

آرشیو و کاربران

لیلا معصومی

■ چکیده

هدف عمده معرفی و شناساندن آرشیوها، آشنا ساختن جامعه مخاطب با فعالیت‌ها و خدمات آرشیو و ایجاد ارتباط میان آن‌هاست که مسلماً بر اساس خطمشی و اهداف آرشیوها، امکانات و تسهیلات متفاوت و متنوعی برای بهره‌گیری مراجعان و دستیابی آن‌ها به انواع منابع و اطلاعات موردنیاز عرضه می‌شود. نتیجه این بخش از خدمات آرشیو که بدون برنامه‌ریزی انجام‌پذیر نیست، اعتلای سطح فرهنگ مردم با تأکید بر افزایش آگاهی‌ها و ارتقای کارایی‌های آنان و همچنین جذب کاربران بیشتر و در نتیجه موفقیت سازمان آرشیوی خواهد بود. در این مقاله برآنیم تا فعالیت‌های عمومی آرشیو در جذب بیشتر کاربر، مانند تورهای بازدید، نمایشگاه‌های آرشیوی و نشست‌های تخصصی آرشیوی را معرفی کنیم.

کلیدواژه‌ها

برنامه‌های عمومی؛ نشست‌های تخصصی؛ تورهای بازدید؛ نمایشگاه‌های آرشیوی؛ اطلاع‌رسانی.

آرشیو و کاربران

لیلا معصومی^۱

مقدمه

اکنون که مراجعان هر سازمانی بقای آن سازمان را تضمین می‌کنند، سازمان‌های آرشیوی هم نمی‌توانند نسبت به خواسته‌ها و نیازهای مراجعان خود و جلب رضایت آنان بی‌تفاوت باشند. مهم‌ترین هدف همه سازمان‌های آرشیوی، فراهم‌آوردن شرایط و امکانات مناسب برای برقراری ارتباط با عموم مردم و آشناکردن آن‌ها با اسناد و منابع آرشیوی، خدمت‌رسانی و در نتیجه جذب کاربر است. بقای سازمان آرشیوی در گرو ارتباط با جامعه و مراجعان است و به‌طورکلی می‌توان گفت که جذب کاربر یک وظیفه مدیریتی است که در نهایت موجب افزایش بودجه، افزایش استفاده از خدمات و نیز افزایش ارتباط و آموزش مراجعان و آرشیوداران و موفقیت آرشیو می‌شود. در این راستا، برنامه‌ریزی و هماهنگی برای ایجاد زمینه‌های بهره‌مندی عموم از آرشیو از مهم‌ترین وظایف آرشیو است.

اهمیت و ضرورت پژوهش

سازمان‌های آرشیوی باید برای دریافت بودجه بیشتر رقابت کنند و تلاش کنند تا برنامه‌های بهتر و در نتیجه کاربران بیشتری داشته باشند.

بالا بردن کیفیت کارهای ارائه‌شده در چارچوب استانداردهای حاکم در دنیا، امری است که به‌طور اتفاقی حاصل نمی‌شود. دیدگاه بلندمدت در خدمت‌رسانی از جمله نگرش راهبردی در کار است؛ نگرشی که برای آرشیوداران تخصص و برای کاربران رضایت را به همراه دارد.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات
آرشیوی دانشگاه تهران.
Leila.masoumi@gmail.com



اهداف پژوهش

خدمت‌رسانی به محققان یکی از مهم‌ترین اهداف سازمان‌های آرشیوی است. این پژوهش بر آن است تا راه‌های خدمت‌رسانی بهتر آرشیوها به کاربران و جذب بیشتر آن‌ها را معرفی کند و نشان دهد که تلاش مدیر آرشیو و آرشیوداران است که موجب موفقیت سازمان‌های آرشیوی می‌شود.

پرسش‌های پژوهش

به‌منظور دستیابی به هدف بالا، این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر است:

- ۱- اهمیت ارتباط با کاربران و جذب کاربر به سازمان آرشیوی چیست؟
- ۲- فعالیت‌های ممکن در جذب کاربر و موفقیت آرشیو کدامند؟

روش پژوهش

این پژوهش از نوع تحلیل محتوا است و در این تحقیق به بررسی وبگاه‌های سازمان‌های آرشیوی ملی مانند آرشیو ملی ایران، آمریکا، کانادا، بریتانیا و استرالیا که جامعه تحقیق محسوب می‌شوند، پرداخته‌ایم و نشان می‌دهیم که این آرشیوها به‌طور کلی از چه روش‌هایی برای جذب کاربر و خدمت‌رسانی عمومی استفاده می‌کنند. برنامه‌های ذکر شده در این تحقیق، با اندکی اختلاف، در میان این سازمان‌های آرشیوی مشترک هستند.

پیشینه پژوهش

فریمن^۱ در سال ۱۹۸۴ به بررسی مدیریت سازمان‌های آرشیوی از نگاه کاربران آرشیو پرداخته است و برنامه‌هایی را بررسی می‌کند که جایگاه کاربران را در مدیریت سازمان آرشیوی نشان می‌دهد.

کالفاتویچ^۲ (۲۰۰۲) و لستر^۳ (۲۰۰۶) نیز به معرفی، مقایسه و ارائه راهکارهای موفقیت‌نمای وبگاه‌های حقیقی و مجازی پرداخته‌اند.

به‌طور کلی، مقاله‌ای که در سال‌های اخیر به بررسی خدمات عمومی آرشیوها پرداخته باشد، یافت نشد ولی وبگاه‌های آرشیوهای ملی ایران، آمریکا، استرالیا و غیره با ارائه خدمات خود راهگشای بررسی خدمات عمومی آرشیو در این مقاله هستند.

ارتباطات آرشیو و کاربران و جذب کاربر

سازمان‌های آرشیوی باید با مخاطبان خود در ارتباط باشند تا زمینه‌های آشنایی با آرشیو،

1. Freeman
2. Kalfatovic
3. Lester



زمینه‌های بهره‌مندی از آرشیو، ارائه دستاوردهای آرشیو و اجرای پروژه‌های مشترک آرشیو و مردم را ایجاد کنند.

جذب کاربر فقط به پول و بودجه سازمان بستگی ندارد بلکه به شیوه مدیریت و نگرش آرشیوداران در ارائه خدمات به کاربران بستگی داشته و در این راه، تشخیص نیازهای کاربران و تشخیص نقات قوت و ضعف سازمان آرشیوی بسیار اهمیت دارد. ارائه خدمات به شکل سنتی، دیگر توجه مخاطبان را به خود جلب نمی‌کند و باید تلاش کرد که تجربه‌ای تازه و مثبت را برای مراجعان ایجاد کرد تا آن‌ها دوباره به سازمان مراجعه کنند.

رقابت برای بودجه، افزایش توقعات کاربران و تنوع راه‌های دستیابی به اطلاعات، مهم‌ترین دلایل تلاش سازمان‌های آرشیوی برای افزایش کیفیت و کمیت خدمات به کاربران است (کالفاتویچ، ۲۰۰۲).

نقش، توان و خصوصیات نیروی انسانی در آرشیو، در معرفی و شناساندن آشیو به‌طور مستقیم تأثیر می‌گذارد. آرشیودار برای توفیق در کار معرفی و شناساندن آرشیو و خدمات آن باید به محیط پیرامون خود از نظر جنبه فرهنگی و اقتصادی آن منطقه و همچنین به نیازهای مراجعه‌کنندگان و کاربران آن آرشیو توجه دقیق داشته باشد، زیرا ممکن است قشرهای مختلف مردم با کاربری‌های متفاوت جامعه مخاطب آرشیو را تشکیل دهند.

برنامه‌های عمومی آرشیوی

ارائه توضیحاتی دربارهٔ آرشیو کمک می‌کند تا کاربران آرشیو را بشناسند. جلسات آشنایی با آرشیو کمک می‌کند تا سازمان آرشیوی به‌خوبی به کاربران معرفی شود، تجارب و دانش آرشیوی میان آرشیودار و کاربران رد و بدل شود، اطلاعات مستند گردآوری شود و انگیزه همکاری با سازمان آرشیوی در کاربر به‌وجود آید.

هر کاربری دوست دارد به خدماتی دست پیدا کند که دیگران آرزوی آن را دارند. کاربران از ظاهری‌های تکراری خسته شده‌اند و دوست دارند طرح‌های جدید ببینند. بهتر است برای طراحی برنامه‌ها، بودجه مناسبی کنار گذاشته شود تا برنامه‌های کاربردی و بهتری به کاربران ارائه شود. کاربران به آرشیوداران سنتی برای خدمات مرجع آرشیوی پرهزینه نیاز ندارند چون آن‌ها از نظر زمان و روش دستیابی مشابه نیستند (فریمن، ۱۹۸۴).

آرشیوداران باید با رعایت اصل کیفیت، فعالیت خود را گسترش دهند و با برنامه‌ریزی و توجه لازم، نگرش خود را روزآمد کنند و از خدمات ساده و روزمره، خدمات و دستاوردهای جالب و جذابی بسازند.

فعالیت‌های عمومی آرشیو تا حد زیادی بومی و محلی است اما در دهکده جهانی، دغدغه



انتقال فرهنگ و یا معرفی خدمات، آن هم خارج از مرزبندی‌های جغرافیایی، اهمیت بهره‌مندی از شیوه‌های نوین اطلاع‌رسانی را روزبه‌روز نمایان‌تر می‌کند.

راه‌هایی مانند مشاهدات، پرسش‌نامه، مصاحبه و بازخوردهای مراجعان وجود دارد که می‌توان از طریق آن‌ها میزان موفقیت یا شکست برنامه‌های عمومی و تخصصی آرشیو را تعیین کرد. مشورت با کاربران فعلی آرشیو شاید ممکن باشد ولی مشورت با کاربران بالقوه آن بسیار سخت و گاهی غیرممکن است (لستر، ۲۰۰۶).

از مهم‌ترین خدمات آرشیو به کاربران، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- سازماندهی مناسب اسناد و تهیه فهرست‌های اسناد آرشیوی؛

۲- برگزاری نمایشگاه‌های آرشیوی؛

۳- برگزاری تورهای بازدید آرشیوی؛

۴- برگزاری نشست‌های تخصصی آرشیوی؛

۵- تبلیغات و اطلاع‌رسانی در آرشیو.

سازماندهی مناسب اسناد و تهیه فهرست‌های اسناد آرشیوی

هدف اصلی سازماندهی اسناد، برقراری نظم است که به کمک آن هم آرشیودار و هم مراجعه‌کننده بتوانند به سهولت و صحت، سند موردنیاز خود را از میان اسناد موجود در سازمان آرشیوی بیابند. سازماندهی مناسب اسناد، نخستین گام در راه خدمت‌رسانی به کاربران آرشیو است. اما همچنان که پیشرفت فناوری، دستیابی به اطلاعات را ساده‌تر می‌کند، رقابت میان آرشیوداران و سایر منابع اطلاعاتی افزایش می‌یابد (فریمن، ۱۹۸۴).

مدیریت صحیح اسناد نقشی اساسی در رضایت مراجعه‌کنندگان به آرشیو دارد. با گسترش فناوری‌ها و امکان استفاده از نرم‌افزارهای آرشیوی، تنظیم و توصیف اسناد و مدارک بسیار دقیق‌تر و منظم‌تر شده است. آگاهی از استانداردهای سازماندهی اسناد و مدارک به‌منظور یکپارچه‌سازی ذخیره و بازیابی اطلاعات، امکان تعامل و برقراری ارتباطات گسترده در سطح ملی و بین‌المللی را فراهم می‌آورد و به آرشیوداران کمک می‌کند تا بتوانند نیازهای مراجعان را به ساده‌ترین و سریع‌ترین شکل پاسخ دهند.

برگزاری تورهای بازدید آرشیوی

برگزاری تورهای بازدید از آرشیوها تأثیر زیادی در جلب‌نظر مردم و سازمان‌ها برای همکاری با سازمان آرشیوی دارد. بعضی از آرشیوها روزهای خاصی را برای بازدید عموم تعیین می‌کنند و فرصت آشنایی مردم با آرشیو را فراهم می‌آورند.



بخش اعظم شرکت‌کنندگان در تورهای بازدید از آرشیو، به علل مختلف از جمله دوری مسافت و ناآشنا بودن با فضای آرشیو، به تسهیلات زیادی نیاز دارند. بنابراین در فضای آرشیو باید به جذابیت، ارائه تسهیلات، سطوح دسترسی مناسب و ایجاد بخش‌های راهنما توجه زیادی داشت. همچنین تورهای ویژه و تفریحات بر جذابیت برنامه می‌افزاید و تجربه بازدیدکنندگان را بالا می‌برد.

راهنمای تورهای آرشیوی هم که اغلب می‌تواند یک آرشیودار باشد، باید دارای دانش کافی، قدرت بیان و ظاهر مناسب باشد تا موجب جلب اعتماد بازدیدکنندگان شود. راهنمای تور باید هنگام ارائه محتوای اسناد دقت زیادی داشته باشد زیرا نمایش یک منبع آرشیوی آن را از کل مجموعه جدا می‌کند و ارتباط آن با مجموعه آرشیوی از بین می‌رود. یک سند خاص با ویژگی‌های خاص می‌تواند بسیار جذاب باشد ولی ممکن است موجب آسیب دیدن آن سند شود. بنابراین بهتر است منابع ارزشمند در شرایط بسیار محافظه‌کارانه و یا به صورت مجازی نمایش داده شوند (کالفاتویچ، ۲۰۰۲).

یکی از آرزوهای دیرینه بشر، بازدید از نقاط مختلف دنیا، با جزئیات کامل و بدون حضور فیزیکی بوده است که هم‌اکنون و پس از گذشت سالیان دراز از آن آرزو، با راه‌اندازی سامانه‌های بازدید مجازی در سطح دنیا، نه تنها آرزوی گردشگران در بازدید از مکان‌های گوناگون دنیا از طریق شبکه جهانی اینترنت فراهم گشته است بلکه این فناوری نوین برای اطلاع‌رسانی بدون مرز در اختیار فعالان فرهنگی و اقتصادی قرار گرفته و با استقبال بسیار چشمگیری روبه‌رو شده است.

سامانه بازدید مجازی، این قابلیت را برای کاربران فراهم می‌آورد که بدون حضور فیزیکی و از طریق شبکه جهانی اینترنت و یا رایانه شخصی خود، از امکانات و خدمات مرکز مورد نظر با تمام جزئیات، همراه با محیطی زنده و گرافیکی کاملاً زیبا، بازدید کنند.

برگزاری نمایشگاه‌های آرشیوی

نمایشگاه‌های آرشیوی با اهدافی مانند راهنمایی و مشاوره کتابخانه‌ها، مراکز اطلاع‌رسانی و آرشیوها در سطح ملی و بین‌المللی، تکمیل برنامه‌های آموزشی سازماندهی و فهرست‌نویسی منابع غیرکتابی دانشگاه‌ها به صورت عملی و کاربردی، ایجاد انگیزه در سایر مراکز اطلاع‌رسانی و آرشیوها، برای سازماندهی مناسب منابع غیرکتابی، آموزش دائمی و کاربردی برای تمامی کاربران و علاقه‌مندان این حوزه برگزار می‌شود.

نکات قابل توجه در برگزاری نمایشگاه‌های آرشیوی، شناسایی نیازهای مخاطب، اهداف سازمان، شیوه طراحی نمایشگاه، برنامه زمانی نمایشگاه، شیوه نگهداری اسناد در نمایشگاه،



بودجه سازمان و توانایی کارمندان است.

نمایشگاه آرشیوی وسیله‌ای برای ارائه تفکراتی است که به بیننده سند، آگاهی یا آموزش می‌دهد. نمایشگاه راهی است تا آرشیو مجموعه‌های اسناد خود را به‌نمایش بگذارد و حس اعتماد و احترام مردم را نسبت به یافته‌های گذشتگان جلب کند. هر نمایشگاهی نیازمند پول، وسایلی محدود، زمان و مهارت کارکنان است. اسناد آرشیوی نیز به‌طور طبیعی عمری کوتاه دارند و دچار مشکلات مرمت و معضلات امنیتی می‌شوند، به‌همین خاطر، آرشیودار نباید به‌طور پیوسته به برگزاری نمایشگاه اقدام کند.

منابع آرشیوی منحصر به فرد هستند و جایگزین ندارند، بنابراین باید در مورد حفظ و نگهداری آن‌ها برنامه‌ریزی دقیقی شود. نمایشگاه‌های مجازی به‌صورت ارائه تصاویر الکترونیکی و رقمی از اسناد و مدارک شکل می‌گیرند. چنین نمایشگاه‌هایی به بقای اصل سند کمک می‌کنند ولی این نکته حائز اهمیت است که در این نمایشگاه‌ها با اصل سندها سروکار ندارند و این در حالی است که مهم‌ترین جنبه در هر نمایشگاهی، روبه‌رو شدن با اصل سند است (لستر، ۲۰۰۶).

در ارتباطات مجازی، درک کردن بسیار مشکل‌تر می‌شود و حتی ممکن است مراجعان را دورتر کند، وقت و هزینه زیادی تلف می‌شود و می‌تواند تصویر بسیار بدی از مؤسسه در ذهن مخاطب ایجاد کند. بنابراین در برگزاری نمایشگاه مجازی باید طراحی و برنامه‌ریزی دقیق‌تری انجام گیرد. اگر نمایشگاه مجازی به‌شکل مناسبی برگزار شود، با توجه به قابلیت‌های اینترنت می‌تواند به‌طور موفقیت‌آمیزی کاربران را جذب کند.

تشریک مساعی و گسترش دانش، فقط با استفاده از ابزار الکترونیکی، غیرممکن است. تعامل ناکافی و کارآمد نبودن مرحله نتیجه‌گیری، در مقایسه با تعامل رو در رو، از مشکلات دیگر محیط مجازی است.

برگزاری نشست‌های تخصصی آرشیوی

برپایی انواع جلسات با هدفی مشخص و تعریف‌شده، از مفیدترین و جالب‌ترین فعالیت‌های آرشیوهاست که در افزایش آگاهی‌ها و کارایی‌های آرشیوداران و کاربران تأثیر بسیار دارد. برنامه‌های آموزشی مراجعان به تعداد و نوع مؤسساتی است که آن‌ها را هدایت می‌کنند. تمامی برنامه‌های موفق دارای خصوصیتی مانند هدف مشخص، محتوا و گستره تعریف‌شده و ارائه خوشایند هستند. منابع و پروژه‌هایی که به مشتریان داخلی و خارجی آرشیو ارائه می‌شود، باید جذاب بوده و حس علاقه و مشارکت آنان را برانگیزد.

دوره و کارگاه‌های آموزشی با توجه به هدف، خط‌مشی، وظایف، نوع جامعه و نیازهای کاربران آرشیو تشکیل می‌شوند. برگزاری این دوره‌ها موجب پرورش مهارت‌های ذهنی فرد،



افزایش علاقه استفاده‌کننده به موضوع ارائه شده، ایجاد مهارت در کاربر و قراردادن تجربه‌های واقعی در اختیار کاربر می‌شود.

فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی امکاناتی را فراهم ساخته‌اند که با استفاده از آن‌ها می‌توان هزینه‌های آموزش در سازمان را کاهش داد و آموزش دلچسبی را برای کاربران فراهم کرد. بازدهی بیشتر و صرفه‌جویی در هزینه، افزایش و انعطاف بیشتر فراگیری، دسترسی در هر مکان و هر زمان و مشارکت در آموزش و کنترل جریان پیشرفت از مزایای آموزش‌های نوین است.

جلسه‌های سخنرانی، همایش‌ها، انجمن‌ها و گروه‌های بحث به‌منظور آشنایی با افکار و نظرات محققان در حوزه‌های مطالعاتی و تخصصی مرتبط با وظایف سازمان آرشیوی، ارتقای دانش همکاران و ایجاد زمینه‌های سنجش توانایی‌ها و برقراری ارتباطات علمی بین همکاران و کاربران، با حضور همکاران سازمانی و علاقه‌مندان خارج از سازمان، برگزار می‌شود. کنفرانس‌ها از جهت محتوا و تعداد، جامع‌تر از سمینارها و کارگاه‌ها هستند. معمولاً برنامه کنفرانس در زمینه موضوعی خاص است و یک یا چند جلسه کلی یا مقدماتی را دربر می‌گیرد و اغلب مخاطب آن‌ها نیز متخصصان و سازمان‌ها هستند و برای مردم عادی طراحی نمی‌شوند.

تبلیغات و اطلاع‌رسانی در آرشیو

برای جذب مشتری در هر کاری، تبلیغات نقش اساسی دارد. در آرشیو هم باید از راه‌های مختلف به تبلیغ پرداخت زیرا بدون تبلیغات و خبررسانی، برنامه‌های آرشیو اگر هم در سطح عالی باشند، مهجور باقی می‌مانند.

یکی از مهم‌ترین اجزای تبلیغاتی، بروشورها، کاتالوگ‌ها و پوسترها هستند. پوستر یکی از ابزارهای انتقال پیام است که باید پیام را تا حد امکان به شیوه‌ای کاملاً خلاقانه و ابتکاری به مخاطب منتقل کند و مخاطبان خود را میخکوب کند. پوسترهای ابتکاری و خلاقانه، سفیران آرشیو در امر معرفی خدمات آن هستند. هر چه میزان اطلاعات پوستر کمتر باشد، بهتر بوده و همیشه محتوا مهم‌تر از کمیت است.

یک مؤسسه آرشیوی برای ارائه و معرفی دقیق و کامل مشخصات کاری یا خدماتی خود به بروشور و کاتالوگ هم نیاز دارد. اهمیت طراحی مواردی مانند بروشور، کاتالوگ و پوستر، هم‌سطح نوشته‌های درون آن است.

نشریات خبری، خبرنگارها و آگاهی‌نامه‌هایی که ضمن داشتن هدف مشترک، به‌لحاظ ساختاری متفاوت هستند از ابزار ضروری و مهم شناساندن آرشیوها به‌شمار می‌روند. تهیه هر یک از آن‌ها به هدف، وظیفه و توان آرشیوها بستگی دارد و لازم است کار را با یک برنامه‌ریزی



دقیق مبتنی بر محاسبات مالی، زمانی آغاز کرد.

اطلاع‌رسانی روزآمد (درباره مجموعه، انتشارات، نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و غیره) به پژوهشگران در حوزه‌های مرتبط و استفاده از رسانه‌های اجتماعی و خبرنامه‌های برخط در آرشیوها موجب گسترش خدمات آرشیو، برقراری ارتباط با کاربران بالقوه بیشتر، افزایش ارتباط، تعامل و مشارکت کاربران و توسعه بیشتر حرفه آرشیو می‌شود. اما باید این نکته را در نظر داشت که در شیوه تبلیغ، سلیقه و نیاز مخاطب تأثیر زیادی دارد و همچنین تبلیغات زیاد باعث فراری شدن کاربر می‌شود و بهتر است حد اعتدال در تبلیغات رعایت شود.

نتیجه‌گیری

نداشتن آگاهی از خدمات و ویژگی‌های یک سازمان، مهم‌ترین عامل مراجعه‌نکردن به آن سازمان و عدم همکاری با آن است. خدمات عمومی آرشیو از جمله فعالیت‌هایی است که موجب شناخت بیشتر کاربران از آرشیو می‌شود و کمک می‌کند تا سازمان آرشیوی با موفقیت به کار خود ادامه دهد. بهتر است هر سازمان آرشیوی با صرف هزینه‌ای اندک و مدیریت صحیح، حوزه فعالیت‌های خود را گسترش دهد و ضمن اطلاع‌رسانی مناسب با رضایتمندی مراجعان، آینده خود را تضمین کند. پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های آرشیوی با تقویت وبگاه‌های خود، آموزش دقیق آرشیوداران و تبلیغات کافی به این مهم دست یابند.



منابع

- Freeman, Elsie T. (1984). In the Eye of the Beholder: Archives Administration from the User's point of View. American Archivist. 47 (2).
- Kalfatovic, Martin R. (2002). Creating a winning online exhibition: a guide for libraries, archives, and museums.ala.
- Lester, peter (2006). Is the Virtual Exhibition the Natural Successor to the Physical?. Journal of the Society of Archivists. 27(1).
- www.nlai.ir
- www.ica.org
- www.archives.gov
- www.naa.gov.au
- www.interpares.org
- www.collectionscanada.gc.ca
- www.nationalarchives.gov.uk

