

Comparative study of public libraries in commercial centers: A case study of Iran and the United Kingdom

Mohsen Mahmoudi¹  , Faezeh Ebrahimi-Torkamani² 

1. Knowledge and Information Science, University of Qom, Qom, Iran
2. Knowledge and Information Science, University of Tehran, Tehran, Iran



Citation: Mahmoudi, M., & Ebrahimi-Torkamani, F. (2025). Comparative study of public libraries in commercial centers: A case study of Iran and the United Kingdom. *Research on Information Science and Public Libraries*, 31(2), 65-84. <https://doi.org/10.61882/publrij.2025.2072881.1038>



Article Info

Article type:
Research Paper

Article history:
Received: 23.06.2024
Received in revised form: 03.12.2024
Accepted: 03.12.2024
Published online: 09.06.2025

Corresponding Author:
Mohsen Mahmoudi

Email:
Mohsen.mahmoudi@stu.qom.ic.ir

Keywords:
Public Libraries, Commercial Centers, Iranian Mall Libraries, UK Mall Libraries

Abstract

Purpose: This study aims to conduct a comparative analysis of public libraries located in commercial centers, focusing on Jundi Shapur Library in Iran Mall (Iran) and the Whitechapel and Edmonton Green libraries in the United Kingdom.

Methods: The research adopts a qualitative and applied approach. Data were collected through semi-structured interviews with 11 managers and experts from Jundi Shapur Library and content analysis of 8 official reports related to the British libraries. The data analysis followed three stages: initial coding, thematic synthesis, and categorization into overarching concepts. Extracted indicators were compiled into a checklist for comparative evaluation.

Results: Seven key categories of indicators were identified: benefits for public libraries, benefits for commercial centers, user characteristics, collection development, services, facilities and infrastructure, and management features. Comparative analysis revealed that Jundi Shapur Library performs on par with its British counterparts across most criteria, particularly in cultural and social services, though it lags in digital services and resource ordering systems.

Conclusion: The study demonstrates that public libraries in commercial centers, when supported by thoughtful design, diverse services, and flexible management, can serve as strategic models for enhancing library access, social engagement, and urban cultural development. While British libraries excel in digital infrastructure and outreach, Jundi Shapur Library offers a localized, multi-purpose model with strong cultural and social dimensions. With appropriate policy support, this model holds potential for expansion across other regions in Iran.

Introduction

The geographic placement of public libraries significantly influences their accessibility and usability. Locating libraries near high-traffic areas such as parks, schools, cultural centers, and shopping malls enhances visibility and public engagement. Shopping centers, as densely populated hubs, offer strategic opportunities for library development due to their economic viability and broad public reach.



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Iran Public Libraries Foundation. This article is an open access article licensed under the <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

The concept of libraries in commercial centers is not new. Since the 1970s, countries like the United States, Australia, Singapore, and the UK have embraced this model to foster social interaction and public participation. In the UK, examples such as Peckham Library and the Idea Stores illustrate how libraries in retail environments can enrich cultural life and community engagement.

In Iran, the Jundi Shapur Library, established in Iran Mall in 2018, is the first independent public library within a commercial complex. With its unique architecture and interactive management model, it aims to foster meaningful connections between librarians and visitors. Despite its scale and investment, challenges remain in aligning services with user expectations and international standards.

This study compares Jundi Shapur Library with selected British libraries to evaluate service models, user engagement, and operational effectiveness. The ultimate goal is to identify strengths and weaknesses in the Iranian model and propose practical strategies for future development.

Methods

This applied qualitative study investigates the features, benefits, and services of public libraries in commercial centers in Iran and the UK, with a focus on management models. Data were gathered through semi-structured interviews with 11 managers and experts from Jundi Shapur Library and content analysis of 8 official reports on Whitechapel and Edmonton Green libraries.

The analysis followed a three-step qualitative content methodology: extracting key concepts and initial coding, synthesizing similar codes into mid-level categories, and forming overarching themes for comparative analysis. These themes were used to construct a checklist for evaluating the libraries' websites. Data extraction was conducted independently by two researchers and then consolidated.

To ensure research quality, the study applied Guba and Lincoln's four criteria: credibility, confirmability, dependability, and transferability. Credibility and confirmability were achieved through concurrent data collection and analysis, with validation by independent reviewers. Dependability was ensured through detailed documentation of research steps, and transferability was supported by converting findings into usable tools for similar studies.

Results

Based on content analysis of interviews and textual sources, the characteristics of public libraries located in commercial centers were identified across seven main categories. These features were then compared using the websites of the three libraries under study (Table 1).

The comparison reveals that the British libraries—Whitechapel and Edmonton Green—demonstrate more advanced performance in areas such as digital services, information dissemination, spatial design, and engagement through social media. In contrast, Jundi Shapur Library at Iran Mall adopts a multi-functional and localized approach, with a strong emphasis on cultural, welfare, and social services.

In terms of collection development, the British libraries benefit from municipal support and active community participation, whereas Jundi Shapur is dependent on its parent organization and lacks a dedicated resource ordering system. From a management perspective, notable differences exist in governance models (public vs. private), operating hours, and communication strategies. Jundi Shapur Library offers extended hours and a broader range of welfare services, aiming to play a more prominent cultural and social role. However, it requires further development in digital services and academic outreach.

This comparative analysis provides a valuable foundation for designing more effective models for public libraries in Iranian commercial centers, taking into account local needs and drawing on successful international experiences.

Table 1. Identification and Comparison of Public Library Features in Commercial Centers

Main Dimension	Indicators	Jundi Shapur (Iran Mall)	Whitechapel (UK)	Edmonton Green (UK)
Library Benefits for the Mall	Boosting mall visitation, brand enhancement, cultural space for customers, services for staff	Lacks tax reduction; other benefits present	Includes all listed benefits	Lacks contribution to parent organization's commercial goals
Mall Benefits for the Library	Enhanced visibility, reduced costs, improved access, audience attraction, service facilitation	Lacks service facilitation; other benefits present	Includes all listed benefits	Lacks improved access to resources
User Characteristics	Diverse user groups, regular and occasional visitors, varied user intentions	Similar to other libraries	Similar	Similar
Collection Development	User-driven selection, ordering system, institutional support, resource diversity	No ordering system; resources provided by parent organization	Active ordering system and municipal support	Similar to Whitechapel
Service Features	Specialized information services, services for mall staff, services for special needs, innovative services, welfare services	Braille resources, audio books, information consulting, bookstore, national partnerships	Strong digital services, online access, videoconferencing, research support	Similar to Whitechapel; strong digital services
Facilities and Infrastructure	Accessibility, dedicated space, functional design, specialized equipment	Architecture aligned with mall; diverse welfare amenities	Modern design, natural lighting, child-friendly furniture	Similar to Whitechapel
Management Features	Governance model, communication networks, responsiveness to information needs, operating hours, staffing	Private management, extended hours, focus on messaging apps, mall-funded	Public management, limited hours, broad social media presence	Private management, limited hours, focus on official website and messaging apps

Conclusions

This study aimed to conduct a comparative analysis of public libraries located in commercial centers in Iran and the United Kingdom, identifying and evaluating seven key dimensions: benefits for libraries and malls, user characteristics, collection development, services, facilities, and management. The findings revealed that British libraries such as Whitechapel and Edmonton Green excel in digital services, information dissemination, spatial design, and social media engagement, while Jundi Shapur Library in Iran Mall adopts a localized, multi-functional approach focused on cultural, welfare, and social services.

In line with domestic research, studies by Mahmoodi and Ebrahimi (2023) highlight the dual role of commercial libraries in promoting both cultural and economic growth. Jundi Shapur Library has successfully attracted users and contributed to the economic vitality of Iran Mall. However, research such as Ebrahimi Tarkamani's thesis (2021) indicates limited willingness among commercial centers to collaborate in library development, underscoring the need for supportive policies.

International studies, including those by Petersen et al. (2024), Lim and Seo (2019), and Scott (2011), emphasize the role of libraries in malls as "third places" that foster community-building, urban interaction, and civic engagement. These studies show that offering services on holidays, open access to resources, and diverse amenities—such as sports and cultural spaces—significantly boost library visitation and usability.

Shared themes between this study and prior research include the social and cultural value of commercial libraries, the importance of user-centered service design, and the need for strong interaction between libraries and their surrounding environments. Differences lie in the level of digital development, governance models, and municipal support.

Overall, the study concludes that public libraries in commercial centers—when supported by thoughtful design, diverse services, and flexible management—can serve as strategic models for expanding library services in Iran. This model not only enhances library coverage but also strengthens the cultural, economic, and social fabric of urban life. To realize this potential, it is recommended that cultural and urban policymakers draw on successful international experiences to develop supportive frameworks for the growth of such libraries.

Based on the findings, the following practical and policy-oriented recommendations are proposed to improve the performance of public libraries in Iranian commercial centers:

1. Develop supportive policies to establish libraries in high-traffic areas to increase visibility and attract users;
2. Design collaborative models between libraries and malls to enhance branding and cultural engagement;
3. Conduct user needs assessments and tailor services to diverse age and social groups;
4. Activate resource ordering systems and seek municipal support for targeted collection development;
5. Expand informational, welfare, and digital services, including consulting, academic partnerships, and modern infrastructure;
6. Design library spaces with appropriate architecture, specialized equipment for children and users with special needs, and accessible layouts;
7. Implement hybrid management models involving public-private partnerships, extend operating hours, and strengthen communication through social media and messaging platforms.

Implementing these recommendations can elevate the role of public libraries in commercial centers and foster deeper cultural and social engagement within these dynamic urban spaces.

Author Contributions

First Author: Research design, supervision of research stages, data analysis and interpretation of results, and revision and finalization of the article. Second Author: Sample preparation, data collection, documentation and information extraction and drafting the article.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The researchers extend their profound gratitude to the experts for their valuable participation and contribution to this study.

Ethical considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

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

محسن محمودی^۱، فائزه ابراهیمی ترکمانی^۲ ID

۱. علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه قم، قم، ایران
۲. علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

استناد: محمودی، محسن؛ و ابراهیمی ترکمانی، فائزه (۱۴۰۴). مطالعه تطبیقی کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری: مطالعه موردی ایران و بریتانیا. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۳۱(۲)، ۸۴-۶۵.
<https://doi.org/10.61882/publilj.2025.2072881.1038>



اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۹/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۳/۱۹

نویسنده مسئول:

محسن محمودی

پست الکترونیکی:

Mohsen.mahmoudi@stu.qom.ic.ir

کلیدواژه‌ها:

کتابخانه‌های عمومی، مراکز تجاری، کتابخانه‌های مراکز تجاری ایران، کتابخانه‌های مراکز تجاری بریتانیا

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر مطالعه تطبیقی کتابخانه‌های عمومی جندی شاپور در مراکز تجاری ایران مال در ایران و مراکز تجاری وایت چپل و ادموتون گرین در بریتانیا است.

روش: رویکرد پژوهش کیفی و هدف آن کاربردی است. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۱ نفر از مدیران و کارشناسان کتابخانه جندی شاپور ایران مال و تحلیل محتوای ۸ گزارش رسمی مرتبط با کتابخانه‌های بریتانیایی گردآوری شد. تحلیل داده‌ها در سه مرحله شامل کدگذاری اولیه، ترکیب مفاهیم و تدوین مقوله‌های کلان انجام گرفت و برای مقایسه تطبیقی، شاخص‌های استخراج‌شده به سیاه‌واری تبدیل شدند.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش هفت دسته شاخص اصلی را برای کتابخانه‌های مستقر در مراکز تجاری شناسایی کرد: مزایا برای کتابخانه‌های عمومی، مزایا برای مجتمع‌های تجاری، ویژگی‌های کاربران، ویژگی‌های مجموعه‌سازی، ویژگی‌های خدمات، ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات، و ویژگی‌های مدیریتی. بررسی و مقایسه این شاخص‌ها نشان داد که کتابخانه جندی شاپور در ایران مال از نظر تمامی این معیارها، عملکردی هم‌سطح با کتابخانه‌های منتخب بریتانیایی دارد و در بسیاری موارد توانسته است نقش مشابهی را در ارائه خدمات و جذب کاربران ایفا کند.

نتیجه‌گیری: پژوهش حاضر نشان داد که استقرار کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری، در صورت برخورداری از طراحی مناسب، خدمات متنوع و مدیریت منعطف، می‌تواند الگویی مؤثر برای ارتقاء سرانه کتابخانه، افزایش تعامل اجتماعی و توسعه فرهنگی شهری باشد. مقایسه میان نمونه‌های ایران و بریتانیا بیانگر آن است که هرچند کتابخانه‌های بریتانیایی در حوزه خدمات دیجیتال و اطلاع‌رسانی پیشرفته‌تر هستند، اما کتابخانه جندی شاپور با رویکرد بومی و چندمنظوره، ظرفیت بالایی در ارائه خدمات فرهنگی و اجتماعی دارد. این مدل، در صورت حمایت سیاست‌گذاران و نهادهای شهری، قابلیت توسعه و تعمیم در سایر مناطق کشور را داراست.

مقدمه

محل استقرار و توزیع جغرافیایی کتابخانه‌ها یکی از مؤلفه‌هایی است که بر میزان دسترس‌پذیری و استفاده‌پذیری از آن کتابخانه تأثیرگذار است. مختارپور (Mokhtarpour, 2008) همجواری با مراکز پرتجمع را به عنوان یکی از مؤلفه‌های مکان‌یابی کتابخانه‌ها معرفی کرده‌است، این بدان معناست که کتابخانه‌ها تا حد امکان در جوار مراکز پرتجمع 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 پرتجمع محسوب



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Iran Public Libraries Foundation. This article is an open access article licensed under the <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

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 پرتجمع، موقعیت مناسبی برای ایجاد و احداث کتابخانه محسوب می‌شوند.

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 (Adams & Robinson, 1972) و اولین کیوسک‌های خدمات نقطه‌ای^۱ در شهر سینسیناتی از توابع ایالت اوهایو در ۱۹۷۹ عرضه شد. از آن زمان به طور پیوسته تعداد کتابخانه‌ها در مراکز تجاری در سراسر جهان به دنبال همین موضوع افزایش یافت (Singh, 1985)، در استرالیا نیز جای‌گیری کتابخانه‌ها در مراکز تجاری از محبوبیت برخوردار است و جز شرایط استقرار مطلوب محسوب می‌شود (Johnstone, 1999). 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 که برای جمعیت چهار میلیون نفری در آن سال این عدد قابل توجه است (National Library Board, 2001).

از اوایل هزاره سوم، شاهد ظهور نمونه‌هایی از استقرار کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری در بریتانیا بوده‌ایم. برای مثال، در سال ۲۰۰۰، کتابخانه‌ای شاخص در پکن در جنوب لندن با نام Peckham Library افتتاح شد که نه تنها معماری خاص و چشمگیری دارد، بلکه نمادی از پیوند میان فضای فرهنگی و مرکز شهری است. علاوه بر آن، در سالزبری واقع در ویلت‌شایر^۲، کتابخانه‌ای در ساختمان تاریخی Corn Exchange وجود دارد که در کنار فضای تجاری به‌عنوان کتابخانه عمومی عمل می‌کند. تحقیق موریس و براون (Morris & Brown, 2004) نیز با بررسی چند کتابخانه موردی در سراسر بریتانیا نشان می‌دهد که قرارگیری کتابخانه‌ها در مراکز خرید می‌تواند منجر به افزایش چشمگیر مراجعه و تعامل اجتماعی شود، ضمن این‌که این رویکرد به عنوان مدلی نوآورانه برای ارائه خدمات کتابخانه‌ای مطرح و از سوی بخش خصوصی نیز حمایت شده است.

در ایران نیز، در سال ۱۳۹۷ نخستین کتابخانه مستقل در یک مرکز تجاری با نام «کتابخانه جندی‌شاپور» در مجموعه ایران‌مال تأسیس شد. این کتابخانه از جهات مختلف ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارد؛ برای نمونه، معماری آن تلفیقی از عناصر سنتی و مدرن است، شیوه مدیریت آن بر پایه تعامل مستقیم کتابداران و مراجعه‌کنندگان بنا شده و دسترسی آزاد و بدون محدودیت به منابع موجود برای عموم فراهم است. افزون بر این، «کتابخانه مولانا» در مجتمع تجاری سپهر واقع در منطقه ۲ تهران، در سال ۱۳۷۳ تحت نظارت سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران به‌عنوان کتابخانه عمومی راه‌اندازی شد. با این حال، به دلیل وابستگی اداری این کتابخانه به شهرداری، در چارچوب پژوهش حاضر که بر کتابخانه‌های مستقل مستقر در مراکز تجاری تمرکز دارد، مورد بررسی قرار نمی‌گیرد.

ایجاد کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری، علاوه بر جبران کمبود سرانه کتابخانه در ایران، به ارتقای دسترس‌پذیری و بهره‌مندی بیشتر از کتاب و کتابخانه کمک می‌کند. مقایسه میان کتابخانه‌های مستقر در مراکز تجاری نیز می‌تواند زمینه‌ساز شناسایی شرایط مطلوب و استخراج استانداردهای مناسب برای توسعه این‌گونه کتابخانه‌ها باشد. بر همین اساس، پژوهش حاضر به بررسی و مقایسه ویژگی‌ها، خدمات و مزایای کتابخانه‌های واقع در مراکز تجاری ایران و بریتانیا می‌پردازد.

کتابخانه‌ها در مراکز تجاری بریتانیا: کتابخانه‌های عمومی در بریتانیا تحت نظارت وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش^۳ فعالیت می‌کنند و هر کتابخانه عمومی به‌طور مستقل زیر نظر شورای شهر محل خدمت خود اداره می‌شود. کتابخانه‌های مستقر در مراکز تجاری نیز از این قاعده مستثنی نیستند و از نظر رویکرد و خدمات، به عنوان کتابخانه‌های عمومی به شمار می‌آیند.

«کتابخانه عمومی ادمونتون گرین^۴» یکی از چهار کتابخانه اصلی منطقه انفیلد^۵ است. این کتابخانه در دو طبقه و داخل مرکز خرید ادمونتون گرین قرار دارد و امکانات متنوعی از جمله ۱۰۰ رایانه شخصی، پوششگر، دستگاه چاپ، چاپگر، نمابر، سالن مطالعه، اینترنت بی‌سیم و نقاط شارژ در هر دو طبقه ارائه می‌دهد. مدیریت این کتابخانه نیز بر عهده شورای شهر انفیلد است (Mahmoudi & Ebrahimi, 2023b).

شورای تاور هملتس^۶ لندن نیز برای جذب بیشتر مردم منطقه به کتابخانه‌های عمومی، تصمیم به بازنگری اساسی گرفت و بسیاری از کتابخانه‌های قدیمی را بست و تنها هفت کتابخانه را در مراکز خرید «آیدیا^۷» که نقاط پررفت‌وآمد و نزدیک به خریدهای روزمره مردم بودند، جایگزین کرد. این مراکز با هدف فرهنگ‌سازی و حضور گسترده‌تر مردم، خدماتی شامل کتابخانه، کافه، کلاس‌های آموزش

1. Kiosk service point
2. Wiltshire
3. DCMS
4. Edmonton Green Public Library
5. Enfield
6. Tower Hamlets council
7. Idea

بزرگسالان و دسترسی رایگان به رایانه را در یک محل ارائه می‌دهند. به عنوان نمونه، کتابخانه تاریخ محلی تاور هملتس^۱ واقع در مرکز خرید آیدیا، منابع برجسته‌ای در حوزه مطالعات تاریخ محلی شرق لندن دارد و جامعه استفاده‌کنندگان آن عمدتاً مردم منطقه هستند. این کتابخانه علاوه بر ارائه خدمات کتابخانه‌ای، دوره‌های آموزشی بزرگسالان و برنامه‌های رویدادی گسترده نیز برگزار می‌کند. پروژه مراکز خرید آیدیا در سال ۱۹۹۹ توسط شورای تاور هملتس آغاز شد و اولین مرکز خرید در سال ۲۰۰۲ در ناحیه «بوآ» افتتاح شد و پس از آن پنج مرکز خرید دیگر نیز اضافه شدند. «مرکز خرید وایت‌چاپل آیدیا»^۳ در سال ۲۰۰۵ آغاز به کار کرد که شامل کتابخانه سابق وایت‌چاپل بود و زمانی بزرگ‌ترین مجموعه کتاب‌های ییدیش^۴ در اروپا را در خود جای داده بود. به طور کلی، کتابخانه‌های آیدیا استور بیشترین تمرکز خود را بر مجموعه‌سازی کتاب‌های تاریخی و تاریخ محلی قرار داده‌اند (Idea Library Learning Information, 2009).

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، و کتابخانه‌های عمومی مشارکتی؛ (Mokhtarpour, 2008). کتابخانه مولانا واقع در مرکز تجاری سپهر کتابخانه‌ای با رویکرد دولتی محسوب می‌شود و زیر نظر نهاد کتابخانه‌های عمومی اداره می‌شود. همچنین 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 گسترده‌تری با نظارت شورای هیأت 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 معنای 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 و در سه طبقه واقع در جنوب غربی مجتمع تجاری ایران‌مال است و از چهار جهت 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 به آن امکان‌پذیر 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 به شکلی 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.

مطالعات داخلی نشان می‌دهند که کتابخانه‌های عمومی مستقر در مراکز تجاری می‌توانند علاوه بر ارتقای سرانه کتابخانه، اثرات اقتصادی و اجتماعی ملموسی بر محیط پیرامونی داشته باشند. محمودی و ابراهیمی ترکمانی (Mahmoudi & Ebrahimi-Torkamani, 2023b) در بررسی کتابخانه جندی‌شاپور واقع در ایران‌مال گزارش کردند که این کتابخانه با جذب مراجعان بیشتر و ایجاد رونق اقتصادی برای کسب‌وکارهای اطراف، مزایای دو جانبه‌ای برای کتابخانه و مجتمع تجاری فراهم می‌کند، همچنین، این کتابخانه با ارائه خدمات انتفاعی متناسب با اهداف تجاری مجتمع، زمینه توسعه اقتصادی ایران‌مال را نیز تسهیل می‌کند. در مقاله‌ای دیگر، محمودی و ابراهیمی ترکمانی (Mahmoudi & Ebrahimi-Torkamani, 2023a) به ویژگی‌های خاص کتابخانه‌های مستقر در مراکز تجاری تهران از جمله ساختمان، تجهیزات، خدمات، مجموعه‌سازی و مدیریت اشاره کردند که آن‌ها را از کتابخانه‌های عمومی سنتی متمایز می‌سازد.

ابراهیمی ترکمانی (Ebrahimi-Torkamani, 2021) در خود به بررسی امکان ایجاد کتابخانه‌های عمومی در ۱۰ مرکز تجاری بزرگ تهران پرداخت و نشان داد که تمایل این مجتمع‌ها برای همکاری در توسعه کتابخانه محدود است. از سوی دیگر، معصومی و فرج‌زاده (Masoumi & Farajzadeh, 2006) با استفاده از GIS به تحلیل فضایی کتابخانه‌های عمومی منطقه ۱۲ تهران پرداختند و نتیجه گرفتند که کتابخانه‌ها به عنوان قدرت‌های اجتماعی می‌توانند نقش مهمی در رشد فرهنگی جامعه ایفا کنند، اما کمبود تعداد کتابخانه‌ها، محدودیت‌های ثبت‌نام، نظام‌های ناکارآمد، توزیع نامناسب و فاصله‌های طولانی دسترسی، باعث کاهش مراجعه کاربران می‌شود. علاوه بر این، بسیاری از کتابخانه‌ها فاقد خدمات مناسب برای کودکان، نوجوانان و بی‌سوادان هستند و رشد کیفی آن‌ها با نیازهای جمعیت هم‌خوانی ندارد.

مطالعات بین‌المللی نشان داده‌اند که استقرار کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری می‌تواند منافع متقابل برای کتابخانه و محیط پیرامونی ایجاد کند و استفاده از کتابخانه را افزایش دهد. پترسن و همکاران (Pettersen et al., 2024) مراکز خرید را به عنوان «مکان

1. Tower Hamlets Local History Library and Archives
2. Bow
3. Idea Store Whitechapel
4. Yiddish

سوم» معرفی کرده و تأکید کردند که ابعاد اجتماعی این مراکز، زمینه‌ساز تعاملات شهری، سرزندگی و فعالیت‌های اجتماعی می‌شود و فرصتی برای رفع نیازهای غیرخرید بازدیدکنندگان فراهم می‌آورد.

لیم و سئو (Lim & Seo, 2019) در کره جنوبی نشان دادند که وجود امکانات متعدد در کنار کتابخانه‌های عمومی، از جمله فضاهای ورزشی، به افزایش مراجعه کاربران کمک می‌کند و استفاده‌پذیری کتابخانه با امکانات موجود رابطه مستقیم دارد. اسکات (Scott, 2011) بیان کرد که کتابخانه‌های عمومی می‌توانند نقش مهمی در جامعه‌سازی ایفا کنند و با ارائه خدمات مناسب، مشارکت مدنی، برابری اجتماعی و نشاط اقتصادی را تقویت کنند. همچنین، حضور کتابخانه‌ها در مراکز تجاری می‌تواند سبب افزایش چشمگیر مراجعه، گردش منابع و امانت کتاب شود (Blankinship, 2005; Kim, 2006). فورسیس (Forsyth, 2006) تأکید کرد که کتابخانه‌های واقع در مراکز خرید علاوه بر ارائه دسترسی راحت به منابع، منافع اقتصادی و اجتماعی برای خرده‌فروشان و کاربران ایجاد می‌کنند و توسعه این کتابخانه‌ها با فرصت‌ها و چالش‌هایی همراه است. مورس و برون (Morris & Brown, 2004) نیز نشان دادند که مکان‌یابی کتابخانه‌ها در مراکز تجاری پرتردد می‌تواند استفاده‌پذیری و فرصت‌های دسترسی را افزایش دهد و به لحاظ مالی، بخشی از هزینه‌ها از طریق مرکز تجاری تأمین شود. در نهایت، لیدبتر (Leadbeater, 2003) و مورس (Morris et al., 2001) خاطر نشان کردند که ایجاد کتابخانه در مراکز تجاری می‌تواند مسیر جوان‌سازی خدمات کتابخانه‌ای و افزایش بهره‌مندی کاربران از کتابخانه را هموار کند و توسعه این مدل به عنوان یک مزیت راهبردی برای کتابخانه‌ها محسوب می‌شود.

مرور پیشینه‌ها نشان می‌دهد که در ایران، پژوهش جامع و مستقیمی درباره امکان‌سنجی، چالش‌ها و پیامدهای ایجاد کتابخانه در مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری بزرگ انجام نشده است. درحالی‌که در جهان تجربه‌های موفقی از ادغام کتابخانه و مراکز خرید گزارش شده است، در ایران چنین الگوهایی یا بسیار محدود بوده یا بدون مستندسازی علمی باقی مانده‌اند. به‌ویژه آنکه مکان‌یابی کتابخانه‌ها در چنین محیط‌هایی می‌تواند با چالش‌هایی همچون هویت فرهنگی، مدیریت تجاری فضا، هزینه‌های نگهداری و میزان استقبال عمومی مواجه باشد که نیازمند بررسی دقیق است.

کتابخانه جندی‌شاپور در مجموعه ایران‌مال، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و شاخص‌ترین کتابخانه‌های عمومی مستقر در یک مرکز تجاری در ایران، نمونه‌ای منحصربه‌فرد است. با وجود سرمایه‌گذاری گسترده و موقعیت مکانی خاص، شواهد میدانی نشان می‌دهد که این کتابخانه نتوانسته است به‌طور کامل جایگاه خود را در میان جامعه کاربران تثبیت کند و با مسائلی چون کمبود مراجعه‌کنندگان، ضعف در برنامه‌ریزی خدمات متناسب با محیط تجاری، و عدم انطباق مدل مدیریتی با الگوهای بین‌المللی مواجه است (Mahmoudi & Ebrahimi, 2023a; 2023b). از این رو، مطالعه حاضر با هدف بررسی تطبیقی مدل مکان‌یابی و کارکرد کتابخانه ایران‌مال با نمونه‌های مشابه در بریتانیا انجام می‌شود. انتخاب بریتانیا به‌دلیل وجود تجربه‌های مستند و موفق در زمینه جانمایی کتابخانه در مراکز خرید است. این مقایسه می‌تواند نقاط قوت و ضعف مدل ایرانی را آشکار سازد و چارچوبی عملی برای بهبود عملکرد کتابخانه‌های مشابه در کشور ارائه دهد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی است و هدف آن شناسایی و تحلیل ویژگی‌ها، مزایا و خدمات کتابخانه‌های عمومی مستقر در مراکز تجاری و بررسی الگوهای مدیریتی و عملکرد این کتابخانه‌ها در ایران و بریتانیا است. این مطالعه با تحلیل مصاحبه و تحلیل محتوای متون و گزارش‌ها انجام شده است. در ایران، «کتابخانه جندی‌شاپور» در ایران‌مال به عنوان تنها کتابخانه مستقل موجود در مرکز تجاری انتخاب شد و در بریتانیا، کتابخانه‌های «وایت‌چاپل» و «ادمونتون‌گرین» به عنوان نمونه‌های برجسته مورد بررسی قرار گرفتند. به منظور استخراج شاخص‌های کتابخانه‌ای، جامعه پژوهش شامل دو بخش اصلی کارکنان کتابخانه ایران‌مال و متون و مستندات منتشر شده در ارتباط با کتابخانه‌های بریتانیا بود. تعداد ۱۱ نفر از مدیران کتابخانه‌ها، مسئولان بخش فرهنگی ایران‌مال و کارشناسان کتابخانه‌های عمومی در ایران به عنوان افراد آگاه و متخصص در زمینه مدیریت کتابخانه‌ها و تعامل با مراجعان در محیط‌های تجاری، مورد مصاحبه قرار گرفتند. این افراد تجربه مستقیم در اداره، برنامه‌ریزی و ارائه خدمات کتابخانه‌ای در مراکز تجاری داشتند و اطلاعات آنان برای استخراج ویژگی‌ها و مزایای کتابخانه‌ها ضروری بود. در بخش دیگر تعداد هشت مدرک از منابع علمی و گزارش‌های رسمی مرتبط با کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری بریتانیا مورد تحلیل قرار گرفتند.

برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوا کیفی استفاده شد که شامل سه مرحله اصلی بود. ۱) استخراج مفاهیم و کدگذاری اولیه: مفاهیم کلیدی و الگوهای تکرارشونده از متن مصاحبه‌ها و مستندات استخراج شد و کدگذاری اولیه انجام شد. ۲) تحلیل و ترکیب کدها: کدهای مشابه و مرتبط با هم ترکیب شده و مفاهیم کلیدی و دسته‌بندی‌های میان‌سطحی ایجاد شدند تا ویژگی‌ها و مزایای کتابخانه‌ها

مشخص شود. ۳) مقوله‌بندی و تدوین معیارها: مفاهیم استخراج‌شده به مقوله‌های کلان تبدیل شدند و معیارهای تطبیق برای مقایسه کتابخانه‌های منتخب ایران و بریتانیا تدوین شد. این مقوله‌ها در بخش تحلیل تطبیقی به کار گرفته شدند. با تحلیل محتوای مصاحبه‌ها و تحلیل متون و گزارش‌ها، شاخص‌ها و مقولات مرتبط با کتابخانه‌های عمومی تجاری شناسایی شدند. در ادامه این شاخص‌ها و مقولات به یک سیاهه‌وارسی تبدیل شدند تا با استفاده از آن وب‌سایت سه کتابخانه مورد بررسی و مقایسه قرار گیرد. استخراج داده‌ها از وب‌سایت کتابخانه‌ها توسط دو پژوهشگر به صورت جداگانه انجام شد و در نهایت با هم ادغام شد. برای ارتقای کیفیت داده‌ها و تحلیل، از چهار معیار گوبا و لینکلن شامل اعتبار، تأییدپذیری، قابلیت اعتماد و قابلیت انتقال استفاده شد. برای اعتبار و تأییدپذیری، داده‌ها و تحلیل‌ها با بررسی مداوم و همزمان جمع‌آوری و تحلیل شدند. کدهای استخراج‌شده توسط دو ناظر همکار مستقل بررسی و صحت برداشت‌ها از متن مصاحبه‌ها و مستندات تأیید شد. همچنین ناظران آشنا به روش‌های کیفی، بخش‌هایی از متن و کدها و مقوله‌های پدید آمده را مرور و تأیید کردند. برای قابلیت اعتماد، پژوهش با استفاده از حسابرسی پژوهشی و ثبت دقیق مراحل جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، امکان بازتولید تحقیق و بررسی توسط دیگر پژوهشگران فراهم شد. برای قابلیت انتقال، داده‌ها و نتایج استخراج‌شده به فرم سیاهه‌وارسی تبدیل شدند و امکان ارزیابی و استفاده از یافته‌ها در مطالعات مشابه فراهم شد.

یافته‌ها

براساس تحلیل محتوای مصاحبه‌ها و همچنین تحلیل متون، شاخص‌های استخراج‌شده در هفت دسته شامل مزیت برای کتابخانه‌های عمومی، مزیت برای مجتمع‌های تجاری، ویژگی‌های استفاده‌کنندگان، ویژگی‌های مجموعه‌سازی، ویژگی‌های خدمات، ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات و ویژگی‌های مدیریتی شناسایی شد. در ادامه نحوه شناسایی این ویژگی‌ها و همچنین، مقایسه آن‌ها در وب‌سایت سه کتابخانه مورد بررسی آورده شده است.

۱. مقایسه مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مراکز تجاری برای کتابخانه‌های عمومی

جدول ۱ استخراج مقوله‌های مرتبط با مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مراکز تجاری برای کتابخانه‌های عمومی را نشان می‌دهند.

جدول ۱. مزیت‌های قرار گرفتن در مراکز تجاری برای کتابخانه‌های عمومی

شماره کد	کدهای اولیه	مقوله‌ها
۱	در معرض دید مردم بودن	
۲	کتاب بیشتر در معرض دید قرار می‌گیرد	افزایش رؤیت‌پذیری کتابخانه
۳	تنوع مراجعه‌کنندگان	
۴	کاهش هزینه خدمات	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	گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه
۷	استفاده از کتابخانه برای دوره‌های علمی	
۸	کمک به شناخت اجتماعات فرهنگی	جذب مخاطبان بیشتر به کتابخانه
۹	حضور کتابخانه در قلب جامعه	
۱۰	آشنایی مراجعان با فرهنگ مطالعه و خدمات کتابخانه	
۱۱	توسعه ارتباطات کتابخانه با جامعه	گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه
۱۲	افزایش رویکرد مردم‌گرایی در کتابخانه	
۱۳	همکاری واحدهای تجاری برای برگزاری برنامه‌های کتابخانه عمومی	کاهش هزینه‌های کتابخانه در مرکز تجاری
۱۴	تسهیل آگاهی‌رسانی	
۱۵	ارائه خدمات متنوع و جدید متناسب با فضایی که در آن واقع است	
۱۶	خدمات‌رسانی به عموم	تسهیل ارائه خدمات به مراجعان
۱۷	کمک به بازاریابی اطلاعات	
۱۸	اشاره به اصل هر کتاب خواننده‌اش و هر خواننده کتابش	

مزیت‌های قرار گرفتن در مراکز تجاری برای کتابخانه‌های عمومی شامل شش مقوله افزایش رویت‌پذیری کتابخانه، کاهش هزینه‌های کتابخانه در مرکز تجاری، تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع، گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه، جذب مخاطبان بیشتر به کتابخانه، گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه، کاهش هزینه‌های کتابخانه در مرکز تجاری، و تسهیل ارائه خدمات به مراجعان است. در ادامه مقایسه این مقوله‌ها را در سه کتابخانه مشاهده می‌کنیم (جدول ۲). مقایسه این سه کتابخانه نشان می‌دهد که کتابخانه وایت چاپل شامل هر شش مقوله است اما کتابخانه جندی‌شاپور فاقد تسهیل ارائه خدمات به مراجعان و کتابخانه ادمونتون گرین فاقد مقوله تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع هستند.

جدول ۲. مزیت‌های قرار گرفتن در مراکز تجاری برای کتابخانه‌های عمومی

ردیف	مزیت برای کتابخانه‌های عمومی	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۱	افزایش رویت‌پذیری کتابخانه	✓	✓	✓
۲	تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع	✓	✓	-
۳	جذب مخاطبان بیشتر به کتابخانه	✓	✓	✓
۴	کاهش هزینه‌های کتابخانه در مرکز تجاری	✓	✓	✓
۵	گسترش ارتباطات کتابخانه با جامعه	✓	✓	✓
۶	تسهیل ارائه خدمات به مراجعان	-	✓	✓

۲. مقایسه مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایجاد و فعالیت کتابخانه‌های عمومی برای مراکز تجاری
 جدول ۳ استخراج مقوله‌های مرتبط با مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کتابخانه‌های عمومی برای مراکز تجاری را نشان می‌دهند.

جدول ۳. مزیت‌های کتابخانه‌های عمومی برای مجتمع‌های تجاری

شماره کد	کدهای اولیه	مقوله‌ها
۱	در معرض دید بودن مراکز تجاری	افزایش پاخور مجتمع تجاری
۲	افزایش بازدید از مجتمع‌های تجاری	
۳	به عنوان آرشيو مرکز تجاری	
۴	بازاریابی برای واحدهای تجاری	
۵	پوشش نیازهای اطلاعاتی افراد شاغل در مجتمع	پیشبرد اهداف تجاری سازمان مادر
۶	ارائه اطلاعات تجاری مرکز با بروشورها و محصولات	
۷	برگزاری کارگاه‌ها و کلاس‌هایی برای شاغلین در مجتمع‌های تجاری	
۸	ایجاد اوقات مفرح	استفاده از فضای کتابخانه برای ملاقات و فراغت مشتریان
۹	محل ملاقات‌های عمومی	
۱۰	ایجاد اشتیاق برای افراد شاغل در مجتمع‌های تجاری نسبت به کتابخانه	
۱۱	ایجاد تعلق خاطر برای شاغلین مجتمع‌های تجاری نسبت به کتابخانه	ارائه خدمات به شاغلین و کارمندان مجتمع تجاری
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	
۱۵	توسعه فرهنگی در دراز مدت	تخصیص فضایی برای خرید کتاب و محصولات فرهنگی
۱۶	ایجاد جلوه فرهنگی برای مجتمع‌های تجاری	
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	

مزیت‌های ایجاد کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری برای مراکز تجاری شامل شش مقوله افزایش پاخور مجتمع تجاری، پیشبرد اهداف تجاری سازمان مادر، 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 است. در ادامه مقایسه این مقوله‌ها را در سه کتابخانه مشاهده می‌کنیم (جدول ۴). مقایسه این سه کتابخانه نشان می‌دهد که کتابخانه وایت چاپل شامل هر شش مقوله است اما کتابخانه جندی‌شاپور فاقد کاهش هزینه‌های عوارض و مالیات برای مجتمع تجاری و کتابخانه ادمونتون گرین فاقد مقوله پیشبرد اهداف تجاری سازمان مادر هستند.

جدول ۴. مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کتابخانه‌های مورد مطالعه برای مراکز تجاری

ردیف	مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای مراکز تجاری	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۱	افزایش پاخور مجتمع تجاری	✓	✓	✓
۲	پیشبرد اهداف تجاری سازمان مادر	✓	✓	-
۳	استفاده از فضای کتابخانه برای ملاقات و فراغت مشتریان	✓	✓	✓
۴	ارائه خدمات به شاغلین و کارمندان مجتمع تجاری	✓	✓	✓
۵	تخصیص فضایی برای خرید کتاب و محصولات فرهنگی	✓	✓	✓
۶	کاهش هزینه‌های عوارض و مالیات برای مجتمع تجاری	-	✓	✓

۳. مقایسه ویژگی‌های جامعه استفاده‌کنندگان کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری

جدول ۵ استخراج مقوله‌های مرتبط با ویژگی‌های جامعه استفاده‌کنندگان کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری را نشان می‌دهند.

جدول ۵. ویژگی‌های استفاده‌کنندگان

مقوله‌ها	کدهای اولیه	شماره کد
	ویژگی‌های مخاطبین کتابخانه‌های عمومی	۱
	همه سنین	۲
	مرد و زن	۳
	تحصیلات سیکل، دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس، دکتری	۴
	عموم شهروندان از لحاظ فرهنگی و اجتماعی متفاوت	۵
	معلولین	۶
	سالمند با صندلی چرخدار	۷
تنوع گروه‌های مراجعه‌کننده	بسیار متنوع	۸
	از خردسال تا سالمندان	۹
	از همه اصناف و اقشار	۱۰
	تنوع وسیع مراجعه‌کنندگان	۱۱
	مردم	۱۲
	فروشگاه‌های مستقر	۱۳
	کارکنان مجتمع	۱۴
	خانواده	۱۵
	کودک	۱۶
مراجعات ثابت و گذری	مراجعه‌کنندگان دائم	۱۷
	مراجعه‌کنندگان گذری (عبوری)	۱۸
	نسبت بیشتر مخاطبان گذری	۱۹
	خدمات برای مراجعه‌کنندگان دائم در اسرع وقت	۲۰
گذری و غیر ثابت بودن اکثر مراجعات	خدمات برای مراجعه‌کنندگان عبوری در اسرع وقت	۲۱
	پاخور زیبا	۲۲
	محقق‌ی که از مجتمع عبور می‌کند و فکر می‌کند سری هم به کتابخانه بزند	۲۳
	کدبانویی که برای خرید به کتابخانه آمده و شاید می‌خواهد چند دقیقه‌ای از فضای خانه دور باشد	۲۴
	سپردن کودکان به کتابخانه	۲۵
	برای مطالعه	۲۶
مراجعات با اهداف گوناگون	برای کنکور	۲۷
	برای تحقیق و پژوهش	۲۸
	هدف اصلی خرید و مراجعه به فروشگاه است	۲۹

ویژگی‌های جامعه استفاده‌کنندگان کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری شامل چهار مقوله تنوع گروه‌های مراجعه‌کننده، مراجعان ثابت و گذری، گذری و غیر ثابت بودن اکثر مراجعان و مراجعان با اهداف گوناگون است. در ادامه مقایسه این مقوله‌ها را در سه کتابخانه مشاهده می‌کنیم (جدول ۶). مقایسه این سه کتابخانه نشان می‌دهد که مقوله‌های مربوط به ویژگی مراجعان کتابخانه‌ها در هر سه مرکز تجاری یکسان و مشابه است.

جدول ۶. ویژگی‌های استفاده‌کنندگان

ردیف	جامعه کتابخانه‌های عمومی	جندی‌شاپو	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۱	تنوع گروه‌های مراجعه‌کننده	✓	✓	✓
۲	مراجعان ثابت و گذری	✓	✓	✓
۳	گذری و غیر ثابت بودن اکثر مراجعان	✓	✓	✓
۴	مراجعان با اهداف گوناگون	✓	✓	✓

۴. مقایسه ویژگی‌های مجموعه‌سازی کتابخانه‌های عمومی

جدول ۷ استخراج مقوله‌های مرتبط با ویژگی‌های مجموعه‌سازی کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری را نشان می‌دهند.

جدول ۷. ویژگی‌های مجموعه‌سازی

شماره کد	کدهای اولیه	مقوله‌ها
۱	اقشار مختلف	
۲	شهروندان در سنین متفاوت	مجموعه‌سازی بر اساس نیاز کاربران
۳	تحصیلات متفاوت مراجعه‌کنندگان	
۴	شغل‌های متفاوت مراجعه‌کنندگان	
۵	سیاست‌گذاری داخلی	
۶	تشکیل کمیته فرهنگی	وجود بخش سفارشات
۷	حمایت مالی مجتمع تجاری	
۸	حمایت مالی نهاد	
۹	اختصاص فضایی برای احداث کتابخانه از جانب مجتمع تجاری	حمایت از جانب نهادهای مربوطه برای تهیه منابع و مجموعه‌سازی
۱۰	حمایت سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران	

ویژگی‌های مجموعه‌سازی کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری شامل سه مقوله مجموعه‌سازی بر اساس نیاز کاربران، وجود بخش سفارشات، حمایت از جانب نهادهای مربوطه برای تهیه منابع و مجموعه‌سازی است. در ادامه مقایسه این مقوله‌ها را در سه کتابخانه مشاهده می‌کنیم (جدول ۸). مقایسه سه کتابخانه نشان می‌دهد که تأمین و تهیه منابع در کتابخانه‌های مراکز تجاری وایت‌چپل و ادمونتون گرین با حمایت شورای شهر و مشارکت جامعه محلی انجام می‌شود. در مقابل، در کتابخانه جندی‌شاپور علاوه بر آنکه تأمین منابع توسط سازمان مادر صورت می‌گیرد، بخش سفارش منابع فعال نیست. سایر ویژگی‌های مجموعه‌سازی در هر سه کتابخانه تقریباً برابر و مشابه بودند.

جدول ۸. ویژگی‌های مجموعه‌سازی

ردیف	مجموعه‌سازی	ویژگی‌های مجموعه‌سازی	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۱	مجموعه‌سازی بر اساس	مجموعه‌سازی بر اساس نیاز کاربران	✓	✓	✓
۲	نیاز کاربران	منابع به خط بریل	✓	✓	✓
۳		کتاب گویا و پادکست‌ها	✓	✓	✓
۴		بخش سفارشات	-	✓	✓
۵		منابع به زبان‌های دیگر	✓	✓	✓
۶	وجود بخش سفارشات	دستور العمل مدون برای مجموعه گسترده	✓	✓	✓
۷	فعال	دستور العمل مدون برای وجین	✓	✓	✓
۸		خط مشی برای پذیرش منابع اهدایی	✓	✓	✓
۹		اقلام سمعی و بصری	✓	✓	✓
۱۰	حمایت از جانب نهادهای	تخصیص فضا از جانب مجتمع تجاری	✓	✓	✓
۱۱	مربوطه برای تهیه منابع و	مجموعه‌سازی با بودجه مجتمع تجاری	✓	-	-
۱۲	مجموعه‌سازی	حمایت در راستای تهیه منابع اطلاعاتی از جانب شورای شهر و مردم	-	✓	✓

۵. مقایسه ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌های عمومی

جدول ۹ استخراج مقوله‌های مرتبط با ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری را نشان می‌دهند.

جدول ۹. ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌های عمومی

شماره کد	کدهای اولیه	مقوله‌ها
۱	ارائه خدمت به مردم	خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز اطلاعاتی
۲	ارائه خدمت به فروشگاه‌های مستقر	
۳	تبلیغات برای فروشگاه‌ها از طریق تهیه بولتن و توضیح فعالیت آن‌ها	
۴	ارائه خدمت به کارکنان	ارائه خدمات اطلاعاتی به کارمندان مجتمع تجاری
۵	تهیه راهنما و بروشور	
۶	امانت به کارمندان مجموعه	
۷	تشکیل کارگروه‌های موقت بر اساس نیاز اطلاعاتی	خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز اطلاعاتی
۸	بر اساس نیازهای ویژه	ارائه خدمت به افراد با نیازهای ویژه
۹	تشکیل کارگاه‌هایی برپایه مناسبت‌ها	
۱۰	بخش کودک فعال	
۱۱	قصه‌گویی کودک	
۱۲	خانواده‌ها بتوانند فرزندان‌شان را به بخش کودک بسپارند	داشتن خط مشی مدون و مناسب برای ارائه خدمت به نسبت کاربران
۱۳	نمایشگاه کتاب	
۱۴	برپایی جلسات نقد و بررسی کتاب	
۱۵	کارگروه‌های مطالعاتی	
	تسریع در روند خدمات رسانی به مراجعه‌کنندگان	
۱۶	کتابدار مرجع	
۱۷	آگاهی‌رسانی	ارائه خدمات نوین

ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌های عمومی مستقر در مراکز تجاری بر اساس یافته‌های این پژوهش در قالب شش مقوله شناسایی شد. این مقوله‌ها شامل خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز اطلاعاتی، ارائه خدمات اطلاعاتی به کارمندان مجتمع تجاری، خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز اطلاعاتی، ارائه خدمت به افراد با نیازهای ویژه، داشتن خط مشی مدون و مناسب برای ارائه خدمت به نسبت کاربران و ارائه خدمات نوین است. علاوه بر این، در جریان تحلیل داده‌ها، مصادیقی از خدمات رفاهی نیز مشاهده شد. این نوع خدمات اگرچه در قالب یک مقوله مستقل در جدول بالا طبقه‌بندی نشده است، اما به‌عنوان بخشی از خدمات عمومی کتابخانه‌های مستقر در مراکز تجاری، از اهمیت برخوردار بوده و در ادامه، هنگام مقایسه وضعیت سه کتابخانه مورد مطالعه، به آن نیز پرداخته خواهد شد (جدول ۱۰).

مقایسه سه کتابخانه نشان می‌دهد که در حوزه خدمات تخصصی و عمومی، شباهت‌های زیادی میان کتابخانه‌های مورد مطالعه وجود دارد، اما تفاوت‌هایی نیز قابل توجه است. در مقوله خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز اطلاعاتی، هر سه کتابخانه عملکرد مشابهی دارند. ارائه خدمات اطلاعاتی به کارکنان مجتمع تجاری، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و رویدادهای فرهنگی، تخصیص فضا به بخش‌های مرجع و کودک و نوجوان، دسترسی به روزنامه‌ها و مجلات، ایجاد بخش مطالعات بومی و محلی، برگزاری برنامه‌های متنوع برای کودکان و نوجوانان و همچنین عضوگیری و امانت منابع از جمله خدمات مشترک میان آن‌ها است. در مقوله ارائه خدمت به افراد با نیازهای ویژه، کتابخانه جندی‌شاپور در ایران مال تنوع بیشتری دارد. علاوه بر خدمات عمومی برای افراد دارای نیازهای خاص، این کتابخانه منابع ویژه برای نابینایان (بریل)، کتاب‌های گویا، و امکاناتی مانند امانت ویلچر را فراهم کرده است. این سطح از تنوع در دو کتابخانه بریتانیایی مشاهده نمی‌شود.

در زمینه ارائه خدمات نوین، تفاوت‌ها چشمگیرتر است. کتابخانه‌های وایت چاپل و ادموتون گرین در خدمات دیجیتال برتری دارند. آن‌ها دسترسی به اینترنت، امانت بین‌کتابخانه‌ای، اطلاع‌رسانی از طریق وبسایت و شبکه‌های اجتماعی رسمی (فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام)، دسترسی آزاد به منابع و پایگاه‌های اطلاعاتی و همچنین برگزاری همایش ویدئویی را فراهم کرده‌اند. در مقابل، کتابخانه جندی‌شاپور خدمات نوین دیگری همچون ارتباط فعال با سازمان‌های ملی و بین‌المللی، ارائه مشاوره اطلاعاتی، و استفاده از پیام‌رسان‌هایی مانند واتس‌آپ و تلگرام را در سطح محدودتری دنبال می‌کند. در مقوله خدمات رفاهی نیز شباهت‌های زیادی وجود دارد؛ هر سه کتابخانه خدماتی مانند کافه، توالی عمومی، پارکینگ، سالن همایش و سالن تئاتر را در اختیار کاربران قرار می‌دهند. با این حال، کتابخانه جندی‌شاپور

با افزودن فروشگاه کتاب، عکاس‌خانه و اتاق سیگار بر تنوع خدمات رفاهی خود افزوده است؛ در حالی که کتابخانه وایت چاپل با امکان ویدئوکنفرانس و دسترسی آزاد به منابع، بیشتر بر تسهیل فعالیت‌های علمی و پژوهشی تمرکز کرده است.

جدول ۱۰. ویژگی‌های خدمات کتابخانه‌های عمومی

ردیف	مقولات	مؤلفه‌های خدمات	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۱	اطلاعاتی خدمت به انواع مراجعان بر اساس نیاز	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	داشتن خط مشی مدور و متناسب برای ارائه خدمت به نسبت کاربران	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	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	ارائه خدمات نوین	اطلاع‌رسانی و ارتباط به جامعه مراجعان	از طریق پیام‌رسان واتس‌آپ و تلگرام	از طریق سایت، اینستاگرام، فیس‌بوک، توییتر	از طریق سایت
۲۳		نرم‌افزارهای بازیابی اطلاعات	✓	✓	-
۲۴		سالن مطالعه تعاملی	✓	✓	-
۲۵		ایستگاه بازی و سرگرمی	✓	-	✓
۲۶		اتاق استراحت	✓	✓	✓
۲۷		دسترسی آزاد به منابع کتابخانه‌ای	✓	✓	-
۲۸		دسترسی به پایگاه‌های اطلاعاتی	-	✓	-
۲۹		تخصیص فضای نمایشگاهی	✓	✓	✓
۳۰		دسترسی مجازی (شبکه‌های مجازی)	✓	✓	✓
۳۱		توالت عمومی	✓	✓	✓
۳۲		کافه	✓	✓	✓
۳۳		سالن همایش	✓	✓	✓
۳۴		ویدئو کنفرانس	✓	✓	✓
۳۵		سالن تئاتر	✓	✓	✓
۳۶		فروشگاه کتاب	✓	✓	✓
۳۷		اتاق سیگار	✓	✓	✓
۳۸		پارکینگ	✓	✓	✓
۳۹	عکاس‌خانه	✓	✓	✓	
۴۰	فضای تعاملی محور	✓	✓	✓	

۶. مقایسه ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات کتابخانه‌های عمومی

جدول ۱۱ استخراج مقوله‌های مرتبط با ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری را نشان می‌دهند.

جدول ۱۱. ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات

شماره کد	کدهای اولیه	مقوله‌ها
۱	احداث آسانسور برای دسترسی به کتابخانه	
۲	وجود راهنماها و تابلوهای نشان‌دهنده محل کتابخانه	
۳	نورپردازی مناسب	شرایط مطلوب برای دسترسی و استفاده از کتابخانه
۴	دمای مناسب	
۵	ایجاد سکوت	
۶	استفاده از فضای مجتمع بر پایه نیاز کتابخانه	فضای مستقل و درخور کتابخانه
۷	تبدیل فضاهایی با کاربری دیگری به کتابخانه	
۸	استفاده از تجهیزات (میز، صندلی، قفسه و...) مناسب و هم‌سنخ با فضای کتابخانه و مجتمع تجاری	تناسب طراحی و تجهیزات با فضا
۹	طراحی‌های متنوع با توجه به امکانات	

ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات کتابخانه‌های عمومی مستقر در مراکز تجاری بر اساس یافته‌های این پژوهش در قالب سه مقوله شناسایی شد. این مقوله‌ها شامل شرایط مطلوب برای دسترسی و استفاده از کتابخانه، فضای مستقل و درخور کتابخانه و تناسب طراحی و تجهیزات با فضا است. در ادامه مقایسه این مقوله‌ها را در سه کتابخانه مشاهده می‌کنیم (جدول ۱۲). مقایسه سه کتابخانه نشان می‌دهد که در مقولات مربوط به ساختمان و تجهیزات، هر سه کتابخانه در دسترسی و شرایط استفاده عملکرد مشابه دارند؛ از جمله آسانسور، فضاهای مناسب برای افراد با نیازهای ویژه، نورپردازی و تهویه مناسب و میز و صندلی برای مطالعه. با این حال، کتابخانه‌های ادمونتون گرین و وایت چاپل در تناسب طراحی و تجهیزات برتری دارند؛ آن‌ها از نور طبیعی، قفسه‌بندی متناسب و میلمان ویژه کودکان بهره می‌برند. در مقابل، کتابخانه جندی‌شاپور با تمرکز بر هماهنگی معماری با مجتمع تجاری هویت متمایزی دارد.

جدول ۱۲. ویژگی‌های ساختمان و تجهیزات

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

۷. مقایسه ویژگی‌های مدیریتی کتابخانه‌های عمومی

جدول ۱۳ استخراج مقوله‌های مرتبط با ویژگی‌های مدیریتی کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری را نشان می‌دهند.

جدول ۱۳. ویژگی‌های مدیریتی

شماره کد	کدهای اولیه	مقوله‌ها
۱	اداره کتابخانه توسط نهاد بیرونی	مدیریت خصوصی یا دولتی
۲	شورای کتابخانه	
۳	شورای فرهنگی	
۴	امانت کتاب به مراجعه‌کنندگان غیر ثابت	
۵	اداره کتابخانه توسط مجتمع تجاری	
۶	ارتباط کتابخانه با مراجعان کتابخانه	افزایش شبکه ارتباطی کتابخانه
۷	ارتباط کتابخانه با مدیران مجتمع تجاری	
۸	ارتباط‌گیری موثر با مراجعه‌کنندگان	توجه به نیاز اطلاعاتی
۹	پیش‌بینی نیاز مراجعان	
۱۰	نیاز اطلاعاتی فروشگاه‌ها و مردم	
۱۱	ساعت فعالیت کتابخانه	میزان خدمت
۱۲	روابط عمومی بالای کتابداران	استفاده از نیروی کتابدار خبره با مهارت‌های ویژه
۱۳	سواد اطلاعاتی کتابداران	

ویژگی‌های مدیریتی کتابخانه‌های عمومی مستقر در مراکز تجاری بر اساس یافته‌های این پژوهش در قالب پنج مقوله شناسایی شد. این مقوله‌ها شامل مدیریت خصوصی یا دولتی، افزایش شبکه ارتباطی کتابخانه، توجه به نیاز اطلاعاتی، میزان خدمت، استفاده از نیروی کتابدار خبره با مهارت‌های ویژه است. در ادامه مقایسه این مقوله‌ها را در سه کتابخانه مشاهده می‌کنیم (جدول ۱۴). مقایسه سه کتابخانه نشان می‌دهد که در مقولات مربوط به اداره کتابخانه‌ها در مراکز تجاری، هر سه کتابخانه از نظر به‌کارگیری نیروی متخصص و استفاده از راهنماها برای دسترسی کاربران عملکرد مشابهی دارند. ساعت کاری کتابخانه‌ها متفاوت است؛ کتابخانه جندی‌شاپور ساعات طولانی‌تری دارد و در نیمه اول سال از ۸ تا ۲۳ و در نیمه دوم از ۹ تا ۲۲ فعالیت می‌کند، در حالی که ادموتون گرین و وایت چاپل ساعات محدودتری دارند و یکشنبه‌ها تعطیل یا نیمه‌تعطیل هستند. در زمینه اطلاع‌رسانی و عضویت در شبکه‌های اجتماعی نیز تفاوت‌هایی مشاهده می‌شود؛ ادموتون گرین و جندی‌شاپور بیشتر بر سایت رسمی و پیام‌رسان‌ها تمرکز دارند، در حالی که وایت چاپل علاوه بر سایت، از شبکه‌های گسترده‌ای مانند فیس‌بوک، اینستاگرام و توییتر بهره می‌برد. همچنین در مقوله تأمین حقوق و مزایای نیروی انسانی، ادموتون گرین و جندی‌شاپور از حمایت مستقیم مجتمع تجاری برخوردارند، در حالی که وایت چاپل تحت نظارت شورای شهر فعالیت می‌کند. مدیریت مرکز و تأمین هزینه‌های مالی نیز در ادموتون گرین و جندی‌شاپور به صورت خصوصی و با حمایت مجتمع تجاری انجام می‌شود، در حالی که وایت چاپل با حمایت شورای شهر اداره می‌شود. این یافته‌ها نشان می‌دهد که هر کتابخانه با توجه به ساختار مدیریت و منابع مالی خود، مدل اداره خاصی را پیاده‌سازی کرده است.

جدول ۱۴. ویژگی‌های مدیریتی

ردیف	ویژگی‌های مدیریتی	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادموتون گرین
۱	ساعت کاری	نیمه اول سال ۸:۰۰ تا ۲۳:۰۰	دوشنبه تا چهارشنبه ۹ تا ۲۱	دوشنبه تا چهارشنبه ۹:۰۰ تا ۱۹:۰۰
		نیمه دوم سال ۹:۰۰ تا ۲۲:۰۰	شنبه ۹ تا ۱۷	جمعه و شنبه ۹:۰۰ تا ۱۷:۰۰
۲	نام مرکز تجاری	بازار بزرگ ایران (ایران‌مال)	آیدیا استور	ادموتون گرین
۳	عضویت در شبکه‌های اجتماعی	پیام رسان واتس‌آپ اینستاگرام سایت رسمی کتابخانه	پیام رسان فیسبوک اینستاگرام، توییتر	سایت رسمی کتابخانه
		۴	استفاده از راهنماها برای یافتن مسیر کتابخانه در مجتمع	

ردیف	ویژگی‌های مدیریتی	جندی‌شاپور	وایت چاپل	ادمونتون گرین
۵	تأمین حقوق و مزایای نیروی انسانی کتابخانه	با مجتمع تجاری	با شورای شهر	-
۶	به کارگیری نیروی انسانی با مهارت	استفاده از نیروی متخصص کتابدار	استفاده از نیروی متخصص کتابدار	استفاده از نیروی متخصص کتابدار
۷	مدیریت مرکز	خصوصی	شورای شهر	خصوصی
۸	تأمین هزینه‌های مالی	با مجتمع تجاری	حمایت شورای شهر	با مجتمع تجاری و درآمدهای کتابخانه

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تطبیقی کتابخانه‌های عمومی مستقر در مراکز تجاری ایران و بریتانیا، به شناسایی و تحلیل هفت دسته شاخص کلیدی شامل مزایا برای کتابخانه‌ها و مراکز تجاری، ویژگی‌های کاربران، مجموعه‌سازی، خدمات، ساختمان و تجهیزات، و مدیریت پرداخت. یافته‌ها نشان دادند که کتابخانه‌های بریتانیایی مانند وایت چاپل و ادمونتون گرین در حوزه خدمات دیجیتال، اطلاع‌رسانی، طراحی فضا و بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی عملکردی پیشرفته‌تر دارند، در حالی که کتابخانه جندی‌شاپور در ایران مال با تمرکز بر خدمات فرهنگی، رفاهی و اجتماعی، رویکردی چندمنظوره و بومی‌سازی شده را دنبال می‌کند.

در مقایسه با پیشینه‌های داخلی، پژوهش محمودی و ابراهیمی ترکمانی (Mahmoudi & Ebrahimi-Torkamani, 2023a) نیز بر نقش دوگانه کتابخانه‌های تجاری در ارتقاء فرهنگی و اقتصادی تأکید کرده‌اند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که کتابخانه جندی‌شاپور توانسته است با جذب مخاطب و ارائه خدمات متنوع، به رونق اقتصادی ایران مال کمک کند. با این حال، مطالعاتی مانند ابراهیمی ترکمانی (Ebrahimi-Torkamani, 2021) نشان داده‌اند که تمایل مراکز تجاری به همکاری در توسعه کتابخانه‌ها محدود است و نیاز به سیاست‌گذاری‌های حمایتی وجود دارد.

از سوی دیگر، مطالعات بین‌المللی تأکید دارند که کتابخانه‌های مستقر در مراکز خرید می‌توانند به عنوان «مکان سوم» عمل کرده و نقش مهمی در جامعه‌سازی، تعاملات شهری، و افزایش مشارکت مدنی ایفا کنند (Scott, 2011; Lim & Seo, 2019; Pettersen et al., 2024). این مطالعات همچنین نشان داده‌اند که ارائه خدمات در روزهای تعطیل، دسترسی آزاد به منابع، و تنوع امکانات جانبی مانند فضاهای ورزشی و فرهنگی، موجب افزایش چشمگیر مراجعه و استفاده‌پذیری کتابخانه‌ها می‌شود.

نقاط اشتراک میان یافته‌های این پژوهش و مطالعات پیشین شامل تأکید بر نقش اجتماعی و فرهنگی کتابخانه‌های تجاری، اهمیت طراحی خدمات متناسب با نیازهای کاربران، و ضرورت تعامل میان کتابخانه و محیط پیرامونی است. همچنین خدمات تجاری کتابخانه‌های عمومی به مجتمع‌های تجاری و همچنین کارکنان آن‌ها (Haseli et al., 2023) حائز اهمیت است. اما تفاوت‌ها در میزان توسعه خدمات دیجیتال، نوع مدیریت (خصوصی یا دولتی)، و سطح مشارکت نهادهای شهری در تأمین منابع و پشتیبانی مالی مشهود است.

در مجموع، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مدل کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری، اگر با طراحی دقیق، خدمات متنوع، و مدیریت منعطف همراه باشد، می‌تواند به عنوان الگویی راهبردی برای توسعه خدمات کتابخانه‌ای در ایران مورد توجه قرار گیرد. این مدل نه تنها به ارتقاء سرانه کتابخانه کمک می‌کند، بلکه با ایجاد پیوند میان فرهنگ، اقتصاد و اجتماع، نقش مؤثری در توسعه پایدار شهری ایفا خواهد کرد. برای تحقق این هدف، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران فرهنگی و شهری با الهام از تجربیات موفق بین‌المللی، چارچوب‌های حمایتی، مدیریتی و اجرایی لازم را برای گسترش این نوع کتابخانه‌ها تدوین و اجرا کنند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، مجموعه‌ای از پیشنهادهای اجرایی و سیاستی برای بهبود عملکرد کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری ایران ارائه می‌شود. این پیشنهادهای شامل موارد زیر است: (۱) تدوین سیاست‌های حمایتی برای استقرار کتابخانه‌ها در مراکز پرتجمع با هدف افزایش رؤیت‌پذیری و جذب مخاطب؛ (۲) طراحی مدل‌های مشارکتی میان کتابخانه‌ها و مراکز تجاری برای ارتقاء برند و استفاده فرهنگی از فضا؛ (۳) انجام نیازسنجی مخاطبان و ارائه خدمات متناسب با گروه‌های سنی و اجتماعی متنوع؛ (۴) فعال‌سازی بخش سفارش منابع و جلب حمایت نهادهای شهری برای مجموعه‌سازی هدفمند؛ (۵) توسعه خدمات اطلاعاتی، رفاهی و دیجیتال از جمله مشاوره اطلاعاتی، ارتباط با نهادهای علمی، و تجهیز کتابخانه به امکانات نوین؛ (۶) طراحی فضاهای کتابخانه‌ای با معماری مناسب، تجهیزات ویژه برای کودکان و افراد با نیازهای خاص، و دسترسی مطلوب؛ و (۷) تدوین مدل‌های مدیریتی ترکیبی با

مشارکت بخش خصوصی و دولتی، افزایش ساعات کاری، و تقویت ارتباطات از طریق شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها. اجرای این پیشنهادها می‌تواند زمینه‌ساز ارتقاء جایگاه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری و افزایش تعامل فرهنگی و اجتماعی در این فضاها باشد.

با توجه به نتایج پژوهش و مقایسه تطبیقی میان کتابخانه‌های عمومی مستقر در مراکز تجاری ایران و بریتانیا، پیشنهادهای پژوهشی زیر برای مطالعات آینده قابل طرح است:

- بررسی مدل‌های مدیریتی کتابخانه‌های تجاری در ایران و مقایسه با الگوهای بین‌المللی مطالعه تطبیقی ساختارهای مدیریتی (خصوصی، دولتی، مشارکتی) و تأثیر آن‌ها بر کیفیت خدمات و پایداری مالی کتابخانه‌ها.
 - تحلیل رفتار کاربران کتابخانه‌های مستقر در مراکز تجاری پژوهش در زمینه الگوهای مراجعه، نیازهای اطلاعاتی، و میزان تعامل کاربران با خدمات کتابخانه‌ای در محیط‌های تجاری.
 - ارزیابی تأثیر خدمات دیجیتال بر جذب مخاطب در کتابخانه‌های عمومی تجاری بررسی نقش فناوری‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و خدمات آنلاین در افزایش مراجعه و رضایت کاربران.
 - مطالعه امکان‌سنجی توسعه کتابخانه‌های عمومی در مراکز تجاری سایر شهرهای ایران تحلیل ظرفیت‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مجتمع‌های تجاری برای استقرار کتابخانه‌های عمومی در شهرهای متوسط و کوچک.
 - بررسی نقش کتابخانه‌های تجاری در ارتقاء شاخص‌های توسعه شهری و فرهنگی تحلیل رابطه میان حضور کتابخانه در مراکز خرید با شاخص‌هایی مانند مشارکت مدنی، عدالت فرهنگی، و نشاط اجتماعی.
 - مطالعه تطبیقی طراحی فضا و معماری کتابخانه‌های تجاری با تأکید بر تجربه کاربر بررسی تأثیر طراحی داخلی، نورپردازی، مبلمان و چیدمان فضا بر رضایت و استفاده‌پذیری کاربران در محیط‌های تجاری.
 - تحلیل سیاست‌های حمایتی شهری و فرهنگی در توسعه کتابخانه‌های تجاری بررسی نقش شهرداری‌ها، وزارت فرهنگ و نهادهای مرتبط در حمایت از ایجاد و توسعه کتابخانه‌های عمومی در مراکز خرید.
- این پیشنهادها می‌توانند مسیر پژوهش‌های آینده را در حوزه کتابخانه‌های عمومی نوین هموار کرده و به طراحی مدل‌های بومی و کارآمد برای توسعه خدمات اطلاعاتی در ایران کمک کنند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آن‌ها است.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

بنا بر اظهار نویسندگان منبع حمایت‌کننده مالی گزارش نشده است.

مشارکت نویسندگان

نویسنده اول: طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، تحلیل داده‌ها و تفسیر نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله؛ نویسنده دوم: تهیه و آماده‌سازی نمونه‌ها، گردآوری داده‌ها، مستندسازی و استخراج اطلاعات، تهیه پیشنویس مقاله.

سپاسگزاری

از متخصصان مشارکت‌کننده در بخش مصاحبه‌های پژوهش سپاسگزاری می‌شود.

References

- Adams, C. J., & Robinson, J. (1972). This Mall Serves All. *Library journal*, 97(4).
- Blankinship, D. G. (2005). Let's go to the mall: thinking outside the neighborhood branch, libraries in malls make for happy partnerships and patrons. *Library Journal*, 130(2), 44-47.
- Ebrahimi-Torkmani, F. (2021). Development plan for public library at mall abroad in Tehran. (MSc Thesis), Allameh Tabatabai 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. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/IELAPA.146696789928974>
- Haseli, D., Safavi, Z., & Parsa, F. (2023). The Activities of Public Libraries in the Economic Development of Society: A Systematic Review. *Research on Information Science and Public Libraries*, 29(2), 162-181. [In Persian] <http://dx.doi.org/10.61186/publij.29.2.162>
- Idea Library Learning Information (2009). *Idea Store Strategy, Quick Guide*. <https://www.ideastore.co.uk/asset-library/strategy-quick-guide.pdf>
- Johnstone, L. (1999). Public libraries and shopping centres. *Australasian Public Libraries and Information Services*, 12(1), 25-30. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/informit.984888054732316>
- Kim, Y. S. (2006, November). Opening small public libraries in quiet shopping malls could boost local businesses in Goyang, Korea. In *IFLA Conference Proceeding* (pp. 1-13). <https://origin-archive.ifla.org/IV/ifla72/papers/124-Kim-en.pdf>
- Leadbeater, C. (2003). *Overdue: How to create a modern public library service*. Demos. London.
- Lim, H. K., & Seo, D. H. (2019). The effects of PLCMFs on the increase of users according to community type in South Korea. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(1), 243-251. <https://doi.org/10.1177/0961000617693074>
- Mahmoudi, M., & Ebrahimi, F. (2023a). Necessity, Possibility and Obstacles to the Development of Public Libraries in Large Business Centers of Tehran. *Journal of Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, 10(2), 239-277. [In Persian] <https://doi.org/10.22054/jks.2022.70414.1541>
- Mahmoudi, M., & Ebrahimi, F. (October 2023b). Studying the services of Jundishapour Public Library in the economic development of Iran Mall. In *second international conference of public libraries: public libraries and small businesses in Mashhad*. [In Persian]
- Masoumi, M., & Farajzadeh, M. (2006). Analysis of the space of public libraries in the 12th district of Tehran using GIS. *Planning and Space*, 10(1), 191-212. [In Persian] <https://www.sid.ir/paper/6912/en>
- Mokhtarpour, R. (2008). Locating public libraries in the country: necessity and components (with emphasis on geographic information system). *Information Processing and Management*, 24(1), 203-217. [In Persian]
- Morris, A., & Brown, A. (2004). Siting of public libraries in retail centres: benefits and effects. *Library management*, 25(3), 127-137. <https://doi.org/10.1108/01435120410522343>
- Morris, A., Hawkins, M., & Sumsion, J. (2001). *The Economic Value of Public Libraries, Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries*, London. <https://doi.org/10.1515/LIBR.2002.78>
- National Library Board. (2001). *Our libraries*. Retrieved February 2, 2003, from www.nlb.gov.sg/fr_ourLib_branches.html
- Pettersen, G. R., Nordbø, E. C., Skipstein, A., & Ihlebæk, C. (2024). Shopping centres as third places: Sociodemographic differences in use of shopping centres and non-shopping motivations for visits. *Cities*, 153, 105268. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105268>

Scott, R. (2011). Strategies That Public Libraries Use to Build Communities. *Public Library Quarterly*, 30(4), 307-346. <https://doi.org/10.1080/01616846.2011.625604>

Singh, S.R. (1985). Happy mall fellows: library and bookstores are great neighbors in urban shopping mall. *American libraries*, 16(3). 154-154. <https://www.jstor.org/stable/25629519>