

اطلافرینی به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی از دیدگاه کتابداران کتابخانه ملی ج.ا.۱

زهرة دوگچی^۱ | محمد کیوانزاده^۲

۱. دکترای علم اطلاعات و دانش شناسی / مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی (نویسنده مسئول) lidadoogchi@yahoo.com
۲. کارشناس ارشد روانشناسی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱/۶

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر اطلافرینی به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی از دیدگاه کتابداران کتابخانه ملی ج.ا.۱ است.
روش پژوهش: پژوهش کاربردی حاضر به روش توصیفی-پیمایشی می باشد. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه ی محقق ساخته استفاده گردید. از بین ۳۲۰ کتابدار کتابخانه ملی بر اساس جدول مورگان با ۹۵٪ ضریب اطمینان و ۵٪ خطا ۱۳۲ نفر انتخاب که ۱۲۸ پرسشنامه را تکمیل نمودند. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی و نرم افزار اسپس^۱ بهره گرفته شد.
یافته ها: از دیدگاه کتابداران کتابخانه ملی میزان تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی (۳۹٪)؛ میزان بازاریابی محصولات اطلاعاتی در کتابخانه ملی (۴۷٪)؛ میزان آشنایی کتابداران با فناوری ها و سیستم های اطلاعاتی (۵۳٪) است. نتایج منفی نیز نشان داد که میزان ترغیب کاربران به اطلافرینی (۳۲٪-) است، بنابراین بی توجهی کتابداران به ترغیب کاربران به اطلافرینی در (۵۰٪)؛ میزان تولید و توزیع ثروت با اطلافرینی (۶۴٪-) می باشد که بیانگر (۴۸٪) عدم توانایی کتابداران در توزیع و تولید ثروت است و نیز میزان توجه کتابداران به مؤلفه های اطلافرینی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی (۴۵٪-) می باشد که نشان دهنده (۵۰٪) عدم تأثیر کتابداران بر اطلافرینی کاربران به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی است.

نتیجه گیری: کتابداران به تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی، بازاریابی محصولات اطلاعاتی، دانش و مهارت در فناوری های اطلاعاتی، آشنایی کتابداران با فناوری ها و سیستم های اطلاعاتی نسبت به ترغیب کاربران به اطلافرینی، توزیع و تولید ثروت توجه بیشتری نشان داده و در کل تأثیر زیادی بر اطلافرینی به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی در خود و کاربران شان نداشته اند.

واژه های کلیدی: اطلافرینی، کارآفرینی اطلاعاتی، کسب و کار اطلاعاتی، کتابخانه ملی

مقدمه

"تبدیل داده‌ها و اطلاعات به پول و ثروت باعث پیدایش زمینه‌ی نوینی در پژوهش‌های کارآفرینی گردیده‌است که از پیوند ابتدا و انتهای دو واژه‌ی «اطلاعات»^۱ و «کارآفرینی»^۲، برابر نهاد «اطلافرینی»^۳ پدید آمد. اطلافرینی، کارآفرینی با اطلاعات و کارآفرینی در اطلاع‌رسانی را باز می‌نماید و به اطلافرینان کمک می‌کند که بتوانند در آوردگاهی به نام بازار، به هم‌آوردی بپردازند و با سودآوری کامیاب شوند" (علیدوستی و خسروجردی، ۱۳۹۱).

کتابداران و اطلاع‌رسانان نیز مدت‌هاست که تحت تأثیر انقلاب اطلاعات و تغییر در جایگاه حرفه‌ای خود واقع شده‌اند و با اینکه دارای بهترین چیرگی‌ها برای کار در عصر اطلاعات می‌باشند، اما در ارائه‌ی تصویری شایسته از پیشه‌ی خود در این دوره، چندان کامیاب نبوده‌اند. با این وجود در پاره‌ای موارد با توسعه‌ی مهارت‌های اطلاعاتی و ورود به عرصه‌ی کارهای گوناگون مانند مدیریت دانش، فرصت‌هایی برای تبیین ارزش خویش به دست آورده‌اند. کلید این کامیابی نیز در کارآفرینی و کاربرد آن در مدیریت خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی نهفته است (پنتری و گریفیتز^۴، ۲۰۰۰).

«چندلر»^۵ واژه‌ی «اطلافرین و اطلافرینی» را واژه‌ای نو و جنجالی می‌داند که درهایی را برای خلق جریان‌های نوینی از درآمد بر روی کارآفرینان می‌گشاید، اما به زبان ساده اطلافرین همان فروشنده‌ی ساده‌ی اطلاعاتی است که امروزه دست‌مایه‌ی اصلی اقتصاد دانش‌مدار قلمداد می‌گردد که پویاست و شکل بسته‌بندی آن پی‌درپی دگرگون می‌شود. امروزه شمار فراوانی از مؤسسه‌ها و افراد از فرصت تبدیل کار فراهم‌آوری اطلاعات به یک کار بازرگانی بهره برده‌اند و این در حالی است که اندکی از این کارهای اقتصادی از کتابخانه‌ها و بیشترشان از بخش کسب و کار سرچشمه گرفته‌اند. بسیاری از این کسب و کارها همان اطلاعات کتابخانه‌ها را ارائه می‌کنند، در حالی که پاره‌ای دیگر،

اطلاعاتی را فراهم می‌سازند که کتابخانه‌ها یا این اطلاعات را در گذشته نادیده گرفته‌اند یا به ارزش واقعی آن برای کاربران پی نبرده‌اند (چندلر، ۲۰۰۷). اطلافرینی در بسیاری از موارد مفید و حائز اهمیت است. مهم‌ترین واسطه‌های اطلاعاتی (اطلافرینی) در بررسی‌های ارائه شده توسط کریستوزوف^۶ و همکارانش شامل هزینه و زمان صرفه‌جویی شده، اعتبار و قابلیت اعتماد، صحت اطلاعات، اشراف روی پاره‌های اطلاعاتی معین، و ارزش فراهم‌سازی اطلاعات می‌باشد (راموگان^۷، ۲۰۱۰).

پژوهشگران زیمباوه در خصوص اهمیت آموزش اطلافرینی برای دانشجویان مدیریت آرشیوها در این کشور چنین بیان می‌دارند که "جهان پویای امروز با وجود فناوری‌های تکنولوژیکی، نیاز به همه وجوه بازآفرینی بر طبق معیارهای مناسب فناوری‌های تکنولوژیکی زیست محیطی دارد و دانشجویان مدیریت آرشیو با توجه به شرایط سخت اقتصادی نیازمند مجهز شدن به مهارت‌های اطلافرینی هستند. چنین مهارت‌هایی در طولانی مدت آن‌ها را آماده می‌کند که مشاغل اطلاعاتی خود را در طی فرایند تولید و توسعه و برنامه‌ریزی مقطعی آغاز نمایند." نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دانشجویان برای استخدام آمادگی کمتری دارند و محصلان و فارغ‌التحصیلان نیز نیازمند آموزش مشاغل خلاقانه‌اند که به‌طور قابل ملاحظه‌ای با رشد و توسعه اقتصادی تعامل دارند. بنابراین آموزش اطلافرینی باید از حد تئوری فراتر برود و محصلان به مهارت‌های عملی مجهز شوند (خمالو و انکالا^۸، ۲۰۱۵).

در راستای اهمیت اطلافرینی، نتایج حاصل از پژوهش دانشگاه ملی علوم و فناوری افریقای جنوبی نیز نشان داد که جهت نهادینه شدن تجارت اطلاعاتی و اطلافرینی به کلاس‌های آموزشی و تئوری‌های طراحی شده، نهادینه‌سازی رفتار اطلافرینی و جلسات بحث و سخنرانی نیاز دارند (موتولا و دوا^۹، ۲۰۱۶).

چنان‌که مشاغل سنتی کتابداری با مهارت‌ها، علائق، استعدادها و نیازهای مالی در تمام مراحل زندگی یک کتابدار

1. Information

2. entrepreneurship

3. Infopreneurship

4. Pantry & Grifiiths

5. Chandler

6. Christozov

7. Ramugondo

8. Bruce Khumalo & Shamaine Nkala

9. Dewah & Mutula

«کار اطلاعاتی» دانسته شود، آن گاه می توان به تغییرات در بازارهای کار، نیازمندی های شخصی مالی، شکل زندگی و دیگر شرایط شغلی و زیستی پاسخ داد. ممکن است هنوز عده ای جزو آن دسته از شاغلان حوزه اطلاعات باشند که با خوشحالی تمام زندگی حرفه ای خود را در کتابخانه های متعارف خدمت می کنند، اما اگر همچنان بودجه ها کاهش یابد، تعداد کارکنان کم شود و مشاغل در دوران بحران اقتصادی نادر شوند، افراد شاغل حوزه اطلاعات می توانند در صورت نیاز یا تمایل، از مهارت های شان در مسیرهای جدیدی استفاده نمایند (دوریتی، ۲۰۰۶). بنابراین با توجه بررسی های به عمل آمده حاصل از پژوهش های پیشین می توان چنین ابراز کرد که

صابری (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان "کارآفرینی در علم اطلاعات و دانش شناسی: یک تحلیل عاملی اکتشافی" به شناسایی، تحلیل و تبیین عوامل اثرگذار در کارآفرینی دانشجویان علم اطلاعات و دانش شناسی پرداخت که از بین پنج عامل مهارت افزایی، محتوایی، آموزشی، ترویجی، و پشتیبانی؛ عامل مهارت افزایی بیشترین سهم را در کارآفرینی دانشجویان علم اطلاعات و دانش شناسی داشت. بر این اساس، می توان اظهار داشت که افزایش توان کارآفرینی دانشجویان، منجر به رونق کارآفرینی در رشته می گردد. جعفریه (۱۳۹۵) نیز در پژوهشی به "ارائه چارچوبی امن جهت همسویی هوش تجاری با کسب و کار الکترونیکی بر پایه زیر ساخت فناوری اطلاعات در کتابخانه" پرداخت که به لحاظ بررسی زیرساخت فناوری های اطلاعاتی موجود در کتابخانه با پژوهش مزبور هم سو می باشد. همچنین برزگران (۱۳۹۶) در پایان نامه "تدوین مدل اطلاع آفرینی در گروه های علم اطلاعات و دانش شناسی" در پژوهشی کمی، پیمایشی و کاربردی سه گروه متخصصان و صاحب نظران در حوزه موضوع پژوهش را مورد بررسی قرار داد و در نهایت منجر به ارائه ۶ مقوله اصلی در مدل اطلاعاتی گشت که شامل ویژگی های اطلاعاتی، پیشه های اطلاعاتی کالا و محصولات اطلاعاتی، عوامل مؤثر بر قیمت گذاری کالاها و محصولات اطلاعاتی، عوامل مؤثر بر بازاریابی کالاها و محصولات اطلاعاتی و عوامل مؤثر بر برندسازی کالاها و محصولات اطلاعاتی

سازگار باشد، مسیرهای شغلی متفاوتی وجود دارد که می تواند فوق العاده و پرمیاز باشد. اما سایر کتابدارانی که به خاطر علاقه یا شرایط شغلی مجبور به انتخاب مسیرهای دیگری می شوند خوب است که بدانند مسیر سستی تنها یکی از مسیرهای بسیار پیش روی افراد شاغل در حوزه اطلاعات است (خمالو و انکالا، ۲۰۱۵). مسئله تفکر مجدد درباره نحوه چارچوب بندی دانسته هایمان و نحوه انجام این کار است. کتابداران و صاحبان علم اطلاعات دارای مهارت های بسیار متنوعی هستند و می توانند در مکان ها، سمت ها، و فرصت های بسیار گوناگونی خدمت نمایند. در همه حال، این افراد به تعدادی مهارت کلیدی متکی اند که برای کار در حرفه اطلاعات بسیار مهم است. تصور تعریفی که از «کتابداری» وجود دارد ممکن است شامل طبقه بندی، یا خدمات مشاوره به خوانندگان، یا ساختار کتاب شناختی، یا نحوه ساخت پورتالی پویا برای کتابخانه های دانشگاهی و غیره باشد. به عبارتی فارغ التحصیلان امروزی این رشته می دانند که چگونه «کتابداری» کنند. اما کتابداران به عنوان فردی شاغل در حوزه کتابداری و اطلاع رسانی، نحوه یافتن، ارزیابی، سازماندهی، نگهداری، ارائه و کاربرد اطلاعات را می دانند و می توانند در راستای اهداف راهبردی، اطلاعات را ایجاد و مستقر نمایند و این اطلاعات را برای خدمت به افراد، سازمان ها، یا توسعه جامعه استفاده کنند. شاغلان حوزه کتابداری و علم اطلاعات در حال حاضر پروژه های اطلاعاتی پیچیده ای را مدیریت می کنند، سیستم های اطلاعاتی طراحی می کنند، در طرح های دیجیتال سازی بسیار پیچیده دست دارند، به عرضه محصولات و خدمات اطلاعاتی پیشرفته کمک می کنند و تجربه آنلاین را در جوامع ایجاد می کنند. آن ها کتابخانه ها را تحت وب در می آورند، آموزش کتاب شناسی را به دوره های یادگیری آنلاین اضافه می کنند، و از طریق پادکست، کار مرجع مجازی را انجام می دهند. حتی می توانند در شرکت های غیرانتفاعی به صورت آنلاین در ۲۴ ساعت روز و ۷ روز هفته به پرسش ها پاسخ دهند، شبکه های داده برای حراجی ها سازماندهی کنند و مجموعه سازی را برای توسعه دهندگان پایگاه داده تهیه کنند. چنانچه مهارت های ذکر شده، نه «کتابداری» بلکه حوزه های گسترده تر و فراگیرتر به نام

به عامل‌های جدید به کمک تحلیل عامل اکتشافی و عامل تأییدی، دست به ارائه مدل عامل برازش شده‌ای جهت نقش‌آفرینی کتابداران در اطلافرینی کاربران بر مبنای ۷ عامل ایده‌های اطلافرینی (۰/۸۹)، اطلاعات گزیده (۰/۸۴)، تولید مجدد اطلاعات (۰/۸۳)، پشتیبانی از اطلاعات (۰/۸۲)، پردازش اطلاعات (۰/۸۱)، آموزش اطلافرینی (۰/۷۷) بیشترین نقش و ماهیت اطلاعات (۰/۶۵) زده شد. راموگان‌دو (۲۰۱۰) در پژوهشی تحت عنوان "تحقیق مقدماتی اطلافرینی به عنوان موقعیت شغلی برای دانشجویان کتابداری و علم اطلاعات" به بررسی ایجاد انگیزه‌ی اطلافرینی، برنامه‌ی ریزی آموزشی مناسب اطلافرینی و مشکلات موجود در این راستا در بین دانشجویان پرداخت. دیوید و دوب (۲۰۱۴) هم در دانشگاه زیمباوه به بررسی رفتار اطلافرینی پرداختند و پی به تأثیر واحدهای درسی کارآفرینی و اطلافرینی در رشته علوم اطلاعات و ارتباطات بر خلق رفتار اطلافرینی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بردند و تأکید بر ارائه و تدریس واحدهای رفتار اطلافرینی در رشته‌های مذکور دانشگاهی داشتند. بروس خمالو و شمین انکالا (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان "اهمیت آموزش اطلافرینی جهت مدیریت پیشینه‌ها و آرشیوهای دانشجویان زیمباوه" دریافتند که جهت ایجاد مهارت‌های بالقوه‌ی اطلافرینی، باید کسب و کار اطلاعاتی برای خود و نیز سایر کارشناسان اطلاعاتی خلق و راه‌اندازی نمایند و به اهمیت تجهیز دانشجویان دارای مهارت اطلافرینی در کشور جهان سومی مانند «زیمباوه» پرداختند. دوا و موتولا (۲۰۱۶) نیز در پژوهش "اطلافرینی دانشجویان مدیریت آرشیو دانشگاه ملی علم و فناوری" به کشف رابطه اطلافرینی در دانشجویان مدیریت آرشیو با تکیه بر فناوری‌ها پرداختند که از این لحاظ با پژوهش مزبور هم‌سو می‌باشد. ایوری و اکولا (۲۰۱۶) نیز با بیان راهبردی اطلافرینی در علم اطلاعات و کتابخانه‌ها با استفاده از فناوری‌های ارتباطی اطلاعات بر مبنای همگانی کردن آن از طریق آموزش و پرورش دریافتند که در رشته تحصیلی علم اطلاعات میان دو کشور نیجریه و آفریقای جنوبی تفاوت‌ها و شباهت‌های زیادی در اطلافرینی و تجارت‌ها بر پایه فناوری اطلاعات و علوم کامپیوتری وجود دارد. ال-کالاش، محمد، و آنیکی (۲۰۱۶) نیز با بررسی

می‌باشد که در مؤلفه‌های مشاغل و محصولات اطلاعاتی و بازاریابی این کالاها با پژوهش کنونی مشترک‌اند. بیات (۱۳۹۷) نیز طی رساله‌ای با رویکرد ترکیبی به تدوین الگوی اطلافرینی در مراکز اطلاعاتی و ارتباطاتی ایران پرداخت و نتیجه گرفت که مهمترین عامل در ایجاد پدیده اطلافرینی وجود اطلاعات و بازیابی آن در دو بعد نیاز اطلافرینی و ایجاد ارزش افزوده، اطلافرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد که به لحاظ عامل وجود اطلاعات با محصولات اطلاعاتی در پژوهش حاضر برابری می‌کند. دوگچی و دیگران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای پیمایشی-تحلیلی نقش محصولات اطلاعاتی معرفی شده توسط کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا) بر اطلافرینی کاربران را بر روی کتابداران کتابخانه ملی مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که نقش مؤلفه‌های محصولات اطلاعاتی بر اطلافرینی کاربران، محصولات اطلاعاتی بر راه‌اندازی پیشه‌های اطلافرینی، زیرساخت‌های اطلاعاتی و فناوری‌ها بر اطلافرینی کاربران، و زیرساخت‌های فناوری‌ها بر راه‌اندازی حرفه‌های اطلاعاتی همگی بیانگر نقش ۶۳ درصدی معرفی محصولات اطلاعاتی توسط کتابداران بر اطلافرینی کاربران می‌باشد که بیشتر عوامل مورد بررسی در جامعه آماری مشترک با پژوهش کنونی هم‌راستا می‌باشد. دوگچی (۱۳۹۸) در رساله و مقاله دکتری خود تحت عنوان "ارائه الگوی نقش‌آفرینی کتابداران در اطلافرینی کاربران کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی ایران" طی پژوهشی کاربردی و ترکیبی، در بخش کیفی با استفاده از روش دلفی طی دو دوره به طراحی مؤلفه‌های اطلافرینی (شناخت اطلاعات موجود، اطلاعات شخصی شده، آسان‌سازی دسترسی به اطلاعات، شتاب بخشیدن به اطلاعات، تولید مجدد اطلاعات، ابعاد آموزشی اطلافرینی) پرداخت و برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه پژوهشگر ساخته استفاده کرد. سپس به کمک روش نمونه‌گیری براساس فرمول کوکران ۲۴۱ نفر از کتابداران جامعه آماری مزبور به عنوان حجم نمونه به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند و پرسشنامه ۳۹ سؤالی را تکمیل نمودند. حائز بیشترین اهمیت بوده‌اند. جهت پی‌بردن به میزان نقش هر یک از مؤلفه‌های اطلافرینی کاربران از دیدگاه کتابداران پس از تجزیه و تحلیل مؤلفه‌ها و تبدیل آن‌ها

از مؤلفه‌های مورد بررسی نقش بیشتری را ایفا می‌کنند تا بتوان با تأکید بر نقاط قوت و بهبود نقاط ضعف این مقوله‌ها، بهترین بهره‌وری را در خصوص کارآفرینی اطلاعاتی جهت نقش‌آفرینی کتابداران در اطلاعاتی کاربرانی ایجاد نمود. به این منظور کتابداران باید طوری آموزش داده‌شوند تا بتوانند به کاربران نحوه استفاده از فناوری‌های روز و کار با اطلاعات و ارائه و عرضه اطلاعات و محصولات اطلاعاتی را آموزش داده و منجر به ایجاد کسب‌وکار اطلاعاتی (اطلافرینی)، اشتغال‌زایی و درآمدزایی مستقل شوند.

بدین ترتیب با توجه به تمامی نکات قید شده، پژوهش حاضر در راستای آگاه‌سازی جامعه‌ی کتابداران به حیطه‌ی توانایی‌های خود بر مبنای سایر مشاغل اطلاعاتی سعی دارد، به بررسی مسئله‌ی اطلاعاتی در اطلاعاتی به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌ی ملی جمهوری اسلامی ایران بپردازد.

در این راستا سؤال‌هایی در ذهن پژوهشگر مطرح می‌گردد که عبارتند از:

۱. کتابداران به چه میزان، به نیازهای کاربران جهت تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی، به قصد ایجاد کسب و کار اطلاعاتی توجه می‌کنند؟
۲. کتابداران به چه میزان، به بازاریابی محصولات اطلاعاتی، جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی برای کاربران توجه می‌کنند؟
۳. کتابداران به چه میزان به دنبال دانش و مهارت اطلاعات و فناوری‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی هستند؟
۴. کتابداران به چه میزان با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی آشنا هستند؟
۵. کتابداران تا چه حد می‌توانند از طریق ایجاد کسب و کار اطلاعاتی، کاربران را به استفاده از کالاهای (محصولات) اطلاعاتی ترغیب نمایند؟
۶. کتابداران تا چه حد می‌توانند از طریق ایجاد کسب و

کاوش اطلاعاتی در راستای رشد اقتصاد پایدار در نیجریه دریافتند که برخی محدوده‌های عملی اطلاعاتی و تجزیه و تحلیل‌های مقررات رشد اقتصادی، بین اطلاعاتی و رشد و ثبات منجر به برقرار پیوند می‌شوند و در نهایت طرح برنامه درسی اطلاعاتی، هماهنگ با برنامه‌های درسی در رشته کتابداری و علم اطلاعات با گرایش توسعه پایدار اقتصادی ارائه دادند که به لحاظ تولید و توزیع ثروت به واسطه ایجاد کسب و کار اطلاعاتی (اطلافرینی) با پژوهش کنونی هم‌راستا می‌باشد. هیکس (۲۰۱۷) نیز در پژوهش خود بر کاربرد کتب الکترونیکی برای اطلاعاتی شدن گروه‌هایی با ایده‌های جدید و ایجاد کسب و کارهای کوچک تأکید کرده و راه‌های ارائه محصولات اطلاعاتی در راستای کمک به اعتماد کالا و محصولات اطلاعاتی معرفی شده به ایمیل افراد را به‌عنوان راه‌کارهای اطلاعاتی اعلام کرده است که کاملاً به لحاظ تولید کسب و کارهای مبنی بر ارائه کالاها و محصولات اطلاعاتی با پژوهش حاضر هم‌سو می‌باشد. در کل ابعاد پژوهش‌های صورت گرفته داخلی، هر کدام به نوعی به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر اطلاعاتی و برخی حتی به طراحی و ارائه مدل و الگو دست زدند و بررسی‌ها نشان داد که در سال‌های اخیر پژوهشگران داخلی به جنبه‌های مختلف اطلاعاتی توجه نشان داده‌اند. بدین ترتیب با آشنا کردن کتابداران با جنبه‌های مختلف اطلاعاتی و فناوری‌های روز و کار با اطلاعات و عرضه محصولات اطلاعاتی و آموزش به کاربران می‌توان در راستای اشتغال‌زایی و ایجاد کسب و کار اطلاعاتی و در نهایت درآمدزایی مستقل برای کاربران کتابخانه‌ها گام برداشت و این در حالی است که پیشینه‌های پژوهش‌های خارج از ایران، بیشتر معطوف به جنبه آموزشی اطلاعاتی می‌باشد؛ چرا که ابتدا باید آموزش این مقوله را نهادینه و سپس استقلال شغلی و درآمدزایی را اجرایی نمود تا هم کتابداران را بر آن دارد که در رشته خود به اشتغال‌زایی همت گمارند و هم مراجعان خود را به لحاظ اقتصادی به فعالیت و تکاپو وادارند. بنابراین با پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش روشن می‌شود که در راستای نقش‌آفرینی کتابداران در اطلاعاتی کاربران کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی ایران، کدام یک

چنین نتیجه گرفت که پرسشنامه مذکور از روائی سازه بالایی برخوردار می‌باشد. سپس از بین ۳۲۰ کتابدار کتابخانه ملی ج.ا.ا بر اساس جدول مورگان با ۹۵٪ ضریب اطمینان و ۵٪ خطا ۱۳۲ نفر انتخاب شدند و تعداد ۱۴۰ پرسشنامه در بین جامعه آماری مزبور پخش شد که ۱۲۸ مورد تکمیل و برگردانده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از آمار توصیفی و استنباطی بهره گرفته شد که در بخش توصیفی، داده‌ها به کمک میانگین و انحراف معیار مورد بررسی قرار گرفته و سپس در بخش استنباطی به کمک آزمون تی تک متغیری به بررسی میزان داده‌ها پرداخته شد و در نهایت از نرم‌افزار اسپاس به عنوان ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها بهره گرفته شد.

یافته‌ها

بنابراین سؤالات پژوهش حاضر در خصوص اطلافرینی به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی از دیدگاه کتابداران کتابخانه ملی ج.ا.ا در پی یافتن پاسخ به میزان تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی، میزان بازاریابی محصولات اطلاعاتی در کتابخانه ملی، میزان آشنایی کتابداران با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی می‌باشد.

در پاسخ به سؤال اول پژوهش نتایج آزمون t تک متغیری نشان داد که کتابداران به چه میزان، به نیازهای کاربران جهت تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی، به قصد ایجاد کسب و کار اطلاعاتی توجه می‌کنند:

کار اطلاعاتی منجر به توزیع و تولید ثروت برای کتابخانه ملی ج.ا.ا شوند؟

۷. کتابداران تا چه حد می‌توانند از طریق توجه به مؤلفه‌های اطلافرینی منجر به ایجاد کسب و کار اطلاعاتی گردند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نوع کمی است که به لحاظ اجرای فرایند پژوهش، به روش توصیفی-پیمایشی صورت گرفته است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شده است. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه اطلافرینی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد که نتایج به دست آمده با ۲۷ سؤال (پیوست ۱) بر روی ۱۲۸ کتابدار مورد بررسی در کتابخانه ملی نشان داد که ضریب آلفا برابر با ۰/۹۵ می‌باشد. همچنین جهت بررسی روایی محتوای پرسشنامه مذکور با استفاده از روش همسانی درونی روایی سازه، نتایج ضریب همبستگی هر یک از مؤلفه‌های مطرح شده در پرسشنامه با نمره کل مقیاس نشان داد که همبستگی نمره کل با مؤلفه تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی (r=۰/۸۵)، بازاریابی محصولات اطلاعاتی (r=۰/۸۵)، دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی (r=۰/۸۲)، آشنایی با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی (r= ۰/۹)، ترغیب کاربران به اطلافرینی (r= ۰/۷۵) و تولید و توزیع ثروت با اطلافرینی (r= ۰/۷۹) در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنا دار می‌باشد. با توجه به این امر می‌توان

جدول ۱. بررسی میزان تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا)

ویژگی‌های آماری / متغیرها	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی	۱۴/۱۶	۳/۳	۱۲۸	۱۸	-۳/۸۴	-۱۳/۱۷	۱۲۷	۰/۰۰۰

می‌گردد.

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش نتایج آزمون t تک‌متغیری نشان داد که کتابداران به چه میزان، به بازاریابی محصولات اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی برای کاربران توجه می‌کنند:

مؤلفه تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی (P < ۰/۰۱ و $t_{127} = -۱۳/۱۷$) در سطح P < ۰/۰۱ به میزان (۱۳/۱۷-) با ضریب خطای کمتر از ۱٪ تفاوت معناداری را نشان داده‌اند. بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که در کتابخانه ملی (ج.ا.ا) به میزان (۳۹٪) به تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی کاربران به قصد ایجاد کسب و کار اطلاعاتی توجه

جدول ۲. بررسی میزان میزان بازاریابی محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا)

ویژگی‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان بازاریابی محصولات اطلاعاتی	۵/۶۶	۱/۶۷	۱۲۸	۶	-۰/۳۴	-۲/۳۳	۱۲۷	۰/۰۲۲

به قصد ایجاد کسب و کار اطلاعاتی توجه می‌گردد. در پاسخ به سؤال سوم پژوهش نتایج آزمون t تک‌متغیری نشان داد که کتابداران به چه میزان به دنبال دانش و مهارت اطلاعات و فناوری‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی هستند:

مؤلفه بازاریابی محصولات اطلاعاتی (P < ۰/۰۵ و $t_{127} = -۲/۳۳$) در سطح P < ۰/۰۵ با ضریب خطای کمتر از ۵٪ تفاوت معناداری را نشان داده‌اند. بنابراین بررسی‌های به‌عمل آمده نشان می‌دهد که در کتابخانه ملی (ج.ا.ا) تا حدود (۴۷٪) به بازاریابی محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی کاربران

جدول ۳. بررسی میزان دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی جهت اطلافرینی کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا)

ویژگی‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی	۹/۰۲	۲/۴۹	۱۲۸	۹	۰/۰۲	۰/۰۷	۱۲۷	۰/۹۴۴

در پاسخ به سؤال چهارم پژوهش نتایج آزمون t تک‌متغیری نشان داد که کتابداران به چه میزان با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی آشنا هستند:

مؤلفه دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی (P < ۰/۰۵ و $t_{127} = ۰/۰۷$) در سطح P < ۰/۰۵ با ضریب خطای کمتر از ۵٪ تفاوت معناداری را نشان نداده‌اند. بنابراین بررسی‌های به‌عمل آمده نشان می‌دهد که در کتابخانه ملی (ج.ا.ا) مؤلفه دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی جهت اطلافرینی در حدود (۵۰٪) مورد توجه قرار گرفته است.

جدول ۴. بررسی میزان آشنایی با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی کتابداران کتابخانه ملی (ج.۱.۱)

متغیرها	ویژگی‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان آشنایی با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی	۲۲/۲۳	۴/۲۴	۱۲۸	۲۱	۱/۲۳	۳/۲۸	۱۲۷	۰/۰۰۱	

میزان آشنایی با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی جهت ایجاد

کسب و کار اطلاعاتی ($P < ۰/۰۱$ و $t_{127} = ۳/۲۸$) در سطح $۰/۰۱$ $P < ۰/۰۱$ به میزان (۳/۲۸) با ضریب خطای کمتر از ۱٪ تفاوت معناداری را نشان داده‌اند. بنابراین شواهد نشان می‌دهد که در کتابخانه ملی (ج.۱.۱) آشنایی کتابداران با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی تا حد زیادی یعنی در

حدود (۵۳٪) است. در پاسخ به سؤال پنجم پژوهش نتایج آزمون t تک‌متغیری نشان داد که کتابداران تا چه حد می‌توانند از طریق ایجاد کسب و کار اطلاعاتی، کاربران را به استفاده از کالاهای (محصولات) اطلاعاتی ترغیب نمایند:

جدول ۵. بررسی میزان ترغیب کاربران به اطلافربنی در کتابخانه ملی (ج.۱.۱)

متغیرها	ویژگی‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان ترغیب کاربران به اطلافربنی	۸/۹۵	۱/۹۵	۱۲۸	۹	-۰/۰۵	-۰/۳۲	۱۲۷	-۰/۳۱۷	

مؤلفه ترغیب کاربران به اطلافربنی ($P < ۰/۰۵$ و $-۰/۳۲$ $t_{127} =$ در سطح $P < ۰/۰۵$ به میزان (-۰/۳۲) با ضریب خطای کمتر از ۵٪ تفاوت معناداری را نشان نداده‌اند. بنابراین بررسی‌های به‌عمل آمده نشان می‌دهد که در کتابخانه ملی (ج.۱.۱) به ترغیب کاربران به اطلافربنی در حدود (۵۰٪) بی‌توجهی شده‌است.

در پاسخ به سؤال ششم پژوهش نتایج آزمون t تک‌متغیری نشان داد که کتابداران تا چه حد می‌توانند از طریق ایجاد کسب و کار اطلاعاتی منجر به توزیع و تولید ثروت برای کتابخانه ملی (ج.۱.۱) شوند:

جدول ۶. بررسی میزان تولید و توزیع ثروت با اطلافربنی در کتابداران کتابخانه ملی ج.۱.۱

متغیرها	ویژگی‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان تولید و توزیع ثروت با اطلافربنی	۱۷/۴	۴/۱۴	۱۲۸	۱۸	-۰/۶	-۱/۶۴	۱۲۷	۰/۱۰۳	

نتوانسته‌اند منجر به توزیع و تولید ثروت شوند.

در پاسخ به سؤال هفتم پژوهش نتایج آزمون t تک متغیری نشان داد که کتابداران تا چه حد می‌توانند از طریق توجه به مؤلفه‌های اطلاعاتی منجر به ایجاد کسب و کار اطلاعاتی در کتابخانه ملی (ج.ا.ا) گردند:

مؤلفه «تولید و توزیع ثروت با اطلاعاتی» ($P < 0/05$ و $t_{127} = -1/64$) در سطح $P < 0/05$ به میزان $(-1/64)$ با ضریب خطای کمتر از ۵٪ تفاوت معناداری را نشان نداده‌اند. بنابراین بررسی‌های به عمل آمده نشان می‌دهد که در کتابخانه ملی (ج.ا.ا) کتابداران از طریق ایجاد کسب و کار اطلاعاتی در حدود (۴۸٪) بیشتر

جدول ۷. بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا)

ویژگی‌های آماری متغیرها	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان توجه به مؤلفه‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی	۷۷/۴۱	۱۴/۸۱	۱۲۸	۷۸	-۰/۵۹	-۰/۴۵	۱۲۷	۰/۶۵۱

مؤلفه ترغیب کاربران هم‌خوانی دارد. جعفریه (۱۳۹۵) نیز در پژوهشی به کسب و کار الکترونیکی بر پایه زیر ساخت فناوری اطلاعات در کتابخانه توجه نشان داد که هر دو پژوهش با توجه به زیرساخت فناوری‌های اطلاعاتی موجود در کتابخانه نشان دادند که پرداختن به عامل فناوری اطلاعات، امری ضروری در کارآفرین اطلاعاتی (اطلاعاتی) است. برزگران (۱۳۹۶) نیز مدل اطلاع آفرینی را در گروه‌های علم اطلاعات و دانش‌شناسی مورد بررسی قرار داد که منجر به ارائه ۶ مقوله و ویژگی‌های اطلاعاتی، پیشه‌های اطلاعاتی، کالا و محصولات اطلاعاتی، عوامل مؤثر بر قیمت‌گذاری کالاها و محصولات اطلاعاتی، عوامل مؤثر بر بازاریابی کالاها و محصولات اطلاعاتی و عوامل مؤثر بر برندسازی کالاها و محصولات اطلاعاتی گشت که در مؤلفه‌های مشاغل و محصولات اطلاعاتی و بازاریابی این کالاها با پژوهش کنونی هم‌سویی دارند. بیات (۱۳۹۷) نیز طی رساله‌ای به تدوین الگوی اطلاعاتی در مراکز اطلاعاتی و ارتباطاتی ایران پرداخت و دریافت که مهمترین عامل در ایجاد پدیده اطلاعاتی وجود اطلاعات و بازاریابی آن است که اطلاعاتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد که به لحاظ عامل وجود اطلاعات با محصولات اطلاعاتی در پژوهش حاضر برابری می‌کند. دوگچی و دیگران (۱۳۹۸) نیز در مقاله‌ای پیمایشی- تحلیلی نقش محصولات اطلاعاتی

به طور کلی میزان توجه کتابداران مورد مطالعه به «مؤلفه‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی» ($P < 0/05$ و $t_{127} = -0/45$) در سطح $P < 0/05$ به میزان $(-0/45)$ با ضریب خطای کمتر از ۵٪ تفاوت معناداری را نشان نداده‌اند. بنابراین پاسخ به سؤال نهایی پژوهش که نمایشگر نتیجه پژوهش حاضر می‌باشد به میزان $(-0/45)$ با ضریب خطای کمتر از ۵٪ بیان می‌دارد که کتابداران مورد مطالعه به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی چیزی بیش از (۵۰٪) تأثیر بر اطلاعاتی کاربران ندارند.

بحث و نتیجه‌گیری

نظر به این‌که پژوهش حاضر در صدد بررسی مسئله اطلاعاتی به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی از دیدگاه کتابداران کتابخانه ملی ج.ا.ا است می‌توان جهت مقایسه پژوهش‌های پیشین با پژوهش کنونی در راستای سمت و سو بخشیدن به روند پژوهش حاضر چنین اذعان داشت:

صابری (۱۳۹۵) در پژوهش خود به تحلیل و تبیین پنج عامل مهارت‌افزایی، محتوایی، آموزشی، ترویجی و پشتیبانی اثرگذار در کارآفرینی دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی پرداخت که از این میان عامل مهارت‌افزایی و آموزش با مؤلفه آموزش دانش و مهارت فناوری‌های اطلاعاتی و همچنین عامل ترویج با

معرفی شده توسط کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا) بر اطلافربنی کاربران را بر روی کتابداران کتابخانه ملی مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که نقش مؤلفه‌هایی نظیر محصولات اطلاعاتی بر اطلافربنی کاربران، محصولات اطلاعاتی بر راه‌اندازی پیشه‌های اطلافربنی، زیرساخت‌های اطلاعاتی و فناوریانه بر اطلافربنی کاربران، و زیرساخت‌های فناوریانه بر راه‌اندازی حرفه‌های اطلاعاتی همگی بیانگر نقش ۶۳ درصدی معرفی محصولات اطلاعاتی توسط کتابداران بر اطلافربنی کاربران می‌باشد که بیشتر عوامل مورد بررسی در جامعه آماری مشترک با پژوهش کنونی هم‌پوشانی دارد. دوگچی (۱۳۹۸) در رساله و مقاله دکتری خود تحت عنوان "ارائه الگوی نقش آفرینی کتابداران در اطلافربنی کاربران کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی ایران" طی پژوهشی کاربردی و آمیخته از طریق تحلیل عامل اکتشافی و عامل تأییدی برازش شده به طراحی عواملی بر مبنای مؤلفه‌های اطلافربنی (شناخت اطلاعات موجود، اطلاعات شخصی شده، آسان‌سازی دسترسی به اطلاعات، شتاب بخشیدن به اطلاعات، تولید مجدد اطلاعات، ابعاد آموزشی اطلافربنی) پرداخت که جهت نقش آفرینی کتابداران در اطلافربنی کاربران عبارتند از ۷ عامل ایده‌های اطلافربنی، اطلاعات گزیده، تولید مجدد اطلاعات، پشتیبانی از اطلاعات، پردازش اطلاعات، آموزش اطلافربنی، و ماهیت اطلاعات که در عامل تولید مجدد اطلاعات با مؤلفه تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی و همچنین در عامل شتاب بخشیدن به اطلاعات که به واسطه زیرساخت فناوری‌های اطلاعاتی، صورت می‌گیرد با مؤلفه فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی و نیز در عامل آموزش اطلافربنی با مؤلفه کسب دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی با پژوهش کنونی هم‌راستا می‌باشد. اما اکثر پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از ایران نظیر پژوهش راموگاندو (۲۰۱۰)، دیوید و دوب (۲۰۱۴)، بروس خمالو و شمین کالا (۲۰۱۵)، دوا و موتولا (۲۰۱۶)، ایوری و اکولا (۲۰۱۶) به بررسی ابعاد آموزشی در اطلافربنی پرداختند که همگی از این لحاظ با پژوهش حاضر هم‌راستا می‌باشند. ال-کالاش، محمد، و آنیکی (۲۰۱۶) نیز به بررسی اطلافربنی بر مبنای توسعه اقتصاد پایدار پرداختند که با مؤلفه تولید و توزیع

ثروت به واسطه اطلافربنی هم‌سو است. پژوهش هیکس (۲۰۱۷) نیز به لحاظ بررسی کاربرد کتب الکترونیکی برای اطلافربین شدن و مطالعه جنبه فناوری‌های اطلاعاتی که زیرساخت کتب الکترونیکی‌اند با پژوهش کنونی هم‌خوانی دارد. در کل ابعاد پژوهش‌های صورت گرفته داخلی و خارجی، هر کدام به نوعی به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر اطلافربنی و برخی حتی به طراحی و ارائه مدل و الگو دست زدند و همگی به نوعی بر پیدایش گروه‌هایی با ایده‌های جدید و ایجاد کسب و کارهای کوچک اطلاعاتی تأکید کرده و راه‌های ارائه محصولات اطلاعاتی در راستای کمک به عرضه اطلاعات و تولید ثروت از طریق اطلافربنی مطرح کرده‌اند که کاملاً به لحاظ تولید کسب و کارهای مبنی بر ارائه کالاها و محصولات اطلاعاتی با پژوهش حاضر هم‌سو می‌باشند. بدین ترتیب با آشنا کردن کتابداران با جنبه‌های مختلف اطلافربنی و فناوری‌های روز و کار با اطلاعات و عرضه محصولات اطلاعاتی و آموزش به کاربران می‌توان در راستای اشتغال‌زایی و ایجاد کسب و کار اطلاعاتی و در نهایت درآمدزایی مستقل برای کاربران کتابخانه‌ها گام برداشت و این در حالی است که پیشینه‌های پژوهش‌های خارج از ایران، بیشتر معطوف به جنبه آموزشی اطلافربنی می‌باشد؛ چرا که ابتدا باید آموزش این مقوله را نهادینه و سپس استقلال شغلی و درآمدزایی را اجرایی نمود تا هم کتابداران را بر آن دارد که در رشته خود به اشتغال‌زایی همت گمارند و هم مراجعان خود را به لحاظ اقتصادی به فعالیت و تکاپو وادارند. بنابراین باید بتوان با تأکید بر نقاط قوت و بهبود نقاط ضعف این مقوله‌ها، بهترین بهره‌وری را در خصوص کار آفرینی اطلاعاتی جهت اطلافربنی به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی برای کتابداران و کاربران ارائه نمود. به این منظور کتابداران باید طوری آموزش داده‌شوند تا بتوانند به کاربران نحوه استفاده از فناوری‌های روز و کار با اطلاعات و ارائه و عرضه اطلاعات و محصولات اطلاعاتی را آموزش داده و منجر به ایجاد کسب و کار اطلاعاتی (اطلافربنی)، اشتغال‌زایی و درآمدزایی مستقل شوند.

از این رو با توجه به مطالعات به عمل آمده در پژوهش حاضر می‌توان بیان کرد که کتابداران مورد مطالعه اذعان داشته‌اند که به

بیموزند که چگونه با اندکی خوش فکری و خلاقیت می‌توانند، هر یک در زمینه رشته‌های تحصیلی و مورد علاقه‌شان دست به تولید اطلاعات و عرضه و فروش آن‌ها به صورت محصولات و کالاهای اطلاعاتی در عصر فناوری‌های اطلاعاتی به کمک سیستم‌های اطلاعاتی زنند. از این طریق افراد تحت آموزش کتابداران به عنوان کاربران اطلاعاتی می‌آموزند که چگونه دست به تولید و توزیع ثروت زده و هر یک کسب و کار اطلاعاتی در زمینه مورد علاقه خود را به راه اندازند. در این راستا کتابداران و کاربران می‌توانند با تولید مشاغل اطلاعاتی کمک به اقتصاد اطلاعات و توسعه پایدار اقتصاد بر مبنای اطلاعات، بدون نگرانی از بی‌ثباتی مشاغل نمایند. با توجه به این که در انجام و اجرای پژوهش حاضر محدودیت و مشکل خاصی وجود نداشته‌است در راستای از بین رفتن نقاط ضعف حاصل از بررسی نظرات کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا) پیشنهاد می‌شود که

- بررسی نقش اطلاعات مالی و اعتباری نظیر بورس، استارت‌آپ‌ها همراه با نرم‌افزارهای کاربردی، دیجیتال مارکتینگ‌ها و برندینگ دیجیتال‌ها و سایر خدمات خرید و فروش و تجارت و کسب و کار الکترونیک به صورت دسترسی آزاد در محیط وب و صفحات مجازی؛

- ارائه الگوی مدیریت محتوای دیجیتال در دستور کار آموزشی کتابداران در راستای اطلافرین‌سازی کتابداران و کاربران کتابخانه‌ها؛

- طراحی خط‌مشی و برنامه‌ریزی درسی و ارائه واحدهای اطلافرینی در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی جهت آشنایی کتابداران با سایر وجوه اطلاع‌رسانی در قالب محمل‌های مختلف اطلاعاتی نه صرفاً قالب‌های متنی تا بتوانند در عرصه رقابتی عصر اطلاعات به عنوان کانال‌های ارتباطی، افراد وابسته به خود را نیز آگاه سازند؛

- به‌عده گرفتن مدیریت محتوای اطلاعاتی توسط کتابداران در محیط‌های مجازی و در صدد بازایی نیازهای اطلاعاتی کاربران برآمده و به عنوان چاک‌راه‌ها و کانال‌های ارتباطی به صورت بازاربایان اطلاعاتی، واسطه‌گران، کارگزاران و حتی مسافرکشان اطلاعاتی عمل کنند تا بتوانند حضور خود را در

تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی کاربران به قصد ایجاد کسب و کار اطلاعاتی به میزان (۳۹٪) توجه شده‌است. به بازاریابی محصولات اطلاعاتی جهت اطلافرینی کاربران به قصد ایجاد کسب و کار اطلاعاتی تا حدود (۴۷٪) توجه شده‌است. مؤلفه دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی جهت اطلافرینی نیز در حدود (۵۰٪) مورد توجه قرار گرفته است. آشنایی کتابداران با فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی جهت ایجاد کسب و کار اطلاعاتی تا حد زیادی، یعنی در حدود (۵۳٪) می‌باشد. در عین حال نتایج نشان می‌دهد که در کتابخانه ملی (ج.ا.ا) به ترغیب کاربران به اطلافرینی در حدود (۵۰٪) بی‌توجهی شده‌است و کتابداران از طریق ایجاد کسب و کار اطلاعاتی در حدود (۴۸٪) بیشتر نتوانسته‌اند منجر به توزیع و تولید ثروت شوند. از سوی دیگر کتابداران مورد مطالعه به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی چیزی بیش از (۵۰٪) تأثیر بر اطلافرینی کاربران نداشته‌اند.

بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که با وجود حاکم بودن چنین شرایطی و آشنایی با فناوری‌های اطلاعاتی انتظار می‌رود که این افراد بتوانند با آگاهی و به‌کارگیری فناوری‌ها، سایر مؤلفه‌های اطلافرینی را به خدمت گرفته تا کسب و کارهای اطلاعاتی در زمینه‌ها و رشته‌های مختلف راه‌اندازی نمایند اما چون به مؤلفه‌های «دانش و مهارت در فناوری‌های اطلاعاتی» و «ترغیب کاربران به اطلافرینی» و «تولید و توزیع ثروت با اطلافرینی» کم‌توجهی یا بی‌توجهی نشان داده شده، نمی‌توانند آن‌ها را در رابطه با کاربران و محیط کار خود نهادینه کرده و به کمک این مؤلفه‌ها اطلافرینی را به منظور ایجاد کسب و کار اطلاعاتی در خود و کاربران‌شان اجرایی نمایند. بنابراین کتابداران باید با تقویت نقاط قوت در تهیه و تولید محصولات اطلاعاتی و بازاریابی محصولات اطلاعاتی و افزایش دانش و مهارت‌آموزی در زمینه فناوری‌های اطلاعاتی و آشنایی با این فناوری‌ها و پوشش دادن نقاط ضعف توسط نقاط قوت، از طریق آموزش‌های لازم به کاربران، آن‌ها را با فناوری‌های اطلاعاتی و طریقه تهیه اطلاعات و استفاده از کالاهای اطلاعاتی آشنا سازند. آن‌ها به عنوان راهبران اطلاعاتی، باید بتوانند به افراد نیازمند اطلاعات

کارشناسی ارشد مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. بیات، ب. (۱۳۹۷). *تدوین الگوی اطلافرینی در مراکز اطلاعاتی و ارتباطاتی ایران: رویکرد ترکیبی*. رساله دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران. جعفریه، ح. (۱۳۹۵). *ارایه چارچوبی امن جهت همسویی هوش تجاری با کسب و کار الکترونیکی بر پایه کتابخانه زیر ساخت فناوری اطلاعات*. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران. دوگچی، ز؛ ابذری، ز؛ میرحسینی، ز؛ حریری، ن. (۱۳۹۸). نقش محصولات اطلاعاتی معرفی شده توسط کتابداران کتابخانه ملی (ج.ا.ا) بر اطلافرینی کاربران. *فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۳۰(۱): ۱۱۶-۱۳۵. دوگچی، ز؛ ابذری، ز؛ میرحسینی، ز؛ حریری، ن. (۱۳۹۸). *ارائه الگوی نقش‌آفرینی کتابداران در اطلافرینی کاربران کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی ایران*. رساله دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران. صابری، م. ک. (۱۳۹۵). *کارآفرینی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی: یک تحلیل عاملی اکتشافی*. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۸(۳): ۲۹-۴۵. علیدوستی، س؛ خسروجردی، م. (۱۳۹۱). *مبانی اطلافرینی: کارآفرینی با اطلاعات و در اطلاع‌رسانی*. تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، چاپار: ۵۹.

Bruce Khumalo, N.; Shamaine Nkala, G. (2015). The importance of infopreneurship training for records and archives management students in Zimbabwe. *Journal of the south African society of archivists: SASA*, 48: 66-76.

Chandler, S. (2007). *From entrepreneur to infopreneur: make money with books, ebooks and information products*. New Jersey: John Wiley & Sons.

EL-Kalash, K. I.; Mohammad, S. B.; Aniki, Y. (2016). Exploring Infopreneurship for Economic Growth and Sustainability in a Developing Economy: The Nigeria Perspective. *Journal of Educational Policy and Entrepreneurial Research (JEPER)*, 7(3): 240-249.

G.Kim, D. (2006). *Rethinking information work: a career guide for librarians and other information professionals*. Libraries Unlimited, 88Post Road West, Westport, CT06881 A

عرصه اطلاعات همواره پررنگ نگه‌دارند؛

- ایجاد مشاغل اطلاعاتی نظیر تولید محتوا حاصل از ترکیب اطلاعات و ایده‌ها و نیز تهیه محصولات اطلاعاتی در قالب محمول‌های مختلف اطلاعاتی با توجه به نیاز کاربران؛ خرید و فروش اطلاعاتی که خود قبل از دیگران سعی در گردآوری و سازماندهی آن داشته‌اند؛

- کتابداران ذخیره و بازیابی را به صورت مهارت‌های علمی، فنی و حرفه‌ای در محیط‌های فناورانه اطلاعاتی بیاموزند و به کاربران خود نیز انتقال دهند که اگر چنین کنند، خودشان به شخصه می‌توانند به عنوان کانالی جهت تولید محتوای اطلاعاتی در این محیط‌های اطلاعاتی حاصل از فناوری‌ها عمل کنند و به کاربران خود نیز کار با اطلاعات به صورت آنلاین و برخط را آموزش دهند؛

- به چالش کشیدن کتابداران امروزی که در محیط‌های کاری خود به روزمرگی خورده و به دریافت حقوق و دستمزد و شاید مزایای اندک ماهانه عادت کرده‌اند و هیچ افقی از آینده شغلی برای خود متصور نیستند و به مرور دچار بی‌انگیزگی و در نتیجه دچار عدم فعال کردن قوه خلاقیت و ابتکار خود شده‌اند و اعتقاد به ترکیب و اجرای طرح‌های جدید اطلاعاتی را نه تنها در خود حس نمی‌کنند که منجر می‌شوند کاربران‌شان نیز از آموزش و تفکر در این خصوص محروم گردند، بنابراین به کمک گویه‌های مؤلفه تولید مجدد اطلاعات، کتابدار امروزی می‌تواند به عنوان بهترین کانال جهت ایجاد خوش‌فکری و خلاقیت و نوآوری ایده‌های اطلافرینانه از طریق آموزش به کاربران خود، منجر به ایجاد انگیزه‌های اطلافرینانه و به چالش کشیدن ایده‌های اطلافرینانه در خود و آن‌ها گردند؛

- پرداختن به ابعاد آموزشی اطلافرینی با در نظر گرفتن واحدهای درسی مرتبط و نهادینه کردن فرهنگ اطلافرینی در محیط‌های آکادمیک و دانشگاهی.

منابع

برزگران، ن؛ شریف، ع؛ حسن‌زاده، م. (۱۳۹۶). *تدوین مدل اطلاع‌آفرینی در گروه‌های علم اطلاعات و دانش‌شناسی*. پایان‌نامه

- Rodreck, D.; Adock., D. (2014). Infopreneurial Behaviour among University Graduates in the Information Science Faculty of a University in Zimbabwe. *National University of Science and Technology (NUST)*, Zimbabwe. ICEE ICIT 2013 Conference.
- Peterson, D; Stephen, M. (2016). Students' perceptions of the infopreneurship education in the Department of Records and Archives Management at the National University of Science and Technology. *South African Journal of Information Management*, 18(1).
- Pantry, S.; Griffiths, P. (2000). Being an intrapreneur and creating successful information service with in your organization. *Business Information Review*, 17(4): 205-214.
- Member of Greenwood Publishing Group, Inc. www.lu.com.
- Hicks, K. (2017). *Become an Infopreneur Using Ebooks*. *HostGator blog*. Retrived in March 29, 2020
From
<https://www.hostgator.com/blog/becoming-infopreneur/>
- Ivwurie, O.; Ocholla, D. N. (2016). The status and development of infopreneurship in Nigeria and South Africa. *Education for Information*, 32: 323 -342.
- Ramugondo, L. S. (2010). An Exploratory study of infopreneurship as a job option for Library and Information Science students: A literature review. *11th DIS Annual Conference 2010, Richardsbay, University of Zululand, South Africa*. 1-9.

Infopreneur ship in order to create an information business from the perspective of librarians of the National Library of the Islamic Republic of Iran

Zohreh Doogchi¹ | Mohammad Keyvanzadeh²

1 . PhD in Knowledge & Information Science / Lecturer (assistant professor) at the University of Applied Sciences. (Corresponding Author) lidadoogchi@yahoo.com

2 . Master of Science in Psychology

Abstract

Objective: Infopreneur ship in order to create an information business from the perspective of librarians of the National Library of the Islamic Republic of Iran has been studied.

Methodology: The present applied research is in terms of Descriptive-survey method. A researcher-made questionnaire was used to collect data. Then, 132 persons were selected from 320 librarians of the National Library based on Morgan table with 95% confidence interval and 5% error, which 127 questionnaires were completed. Descriptive and inferential statistics and SPSS software were used to analyze the data.

Results: From the point of view of librarians of the National Library of the Islamic Republic of Iran, the amount of preparation and production of information products for, infopreneur ship is a little (39%) and the amount of marketing of information products in the National Library is average (47%). But the level of familiarity of librarians with information technologies and systems to create an information business is high and about (53%). Negative results also show that: about (50%) has been neglected to encourage users infopreneur ship; Librarians have not been able to distribute and generate wealth by creating an information business (more than 48%); And in order to create an information business, librarians have not been able to influence more than (50%) user information.

Conclusion: The research results show that the components (the amount of encouraging users to infopreneur ship), and the amount of production and distribution of wealth with infopreneurs, Inattention shown and total the amount of attention of librarians studied to the components of infopreneur ship to create an information business is equal to With, which shows that librarians have not been able to institutionalize information about their users and work environment in order to create an information business in themselves and their users.

Keywords: infopreneur ship, Information Entrepreneurship, Business Information, National Library