

رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه

شیوا یاری

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی

و کارشناس برنامه‌ریزی اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه، ایران

yari.shiva@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۲۱

چکیده

هدف: هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی وضعیت رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه در بین اعضا است.

روش: روش پژوهش پیمایشی و از نوع کاربردی است و در پاییز سال ۱۳۹۴ انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق‌ساخته بود. روایی پرسشنامه با استفاده از نظر متخصصان تأیید شد. برای سنجش پایایی ابزار نیز از روش آزمون-بازآزمون استفاده شد و میزان همبستگی ۰/۸۱ به دست آمد. جامعه آماری، اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه بود. پرسشنامه در بین نمونه آماری توزیع (۳۷۵ نفر) و در نهایت ۲۸۶ (۷۶/۲۶ درصد) پرسشنامه قابل استفاده دریافت گردید.

یافته‌ها: اعضای کتابخانه مهم‌ترین مسیر دستیابی به منابع اطلاعاتی را اینترنت می‌دانستند. تابلو اعلانات کتابخانه در داخل کتابخانه و دوستان و آشنایان در خارج بیشترین راه‌های شناخت خدمات بودند. اکثر اعضا اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی درباره خدمات و امکانات‌شان را در داخل کتابخانه متوسط و در خارج از آن ضعیف دانستند. استفاده از سالن مطالعه بیشترین خدمت مورد استفاده و استفاده از فضای کتابخانه برای مطالعه درسی مهم‌ترین هدف استفاده از کتابخانه ذکر شد. اکثر اهمیت کتابخانه‌های عمومی را در جامعه خیلی زیاد و وضعیت دیده شدن آنها را متوسط اعلام کردند و مهم‌ترین راهکار را تبلیغات و ارتقاء منابع عنوان نمودند.

اصالت/ارزش: ارزش این مقاله در نشان دادن این واقعیت است که کتابخانه‌های عمومی و خدمات و امکانات آن خوب به مردم معرفی نمی‌شود و معرفی و تبلیغ آنها می‌تواند است به افزایش اعضا بینجامد.

کلیدواژه‌ها: کتابخانه عمومی، رؤیت‌پذیری، استفاده از خدمات، اعضا، شهر کرمانشاه.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; Vol. 23, No.2; Successive No. 89; Summer 2017; Pp. 173-198; Indexed in ISC, SID & MagIran.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی؛ فصلنامه علمی-پژوهشی؛ دوره ۲۳، شماره ۲، پیاپی ۸۹، تابستان ۱۳۹۶ ص ۱۷۳-۱۹۸ نمایه‌شده در ISC، SID و MagIran

مقدمه

کتابخانه مخزن دانش و یک مؤسسه اجتماعی پویاست؛ مرکزی مرجع و ضروری برای اطلاعات معتبر و حافظ دانش ثبت شده توسط انسان برای استفاده (جوی و ایداوو^۱، ۲۰۱۴). کتابخانه‌های عمومی با بودجه عمومی تأسیس و نگهداری می‌شوند. هدف آنها تأمین نیازهای اطلاعاتی، آموزشی و تفریحی مردم جامعه صرف نظر از ملیت، سن، جنس، مذهب، زبان، تمایل سیاسی و دستاورد تحصیلی می‌باشد (کلارک^۲، ۱۹۹۹). اینا^۳ (۲۰۰۴) ویژگی‌های کتابخانه‌های عمومی را به این شرح خلاصه کرد: ۱. کتابخانه‌های عمومی به عموم مردم خدمت می‌کنند، با بودجه عمومی تأمین مالی شده و خدمات رایگان ارائه می‌کنند؛ ۲. از فعالیت‌های مدنی و فرهنگی جامعه حمایت می‌کنند؛ ۳. پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی همه افراد جامعه هستند؛ ۴. منابع اطلاعاتی را برای آموزش مداوم با کمک به آموزش غیررسمی بر اساس علاقه‌مندی‌های افراد فراهم می‌کنند؛ و ۵. کاربران را به درگیر شدن در فعالیت‌های تفریحی تشویق می‌کنند. نقش کتابخانه‌های عمومی به عنوان یکی از مراکز مهم اطلاع‌رسانی، تهیه و تأمین اطلاعات مورد نیاز جامعه، ارتقاء آموزش و فرهنگ است. کتابخانه‌های عمومی از طریق دسترس‌پذیر ساختن اطلاعات، آموزش، اطلاع‌رسانی، پر کردن اوقات فراغت و ایجاد سرگرمی برای افراد جامعه، به پیشرفت و رشد فرهنگی جامعه کمک می‌کنند (پارکر، ۱۳۸۲).

برای سالیان بسیاری کتابخانه‌های عمومی نقش اصلی در ارائه منابع اطلاعاتی به مردم داشته‌اند. اما رواج گسترده و فراگیر شبکه جهانی وب در بین مردم با قابلیت‌ها و امکانات فراوان خود و ارائه انواع منابع اطلاعاتی، دیدگاه آنان را نسبت به کتابخانه‌های عمومی تغییر داده است؛ چرا که راه‌های دسترسی و استفاده از اطلاعات کاملاً تحت تأثیر فناوری‌های دنیای دیجیتال قرار گرفته است. لون^۴ بیان کرد هر رسانه جدیدی از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات تهدیدی برای علایق انسان در خواندن به همراه دارد. رادیو، تلویزیون، تلفن همراه، رایانه و اینترنت زمان زیادی را از افراد می‌گیرند و خواندن کتاب در این فرایند عقب‌نگه داشته می‌شود (لون، ۲۰۰۹). لیو^۵ (۲۰۰۵) اظهار کرد استفاده جهانی گسترده از اینترنت و منابع خواندنی جایگزین، به‌ویژه منابع چند رسانه‌ای و فرامتن، تغییرات زیادی را در الگوها، رفتار و عادات خواندن

1. Joy & Idowu

2. Clark

3. Aina

4. Loan

5. Liu

موجب شده است. این وضعیت همچنین باعث بالا رفتن انتظار کاربران از کتابخانه‌های عمومی می‌شود. بر این اساس، مسیر کتابخانه‌های عمومی در جذب و توسعه مخاطب با چالش‌ها و دشواری‌های بیشتری همراه است. کتابخانه‌های عمومی نیازمند آنند تا در برنامه‌ها، خدمات و نوع منابع اطلاعاتی خود و همچنین در راهبردهای اطلاع‌رسانی و بازاریابی خویش بازننگری کنند. بازاریابی اصولی منجر به ایجاد تصویر مثبت و ارتقاء اعتبار سازمان در نزد ذی‌نفعان خواهد شد.

کتابخانه‌های عمومی دسترس‌پذیرترین نوع کتابخانه‌ها در تمام دنیا هستند که در سرتاسر زندگی یک فرد بدون هیچ محدودیتی برای وی قابل استفاده هستند. بنابراین باید منابع، خدمات و امکانات آنها به خوبی برای جامعه شناخته شده باشد. با این حال همیشه این چنین نیست. مای و نست^۱ (۲۰۰۶) اهمیت دیدگاه استفاده‌کنندگان و لزوم درک نیازهای آنان را در کتابخانه به منظور ساخت دوباره کتابخانه به عنوان ارائه‌دهنده اصلی اطلاعات متذکر شده‌اند. از نظر آنها کتابخانه‌ها نیاز دارند بدانند چگونه با مخاطبان‌شان ارتباط برقرار کنند، خصوصاً مخاطبانی که امروزه به سمت خدمات دیگر جذب می‌شوند. به گفته باولی^۲ (۲۰۱۲) مفسران مختلف اظهار کردند که به منظور محدود کردن گسترش بی‌علاقگی در کتابخانه‌های عمومی، کتابداران باید به طور کلی اقداماتی را برای حفظ نقش و حضور قابل رؤیت و تأمین رضایت مشتری داشته باشند. اقدامات و فعالیت‌هایی که باعث ایجاد تصویر عمومی خوبی از کتابخانه‌های عمومی در نزد مردم شده و سبب شود این کتابخانه‌ها به خوبی در جامعه دیده شده و مورد استفاده قرار گیرند. به عبارت دیگر کتابخانه‌ها باید رؤیت‌پذیر باشند.

ورانا و بارباریک^۳ (۲۰۰۷) شناخت وضعیت رؤیت‌پذیری^۴ (دیده شدن) کتابخانه‌های عمومی را با شناخت راه‌های کسب اطلاعات در مورد وجود کتابخانه در محله، میزان بازدید از کتابخانه، راه‌های شناخت خدمات کتابخانه در بین افراد و میزان شناخت خدمات، خدمات مورد استفاده در کتابخانه و شناخت دید جامعه نسبت به کتابخانه، ممکن می‌دانند.

در این میان تاکنون در ایران پژوهشی که به بررسی وضعیت رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی پرداخته باشد، انجام نشده است و مشخص نیست کتابخانه‌های عمومی ایرانی در این

1. Mi and Nesta

2. Bowlby

3. Vrana & Barbaric

4. visibility

خصوص چه وضعیتی دارند. لذا هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی وضعیت رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه می‌باشد. یافته‌ها حاوی اطلاعات ارزشمندی در مسیر جذب و توسعه مخاطب برای مسئولان کتابخانه‌های عمومی است که می‌تواند با تکیه بر این اطلاعات، نقاط قوت خود را تقویت کرده، ضعف‌ها را برطرف نموده و برنامه‌ریزی مؤثرتری برای افزایش استفاده و بهره‌وری از کتابخانه‌های عمومی و جذب و توسعه مخاطب داشته باشد.

پرسش‌های پژوهش

۱. مهم‌ترین کانال‌های دستیابی به منابع اطلاعاتی در بین اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه کدامند؟
۲. راه‌های آشنایی با کتابخانه‌های عمومی کدامند؟
۳. میزان مراجعه اعضا به کتابخانه‌های عمومی چقدر است؟
۴. راه‌های شناخت خدمات کتابخانه‌های عمومی کدامند؟
۵. وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی از خود و خدمات و امکانات‌شان چگونه است؟
۶. بیشترین خدمات مورد استفاده در کتابخانه‌های عمومی، میزان شناخت از خدمات و هدف استفاده از آنها کدامند؟
۷. دیدگاه اعضا در خصوص میزان اهمیت وجود کتابخانه‌های عمومی در جامعه چگونه است؟
۸. وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی در جامعه چگونه و دیدگاه اعضا در خصوص بهبود این وضعیت چیست؟

روش پژوهش

این پژوهش به روش پیمایشی و از نوع کاربردی به بررسی وضعیت رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه در پاییز سال ۱۳۹۴ پرداخته است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود که بر اساس مطالعه مبانی نظری و پیشینه‌های مرتبط با پژوهش حاضر، تجارب

پژوهشگر و در راستای اهداف و پرسش‌های پژوهش طراحی شد. لازم به ذکر است پژوهش و رانا و بارباریک (۲۰۰۷) تنها پژوهشی بود که به بحث رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی پرداخته بود که مبنای پژوهش حاضر قرار گرفت. علاوه بر لحاظ نمودن عمده مؤلفه‌های مورد بررسی اثر یاد شده در پژوهش حاضر، با توجه به بافت کتابخانه‌های عمومی ایران و نوع خدمات و امکانات ارائه شده توسط آنها و همچنین جهت دستیابی به اطلاعات بیشتری از وضعیت رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی، مؤلفه‌های مدنظر در پژوهش یاد شده با تغییراتی (حذف یا اضافه کردن تعداد مؤلفه‌ها) همراه شد. لذا علاوه بر بررسی مؤلفه‌های پژوهش و رانا و بارباریک (۲۰۰۷) که در مقدمه به آنها اشاره شد و هم‌راستا با آنها، مؤلفه‌های دیگری شامل مهم‌ترین کانال‌های دستیابی به منابع اطلاعاتی در بین اعضای کتابخانه‌های عمومی، وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی از خود و خدمات و امکانات‌شان، هدف استفاده از کتابخانه‌های عمومی در بین اعضا، و دیدگاه اعضا در خصوص میزان اهمیت کتابخانه‌های عمومی در جامعه نیز در پژوهش حاضر بررسی شد.

روایی یا اعتبار پرسشنامه با استفاده از نظر متخصصان و کارشناسان علم اطلاعات و دانش‌شناسی مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین میزان اعتماد یا پایایی ابزار گردآوری داده‌ها روش‌های مختلفی از جمله روش تکرار آزمون^۱، روش فرم‌های موازی^۲، روش دونیمه کردن^۳ و روش آلفای کرونباخ^۴ وجود دارد. در پژوهش حاضر از روش تکرار آزمون یا آزمون-بازآزمون استفاده شد.

روش تکرار آزمون برای ارزیابی ثبات گویه‌های یک ابزار اندازه‌گیری به کار می‌رود. در این روش، پژوهشگر بدون اینکه در ابزار اندازه‌گیری تغییری ایجاد نماید عمل اندازه‌گیری را در یک گروه از واحدهای تجربی تحت شرایط یکسان تکرار می‌کند. در اینجا هر فرد، دو جواب دارد. سپس همبستگی بین نتایج به دست آمده از اندازه‌گیری اول و دوم را محاسبه می‌کند. هر چه نتایج، مشابه‌تر باشد، همبستگی بین دو آزمون نیز بیشتر می‌شود؛ در نتیجه، میزان پایایی افزایش می‌یابد. همبستگی ناشی از این مقایسه را ضریب همبستگی پایایی بازآزمایی می‌نامند (ساعی، ۱۳۸۶). برای اجرای این روش، یافته‌های به دست آمده از ۶۰ پرسشنامه مربوط

1. test-retest

2. parallel-forms method

3. split-half method

4. alpha (Cronbach)

به یک گروه ۳۰ نفره از اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه که در دو مرحله و با فاصله سه هفته از یکدیگر تکمیل شده بود، محاسبه شد. ضریب همبستگی پیرسون برای پرسشنامه، ۰/۸۱ به دست آمد. این امر به معنی پایا بودن و میزان اعتماد مناسب به پرسش‌های مطرح شده در پرسشنامه برای رسیدن به هدف مورد نظر پژوهشگر بود.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه اعضای کتابخانه‌های عمومی نهادی زیر پوشش اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه در شهر کرمانشاه بود که در زمان اجرای پژوهش حداقل ۱۵ ساله بودند. حجم کل جامعه آماری حدود ۱۵ هزار نفر بود و حجم نمونه بر اساس جدول اندازه جامعه و نمونه کرجسی و مورگان^۱ (دیانی، ۱۳۸۷) تعداد ۳۷۵ نفر تعیین شد. از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی استفاده شد. طبقات مورد نظر در جامعه مورد بررسی، ۱۵ کتابخانه عمومی نهادی در شهر کرمانشاه بودند و نسبت حضور آزمودنی‌ها در نمونه آماری در کتابخانه‌های مورد بررسی به نسبت حضور اعضای‌شان در جامعه تعیین گردید. پرسشنامه به تعداد اعضای نمونه در بین افراد جامعه توزیع و ۲۹۲ پرسشنامه از پاسخگویان دریافت شد. از این تعداد ۶ پرسشنامه به علت نقص در پاسخ‌گویی دقیق، قابل استفاده نبود؛ بنابراین با حذف این پرسشنامه‌ها، ۲۸۶ (۷۶/۲۶ درصد) پرسشنامه، مورد تحلیل قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری «اس‌پی‌اس‌اس^۲» استفاده شد. با توجه به عدم توزیع نرمال داده‌ها، از آزمون‌های ناپارامتریک خی دو^۳ و رتبه‌بندی فریدمن^۴ استفاده شد.

یافته‌ها

مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه به شرح زیر بود:

با توجه به داده‌های مندرج در جدول ۱ بیشترین فراوانی اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه را زنان با سطح تحصیلات زیردیپلم و دیپلم و با سابقه عضویت کمتر از ۱ سال تشکیل دادند.

1. Krejcie & Morgan
3. Chi-square test

2. SPSS: Statistical Package for Social Sciences
4. Friedman Test

جدول ۱. توزیع فراوانی اعضا مورد مطالعه بر حسب مشخصات جمعیت‌شناختی

درصد	فراوانی	متغیر	
۳۶/۴	۱۰۴	مرد	جنس
۶۳/۶	۱۸۲	زن	
۶۲/۹	۱۸۰	زیردیپلم و دیپلم	سطح تحصیلات
۲۵/۵	۷۳	کاردانی و لیسانس	
۱۱/۵	۳۳	فوق لیسانس و دکتری	
۴۲/۷	۱۲۲	کمتر از ۱ سال	سابقه عضویت
۲۲/۴	۶۴	۱ سال	
۱۴/۳	۴۱	۲ سال	
۵/۲	۱۵	۳ سال	
۴/۵	۱۳	۴ سال	
۱۰/۸	۳۱	بیشتر از ۵ سال	

در ادامه به بررسی پرسش‌های پژوهش با استفاده از آزمون‌ها و روش‌های آماری مناسب می‌پردازیم.

به‌منظور پاسخ به پرسش نخست پژوهش ۶ مسیر دستیابی به منابع اطلاعاتی بررسی شد. همچنین جهت شناخت مهم‌ترین مسیرها و تعمیم نتایج یافته‌ها به جامعه آماری از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شد. با توجه به نتیجه آزمون آماری مندرج در جدول ۲ که برابر با صفر شد ($P_{\text{value}}=0/000$) تفاوت معنی‌داری بین میانگین رتبه‌های مسیرهای دستیابی به منابع اطلاعاتی در بین اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه در سطح ۰/۰۵ وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت مهم‌ترین مسیر دستیابی اعضا به منابع اطلاعاتی عبارت بود از اینترنت، کتابخانه‌های عمومی و دوستان و آشنایان. محدودترین مسیرهای اعضا برای دستیابی به اطلاعات نیز عبارت بود از مجلات و روزنامه‌ها.

جدول ۲. توزیع فراوانی و میانگین رتبه مسیرهای دستیابی به منابع اطلاعاتی

P value	df	X ²	میانگین رتبه	تعداد پاسخگویان					متغیر
				همیشه	اکثر اوقات	بعضی اوقات	به ندرت	اصلاً	
۰,۰۰۰	۵	۱۹۷,۲۹۸	۴,۵۱	۱۱۷ (۴۰,۹)	۷۲ (۲۵,۲)	۳۷ (۱۲,۹)	۱۵ (۵,۲)	۲۹ (۱۰,۱)	اینترنت
			۳,۷۵	۳۷ (۱۲,۹)	۸۵ (۲۹,۷)	۷۷ (۲۶,۹)	۴۴ (۱۵,۵)	۲۰ (۷)	کتابخانه‌های عمومی
			۳,۶۱	۳۴ (۱۱,۹)	۶۰ (۲۱)	۸۶ (۳۰,۱)	۵۱ (۱۷,۸)	۱۴ (۴,۹)	دوستان و آشنایان
			۳,۴۴	۴۳ (۱۵)	۵۲ (۱۸,۲)	۶۰ (۲۱)	۴۷ (۱۶,۴)	۴۶ (۱۶,۱)	کتابخانه شخصی و منابع اطلاعاتی موجود در منزل
			۳,۳۸	۳۸ (۱۳,۳)	۵۸ (۲۰,۳)	۵۸ (۲۰,۳)	۵۴ (۱۸,۹)	۴۱ (۱۴,۳)	کتاب‌فروشی‌ها
			۲,۳۱	۱۳ (۴,۵)	۲۴ (۸,۴)	۴۴ (۱۵,۴)	۷۹ (۲۷,۶)	۷۶ (۲۶,۶)	مجله و روزنامه فروشی‌ها

در پاسخ به پرسش دوم پژوهش ده راه آشنایی با کتابخانه‌های عمومی مورد سؤال واقع شد. داده‌های مندرج در جدول زیر حاکی از آن است که اعضا عمدتاً از طریق دوستان و آشنایان خود و عبور از نزدیکی کتابخانه و دیدن آن با کتابخانه محل مراجعه خود آشنا شده‌اند. رسانه‌های ارتباط جمعی و وبلاگ کتابخانه جایگاه چندانی در شناخت کتابخانه توسط اعضا نداشتند.

جدول ۳. توزیع فراوانی راه‌های آشنایی با کتابخانه‌های عمومی

متغیر	بله فراوانی (درصد)	خیر فراوانی (درصد)
دوستان و آشنایان	۲۱۲ (۷۴,۱)	۳۹ (۱۳,۶)
عبور از نزدیکی کتابخانه و دیدن آن	۱۱۱ (۳۸,۸)	۱۱۷ (۴۰,۹)
اعضای خانواده	۹۸ (۳۴,۳)	۱۲۹ (۴۵,۱)
مجاورت کتابخانه با محل تحصیل، محل کار یا منزل	۷۷ (۲۶,۹)	۱۴۰ (۴۹)
معلمان مدرسه یا اساتید دانشگاه	۳۹ (۱۳,۶)	۱۷۴ (۶۰,۸)
بروشور تبلیغاتی یا کارت ویزیت کتابخانه	۲۴ (۸,۴)	۱۸۲ (۶۳,۶)
تلویزیون	۲۱ (۷,۳)	۱۸۸ (۶۵,۷)
وبلاگ یا وبسایت کتابخانه	۱۶ (۵,۶)	۱۹۲ (۶۷,۱)
رادیو	۶ (۲,۱)	۲۰۱ (۷۰,۳)
روزنامه و نشریات محلی	۵ (۱,۷)	۲۰۲ (۷۰,۶)

در پاسخ به پرسش سوم پژوهش، میزان مراجعه به کتابخانه‌های عمومی در ۴ سطح از اعضا سؤال شد و نتایج جدول ۴ حاصل شد. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود میزان مراجعه اکثر اعضا (۶۳,۶ درصد) به کتابخانه‌های عمومی به صورت روزانه بوده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی میزان مراجعه به کتابخانه‌های عمومی

متغیر	روزانه فراوانی	هفتگی فراوانی	ماهانه فراوانی	گهگاه فراوانی
میزان مراجعه به کتابخانه‌های عمومی	۱۸۲ (۶۳,۶)	۶۶ (۲۳,۱)	۱۸ (۶,۳)	۲۰ (۷)

برای پاسخ به پرسش چهارم پژوهش و شناخت مهم‌ترین راه‌های شناخت خدمات کتابخانه‌های عمومی در بین اعضا از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شد. بر اساس نتایج آزمون فریدمن مندرج در جدول ۵ تفاوت میانگین رتبه‌های راه‌های شناخت خدمات کتابخانه

در داخل کتابخانه معنی‌دار بوده است ($P_{\text{value}}=0,000$). بر اساس یافته‌ها تابلو اعلانات کتابخانه، کتابدار و دیگر اعضا به صورت هم‌زمان بیشترین و پرشور تبلیغاتی کتابخانه کمترین راه شناخت خدمات در داخل کتابخانه بود.

جدول ۵. توزیع فراوانی و میانگین رتبه راه‌های شناخت خدمات کتابخانه‌های عمومی در داخل کتابخانه

p-value	df	X ²	میانگین رتبه	تعداد پاسخگویان					متغیر
				همیشه	اکثر اوقات	بعضی اوقات	به ندرت	اصلاً	
0,000	4	111,690	3,37	58 (20,3)	71 (24,8)	64 (22,4)	34 (11,9)	26 (9,1)	تابلو اعلانات کتابخانه
			3,19	51 (17,8)	62 (21,7)	60 (21)	39 (13,6)	45 (15,7)	کتابدار کتابخانه
			3,19	42 (14,7)	61 (21,3)	70 (24,5)	43 (15)	35 (12,2)	اعضای کتابخانه
			3,12	41 (14,3)	67 (23,4)	80 (28)	30 (10,5)	36 (12,6)	پوستر تبلیغاتی موجود در کتابخانه
			2,13	18 (6,3)	26 (9,1)	43 (15)	58 (20,3)	73 (25,5)	بروشور تبلیغاتی کتابخانه

نتایج آزمون فریدمن همچنین تفاوت معنی‌داری را در سطح 0,05 بین میانگین رتبه‌های راه‌های شناخت خدمات کتابخانه در خارج از آن هم نشان داد ($P_{\text{value}}=0,000$). یافته‌ها (جدول ۶) نشان داد، دوستان و آشنایان، اعضای خانواده و معلمان مدرسه یا اساتید دانشگاه بیشترین راه‌های شناخت خدمات کتابخانه در خارج از آن و رادیو و روزنامه و نشریات محلی کمترین آن بوده است.

جدول ۶: توزیع فراوانی و میانگین رتبه راه‌های شناخت خدمات کتابخانه‌های عمومی در خارج از کتابخانه

p-value	df	X ²	میانگین رتبه	تعداد پاسخگویان					متغیر
				همیشه	اکثر اوقات	بعضی اوقات	به ندرت	اصلاً	
۰,۰۰۰	۷	۵۲۳,۵۵۳	۶,۸۹	۶۰ (۲۱)	۷۸ (۲۷,۳)	۷۰ (۲۴,۵)	۲۶ (۹,۱)	۳۳ (۱۱,۵)	دوستان و آشنایان
			۵,۳۴	۲۱ (۷,۳)	۳۵ (۱۲,۲)	۴۸ (۱۶,۸)	۴۵ (۱۵,۷)	۸۸ (۳۰,۸)	اعضای خانواده
			۴,۶۳	۱۱ (۳,۸)	۱۱ (۳,۸)	۳۷ (۱۲,۹)	۴۵ (۱۵,۷)	۱۲۵ (۴۳,۷)	معلمان مدرسه یا اساتید دانشگاه
			۴,۰۵	۷ (۲,۴)	۱۱ (۳,۸)	۲۴ (۸,۴)	۴۶ (۱۶,۱)	۱۴۵ (۵۰,۷)	وبلاگ یا وب‌سایت کتابخانه
			۳,۹۸	۵ (۱,۷)	۱۰ (۳,۵)	۱۹ (۶,۶)	۳۹ (۱۳,۶)	۱۵۵ (۵۴,۲)	تلویزیون
			۳,۸۹	۹ (۳,۱)	۷ (۲,۴)	۲۳ (۸)	۳۱ (۱۰,۸)	۱۵۰ (۵۲,۴)	بروشور تبلیغاتی کتابخانه
			۳,۶۱	۶ (۲,۱)	۵ (۱,۷)	۹ (۳,۱)	۴۲ (۱۴,۷)	۱۶۸ (۵۸,۷)	روزنامه و نشریات محلی
			۳,۶۰	۲ (۰,۷)	۴ (۱,۴)	۱۰ (۳,۵)	۴۱ (۱۴,۳)	۱۷۰ (۵۹,۴)	رادیو

در راستای پاسخ به پرسش پنجم پژوهش با در نظر گرفتن پنج طبقه کلی بر اساس تناسب با طیف پنج ارزشی لیکرت، وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی در داخل و خارج از کتابخانه سنجش شد. همچنین جهت بررسی تفاوت بین میزان سطوح اطلاع‌رسانی از آزمون خی دو استفاده شد. بنابر داده‌های جدول ۷ تفاوت معنی‌داری بین سطوح اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی در داخل کتابخانه در سطح ۰,۰۵ وجود داشته است. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت بیشترین اعضا (۳۹,۹ درصد) این وضعیت را در داخل در حد متوسط دانستند.

جدول ۷. توزیع فراوانی وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی از خود و خدمات و امکانات‌شان در داخل کتابخانه

متغیر	خیلی ضعیف فراوانی (درصد)	ضعیف فراوانی (درصد)	متوسط فراوانی (درصد)	خوب فراوانی (درصد)	خیلی خوب فراوانی (درصد)	P _{value}
وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه از خود در داخل	۱۰ (۳,۵)	۳۸ (۱۳,۳)	۱۱۴ (۳۹,۹)	۹۴ (۳۲,۹)	۲۷ (۹,۴)	۰,۰۰۰

داده‌های مندرج در جدول ۸ نیز بیانگر آن است که تفاوت معنی‌داری بین سطوح وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی در خارج از کتابخانه هم وجود داشته و بیشترین اعضا (۳۸,۸ درصد) وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه را در خارج از محیط کتابخانه در حد ضعیف ذکر کردند.

جدول ۸. توزیع فراوانی وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی از خود و خدمات و امکانات‌شان در خارج از کتابخانه

متغیر	خیلی ضعیف فراوانی (درصد)	ضعیف فراوانی (درصد)	متوسط فراوانی (درصد)	خوب فراوانی (درصد)	خیلی خوب فراوانی (درصد)	P _{value}
وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه از خود در خارج	۵۷ (۱۹,۹)	۱۱۱ (۳۸,۸)	۷۶ (۲۶,۶)	۳۰ (۱۰,۵)	۱۰ (۳,۵)	۰,۰۰۰

به‌منظور پاسخ به قسمت نخست پرسش ششم پژوهش و تعیین بیشترین خدمات مورد استفاده در کتابخانه‌های عمومی نیز از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج آزمون فریدمن، تفاوت معنی‌داری را در سطح ۰,۰۵ بین میانگین رتبه‌های خدمات مورد استفاده در کتابخانه‌های عمومی نشان داد ($P_{value}=0,000$). همان‌گونه که در جدول ۹ مشاهده می‌شود از میان ۱۸ خدمت مورد بررسی، استفاده از سالن مطالعه، امانت کتاب و استفاده از نمازخانه بیشترین خدمات مورد

استفاده و شرکت در کلاس‌های اوقات فراغت کتابخانه، منابع صوتی - تصویری و استفاده از پایگاه اطلاعاتی نمایه‌نشریات کمترین خدمات مورد استفاده ذکر شدند.

جدول ۹. توزیع فراوانی و میانگین رتبه خدمات مورد استفاده در کتابخانه‌های عمومی

Pvalue	df	X2	میانگین رتبه	تعداد پاسخگویان					متغیر
				همیشه	اکثر اوقات	بعضی اوقات	به ندرت	اصلاً	
۰,۰۰۰	۱۷	۱۲۳۱,۰۶۸	۱۶,۶۶	۱۷۴ (۶۰,۸)	۶۴ (۲۲,۴)	۲۱ (۷,۳)	۱۱ (۳,۸)	۸ (۲,۸)	استفاده از سالن مطالعه
			۱۳,۷۹	۴۳ (۱۵)	۵۲ (۱۸,۲)	۷۷ (۲۶,۹)	۷۳ (۲۵,۵)	۳۰ (۱۰,۵)	امانت کتاب
			۱۲,۷۹	۶۴ (۲۲,۴)	۳۶ (۱۲,۶)	۴۷ (۱۶,۴)	۲۶ (۹,۱)	۶۹ (۲۴,۱)	استفاده از نمازخانه
			۱۲,۷۱	۴۶ (۱۶,۱)	۵۷ (۱۹,۹)	۴۸ (۱۶,۸)	۳۰ (۱۰,۵)	۶۶ (۲۳,۱)	استفاده از بوفه کتابخانه
			۱۰,۵۱	۲ (۰,۷)	۶ (۲,۱)	۵۶ (۱۹,۶)	۸۵ (۲۹,۹)	۹۲ (۳۲,۲)	استفاده از بخش مرجع
			۹,۸۳	۹ (۳,۱)	۱۵ (۵,۲)	۴۹ (۱۷,۱)	۶۰ (۲۱)	۱۱۶ (۴۰,۶)	استفاده از نشریات (مجلات و روزنامه‌ها)
			۹,۷۳	۳ (۱)	۱۰ (۳,۵)	۵۸ (۲۰,۳)	۵۹ (۲۰,۶)	۱۱۹ (۴۱,۶)	مشاوره یا پرسش از کتابدار
			۹,۴۵	۱ (۰,۳)	۲۱ (۷,۳)	۴۸ (۱۶,۸)	۳۸ (۱۳,۳)	۱۳۵ (۴۷,۲)	جست‌وجوی منابع از طریق رایانه
			۹,۲۰	۵ (۱,۷)	۱۰ (۳,۵)	۵۱ (۱۷,۸)	۴۶ (۱۶,۱)	۱۲۹ (۴۵,۱)	بازدید از نمایشگاه‌های برگزار شده در کتابخانه

←



Pvalue	df	X2	میانگین رتبه	تعداد پاسخگویان				متغیر	
				همیشه	اکثر اوقات	بعضی اوقات	به ندرت		اصلاً
			۸,۸۶	۴ (۱/۴)	۷ (۲/۴)	۲۴ (۸/۴)	۷۱ (۲۴/۸)	۱۲۰ (۴۲)	رزرو کتاب
			۸,۴۸	۶ (۲,۱)	۱۰ (۳,۵)	۳۲ (۱۱,۲)	۳۸ (۱۳,۳)	۱۶۰ (۵۵,۹)	خدمات ارائه شده از طریق تلفن و اینترنت
			۸,۰۱	۶ (۲,۱)	۸ (۲,۸)	۲۷ (۹,۴)	۳۶ (۱۲,۶)	۱۶۵ (۵۷,۷)	استفاده از کافی‌نت کتابخانه
			۷,۹۸	۳ (۱)	۲ (۰,۷)	۲۹ (۱۰,۱)	۴۹ (۱۷,۱)	۱۶۱ (۵۶,۳)	استفاده از مجموعه‌های ویژه مانند بخش دفاع مقدس
			۶,۸۲	۱ (۰,۳)	۵ (۱,۷)	۱۳ (۴,۵)	۲۴ (۸,۴)	۱۹۹ (۶۹,۶)	شرکت در مسابقات کتابخوانی
			۶,۷۰	۱ (۰,۳)	۸ (۲,۸)	۶ (۲,۱)	۱۸ (۶,۳)	۲۱۱ (۷۳,۸)	شرکت در جلسات و مراسم‌های کتابخانه
			۶,۵۴	۱ (۰,۳)	۲ (۰,۷)	۱۳ (۴,۵)	۲۶ (۹,۱)	۲۰۲ (۷۰,۶)	شرکت در کلاس‌های اوقات فراغت کتابخانه
			۶,۵۲	۰	۲ (۰,۷)	۶ (۲,۱)	۳۱ (۱۰,۸)	۲۰۴ (۷۱,۳)	استفاده از منابع صوتی - تصویری
			۶,۴۲	۰	۱ (۰,۳)	۷ (۲,۴)	۳۵ (۱۲,۲)	۱۹۷ (۶۸,۹)	استفاده از پایگاه اطلاعاتی نمایه‌نشریات

بر اساس نتیجه آزمون خی دو در جدول ۱۰ ($P_{\text{value}}=0/000$) تفاوت معنی‌داری بین سطوح شناخت اعضا از خدمات در سطح ۰/۰۵ وجود داشته است و بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت بیشترین اعضا (۴۹/۳ درصد) میزان شناخت خود را در حد متوسط اعلام کردند.

جدول ۱۰. توزیع فراوانی میزان شناخت اعضا از خدمات کتابخانه‌های عمومی

متغیر	خیلی کم فراوانی (درصد)	کم فراوانی (درصد)	متوسط فراوانی (درصد)	زیاد فراوانی (درصد)	خیلی زیاد فراوانی (درصد)	P_{value}
میزان شناخت از خدمات	۴۴ (۱۵/۴)	۶۸ (۲۳/۸)	۱۴۱ (۴۹/۳)	۲۹ (۱۰/۱)	۴ (۱/۴)	۰/۰۰۰

نتایج آزمون فریدمن در جدول ۱۱، تفاوت معنی‌داری را در سطح ۰/۰۵ بین میانگین اهداف استفاده از کتابخانه‌های عمومی نشان داد ($P_{\text{value}}=0/000$). یافته‌ها در جدول زیر بیانگر آن است که استفاده از فضای کتابخانه برای مطالعه منابع درسی، امانت منابع و استفاده از فضای کتابخانه برای مطالعه منابع کتابخانه مهم‌ترین اهداف استفاده از کتابخانه و برقراری ارتباطات اجتماعی، گذراندن اوقات فراغت و تفریح و سرگرمی کم‌اهمیت‌ترین هدف استفاده بوده است.

جدول ۱۱. میانگین رتبه اهداف استفاده از کتابخانه‌های عمومی

متغیر	تعداد پاسخگویان					میانگین رتبه	X^2	df	P_{value}
	اصلاً	به ندرت	بعضی اوقات	اکثر اوقات	همیشه				
استفاده از فضای کتابخانه برای مطالعه منابع درسی	۱۵ (۵/۲)	۷ (۲/۴)	۱۶ (۵/۶)	۳۶ (۱۲/۶)	۱۹۱ (۶۶/۸)	۷/۸۲	۶۷۲/۸۳۴	۸	۰/۰۰۰
امانت منابع	۴۳ (۱۵)	۴۲ (۱۴/۷)	۵۸ (۲۰/۳)	۵۶ (۱۹/۶)	۵۳ (۱۸/۵)	۶/۳۳			
استفاده از فضای کتابخانه برای مطالعه منابع کتابخانه	۵۲ (۱۸/۲)	۵۳ (۱۸/۵)	۶۱ (۲۱/۳)	۳۰ (۱۰/۵)	۵۴ (۱۸/۹)	۵/۶۲			

←

P value	df	X ²	میانگین رتبه	تعداد پاسخگویان					متغیر
				همیشه	اکثر اوقات	بعضی اوقات	به ندرت	اصلاً	
			۵,۴۵	۴۳ (۱۵)	۴۱ (۱۴,۳)	۴۷ (۱۶,۴)	۴۲ (۱۴,۷)	۷۱ (۲۴,۸)	دستیابی به اطلاعات تخصصی
			۵,۲۵	۲۸ (۹,۸)	۴۲ (۱۴,۷)	۵۳ (۱۸,۵)	۵۲ (۱۸,۲)	۷۲ (۲۵,۲)	دستیابی به اطلاعات عمومی
			۴,۴۰	۱۴ (۴,۹)	۲۶ (۹,۱)	۴۴ (۱۵,۴)	۵۸ (۲۰,۳)	۱۰۱ (۳۵,۳)	انجام تحقیق (پژوهش)
			۳,۷۵	۱۰ (۳,۵)	۱۵ (۵,۲)	۳۰ (۱۰,۵)	۵۷ (۱۹,۹)	۱۲۹ (۴۵,۱)	برقراری ارتباطات اجتماعی
			۳,۲۶	۶ (۲,۱)	۷ (۲,۴)	۲۱ (۷,۳)	۴۱ (۱۴,۳)	۱۶۲ (۵۶,۶)	گذراندن اوقات فراغت
			۳,۱۲	۶ (۲,۱)	۴ (۱,۴)	۲۱ (۷,۳)	۳۰ (۱۰,۵)	۱۷۴ (۶۰,۸)	تفریح و سرگرمی

جهت پاسخ به پرسش هفتم پژوهش با در نظر گرفتن پنج طبقه کلی بر اساس تناسب با طیف پنج ارزشی لیکرت، میزان اهمیت کتابخانه‌های عمومی در جامعه مورد سنجش قرار گرفت. نتیجه آزمون خی دو در جدول ۱۲ حاکی از وجود تفاوت معنی‌داری بین سطوح میزان اهمیت کتابخانه‌های عمومی در جامعه از دیدگاه اعضا است ($P_{value}=0,000$). بیشترین اعضا (۷۰,۳ درصد) اهمیت وجود کتابخانه‌های عمومی را در جامعه در حد خیلی زیاد اعلام کردند.

جدول ۱۲. توزیع فراوانی اهمیت وجود کتابخانه‌های عمومی در جامعه

P value	خیلی زیاد فراوانی (درصد)	زیاد فراوانی (درصد)	متوسط فراوانی (درصد)	کم فراوانی (درصد)	خیلی کم فراوانی (درصد)	متغیر
۰,۰۰۰	۲۰,۱ (۷۰,۳)	۶۶ (۲۳,۱)	۱۴ (۴,۹)	۲ (۰,۷)	۲ (۰,۷)	اهمیت کتابخانه‌های

برای پاسخ به قسمت اول پرسش هشتم پژوهش نیز از آزمون خی دو استفاده شد. همان‌طور که در جدول ۱۳ مشاهده می‌شود، تفاوت معنی‌داری بین سطوح وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی از دیدگاه اعضا وجود داشته ($P_{\text{value}}=0,000$) و بیشترین اعضا (۳۶,۷ درصد) وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی را در جامعه در حد متوسط اعلام کردند.

جدول ۱۳. توزیع فراوانی وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی در جامعه

متغیر	خیلی ضعیف فراوانی (درصد)	ضعیف فراوانی (درصد)	متوسط فراوانی (درصد)	خوب فراوانی (درصد)	خیلی خوب فراوانی (درصد)	P_{value}
وضعیت دیده شدن	۱۵ (۵,۲)	۴۸ (۱۶,۸)	۱۰۵ (۳۶,۷)	۷۹ (۲۷,۶)	۳۹ (۱۳,۶)	۰,۰۰۰

برای پاسخ به قسمت دوم پرسش هشتم و رصد دیدگاه اعضا در خصوص بهبود وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی در جامعه، پاسخ‌های ۲۰۰ نفر از پاسخگویان که به این سؤال (در قالب ۳۸۷ نظر) پاسخ داده بودند، به نسبت تشابه با یکدیگر در ۲۰ دسته به شرح زیر دسته‌بندی شدند. نظرات ارائه شده در جدول ۱۴ حاکی از آن است که اعضا مهم‌ترین عوامل بهبود وضعیت رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی را تبلیغات گسترده و افزایش، غنی‌سازی و به‌روزرسانی منابع اطلاعاتی کتابخانه‌ها دانسته‌اند.

جدول ۱۴. توزیع فراوانی نظرات اعضا در خصوص بهبود وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی

فراوانی	متغیر
۱۶۰	تبلیغات و اطلاع‌رسانی
۵۱	افزایش، غنی‌سازی و به‌روزرسانی منابع اطلاعاتی (به‌ویژه کتب تخصصی و کمک‌درسی)
۲۸	افزایش ساعات کاری کتابخانه، شبانه‌روزی کردن کتابخانه و باز بودن کتابخانه برای همه در همه
۲۷	توسعه و بهبود وضعیت فضای مطالعه
۲۷	توسعه و ارتقاء امکانات فیزیکی و تجهیزات
۱۳	اخلاق کتابداران
۱۱	افزایش تعداد کتابخانه‌های عمومی و توسعه فضای
۸	برگزاری مسابقات کتابخوانی با اهدای جوایز نفیس
۸	ثبت‌نام رایگان و استفاده مجانی از کتابخانه برای چند روز

متغیر	فراوانی
دانش کتابداران	۸
فرهنگ‌سازی	۷
توسعه و ارتقاء خدمات	۷
تشکیل جلسات نقد کتاب، نمایش و نقد فیلم، جلسات بحث و گفتگو پیرامون موضوعات روز و	۶
نیازسنجی از اعضا	۶
برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌های کتاب و سمینارهای ماهانه با حضور افراد موفق و تحصیلکرده	۵
ایجاد مکان استراحت و صرف غذا	۴
دعوت از نویسندگان کتاب به‌ویژه نویسندگان بومی و شخصیت‌های فرهنگی و علمی در کتابخانه	۳
دسترسی به منابع از طریق شبکه وب، خدمات آنلاین و ایجاد کتابخانه مجازی	۳
تشکیل جلسات توجیهی برای اعضا	۳
تهیه کتب قدیمی و کمیاب	۲

نتیجه‌گیری

کتابخانه عمومی توسط جامعه و برای خدمت به جامعه ایجاد می‌شود. اگر نگرش، نیاز و درک جامعه از کتابخانه‌های عمومی به‌خوبی تعریف و شناسانده شود، کتابخانه‌های عمومی در دستیابی به اهداف خود و تأمین نیازهای اطلاعاتی مخاطبان موفق‌تر عمل می‌کنند. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد بیشترین کانال دستیابی به منابع اطلاعاتی اطلاعات در بین اعضا اینترنت، کتابخانه‌های عمومی و دوستان و آشنایان و کمترین آن مجله و روزنامه فروشی‌ها بوده است. بنابراین روشن است اینترنت و شبکه جهانی وب با امکانات و قابلیت‌های خود توانسته است مقبولیت لازم را در بین شهروندان کسب کرده و جایگاهی بالاتر از کتابخانه‌های عمومی در نزد افراد به خود اختصاص دهد؛ یافته‌های پژوهش کایا اوغلو^۱ (۲۰۱۴) نیز در همین راستاست. دلایل مختلفی برای این امر وجود دارد، عدم حضور در مکان در ساعت مشخص، راحتی دستیابی به اطلاعات، به‌روز بودن اطلاعات، در دسترس بودن حجم بالای اطلاعات، سرعت دستیابی و بازیابی اطلاعات، امکان استفاده توأمان از متن، صدا و تصویر و نظایر آن ممکن است از جمله دلایل گرایش به سمت استفاده از اینترنت به‌عنوان اولین منبع دستیابی به

1. Kayaoglu

اطلاعات در بین اعضا باشد. در جامعه دانش‌مدار امروز و در عصری که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از افراد تبدیل شده‌اند و روزبه‌روز بر محبوبیت آنها در بین افراد افزوده می‌شود، کتابخانه‌های عمومی به‌منظور حفظ و تقویت نقش و جایگاه خود در جامعه ناگزیرند در راستای ارائه خدمات مبتنی بر فناوری‌ها و تأمین نیاز اطلاعاتی اعضا با استفاده از فناوری‌های نوین گام بردارند.

اعضا عمدتاً از طریق دوستان و آشنایان خود و عبور از نزدیکی کتابخانه با کتابخانه آشنا شده‌اند. رسانه‌های ارتباط جمعی و وبلاگ کتابخانه جایگاه چندانی در راه‌های آشنایی با کتابخانه نداشته‌اند. بنابراین همچون پژوهش ورانا و بارباریک (۲۰۰۷) در پژوهش حاضر نیز استفاده از ارتباطات شفاهی (سینه‌به‌سینه) بیشترین راه آشنایی با کتابخانه بوده است. در حالی که رسانه‌های ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون، مهم‌ترین منبع کسب خبر و اطلاع از انواع محصولات و خدمات در جامعه است، اما این منبع وسیله‌ای مهم برای شناخت کتابخانه‌های عمومی نبوده است. لذا بایسته است در خصوص استفاده از رسانه‌های جمعی در جهت شناساندن کتابخانه‌های عمومی به مردم تلاش و برنامه‌ریزی جدی‌تری صورت پذیرد. منبع ارزشمند دیگر جهت تبلیغات و شناساندن کتابخانه‌های عمومی به جامعه رسانه‌های اجتماعی هستند که امروزه به شکل فراگیری از آنها استفاده می‌شود، در این خصوص نیز بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی پرمخاطب و ایجاد جذابیت‌های کاربرپسند راهکار دیگری برای شناساندن کتابخانه‌های عمومی به مردم است. چه بسا ساخت یک کلیپ جذاب چند دقیقه‌ای درباره کتابخانه بتواند تاثیرگذاری پایدارتر و موفق‌تری نسبت به پوسترهایی داشته باشد که در طول سال شاهد تعداد بسیاری از آنها به‌طور مداوم در کتابخانه هستیم که در ادامه مطالعه حاضر می‌بینیم پوستر و بروشور علی‌رغم هزینه‌های سنگین برای تهیه، تأثیر چندانی بر معرفی کتابخانه نداشته‌اند.

بر اساس داده‌های به‌دست آمده در این پژوهش، میزان مراجعه اکثر اعضا به کتابخانه‌های عمومی به‌صورت روزانه بوده است. با توجه به یافته‌های دیگر این پژوهش به‌نظر می‌رسد حضور روزانه در کتابخانه‌ها نه برای استفاده از منابع و افزایش سرانه مطالعه، بلکه برای استفاده از فضا جهت انجام مطالعات درسی بوده است. بنابراین این میزان استفاده با هدف یاد شده، چندان یاریگر کتابخانه‌ها در دستیابی به اهداف و رسالت خود نخواهد بود. لیکن حضور مداوم

افراد در کتابخانه‌های عمومی حتی به قصد استفاده از سالن مطالعه، فرصت ارزشمندی برای کتابداران و مسئولان کتابخانه‌های عمومی فراهم می‌آورد که می‌توانند با استفاده از خلاقیت‌ها و برنامه‌ریزی‌های اصولی خود از آن در راستای تحقق اهداف کتابخانه‌های عمومی به‌نحو شایسته‌ای بهره‌گیرند و به این تهدید به چشم یک فرصت بنگرند. یافته‌های پژوهش استرحامیان و فدایی (۱۳۸۹)، کومارا و نیکام^۱ (۲۰۱۳)، جوی و ایدو^۲ (۲۰۱۴) و کومار و شوکین^۳ (۲۰۱۵) هم‌راستا با پژوهش حاضر بود. اما بیشترین میزان بازدید در پژوهش ویرانا و بارباریک (۲۰۰۷) چندین بار در ماه و در پژوهش ابینیان، ابینیان و ایدنوجی^۴ (۲۰۱۱) و کایا اوغلو^۵ (۲۰۱۴) دو یا سه بار در هفته ذکر شد.

یافته‌های پژوهش نشان داد تابلو اعلانات کتابخانه و کتابدار و دیگر اعضا به‌طور هم‌زمان بیشترین و بروشور تبلیغاتی کتابخانه کمترین راه شناخت خدمات در داخل کتابخانه بوده است. گرچه تقریباً تمامی کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه بروشور و کارت ویزیت کتابخانه را تهیه کرده‌اند، اما یافته‌ها حاکی از عدم تأثیر و استفاده مناسب از این وسیله آگاهی‌رسانی بوده است. احتمالاً توزیع نامناسب بروشورها، محتوا و ظاهر غیرجذاب از جمله عوامل مؤثر بر این امر است. در پژوهش ویرانا و بارباریک (۲۰۰۷) کتابدار، پوستر، دیگر مواد تبلیغاتی و دیگر اعضا راه‌های شناخت خدمات در داخل کتابخانه بود. نتایج پژوهش استرحامیان و فدایی (۱۳۸۹) نیز نشان داد راه‌های آشنایی با وظایف کتابخانه خود کتابخانه، رسانه‌های جمعی، دوستان، معلمان، والدین، مطالعه کتب و... بوده است.

در خارج از کتابخانه‌های شهر کرمانشاه دوستان و آشنایان، اعضای خانواده و معلمان مدرسه یا اساتید دانشگاه بیشترین راه‌های شناخت خدمات و روزنامه و نشریات محلی و رادیو نیز کمترین آن بوده‌اند. در شناخت خدمات کتابخانه، باز غلبه فرهنگ شفاهی و احتمالاً وجود شبکه ارتباطات اجتماعی بین اعضا مشهود است. یافته‌های پژوهش ویرانا و بارباریک (۲۰۰۷) تقریباً با این یافته‌ها همسوست.

علی‌رغم آنکه اطلاع‌رسانی یکی از مهم‌ترین اقدامات اولیه کتابخانه‌های عمومی در شناساندن خود و خدمات و امکانات‌شان به جامعه است، اما بنابر یافته‌ها، اکثر پاسخگویان این

1. Kumara & Nikam

2. Joy & Idowu

3. Kumar & Shokeen

4. Obinyan, Obinyan & Aidenojie

5. Kayaoglu

پژوهش، وضعیت اطلاع‌رسانی کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه را در داخل کتابخانه در حد متوسط و در خارج از کتابخانه در حد ضعیف اعلام کردند. ضعف کتابخانه‌ها در اطلاع‌رسانی منجر به شناخت ناکافی اعضا از خدمات کتابخانه و کمتر شدن استفاده آنها از خدمات خواهد شد، چنانکه در یافته‌های این پژوهش نیز چنین نتیجه‌ای را شاهدیم؛ منابع، خدمات و امکاناتی که شاید با بازاریابی مناسب، مخاطبان زیادی را به خود جلب کند و از هدر رفت هزینه‌های مالی و انسانی جلوگیری نماید.

دیگر یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر آن بود که استفاده از سالن مطالعه، امانت کتاب و استفاده از نمازخانه بیشترین خدمات مورد استفاده و شرکت در کلاس‌های اوقات فراغت کتابخانه، استفاده از منابع صوتی - تصویری و پایگاه اطلاعاتی نمایه نشریات کمترین خدمات مورد استفاده بوده‌اند. بنابراین بیشترین اعضا، برای استفاده از فضا و منابع به کتابخانه مراجعه می‌کنند. بر اساس یافته‌ها از سایر خدمات کتابخانه به‌ویژه خدمات جنبی استفاده اندکی شده است، در حالی که برای ارائه بعضی از این خدمات نظیر پایگاه نمایه نشریات هزینه‌های بسیاری صرف شده است. گرچه کامل شدن، به‌روز شدن یا ارائه خدمات و محصولات جدید توسط کتابخانه‌های عمومی دستیابی به موفقیت را هموارتر می‌سازد، لیکن قبل از ارائه خدمات یا محصولات جدید و صرف هزینه در این خصوص، انجام تحقیقات علمی در راستای نیازسنجی مخاطب ضروری است تا بتوان به حداکثری بهره‌وری خدمات دست یافت. هم‌راستا با پژوهش حاضر، بیشترین خدمات مورد استفاده در اثر ویرانا و بارباریک (۲۰۰۷) امانت و رزرو کتاب، اتاق مطالعه و کمترین آن جست‌وجوی منابع الکترونیکی بود. بیشترین خدمت مورد استفاده در پژوهش اینبیان و همکاران (۲۰۱۱) نیز استفاده از سالن مطالعه بود. اما برخلاف نتایج این پژوهش، بیشترین خدمات مورد استفاده توسط کاربران پژوهش جوی و ایداوو (۲۰۱۴) آموزش کاربران و خدمات مرجع ذکر شد.

بیشترین اعضا، شناخت خود از خدمات کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه را با اینکه نهاد تلاش ویژه‌ای برای معرفی کتابخانه‌ها در سطح استان داشته است، متوسط اعلام کردند. این روند کند حکایت از ناکافی بودن فعالیت‌های کتابخانه‌های عمومی در جهت رؤیت‌پذیری را نشان می‌دهد که باید با بررسی روند عملکرد و نتایج حاصل از آن تصمیمات جدیدی اتخاذ

کرده و یا فعالیت‌های خود را اصلاح نمایند. یافته‌های پژوهش استرحامیان و فدایی (۱۳۸۹) و ورنانا و بارباریک (۲۰۰۷) در راستای پژوهش حاضر بود. اما اکثر پاسخگویان پژوهش جوی و ایداوو (۲۰۱۴) از خدمات ارائه شده آگاهی کافی داشتند.

در پژوهش حاضر استفاده از فضای کتابخانه برای مطالعه منابع درسی، امانت منابع و استفاده از فضای کتابخانه برای مطالعه منابع موجود مهم‌ترین اهداف استفاده از کتابخانه و برقراری ارتباطات اجتماعی، گذراندن اوقات فراغت و تفریح و سرگرمی کم‌اهمیت‌ترین اهداف استفاده بود. نتایج پژوهش استرحامیان و فدایی (۱۳۸۹) و جوی و ایداوو (۲۰۱۴) و کایا اوغلو (۲۰۱۴) تقریباً در همین راستا بود. مهم‌ترین دلیل مراجعه به کتابخانه در اثر اینیان و همکاران (۲۰۱۱) خواندن و امانت کتاب و کمترین آن استفاده از منابع دیداری-شنیداری بود. در پژوهش کومارا و نیکام (۲۰۱۳) و کومار و شوکین (۲۰۱۵)، برخلاف پژوهش حاضر، مهم‌ترین هدف استفاده از کتابخانه، استفاده از مجلات و روزنامه‌ها ذکر شد. گرچه کتابخانه‌های عمومی خواهان آنند که هدف اصلی شهروندان از مراجعه به کتابخانه امانت منابع و مطالعه آزاد باشد، اما به نظر محقق نیاز فرد، هدف استفاده وی از کتابخانه عمومی را تعیین می‌کند و این مسأله علل مختلفی دارد که از جمله آنها شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی فرد و جامعه است.

بنابر یافته‌های این پژوهش بیشترین اعضا اهمیت کتابخانه‌های عمومی را در حد خیلی زیاد اعلام کردند. هدف از بررسی این مؤلفه آن بود که مشخص شود که آیا اهمیت کتابخانه‌های عمومی به همان نسبت گذشته، با وجود افزایش فناوری‌های کسب اطلاعات در سال‌های اخیر همچنان پابرجاست یا خیر؟ اما علی‌رغم اذعان به مهم بودن کتابخانه‌های عمومی، پاسخگویان وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی را در سطح متوسط اعلام کردند. پیشنهادها و نظرات آنان در خصوص بهبود این وضعیت که در ادامه مقاله به آن اشاره خواهد شد، به نوعی اشاره به ضعف‌های ساختاری و عملکردی کتابخانه‌های عمومی است که رفع و کاهش آنان می‌تواند رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی را بهبود بخشد. اکثر پاسخگویان پژوهش کایا اوغلو (۲۰۱۴) نیز گفتند کتابخانه‌های عمومی نقش مهمی را در جامعه ایفا می‌کنند. برخلاف نتایج پژوهش حاضر جامعه تحت مطالعه ورنانا و بارباریک (۲۰۰۷) دید جامعه به کتابخانه را خوب اعلام کردند.

اعضای تحت مطالعه پژوهش حاضر، مهم‌ترین عوامل در بهبود وضعیت دیده شدن کتابخانه‌های عمومی را تبلیغات و اطلاع‌رسانی گسترده و افزایش، غنی‌سازی و به‌روزرسانی منابع اطلاعاتی کتابخانه‌ها عنوان کردند. به‌طور قطع در این زمینه آموزش‌هایی برای کتابداران در جهت توانایی برقراری ارتباط با کاربران و بازاریابی نیاز است. نظرات پاسخگویان پژوهش و رانا و بارباریک (۲۰۰۷) نیز تقریباً در همین راستا بود، اما آنها ارتقاء منابع و همکاری بیشتر با کاربران را مهم‌تر از بازاریابی از طریق رسانه‌ها دانسته بودند. در راستای نتایج پژوهش حاضر، کارینگتون^۱ (۲۰۰۵) مشاهده کرد یکی از مشکلات و یا نقص‌ها در خدمات کتابخانه‌ای این است که کتابخانه‌ها به درستی با مشتری کتابخانه ارتباط برقرار نمی‌کنند. بنابراین، او تبلیغات خدمات کتابخانه از طریق بولتن‌های خبری، پوسترها، روزنامه‌ها، یادداشت‌ها، یلبورد و نظایر آن را توصیه کرد.

در مجموع می‌توان گفت با توجه به یافته‌ها و همچنین وضعیت جمعیت‌شناختی جامعه تحت مطالعه در این پژوهش که عمدتاً افرادی با سطح تحصیلات زیردیپلم و دیپلم و با سابقه عضویت کمتر از ۱ سال هستند کتابخانه‌های عمومی در درجه اول مکانی برای مطالعه درسی دیده می‌شود و اعضا برای یافتن اطلاعات مورد نیاز قبل از کتابخانه‌های عمومی به اینترنت مراجعه می‌کنند. در حالی که رسالت کتابخانه عمومی دسترس‌پذیر ساختن اطلاعات برای ارتقاء سرانه مطالعه آزاد شهروندان است، اما بر اساس یافته‌های این پژوهش و پژوهش‌های پیشین، استفاده از کتابخانه‌های عمومی برای مطالعه درسی و آمادگی برای آزمون و امتحان با اختلافاتی در کم و کیف استفاده، در تمام دنیا مرسوم و رایج است. مسئولان کتابخانه‌ها می‌توانند با اتخاذ تدابیر و راهکارهایی از این ظرفیت حضور افراد در کتابخانه به قصد مطالعه درسی، برای هدایت آنان به سمت مطالعه آزاد بهره‌گیرند

پیشنهادها

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی به‌منظور بهبود رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

1. Carrington

- ✓ بازاریابی و تبلیغات کتابخانه‌های عمومی و استفاده از خدمات آژانس‌های بازاریابی و بهره‌گیری از بازاریابان (به صورت دوره‌ای) برای شناساندن کتابخانه به شهروندان؛
- ✓ استفاده منظم و مداوم از ظرفیت رسانه‌های ارتباط جمعی و اجتماعی پرمخاطب برای معرفی کتابخانه‌های عمومی و خدمات و برنامه‌های آنها؛
- ✓ چاپ آرم و نشانی کتابخانه‌ها بر روی محصولات تبلیغی و توزیع آن در مناسبت‌های مختلف؛
- ✓ تهیه و توزیع بروشور، بنر، پوستر و نظایر آن در شهر و تعامل با شهرداری‌ها در این خصوص؛
- ✓ استفاده از ظرفیت معلمان و انجمن اولیاء و مربیان، معاونت‌های دانشجویی، پژوهشی و فرهنگی و... برای ترویج مطالعه و استفاده از کتابخانه‌های عمومی؛
- ✓ شرکت کتابخانه‌های عمومی در مراسم‌های فرهنگی سازمان‌ها و نهادهای مختلف شهر؛
- ✓ توسعه و بهبود امکانات و تجهیزات فضای مطالعه در کتابخانه‌های عمومی؛
- ✓ مجموعه‌سازی منابع بر اساس نیازسنجی مخاطب؛
- ✓ افزایش ساعت کاری کتابخانه‌های عمومی و شبانه‌روزی کردن کتابخانه‌های پرمراجع؛
- ✓ برگزاری دوره‌های آموزش روان‌شناسی و اصول برقراری روابط اجتماعی برای کتابداران؛
- ✓ ارائه تور آشنایی با کتابخانه به صورت مداوم و منظم؛
- ✓ افزایش تعداد کتابخانه‌های عمومی؛
- ✓ ارائه خدمت «از کتابدار پرس» (هم در محیط کتابخانه و هم در سایت یا وبلاگ کتابخانه)؛
- ✓ تهیه بروشورهای جذاب‌تر و پرمحتواتر و توزیع نظام‌مندتر آن در کتابخانه‌های عمومی؛
- ✓ افزایش بودجه اختصاص یافته به کتابخانه‌های عمومی جهت ارائه خدمات متنوع‌تر و کاربرپسندتر و ایجاد شادابی و تغییرات فیزیکی در کتابخانه‌های عمومی؛
- ✓ ارائه امکان دسترسی به اینترنت و برنامه‌ریزی‌های لازم در این خصوص برای کاربران کتابخانه.

منابع

استرحامیان، مهران و فدایی، غلامرضا (۱۳۸۹). بررسی وضعیت کتابخانه‌های عمومی شهر سنندج: ارائه خدمات و ابزارهای بازیابی اطلاعات. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۶ (۶۰)، ۸۵-۹۹.

پارکر، استفن (۱۳۸۲). جنبه‌هایی از برنامه‌ریزی توسعه کتابخانه. ترجمه علی شکویی. تهران: چاپار.
دیانی، محمدحسین (۱۳۸۷). گلوگاه‌های پژوهش در علوم اجتماعی. مشهد: کتابخانه رایانه‌ای.
ساعی، علی (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی: با رویافت عقلانیت انتقادی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

References

- Aina, L. O. (2004). *Library and information on science text for Africa*. Nigeria: Ibadan.
- Bowlby, R. (2012) Living the future: Organizational performance assessment. *Journal of Library Administration*, 52 (6/7), 626-652.
- Carrington, A. (2005). *Use of posters in Exhibition*. Melbourne: Melbourne success press.
- Clark, S .O. (1999). *Fundamentals of library science*. Lagos: Functional Publishing Company.
- Joy, I. I. and Idowu, A. I. (2014). Utilization and User Satisfaction of Public Library Services in South-West, Nigeria in the 21st Century: A Survey. *International Journal of Library Science*, 3 (1): 1-6.
- Kayaoglu, H. D. (2014). Perceptions and expectations of public Library users in Istanbul, turkey: Initial survey results. *The Journal of Information and Documentation Studies*, 2 (1), 1-19.
- Kumar, N. and Shokeen, A. (2015). Use of Information Resources and Services of Central State Library, Ambala, Haryana: A Survey. *International Journal of Informative & Futuristic Research*, 2 (6), 1907-1919.
- Kumara, J. and Nikam, K. (2013). Attitudes of Young Adults Towards Public Library Services: A Study. *International Journal of Information Dissemination and Technology*, 3 (1), 8-14.
- Liu, Z. (2005). Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, 61 (6), 700-712.
- Loan, F. A. (2009). Impact of New Technology on Reading Habits: A Glimpse on the World Literature. *Paper presented in national seminar Role of School Libraries in Quality Education*. Organized by Division of Library, Documentation and Information (DLDI), NCERT, New Delhi from 10th & 11th February, 2009.
- Mi, J. and Nesta, F. (2006). Marketing library services to the net generation. *Library Management*, 27 (6/7), 411-22.

- Obinyan, G. A.; Obinyan, O. O. and Aidenojie, E. (2011). Use of Information Resources in Four Branches of a State Public Library in Nigeria. *Chinese Librarianship: an International Electronic Journal*, 31, 1-16. Retrieved December 28, 2015, from: <http://www.white-clouds.com/iclc/cliej/cl3100A.pdf>
- Vrana, R. and Barbaric, A. (2007). Improving visibility of public libraries in the local community: A study of five public libraries in Zagreb, Croatia. *New Library World*, 105 (9/10), 435-444.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

یاری، شیوا (۱۳۹۶). رؤیت‌پذیری کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۳ (۲)، ۱۷۳-۱۹۸.

Visibility of Kermanshah Public Libraries

Shiva Yari

M. A. of Knowledge and Information Science,
budget planning expert in Iran Public Libraries Foundation
yari.shiva@gmail.com

Received: 1st February 2016; Accepted: 11th July 2016

Abstract

Purpose: public librarians' efforts and straggles usually were devoted to attract users and develop their reading ability. Active presence and use of clients depend on their awareness and knowledge about library and its services and library as a being made visible foundation. So the main purpose of this research is to survey visibility of public libraries in Kermanshah city from members' viewpoints.

Methodology: This research was done through survey method in autumn 2015. A researcher-made questionnaire has used to collect data. Reliability of questionnaire was approved by professionals. Test and re-test have been used to measure the stability of questionnaire. The correlation coefficient was 0,81. The statistical sample contained 375 members of Kermanshah city public libraries. 286 questionnaires were filled out, returned and analyzed.

Findings: users believed that Internet is the most important channel for access to information resources. The main channel to acquaintance with public libraries was by friends. Members' main tool for identification of Library sections were bulletin boards and principal way of locating a library was by their friends' help. Members believed that library promotion plans are so weak. Members said that the most important service of public libraries is reading rooms. Members' had a deem awareness about library services. They said that library is a very important place but they affirmed that they had not enough information about library services and other libraries' location.

Originality/Value: public libraries function already is based on reading room services. Promotional activities should be planned for more visibility and application. This article's contribution seems to be the indication of promotional designs and plans for public libraries.

Keywords: Public Library, Visibility, Use of Services, Members, Kermanshah City.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; ISSN:1027-7838; Indexed in ISC, SID & MagIran Vol. 23, No.2, Successive No.89 Summer 2017