذ رویکردی تدریجی برای جذب مخاطب (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱) - قوانین و دستورالعمل انعطاف‌پذیر موجبات استفاده بهینه از خدمات (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱)

←

مؤلفه اصلی	مؤلفه فرعی
۷. کارآفرینی سازمانی	<ul style="list-style-type: none"> - رواج فرهنگ کارآفرینانه در سازمان (صابری، ۱۳۹۳) - نوآوری در شکل ارائه خدمات فعلی (صابری، ۱۳۹۳) - فراهم کردن خدمات جدید (صابری، ۱۳۹۳).
۸. آموزش	<ul style="list-style-type: none"> - ارتقای توانمندی کارکنان (جهانتیغ، ۱۳۹۱) - آموزش نیروی انسانی (جهانتیغ، ۱۳۹۱)، (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱) - آشنایی کتابداران با مفاهیم سواد اطلاعاتی (جهانتیغ، ۱۳۹۱) - افزایش ویژگی‌های علمی و نوع رفتار کتابداران؛ - برقراری دوره‌های آموزشی برای کتابداران جهت ارتباط با کاربران (CRM) (شیخلو، ۱۳۹۳).

همان‌گونه که در جدول ۲ آمده است راهکارهای ارائه شده معطوف به نقش نهاد در جذب مخاطب و در قالب ۸ مؤلفه اصلی و ۴۰ مؤلفه فرعی است.

همچنین دیجیتال‌سازی و ایجاد زیرساخت‌های فناوری با ۸ مؤلفه فرعی در اولویت اول راهکارهای پیشنهادی، مجموعه‌سازی و مکان کتابخانه با ۶ مؤلفه فرعی در اولویت دوم راهکارهای پیشنهادی، تجهیزات کتابخانه، قوانین و مقررات سازمانی و آموزش با ۵ مؤلفه فرعی در اولویت سوم راهکارهای پیشنهادی و در نهایت کارآفرینی سازمانی و طراحی فضای داخلی کتابخانه با ۳ مؤلفه فرعی در اولویت بعدی است.

در مجموع ۷۴ عامل مؤثر بر جذب مخاطب در دو قالب اصلی نقش کتابدار و نقش نهاد کتابخانه‌های عمومی استخراج شد. سهم کتابدار در جذب مخاطب با ۵ مؤلفه اصلی و ۳۴ مؤلفه فرعی و سهم نهاد با ۸ مؤلفه اصلی و ۴۰ مؤلفه فرعی شناسایی شد. مؤلفه‌های اصلی در نقش کتابدار برای جذب مخاطب شامل: خدمات، دسترس‌پذیری، مهارت کتابدار، بازاریابی و ترویج خدمات و نیازسنجی است. مؤلفه‌های اصلی در نقش نهاد برای جذب مخاطب شامل آموزش، کارآفرینی سازمانی، قوانین و مقررات سازمانی، مجموعه‌سازی، طراحی فضای داخلی کتابخانه، تجهیزات کتابخانه، مکان کتابخانه، دیجیتال‌سازی و ایجاد زیرساخت فناوری است. بیشترین سهم جذب مخاطب مربوط به نهاد با ۸ مؤلفه اصلی و ۴۰ مؤلفه فرعی می‌باشد. لازم به ذکر است توضیح مؤلفه‌ها در انتهای مقاله ذکر شده است.

پرسش دوم: سهم کدام یک از راهکارهای ارائه شده (کتابدار، نقش سازمانی نهاد) در جذب مخاطب بیشتر است؟

همان‌گونه که در جداول ۳ نشان داده شده است، سهم نقش سازمانی نهاد در جذب مخاطب با ۸ مؤلفه اصلی و ۴۰ مؤلفه فرعی برای جذب مخاطب بیشتر از سهم نقش کتابدار با ۵ مؤلفه اصلی و ۳۴ مؤلفه فرعی برای جذب مخاطب می‌باشد. دلیل بیشتر بودن نقش نهاد در ارائه راهکارهای پیشنهادی به دلیل ساختار سلسله‌مراتبی نهاد و به دلیل تمرکزگرایی در نهاد، پیشنهادها ارائه شده بیشتر معطوف به نقش نهاد بوده است و در اغلب موارد کتابدار مشارکت اندکی در تصمیم‌گیری در فعالیت‌های کتابخانه دارد و بیشتر تصمیمات و روندها از نهاد به کتابدار انجام می‌شود.

اکنون در این قسمت به توضیح تک‌تک مؤلفه‌ها و نقش هر کدام در جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی می‌پردازیم:

الف) مؤلفه‌های مربوط به نقش کتابدار

مؤلفه ۱: خدمات

بر اساس تحقیق شیخلو (۱۳۸۹) مشخص شده است که هرچه کیفیت خدمات مطلوب‌تر و در زمان کوتاه‌تری به مراجعان عرضه گردد، رضایت و در نهایت وفاداری کاربران کتابخانه افزایش خواهد یافت. همچنین در تحقیقی (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹) مشخص شده است هرچه خدمت‌رسانی با سرعت زیاد انجام گیرد، جذب مخاطب افزایش می‌یابد. در کل باید اشاره کرد با ارتقای کیفیت خدمات کتابخانه (ارتقای تسهیلات ارائه شده به کاربران؛ تسهیل امکان امانت‌گیری منابع؛ تقویت خدماتی که برای کاربر ارزش‌زا است؛ ارتقای محصولات فرهنگی با کیفیت بالا) و تنوع بخشیدن به خدمات ارائه شده (ارائه خدمات تکثیر در کتابخانه؛ ایجاد گروه‌های دوستدار کتابخانه، نمایش فیلم، جلسات نقد و بررسی کتاب و فیلم؛ ایجاد انجمن‌های علمی و ادبی) می‌توان در مدت زمان کوتاهی شاهد جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی شد.

مؤلفه ۲: دسترسی‌پذیری

هدف اصلی کتابخانه ارائه خدمات به مراجعان است. کاربران، بهره‌برداران اصلی جریان دسترسی به اطلاعات هستند. کتابخانه‌ها باید پویایی ارائه خدمات به استفاده‌کنندگان را درک کنند و در جهت تأمین دسترسی سریع به منابع چاپی و الکترونیکی عمیقاً تلاش کنند. کتابخانه‌ها مسئولیت تسهیل در دسترسی به منابع دانش و فعالیت‌های فکری بشری را به عهده دارند (حیدری، ۱۳۸۵). همچنین باید امکان دسترسی به انواع منابع (چاپی و الکترونیکی) در کتابخانه وجود داشته باشد.

مؤلفه ۳: مهارت کتابدار

مدیران و کتابداران کتابخانه‌های عمومی می‌توانند از تفاوت‌ها و تنوع فرهنگی در جهت ایجاد مزیت رقابتی و برتری در جذب اعضا استفاده کنند. لازمه این امر داشتن مهارت هوش فرهنگی کتابداران و مدیران نهاد می‌باشد. هوش فرهنگی به منزله چسبی است که می‌تواند در محیط متنوع، انسجام و هماهنگی ایجاد کند. افراد دارای هوش فرهنگی بالا قادرند اثر قابل توجهی بر استراتژی‌های جذب و توسعه منابع برای اعضا مختلف داشته باشند. کتابداران می‌توانند با توجه به میزان آشنایی با هر فرهنگ، از استراتژی‌های خاص آن برای تعامل استفاده کنند (حاتمی، ۱۳۹۰).

مؤلفه ۴: نیازسنجی

نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، سازمان‌هایی ماموریت‌مدار هستند که هدف آن پاسخگویی به نیازهای شهروندان است. بنابراین بایستی برقراری ارتباط مؤثر با شهروندان، تشخیص نیازهای آنها و ارائه خدمات مناسب به آنها، به گونه‌ای که رضایت آنها را جلب نماید و منجر به جذب مخاطب شود از جمله اهداف نهاد باشد. با توجه به رقابت شدید در عرصه‌های فرهنگی توجه به دیدگاه و خواسته مخاطبان ضروری به نظر می‌رسد (صابری، ۱۳۹۳). بنابراین پایان‌نامه‌های بررسی شده در تحقیق حاضر، سنجش میزان رضایت کاربران از خدمات کتابداران و کتابخانه‌ها و مجموعه کتابخانه را مناسب دانسته و آن را در راستای جذب مخاطب ضروری می‌دانند و به تناوب توجه به ذائقه مخاطب و نیاز او در پایان‌نامه‌ها ذکر شده بود. عدم توجه به نیاز مراجع سبب عدم مراجعه وی به کتابخانه شده و به تأمین نیازهای خود از مجراهای دیگر نظیر اینترنت

روی می‌آورد (ابراهیمی، ۱۳۹۰؛ شیخلو، ۱۳۹۳). سازمان می‌تواند نیازهای خاص هر کاربر را شناسایی کرده تا موجبات جذب و وفاداری مشتریان را فراهم کند. در نهایت باید اشاره کرد موفقیت در جذب و حفظ کاربر بستگی به تعهد منابع مختلف سازمانی در شناسایی و تأمین نیازهای کاربران سازمان دارد.

مؤلفه ۵: بازاریابی و ترویج خدمات

در پایان‌نامه‌های مورد بررسی استفاده از اصول بازاریابی و تبلیغ و معرفی کتابخانه به منظور بهره‌گیری بیشتر مراجعان از خدمات کتابخانه و جذب مخاطب بیشتر مثبت و ضروری ارائه شده است. یافته‌های این مؤلفه همسو با یافته‌های بصیریان (۱۳۸۷)، کاناچینا^۱ (۲۰۰۴) و آهارونی^۲ (۲۰۰۹) است که در نتایج خود به دیدگاه مثبت کتابداران و مدیران نسبت به استفاده از اصول بازاریابی در کتابخانه رسیده‌اند (قربان‌نژاد، ۱۳۸۹). اطلاع‌رسانی خدمات کتابخانه جزو بسترهای لازم جهت کسب درآمد در کتابخانه دانسته شده است و در صورت اجرای مؤثر این مؤلفه و فرهنگ‌سازی مناسب نگاه جامعه به کتابخانه‌های عمومی و نقش آنها تغییر خواهد نمود. همین امر موجب افزایش تعداد اعضای کتابخانه خواهد شد. بازاریابی به کارکنان القا می‌کند که بیشترین اهمیت را برای کاربر قایل باشند (شیخلو، ۱۳۹۳). استفاده از راهکارهای بازاریابی مانند استفاده از خدمات اشاعه‌گزینشی اطلاعات و آگاهی‌رسانی جاری می‌تواند در افزایش عضویت مؤثر باشد که با مؤلفه‌های فرعی تحقیق حاضر نیز همخوانی دارد (اکپن‌یانگ^۳، ۲۰۰۳؛ قربان‌نژاد، ۱۳۸۹).

ب) مؤلفه‌های مربوط به نقش نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

مؤلفه ۱: دیجیتال‌سازی و ایجاد زیرساخت فناوری

طبق نتایج تحقیق اسمعیلی گیوی (۱۳۹۱) بهره‌وری عملیات در سازمان‌های فرهنگی بیشترین تأثیر را از عامل فناوری می‌پذیرد. در حالی که طبق همین تحقیق عامل فناوری در نهادهای فرهنگی در وضعیت نامطلوب قرار گرفته است و برای رشد کارایی نهادهای فرهنگی استفاده از اهرم فناوری توصیه می‌شود. برای مثال در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور همسویی با تعییرات

1. Kanaunjia 2. Aharony 3. Ekpenyong

روز در دیجیتالی کردن محتوای محصولات و تسهیل فرایند ارائه خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی به وسیله توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات (نرم‌افزاری و سخت‌افزاری) می‌تواند به افزایش اعضا و رشد حجم خدمات ارائه شده کمک کند.

مؤلفه ۲: مکان کتابخانه

یکی از موارد مهم و تأثیرگذار در خدمات‌رسانی کتابخانه عمومی مکان مناسب آن است. ویژگی‌های مکانی که کتابخانه در آن واقع می‌شود، بسیار مهم است (دهداری‌راد و دیده‌گاه، ۱۳۸۷). یکی از مهم‌ترین جنبه‌های بیرونی مؤثر بر افزایش میزان مراجعه و استفاده از کتابخانه‌های عمومی، نحوه استقرار و توزیع جغرافیایی این گونه کتابخانه‌ها در بافت شهرها، به‌ویژه شهرهای بزرگ است که چنانچه بر اساس اصول، ضوابط و استانداردها صورت نپذیرد، بی‌ربطی و بی‌انگیزی افراد به مراجعه و استفاده از کتابخانه را به‌همراه خواهد داشت (مختارپور، تقی‌زاده و رنگزن، ۱۳۸۸). دسترسی سریع و راحت مردم به کتابخانه مهم‌تر از آن است که کتابخانه شعاع عملکرد متمایزی اختیار کند. کتابخانه‌هایی که در نواحی مرکزی شهر در مسیر جریان رفت و آمد افراد پیاده و نیز وسایل نقلیه عمومی واقع شده‌اند و از تسهیلات پارکینگ وسیع برخوردارند خوانندگان بیشتر از نواحی گسترده‌تر جذب می‌کنند تا کتابخانه‌هایی که فاقد این مزایا هستند (جهانگیری‌فرد، ۱۳۹۰؛ تقی‌نسب، ۱۳۹۰).

مؤلفه ۳ و مؤلفه ۴: تجهیزات و طراحی فضای داخلی کتابخانه

افشار (۱۳۹۲) در کتاب «شاداب‌سازی محیط کتابخانه» به تفضیل به اهمیت تجهیزات و طراحی فضاهای مختلف پرداخته است. تجهیزات مناسب کتابخانه‌ای، بهبود وضعیت آکوستیک و مصالح کتابخانه، همخوانی تجهیزات با یکدیگر، وجود تجهیزات رفاهی برای استفاده مراجعان مانند آب‌خوری و سرویس بهداشتی تمیز، تهویه مطلوب کتابخانه و همچنین تنوع بخش‌های مختلف در کتابخانه که نیاز اطلاعاتی همه اقشار مردم را برآورده کرده و طراحی مناسب فضای کتابخانه که منجر به حس رضایت کاربر کتابخانه شده و او را متقاعد کند که کتابخانه مکان مفیدی برای رفع نیازهای اوست، سبب جلب رضایت کاربر از کتابخانه می‌شود. توجه به تجهیزات کتابخانه‌ای و حتی نظافت تجهیزات رفاهی به مخاطب القا می‌کند که به نیازهای

شخصی وی توجه داشته و مکان مناسبی برای وی فراهم شده است، و این از عوامل مؤثر بر جذب مخاطب به کتابخانه می‌باشد.

مؤلفه ۵: مجموعه‌سازی

مجموعه‌سازی بیش از هر عملکرد دیگری تعیین‌کننده بهره‌وری در کتابخانه است (حریری، ۱۳۷۶). کتابخانه‌های عمومی باید دسترسی برابر به منابعی را فراهم آورد که نیازهای استفاده‌کنندگان از کتابخانه را برای ترقی و پیشرفت در آموزش، کسب اطلاعات، تفریح و پر کردن اوقات فراغت و تکامل و پیشرفت شخصی فراهم نماید. همچنین خدمات و مواد خاص برای استفاده‌کنندگانی که نمی‌توانند به هر دلیلی از خدمات معمول کتابخانه استفاده کنند، باید فراهم شود، همه گروه‌های سنی باید منابعی در رابطه با نیازهای خود در کتابخانه عمومی پیدا کنند. مواد کتابخانه باید منعکس‌کننده روند جاری و تکامل جامعه باشد (شکویی، ۱۳۸۶). همچنین باید با نیازسنجی و تجزیه و تحلیل نیازهای اطلاعاتی جامعه کتابخانه و رفتارهای اطلاع‌یابی آنها و تعیین نیازهای بالقوه و بالفعل کاربران، منابع جدید شناسایی، انتخاب و به مجموعه اضافه گردند (کفیلی و یجویه، ۱۳۹۲).

مؤلفه ۶: قوانین و مقررات سازمانی

با توجه به تدوین دستورالعمل‌های اداره کتابخانه‌های عمومی از سوی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، زمان آن رسیده است که با علم به ضعف‌ها و کاستی‌ها، به راه‌های بهبود بخشیدن و ارتقای دستورالعمل تدوین شده اندیشیده شود. در خصوص دستورالعمل امانت منابع اطلاعاتی نکته قابل طرح این است که با توجه به مراجعه افراد غیرعضو کتابخانه جهت امانت گرفتن موردی (و فوری) یک یا چند منبع به نظر می‌رسد بهتر است شیوه و دستورالعمل مناسبی جهت ارائه خدمات به این گروه افراد در نظر گرفته شود تا بتوان هم نیازهای آن فرد را برطرف نمود و هم شرایط را برای تشویق فرد به عضویت در کتابخانه را فراهم آورد (دینارزاده، ۱۳۹۱). با تدوین سند چشم‌انداز برای نابینایان، نهاد کتابخانه‌ها باید سیاست‌های مناسبی برای دسترس‌پذیر کردن خدمات و منابع اطلاعاتی برای گروه‌های مختلف معلولان و نابینایان داشته باشد. همچنین هر کتابخانه می‌تواند با داشتن یک سند چشم‌انداز در تمامی بخش‌های موجود و با استفاده از برنامه‌های منظم گام‌های مهمی در جهت بهبود وضعیت بخش نابینایان و کم‌بینایان و جذب

مخاطب به این بخش از کتابخانه بردارد (بیتانه، ۱۳۹۱). به‌عنوان راهکار آخر باید اشاره کرد که مدیران نهاد کتابخانه‌ها باید با برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، پیش‌فرض‌ها و بینش مخاطبین را به‌صورت تدریجی اصلاح کنند و از اقدامات عجولانه و سطحی اجتناب کنند؛ همچنین برنامه‌منسجمی برای رشد مخاطب طراحی کرده و به‌طور مداوم اجرای آن را پیگیری نماید (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱).

مؤلفه ۷: آموزش

کارکنان باصلاحیت و آموزش دیده کلید راضی کردن کاربران هستند (شیخلو، ۱۳۹۳). کتابخانه‌ها می‌توانند بر اساس آموزش صحیح در زمینه ارتباط با کاربر (CRM)، آشنایی کتابداران با مفاهیم سواد اطلاعاتی و ارتقای توانمندی کارکنان، مخاطب خود را افزایش دهند. همچنین مدیران نهاد کتابخانه‌ها باید صلاحیت‌ها و مهارت‌های لازم را شناسایی کرده و در قالب بسته‌ها و برنامه‌هایی آموزشی به نیروی انسانی آموزش دهند (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱).

مؤلفه ۸: کارآفرینی

نوآوری سازمانی یا همان کارآفرینی سازمانی فرایندی است که هدف آن ارضای نیاز ارباب رجوع و رضایتمندی آنها از طریق نوآوری در شکل ارائه خدمات فعلی و یا فراهم کردن خدمات جدید تعریف می‌شود (صابری، ۱۳۹۳؛ شین و ونکاتارمن^۱، ۲۰۰۰). بنابراین استفاده از کارآفرینی سازمانی برای نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور که هدفش ارائه خدمات کتابخانه‌ای به افراد جامعه است، یک ضرورت به حساب می‌آید. با نوآوری در خدمات و ارائه خدمات جدید به‌نحوی که برای مخاطب تازگی داشته و جذاب باشد و همچنین با نوآوری در شکل ارائه خدمات می‌توان مخاطبان بیشتری را جذب کتابخانه نمود.

نتیجه‌گیری

کتابخانه عمومی یکی از ابزارهای اصلی رشد فرهنگی در جوامع به حساب می‌آید و می‌تواند در تعالی سرمایه انسانی و شبکه تعاملات اجتماعی هر کشوری نقش اساسی ایفا کند. کتابخانه عمومی زمانی می‌تواند به این نقش مهم جامعه عمل بیوشاند که افراد، کتابخانه عمومی را مکانی مناسب برای رفع نیازهای اطلاعاتی خود بدانند و تمایل به استفاده از کتابخانه داشته باشند.

1. Shane and Venkatarman

متأسفانه وجود چالش‌های مختلف در کتابخانه‌های عمومی کشور مانند فضای فیزیکی ساختمان کتابخانه، خط‌مشی مجموعه‌سازی، و دسترسی به منابع عواملی هستند که باعث می‌شود کتابخانه‌های عمومی نتوانند به رسالت جذب مخاطب عمل نمایند (ابراهیمی، ۱۳۹۰). شاید در کوتاه‌مدت، پیامد منصرف شدن افراد از مراجعه به کتابخانه و رشد و شکوفایی فکری و فرهنگی‌شان چندان به چشم نیاید، اما تداوم و فراگیر شدن روگردانی از کتابخانه‌های عمومی در طولانی‌مدت ضررهایی برای مردم و جامعه به دنبال خواهد داشت. کج‌فهمی، بازگشت به بی‌سوادی، مرگ فرهنگی، انزوای اجتماعی، ناتوانی در همزیستی مسالمت‌آمیز و شکاف طبقاتی از پیامدهای تلخ به حاشیه رانده شدن طولانی‌مدت کتابخانه‌های عمومی از طرف مردم است و فراگیر شدن این امر، جامعه را از توسعه باز می‌دارد و حیات و بقای افراد جامعه را نیز با خطر روبه‌رو می‌کند (افشار و فاضلی، ۱۳۹۲). از این رو نیاز است اقدامات لازم در راستای جذب مخاطب به کتابخانه عمومی به کار گرفته شود تا هر روز شاهد استفاده بیشتر از این نهاد فرهنگی باشیم. با به کارگیری یک‌سری از اقدامات می‌توان به افزایش اعضای کتابخانه کمک کرد. استفاده از فناوری اطلاعات در کتابخانه‌ها یکی از اقدامات ضروری است؛ کتابخانه مبتنی بر فناوری اطلاعات زمینه مساعدی برای ارائه مناسب‌تر خدمات اطلاع‌رسانی پیشرفته فراهم می‌آورد. استفاده از فناوری در کتابخانه‌های عمومی منجر به بهبود دسترسی به مجموعه کتابخانه، افزایش تعداد استفاده‌کنندگان از خدمات کتابخانه‌های عمومی و صرفه‌جویی در زمان و هزینه خواهد شد (مساح قطب‌آبادی، ۱۳۹۲). انتخاب مکان مناسب برای احداث کتابخانه‌های عمومی نیز دسترسی تعداد زیادی از مراجعان را تضمین می‌کند، زیرا محل کتابخانه میزان استفاده از خدمات را تحت تأثیر قرار خواهد داد. مجاورت کتابخانه عمومی با کاربری‌های مرتبط و مورد مراجعه مردم به صورت روزانه، ارتباط دارد. مراکز و دفاتر آموزشی، مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و ایستگاه‌های حمل و نقل عمومی از جمله کاربری مرتبط در افزایش مراجعان به کتابخانه‌های عمومی است (عقیقیان، حیاتی و گلی، ۱۳۹۲). بهبود و در موارد ضروری اصلاح آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، و همچنین آموزش کتابدار در خصوص ارتباط‌گیری با کاربر منجر به افزایش وفاداری کاربر به کتابخانه‌های عمومی و تکرار استفاده از کتابخانه در یک دوره زمانی معین خواهد شد.

کتابخانه‌ها باید از طریق افزایش کیفیت خدمات، احترام به کاربر و ایجاد حس اعتماد در کاربر نسبت به کتابخانه و خدمات آن، تلاش خود را صرف جلب اعتماد کاربران نمایند. با توجه به فزونی اطلاعات در دسترس از طریق اینترنت که با پیچیدگی فزاینده رفتار اطلاع‌یابی کاربران کتابخانه‌ها نیز همراه شده است، نقش آتی کتابداران در ارائه خدمات با ارزش افزوده مورد تأکید است (رجبعلی‌بگلو و زمردپوش، ۱۳۸۸). نیازسنجی دوره‌ای توسط نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور به مجموعه‌سازی مطابق نیاز واقعی اعضا و به شکل پویا و دقیق خواهد انجامید؛ چرا که نیازهای افراد با گذشت زمان و پیشرفت سریع فناوری‌های نوین، دستخوش تغییرات عمده می‌شوند (امیدخدا و سپهر، ۱۳۸۸). توجه به ارائه خدمات مناسب در کتابخانه‌های عمومی، به منظور شناخت دقیق از کاربران بالقوه و بالفعل کتابخانه و برآوردن نیازهای فعلی و آتی آنها، به چگونگی ارائه هر چه بهتر خدمات می‌انجامد. همچنین نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور بایستی با استفاده مناسب از اصول بازاریابی به جذب مخاطب کمک کند. کتابخانه مانند هر سازمان دیگری نیازمند عرضه مناسب محصولات و خدمات خود است و عرضه‌ای که در بازار هدف با استقبال روبه‌رو شود، مستلزم به کارگیری مناسب اصول بازاریابی است (شعبانی و دیگران، ۱۳۹۲). با توجه به موارد ذکر شده و با توجه به اهمیت موضوع جذب مخاطب، هم‌راستا شدن تلاش مدیران و سیاست‌گذاران نهاد و کتابداران برای جذب مخاطب با یافته‌های تحقیق حاضر می‌تواند کمک بزرگی به این دو قشر در تصمیم‌گیری‌ها و جذب مخاطب نماید. در کل می‌توان بیان داشت که کتابداران می‌توانند با تغییراتی در فرایند فعلی اداره کتابخانه‌ها تأثیر قابل ملاحظه‌ای در افزایش عضو داشته باشد. ارائه خدمات جدید و تغییر در شکل ارائه خدمات، نیازسنجی دوره‌ای از کاربران، افزایش مهارت‌ها و شرکت در دوره‌های ارتباط با کاربر، و دسترس‌پذیری به منابع اطلاعاتی به استفاده بیشتر از منابع خواهد انجامید. نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور نیز می‌تواند با ساخت کتابخانه‌های جدید در موقعیت مناسب، مجموعه‌سازی متناسب با نیاز کاربر، ارسال تجهیزات جدید و دستور رسیدگی به نظافت و تهویه فضای کتابخانه و تدوین دستورالعمل با علم به ضعف‌ها و کاستی‌های دستورالعمل‌های موجود، گامی در راستای جذب مخاطب به کتابخانه‌ها بردارد.

منابع

- ابراهیمی، رحمان (۱۳۹۰). بررسی نقش و جایگاه نهاد کتابخانه‌های عمومی در افزایش سرمایه اجتماعی شهروندان: مطالعه موردی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، تهران.
- اسمعیلی گیوی، محمدرضا (۱۳۹۱). طراحی الگوی سیستمی شناسایی عوامل اصلی بهره‌وری فرهنگی در سازمان‌های فرهنگی. پایان‌نامه دکتری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- افشار، ابراهیم و فاضلی، نگار (۱۳۹۲). شاداد سازی محیط کتابخانه‌های عمومی. تهران: موسسه انتشارات کتاب نشر، ۱۳۹۲.
- اکرمی، روح‌انگیز (۱۳۷۱). ارزیابی پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد کتابداری از نظر کاربرد روش‌های تحقیق در آنها از سال ۱۳۵۵-۱۳۷۰ در سه دانشگاه تهران، شیراز و علوم پزشکی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران.
- امیدخدا، مریم و سپهر، فرشته (۱۳۸۸). بررسی موضوعات مورد علاقه اعضای جوان کتابخانه‌های عمومی شهر تهران جهت مطالعه در اوقات فراغت. پیام کتابخانه، ۱۵ (۳)، ۶۱-۸۶.
- بصیریان جهرمی، رضا (۱۳۸۷). امکان‌سنجی اجرایی شدن اصول بازاریابی در کتابخانه‌های مرکزی و دانشکده‌ای دانشگاه‌های دولتی شهر تهران از دید سرپرستان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، تهران.
- بیتانه، زهرا (۱۳۹۱). بررسی نقش گویاسازی منابع اطلاعاتی در جذب مخاطبان نابینا و کم‌بینای کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان از دیدگاه کتابداران و مخاطبان نابینا و کم‌بینا. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز.
- تبریزی، منصوره (۱۳۹۳). تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۶۴ (۶۴)، ۱۱۴-۱۲۰.
- تقی‌نسب، زهرا (۱۳۹۰). بررسی ویژگی‌های مکانی کتابخانه‌های عمومی شهری استان گلستان و میزان انطباق آنها با دستنامه مکان‌یابی کتابخانه‌ها با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتب AHP. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- جهانگیری فرد، بهنام (۱۳۹۰). طرح پیشنهادی مکان‌یابی کتابخانه‌های عمومی منطقه چهار شهر تهران، با استفاده از GIS. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- حاتمی، سپیده (۱۳۹۰). بررسی مقایسه‌ای نقش هوش فرهنگی بین مدیران و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۵ و مدیران و کتابداران کتابخانه‌های عمومی درجه ۱ مستقر در منطقه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان.

- حریری، نجلا (۱۳۸۵). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- هدداری‌راد، طاهره و دیدگاه، فرشته (۱۳۸۸). ارائه طرح کلی؛ جهت فضابندی ساختمان کتابخانه‌های عمومی. متناسب با عصر نوین. ارائه شده در مجموعه مقالات کتابخانه‌های عمومی کشور؛ تنگناها/ توانمندی‌ها و راهکارها. تهران: چاپار.
- دینارزاده، زینب (۱۳۹۱). آسیب‌شناسی دستورالعمل‌های اداره کتابخانه‌های عمومی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، اهواز.
- رجبعلی بگلو، رضا و زمردپوش، فرانک (۱۳۸۸). تبیین جایگاه مدیریت روابط با مشتری (CRM) در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، (۳) ۱۲، ۱۱۵-۱۳۹.
- شعبانی، احمد؛ عمادی، نوشین؛ محمدی استانی، مرتضی و سلیمانی، ناهید (۱۳۹۲). بررسی وضعیت فرآیند بازاریابی در کتابخانه‌های دانشگاهی شهر اصفهان براساس مدل 7p. تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۴۷ (۴)، ۴۱۵-۴۳۰.
- شکویی، علی (۱۳۸۶). رهنمودهای ایفلا؛ یونسکو برای توسعه خدمات کتابخانه‌های عمومی. تهران: چاپار.
- شیخ‌لو، مژگان (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر وفاداران کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران بر اساس مدیریت ارتباط با مشتری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران.
- شیوالینگیان، ک. مانجوناتا (۱۳۸۵). دسترسی به اطلاعات در کتابخانه‌ها. روش‌ها و مسائل. ترجمه غلام حیدری. علوم و فناوری اطلاعات، ۲۱ (۳)، ۱۴۱-۱۵۸.
- صابری، محمد کریم (۱۳۹۳). طراحی مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری. پایان‌نامه دکتری، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات، تهران.
- عقیفیان، فرزانه؛ حیاتی، زهیر و گلی، علی (۱۳۹۲). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر مکان‌یابی کتابخانه‌های عمومی با استفاده از روش فرایند سلسله‌مراتبی گروهی (AHP). فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۲ (۲)، ۷۹-۹۰.
- قربان‌نژاد، هاجر (۱۳۸۹). بررسی دیدگاه مدیران و کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان گیلان نسبت به استفاده از آمیخته‌های بازاریابی برای بهره‌گیری بیشتر مراجعان از خدمات کتابخانه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، تهران.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی

روش‌های جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی ایران (بر اساس تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های ...

کاریگان، دنیس (۱۳۷۶). نظریه‌ای در مجموعه‌سازی. ترجمه نجلا حریری. پیام کتابخانه، ۷(۴)، ۲۶-۳۳. کفیلی و یجویه، محبوبه (۱۳۹۲). بررسی تطابق مجموعه کتاب‌های کتابخانه‌های عمومی شهر تهران با توجه به نیازهای اطلاعاتی زنان خانه‌دار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران.

محبوب، سیامک (۱۳۹۱). کتابخانه‌های عمومی و سرانه مطالعه. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۸(۱)، ۱۲۱-۱۲۲.

محمدی، مهدی (۱۳۹۲). تحقیقات تحلیل محتوا در ادبیات کودکان و نوجوانان ایران از سال ۱۳۵۳-۱۳۹۰. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۹(۱)، ۱۱۱-۱۳۳.

مختارپور، رضا؛ تقی‌زاده، ایوب و رنگزن، کاظم (۱۳۸۸). مکان‌یابی کتابخانه‌های عمومی شهرستان اهواز با استفاده از سامانه اطلاعات جغرافیایی (ساج). کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۲(۲)، ۲۹-۴۴. مساح قطب‌آبادی، احسان (۱۳۹۲). نقش فناوری اطلاعات در کتابخانه‌های عمومی. بازیابی شده در ۲۵ خرداد ۱۳۹۴ از:

<http://www2.atfmag.info>

منصوریان، یزدان و علی‌پور، امید (۱۳۹۲). تحلیل موضوعی و روش شناختی پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد علوم اجتماعی در دانشگاه گیلان (۱۳۷۶-۱۳۸۸). کتاب ماه علوم اجتماعی، ۱۷(۱)، ۷۳-۷۴.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

غیوری، زینب (۱۳۹۶). روش‌های جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی ایران (بر اساس تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های حمایت شده در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور). تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۳(۳)، ۳۸۱-۳۹۹.