

## Comparative Study of Public Libraries in Commercial Centers: A Case Study of Iran and United Kingdom

**Mohsen Mahmoodi (Corresponding author)**

MSc Unesco/ Jondishapour library (Iran mall), Tehran, Iran. E-mail:

[mohsenmahmoodi198@gmail.com](mailto:mohsenmahmoodi198@gmail.com)

**Faezeh Ebrahimi Torkamani**

MSc in Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: [faezeh.ebrahimi@modares.ac.ir](mailto:faezeh.ebrahimi@modares.ac.ir)

### ABSTRACT

**Purpose:** The purpose of the current research is to conduct a comparative study of public libraries in Jundishapor in Iran Mall in Iran and White Chapel and Edmonton Green in Britain from the perspective of examining the services, advantages and characteristics of libraries in commercial centers.

**Method:** This research was conducted with a content analysis approach in terms of practical purpose. The research community consists of public libraries in the Iran Mall shopping center in Iran and Whitechapel and Edmonton Green shopping centers in the UK. In order to compare the services, advantages, features in the field of creation, reference community, collection, service provision, building and equipment and administration in libraries in commercial centers, using the semi-structured interview tool in Iran Mall's Jandishapour Library and using the method of content analysis of existing reports from public libraries have been implemented in the commercial centers of Whitechapel and Edmonton Green in the UK. Also, the interviews conducted and the content of the reports collected by the method of content analysis were done in three stages: coding by studying the texts, words and concepts extracted from the interviews, analysis, separation, integration and consolidation of them. Also, a checklist including criteria for measuring the accuracy of information on selected library sites was prepared and approved by 10 experts in the field of information science and philology, and for the acceptability of data, four criteria of Goba and Lincoln, which include validity, verifiability, reliability and transferability, was used. Also, the validity of the interview questions, which included 6 main questions, was confirmed by 10 experts in the field of information science and epistemology.

**Results:** The findings show that the presence of libraries in the studied commercial centers brings cultural, social and economic advantages for the libraries and commercial centers, and also, the studied libraries in the field of services, characteristics of the referring community, collection, providing services and buildings and The equipment has unique characteristics compared to each other and other public libraries.

**Conclusions:** The presence of libraries in commercial centers has effects and benefits for the library and the commercial center. The most important effects of the presence of public libraries in commercial centers is the steady increase for commercial centers. Also, these types of libraries have the potential to provide special services based on their unique characteristics in line with the goals of the parent organization.

**Keywords:** Public libraries, commercial centers, Iranian commercial center libraries, British commercial center libraries

## مطالعه تطبیقی کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری: مطالعه موردی ایران و بریتانیا

محسن محمودی (نویسنده مسئول)

کارشناس ارشد، کتابدار کتابخانه جندی‌شاپور (ایران‌مال)، سرپرست کتابخانه کمیسیون ملی یونسکو، تهران، ایران، رایانامه:

[mohsenmahmoodi198@gmail.com](mailto:mohsenmahmoodi198@gmail.com)

### فائزه ابراهیمی ترکمانی

کارشناس ارشد، کتابدار کتابخانه دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: [faezeh.ebrahimi@modares.ac.ir](mailto:faezeh.ebrahimi@modares.ac.ir)

### چکیده

**هدف:** هدف از انجام پژوهش حاضر مطالعه تطبیقی کتابخانه‌های عمومی جندی‌شاپور در مرکز تجاری ایران‌مال در کشور ایران و مراکز تجاری وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا از منظر بررسی خدمات، مزیت‌ها و ویژگی‌های کتابخانه‌ها در مراکز تجاری است.

**روش:** این پژوهش از حیث هدف کاربردی و با رویکرد تحلیل محتوا انجام شده است. جامعه پژوهش را کتابخانه‌های عمومی موجود در مرکز تجاری ایران‌مال در کشور ایران و مراکز تجاری وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا تشکیل می‌دهند. برای انجام تطبیق در ارتباط با خدمات، مزیت‌ها، ویژگی‌ها در زمینه ایجاد، جامعه مراجعه‌کننده، مجموعه‌سازی، ارائه خدمات، ساختمان و تجهیزات و اداره در کتابخانه‌ها در مراکز تجاری، از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته در کتابخانه جندی‌شاپور ایران‌مال و از روش تحلیل محتوای گزارش‌های موجود از کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا انجام شده است. همچنین، مصاحبه‌های صورت گرفته و محتوای گزارش‌های جمع‌آوری شده به روش تحلیل محتوا در سه مرحله: کدگذاری با مطالعه متون، کلمات و مفاهیم مستخرج از مصاحبه، تحلیل، تفکیک، تلفیق و تجمیع آنها انجام شد. همچنین چک لیستی شامل معیارهای سنجش صحت اطلاعات سایت‌های کتابخانه‌های منتخب تهیه و روایی آن توسط ۱۰ نفر از متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی تایید شد، و برای مقبولیت داده‌ها از چهار معیار گویا و لینکلن که شامل اعتبار، تاییدپذیری، قابلیت اعتماد و قابلیت انتقال است، استفاده شد. همچنین روایی پرسش‌های مصاحبه که شامل ۶ سوال اصلی بود نیز توسط ۱۰ نفر از متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی تایید شد.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان از آن دارد که حضور کتابخانه‌ها در مراکز تجاری مورد مطالعه مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کتابخانه‌ها و مراکز تجاری به همراه دارد و همچنین، کتابخانه‌های مورد مطالعه در زمینه خدمات، ویژگی‌های جامعه مراجعه‌کننده، مجموعه‌سازی، ارائه خدمات و ساختمان و تجهیزات دارای خصوصیات منحصر به فردی نسبت به یکدیگر و سایر کتابخانه‌های عمومی هستند.

**نتیجه‌گیری:** حضور کتابخانه‌های در مراکز تجاری تأثیرات، و مزایایی را برای کتابخانه و مرکز تجاری به همراه دارد. مهمترین تأثیرات حضور کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری افزایش پاخور برای مراکز تجاری است. همچنین، این نوع از کتابخانه‌های پتانسیل ارائه خدمات ویژه‌ای بر اساس ویژگی‌های منحصر به فرد خود در راستای اهداف سازمان مادر دارند.

**کلیدواژه‌ها:** کتابخانه‌های عمومی، مراکز تجاری، کتابخانه‌های مراکز تجاری ایران، کتابخانه‌های مراکز تجاری بریتانیا.

## مقدمه

محل استقرار و توزیع جغرافیایی کتابخانه‌ها یکی از مؤلفه‌هایی است که بر میزان دسترس‌پذیری و استفاده‌پذیری از آن کتابخانه تاثیرگذار است. مختارپور (۱۳۸۷) همجواری با مراکز پرجمع را به عنوان یکی از مولفه‌های مکان‌یابی کتابخانه‌ها معرفی کرده‌است، این بدان معناست که کتابخانه‌ها تا حد امکان در جوار مراکز پرجمع که تعداد زیادی از افراد را در خود جای می‌دهند احداث شوند که مهمترین این مراکز عبارتند از: پارک‌ها، مدارس، فرهنگسراها، موزه‌ها، مساجد و .... مراکز تجاری نیز یکی از مراکز پرجمع محسوب می‌شود و از نظر توجیح اقتصادی شایسته است که در محل توزیع بالای جمعیت احداث و ایجاد شوند.

بنابراین، مراکز تجاری به عنوان مکانی با توزیع جمعیتی بالا و پرجمع، موقعیت مناسبی برای ایجاد و احداث کتابخانه محسوب می‌شوند.

همچنین، مکان‌یابی کتابخانه‌ها در مراکز تجاری اتفاق جدیدی نیست، اولین کتابخانه در مرکز تجاری در سال ۱۹۷۱ در ایالات متحده به صورت آزمایشی آغاز به کار کرد. (آدام و رایسنسون، ۱۹۷۲) و اولین کیوسک‌های خدمات نقطه‌ای<sup>۱</sup> در شهر سینسیناتی از توابع ایالت اوهایو در ۱۹۷۹ عرضه شد. از آن زمان به طور پیوسته تعداد کتابخانه‌ها در سراسر جهان به دنبال همین موضوع افزایش یافت (سینگ<sup>۲</sup>، ۱۹۸۵)، در استرالیا نیز جای‌گیری کتابخانه‌ها در مراکز تجاری از محبوبیت برخوردار و با شرایط استقرار مطلوب مواجه است. (جانستون<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹) البته این موضوع در کشورهای آسیایی نیز محبوبیت زیادی پیدا کرده است، به طوری که در کشور سنگاپور در سال ۲۰۰۱ هشت کتابخانه در مراکز تجاری ایجاد شدند، (برای جمعیت ۴ میلیون نفری در آن سال این عدد قابل توجه است). (لی<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱)

در بریتانیا از سال‌های ابتدایی هزاره سوم نشانی از کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری پیدا شد، در ویلتشیر<sup>۵</sup> و در چشایر<sup>۶</sup> کتابخانه‌ها در مراکز تجاری ایجاد شدند، کتابخانه مرکز یادگیری و فناوری کتابخانه مرکزی هاکنی<sup>۷</sup> در سیویک سنتر<sup>۸</sup> در پکام<sup>۹</sup> برای ایجاد امکانات آموزشی در محیط خرید منطقه تاور هملت لندن نیز یکی دیگر از کتابخانه‌های مراکز تجاری انگلیس محسوب می‌شود، طرح ایجاد و بازسازی هر سه کتابخانه با مشارکت بخش خصوصی انجام شده است. (موریس و برون<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۴)

همچنین، در ایران نیز در سال ۱۳۹۷ در مجتمع تجاری ایران‌مال اولین کتابخانه مستقل واقع در مرکز تجاری بنا نهاده شد. این کتابخانه از بسیاری جهات یک کتابخانه ویژه به شمار می‌آید به طور مثال؛ معماری کتابخانه چندی‌شاپور تلفیق معماری سنتی و مدرن می‌باشد یا رویکرد اداره کتابخانه به صورت تعامل میان کتابداران و مراجعان است یا دسترسی به منابع موجود در کتابخانه بدون هیچ محدودیتی در اختیار و دسترس همگان است. همچنین، کتابخانه مولانا واقع در مرکز تجاری سپهر در منطقه ۲ تهران، در سال ۱۳۷۳ زیر

<sup>1</sup> Adams, C.J. and Robinson, J

<sup>2</sup> Kiosk service point

<sup>3</sup> Singh, S.R

<sup>4</sup> Johnstone, L

<sup>5</sup> Lee

<sup>6</sup> Wiltshire

<sup>7</sup> Cheshire

<sup>8</sup> Hackney

<sup>9</sup> Civic center

<sup>1</sup> Peck ham 0

<sup>1</sup> London Borough of Tower Hamlets 1

<sup>1</sup> Morris and Brown 2

نظر سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران تحت عنوان کتابخانه عمومی احداث شده که به دلیل وابستگی سازمانی و اداری به نهاد شهرداری تهران از دامنه پژوهشی ما با رویکرد کتابخانه‌های مستقل واقع در مراکز تجاری ایران، خارج است.

ایجاد و احداث کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری علاوه بر جبران کمبود سرانه کتابخانه در ایران، سبب افزایش استفاده‌پذیری و دسترسی‌پذیری به کتاب و کتابخانه می‌شود، مقایسه میان کتابخانه‌های موجود در مراکز تجاری می‌تواند سبب شناخت شرایط مطلوب و استخراج استانداردهای مناسب برای ایجاد کتابخانه‌ها در مراکز تجاری شود به همین منظور در پژوهش حاضر به بررسی و مقایسه ویژگی‌ها، خدمات و مزایای کتابخانه‌ها در مراکز تجاری ایران و بریتانیا و همچنین بررسی نوع نگاه این کشورها به ایجاد و احداث کتابخانه در مراکز تجاری پرداخته شده است.

**کتابخانه‌ها در مراکز تجاری بریتانیا:** کتابخانه‌های عمومی در بریتانیا زیر مجموعه اداره فرهنگ، رسانه و ورزش محسوب می‌شود و هر کتابخانه عمومی زیر نظر شورای شهر محل خدمت خود اداره می‌شود. کتابخانه‌ها در مراکز تجاری در بریتانیا از نظر رویکرد و محتوا، کتابخانه‌های عمومی به حساب می‌آیند. همچنین، به نقل از محمودی و ابراهیمی (۱۴۰۲) کتابخانه عمومی ادمنتون‌گرین<sup>۱</sup> یکی از چهار کتابخانه اصلی در انفیلد<sup>۲</sup> است. این کتابخانه در دو طبقه و در داخل مرکز خرید ادمنتون‌گرین واقع شده است. این مجموعه شامل ۱۰۰ رایانه شخصی، اسکنر، دستگاه فتوکپی، دستگاه چاپ، نامبر، سالن مطالعه، دسترسی به اینترنت بی‌سیم و نقاط شارژ در هر دو طبقه است. این کتابخانه زیر نظر شورای شهر انفیلد اداره می‌شود.

همینطور، شورای تاور هملتس<sup>۳</sup> لندن برای یک تغییر اساسی در جهت جذب بیشتر مردم منطقه به کتابخانه‌های عمومی شهر، یک تصمیم بنیادین گرفتند تا تمام کتابخانه‌های تاور هملتس را ببندند و تنها هفت کتابخانه در مراکز خرید آیدیا<sup>۴</sup> که محل حضور مردم و نزدیک محل خرید اقلام ضروری آنها است را جایگزین کنند. این مراکز تجاری برای فرهنگ‌سازی بهتر و حضور گسترده‌تر مردم به کتابخانه‌ها، یک کتابخانه، کافه، کلاس‌های آموزش بزرگسالان و دسترسی به رایانه را در یک محل قرار دادند و به صورت رایگان در اختیار مراجعه‌کنندگان گذاشتند. کتابخانه تاریخ محلی منطقه تاور هملتس<sup>۵</sup> واقع در مرکز خرید آیدیا شامل منابع خاص و برجسته در حوزه مطالعات تاریخ محلی شرق لندن است و جامعه استفاده‌کنندگان کتابخانه را مردم منطقه تاور هملتس تشکیل می‌دهند. این کتابخانه خدمات کتابخانه‌ای را همراه با دوره‌های آموزشی بزرگسالان و فعالیت‌ها و برنامه‌های رویدادهای گسترده ارائه می‌دهد. (مرکز تجاری آیدیا، ۱۴۰۱). پروژه مراکز خرید آیدیا در سال ۱۹۹۹ توسط شورای تاور هملتس آغاز شد و اولین مرکز خرید را در سال ۲۰۰۲ در ناحیه بولمنطقه تاور هملتس به همراه پنج مرکز خرید دیگر از آیدیا افتتاح کردند. در سال ۲۰۰۵ مرکز خرید وایت‌چاپل<sup>۶</sup> آیدیا شروع به فعالیت کرد. این مرکز شامل کتابخانه سابق وایت‌چاپل است که زمانی بزرگ‌ترین مجموعه کتاب‌های ییدیش<sup>۷</sup> در اروپا در آنجا گردآوری

<sup>1</sup> DCMS

<sup>2</sup> County Council

<sup>3</sup> Edmonton Green Public Library

<sup>4</sup> Enfield

<sup>5</sup> Tower Hamlets council

<sup>6</sup> Idea Store

<sup>7</sup> Tower Hamlets Local History Library and Archives

<sup>8</sup> Bow

<sup>9</sup> Whitechapel

<sup>1</sup> Yiddish

شده بود. به‌طور کلی، کتابخانه‌های موجود در آیدیا استور بیشترین تأکید مجموعه‌سازی خود را در زمینه کتاب‌های تاریخی و تاریخ محلی دارند (استراتژی سال ۲۰۰۹ آیدیا استور، ۲۰۰۸).

**کتابخانه‌ها در مراکز تجاری ایران:** در حال حاضر سه نوع کتابخانه عمومی از نظر تأمین بودجه در ایران وجود دارد: کتابخانه‌های عمومی دولتی، کتابخانه‌های عمومی مستقل، کتابخانه‌های عمومی مشارکتی؛ (مختارپور، ۱۳۸۷). کتابخانه مولانا واقع در مرکز تجاری سپهر کتابخانه‌ای با رویکرد دولتی محسوب می‌شود و زیر نظر نهاد کتابخانه‌های عمومی اداره می‌شود، همین‌طور کتابخانه جندی‌شاپور در مرکز تجاری ایران‌مال نیز کتابخانه‌ای با رویکرد مستقل است و بودجه کتابخانه از طریق مرکز تجاری تأمین می‌شود و متقابلاً سیاست‌های اداره کتابخانه و مجموعه گستره با نظارت شورای هیات مدیره سازمان مادر انجام می‌شود.

کتابخانه جندی‌شاپور به عنوان اولین کتابخانه عمومی مستقل در مجتمع تجاری در ایران و با رویکرد تعاملی در سال ۱۳۹۷ احداث و بهره‌برداری شد. رویکرد تعاملی برای این نوع از کتابخانه به معنی وجود بستری مناسب برای ایجاد ارتباط و تعامل میان مراجعان و کتابداران است که به عنوان یکی از اهداف احداث این کتابخانه در معماری و نوع ساخت سازه کتابخانه تأثیرگذار بوده است، به طوری که کتابخانه جندی‌شاپور به مساحت ۳۳۰۰ متر مربع واقع در جنوب غربی مجتمع تجاری ایران‌مال و در سه طبقه با دسترسی از تمام جهات جغرافیایی، از شمال به تیمچه و از جنوب به شبرو گالری و شهر کتاب از شرق و غرب به طبقات جی ۲ و جی ۳ مجتمع تجاری ایران‌مال مسیر دسترسی میسر است.

کتابخانه جندی‌شاپور با هدف ایجاد تعامل میان مراجعان و کتابداران شکل گرفته است، این رویکرد زمینه‌ساز شروع و ادامه برخی از فعالیت‌های این کتابخانه فراتر از حد معمول خدمات مرجع و منابع‌یابی در یک کتابخانه است. همچنین، فضای این کتابخانه طوری طراحی شده است که مناسب برگزاری رویدادها و برنامه‌های فرهنگی با ظرفیت بیش از ۲۰۰۰ نفر است که این موضوع خود یک ظرفیت بزرگ برای برگزاری انواع مراسم‌های فرهنگی و علمی در داخل کتابخانه شده و به تبع آن باعث افزایش مراجعان به مال می‌شود. با توجه به مطالعات کتابخانه‌ای و مرور منابع و پایگاه‌های اطلاعاتی و پایان‌نامه‌های موجود در تارنمای ایران‌داک به تعداد اندکی از مقالات و پایان‌نامه‌ها که در زمینه پژوهش حاضر مطالبی را ارائه داده بودند رسیدیم، که بدین شرح می‌باشد:

محمودی و ابراهیمی (۱۴۰۲) در مقاله خود با عنوان مطالعه خدمات کتابخانه عمومی جندی‌شاپور در توسعه اقتصادی مرکز تجاری بازار بزرگ ایران (ایران‌مال) به این نتیجه دست یافتند که: ایجاد کتابخانه جندی‌شاپور به عنوان کتابخانه عمومی در مرکز تجاری ایران‌مال، مزایایی دو جانبه برای کتابخانه و برای مجتمع تجاری در جذب مراجعان، رونق اقتصادی کسب‌وکارهای اطراف کتابخانه، استفاده‌پذیری بیشتر از فضای کتابخانه دارد. همچنین، با توجه به ویژگی‌های جامعه استفاده‌کننده، کتابخانه جندی‌شاپور خدمات و فعالیت‌های انتفاعی در راستای اهداف تجاری ایران‌مال ارائه می‌دهد و زمینه‌ساز توسعه اقتصادی برای مرکز تجاری ایران‌مال است، همچنین محمودی و ابراهیمی (۱۴۰۲) در مقاله دیگری تحت عنوان: ضرورت، امکان و موانع توسعه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری بزرگ شهر تهران بیان کردند که کتابخانه‌های مراکز تجاری از نظر ساختمان و تجهیزات، جمعیت خدمت‌گیرنده، مجموعه‌سازی، خدمات و اداره کتابخانه دارای برخی ویژگی‌های خاص خود هستند.

<sup>1</sup> Idea Store Strategy 2009

ابراهیمی ترکمانی (۱۴۰۰)، در پایان‌نامه خود با عنوان «طرح توسعه کتابخانه‌های عمومی در مجتمع‌های تجاری چندمنظوره شهر تهران» به بررسی امکان ایجاد و فعالیت کتابخانه‌های عمومی در ۱۰ عدد از مراکز تجاری بزرگ شهر تهران پرداخته است. یافته‌ها نشان از تمایل اندک مجتمع‌های تجاری برای همکاری در ایجاد و فعالیت کتابخانه‌های عمومی می‌باشد. (ابراهیمی، ۱۴۰۰)

معصومی و فرج‌زاده (۱۳۸۵)، در پژوهش خود با عنوان «تحلیل فضایی کتابخانه‌های عمومی منطقه ۱۲ تهران با استفاده از GIS» به این نتیجه رسیدند که کتابخانه‌های عمومی یکی از اجزای اصلی جامعه هستند که می‌توانند نقش مهمی در رشد و اعتلای فرهنگ جامعه ایفا کنند. به همین جهت می‌توان آنها را به عنوان یک قدرت اجتماعی و یکی از عوامل مهم تاثیرگذار در جامعه محسوب کرد، نقش این نوع کتابخانه‌ها به حدی محسوس و مهم است که با نام دانشگاه‌های عمومی خوانده می‌شوند. امروزه تعداد کم کتابخانه‌های عمومی، شرایط ثبت نام (مانند داشتن شماره تلفن و معرف) و شرط سنی مراجعان، سیستم‌های قدیمی و ناکارآمد (به خصوص عدم وجود وسایل سمعی و بصری و رایانه)، توزیع نامناسب و طی مسافت‌های طولانی و پرمخاطره به ویژه در شهرهای بزرگ، دسترسی به کتابخانه‌ها را دشوار ساخته است. افزون بر این، تعطیلی‌های طولانی که مدت زمان زیادی را از مشتاقان کتاب و کتاب‌خوانی، به خصوص افراد تازه وارد می‌گیرد و ممکن است افراد برای مدتی از رفتن به کتابخانه صرف نظر کنند. به علت مسائل فوق تعداد زیادی از افراد جامعه به کتابخانه‌های عمومی مراجعه نمی‌کنند. اکثر کتابخانه‌های عمومی فاقد هرگونه سرویس برای بی‌سوادان، کودکان و نوجوانان می‌باشند، رشد کیفی کتابخانه‌ها به کندی صورت می‌گیرد و هیچ هماهنگی با رشد جمعیت ندارد.

پترسن و همکاران (۲۰۲۴) در مقاله‌ای با عنوان: "مراکز خرید به عنوان مکان سوم: تفاوت‌های اجتماعی جمعیت شناختی در استفاده از مراکز خرید و انگیزه‌های غیر خرید برای بازدید" بیان کردند که: مراکز خرید بخش مهمی از زیرساخت‌های اجتماعی شهرها محسوب می‌شوند، و ابعاد اجتماعی مراکز خرید یکی از مهمترین دلایل ترغیب بازدیدکنندگان از آنجاست، ابعاد اجتماعی مراکز تجاری آنها را به عرصه‌های اجتماعی تبدیل می‌کند، و فضایی را برای معاشرت و ملاقات‌های شهری فراهم می‌آورد و تعاملات اجتماعی و سرزندگی را در شهر افزایش می‌دهد، وی مراکز تجاری را به عنوان مکان سوم قلمداد می‌کند و آینده‌ای که برای مراکز خرید متصور شده است این است که در مراکز خرید فرصت‌هایی برای رفع نیازهای دیگر بازدیدکنندگان به جز خرده فروشی فراهم خواهد شد و دانش را به عنوان عنصر اصلی زیرساخت تعاملات انسانی در مراکز خرید دانست.

لیم و سئو (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان: تاثیرات کتابخانه‌های عمومی با امکانات متعدد در افزایش کاربران بر اساس نوع جامعه در کره جنوبی، به بیان اینکه امکانات متعدد در کتابخانه‌های عمومی مانند وجود امکانات ورزشی در کنار کتابخانه عمومی، استفاده‌پذیری کتابخانه عمومی را افزایش می‌دهد. نویسنده اینگونه نتیجه می‌گیرد که استفاده‌پذیری از کتابخانه عموم با امکانات موجود در آن کتابخانه رابطه مستقیم دارد.

برنینگ، هنلین و یونیک<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) در مقاله خود با عنوان: سی ال پی لاینس؛ آوردن کتابخانه به بازار عمومی پیتزبورگ طرحی که با همکاری دانشجویان دانشگاه پنسیلوانیا با شعار کتابخانه در همسایگی، جامعه و مدرسه شما معرفی کرد که محصول آن جذب حداکثر کاربران از سراسر ایالت در پی احداث کتابخانه جدیدی در بازار سرپوشیده پیتزبورگ و ارائه خدمات در روزهای تعطیل بود.

<sup>1</sup> Pettersen

<sup>2</sup> Lim and seo

<sup>3</sup> Branning, Henline and Yonick

<sup>4</sup> CLP LYNCS

راشل اسکات (۲۰۱۱) در مقاله خود تحت عنوان: نقش کتابخانه‌های عمومی در اجتماع سازی، بیان کرده است که نظام کتابخانه شهرستان کینگ به طور موثر با شیوه ارائه خدمات در حال جامعه سازی است و همچنین راه برون رفت از بحران‌های اقتصادی که کتابخانه‌های کینگ با آن مواجه بودند را تغییر در ساعات کاری و خدمات کتابخانه دانست، همچنین ارتباط بیشتر با جوامع در طولانی مدت اثراتی همچون حمایت مردم از کتابخانه خواهد داشت. و ۵ حوزه اصلی که کتابخانه‌های عمومی در آن حوزه‌ها به جامعه سازی کمک می‌کنند را ۱. زمینه‌ساز دسترسی به اطلاعات و یادگیری؛ ۲. کمک به برابری اجتماعی؛ ۳. تقویت مشارکت مدنی؛ ۴. واسط میان کاربر و منابع برای افزایش مشارکت جامعه؛ ۵. افزایش نشاط اقتصادی در جامعه، عنوان کرد.

دونا گوردن<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در مقاله خود تحت عنوان: بیا به مرکز خرید برویم، گزارشی از انتقال شعبه‌ای از کتابخانه عمومی ایالت ایندیاناپولیس به مرکز تجاری گلیندیل<sup>۳</sup> ارائه کرده است به گزارش گوردن مرکز تجاری گلیندیل برخی از هزینه‌های اداره کتابخانه را از طریق کاهش دریافت اجاره بها تامین می‌کند و این به این دلیل است که این کتابخانه سبب گشته پانچور مجتمع تجاری افزایش شگرفی داشته باشد، به عبارت دیگر حضور کتابخانه در مجتمع تجاری با استقبال بی نظیر مردم مواجه شده است، همچنین گردش و امانت منابع ۳۵-۴۰ درصد افزایش یافته است.

ساوک کیم<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) در مقاله خود تحت عنوان: باز کردن کتابخانه‌های عمومی کوچک در مراکز خرید می‌تواند به کسب و کارهای محلی در گویانگ، کره کمک کند، به دلایل عدم رشد و گسترش خدمات کتابخانه‌های عمومی در کره جنوبی پرداخت و یکی از دلایل مهم این سرعت پایین در گسترش خدمات کتابخانه‌ای در کره جنوبی را مساحت بسیار زیاد کتابخانه‌های کره بیان کرد و یکی از راه‌های برون رفت از این بحران را ایجاد و احداث کتابخانه‌های عمومی کوچک در مراکز تجاری محلی قلمداد کرد به بیان این پژوهشگر احداث کتابخانه‌ی کوچک در یک خورده فروشی علاوه بر گسترش خدمات کتابخانه‌ای در کره، زمینه‌ای برای افزایش پانچور به مجتمع تجاری محلی ایجاد خواهد کرد.

فورسیس<sup>۵</sup> (۲۰۰۶) در مقاله خود تحت عنوان: خورده فروشی درمانی یا شمول اجتماعی؟ به تعداد فزاینده کتابخانه‌های عمومی در مراکز خرید اشاره کرده است و بیان کرده حضور کتابخانه در مرکز تجاری منافع متقابل کتابخانه و خرده فروشان را تعمیم می‌کند، دسترسی به پارکینگ برای کاربران کتابخانه و دسترسی راحت و سریع به اطلاعات و منابع کتابخانه‌ای برای مشتریان و مراجعان به مرکز خرید را یکی از مزایای حضور کتابخانه‌ها در مراکز تجاری برشمرد. فورسیس در این مقاله به ارزیابی فرصت‌ها، چالش‌های توسعه کتابخانه‌ها در مراکز تجاری پرداخته است.

همچنین، طبق مقاله موریس و برون<sup>۶</sup> (۲۰۰۴) با عنوان «مکان‌یابی کتابخانه‌های عمومی در مراکز خرده‌فروشی: مزایا و اثرات» به این نتیجه رسیدند که حضور کتابخانه‌ها در مراکز تجاری می‌تواند منجر شود که کتابخانه‌ها مالیات مربوط به مکان کتابخانه را به وسیله مراکز تجاری پرداخت کنند. و نیز، حضور کتابخانه در یک مرکز تجاری شلوغ و پرتردد می‌تواند به استفاده‌پذیری بیشتر از کتابخانه بیانجامد و برای جوامع محلی فرصت‌های استفاده را فراهم می‌کند. همچنین، یافتند که کتابخانه‌های عمومی در بریتانیا و در تمام دنیا به

<sup>1</sup> Rachel Scott

<sup>2</sup> Donna Gordon Blankinship

<sup>3</sup> Glendale

<sup>4</sup> Young-Seok Kim

<sup>5</sup> E.Forsyth

<sup>6</sup> -Morris & Brown



طور چشم‌گیری در برابر دولت و مردم پاسخگو هستند و نیاز است که سود و خدمتی که کتابخانه‌ها فراهم می‌کنند توجیه‌کننده هزینه‌هایی که برای کتابخانه‌ها انجام می‌شود باشد.

و همینطور، لیدبتر<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) در پژوهش خود با عنوان «چگونه یک سرویس کتابخانه عمومی مدرن ایجاد کنیم» به این نتیجه رسید که مکان‌یابی کتابخانه‌ها در مراکز تجاری مسیری در جهت جوان‌سازی خدمات کتابخانه‌ای به نظر می‌رسد. و نیز، طبق یافته‌های مورس<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، توسعه کتابخانه‌ها در مراکز تجاری از نظر افزایش استفاده از کتابخانه‌ها به عنوان مزیتی برای کتابخانه‌ها محسوب می‌شود.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، آمیخته است، از روش تحلیل محتوا برای استخراج مزایا و ویژگی‌های کتابخانه‌ها در مراکز تجاری استفاده شده است. مصاحبه با مدیران کتابخانه‌ها در مراکز تجاری و بخش فرهنگی ایران‌مال و صاحب‌نظران کتابخانه‌های عمومی انجام گردید. تحلیل محتوا در سه مرحله با استخراج کلیدواژه‌های مفاهیم مشترک، تحلیل (ارائه مفهوم منتج از کدها) و تلفیق و تجمیع مفاهیم و مقوله‌بندی مفاهیم انجام شد. مقولات استنباط شده به عنوان معیارهای تطبیق کتابخانه‌های مورد مطالعه استفاده شدند. همچنین، برای انجام تطبیق و بسط نمونه پژوهشی از چندین نمونه مرکز تجاری بزرگی که در بریتانیا وجود داشت و دارای کتابخانه بودند برای نمونه دو مورد از بزرگترین و مجهزترین آنها انتخاب شد و از روش کتابخانه‌ای و تحلیل محتوای مقالات در زمینه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری بریتانیا، استفاده شده است.

همچنین، کتابخانه عمومی جندی‌شاپور به عنوان بزرگترین و مجهزترین کتابخانه عمومی موجود در مرکز تجاری ایران‌مال و کتابخانه‌های عمومی وایت‌چاپل و ادمونتون‌گرین در مراکز تجاری کشور بریتانیا به عنوان جامعه پژوهش، مورد بررسی و تطبیق قرار گرفتند. و همینطور، مراکز تجاری منتخب از نظر مساحت بزرگترین و شناخته‌شده‌ترین مراکز تجاری هستند که، کتابخانه وایت‌چاپل در آیدیا استور و کتابخانه ادمونتون‌گرین در لندن نمونه‌های مورد مطالعه از جامعه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری بریتانیا، و کتابخانه جندی‌شاپور در مرکز تجاری ایران‌مال تنها مورد مطالعه از کتابخانه در مرکز تجاری ایران را تشکیل می‌دهند.

همچنین برای سنجش روایی سایت کتابخانه‌های مورد نظر از چک‌لیست استفاده شد و معیارهای مورد بررسی در چک‌لیست مورد تایید ۱۰ نفر از متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی بودند. و روایی و پایایی پرسش‌های طراحی شده برای انجام مصاحبه نیز مورد تایید متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی قرار گرفت.

بدین منظور که برای مقبولیت داده‌ها از چهار معیار گوبا و لینکلن<sup>۳</sup> که شامل اعتبار<sup>۴</sup>، تاییدپذیری<sup>۵</sup>، قابلیت اعتماد<sup>۶</sup> و قابلیت انتقال<sup>۷</sup> است، استفاده شد، برای اطمینان از معیارهای اعتبار و تاییدپذیری داده‌ها در پژوهش حاضر از بررسی مداوم داده‌ها، تحلیل داده‌ها هم‌زمان با جمع‌آوری آن، مرور کدهای استخراج شده توسط دو ناظر همکار در پژوهش (کدهای استخراج شده در اختیار آن‌ها قرار گرفت

<sup>1</sup> -Lead beater

<sup>2</sup> Morris

<sup>3</sup> Goba and Lincoln

<sup>4</sup> credibility

<sup>5</sup> confirmability

<sup>6</sup> Dependendability

<sup>7</sup> Transferability



و از نظر درستی برداشت از جملات آن‌ها، کنترل شد)، بررسی روند تجزیه و تحلیل داده‌ها با دو تن از پژوهشگران روش کیفی و درگیری مداوم و طولانی مدت با داده‌ها استفاده شد. تاییدپذیری یافته‌ها نیز توسط ناظران همکار آشنا به تحقیق کیفی، مورد سنجش قرار گرفت، به این معنی که ایشان بخش‌هایی از متن مقالات به همراه کدهای مربوطه و طبقات پدیدار شده را بررسی و تایید نمود (به علاوه در مرحله دوم پژوهش مقوله‌های تعیین شده توسط پنل دلفی مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت) برای اطمینان از قابلیت اعتماد داده‌ها نیز از حسابرسی پژوهشی<sup>۱</sup> (ثبت و گزارش دقیق محقق مراحل و روند تحقیق به منظور امکان پیگیری تحقیق توسط دیگران) استفاده گردید. نهایتاً، به منظور تضمین قابلیت انتقال داده‌ها می‌توان گفت که داده‌ها قابلیت انتقال را دارند زیرا به پرسشنامه دلفی تبدیل شدند که مورد بررسی اعضای پنل دلفی قرار خواهند گرفت.

## یافته‌ها

بر اساس تحلیل محتوای گزارش‌های ارائه شده و بررسی سایت‌های کتابخانه‌های وایت چاپل<sup>۲</sup> و ادمونتون گرین و تحلیل محتوای مصاحبه با صاحب نظران داخلی و مدیران کتابخانه جندی‌شاپور امکانات موجود در کتابخانه‌های مورد مطالعه از نظر مزیت‌ها، خدمات و ویژگی‌ها در قالب جداول ارائه شده است. و نیز، معیارهای ارزیابی امکانات کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری، براساس پژوهش‌های دو تن از محققین بریتانیایی به نام‌های موریس و برون در سال ۲۰۰۵ انتخاب شده است. همچنین، مواردی نیز از سیاهه‌وارسی پایان‌نامه ابراهیمی ترکمانی (۱۴۰۰) با عنوان: طرح توسعه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری چندمنظوره شهر تهران، استخراج شده است.

## مقایسه مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مراکز تجاری برای کتابخانه‌های مراکز تجاری ایران مال، وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا

جدول ۱. مزیت‌های کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری برای کتابخانه‌های مورد مطالعه

شماره کد	کدهای اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۱	در معرض دید مردم بودن	جذب مخاطبان کتابخانه‌های عمومی با	افزایش رؤیت‌پذیری کتابخانه
۲	کتاب بیشتر در معرض دید قرار می‌گیرد	ایجاد سهولت در دسترسی به کتابخانه و	
۳	تنوع مراجعه‌کنندگان	منابع آن.	
۴	کاهش هزینه ترویج خدمات	حضور کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری سبب می‌شوند خدمات با هزینه کمتری ارائه شوند	کاهش هزینه‌های کتابخانه در مرکز تجاری
۵	ارائه خدمات مقرون به صرفه		تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع
۶	تبدیل کتابخانه به مراکز اجتماعی و محل ملاقات	از کتابخانه‌های عمومی در مجتمع‌های تجاری می‌توان از حیث مراجعه‌کنندگان متنوع به عنوان یک مرکز اجتماعی برای ملاقات‌ها روزانه و دورهمی‌ها بهره برد	گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه
۷	استفاده از کتابخانه برای دورهمی‌های علمی		جذب مخاطبان بیشتر به کتابخانه
۸	کمک به شناخت اجتماعات فرهنگی		
۹	حضور کتابخانه در قلب جامعه	کتابخانه‌های عمومی در مجتمع‌های تجاری، با توجه به تنوع مراجعه‌کنندگان،	
۱۰	آشنایی مراجعان با فرهنگ مطالعه و خدمات کتابخانه		

<sup>1</sup> Audit Trail

<sup>2</sup> Whitechapel

مقولات	مفاهیم منتج از کدها	کدهای اولیه	شماره کد
گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه	سبب ایجاد آشنایی و معرفی کتابخانه با جامعه مخاطب می‌گردد و این امر سبب رشد و توسعه کتابخانه‌های عمومی است.	توسعه ارتباط کتابخانه با جامعه	۱۱
		افزایش رویکرد مردم‌گرایی در کتابخانه	۱۲
کاهش هزینه‌های کتابخانه در مرکز تجاری	ارائه خدمات در کتابخانه واقع در مجتمع‌های تجاری سبب تسهیل در ارائه خدمت و هم‌چنین جذب بیشتر مراجعان به کتابخانه می‌شود	همکاری واحدهای تجاری برای برگزاری برنامه‌های کتابخانه عمومی	۱۳
تسهیل ارائه خدمات به مراجعان		تسهیل آگاهی‌رسانی	۱۴
		ارائه خدمات متنوع و جدید متناسب با فضایی که در آن واقع است	۱۵
		خدمات‌رسانی به عموم	۱۶
		کمک به بازاریابی اطلاعات	۱۷
		اشاره به اصل هر کتاب خواننده‌اش و هر خواننده کتابش	۱۸

کدهای یک تا سه به مقوله رؤیت‌پذیری و تسهیل دسترسی و جذب مخاطب اشاره دارد، کدهای چهار و پنج اشاره به مضمون کاهش هزینه‌های کتابخانه‌های عمومی واقع در مجتمع تجاری دارد، کدهای شش تا هشت نیز به این مضمون اشاره دارند که کتابخانه‌ها در مجتمع‌های تجاری به مکان‌هایی برای ملاقات‌های عمومی استفاده کرد، کدهای ۹ تا ۱۲ نیز اشاره به توسعه ارتباطات کتابخانه با جامعه است که سبب آشنایی عموم مردم با کتابخانه‌های عمومی می‌شود و کدهای ۱۳ تا ۱۸ نیز اشاره به این دارند که کتابخانه‌ها در مراکز تجاری سبب تسهیل ارائه خدمات به مراجعه‌کنندگان می‌شوند.

جدول ۲. مقولات مستخرج از مصاحبه در ارتباط با مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مراکز تجاری برای کتابخانه‌های مورد مطالعه

مقولات و مولفه‌های مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کتابخانه‌های عمومی	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
افزایش رؤیت‌پذیری کتابخانه	✓	✓	✓
تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع	✓	✓	-
جذب مخاطبان بیشتر به کتابخانه	✓	✓	✓
کاهش هزینه‌های کتابخانه در مرکز تجاری	✓	✓	✓
گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه	✓	✓	✓
تسهیل ارائه خدمات به مراجعان	-	✓	✓

مقایسه مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایجاد و فعالیت کتابخانه‌های عمومی جندی‌شاپور (ایران مال)، وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا

جدول ۳. مزیت‌های کتابخانه‌های عمومی مورد مطالعه در مجتمع‌های تجاری برای مجتمع‌های تجاری

شماره کد	کدهای اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۱	در معرض دید بودن		افزایش پاخور مجتمع تجاری

۲	افزایش بازدید از مجتمع‌های تجاری	سبب افزایش تعداد مراجعات و بازدید از مجتمع تجاری خواهد شد.
۳	به عنوان آرشیو مرکز تجاری	ارائه خدمات متناسب با مجتمع تجاری برای تحقق اهداف مجتمع تجاری
۴	بازاریابی برای واحدهای تجاری	
۵	پوشش نیازهای اطلاعاتی افراد شاغل در مجتمع	
۶	ارائه اطلاعات تجاری مرکز با بروشورها و محصولات	
۷	برگزاری کارگاه‌ها و کلاس‌هایی برای شاغلین در مجتمع‌های تجاری به منظور افزایش مهارت و دانش	
۸	ایجاد اوقات مفرح	استفاده از فضای کتابخانه برای ملاقات‌ها و دورهمی‌ها و اوقات فراغت
۹	محل ملاقات‌های عمومی	استفاده از فضای کتابخانه برای ملاقات و فراغت مشتریان
۱۰	ایجاد اشتیاق برای افراد شاغل در مجتمع‌های تجاری نسبت به کتابخانه	ارائه خدمات به شاغلین و کارمندان مجتمع تجاری
۱۱	ایجاد تعلق خاطر برای شاغلین مجتمع‌های تجاری نسبت به کتابخانه	
۱۲	ایجاد اشتیاق و انگیزه برای مراجعات بعدی	
۱۳	انتقال فرهنگ کتابخانه به محیط بیرون از طریق کسبه و شاغلین	
۱۴	جذب بیشتر خریداران فرهنگی	افزایش فروش اقلام فرهنگی در مجتمع‌های تجاری
۱۵	توسعه فرهنگی در دراز مدت	ایجاد کتابخانه در مجتمع تجاری سبب ایجاد وجه فرهنگی برای مجتمع تجاری می‌شود
۱۶	ایجاد جلوه فرهنگی برای مجتمع‌های تجاری	سبب صرفه‌جویی در هزینه‌های ایجاد کتابخانه و هم‌چنین، سبب ایجاد پاخور برای مجتمع می‌شود.
۱۷	گرفتن تخفیف مالیاتی برای مجتمع با ایجاد کتابخانه	کاهش هزینه‌های عوارض و مالیات برای مجتمع تجاری
۱۸	بازگشت سود به مجتمع از طریق بازگشت مراجعان به کتابخانه	

کدهای یک و دو اشاره به این دارند که کتابخانه‌های عمومی در مجتمع‌های تجاری سبب جذب مراجعه‌کننده و افزایش میزان بازدید از مجتمع خواهد شد، کدهای سه تا هفت نیز اشاره به این دارند که کتابخانه با ارائه خدمات متناسب با مجتمع می‌تواند به مجتمع در تحقق اهداف تجاری کمک کند، کدهای هشت و نه اشاره به استفاده‌پذیری فضای کتابخانه عمومی به عنوان فضای ملاقات و فراغت مشتریان اشاره دارد، کدهای ۱۰ تا ۱۳ نیز به ارائه خدمات به شاغلین و کارمندان مجتمع تجاری اشاره دارد که این خدمات سبب آشناسازی آن‌ها و خانواده آن‌ها با کتابخانه و فرهنگ مطالعه خواهد شد، کد ۱۴ اشاره به این دارد که در یک مجتمع تجاری کتابخانه می‌تواند تبلیغی برای خرید کتاب و منابع فرهنگی باشد و فروش اقلام فرهنگی را در مجتمع تجاری افزایش دهد، کدهای ۱۵ و ۱۶ به ایجاد وجه فرهنگی برای کتابخانه‌ها در مرور زمان اشاره دارد، کدهای ۱۷ و ۱۸ نیز اشاره دارند به این که ایجاد کتابخانه در مجتمع تجاری می‌تواند سبب کاهش هزینه‌های عوارض و مالیات برای مجتمع شود.

جدول ۴. مقولات مستخرج از مصاحبه در ارتباط با مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کتابخانه‌های مورد مطالعه برای مراکز تجاری

	مقولات و مولفه‌های مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای مراکز تجاری	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون‌گرین
۱	افزایش پاخور مجتمع تجاری	✓	✓	✓
۲	پیشبرد اهداف تجاری سازمان مادر	✓	✓	-

مقولات و مولفه‌های مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای مراکز تجاری	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
استفاده از فضای کتابخانه برای ملاقات و فراغت مشتریان	✓	✓	✓
ارائه خدمات به شاغلین و کارمندان مجتمع تجاری	✓	✓	✓
تخصیص فضایی برای خرید کتاب و محصولات فرهنگی	✓	✓	✓
کاهش هزینه‌های عوارض و مالیات برای مجتمع تجاری	-	✓	✓

### مقایسه ویژگی‌های جامعه کتابخانه‌های عمومی جندی‌شاپور (ایران مال)، وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا

جدول ۵. ویژگی‌های جامعه کتابخانه‌های عمومی مورد مطالعه در مراکز تجاری

شماره کد	کدهای اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۱	ویژگی‌های مخاطبین کتابخانه‌های عمومی	<p>مراجعات کتابخانه‌های عمومی مستقر در مجتمع‌های تجاری، همانند سایر کتابخانه‌های عمومی دارای تنوع اقشار و گروه‌های مختلفی اجتماعی هستند. با این تفاوت که این مراجعان را می‌توان به سه گروه مردم (مراجعه‌کنندگان به مجتمع)، کارکنان فروشگاه‌ها و کارکنان مجتمع تقسیم کرد. از منظر دیگر این مراجعه‌کنندگان را می‌توان به دو گروه ثابت و غیر ثابت تقسیم کرد.</p> <p>مردم مراجعه‌کننده به کتابخانه، اغلب مراجعه‌کنندگان عبوری و گذری و غیر ثابت هستند.</p> <p>کارکنان فروشگاه‌ها و کارکنان مجتمع گروه مراجعه‌کنندگان ثابت به کتابخانه را تشکیل می‌دهند.</p> <p>بیشتر مراجعه‌کنندگان به کتابخانه را گروه مراجعان غیر ثابت (مردم) تشکیل می‌دهند و حضور خانواده و کودکان در میان آن‌ها مشهود است.</p>	تنوع گروه‌های مراجعه‌کننده
۲	همه سنین		
۳	مرد و زن		
۴	تحصیلات سبک، دیپلم، لیسانس، فوق‌لیسانس، دکتری		
۵	عموم شهروندان از لحاظ فرهنگی و اجتماعی متفاوت		
۶	معلولین		
۷	سالمنند با صندلی چرخدار		
۸	بسیار متنوع		
۹	از خردسال تا سالمندان		
۱۰	از همه اصناف و اقشار		
۱۱	تنوع وسیع مراجعه‌کنندگان		
۱۲	مردم		
۱۳	فروشگاه‌های مستقر		
۱۴	کارکنان مجتمع		
۱۵	خانواده		
۱۶	کودک		
۱۷	مراجعه‌کنندگان دائم		
۱۸	مراجعه‌کنندگان گذری (عبوری)		
۱۹	نسبت بیشتر مخاطبان گذری		
۲۰	خدمات برای مراجعه‌کنندگان دائم در اسرع وقت		
۲۱	خدمات برای مراجعه‌کنندگان عبوری در اسرع وقت		
۲۲	پاخور زیبا		
۲۳	محققانی که از مجتمع عبور می‌کنند و فکر می‌کنند سری هم به کتابخانه بزنند		
۲۴	کدبانویی که برای خرید به کتابخانه آمده و شاید می‌خواهد چند دقیقه‌ای از فضای خانه دور باشد		
		هر دو گروه مراجعه‌کنندگان ثابت و غیر ثابت، زمان کوتاهی در کتابخانه توقف می‌کنند.	گذری و غیر ثابت بودن اکثر مراجعان

شماره کد	کدهای اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۲۵	کودکان را به کتابخانه بپارند	برخی از مراجعه‌کنندگان غیرثابت (مردم و خانواده‌ها) اهداف و نیاز خاصی دارند.	مراجعات با اهداف گوناگون
۲۶	برای مطالعه	اهداف گروه‌های مراجعه‌کننده به کتابخانه‌های عمومی	
۲۷	برای کنکور	مجتمع‌های تجاری همانند اهداف مراجعه‌کنندگان سایر کتابخان‌های عمومی است با این تفاوت که مراجعه‌کنندگان عبوری، اغلب، هدف موقت و کوتاهی دارند.	
۲۸	برای تحقیق و پژوهش	مراجعه‌کنندگان غیرثابت، معمولاً با نیت و اراده مراجعه به کتابخانه، به مجتمع تجاری مراجعه نمی‌کنند. غالباً، قصد مراجعه به کتابخانه در زمان حضور در مجتمع تجاری شکل می‌گیرد.	
۲۹	هدف اصلی خرید و مراجعه به فروشگاه است		

کدهای یک تا ۱۱ به تنوع گروه‌های مراجعه‌کننده اشاره دارد در کدهای ۱۲ تا ۱۴ هم‌چنین، کد ۱۷ و ۱۸ به گروه‌های ثابت و غیرثابت مراجعه‌کنندگان اشاره دارد در کد ۱۵ و ۱۶ به کودک و مادر به عنوان یکی از اعضای جامعه مراجعه‌کننده با نیازهای مربوط به خود اشاره شده است، در کد ۱۹ به نسبت بیشتر مراجعات گذری و غیرثابت به مراجعات ثابت اشاره شده است. در کدهای ۲۰ تا ۲۴ نیز به کوتاه بودن زمان توقف مراجعات غیرثابت اشاره شده است در کد ۲۵ به اهداف خاص مراجعات برای مراجعه به کتابخانه اشاره شده است و در شماره ۲۶ تا ۲۸ نیز به اهداف عمومی مراجعات برای مراجعه به کتابخانه اشاره شده است، در کد ۲۹ نیز هدف اصلی از مراجعه به مراکز تجاری خرید معرفی شد.

جدول ۶. مقولات مستخرج از مصاحبه در ارتباط با ویژگی جامعه کتابخانه‌های مورد مطالعه

مقولات و مولفه‌های جامعه کتابخانه‌های عمومی	جندی‌شاپو	وایت چاپل	ادمونتون گرین
تنوع گروه‌های مراجعه‌کننده	✓	✓	✓
مراجعات ثابت و گذری	✓	✓	✓
مادران به همراه کودک	✓	✓	✓
گذری و غیر ثابت بودن اکثر مراجعات	✓	✓	✓
مراجعات با اهداف گوناگون	✓	✓	✓

مقایسه ویژگی‌های مجموعه‌سازی کتابخانه‌های عمومی جندی‌شاپور (ایران‌مال)، وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا

جدول ۷. ویژگی‌های مجموعه‌سازی کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری مورد مطالعه

شماره کد	کد اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۱	اقتضای مختلف	نیازهای اطلاعاتی افراد مراجعه‌کننده به مجتمع تجاری و هم‌چنین، تفاوت آن‌ها در سن و شغل و تحصیلات آن‌ها، استراتژی‌های مجموعه‌سازی را تعیین می‌کنند.	مجموعه‌سازی بر اساس نیاز کاربران
۲	شهروندان در سنین متفاوت		
۳	تحصیلات متفاوت مراجعه‌کنندگان		
۴	شغل‌های متفاوت مراجعه‌کنندگان		
۵	سیاست‌گذاری داخلی	وجود بخش سفارشات	

	چنان‌چه مجتمع تجاری درصدد ایجاد کتابخانه برآمده است، از هزینه‌های مربوط به مجموعه‌سازی حمایت می‌کند، هم‌چنین، راهبردهای مجموعه‌سازی را نیز تعیین می‌کند.	۶	تشکیل کمیته فرهنگی
		۷	حمایت مالی مجتمع تجاری
حمایت از جانب نهادهای مربوطه برای تهیه منابع و مجموعه‌سازی	چنان‌چه مجتمع تجاری فضایی را به ایجاد کتابخانه اختصاص دهد و با حمایت نهاد آن کتابخانه تجهیز گردد، آن کتابخانه شعبه ای از کتابخانه‌های نهادی محسوب می‌شود، و راهبردهای مجموعه‌سازی بر اساس سیاست‌های مدون نهاد است.	۸	حمایت مالی نهاد
		۹	اختصاص فضایی برای احداث کتابخانه از جانب مجتمع تجاری
		۱۰	حمایت سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران
	چنان‌چه سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران کتابخانه موجود در مجتمع تجاری را اداره کند، راهبردهای حمایتی از مجموعه‌سازی نیز برعهده این سازمان است.		

کدهای یک تا چهار به تفاوت تحصیلات و سطح سواد جامعه مراجعه‌کننده اشاره دارد، کدهای پنج تا هفت نیز به حمایت مجتمع تجاری از مجموعه‌سازی کتابخانه اشاره دارد و هم‌چنین، کدهای ۸ تا ۱۰ نیز به حمایت‌های مالی سازمان متولی ایجاد کتابخانه برای مجموعه‌سازی اشاره دارد.

جدول ۸. مقولات مستخرج از مصاحبه در ارتباط با ویژگی مجموعه‌سازی در کتابخانه‌های مراکز تجاری مورد مطالعه

مقولات	مولفه‌های مجموعه‌سازی	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
مجموعه‌سازی بر اساس نیاز کاربران	مجموعه‌سازی بر اساس نیاز کاربران	✓	✓	✓
	منابع به خط بریل	✓	✓	✓
	کتاب گویا و پادکست‌ها	✓	✓	✓
وجود بخش سفارشات فعال	بخش سفارشات	✓	✓	✓
	منابع به زبان‌های دیگر	✓	✓	✓
	دستور العمل مدون برای مجموعه گسترده	✓	✓	✓
	دستور العمل مدون برای وچین	✓	✓	✓
	خط مشی برای پذیرش منابع اهدایی	✓	✓	✓
	اقلام سمعی و بصری	✓	✓	✓
	تخصیص فضا از جانب مجتمع تجاری	✓	✓	✓
	مجموعه‌سازی با بودجه مجتمع تجاری	✓	-	-
	حمایت از جانب نهادهای مربوطه برای تهیه منابع و مجموعه‌سازی	حمایت در راستای تهیه منابع اطلاعاتی از جانب شورای شهر و مردم	-	✓

مقایسه ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌های عمومی جندی‌شاپور (ایران مال)، وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا

جدول ۹. ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌های عمومی مال‌های چندمنظوره

شماره کد	کد اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۱	ارائه خدمت به مردم	ارائه خدمت بر اساس نوع مراجعه‌کنندگان متفاوت است، کتابخانه در مجتمع تجاری به مراجعه‌کنندگان ثابت خود (فروشنده‌گان و کارمندان مجموعه) خدمات متفاوت‌تری می‌تواند داشته باشد، مانند تهیه بروشور و راهنما برای معرفی فروشگاه‌های موجود در مجتمع	خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز اطلاعاتی
۲	ارائه خدمت به فروشگاه‌های مستقر		ارائه خدمات اطلاعاتی به کارمندان مجتمع تجاری
۳	تبلیغات برای فروشگاه‌ها از طریق تهیه بولتن و توضیح فعالیت آن‌ها		
۴	ارائه خدمت به کارکنان		
۵	تهیه راهنما و بروشور		
۶	امانت به کارمندان مجموعه		
۷	تشکیل کارگروه‌های موقت بر اساس نیاز اطلاعاتی	تلاش برای رفع نیازهای اطلاعاتی مراجعه‌کنندگان	خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز اطلاعاتی
۸	بر اساس نیازهای ویژه	ایجاد تسهیلات و تجهیزات برای ارائه خدمت به مراجعه‌کنندگان با نیازهای ویژه	ارائه خدمت به افراد با نیازهای ویژه
۹	تشکیل کارگاه‌هایی بر پایه مناسبت‌ها	ارائه خدمت به گروه‌های غیرثابت (مردم) به ویژه گروه کودک و نوجوان برای ایجاد شرایطی مطلوب و خاطره‌انگیز برای آن‌ها و همچنین، ارائه خدماتی برای جذب و بازدید مجدد مراجعه‌کنندگان، این خدمات می‌تواند کارگاه‌های مناسبی باشند برای مثال شاهنامه‌خوانی به مناسب تولد فردوسی و ...	داشتن خط مشی مدون و مناسب برای ارائه خدمت به نسبت کاربران
۱۰	بخش کودک فعال		تسریع در روند خدمات رسانی به مراجعه‌کنندگان
۱۱	قصه‌گویی کودک		
۱۲	خانواده‌ها بتوانند فرزندان‌شان را به بخش کودک بسپارند		
۱۳	نمایشگاه کتاب		
۱۴	برپایی جلسات نقد و بررسی کتاب		
۱۵	کارگروه‌های مطالعاتی		
۱۶	کتابدار مرجع	اطلاع‌رسانی به گروه‌های مراجعه‌کننده و درک نیازهای اطلاعاتی آن‌ها	ارائه خدمات نوین
۱۷	آگاهی‌رسانی		

کدهای یک تا شش به تنوع مراجعه‌کنندگان و ارائه خدمت به مراجعه‌کنندگان ثابت و غیرثابت اشاره دارد، کدهای هفت و هشت به تنوع نیازهای مراجعه‌کنندگان و ارائه خدمات بر اساس نیاز آن‌ها اشاره دارد کدهای ۹ تا ۱۵ نیز به ارائه خدمات برای جذب مخاطب اشاره دارد و کدهای ۱۶ و ۱۷ به مهارت کتابداران و مصادیقی از ارائه خدمات در خلال گفتگو و درک نیازهای اطلاعاتی کاربران اشاره دارد.



جدول ۱۰. مقولات مستخرج از مصاحبه در ارتباط با خدمات در کتابخانه‌های مراکز تجاری مورد مطالعه

مقولات	مولفه‌های خدمات	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۱	ارائه خدمات اطلاعاتی به کارمندان مجتمع تجاری	✓	✓	✓
۲	برگزاری کارگاه‌های آموزشی	✓	✓	✓
۳	برگزاری رویدادهای فرهنگی مناسبی	✓	✓	✓
۴	تخصیص فضایی به بخش مرجع	✓	✓	✓
۵	تخصیص فضایی به بخش دیداری و شنیداری	-	✓	✓
۶	تخصیص فضایی به بخش کودک و نوجوان	✓	✓	✓
۷	روزنامه‌ها / مجلات	✓	✓	✓
۸	بخش مطالعات بومی، ملی و محلی	✓	✓	✓
۹	مرکز اسناد	✓	-	-
۱۰	برگزاری برنامه‌های متنوع برای کودکان و نوجوانان	✓	✓	✓
۱۱	فروش خدمات فرهنگی از قبیل: پرینت، دانلود، اسکن و ...	-	✓	✓
۱۲	عضوگیری و امانت	✓	✓	✓
۱۳	ارتباط با سازمان‌های ملی و بین‌المللی	✓	-	-
۱۴	کتاب‌های گویا	-	✓	✓
۱۵	امانت ویلچر	✓	-	✓
۱۶	خدمات به افراد با نیازهای ویژه	✓	✓	✓
۱۷	کتاب‌های نابینایان (بریل)	✓	-	-
۱۸	ارائه مشاوره اطلاعاتی	✓	-	-
۱۹	امانت بین کتابخانه‌ای	-	✓	✓
۲۰	امانت منابع به کاربران	✓	✓	✓
۲۱	دسترسی اینترنت	-	✓	✓
۲۲	اطلاع‌رسانی و ارتباط به جامعه مراجعان	از طریق پیام رسان واتس‌آپ و تلگرام	از طریق سایت، اینستاگرام، فیس‌بوک، تویتر	از طریق سایت
۲۳	ارائه خدمات نوین	✓	✓	✓
۲۴	نرم افزارهای بازیابی اطلاعات	✓	✓	-
۲۵	سالن مطالعه تعاملی	✓	✓	-
۲۶	ایستگاه بازی و سرگرمی	✓	-	-
۲۷	اتاق استراحت	✓	✓	✓
۲۸	دسترسی آزاد به منابع کتابخانه‌ای	✓	✓	-
۲۹	دسترسی به پایگاه‌های اطلاعاتی	-	✓	-

مقولات	مولفه‌های خدمات	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
ارائه خدمات رفاهی	تخصیص فضای نمایشگاهی	✓	✓	✓
	دسترسی مجازی (شبکه‌های مجازی)	✓	✓	✓
	توالت عمومی	✓	✓	-
	کافه	✓	✓	✓
	سالن همایش	✓	✓	✓
	ویدئو کنفرانس	-	✓	-
	سالن تئاتر	✓	✓	✓
	فروشگاه کتاب	✓	-	-
	اتاق سیگار	✓	-	-
	پارکینگ	✓	✓	-
	عکاس‌خانه	✓	-	-
	فضای تعاملی محور	✓	✓	✓

### مقایسه ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری ایران و بریتا جندی‌شاپور (ایران مال)، وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا

جدول ۱۱. ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات کتابخانه‌های عمومی مراکز تجاری مورد مطالعه

شماره کد	کد اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۱	احداث آسانسور برای دسترسی به کتابخانه	باید مسیر دسترسی به کتابخانه با تابلو و راهنماهایی مشخص باشد، که این کار سبب دسترسی آسان و راحت به کتابخانه می‌شود	شرایط مطلوب برای دسترسی و استفاده از کتابخانه
	وجود راهنماها و تابلوهای نشان‌دهنده محل کتابخانه		
۳	نور پردازی مناسب	پروتکل‌ها و استانداردهای مربوط به ایجاد و تجهیز کتابخانه‌های عمومی باید برای این کتابخانه‌ها لحاظ شود، تا مجموعه استفاده‌پذیرتر شود.	استفاده از کتابخانه
۴	دمای مناسب		
۵	ایجاد سکوت		
۶	استفاده از فضای مجتمع بر پایه نیاز کتابخانه	تجهیزات و طراحی کتابخانه باید با معماری مجتمع تجاری سازگار باشد، هم‌چنین، برای استفاده‌پذیر ساختن مجموعه کتابخانه باید طراحی و معماری و همچنین تجهیزاتی که در کتابخانه استفاده می‌شود بر اساس استانداردهای کتابخانه‌های عمومی باشد.	فضای مستقل و درخور کتابخانه
۷	تبدیل فضاهایی با کاربری دیگری به کتابخانه		
۸	استفاده از تجهیزات (میز، صندلی، قفسه و...) مناسب	استفاده‌پذیر ساختن مجموعه کتابخانه باید طراحی و معماری و همچنین تجهیزاتی که در کتابخانه استفاده می‌شود بر اساس استانداردهای کتابخانه‌های عمومی باشد.	تناسب طراحی و تجهیزات با فضا
	و هم‌سنخ با فضای کتابخانه و مجتمع تجاری		
۹	طراحی‌های متنوع با توجه به امکانات		

در کدهای یک و دو اشاره به تجهیزات تسهیل‌کننده دسترسی به کتابخانه در مجتمع تجاری دارد، در کدهای سه تا پنج به تجهیزات مناسب برای ایجاد شرایط مطبوع در کتابخانه اشاره شده است، در کدهای شش تا نه نیز به سنخیت فضای کتابخانه با فضای مجتمع و هم‌چنین، بهره‌مندی از استانداردهای عمومی در طراحی و ایجاد فضای کتابخانه اشاره شده است.

جدول ۱۲. مقولات مستخرج از مصاحبه در ارتباط با ویژگی ساختمان و تجهیزات در کتابخانه‌های مراکز تجاری مورد مطالعه

مقولات	ساختمان و تجهیزات	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۱	دسترسی به آسانسور	✓	✓	✓
۲	متناسب برای افراد با نیازهای ویژه	✓	✓	✓
۳	طراحی متنوع متناسب با معماری مجتمع تجاری	✓	✓	-
۴	بهره‌مندی از نور طبیعی	-	✓	✓
۵	نور پردازی مناسب	✓	✓	✓
۶	هوای مطبوع	✓	✓	✓
۷	تناسب ابعاد قفسه‌ها در بخش‌های مختلف	-	✓	✓
۸	میز و صندلی برای مطالعه	✓	✓	✓
۹	میز و صندلی متناسب با بخش کودک	-	✓	✓

### مقایسه ویژگی‌های ادارات کتابخانه‌های عمومی جندی‌شاپور (ایران مال)، وایت چاپل و ادمونتون گرین در بریتانیا

جدول ۱۳. ویژگی‌های ادارات کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری مورد مطالعه

شماره کد	کد اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
۱	اداره کتابخانه توسط نهاد بیرونی	چنانچه کتابخانه موجود در مجتمع تجاری توسط سازمان خارج از مجموعه اداره می‌شود، هزینه‌ها و راهبردهای اداره کردن کتابخانه نیز توسط آن سازمان تعیین می‌شود.	مدیریت خصوصی
۲	شورای کتابخانه	بررسی انتظارات و خواسته‌های مراجعه‌کنندگان و انتقال آن به شورای کتابخانه و شورای فرهنگی مجتمع تجاری برای تصمیم‌گیری پیرامون آن.	یا دولتی
۳	شورای فرهنگی		
۴	امانت کتاب به مراجعه‌کنندگان غیر ثابت		
۵	اداره کتابخانه توسط مجتمع تجاری	چنانچه کتابخانه موجود در مجتمع تجاری توسط خود مجتمع ایجاد و اداره شوند، هزینه‌های جاری کتابخانه و هم‌چنین، سیاست‌گذاری برای کتابخانه نیز از جانب مجتمع تعیین خواهد شد، و هم‌چنین، این امر سبب می‌شود که ارتباط دوسویه کتابخانه با مقام‌های بالادستی در مجتمع و مراجعان کتابخانه برای تعیین نیازهای اطلاعاتی آن‌ها ایجاد شود	افزایش شبکه ارتباطی کتابخانه
۶	ارتباط کتابخانه با مراجعان کتابخانه		
۷	ارتباط کتابخانه با مدیران مجتمع تجاری		
۸	ارتباط‌گیری موثر با مراجعه‌کنندگان		
۹	پیش‌بینی نیاز مراجعان		
۱۰	نیاز اطلاعاتی فروشگاه‌ها و مردم		
۱۱	ساعت فعالیت کتابخانه		
۱۲	روابط عمومی بالای کتابداران	محدودیت‌های زمانی برای فعالیت کتابخانه	میزان خدمت
۱۳	سواد اطلاعاتی کتابداران		استفاده از نیروی کتابدار خبره با مهارت‌های ویژه

## فصلنامه تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی (زودآیند/ ویرایش نشده)

شماره کد	کد اولیه	مفاهیم منتج از کدها	مقولات
		زمان ممکن به آنها و داشتن مهارت‌های ارتباطی و حرفه‌ای برای کتابداران الزامی است	

در کد یک به این موضوع اشاره می‌کند که سازمان متولی کتابخانه باید سیاست‌گذاری‌های اداره کتابخانه را انجام دهد، در کدهای دو تا چهار اشاره شده است که چنانچه ایجاد و تاسیس کتابخانه با مجتمع تجاری بوده است کتابخانه باید طبق سیاست‌گذاری‌ها و استراتژی‌های مجتمع تجاری اداره شود، در کدهای پنج و شش نیز اشاره شده است که باید خدمات‌رسانی بر اساس نیاز مراجعان ثابت و غیرثابت باشد، در کدهای ۷ تا ۱۱ نیز اشاره شده است که برای مدیریت کتابخانه در مجتمع تجاری باید رهنمودها و شیوه‌های مدیریت متفاوت از سایر کتابخانه‌های عمومی تعریف شود، در کد ۱۲ تا ۱۴ نیز به مهارت‌های کتابداران این کتابخانه‌ها اشاره شده است.

جدول ۱۴. ویژگی اداره کتابخانه‌های مراکز تجاری مورد مطالعه

اداره کتابخانه‌ها در مراکز تجاری	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
ساعت کاری	نیمه اول سال ۸:۰۰ تا ۲۳:۰۰	دوشنبه تا چهارشنبه ۹ تا ۲۱	دوشنبه تا چهارشنبه ۹:۰۰ تا ۱۹
	نیمه دوم سال ۹:۰۰ تا ۲۲:۰۰	شنبه ۹ تا ۱۷	جمعه و شنبه ۹:۰۰ تا ۱۷:۰۰
		یکشنبه: ۱۱ تا ۱۵	یکشنبه: تعطیل
نام مرکز تجاری	بازار بزرگ ایران (ایران‌مال)	آیدیا استور <sup>۲</sup>	ادمونتون گرین <sup>۱</sup>
عضویت در شبکه‌های اجتماعی	پیام رسان واتس‌آپ اینستاگرام سایت رسمی کتابخانه	پیام رسان فیسبوک اینستاگرام، توییتر	سایت رسمی کتابخانه
استفاده از راهنماها برای یافتن مسیر کتابخانه در مجتمع	✓	✓	✓
تامین حقوق و مزایای نیروی انسانی کتابخانه	با مجتمع تجاری	با شورای شهر	-
به کارگیری نیروی انسانی با مهارت	استفاده از نیروی متخصص کتابدار	استفاده از نیروی متخصص کتابدار	استفاده از نیروی متخصص کتابدار
مدیریت مرکز	خصوصی	شورای شهر <sup>۳</sup>	خصوصی
تامین هزینه‌های مالی	با مجتمع تجاری	حمایت شورای شهر	با مجتمع تجاری و در آمدهای کتابخانه

<sup>1</sup> Edmonton Green

<sup>2</sup> Idea Stor

<sup>3</sup> Council

## بحث و نتیجه‌گیری

در کارکردهای اجتماعی کتابخانه‌های عمومی، کتابخانه به مثابه یک نهاد اجتماعی تلقی می‌شود که همانند سایر نهادهای اجتماعی مردمی از جامعه تأثیر می‌پذیرد و به جامعه اثر می‌گذارد و این مسئله را به ذهن‌ها متبادر می‌گرداند که این نهاد اجتماعی در کنار و همانند سایر نهادهای اجتماعی، چه کارکردی می‌تواند برای بهبود وضع عمومی جامعه، جامعه‌پذیری و تقویت هنجارهای ارزشی و بومی مردم داشته باشد.

پترسن و همکاران (۲۰۲۴) معتقد هستند که بیشتر مراجعت به مراکز تجاری با انگیزه غیر خرید انجام می‌شود و میزان مراجعت با ابعاد اجتماعی در مراکز تجاری نسبت مستقیم دارد به عبارتی هرچه عرصه اجتماعی در مرکز تجاری افزایش یابد میزان مراجعت به آن مرکز افزایش می‌یابد، اسکات (۲۰۱۱) نیز بر نقش کتابخانه‌ها را در اجتماعی‌سازی تاکید کرد با این تفاوت که اسکات به طور شفاف از قابلیت ایجاد تعامل و افزایش مشارکت اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی به عنوان مصداقی از اجتماعی‌سازی کتابخانه‌های عمومی یاد کرد و همچنین محمودی و ابراهیمی ترکمانی (۱۴۰۳) در کتاب کتابخانه‌ها در مراکز تجاری: برنامه گسترش کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری از کتابخانه‌های عمومی به مثابه مکان سوم یاد کردند که بعد از خانه و محل کار فضایی مناسب و متناسب برای اشتراک‌گذاری دانش در کنار استراحت و گذران اوقات فراغت محسوب می‌شوند و آن را به عنوان جزئی از بافت اجتماعی به عنوان محلی برای تعاملات اجتماعی و به عبارتی کتابخانه تعاملی معرفی کردند. و همچنین با توجه به رؤیت‌پذیری و در دسترس بودن کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری برای عموم افراد؛ را زمینه‌ای برای اجتماعی‌سازی عنوان کردند که با توجه به تنوع میزان مراجعه‌کنندگان به مراکز تجاری، کتابخانه را بیشتر در معرض دید مراجعان متنوع قرار می‌دهد و سبب آشنا شدن و جذب مراجعان بیشتر به کتابخانه خواهد شد؛ در کره جنوبی نیز سئو (۲۰۱۹) امکانات متعدد در کتابخانه‌ها را سبب جذب و افزایش مراجعان به کتابخانه قلمداد کرد و کیم (۲۰۰۶) ایجاد و گسترش کتابخانه‌ها در مراکز تجاری را برای ارائه خدمات متنوع پیشنهاد داد، اینگونه استنتاج می‌شود که حضور کتابخانه‌ها در مراکز تجاری با توجه به امکانات موجود در همجواری کتابخانه‌ها می‌تواند به صورت بالقوه ضامن ارائه خدمات متنوع‌تر برای مراجعان باشد. همانطور که محمودی و ابراهیمی ترکمانی (۱۴۰۲) در مطالعه خدمات کتابخانه عمومی جندی‌شاپور در توسعه اقتصادی مرکز تجاری بازار بزرگ ایران (ایران‌مال)، اشاره کردند که ایجاد کتابخانه جندی‌شاپور به عنوان کتابخانه عمومی در مرکز تجاری ایران‌مال، مزایایی دو جانبه برای کتابخانه و برای مجتمع تجاری در جذب مراجعان، رونق اقتصادی کسب‌وکارهای اطراف کتابخانه و استفاده‌پذیری بیشتر از فضای کتابخانه دارد. که با پژوهش حاضر همراستاست.

همچنین نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که مکان‌یابی کتابخانه‌ها در مراکز تجاری مزایایی برای کتابخانه‌ها و مراکز تجاری دربردارد که تنها به افزایش استفاده از کتابخانه منتهی نمی‌شود و از نظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی نیز برای کتابخانه سودمند است و مزایایی مانند: کاهش هزینه‌های ایجاد و فعالیت کتابخانه؛ استفاده از کتابخانه به عنوان یک مرکز اجتماعی و تعریف کاربری‌های بیشتر و استفاده‌پذیری بیشتر از آن؛ ارتباط بیشتر کتابخانه با جامعه؛ تسهیل ارائه خدمات و ارائه خدمات جدید را دارد. مکان‌یابی کتابخانه‌ها در مراکز تجاری مزایایی مانند: جذب مراجعان به مجتمع؛ گسترش فرهنگ مطالعه و تبلیغ منابع فرهنگی و افزایش خریداران اقلام فرهنگی؛ استفاده‌پذیری بیشتر از فضای کتابخانه با ایجاد کاربری‌های جدید؛ متناسب با اهداف مجتمع، خدمات‌رسانی تعریف و انجام می‌شود؛ امکان کاهش هزینه‌های مربوط به عوارض و مالیات برای مجتمع‌های تجاری در پی ایجاد کتابخانه را برای مراکز تجاری به دنبال دارد.

در این رابطه پژوهش فورسیس (۲۰۰۶) به تعمیم منافع متقابل کتابخانه در مرکز تجاری و خرده فروشان اشاره کرده است، و موریس (۲۰۰۵) در مقاله خود با عنوان مکان‌یابی کتابخانه‌ها در مراکز خرده‌فروشی: مزایا و تاثیرات، تمرکز خدمات و امکانات افزوده را منفعت و مزایای حضور کتابخانه در مرکز تجاری قلمداد کرده است. همینطور، گرینهل و دیگران (۱۹۹۵) و جانستون (۱۹۹۹) اشاره کردند که مدیران بخش تجاری توجه بیشتری به مزایای حضور کتابخانه‌ها در مراکز تجاری داشته باشند، که با پژوهش حاضر هم راستا هستند. به اعتقاد موریس (۲۰۰۵) آگاهی ناکافی از مزایای بالقوه کتابخانه‌ها در مراکز تجاری از ماهیت غیرتجاری کتابخانه‌ها در سراسر جهان ناشی می‌شود. همچنین لیزروارد (۱۹۹۹) در مقاله خود تحت عنوان ارزش اجتماعی کتابخانه‌های عمومی چگونه است؟ به مزایای اقتصادی و فرهنگی حضور کتابخانه در مراکز تجاری پرداخته؛ بیان کرده است که حضور کتابخانه‌ها در مراکز تجاری در جهت بازسازی اقتصادی و حفظ بودجه و کم کردن فشار اقتصادی در بخش دولتی مزیت کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری است، محمودی و ابراهیمی (۱۴۰۲) نیز مزایایی دو جانبه برای کتابخانه و برای مجتمع تجاری در جذب مراجعان، رونق اقتصادی کسب‌وکارهای اطراف کتابخانه، استفاده‌پذیری بیشتر از فضای کتابخانه را برای مراکز تجاری دارای کتابخانه پیش بینی کردند.

همچنین باید اشاره کرد که از نظر ویژگی جامعه مراجعه‌کننده، اغلب استفاده‌کنندگان از کتابخانه جندی‌شاپور ایران‌مال را مراجعان گذری تشکیل می‌دهند، این درحالیست که در بریتانیا کتابخانه موجود در مرکز تجاری یک شعبه‌ای از یک کتابخانه عمومی زیر نظر شورای شهر است و به خاطر موقعیت قرارگیری در مرکز شهر، شناخته شده است و مراجعان ثابت نسبتاً بیشتری دارد، به طور کلی نسبت مراجعان گذری به مراجعان ثابت در کتابخانه جندی‌شاپور بیشتر دیده می‌شود چرا که کتابخانه در محل تردد افراد ساخته شده است، این در حالی است که این نسبت در کتابخانه وایت چاپل که در طبقه چهارم به کمترین میزان خود می‌رسد.

و همینطور، مجموعه‌سازی در کتابخانه جندی‌شاپور با توجه به نوع کتابخانه زیر نظر شورای سیاست‌گذاری تأمین منابع سازمان مادر انجام می‌شود، در حالی که کتابخانه‌های بریتانیایی مورد مطالعه که هر دو زیر نظر شورای شهر اداره می‌شوند، مجموعه‌سازی و خرید منابع مانند سایر کتابخانه‌های عمومی براساس نیاز اطلاعاتی جامعه مراجعه‌کنندگان به کتابخانه عمومی و خط مشی کلی این شورا برای تمام کتابخانه‌های زیر نظر شورای شهر رخ می‌دهد.

همچنین، در ارتباط با ویژگی خدمات ارائه شده در کتابخانه‌های مورد مطالعه و بر اساس استانداردها و معیارهای مستخرج، بررسی‌های انجام شده حاکی از آن است که کتابخانه جندی‌شاپور (ایران‌مال) بر اساس امکانات موجود با هم‌تایان اروپایی برابری می‌کند و حتی امکانات و ارزش افزوده بیشتری نسبت به دو کتابخانه دیگر دارد به طوری که از ۴۳ مورد از قابلیت‌های خدمات یک کتابخانه در مرکز تجاری، ۳۵ مورد را دارد این در حالیست که کتابخانه وایت چاپل و کتابخانه ادمونتون‌گرین هر کدام ۳۴ و ۲۸ مورد از ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌ها در مراکز تجاری را دارند

همینطور، از نظر ویژگی ساختمان و تجهیزات به‌رمندی کتابخانه وایت چاپل از نور طبیعی به نسبت معماری مجتمع تجاری بیش از سایر کتابخانه‌های مورد مطالعه است. همچنین، در کتابخانه‌های بریتانیایی تناسب سائز و ابعاد قفسه در بخش‌های مختلف وجود دارد، برای مثال در بخش کودک و نوجوان از قفسه‌های کوتاه و کوچکتری استفاده شده است که استفاده از منابع را تسهیل می‌بخشد اما در کتابخانه جندی‌شاپور در بخش کودک و نوجوان از طبقات پایینی قفسه‌ها برای چپش منابع بخش کودک و نوجوان استفاده شده است.

در طراحی ساختمان و تجهیزات کتابخانه‌های بریتانیایی مورد مطالعه شرایط افراد با نیازهای ویژه مورد توجه قرار گرفته است، در کتابخانه جندی‌شاپور نیز علاوه بر تعبیه آسانسور در نزدیکترین موقعیت به کتابخانه، ایران‌مال ویلچر نیز به مراجعان متقاضی امانت می‌دهد و تمام کارکنان این مرکز تجاری دوره‌های همراهی و مراقبت و راهنمایی افراد با نیازهای ویژه را گذراندند. از طرف دیگر، کتابخانه‌های عمومی در بریتانیا زیر نظر اداره فرهنگ، رسانه و ورزش هستند و کتابخانه‌های بریتانیایی مورد مطالعه در این پژوهش هر دو توسط شورای شهر محل قرارگیری کتابخانه اداره می‌شوند و هزینه‌های جاری، حقوق و دستمزد کارمندان کتابخانه توسط شورای شهر پرداخت می‌شود، اما در ایران هزینه‌های جاری، حقوق و دستمزد نیروی انسانی کتابخانه جندی‌شاپور برعهده سازمان مادر یعنی مجتمع تجاری ایران‌مال است.

همچنین، ساعت کاری کتابخانه‌های بریتانیایی مورد پژوهش در ایام هفته تا ساعت ۱۹ و روزهای تعطیل و آخر هفته تا ساعت ۱۶ و ۱۷ ارائه خدمات می‌دهند، اما کتابخانه جندی‌شاپور بدون تعطیلی و همزمان با ساعت کاری مجتمع تجاری ایران‌مال باز است و در شش ماه نخست تا ساعت ۲۳ و در شش ماه دوم سال تا ساعت ۲۲ خدمت ارائه می‌دهد.

#### پیشنهادات:

- با توجه به تنوع و کثرت مراجعان به اینگونه از کتابخانه‌ها پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی مدلی برای استفاده از هوش مصنوعی در فرآیندهای مربوط به امانت و بازگشت منبع طراحی شود.
- همچنین در مباحث مربوط به مجموعه سازی نیازسنجی اطلاعات اقشار مختلف جامعه به صورت اتوماتیک و با بهره‌گیری از امکانات دیجیتالی جدید انجام شود، همچنین پیشنهاد می‌شود پتانسل مشارکت اینگونه کتابخانه‌ها با پلتفرم‌های کتابخوان بررسی شود و مجموعه‌سازی موقت و یا مشارکتی در اینگونه از کتابخانه‌ها طراحی و به مرحله اجرا رسد.



## منابع:

- ابراهیمی ترکمانی، فائزه (۱۴۰۰). طرح توسعه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری چندمنظوره شهر تهران. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی. دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی. دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- سیفی، لیلی؛ کاظمی، راضیه (۱۳۹۸). نقش کتابخانه‌های عمومی در توسعه و ترویج خدمات گردشگری، اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری بیابان‌لوت؛ فرصت‌های محلی و بین‌المللی، بیرجند.
- کاظمی، عباس؛ امیرابراهیمی، مسرت (۱۳۹۸). گونه‌شناسی مجتمع‌های تجاری در شهر تهران. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۵(۵۶). ۴۳-۱۱.
- محمودی، محسن؛ ابراهیمی ترکمانی، فائزه (مهر ۱۴۰۲). مطالعه خدمات کتابخانه عمومی جندی‌شاپور در توسعه اقتصادی مرکز تجاری بازار بزرگ ایران (ایران‌مال). ارائه شده در دومین همایش بین‌المللی کتابخانه‌های عمومی: کتابخانه‌های عمومی و کسب و کارهای کوچک در مشهد.
- محمودی، محسن، ابراهیمی ترکمانی، فائزه (۱۴۰۲). ضرورت، امکان و موانع توسعه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری بزرگ شهر تهران. فصلنامه علمی بازیابی دانش و نظام‌های معنایی. ۱۰(۳۵). ۲۷۷-۲۷۹.
- محمودی، محسن؛ ابراهیمی ترکمانی، فائزه (۱۴۰۲). کتابخانه‌ها در مراکز تجاری: برنامه گسترش کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری و نگاهی به کتابخانه عمومی جندی‌شاپور ایران مال. تهران: ثالث.
- مختارپور، رضا. (۱۳۸۷). مکان‌یابی کتابخانه‌های عمومی کشور: ضرورت و مولفه‌ها (با تأکید بر سامانه اطلاعات جغرافیایی). پردازش و مدیریت اطلاعات (علوم و فناوری اطلاعات)، ۲۴(۱)، ۲۰۳-۲۱۷.
- معصومی، مرضیه و فرج‌زاده، منوچهر (۱۳۸۵). تحلیل فضایی کتابخانه‌های عمومی منطقه ۱۲ تهران با استفاده از GIS. برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۱۰(۱). ۱۹۱-۲۱۲.
- نوکاریزی، محسن؛ نارمنجی، سیدمهدی (۱۳۹۳). بررسی جایگاه کتابخانه‌های عمومی در توسعه فرهنگی شهرستان بیرجند. پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. ۴(۲). ۲۳۳-۲۴۸.

## References

- Adams, C.J. and Robinson, J. (1972). This mall serves All. Library journal. 97(4).
- Branning, M., Henline, N., Yonick, A. Journal of Library Innovation is an open access journal. 3(1). 111-125
- Ebrahimi Torkmani, Faezeh. (2021). Development Plan for Public Library At Mall Abroad In Tehran. (MSc Thesis), Department of Information Science and Epistemology. Faculty of Psychology and Educational Sciences. Allameh Tabataba'i University, Tehran. [In Persian]
- Forsyth, E. (2006). Public Libraries in Shopping Centres: Retail Therapy or Social Inclusion? Australasian Public Libraries and Information Services, 19(2), 76-84.
- Gordon Blankinship, Donna (2010). Let's Go to the Mall. Library Journal. 130(2). 44-46
- Johnstone, L. (1999). public libraries and shopping centres. Australasian public libraries and information services, 12(1).

- Kazemi, Abbas , Amirebrahimi, Maserrat (2018). Typology of commercial complexes in Tehran. Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural Study & Communication, (56) 15. 11-43. [In Persian]
- Kim, Young-seok. (2006). Opening Small public library in quiet shopping malls could boost local businesses in Goyang, Korea. IFLA 72th, Korea.
- Leadbeater, C. (2003). Overdue: How to Create a Modern Public library service, Laser Foundation Report, London.
- Lee, M. (2001). Personal communication, National library Board.
- Lim, Ho-kyun, Seo, Dong-hoon, (2019). The effects of PLCMFs on the increase of users according to community type in South Korea, Journal of Library and Information Science, 51(1).
- Mahmoudi, Mohsen, Ebrahimi Torkmani, Faezeh (2023). Necessity, possibility and obstacles to the development of public libraries in big commercial centers of Tehran. Knowledge Retrieval and Semantic Systems. 10(35). 277-279. [In Persian]
- Mahmoudi, Mohsen, Ebrahimi Torkmani, Faezeh (October 2023). Studying the services of Jundishapour Public Library in the economic development of Iran Mall. Presented at the second international conference of public libraries: public libraries and small businesses in Mashhad. (in Persian)
- Mahmoudi, Mohsen, Ebrahimi Torkmani, Faezeh. (2023) Libraries in commercial centers: the expansion program of public libraries in commercial centers and a look at the public library of Jandishapor, Mall of Iran. Tehran: Sales. [In Persian]
- Masoumi, Marzieh and Farajzadeh, Manouchehr (1385). Analysis of the space of public libraries in the 12th district of Tehran using GIS. Planning and space, 10(1). 191-212., 10(1). 191-212. [In Persian]
- Mokhtarpour, Reza. (۲۰۰۸). Locating public libraries in the country: necessity and components (with emphasis on geographic information system). Information Processing and Management (Information Science and Technology), 24(1), 203-217. [In Persian]
- Morris, A., Hawkins, M. and Sumsion, J.W. (2001). The economic value of public libraries, Resource: The council for museums. Archives and libraries, London.
- Morris, Anne, Brown, Anna. (2004). Siting of public libraries in retail centres: benefits and effects. Library management. 25(3).
- Nokarizi, Mohsen , Narmanjani, Syed Mehdi (2014). Investigating the position of public libraries in the cultural development of Birjand city. Library and information Science research. 4(2). 233-248. [In Persian]
- Scott, R. (2011). Strategies That Public Libraries Use to Build Communities. Public Library Quarterly, 30(4), 307-346.
- Seifi, Lily , Kazemi, Raziye (2018). The role of public libraries in the development and promotion of tourism services, the first international conference on tourism in the Lut desert; Local and international opportunities, Birjand. [In Persian]
- Singh, S.R. (1985). Happy mall fellows: library and bookstores are great neighbors in urban shopping mall. American libraries, 16(3).