

کتاب مسافر: هنر کارآفرینی اجتماعی در افزایش اشتیاق بازگشت به کتابخانه

مریم عندلیب^۱؛ میترا زارعی^۲

چکیده

مقدمه: کارآفرینی اجتماعی در کتابخانه‌ها معرفی روش‌هایی است که کتابداران می‌توانند به بازیگران مهمی در افزایش عادت مطالعه در جامعه تبدیل شوند، در این نوشتار روش «کتاب مسافر» را به عنوان یک مدل، هنر کارآفرینی اجتماعی در افزایش میزان اشتیاق به بازگشت به کتابخانه، معرفی می‌کنیم.

ضرورت و هدف: آمارها نشان می‌دهد سطح مطالعه در کشور ما بسیار پایین است و اساساً مطالعه در اولویت‌های زندگی مردم نیست؛ از این رو پژوهشگران، مروجان کتاب، و فعالان اجتماعی بسیاری سعی کرده‌اند با اجرای ایده‌های مختلف ارتقای فرهنگ مطالعه، در جامعه نقش‌آفرینی کنند. هدف این مقاله ارائه یک مدل موفق کارآفرینی اجتماعی در افزایش اشتیاق بازگشت به کتابخانه است.

روش پژوهش: این مقاله که به صورت «نامه به سردبیر» می‌باشد، در مورد یک روش خلاقانه توضیح می‌دهد که باعث افزایش میزان اشتیاق بازگشت به کتابخانه، می‌شود. این کار در دو مرحله آماده‌سازی امکانات و وسایل مورد نیاز که شامل سه گام طراحی اطلاعیه جذاب و زیبا (گام اول)، انتخاب و یا خرید کتاب مسافر (گام دوم) و تهیه یک یا چند هدیه مناسب (گام سوم)؛ و مرحله دوم شامل: تهیه اطلاعیه، تبلیغات، تحویل کتاب مسافر به اولین میزبان، مطالعه توسط میزبانان و ثبت نظراتشان، اتمام سفر کتاب و تحویل به کتابدار، آماده‌سازی مقدمات و برگزاری جشن کتاب.

یافته‌ها: با توجه به اینکه در این مقاله یک هنر کارآفرینی اجتماعی خلاقانه با موضوع فرهنگ مطالعه معرفی شده است؛ در نوع خود کاری جدید و منحصر به فرد است. به علت اینکه هنوز بررسی پژوهشی علمی برای میزان کارایی این مدل انجام نشده است، این مقاله به صورت «نامه به سردبیر» به مجله ارسال شده است.

کلیدواژه‌ها: کتاب مسافر، کارآفرینی اجتماعی، اشتیاق بازگشت به کتابخانه، کتابخانه، اوقات فراغت.

۱. کتابدار دانشگاه علوم پزشکی مشهد و دانشجوی دکتری بازیابی اطلاعات.

۲. دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد.



مقدمه و بیان مسئله

در تعریف رایج و سنتی دنیای تجارت، کارآفرینان عملکرد خود را در ایجاد سود و بازده آن می‌سنجند، اما کارآفرینان اجتماعی تأثیر مثبت بر جامعه را نیز مدنظر دارند. کارآفرینی اجتماعی^۱ اهداف گسترده‌ای را در زمینه‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی دنبال می‌کند و اغلب با بخش داوطلبانه و غیرانتفاعی مرتبط است. کارآفرینان اجتماعی معمولاً افرادی هستند، که انگیزه‌ها و دغدغه‌های اجتماعی و کمک به جامعه برایشان مهم‌تر از کسب سود و درآمد بالاست. آنها می‌توانند از حمایت و مشارکت اجتماعی افراد و حتی دولت‌ها برخوردار شوند.

در این زمینه کارآفرینان فرصت‌ها را می‌شناسند و محصولات جدیدی خلق می‌کنند. کارآفرینان اجتماعی از این نوع خلاقیت برای حل مشکلات جامعه استفاده می‌کنند و با تمرکز بر مشکلات جامعه، ارزش‌های خوب جوامع را تقویت می‌کنند، فعالیت‌های خیرخواهانه را گسترش می‌دهند و سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهند. ایده اصلی این طرح از آنجا نشئت می‌گیرد که آمارها نشان می‌دهد سطح مطالعه در کشور ما بسیار پایین است و اساساً مطالعه در اولویت‌های زندگی مردم نیست؛ نیمی از جمعیت کشور اصلاً کتاب نمی‌خوانند و نیمی دیگر فقط یک کتاب در سال مطالعه می‌کنند (SABZEHEI & MORADI, 2018).

برطبق آخرین آمارهای مرکز آمار ایران در حوزه مطالعه «سرانه زمان مطالعه کتاب غیردرسی افراد ۱۵ ساله و بیشتر باسواد در ماه» در سال ۱۳۹۶ «۷ ساعت و ۴۶ دقیقه» و در سال ۱۳۹۹ «۶ ساعت و ۳۲ دقیقه» بوده است («سرانه مطالعه کتاب غیردرسی افراد ۱۵ ساله و بیشتر باسواد در ماه [آمارهای جمعیتی]»، ۱۳۹۹) و سرانه مطالعه روزانه هر ایرانی باسواد ۱۵ ساله و بیشتر ۱۳۹۶ (چاپی و الکترونیک) به صورت مجموع ۱۸ دقیقه و ۱۴ ثانیه بوده است که از این مقدار ۲ دقیقه و ۵۲ ثانیه سهم روزنامه‌ها، قران و ادعیه ۶ دقیقه و ۱۴ ثانیه و کتاب غیردرسی ۹ دقیقه و ۸ ثانیه بوده است («سرانه مطالعه روزانه هر ایرانی باسواد ۱۵ ساله و بیشتر ۱۳۹۶ [اطلاع نگاشت]»، ۱۳۹۶).

ازاین‌رو کتابداران، پژوهشگران، مروجان کتاب و فعالان اجتماعی بسیاری سعی کرده‌اند با ایجاد و اجرای ایده‌های مختلفی در ارتقای فرهنگ مطالعه در جامعه نقش‌آفرینی کنند. از این میان، کتابداران به طور منحصربه‌فردی برای تقویت فرهنگ مطالعه در جامعه تلاش می‌کنند و در کتابخانه‌های عمومی با استفاده از کارآفرینی اجتماعی به مقابله با چالش‌هایی همچون دسترسی نابرابر اقتصادی و ظرفیت‌های نابرابر جامعه، در بهره‌مندی از خدمات عمومی می‌پردازند (سیفی، لیلی، اطمینان، عطیه، & عسگری، ۲۰۲۴).

تلاش کتابداران باهدف جذب بیشتر خوانندگان به کتابخانه، کمک به ایجاد جامعه‌ای پر جنب‌وجوش از طریق افزایش آگاهی، ترویج عادت مطالعه در بین کودکان و تشویق همه مراجعان و مخاطبان کتابخانه به مطالعه مستمر است. تمرکز این هنرمندان حوزه اجتماع، بر روش‌های خلاقانه و جدید، برای جذب بیشتر مخاطب است، از مسابقات کتابخوانی و نمایشگاه‌های مختلف تا بومی‌سازی بازی‌های مختلف در حوزه فرهنگ مطالعه مثل اتاق فرار و جزیره گنج و... که باعث می‌شود با تلفیق کتابخوانی و سرگرمی در ذیل موارد

1. Social Entrepreneurship.



مدیریت اوقات فراغت، مطالعه رابه طور غیرمستقیم، به یکی از الویت‌های جامعه که همان مدیریت اوقات فراغت است، پیوند بزند.

امیر تاش (۱۳۸۳) اعلام می‌کند که اوقات فراغت و نحوه گذران آن از مباحثی است که پس از انقلاب صنعتی به موضوع مهمی بدل شده است (تیموری، هادی، فروزان، فرخنده، & صفری، ۲۰۱۹).
با این مقدمه، در این مدل، به طور خاص روش «کتاب مسافر» را به عنوان یک مدل، هنر کارآفرینی اجتماعی در افزایش میزان اشتیاق بازگشت به کتابخانه در راستای مدیریت اوقات فراغت، معرفی می‌کنیم و امیدواریم بتوانیم سهم خود را هر چند اندک، در ترویج فرهنگ مطالعه ادا نماییم.

پیشینه‌های پژوهش

پیشینه نظری

در انواع کتابخانه‌ها دسته‌بندی خدمات نوآورانه ذکر شده است که از این میان می‌توان به دودسته اشاره کرد. آلورد، براون و لتس^۱ (۲۰۰۴) سه تغییر در مفهوم کارآفرینی اجتماعی را توصیف می‌کنند:

- از تلاش‌های تجاری برای حمایت از فعالیت‌های اجتماعی استفاده می‌شود.
- فعالیت‌ها به جای ملاحظات تجاری بر مشکلات اجتماعی متمرکز هستند.
- نوآوری‌های اجتماعی برای تسریع تغییرات کوتاه مدت به تغییرات پایدار بلندمدت استفاده می‌شود.

از بین این سه مورد، تحقیقات ما بر روی تغییرات دوم و سوم تمرکز دارد؛ که راه‌حل‌های نوآورانه ایجاد می‌کند. به گفته آلورد راه‌حل‌های نوآورانه بسیج ایده‌ها، ظرفیت‌ها، منابع و ترتیبات اجتماعی مورد نیاز برای تحولات اجتماعی پایدار است (Alvord, Brown, & Letts, 2004).

وینبری^۲ از تحلیل موضوعی برای شناسایی شش نوع نوآوری اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی استفاده می‌کند. یادگیری مادام‌العمر، واکنش اضطراری، مشارکت مدنی، توسعه اقتصادی، سلامت، تنوع و شمول (Winberry & Potnis, 2021). پژوهش حاضر را می‌توان در نوع اول و سوم قرارداد.

پیشینه تجربی

برخی از پژوهش‌ها به نقش کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی در توسعه کسب و کارهای کوچک پرداخته‌اند (Ugbala, Owolabi, Adesina, & Ajayi, 2021)؛ (Winberry & Potnis, 2021)؛ (Wang & Richard-son, 2024)؛ (Griffis, 2015) که در نیجریه، نیوجرسی و ایالت متحده آمریکا^۳ بررسی شده‌اند، و اطلاعاتی در مورد منابع و خدمات عمومی ارائه می‌کنند؛ که کتابخانه‌ها به کارآفرینان می‌دهند، و نتیجه آن را هم بهبود امکانات کتابخانه‌ها و به وجود آوردن شرایطی مناسب برای ارائه خدمات کارآفرینی به ویژه در زمینه خدمات پژوهشی و

1. Alvord, Brown & Letts.
2. Winberry.
3. Nigeria, New Jersey and the United States of America.



مطالعاتی خدمات مشاوره‌ای و خدمات اطلاعاتی و آموزشی، معرفی می‌کند.

بررسی نقش کتابداران در زمینه کارآفرینی در کتابخانه‌ها موضوع مورد بحث برخی از پژوهش‌های دیگر است که در شهرهای تهران، مشهد و ایالت متحده بررسی شده است (Abazari & Babalhavaeji, 2016)؛ (امین & سیدعباس، ۲۰۱۴)؛ (فر & پوراحمد، ۲۰۱۵)؛ (Leonard & Clementson, 2012) و به این نتیجه می‌رسد کتابدارانی که دارای ویژگی‌های کارآفرینانه هستند می‌توانند با کمک فناوری‌های جدید به ارائه اقدامات مطابق با نیازهای اطلاعاتی مراجعان و خدماتی بهتر به آنان در سایه فعالیت‌های کارآفرینانه دست یابند.

امروزه جذب کتابدارانی با ویژگی‌های نوآفرین مانند ریسک‌پذیری، شجاعت، توانایی رهبری و غیره بسیار مورد توجه و تاکید است.

پاگنلی^۱ (۲۰۲۰) و کاورا و اندرسون^۲ (۲۰۱۶) که در پژوهش خود به نقش کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی در کارآفرینی اجتماعی در فنلاند و نیوجرسی و کنتاکی غربی^۳ پرداخته‌اند و دریافتند که عوامل زیادی بر پذیرش کارآفرینی اجتماعی حاکم است و برای درک بهتر این مفهوم و انتقال دانش و پیشرفت اجتماعی باید کارهای بیشتری انجام داد، مثلاً کتابخانه‌ها بایستی به کنشگران اجتماعی تبدیل شوند تا بتوانند تحولات اجتماعی موثر ایجاد کنند بنابراین کتابخانه‌ها تا حد زیادی در تغییر فرد و جامعه موثر هستند (Kavoura & Andersson, 2016; Paganelli, 2020).

کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی در بافت ایران و خارج از کشور نیز موضوع مورد علاقه محققانی چون بست^۴؛ الفداه^۵؛ فدایی و همکاران ۱۳۹۱ بوده است؛ که در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که کتابخانه‌های عمومی تا حدودی قادرند نیازهای کارآفرینان را برطرف کنند و به آنان در رسیدن به نتیجه دلخواهشان کمک نمایند (Al-Qudah, Al-Okaily, & Alqudah, 2022; Best, 2001; Fadai, Firoozabadi, & Ebrahimi, 2012).

سیفی و اطمینان و عسگری (۱۴۰۲) هم ساخت و اعتبار یابی ابزاراندازه‌گیری کارآفرینی اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی را، در قالب یک پژوهش نو و جدید، در این حوزه انجام داده‌اند (سیفی et al., ۲۰۲۴). مسئله دیگری که چنین اقدامات خلاقانه‌ای را ضروری می‌کند، عدم ارتباط جمعی در موضوع مطالعه است. با کمک چنین ایده‌هایی می‌توان به ارتقای هوش جمعی در زمینه خواندن امیدوار بود.

روش پژوهش

محتوای اصلی این مقاله که به صورت «نامه به سردبیر» می‌باشد، در مورد یک روش خلاقانه توضیح می‌دهد که کتابداران می‌توانند به بازیگران مهمی در افزایش فرهنگ میزان مطالعه در جامعه تبدیل شوند.

1. Paganelli.
2. Kavoura, A., & Andersson.
3. Finland and New Jersey and Western Kentucky.
4. Best.
5. Alqudah.



باتوجه به محدودیت بودجه و منابع مالی کتابخانه‌های عمومی، سعی شده است ایده حاضر با کمترین امکانات و کمترین هزینه ممکن، بیشترین اثربخشی را داشته باشد. این کار دارای دو مرحله است مرحله اول شامل آماده‌سازی وسایل و امکانات و بخش هزینه‌ای طرح است که همانطور که گفته شد با حداقل امکانات و با سه گام ساده قابل حل است.

گام اول: یک اطلاعیه جذاب و زیبا طراحی کنیم که با حداقل امکاناتی که در اختیار کتابداران است، از جمله رایانه و کتابدار ماهر در نرم‌افزار پرده‌نگار (پاورپوینت^۱) یا فتوشاپ^۲ می‌توان به آن دست یافت.

گام دوم: انتخاب از کتاب‌های موجود یا خرید کتاب مناسب برای «کتاب مسافر» است. یک کتابدار می‌تواند با شناخت مخاطبان و علایق آنها، چه از طریق یک مطالعه ساده نیازسنجی و چه با تکیه بر تجربیات خود، (در صورت وجود یک تیم مشورتی یا همان شورای فکری کتابخانه‌ای که قرار است طرح آنجا اجرا شود؛ نیازسنجی به صورت همفکری انجام شود) انتخاب مناسبی داشته باشد.

گام سوم برای اجرای ایده، تهیه یک هدیه مناسب برای جلسه نقد و بررسی است.

مرحله دوم شامل ۶ گام عملی می‌شود و نیاز به هزینه‌ای ندارد، باتوجه به کتابخانه‌ای که قرار است طرح در آن اجرا شود و باتوجه به نیازسنجی مخاطبان کتابخانه، با مشورت تیم شورای فکر و یا حلقه فکری کتابخانه، کتابی که در مرحله اول به عنوان کتاب مسافر انتخاب شده است را ابتدا همه اعضای تیم فکری باید مطالعه کنند و مراحل زیر را به ترتیب انجام دهند:

۱. تهیه اعلامیه کتاب مسافر جهت نصب در پشت صفحه عنوان و یا پشت جلد کتاب.
۲. تبلیغات و اطلاع‌رسانی فعالیتی که قرار است انجام شود.
۳. شروع سفر کتاب با هدیه دادن به اولین گیرنده، با تاکید بر اعلامیه پشت جلد کتاب برای راهنمایی بیشتر.
۴. هر میزبان پس از مطالعه کتاب، بخشی از صفحه نظرسنجی را پر کرده و نظرات خود را وارد می‌کند.
۵. وقتی کتاب دست به دست در بین مخاطبان منتقل شد و صفحه نظرسنجی به تدریج تکمیل شد، سفر کتاب به پایان می‌رسد و به کتابدار تحویل داده می‌شود.
۶. کتابدار مقدمات جلسه نقد و بررسی کتاب یا جشن امضا را ترجیحاً با نویسنده کتاب و در صورت عدم امکان، با اساتید و صاحب‌نظران در همان رشته موضوعی کتاب، ترتیب می‌دهد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به اینکه در این مقاله یک روش خلاقانه با استفاده از مفاهیم کار آفرینی اجتماعی و در حوزه افزایش فرهنگ مطالعه معرفی شده است در نوع خود کاری جدید و منحصر به فرد است. یافته‌های این طرح را باید از بازخورد افرادی که در این طرح شرکت کردند دریافت کرد و به علت این که هنوز بررسی علمی برای میزان کارایی این مدل انجام نشده است، این مقاله به صورت «پیشنهاد به سردبیر» به مجله ارسال شده است و در آینده‌ای

1. PowerPoint.
2. Photoshop.



خیلی نزدیک این طرح به صورت کار پژوهشی علمی مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. جدید بودن این ایده باعث شده است که در مقالات مختلف، پیشینه ای در مورد آن نیابیم اما به صورت تجربه ممکن بسیاری از کتابداران و یا مربیان و معلمان در سطح دنیا، آن را یک بار انجام داده باشند، بدون آن که نتایج استفاده از آن را ثبت و یا حتی از فعالیت انجام شده گزارشی داده باشند، درست مثل تجربه‌های مختلفی که نویسنده از به کار بردن این روش برای افزایش میزان کتابخوانی در مدرسه و تشکلی که سابقاً فعالیت می‌کرده است، دارد.

نتیجه‌گیری

دغدغه اصلی اقدامات انجام شده در کتابخانه‌های عمومی در قالب طرح «کتاب مسافر»، چگونگی تشویق مخاطبان به مطالعه و افزایش اشتیاق بازگشت به کتابخانه است و اقدامات انجام شده در راستای این هدف به صورت تجربی، موفقیت‌آمیز بوده است.

قدردانی:

نویسنده بر خود لازم می‌داند از مشاوران واحد توسعه تحقیقات بالینی بیمارستان اکبر تشکر و قدردانی نماید.

منابع:

۱. سیفی، لیلی، اطمینان، عطیه، & عسگری. (۲۰۲۴). ساخت و اعتباریابی ابزار اندازه‌گیری کارآفرینی اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی ایران. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۳۰(۲)، ۱۲۴-۱۳۹.
۲. تیموری، هادی، فروزان، فرخنده، & صفری. (۲۰۱۹). الگوی مدیریت اوقات فراغت کارکنان در محل کار با رویکرد ترکیبی. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۸(۹۴)، ۶۳-۸۴.
۳. محمدی، امین و مرجانی، سید عباس. (۱۳۹۳). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی کتابداران (مطالعه موردی: کتابداران کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی). پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۴(۲)، ۱۵۳-۱۶۸. doi: 10.22067/riis.v4i1.17546

1. Abazari, M., & Babalhavaeji, F. (2016). Entrepreneurship protective features among the librarians of academic libraries and finding the relationship and effect of demographical variables on their entrepreneurship protective features. *Journal of Knowledge Studies*, 9(33), 7-16.
2. Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., & Alqudah, H. (2022). The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from economic growth perspective: 15 'RCEP' countries. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 44-61.
3. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral*



science, 40(3), 260-282.

4. Best, J. (2001). Supporting the public library entrepreneur. *The Bottom Line*, 14(3), 132-145.
5. Fadai, G., Firoozabadi, S., & Ebrahimi, R. (2012). Role of public libraries in increasing social capital: A case study of Tehran city. *Research on Information Science and Public Libraries*, 18(2), 197-215.
6. Griffis, P. (2015). Academic libraries as community resource partners for entrepreneurs. *Reference Services Review*, 43(3), 461-467.
7. Kavoura, A., & Andersson, T. (2016). Applying Delphi method for strategic design of social entrepreneurship. *Library Review*, 65(3), 185-205.
8. Leonard, E., & Clementson, B. (2012). Business librarians and entrepreneurship: Innovation trends and characteristics. *New Review of Information Networking*, 17(1), 1-21.
9. Paganelli, A. (2020). Academic Library Support of Social Entrepreneurship Programs. Western Kentucky University.
10. Ugbala, C. P., Owolabi, K. A., Adesina, A. O., & Ajayi, T. B. (2021). Public library as a source of business information for small-scale business enterprises in Nigeria. *Public Library Quarterly*, 40(5), 454-467.
11. Wang, Q., & Richardson, L. (2024). Fostering art and cultural entrepreneurship in underserved communities: A case of Newark, NJ. *Journal of Planning Education and Research*, 44(2), 909-922.
12. Winberry, J., & Potnis, D. (2021). Social innovations in public libraries: Types and challenges. *The Library Quarterly*, 91(3), 337-365.

