



Investigating Strategies For Users' Attraction (Internal And External Factors) In Public Libraries Of Tabriz

Rahime Abutalebi Sardroudi¹ | Zohreh Mirhosseini^{2*}

1- Senior expert in information science. Payam-E- Noor University- Qom Branch, Librarian of the public libraries of the country. libtbz@gmail.com

2- Associate Professor of Islamic Azad University, North Tehran Branch, PhD. in Information Science. zmirhosseini@yahoo.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: This study investigates effect of the user attraction (libraries internal and external factors) in Tabriz public libraries.
Article history: Received: 10-12-2022 Received in revised form: 14-01-2023 Accepted: 09-02-2023 Published online: 19-06-2023	Methodology: This is a practical research using survey method for collecting data. Research data gathered with questionnaire. Users have been selected according to the stratified sampling method and questionnaire distributed within them. Data analyzed by SPSS software and utilized Pearson and T test for this aim.
Keywords: Internal Organization's Factors, External Organization's Factors, Users' Attraction, Public Library- Tabriz	Results: The results show that there is strong relation between organization's external factors (environmental and family factors) and organization's internal factors (information services, suitable acquisition and update resources, librarianship treatment, equipment and facilities). The results show that these don't verify relation between user curriculum and their attraction to the library. Conclusion: According to the users' opinions and visions, there is an acceptable level within users' attraction and 5 components of this research (environmental, family, information services, acquisition and update resources, librarianship treatment, equipment and facilities), but user curriculum don't influence user attraction to the library.

Cite this article: Abutalebi Sardroudi, R., & Mirhosseini, Z. (2023). Investigating Strategies For Users' Attraction (Internal And External Factors) In Public Libraries Of Tabriz. *Journal of Knowledge Studies*, 16(60), 1-10.



© The Author(s).

Publisher: Islamic Azad University North Tehran Branch



راه‌کارهای توسعه و جذب مخاطب (عوامل بیرونی و درونی) در کتابخانه‌های عمومی شهرستان تبریز

رحیمه ابوطالبی سردرودی^۱ | زهره میرحسینی^{۲*}

۱- کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه پیام نور قم، کارمند نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. libtbz@gmail.com

۲- دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران شمال. zmirhosseini@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف پژوهش حاضر ارائه راه‌کارهای توسعه و جذب مخاطب (عوامل بیرونی و درونی) در کتابخانه‌های عمومی شهرستان تبریز است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۹/۱۹	روش پژوهش: روش پژوهش، پیمایشی و نیز مطالعات کتابخانه‌ای بوده و به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی است. گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه‌ی محقق ساخته انجام گرفت. روش نمونه‌گیری جامعه آماری، نمونه‌گیری طبقه‌ای سهمیه‌ای بود که نهایتاً کار به انتخاب نمونه‌ای از اعضای به روش تصادفی ساده ختم شد و تعداد ۳۸۰ پرسشنامه بین آن‌ها توزیع گردید. پرسون و آزمون T و ... از جمله آزمون‌های آماری مورد استفاده در پژوهش بود که در نهایت داده‌های جمع‌آوری شده به وسیله نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۰/۲۴	یافته‌ها: یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که رابطه‌ی مؤلفه‌ی برون‌سازمانی (عوامل محیطی و خانوادگی) و مؤلفه‌های درون‌سازمانی (میزان اطلاع‌رسانی خدمات، مجموعه‌سازی مناسب و وجود منابع روزآمد، نوع برخورد و رفتار کتابداران، میزان تجهیزات و امکانات کتابخانه‌ها) با میزان جذب و توسعه مخاطب به کتابخانه‌ها در سطح اطمینان بالایی تأیید می‌شود و رابطه مؤلفه‌ی برون‌سازمانی (میزان تحصیلات مخاطبان) و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها مورد تأیید واقع نمی‌شود.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۰	نتیجه‌گیری: بر طبق نظرسنجی از مخاطبان مورد پژوهش میزان جذب مخاطبان به کتابخانه‌ها در ارتباط با ۵ مؤلفه مورد مطالعه پژوهش شامل عوامل محیطی و خانوادگی، میزان اطلاع‌رسانی خدمات، مجموعه‌سازی مناسب و وجود منابع روزآمد، نوع برخورد و رفتار کتابداران، میزان تجهیزات و امکانات کتابخانه‌ها در سطح قابل قبولی است اما میزان تحصیلات مخاطبان تأثیر چندانی بر میزان مراجعه افراد به کتابخانه‌ها ندارد.
تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۲/۰۳/۲۹	

واژه‌های کلیدی:

عوامل درون‌سازمانی، عوامل برون‌سازمانی، جذب مخاطب، کتابخانه‌های عمومی، تبریز.

استناد: ابوطالبی سردرودی، ر. و میرحسینی، ز. (۱۴۰۲). راه‌کارهای توسعه و جذب مخاطب (عوامل بیرونی و درونی) در کتابخانه‌های عمومی شهرستان تبریز.

دانش‌شناسی، ۱۶ (۶۰)، ۱-۱۰.



حق مؤلف © نویسنده‌گان.

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

مقدمه

کتابخانه‌های عمومی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم توسعه فرهنگی - اجتماعی کشورها در جهان امروز به شمار می‌آیند. فلسفه وجودی کتابخانه‌ها خدمت به جامعه و کمک به رشد و تعالی افراد با استفاده از منابع اطلاعاتی موجود در آن‌ها و به‌تبع آن رفع نیازهای اطلاعاتی کاربران در کمترین زمان ممکن به بهترین شیوه است. نظر به وسعت مخاطبان کتابخانه‌های عمومی، این مراکز نقش زیربنایی در توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع بر عهده دارند و با توجه به اینکه کتابخانه‌های عمومی ایران وضعیت نامناسبی در مقایسه با کشورهای دیگر در مؤلفه عضوگیری - عضویت دو درصدی مردم در کتابخانه‌های عمومی - دارند (طبرسا، محبوب، اسمعیلی گیوی، ۱۳۸۹). توجه به جذب مخاطب جدید از اقشار مختلف مردم و نیز وفادار کردن کاربران موجود، جزء شاخص‌های مهم در اندازه‌گیری میزان موفقیت این مراکز است بنابراین شناسایی عوامل بیرونی و درونی توسعه و جذب مخاطب به کتابخانه‌ها ضروری می‌نماید. در بررسی عوامل جذب و توسعه مخاطب عوامل زیادی دخیل هستند که در پژوهش‌های مختلف نیز به مواردی اشاره شده است. مشخصه‌هایی چون سطح آموزش، درآمد، سن و جنسیت اغلب در مطالعات و تحقیقات دلایل استفاده و عدم استفاده از کتابخانه بررسی می‌شود اما با پیچیدگی رفتارهای اطلاع‌یابی آسان، متغیرهای دیگری نیز در استفاده از کتابخانه‌های عمومی مورد توجه قرار گرفته است؛ متغیرهایی چون روش‌های پردازش اطلاعات، نیازهای اطلاعاتی، جستجوی اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی و ارتباط با کتابخانه، انگیزش برای حضور در کتابخانه، دسترس‌پذیری و فاکتور محیطی شامل فاصله از کتابخانه جزء عوامل استفاده و یا عدم استفاده از کتابخانه‌های عمومی بررسی شده است (جوآنا سین و کیم^۱، ۲۰۰۸).

در میزان و نوع کناره‌گیری/ جذب مردم از کتابخانه در جوامع و کشورهای مختلف عوامل متنوع و متفاوتی وجود دارد. عواملی همانند مکان و تجهیزات کتابخانه، شیوه طراحی فضاهای داخلی، روزآمدی فناوری‌های اطلاعاتی موجود، میزان منابع و تناسب آن با نیازهای اطلاعاتی جامعه مراجعه‌کننده، ارائه آموزش و انجام فعالیت‌های جالب فوق برنامه، خدمات کتابداران، نحوه تبلیغ و ترویج خدمات کتابخانه‌ای، دسترس‌پذیر ساختن خدمات برای کاربران و موارد بسیار دیگری به طرز چشمگیری در جذب مخاطب به کتابخانه‌ها تأثیرگذار هستند. جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی طبعاً جزء برنامه‌های اصلی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور است و عمده توجه انسانی سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی به جذب مخاطب بیشتر صرف می‌شود. مخاطب داشتن، غایت فرهنگی در نهادهای مخاطب محور است و میزان موفقیت آن نهاد را مشخص می‌کند (اسمعیلی گیوی، ۱۳۹۱). با در نظر گرفتن این مسئله که مجاری اطلاعاتی دیگری (ازجمله وب، موتورهای جستجو و کتاب‌های الکترونیکی) به‌عنوان رقبای منابع کتابخانه، روزه‌روز گسترده‌تر و دسترس‌پذیر، در دنیای کنونی کتابخانه‌ها باید در پی شناسایی عوامل مرتبط با حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان جدید باشند (هرنون و آلتمن^۲، ۲۰۱۱)؛ بنابراین مدنظر قرار دادن عوامل و راهکارهای جذب و توسعه مخاطب در نهاد فرهنگی مخاطب محوری همانند کتابخانه عمومی ضروری می‌نماید چراکه عدم موفقیت در جذب مخاطبان بالقوه و یا عدم موفقیت در حفظ مخاطبان بالفعل، سبب تضعیف و در نهایت کم رونق شدن این مراکز می‌شود. نظر به این که کتابخانه‌های عمومی شهرستان تبریز جزء فعالان عرصه کتاب و کتاب‌خوانی و اجرای برنامه‌های فرهنگی شاخص و ممتاز در سطح کشور است و محقق از سال ۱۳۷۷ به‌عنوان یکی از کتابداران کتابخانه مرکزی در این شهر حضور داشته و از نزدیک شاهد مشکلات و نیازهای کاربران بوده با مطالعه و بررسی اعضای کتابخانه‌های عمومی و نیازهای ایشان به این نتیجه رسیده است که میان وضعیت جاری کتابخانه‌ها و وضعیت مطلوب سند چشم‌انداز شکاف وجود دارد و با توجه به اینکه عوامل و راهکارهای جذب مخاطب در کتابخانه‌های شهرستان مذکور تاکنون در قالب پژوهش مورد بحث و بررسی قرار نگرفته است. بنابراین، بررسی موضوع مذکور مسلماً به شناخت مؤثرتر کتابخانه‌های عمومی کمک خواهد کرد، لذا هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی عوامل جذب و توسعه مخاطب از دیدگاه کاربران کتابخانه‌های عمومی شهرستان تبریز است و اینکه آیا بین این عوامل و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه‌ای وجود دارد؟ پژوهش‌های مشابه صورت گرفته شامل:

1. Joanna Sin & Kim

2. Hernon & Altman

اسدی بوجی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان "سنجش میزان اثربخشی فعالیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای کتابخانه‌های عمومی در جذب مخاطبین (مورد مطالعه: کتابخانه‌های عمومی استان البرز)" به مطالعه و بررسی مؤلفه‌های مدنظر پژوهش بر میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که پرکاربردترین رسانه اجتماعی مورد استفاده در کتابخانه‌های عمومی استان البرز، سیستم‌های پیام‌رسان فوری است. کتابخانه‌های شهری در مقایسه با کتابخانه‌های روستایی بیشتر از این ابزارهای رسانه‌ای هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی، استفاده می‌کنند (sig ۰۰۰۵). در نتیجه استفاده از رسانه‌های اجتماعی مختلف در کتابخانه‌های عمومی، بر جذب مخاطبین تأثیر مثبت داشته و آن را افزایش می‌دهد.

قربانی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان "شناسایی عوامل مرتبط با جذب مخاطب در کتابخانه‌های عمومی شهرستان کامیاران" به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی پرداخته است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که از بین مؤلفه‌های نقش کتابدار در جذب مخاطب، مؤلفه‌ی "خدمات کتابداران"، از بین مؤلفه‌های نهاد کتابخانه‌های عمومی، مؤلفه‌های "طراحی فضای داخلی کتابخانه"، "تجهیزات کتابخانه" و "خدمات کتابخانه" و از بین مؤلفه‌های بازاریابی در کتابخانه، مؤلفه‌های "بازاریابی و ترویج خدمات" و "ارزش‌های مورد انتظار کاربران" بیشترین نقش را در جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی شهرستان کامیاران داشتند.

حسن‌زاده کندسری، پرویزی و حسینی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان "بررسی مؤلفه‌های جذب‌کننده‌ی مخاطب در کتابخانه‌های عمومی (نمونه‌ی مورد مطالعه: شهرستان لنگرود)" به بررسی عوامل مؤثر بر جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی شهرستان لنگرود پرداختند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین مؤلفه‌های معماری کتابخانه‌های عمومی یعنی تلفیق با طبیعت، زیبایی بصری، امکانات رفاهی-خدماتی، دسترسی، چشم‌انداز و نور با جذب‌کنندگی رابطه معناداری وجود دارد و نمرات به‌دست‌آمده آن‌ها از مقدار میانگین جامعه (۳) بیشتر است.

کیان راد، فهیم نیا و نقشینه (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان "ارزیابی خدمات جنبی کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی شهر تبریز و نقش آن در توسعه فرهنگ مطالعه مخاطبان کودک و نوجوان" به بررسی و ارزیابی مؤلفه‌های مدنظر پژوهش بر تشویق مخاطبان کودک و نوجوان به مطالعه پرداختند. طبق یافته‌های به‌دست‌آمده از دیدگاه کاربران (کودکان و نوجوانان)، خدمات جنبی کتابخانه‌های عمومی با میانگین ۵۱/۳ درصد تقریباً بالاتر از حد متوسط است که در حد خوب قرار گرفته است. به همین ترتیب، خدمات جنبی کتابخانه‌های عمومی با میانگین ۴۴/۳ درصد در حد متوسط قرار گرفته، که موجب بهبود لایه‌ی جلوه‌ها می‌شود. خدمات جنبی کتابخانه‌های عمومی نیز با میانگین ۵۸/۳ درصد بالاتر از حد متوسط یعنی در حد خوب قرار گرفته و در جهت دادن باورهای کاربران (کودکان و نوجوانان) از مطالعه و عناصر مرتبط با آن و نشان دادن ارزش‌های مطالعه مؤثرند.

قربانی، زندیان و حسن‌زاده (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده در استفاده از کتابخانه‌های عمومی (مطالعه موردی: کتابخانه‌های عمومی شهرستان همدان)" به بررسی موانع و مشکلات پیش‌روی کاربران، در مراجعه و استفاده از منابع کتابخانه‌های عمومی، در سال ۹۳-۱۳۹۲ پرداختند. نتایج حاصل حاکی است بین متغیرهای مستقل «شرایط اقتصادی خوب مردم»، «تأثیر نهادهای تربیتی»، «تأثیر خانواده»، «آگاهی کتابداران»، «موقعیت مناسب کتابخانه‌ها» و «جنسیت کاربران» با متغیر وابسته‌ی «میزان مراجعه کاربران به کتابخانه‌های عمومی»، رابطه معناداری وجود دارد که این مؤلفه‌ها به‌عنوان عوامل پیش‌برنده، جهت مراجعه هرچه بیشتر کاربران، به کتابخانه‌های عمومی محسوب می‌شوند. از طرفی، بین متغیرهای مستقل «دوری و نزدیکی کاربران به کتابخانه‌های عمومی»، «سطح خدمات ارائه‌شده توسط کتابخانه‌های عمومی»، «شرایط اقتصادی بد مردم» و «سن و تحصیلات آن‌ها» با «میزان مراجعه کاربران به کتابخانه‌های عمومی»، رابطه معناداری یافت نشد.

رامادوی^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "ادراک کتابدار در زمینه‌ی بازاریابی منابع اطلاعاتی و خدمات در کتابخانه‌های دانشگاهی: مطالعه موردی منطقه آمارا^۲، اتیوپی" برای حل مشکل عدم استفاده از کتابخانه‌های دانشگاهی، تلاش برای ترویج و ایجاد آگاهی از خدمات

1. Ramadevi

2. Amhara

کتابخانه را بسیار مهم دانست. هدف مطالعه وی این بود که چرا کتابخانه‌ها باید از بازاریابی استفاده کنند؟ نتایج پژوهش نشان داد اکثر کتابداران نظر مثبتی درباره به کارگیری بازاریابی در کتابخانه‌های دانشگاهی برای خدمات‌دهی بهتر به کاربران دارند.

احمدخان^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان "ادراک کاربران از کیفیت خدمات کتابخانه عمومی مرکزی بهاولپور"^۲ به بررسی ادراک کاربران از کیفیت خدمات ارائه شده توسط کتابخانه عمومی مرکزی بهاولپور پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان داد که خدمات کتابخانه مرکزی عمومی بهاولپور برای کاربران با کیفیت خوبی ارائه می‌شود و پاسخ‌دهندگان از خدمات مختلف کتابخانه راضی هستند.

ایداو و جوی^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان "استفاده و رضایت کاربران از خدمات کتابخانه‌های عمومی جنوب غربی نیجریه در قرن ۲۱ به بررسی عوامل اثرگذار بر رضایت کاربران" پرداختند که مؤلفه‌های مورد پژوهش به ترتیب عبارت بودند از: فقدان خدمات فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات اینترنت، منابع ناکافی یا منسوخ شده، فقدان امکانات کافی، روشنایی و تهویه ضعیف، مکان کتابخانه و پرسنلی که به کاربران کمک نمی‌کنند و یا برخورد دوستانه‌ای ندارند.

مطالعه پیشینه‌های فوق نشان می‌دهد که کاربران مهم‌ترین عنصر در جریان اطلاعات هستند و اهمیت دادن به دیدگاه آن‌ها از ارکان مهم نظام‌های موفق اطلاع‌رسانی است و سطح بالای رضایت عمومی کاربران از خدمات کتابخانه‌ها موجب تبلیغ آن‌ها و به تبع آن سرازیر شدن تعداد بیشتری از افراد به این مراکز خواهد شد؛ بنابراین در پژوهش‌های داخلی انجام شده پیشین ارائه انواع خدمات جنبی در فضای کتابخانه‌ها، نوع معماری ساختمان کتابخانه، مبلمان و تجهیزات کتابخانه‌ای، دیجیتال‌سازی، توانایی و مهارت کتابداران در پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی مراجعان، چگونگی برخورد و رفتار کتابداران با اقبال مختلف مخاطبان، فراهم بودن اینترنت، خدمات کپی و پرینت، دوری و نزدیکی ساختمان کتابخانه از مرکز شهر و ... به جذب و حفظ مخاطب به کتابخانه‌ها کمک قابل توجهی خواهد کرد. در پژوهش‌های خارجی انجام شده نیز ساعات کاری مناسب، وجود کافه تریا و مکان‌های تفریحی در کتابخانه‌ها، ارائه منابع گوناگون اطلاعاتی در کتابخانه‌ها، برگزاری برنامه‌های مختلف جذاب برای خانواده‌ها و گروه‌های سنی مختلف جامعه، خدمات امانت و تحویل سریع منابع به افراد، ارائه خدمات مرجع آنلاین، ارائه خدمات و منابع الکترونیکی بیشتر در کتابخانه‌ها و ... مواردی بودند که از نظر پژوهشگران بررسی و به عنوان مؤلفه‌های اثرگذار بر افزایش میزان مخاطبان و مراجعه مکرر آن‌ها به کتابخانه‌ها اشاره شده است.

فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

- بین عوامل محیطی و خانوادگی مخاطبان و میزان جذب آنان به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان تحصیلات مخاطبان و میزان جذب آنان به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان اطلاع‌رسانی خدمات کتابخانه‌ها و میزان جذب مخاطب در آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین مجموعه‌سازی و وجود منابع روزآمد در کتابخانه‌ها و میزان جذب مخاطب در آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان تجهیزات و امکانات موجود در کتابخانه‌ها و میزان جذب مخاطب در آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین نوع برخورد و رفتار کتابداران و جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، پیمایشی از نوع همبستگی است و به لحاظ هدف در زمره‌ی پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش کلیه کاربران کتابخانه‌های عمومی شهرستان تبریز به استثنای ۲ کتابخانه نبی اکرم (که به علت تعمیرات از اول سال تعطیل است) و کتابخانه علامه جعفری (که بیشتر مراجعین آن کودک هستند و امکان تکمیل پرسشنامه برای این دو کتابخانه نبود) را در برمی‌گیرد. آمار اخذ شده کاربران حدود ۴۰ هزار نفر است که بر اساس فرمول کوکران با توجه به تعداد مراجعان کتابخانه نمونه مورد نیاز برای کلیه

1. Khan

2. Bahawalpur

3. Joy & Idowu

کاربران کتابخانه‌ها ۳۸۰ نفر انتخاب شد. با وجود جستجو و تلاش زیاد پژوهشگر جهت یافتن پرسشنامه استاندارد که شامل تمام موارد مورد نیاز در این پژوهش باشد متأسفانه پرسشنامه جامع و کاملی یافت نشد و پژوهشگر اقدام به طراحی پرسشنامه محقق ساخته کرد. پرسشنامه‌ی پژوهش حاضر با استناد به چندین پرسشنامه داخلی و خارجی و با راهنمایی‌هایی اساتید راهنما و مشاور و سایر اساتید متخصص طراحی و بعد از تعیین میزان اعتبار صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها با بهره‌گیری از نظرات اساتید محترم علم اطلاعات و دانش‌شناسی، سنجش پایایی پرسشنامه‌ها با توزیع تعداد ۲۵ پرسشنامه بین کاربران کتابخانه‌ها انجام گرفت. بعد از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS۱۶ آلفای کرونباخ محاسبه گردید که آلفای پرسشنامه‌ی کاربران ۰/۷۹۸ به دست آمد. با توجه به کسب نمره بالای آلفای پرسشنامه‌ها، پرسشنامه با اصلاحات اندکی که کاربران متذکر شده بودند و با صلاح‌دید اساتید راهنما و مشاور، به‌عنوان پرسشنامه‌ی نهایی طراحی شد. در این تحقیق از دو نوع روش آماری توصیفی و استنباطی استفاده گردید. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه‌ها، به‌وسیله نرم‌افزار SPSS۱۶ و برنامه Excel ۲۰۱۰ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها

۱- بین عوامل محیطی و خانوادگی از جمله پایگاه اجتماعی و اقتصادی، تبلیغات محیطی، تبلیغات رسانه‌های جمعی و ... و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۱. رابطه بین "عوامل محیطی و خانوادگی" با "میزان جذب مخاطب"

نام متغیر	تعداد پاسخگویان	ضریب پیرسون	میزان معناداری (Sig)
عوامل محیطی و خانوادگی	۳۴۹	۰/۲۰۱	۰/۰۰۱

بین متغیر عوامل محیطی و خانوادگی و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر از آنجا که $\text{sig} < ۰,۰۵$ ، بنابراین فرض ما مبنی بر رابطه بین متغیر «عوامل برون‌سازمانی» و متغیر «میزان جذب مخاطب» در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید می‌شود.

۲- بین میزان تحصیلات پاسخگویان و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲. رابطه بین "میزان تحصیلات پاسخگویان" با "میزان جذب مخاطب"

نام متغیر	تعداد پاسخگویان	ضریب پیرسون	میزان معناداری (Sig)
میزان تحصیلات پاسخگویان	۳۴۹	۰/۰۴۳	۰/۴۴

بین متغیر میزان تحصیلات و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود ندارد. به عبارت دیگر از آنجا که $\text{sig} > ۰/۰۵$ ، بنابراین فرض ما مبنی بر رابطه بین متغیر «میزان تحصیلات پاسخگویان» و متغیر «میزان جذب و مراجعه مخاطب به کتابخانه» تأیید نمی‌شود.

۳- بین میزان اطلاع‌رسانی خدمات کتابخانه‌ها و میزان جذب مخاطب در آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳. رابطه بین "میزان اطلاع‌رسانی از خدمات کتابخانه‌ها" با "میزان جذب مخاطب"

نام متغیر	تعداد پاسخگویان	ضریب پیرسون	میزان معناداری (Sig)
میزان اطلاع‌رسانی از خدمات کتابخانه‌ها	۳۴۹	۰/۱۸۶	۰/۰۳۲

بین متغیر میزان اطلاع‌رسانی خدمات و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر از آنجا که $\text{sig} < 0/05$ ، بنابراین فرض ما مبنی بر رابطه بین متغیر «میزان اطلاع‌رسانی از خدمات کتابخانه‌ها» و متغیر «میزان جذب مخاطب» در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

۴- بین مجموعه‌سازی و وجود منابع روزآمد در کتابخانه‌ها و میزان جذب مخاطب در آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴. رابطه بین "میزان روزآمد بودن و مجموعه‌سازی مناسب در کتابخانه‌ها" با "میزان جذب مخاطب"

نام متغیر	تعداد پاسخگویان	ضریب پیرسون	میزان معناداری (Sig)
میزان روزآمد بودن و مجموعه‌سازی مناسب در کتابخانه‌ها	۳۴۹	۰/۱۶۶	۰/۰۴۱

بین متغیر میزان روزآمد بودن و مجموعه‌سازی مناسب و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر از آنجا که $\text{sig} < 0/05$ ، بنابراین فرض ما مبنی بر رابطه بین متغیر «میزان روزآمد بودن و مجموعه‌سازی مناسب در کتابخانه‌ها» و متغیر «میزان جذب مخاطب» در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

۵- بین نوع برخورد و رفتار کتابداران و جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵. رابطه بین "نوع رفتار و برخورد کتابداران" با "میزان جذب مخاطب"

نام متغیر	تعداد پاسخگویان	ضریب پیرسون	میزان معناداری (Sig)
برخورد و رفتار کتابداران	۳۴۹	۰/۱۹۶	۰/۰۰۲

بین متغیر نحوه برخورد و رفتار کتابداران و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر از آنجا که $\text{sig} < 0/05$ ، بنابراین فرض ما مبنی بر رابطه بین متغیر «نوع رفتار و برخورد کتابداران» و متغیر «میزان جذب مخاطب» در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید می‌شود.

۶- بین میزان تجهیزات و امکانات موجود در کتابخانه‌ها و میزان جذب مخاطب در آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۶. رابطه بین "میزان تجهیزات و امکانات کتابخانه" با "میزان جذب مخاطب"

نام متغیر	تعداد پاسخگویان	ضریب پیرسون	میزان معناداری (Sig)
میزان تجهیزات و امکانات کتابخانه	۳۴۹	۰/۱۷۲	۰/۰۳۴

بین متغیر میزان تجهیزات و امکانات و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر از آنجا که $\text{sig} < 0/05$ ، بنابراین فرض ما مبنی بر رابطه بین متغیر «میزان تجهیزات و امکانات کتابخانه» و متغیر «میزان جذب مخاطب» در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه اول نمایانگر وجود رابطه معنادار بین مؤلفه‌های عوامل محیطی و خانوادگی و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. به عبارت دیگر مقدار همبستگی بین مؤلفه‌های این سؤال، برابر با ۰/۲۰۱ بوده که نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و مستقیم بین متغیر عوامل محیطی و خانوادگی و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. از آنجا که مؤلفه‌های عوامل محیطی و خانوادگی در پژوهش حاضر شامل تشویق والدین، وضعیت اقتصادی خانواده، نظام آموزش و پرورش و نظام آموزش عالی، رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات محیطی، تبلیغات دوستان و آشنایان، تبلیغات رسانه‌های جمعی، نزدیک بودن به کتابخانه و ... می‌باشد، می‌توان گفت با بهبود هریک از این مؤلفه‌ها میزان جذب و حفظ مخاطب توسط کتابخانه‌ها افزایش خواهد یافت که یافته‌های این پژوهش در خصوص تأثیر عوامل محیطی و خانوادگی، با یافته‌های پژوهش قربانی، زندیان و حسن‌زاده (۱۳۹۵) در مورد ارتباط قوی بین عوامل محیطی و خانوادگی و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها را تأیید می‌کند.

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه دوم نمایانگر عدم رابطه معنادار بین مؤلفه‌های میزان تحصیلات مخاطبان و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. به عبارت دیگر مقدار همبستگی بین مؤلفه‌های این سؤال، برابر با ۰/۰۴۳ بوده که نشان‌دهنده عدم یک رابطه مثبت و مستقیم بین متغیر میزان تحصیلات و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. یافته‌های این تحقیق در خصوص تأثیر میزان تحصیلات و میزان جذب مخاطبان به کتابخانه‌ها با یافته‌های قربانی، زندیان و حسن‌زاده (۱۳۹۵) همسو است.

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه سوم نمایانگر وجود رابطه معنادار بین مؤلفه‌های میزان اطلاع‌رسانی فعالیت‌ها و خدمات توسط کتابخانه‌ها و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. به عبارت دیگر مقدار همبستگی بین مؤلفه‌های این سؤال، برابر با ۰/۱۸۶ بوده که نشان‌دهنده وجود یک رابطه مثبت و مستقیم بین متغیر عوامل میزان اطلاع‌رسانی و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. از آنجا که مؤلفه‌های میزان اطلاع‌رسانی فعالیت‌ها و خدمات در پژوهش حاضر شامل میزان اطلاع‌رسانی خدمات از طریق رسانه‌های مختلف اطلاعاتی، اطلاع‌رسانی و دعوت از افراد از طرق مختلف (ایمیل و ...) برای حضور در کتابخانه، داشتن اطلاعات در مورد کتابخانه پیش از عضویت، تغییر تصورات از خدمات کتابخانه قبل و بعد از مراجعه به آن و ... می‌باشد، می‌توان گفت با بهبود هریک از این مؤلفه‌ها میزان جذب و حفظ مخاطب توسط کتابخانه‌ها افزایش خواهد یافت که یافته‌های این پژوهش در خصوص تأثیر میزان اطلاع‌رسانی خدمات بر میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها یافته‌های پژوهش قربانی، زندیان و حسن‌زاده (۱۳۹۵)، قربانی (۱۳۹۸)، اسدی بوجی (۱۴۰۰) و رامادوی (۲۰۱۸) را تأیید می‌کند.

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه چهارم نمایانگر وجود رابطه معنادار بین مؤلفه‌های مجموعه‌سازی و وجود منابع روزآمد و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. به عبارت دیگر مقدار همبستگی بین مؤلفه‌های این سؤال، برابر با ۰/۱۶۶ بوده که نشان‌دهنده وجود یک رابطه مثبت و مستقیم بین متغیر مجموعه‌سازی و وجود منابع روزآمد و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. از آنجا که مؤلفه‌های مجموعه‌سازی و وجود منابع روزآمد در پژوهش حاضر مطلوب بودن کتاب‌ها و منابع موجود، امکان دسترسی به منابع الکترونیکی، سازمان‌دهی مناسب منابع موجود، روزآمدی منابع موجود و ... می‌باشد، می‌توان گفت با بهبود هریک از این مؤلفه‌ها میزان جذب و حفظ مخاطب توسط کتابخانه‌ها افزایش خواهد یافت که یافته‌های این پژوهش در خصوص تأثیر مجموعه‌سازی و وجود منابع روزآمد، با یافته‌های پژوهش ایداو و جوی (۲۰۱۴) و احمدخان (۲۰۱۵) همسو است.

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه پنجم نمایانگر وجود رابطه معنادار بین مؤلفه‌های میزان تجهیزات و امکانات موجود در کتابخانه و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. به عبارت دیگر مقدار همبستگی بین مؤلفه‌های این سؤال، برابر با ۰/۱۷۲ بوده که نشان‌دهنده وجود یک

رابطه مثبت و مستقیم بین متغیر عوامل میزان تجهیزات و امکانات و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. از آنجا که مؤلفه‌های تجهیزات و امکانات کتابخانه‌ها در پژوهش حاضر شامل امکان دسترسی به اینترنت و جست‌وجوی اطلاعات، منابع دیداری و شنیداری مفید، زیبایی ساختمان و نمای کتابخانه، مناسب‌سازی برای استفاده معلولین، مناسب بودن میزان هزینه عضویت و جراثیم دیرکرد، راه‌اندازی میز مرجع مجازی، ارسال رایگان منابع به درب منازل، برگزاری طرح‌های کتاب‌خوانی، ارتباط با مراکز فرهنگی و ... می‌باشد، می‌توان گفت با بهبود هریک از این مؤلفه‌ها میزان جذب و حفظ مخاطب توسط کتابخانه‌ها افزایش خواهد یافت که یافته‌های این پژوهش در خصوص تأثیر میزان تجهیزات و امکانات موجود در کتابخانه‌ها، یافته‌های پژوهش کیان راد، فهیم نیا و نقشینه (۱۳۹۶)، حسن‌زاده کندسری، پرویزی و حسینی (۱۳۹۶)، قربانی (۱۳۹۸)، ایداو و جوی (۲۰۱۴)، احمدخان (۲۰۱۵) در مورد ارتباط قوی بین میزان تجهیزات و امکانات و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها را تأیید می‌کند و یافته‌های پژوهش قربانی، زندیان و حسن‌زاده (۱۳۹۵) را تأیید نمی‌کند.

یافته‌های پژوهش در رابطه با فرضیه ششم نمایانگر وجود رابطه معنادار بین مؤلفه‌های نحوه برخورد و رفتار کتابداران و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. به عبارت دیگر مقدار همبستگی بین مؤلفه‌های این سؤال، برابر با ۰/۱۹۶ بوده که نشان‌دهنده وجود یک رابطه مثبت و مستقیم بین متغیر نوع برخورد و رفتار کتابداران و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها است. از آنجا که مؤلفه‌های نوع برخورد و رفتار کتابداران در پژوهش حاضر شامل میزان علاقه‌مندی کتابداران به شغل خود، میزان تلاش کتابداران در فضا‌سازی، نظرسنجی و نیازسنجی از اعضا، ارائه خدمات مشاوره‌ای در معرفی آثار برتر به مخاطبان، امکان‌پذیر ساختن دسترسی به منابع مرجع تخصصی، آشنایی کتابداران با رشته‌های موضوعی و اصطلاحات تخصصی هر رشته و ... می‌باشد، می‌توان گفت با بهبود هریک از این مؤلفه‌ها میزان جذب و حفظ مخاطب توسط کتابخانه‌ها افزایش خواهد یافت که یافته‌های این پژوهش در خصوص تأثیر نوع برخورد و رفتار کتابداران و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها یافته‌های پژوهش قربانی، زندیان و حسن‌زاده (۱۳۹۵)، قربانی (۱۳۹۸)، ایداو و جوی (۲۰۱۴)، احمدخان (۲۰۱۵) را تأیید می‌کند.

به‌طور کلی یافته‌های پژوهش بیانگر وجود ارتباط بسیار قوی بین مؤلفه‌های برون‌سازمانی که شامل عوامل محیطی و خانوادگی است و مؤلفه‌های درون‌سازمانی که شامل مواردی همچون میزان اطلاع‌رسانی خدمات، مجموعه‌سازی مناسب و وجود منابع روزآمد، نوع برخورد و رفتار کتابداران، میزان تجهیزات و امکانات کتابخانه‌ها می‌شود با میزان جذب و توسعه مخاطب به کتابخانه‌ها می‌باشد و رابطه مؤلفه‌های برون‌سازمانی یعنی میزان تحصیلات مخاطبان و میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها مورد تأیید نمی‌باشد. طبق نظرسنجی صورت گرفته از مخاطبان مورد پژوهش میزان جذب مخاطب به کتابخانه‌ها در ارتباط با مؤلفه‌های پژوهش (عوامل محیطی و خانوادگی، میزان اطلاع‌رسانی خدمات، مجموعه‌سازی مناسب و وجود منابع روزآمد، نوع برخورد و رفتار کتابداران، میزان تجهیزات و امکانات کتابخانه‌ها) در سطح قابل قبولی است اما میزان تحصیلات مخاطبان تأثیر چندانی بر میزان مراجعه افراد به کتابخانه‌ها ندارد.

منابع

- اسدی بوجی، د. (۱۴۰۰). سنجش میزان اثربخشی فعالیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای کتابخانه‌های عمومی در جذب مخاطبین (مورد مطالعه: کتابخانه‌های عمومی استان البرز). [پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شاهد].
- اسمعیلی گیوی، م. (۱۳۹۱). طراحی الگوی سیستمی شناسایی عوامل اصلی بهره‌وری فرهنگی در سازمان‌های فرهنگی. [پایان‌نامه دکتری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران].
- حسن‌زاده کندسری، ح.، پرویزی، ر.، و حسینی، س.ب. (۱۳۹۶). بررسی مؤلفه‌های جذب‌کننده‌ی مخاطب در کتابخانه‌های عمومی (نمونه‌ی مورد مطالعه: شهرستان لنگرود). سومین همایش ملی معماری و شهر پایدار، تهران.
- طبرسا، غ.، محبوب، س.، و اسمعیلی گیوی، م. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱(۱۶)، ۵-۲۲.
- قربانی، ش. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل مرتبط با جذب مخاطب در کتابخانه‌های عمومی شهرستان کامیاران. [پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی گرایش مدیریت کتابخانه‌های دیجیتال، دانشگاه پیام نور کرمانشاه].

قربانی، ع.، زندیان، ف.، و حسن‌زاده، م. (۱۳۹۵). بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده در استفاده از کتابخانه‌های عمومی. فصلنامه تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۲(۳)، ۴۵۱-۴۶۱.

کیان راد، ز.، فهیم نیا، ف.، و نقشینه، ن. (۱۳۹۶). ارزیابی خدمات جنبی کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی شهر تبریز و نقش آن در توسعه‌ی فرهنگ مطالعه‌ی مخاطبان کودک و نوجوان آن. پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۷(۲)، ۴۱-۶۰.

References

- Asadi Boji, d. (۲۰۲۱). Measuring the effectiveness of communication and media activities of public libraries in attracting audiences (case study: public libraries of Alborz province). [Master's thesis in the field of information science and epistemology, Shahed University]. [In Persian].
- Ghorbani, E., Zandian, F., & Hassanzadeh, M. (2015). Examining promoting and inhibiting factors in the use of public libraries. *Journal of Information Research and Public Libraries*, 22(3), 451-461. [In Persian].
- Ghorbani, Sh. (2018). Identifying the factors related to audience attraction in the public libraries of Kamiyaran city. [Master's thesis in the field of information science and digital library management, Payam Noor University, Kermanshah]. [In Persian].
- Hassanzadeh Kandsari, H., Parvizi, R., & Hosseini, S.B. (2016). Examining the components of audience attraction in public libraries (case study: Langrod city). *Third National Conference on Architecture and Sustainable City, Tehran*. [In Persian].
- Hernon, P. & Altman, E. (2011). *Assessing service quality: satisfying the expectations of library customers*. United States American: American Library Association.
- Ismaili Givi, M. (2012). Designing a systemic model to identify the main factors of cultural productivity in cultural organizations. [PhD thesis, Shahid Beheshti University, Tehran]. [In Persian].
- Joanna Sin, S. Kim, & K. S. (2008). Use and non-use of Public libraries in the information age: a logistic Regression Analysis of Household Characteristics and library Services Variables. *Library & Information Science Research*, 30(3), 207-215.
- Joy, I.I. & Idowu, A. L. (2014). Utilization and User Satisfaction of Public Library Services in South- West, Nigeria in the ۲۱st Century. A Survey. *International Journal of Library Science*, 3(1), 1-6.
- Khan, Sh .A. (2015). User's Perception of Services Quality of The Central Public Library Bahawalpur. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. 1276.
- Kian Rad, Z.; Fahim Nia, F.; Nakshineh, N. (2016). Evaluation of ancillary services of libraries affiliated to Tabriz public libraries and its role in the development of the reading culture of its children and teenagers. *Library and Information Research Journal*, 7(2), 41-60. [In Persian].
- Ramadevi, D. V. (2018). Librarian's Perception on Marketing of Information Resources and Services in Academic Libraries with Special Reference to Amhara Region, Ethiopia. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(5), 1-8.
- Tabarsa, G., Mahboob, S., & Ismaili Givi, M. (2010). Investigating the effect of organizational entrepreneurial culture on creativity and innovation in public libraries of the country. *Information Research and Public Libraries*, 1(6), 5-22. [In Persian].