

آرشیو

فصلنامه علمی - دانشجویی مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهراء (س)
سال پنجم، شماره پنجم (پیاپی ۲۵)، بهار ۱۳۹۹، بها: ۲۰۰۰ تومان



فهرست مهمترین مطالب

- مقاله: آرشیو سازی رسانه های اجتماعی
- مروری بر صفحات اینستاگرام آرشیوهای جهان
- ضرورت داشتن تگ لاین (پیام) برای آرشیو های ملی
- ضرورت آرشیو سازی رسانه های اجتماعی
- مصاحبه با آقای دکتر امیر رضا اصنافی
- برگی از تاریخ: نگاهی بر نخستین عکاس جهان و پدر عکاسی نوین؛ ژوزف نیسفور نیپس"
- پرونده ویژه این شماره:
- آرشیو و رسانه های اجتماعی



فهرست



سخن سردبیر

03

آرشیو و شبکه های اجتماعی

04

آرشیو سازی رسانه های اجتماعی

10

مروری بر صفحات اینستاگرام آرشیوهای جهان

12

ضرورت آرشیو سازی رسانه های اجتماعی مصاحبه با دکتر امیررضا اصنافی

13

معرفی آرشیو ملی اسکاتلند

15

آشنایی با پورتال آرشیو اروپا

18

معرفی کتاب:

بازاریابی و رسانه های اجتماعی: راهنمایی برای کتابخانه ها، آرشیوها و موزه ها

20

برگی از تاریخ

نگاهی بر نخستین عکاس جهان و پدر عکاسی نوین ژوزف نیسفور نیپس

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

صاحب امتیاز: انجمن علمی - دانشجویی مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهرا(س)
زیر نظر: اداره کل امور فرهنگی دانشگاه الزهرا(س)
مدیرمسئول: خدیجه سلطانیان
سر دبیر: الهام محمد ابراهیم
مشاورین نشریه: کوثر بابایی، سارا سلطانی
ویراستار: کوثر بابایی، خدیجه سلطانیان

هیات تحریریه:

منا ابدی، کوثر بابایی، پریسا دمرلو ابهری، خدیجه سلطانیان، سارا سلطانی، الهام محمد ابراهیم

همکاران این شماره:

نجمه ابراهیمی، حدیثه افضلی پور، مریم کرمی کندی، زهرا نیک بخت،

طراحی جلد و صفحه آرایی: محمد حسین علیزاده

کارشناس نشریه: زهرا وزیری

چاپ، صحافی و لیتوگرافی: حکیم

این شماره از نشریه از همکاری صمیمانه جناب آقای دکتر امیر رضا اصنافی

قدردانی می نماید.

سپاس فراوان از آقای دکتر سعید رضایی شریف آبادی و آقای دکتر غلامرضا عزیزی

سال پنجم، شماره پنجم (پیاپی ۲۵)، بهار ۱۳۹۹

نشانی: تهران، میدان ونک، ده ونک، دانشگاه الزهرا(س)،
ساختمان معاونت فرهنگی - اجتماعی، اتاق نشریات



۸۸۰۵۶۹۰۸-۰۲۱



۱۹۹۳۸۹۱۱۷۶۴



<http://alzahra-archive-journal.blog.ir>



Archive.alzahra@gmail.com



@soltanian27



journalofarchive

آرشیو

ARCHIVE

فصلنامه علمی - دانشجویی مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهرا (س)



سخن سردبیر

آرشیو و شبکه های اجتماعی

الهام محمدابراهیم

دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهراء(س) - ورودی ۹۷

e.mohammadebrahim@gmail.com

منابع موجود در وب، به دلیل ناپایدار بودن، خیلی سریع نامرئی و نابود می‌شوند و چنانچه برای حفاظت از آن‌ها تلاشی انجام نشود از بین خواهند رفت. بنابراین نگهداری و حفاظت از این منابع اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. به این ترتیب، با آرشیو کردن وب، تلاشی برای پایداری اطلاعات موجود در این محیط انجام می‌شود. با توجه به آرشیو سازی شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزارهای جدید و تعاملی، این شماره از نشریه به موضوع آرشیو و رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد.

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به همه فضاهای اجتماعی، سازمانی و فردی در جوامع بشری وارد شده و شیوه زندگی روزمره و کار را تحت تأثیر قرار داده است و زمینه‌ساز پیدایش نوعی رسانه اجتماعی شده‌اند که توانسته است بسترهای مناسبی را برای تغییرات اجتماعی ایجاد کنند. شبکه‌های اجتماعی که یکی از جدیدترین و پرمخاطب‌ترین سرویس‌های اینترنتی است، از جنبه‌های مختلف قابل کنکاش و ارزیابی است. شبکه‌های اجتماعی مفهوم جدیدی نیستند. اما چیزی که باعث شده است امروز شبکه‌های اجتماعی بیشتر از همیشه مورد توجه قرار بگیرند، به وجود آمدن ابزارهای دیجیتال و کمک آن‌ها به توسعه شبکه‌های اجتماعی بوده است.

سال پنجم، شماره پنجم (پیاپی ۲۵)، بهار ۱۳۹۹

Service
Network
Social

03



آرشیو سازی رسانه های اجتماعی

الهام محمدابراهیم

دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهراء(س)، ورودی ۹۷
e.mohammedbrahim@gmail.com

چکیده

در سالهای اخیر، شمار کاربران شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک، توئیتر، گوگل پلاس، اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی به سرعت در حال افزایش است؛ بنابراین، درخصوص آرشیو سازی رسانه های اجتماعی به‌عنوان حافظ اطلاعات این ابزارهای جدید و تعاملی و انتقال اطلاعات پرداخته و مورد ارزیابی قرارگیرد. در این مقاله به تاریخچه و سیر تحولات شبکه‌های اجتماعی و سرآغاز آرشیو سازی آن ها نگاهی شده است.

کلیدواژه

رسانه های اجتماعی، شبکه های اجتماعی، آرشیو

مقدمه

رسانه های مدرن اجتماعی که در بستر بی حد و حصر زمانی و مکانی ایجاد شده اند، به دلیل دگرگونی های فناوری، دچار تحولات فراوانی شده اند. با نگاهی به سال های سپری شده، حضور و فعالیت انواع رسانه های اجتماعی به چشم می خورد. در میان آن ها، شبکه های اجتماعی ابزارهایی هستند که با رویکردی اجتماعی فعالیت می کنند. آن ها تلاش می کنند، همکاری بین مردم و سازمانها، و به اشتراک گذاری اطلاعات و اسناد بیشتر شود. در سال های اخیر، شمار کاربران شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک، توئیتر، گوگل پلاس، اینستاگرام و سایر شبکه های اجتماعی به سرعت در حال افزایش است. با استفاده از این ابزارها، اکثر افراد، افکار و اطلاعات، خود را درباره رویدادها و سایر اطلاعات مستقیم در دنیای واقعی، اشاعه می دهند. با وجود انواع محمل های اطلاعاتی الکترونیکی و رسانه های اجتماعی، درصد اندکی از این تعاملات دیجیتال برای استفاده آینده،

نگهداری و آرشیو می شوند. البته این مسئله فقط برای رسانه های اجتماعی حاکم نیست، بسیاری از مکالمات تلفنی و گفتگوهای رودرروی شخصی هم، قابلیت آرشیو شدن ندارند.

شبکه های اجتماعی

نخستین بار مفهومی با عنوان شبکه های اجتماعی با قالب امروزی، در سال ۱۹۶۰ در دانشگاه ایلی نویز در ایالت متحده آمریکا مطرح شد. پس از آن در سال ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی راه اندازی شد. این سایت به کاربرانش اجازه ایجاد پروفایل داد تا آن ها بتوانند فهرستی از دوستان ایجاد کنند. البته این سایت موفق نشد و بعد از سه سال متوقف گشت. پس از آن، انفجار تجارت در وب سایت های اجتماعی در سال ۲۰۰۲ باعث به وجود آمدن شبکه های اجتماعی فرنداستر^۱، اورکات^۲، و لینکدین^۳ شد. در سال ۲۰۰۴ شبکه اجتماعی فرنداستر با ۷ میلیون کاربر و مای اسپیس^۴ با ۲ میلیون کاربر، صاحب بیشترین کاربران در این حوزه بودند. در همین سال فیس بوک توسط مارک زوکر برگ در خوابگاه دانشگاه هاروارد راه اندازی شد. سال ۲۰۰۶ سال گسترش روزافزون کاربران و بازدیدکنندگان وب سایت های شبکه های اجتماعی بود. در این سال، دسترسی عمومی مردم به فیس بوک آزاد شد. شبکه اجتماعی ساختاری اجتماعی است که از گره هایی که عموماً فردی یا سازمانی هستند (تشکیل شده است و توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی ها به هم متصل اند، بدین معنا که آسیب دیدن یک عنصر یا «عدم تمرکز» و «باز بودن» ویژگی شبکه های اجتماعی گره در شبکه، آن را متلاشی نمی کند و بطور مداوم به بازسازی و ترمیم خود می پردازند. کنشگران در شبکه های اجتماعی، طیف وسیعی را در برمی گیرد از افراد و گروه ها تا شرکت ها و حتی کشورها.



شبکه های اجتماعی علمی : این شبکه ها

امکان برقراری ارتباط اجتماعی در جوامع علمی در بین پژوهشگران، محققان و دانشجویان را به آسانی فراهم می سازد. از شبکه های اجتماعی علمی محبوب دانشگاهی عبارتند از:

ریسرچ گیت : این شبکه اجتماعی که بیشترین

استفاده را در بین محققان دارد در سال ۲۰۰۸ میلادی راه اندازی شد و در حال حاضر بیش از ۱۵ میلیون عضو دارد. ماموریت آن کمک به پژوهشگران رشته های مختلف برای شناخته تر شدن و سرعت بخشیدن به پیشرفت های علمی است. این شبکه، محدود به یک رشته موضوعی خاص نیست و محققان از همه رشته ها می توانند در این شبکه ثبت نام کنند. بعد از ثبت نام، محقق می تواند عناوین تألیفات، زمینه های علاقه مندی و مهارت خود را از طریق پروفایل تخصصی خود با سایر محققان به اشتراک بگذارد.

آکادمیا : این شبکه ابزاری موثر و قدرتمند جهت

نشر آثار پژوهشی دانشگاهیان به شمار می رود. پروفایل آکادمیا، علمی محور است و محققان می توانند بعد از بارگذاری مقالات خود در مورد اینکه چه کسی آن را دانلود کرده است، مطلع شوند.

لینکداین : لینکداین در سال ۲۰۰۲ ایجاد شد و به

سرعت رشد کرد، و اکنون یک شبکه ی اجتماعی بسیار شناخته شده است. کاربران این شبکه می توانند، هم کلاسی ها، هم دانشگاهی ها، همکاران و ... را پیدا کنند و با آن ها مطالب خود را به اشتراک بگذارند. شرکت های زیادی در لینکداین صفحه دارند و به وسیله ی این شبکه می توانند، افراد مناسب را استخدام کنند. به علاوه کاربران هم می توانند شغل ها را پیدا کنند، فرصت های تجاری را بیابند و در گروه های مختلفی گرد هم جمع شوند. از شبکه های اجتماعی علمی در زمینه بارگذاری مقالات پژوهشی، انتشار و اشتراک دانش، افزایش همکاری های علمی، افزایش تعداد ارجاع به تولیدات پژوهشی، افزایش ضریب دسترسی به مقالات از طریق جستجوگرهای وب می توان بهره برد.



خدمات شبکه های اجتماعی معمولاً مبتنی بر وب است، و می توانند از دستگاه های تلفن همراه قابل دسترسی باشند. در واقع شبکه های اجتماعی مجازی ترکیبی از ابزارهای سخت افزارها و نرم افزارهایی هستند که با کمک ویژگی های وب ۲ که کاملاً تعاملی است، اجازه تبادل آسان، فوری، گسترده، ارزان و مطمئن را به کاربران می دهند.

مهم ترین هدف شبکه های اجتماعی گسترش ارتباطات میان فردی است. برای هر گروه و فعالیتی نیاز به انتخاب شبکه های اجتماعی مناسب می باشد تا گروه کاربران منطبق با گروه مخاطبان باشند، شبکه های اجتماعی را می توان در سه دسته ی کلی قرار داد:

شبکه های اجتماعی عمومی : تاکید این

شبکه ها در ارتباط ماندن کاربران با دوستان شان و ارتباط با افراد جدید می باشد و روی موضوع خاصی متمرکز نیستند. سه شبکه اجتماعی معروف و پرطرفدار در سطح جهان عبارتند از:

فیس بوک : بزرگ ترین شبکه اجتماعی در سراسر جهان است. این شبکه اجتماعی محبوب در فوریه سال ۲۰۰۴ توسط زاکر برگ دانشجوی دانشگاه هاروارد تاسیس شد. کاربران در فیس بوک می توانند با دوستانی که دارای حساب کاربری هستند، عکس، فیلم یا پیغام به اشتراک بگذارند. آمارها نشان می دهد در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۸ فیس بوک دارای ۲.۳۲ میلیارد کاربر فعال ماهانه بوده است. البته باید توجه کرد که شرکت فیس بوک دارای چهار محصول کلیدی است: شبکه اجتماعی فیس بوک؛ فیس بوک مسنجر؛ واتس آپ و اینستاگرام.

توییتر : توییتر یک شبکه و سرویس ارائه دهنده

میکرو بلاگ است که در سال ۲۰۰۶ تاسیس شد و به کاربران خود اجازه می دهد تا ۱۴۰ حرف، پیام متنی را که توییتر نامیده می شود، ارسال نمایند. در توییتر علاوه بر افزودن نوشتار می توان فیلم، عکس و صدا را نیز ارسال کرد. در حال حاضر بیش از ۳۲۰ میلیون کاربر ماهانه فعال دارد.

یوتیوب : بزرگ ترین و محبوب ترین رسانه ی

تصویری در بین شبکه های اجتماعی است که در سال ۲۰۰۵ تاسیس شد و یک سال بعد توسط کمپانی گوگل خریداری شد. این شبکه اجتماعی در حال حاضر ۲ میلیارد کاربر ماهانه فعال دارد.

■ **شبکه های اجتماعی موبایلی:** رشد شبکه های اجتماعی تحت موبایل که بر بستر اپلیکیشن فعالیت می کنند روز به روز بیشتر می شود. از پرکاربردترین شبکه های اجتماعی موبایلی عبارتند از:

■ **تلگرام:** مبتنی بر خدمات ارسال پیام فوری است که در سال ۲۰۱۳ راه اندازی گردید. سرعت و امنیت مهم ترین دلیل گسترش سریع برنامه تلگرام است. دردسترس بودن، پشتیبانی از فرمت فایل ها، همزمانی در تماشای و گوش دادن ویدئو و تایپ کردن، ایجاد و پیوستن به گروه، قابلیت جستجوی گروه ها بر اساس شناسه، وجود ربات ها جهت اتصال بین وب سایت های خبری و هسته اصلی تلگرام همچنین قابلیت های فراوان دیگر باعث اقبال آن در بین کاربران گشته است.

■ **اینستاگرام:** نخستین نسخه اینستاگرام در سال ۲۰۱۰ راه اندازی شد. این شبکه ی اجتماعی به سرعت محبوبیت کسب کرد و امروزه یک میلیارد کاربر ماهانه فعال دارد. این شبکه اجتماعی تلفن همراه به کاربران اجازه می دهد تا عکس ها و ویدیوها را ویرایش و به اشتراک بگذارند ۴۱ درصد کاربران آن ۲۴ ساله و کمتر هستند و به علت ماهیت بصری برنامه ها، سرعت بالا و ابزار بازاریابی رسانه ای بسیار مورد توجه مشاغل تجاری است.

از مزایای شبکه های اجتماعی می توان به موارد زیادی اشاره کرد چون انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی، امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ های مختلف شکل گیری و تقویت خرد جمعی، امکان بیان ایده ها به صورت آزادانه و ارتباطات دوسویه، کارکرد تبلیغی و محتوایی، یکپارچه سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی، توسعه مشارکت های مفید اجتماعی، افزایش سرعت در فرآیند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه روزی بین استاد و شاگرد، ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان. ولی با همه ی این مزایا، شبکه های اجتماعی پیامدهای منفی همانند شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب، تبلیغات ضد دینی و القای شبهات، نقض حریم خصوصی افراد، انزوا و دور ماندن از محیط های واقعی اجتماعی، تاثیرات منفی رفتاری داشته اند.

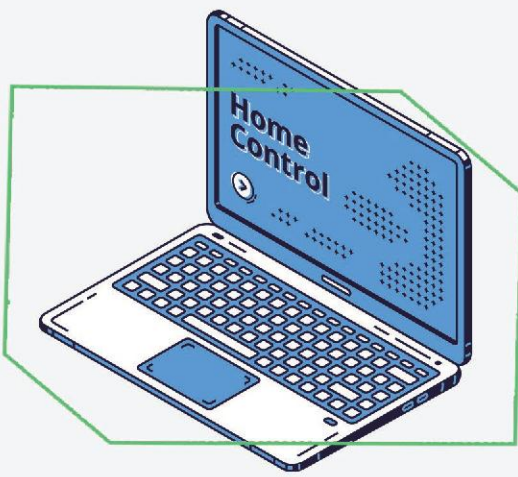
■ آرشيو رسانه های اجتماعی

اصطلاح آرشیوسازی در بافت رسانه های اجتماعی به معنای برداشت و ذخیره سازی محتوا در یک سپردنگاه دیجیتالی بر اساس قواعدی که مالک محتوا ایجاد کرده است و قابلیت های ارائه دهنده خدمت تعریف می شود. نگهداری از یادداشت های وبلاگ ها و توییت ها دشوارتر از نگهداری اسناد سنتی و چاپی است و همکاری گروهی مهندسان رایانه و آرشیویست ها در جهت دسترس پذیری این اسناد برای آینده باید مورد توجه قرار گیرد. آرشیو وبی که هدف اساسی آن، باید فراهم آوری و دسترسی برای پژوهشگران، مورخان و افرادی باشد که به هر دلیل، امکان حضور فیزیکی در مراکز اسناد را ندارند و نیز عموم کاربرانی که بخواهند در قالب دیجیتالی به مجموعه های تاریخی دسترسی داشته باشند و راحت بتوانند با وارد کردن نشانی اینترنتی وب سایت موردنظر خود، به آرشیو سایت در سال و ماه موردنظر دسترسی و از اطلاعات آن بهره بگیرند. البته آرشیو وبی، فقط به وب سایت ها محدود نمی شود بلکه متون، تصاویر، فایل های دیداری و شنیداری و نرم افزارها را نیز باید دربرگیرد. چشم انداز بهره گیری از رسانه های اجتماعی در حال تغییر است. در ابتدا این ابزار توسط عموم مردم و بیشتر به منظور سرگرمی استفاده می شد؛ اما در حال حاضر بسیاری از سازمان ها برای تبادل اطلاعات و نیز آرشیوسازی پیشینه ها از آن بهره می گیرند.

آرشیوسازی شبکه های اجتماعی به برنامه ریزی بلندمدت، پژوهش های عمیق، نیازسنجی و امکان سنجی نیاز دارد و باید در تمام مراحل کار از متخصصان حوزه آرشیو، علم اطلاعات و علوم رایانه بهره برد. به اختصار به هر یک از این برنامه ها می پردازیم:

■ **رعایت مالکیت فکری:** به طورقطع، آرشیوسازی منابع شبکه های اجتماعی، نباید به معنی پایمال کردن حق مؤلف، بلکه باید در راستای تقویت آن باشد. متولیان امر باید این نکته برجسته را نیز مدنظر داشته باشند.

■ **سازمان دهی منابع:** شیوه ذخیره سازی باید صحیح باشد تا بازیابی به گونه ای سریع، دقیق و صحیح صورت گیرد.



اینترنت آرکایو یک نهاد غیرانتفاعی با هدف ایجاد کتابخانه ای از سایت های اینترنتی است. لینکداین، فیس بوک، توئیتر و اینستاگرام بیشترین رسانه های اجتماعی هستند که محتوای آن ها برداشت و آرشیو می شود. اینترنت آرکایو دربرگیرنده لایه های ذخیره سازی و کشف اطلاعات است. اینترنت آرکایو به صورت عمومی و کلی به عنوان یک ابزار برداشت داده ها از رسانه های اجتماعی استفاده می شود و اولین بار در سال ۲۰۰۶ ایجاد شده و به سازمانها کمک می کند تا مجموعه ای از محتوای دیجیتال را برداشت، ساخت و ذخیره کنند. بیش از ۴۰۰ سازمان شریک در ۴۸ ایالت ایالات متحده و ۱۶ کشور در سراسر جهان کار می کنند. انواع سازمان هایی که با آن کار می کنند عبارتند از: کتابخانه های کالج و دانشگاه، آرشیو امور خارجه، کتابخانه ها و انجمن های تاریخی، موسسات فدرال و سازمان های غیر دولتی، موزه ها و کتابخانه های هنری، کتابخانه های عمومی، شهرها و حومه ها کتابخانه های ملی استرالیا، ایالات متحده، انگلستان، فرانسه، سوئد، دانمارک از جمله کتابخانه های پیشگام در عرصه آرشیوسازی وب بوده اند و پروژه های دیگری نظیر پاندورا در استرالیا، یورویانا در اروپا، و آرشیو اینترنت نیز در حال آرشیو سازی منابع وبی هستند. پژوهش های گوناگونی در حوزه مرتبط با اسناد الکترونیکی و رسیدن به مدلی برای پیاده سازی آرشیو وب در ایران نیز صورت گرفته است و برگزاری در همایشی مرتبط با مدیریت اطلاعات در محیط وب که اسفندماه سال ۱۳۹۱ در سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران برگزار شد، اهتمام متخصصان ایرانی را برای رسیدن به راهکارهای عملیاتی کردن آرشیو وبی در ایران نمایان ساخت.

از آنجاکه فراداده ها به توصیف عناصر اطلاعاتی می پردازند، می توانند در مدیریت پیشینه های آرشیوی استفاده شوند. فراداده های مربوط به پیشینه، نه تنها در نگهداری پیشینه به عنوان یک شیء اطلاعاتی عمل می کنند. بلکه فراداده های مبتنی بر رخداد و فرایند نیز برای ثبت همه ابعاد درگیر در فرایندها و فناوری های نگهداری از پیشینه مورد نیاز هستند.

■ **آموزش کارکنان:** کتابداران و آرشیویست های متخصص و تربیت شده باید وارد عمل شوند. آن ها باید آموزش ببینند که چگونه دست به انتخاب منابع بزنند و چه منابعی را استخراج کنند و نسبت به ثبت اطلاعات آن ها اقدام نمایند. ■ برنامه ریزی گام به گام و منظم و مدیریت اصولی، علمی و تخصصی و نیز دارابودن سخت افزاری و نرم افزاری برای تحقق این امر، نکته های دیگری است که باید در این راه مورد توجه قرار گیرند.

■ فرایند مدیریت اسناد

در مدیریت اسناد پنج فرایند اصلی وجود دارد. ■ فراهم آوری، سازماندهی، ارزشیابی، اشاعه اطلاعات، حفاظت و نگهداری. در مدیریت اسناد و مدیریت اسناد الکترونیکی به فرایند حفاظت و نگهداری اسناد بیش از سایر فرایندها توجه شده؛ ولی در مدیریت اسناد رسانه های اجتماعی به فرایند فراهم آوری بیش از سایر فرایندها توجه شده است.

■ **آرشیو اینترنت (اینترنت آرکایو)** در سال ۲۰۰۱ به بعد کار خود را برای آرشیوسازی محتوای وب آغاز کرد. با وارد کردن نشانی اینترنتی می توان آرشیو یک وبگاه را در اختیار داشت. آرشیو اینترنتی یا اینترنت آرکایو، پایگاهی است که دسترسی جهانی به تمام دانش شعار آن است. این پایگاه دسترسی عمومی و رایگان به مجموعه های مواد دیجیتالی شده شامل صفحات وب، نرم افزارهای کاربردی، بازی ها، موسیقی، تصاویر، فیلم ها و میلیون ها پیشینه دیگر را فراهم می سازد.



در گذشته، نقش آرشیوها بیشتر حفاظت از مواد آرشیوی بود. درچنین رویکردی آرشیویست‌ها نگرهبانان فیزیکی پیشینه‌های راکد بودند؛ اما در رویکردهای فعلی علاوه بر نگرهبانی فیزیکی، مسئولیت یکپارچگی فیزیکی، فکری و دسترس پذیری آن‌ها برای استفاده مجدد نیز به مسئولیت‌های آن‌ها اضافه شده است. یکی از مهم‌ترین جنبه‌های قابل توجه درباره این رویکرد این است که آرشیویست نقش واحدی در ارائه برای دفاع فیزیکی و نیز اخلاقی دارد. با توجه به مزایایی که برای شبکه‌های اجتماعی برشمردیم، به دو جنبه متفاوت از کاربرد شبکه‌های اجتماعی در آرشیو می‌توان پرداخت.

جنبه ابزاری آن: ارائه خدمات مبتنی بر کاربرد شبکه‌های اجتماعی در آرشیوها است. جنبه سندی آن: آرشیو محتوای شبکه‌های اجتماعی. خدمات اطلاع‌رسانی در نظام آرشیوی به دو صورت انجام می‌شود:

■ **خدمات بی واسطه:** عبارت است از ایجاد تسهیلات لازم برای محققان و علاقه‌مندان جهت مراجعه مستقیم به سازمان آرشیوی برای دیدن و استفاده کردن از اسناد آن.

■ **خدمات باواسطه:** عبارت است از تهیه ابزارهای کمکی از قبیل تهیه فهرست، تبلیغ، آگهی و برگزاری نمایشگاه‌های دائمی و یا فصلی و موضوعی جهت ارائه موجودی و آمادگی برای ارائه خدمات.

شبکه‌های اجتماعی برای آرشیوها، اشتراک اطلاعات درباره مجموعه‌شان را تسهیل می‌کند. سپس با رقومی کردن موجودی، کاربران می‌توانند نه تنها به اطلاعات درباره اسناد بلکه به خود سند، دسترسی مستقیم داشته باشند.

آرشیوها می‌توانند از مزایای شبکه‌های اجتماعی در ابعاد ذیل کمک بگیرند:

امکان ایجاد نمونه‌های مجازی از مخازن آرشیو و نمایشگاه‌های مجازی، معرفی فعالیت‌های آرشیو (در مفهوم عام و کلی آن)، معرفی مرکز (آرشیو) مانند ساعت کاری، خدماتی که ارائه میشود و ... جذب کاربران جدید در محیط‌هایی مانند فیس‌بوک، ارتقای سواد اطلاعاتی کاربران، گسترش مجموعه و افزایش منابع آرشیو، آموزش حفاظت از اسناد به کاربران، راهنمایی

مردم در جهت آرشوسازی اسنادشان ارتباط با دیگر آرشیویست‌ها و توسعه بیشتر حرفه، ارتباط با حامیان مالی، افزایش دسترسی افراد به مجموعه و تنوع کاربران، افزایش اهمیت آرشیو در نظر کاربران، افزایش ارتباط، تعامل و مشارکت کاربران، شناسایی کاربران به عنوان منبع ارزشمندی از اطلاعات.

از معایب آن می‌توان به پرهزینه بودن تکنولوژی، زمان بر بودن برنامه‌ها و اندک بودن زمان کارکنان آرشیو، نیاز به طی شدن سلسله مراتب مدیریت برای تصویب استفاده از این فناوری‌ها، عدم اطمینان نسبت به رایگان ماندن برنامه‌ها، مسائل امنیتی: نظیر عدم اطمینان نسبت به حفاظت داده‌ها از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی، خطر دسترسی به اطلاعات توسط اشخاص با انگیزه‌های تجاری، احتمال سوءاستفاده تحت نام یک سازمان خاص اشاره کرد.

با توجه به مزایا و مشکلات ذکر شده، جنبه‌های منفی احتمالی ناشی از بکارگیری این برنامه‌ها سنگین‌تر از مزایای بالقوه آن‌ها به نظر نمی‌رسد و همین امر نیز می‌تواند لزوم بکارگیری شبکه‌های اجتماعی در آرشیوها را از طریق به حداقل رساندن این معایب توجیه نماید.

■ تفاوت دسترسی به محتوای وب از طریق آرشیو اینترنت و موتور کاوش

یکی از این ابزارها موتورهای کاوش هستند. موتورهای کاوش نسبت به نمایه‌سازی صفحات وب و کمک به کاربران در بازیابی اطلاعات آن‌ها اقدام می‌کنند. با این وجود، تنها زمانی امکان اطمینان از بازیابی صفحات وب فراهم است که اطلاعات نمایه شده این صفحات در پایگاه اطلاعاتی موتورهای کاوش قرار گرفته باشد؛ اما باید بیان داشت که عمق نمایه‌سازی موتورهای کاوش عمومی و تخصصی با فرایند ابزارهای آرشوسازی صفحات وب متفاوت است. که در این مقاله تمرکز در آن بر روی رسانه‌های اجتماعی آرشیو اینترنت است که «اجتماعی است از عمق و کیفیت متفاوت تری نسبت به موتورهای کاوش برخوردار است. درحالی که در موتورهای کاوش فرایند بازیابی مورد توجه است؛ در فرایند آرشیو سازی اینترنت، برداشت و آرشیو کردن صفحات وب به منظور دسترسی در آینده مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

در این مقاله سعی شد که پیوند میان آرشیو و شبکه های اجتماعی به روشنی نشان داده شود و تاکید بر ضرورت پرداخت به این پدیده نوظهور باشد. چرا که تا به امروز فعالیت چندان در آرشیوسازی شبکه های اجتماعی در ایران صورت نگرفته است. از یک سو با توجه به چالش هایی که در برابر محتوای تولیدشده در محیط وب و به خصوص در رسانه های استاندارد جهت آرشیوسازی اجتماعی وجود دارد و از سوی دیگر فقدان نرم افزار محتوای این منابع در داخل کشور، پیشنهاد می شود صاحبان محتوا در بازه های زمانی مشخص، نسبت به تهیه نسخه های پشتیبان از مطالب تولید شده اقدام نمایند، تا بتوان در رسانه های اجتماعی در صورت مواجه شدن با آسیب های احتمالی سرور اصلی از نسخه آرشیو آن اطمینان حاصل نمود. درنهایت باید در نظر داشت که آرشیو کردن باید رسالت ثبت حافظه مؤسسات باشد. محتوای رسانه های اجتماعی به طور کلی نباید منحصر به آرشیویست ها، کتابداران، پژوهشگران، ناشران باشد بلکه باید با یکدیگر برای توسعه مدل های جدید و ابزارهای اختصاصی آرشیو کردن رسانه های اجتماعی تلاش کنیم. امید است که در آینده اقدامات شایانی در این مبحث صورت گیرد و فکری درخصوص طراحی نرم افزار بومی برای آرشیو سازی شبکه های اجتماعی صورت گیرد.

منابع

- خداداد شهری، نیره (۱۳۹۴). بهره برداری از شبکه های اجتماعی در آرشیوها. در رسانه های اجتماعی در مراکز اطلاع رسانی. مجموعه مقالات هشتمین همایش سراسری اتحادیه انجمن های علمی - دانشجویی علم اطلاعات و دانش شناسی، تهران، آبان ۱۳۹۴، دانشگاه شهید بهشتی.
- سلیمی، الهام (۱۳۹۵). بررسی میزان حضور پژوهشگران پر تولید ایرانی در شبکه اجتماعی ریسرچ گیت و پایگاه استنادی اسکوپوس با روش آلت متریکس. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهرا.
- ولی زاده، بهناز (۱۳۹۶). نقش شبکه های اجتماعی موبایلی در توسعه خدمات کتابخانه های دانشگاهی با تاکید بر شبکه اجتماعی تلگرام. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهرا.
- خانیکی، هادی و بابایی، محمود (۱۳۹۰). فضای سایبر و شبکه های اجتماعی؛ مفهوم و کارکردها، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، دوره اول، شماره ۱، پاییز و زمستان.
- بهرامسری، شیوا و غائبی، امیر و کیانی خوزستانی، حسن (۱۳۹۶). بهره مندی آرشیو ملی ایران از شبکه های اجتماعی همراه: نگرش مدیران و کارکنان، گنجینه اسناد، سال بیست و هفتم، شماره ۱۰۶، تابستان.
- خداداد شهری، نیره و کربلایی کامران، معصومه و غائبی، امیر (۱۳۹۶). مدیریت اسناد رسانه های اجتماعی: تحلیل محتوای دستنامه های مدیریت اسناد رسانه های اجتماعی ملی جهان، گنجینه اسناد، دوره ۲۷، شماره ۱، بهار.
- اصنافی، امیررضا (۱۳۹۵). تأملی بر آرشیو سازی رسانه های اجتماعی، گنجینه اسناد، دوره ۲۶، شماره ۲، تابستان.

مروری بر صفحات اینستاگرام آرشیوهای جهان

ضرورت داشتن تگ لاین (پیام) برای آرشیو های ملی

خدیجه سلطانیان

دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهرا (س)، ورودی ۹۷

S o l t a n i a n 2 7 @ y a h o o . c o m



علامت، نشان یا پیام، عناصر کلیدی در هویت و ارزش ویژه هر سازمان و دانشگاه می‌باشند. امروزه تقریباً همه دانشگاه‌ها و اغلب آرشیوهای ملی در دنیا، از پیام‌هایی برای معرفی بهتر خود استفاده می‌کنند. همان‌طور که شرکت‌ها از این طریق تصویر یک محصول را باهدف شناسایی و یادآوری آن محصول ارتقاء می‌دهند و سبب می‌شوند که آن محصول در ذهن مصرف‌کنندگان متفاوت به نظر برسد. آرشیوهای ملی و دانشگاه‌ها نیز برای به تصویر کشیدن خود و یادآوری در اذهان عموم، نیاز به داشتن پیام و نشانی ویژه خود هستند. با تکیه بر این سخن می‌توان گفت که برچسب‌ها و پیام‌ها کمک می‌کنند تا هر نهاد و سازمان خودش را با چند کلمه معرفی کرده، هویتش را مهر کند و آن هویت را در مقایسه با سایر دانشگاه‌ها و آرشیوها استوارتر و متفاوت‌تر کند. هرچه بیشتر مردم با پیام آرشیوها و دانشگاه‌ها آشنایی داشته باشند، دل‌بستگی عاطفی آن‌ها بیشتر می‌شود و با هر بار خواندن این پیام‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند.

تگ لاین^۱ گروهی از کلمات یا عبارتی هستند که به شیوه‌ای ترکیب شده‌اند که بتوانند یک سازمان، یک محصول و یا یک شرکت را معرفی کنند و موجب خلق اثری ماندگار در ذهن مخاطبان شوند. علت داشتن تگ لاین برای شرکت‌ها، سازمان‌ها، دانشگاه‌ها به همان دلیل است که آن‌ها لوگو دارند، همان‌طور که لوگوها به‌صورت بصری، یک سازمان را معرفی می‌کنند، تگ لاین به‌صورت کلامی معرف آن سازمان است. هم لوگو و هم تگ لاین هر دو توجه مراجعه‌کننده را جلب می‌نمایند. به‌علاوه ویژگی مشترک دیگر لوگو و تگ لاین این است که به راحتی قابل فهم است و در خاطر می‌ماند. نکته‌ای دیگر که در مورد تگ لاین حائز اهمیت است؛ آن است که تگ لاین مانند لوگو بوده و پس از تعیین، تغییر نمی‌کند.

پس هدف از تگ لاین و پیام برای آرشیوهای ملی و دانشگاه‌ها و دیگر سازمان‌ها، باقی گذاشتن کلید پیام در ذهن مراجعه‌کننده است. چراکه این پیام‌ها بهتر و بیشتر در یادها می‌مانند.



مروری برصفحات اینستاگرام آرشیوهای جهان

با توجه به پیام سال ۲۰۲۰ اینستاگرام به معرفی چند صفحه اینستاگرام آرشیوهای ملی کشورها و پیام ویژه آن‌ها می‌پردازیم.

پیام اینستاگرام در سال ۲۰۲۰

■ همه چیز را، از لحظه‌های روزانه خود تا لحظه‌های زیبای زندگی را به اشتراک بگذارید

آرشیو ملی انگلستان

صفحه اینستاگرام آرشیو ملی انگلستان:

[/https://www.instagram.com/nationalarchivesuk](https://www.instagram.com/nationalarchivesuk)

پیام آرشیو ملی انگلستان:

■ ما نگهبان بیش از ۱۰۰۰ سال اسناد نمادین هستیم



آرشیو ملی هاروارد

صفحه اینستاگرام آرشیو دانشگاه هاروارد:

[/https://www.instagram.com/harvardarchives](https://www.instagram.com/harvardarchives)

پیام آرشیو ملی هاروارد:

■ ما تاریخ یک ملت را حفظ می‌کنیم



آرشیو ملی استرالیا

صفحه اینستاگرام آرشیو ملی استرالیا:

<https://www.instagram.com/naagovau/?hl=en>

پیام آرشیو ملی استرالیا:

■ حافظه + شواهد



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

صفحه اینستاگرام سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران:

[/https://www.instagram.com/nlai_ir](https://www.instagram.com/nlai_ir)

پیام آرشیو ملی ایران:

■ اینجا حافظه ملی ایرانیان است





زهرا نیک بخت

دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهرا (س) - ورودی ۹۷

Zahraa.nikbakht@gmail.com

ضرورت آرشیو سازی رسانه‌های اجتماعی

مصاحبه با دکتر امیررضا اصنافی

■ ولی باید به صورت هدفمند و دارای برنامه و نه از روی یک موج و مد گذرا. همه آرشیوهای معتبر دنیا از رسانه‌های اجتماعی برای اطلاع‌رسانی سریع‌تر به کاربران استفاده می‌کنند ولی باید برای بهره‌گیری از این ابزارها پروتکل‌های ویژه‌ای تدوین کرد.

۴. چه ضرورتی در آرشیو سازی رسانه‌های اجتماعی می‌بینید مختصراً توضیح بفرمایید؟

■ از آنجاکه اطلاعات موجود در وب و شبکه‌های اجتماعی سریع کهنه می‌شوند و به‌ویژه در خصوص شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی سازوکار مشخصی برای ذخیره‌سازی اطلاعات آن‌ها نیست باید استانداردهای ویژه‌ای برای این کار تدارک دیده شود. البته نرم افزارهایی برای استخراج و ذخیره‌سازی اطلاعات از شبکه‌هایی نظیر توییتر و فیس‌بوک در جهان طراحی شده ولی باید دید با توجه به اینکه در کشور ما نیز رسانه‌های اجتماعی به شدت مورد اقبال جامعه است آرشیو ملی ایران به‌عنوان متولی اصلی تدوین استانداردهای آرشیوی چه برنامه‌ای برای آینده دارد. در صورتی که نتوانیم محتوای رسانه‌های اجتماعی را آرشیو کنیم عملاً برای آیندگان هیچ اطلاعات و اثری از زمان فعلی باقی نخواهیم گذاشت.

۵. از نظر شما اکثریت مخاطبان این شبکه‌ها در جهت استفاده از فضای آرشیو چه قشری از جامعه خواهند بود؟ چرا؟

■ همه اقشاری که به اطلاعات نیاز دارند می‌توانند بهره‌مند شوند. فرقی نمی‌کند نسل جوان یا مسن‌تر. هرکس که به اطلاعات احتیاج دارد تلاش می‌کند ابزارهای دسترسی را هم تهیه کند و مهم‌تر از همه، امکان درک اطلاعات به‌دست آمده را هم داشته باشد. مهم‌تر از داشتن ابزار، داشتن تفکر عمیق و فلسفی نسبت به مطالبی است که در این رسانه‌ها تسهیم می‌شود. باید توجه داشت با ابزارهای فناورانه حاضر، جعل و دست‌کاری اسناد به راحتی امکان‌پذیر است و افراد نیاز دارند تا با داشتن تفکر انتقادی بهتر بتوانند این مسأله را درک کنند. به‌هرحال استفاده از رسانه‌های اجتماعی در آرشیوها ضروری است ولی مهم‌تر از آن داشتن برنامه راهبردی است برای بهره‌گیری مناسب از آن‌ها.

با سلام و احترام و آرزوی قبولی طاعات از زمانی‌که برای مصاحبه در اختیار نشریه گذاشتید، سپاسگزارم.

با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی ابزارهایی هستند که با رویکرد اجتماعی فعالیت می‌کنند؛ از شما خواهشمندم تا به چند سؤال در رابطه با تأثیر رسانه‌های اجتماعی در آرشیو پاسخ دهید.

۱. احتراماً خودتان را برای مخاطبان فصلنامه آرشیو معرفی بفرمایید.

■ امیررضا اصنافی، مدیر گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی هستم. پایان نامه دکتری‌ام در حوزه بررسی قابلیت‌های یونی‌مارک در طراحی یک نرم‌افزار بهینه آرشیوی بود. حوزه‌های موردعلاقه‌ام آرشیو، علم‌سنجی و کاربرد فناوری اطلاعات در مدیریت منابع اطلاعاتی است.

۲. به نظر شما رسانه‌های اجتماعی چه تأثیری می‌توانند در آرشیو داشته باشند؟

■ این رسانه‌ها نقش چشمگیری در انتقال اطلاعات آرشیوی دارند لیکن چالش‌های این شبکه‌ها میرا بودن، تنوع زیاد و نداشتن مکانیسمی برای ذخیره و آرشیو کردن اطلاعات برای آیندگان است.

۳. استفاده از رسانه‌های اجتماعی مانند (تلگرام، اینستاگرام، واتساپ، توییتر و...) را تا چه میزان برای آرشیو ضروری می‌بینید؟

■ به‌هرحال این ابزارهای ارتباطی، جزو ضروریات زندگی بشر امروز شده‌اند و آرشیوها هم از این قضیه مجزا نیستند. قطعاً برای تعامل بیشتر با کاربران و پویایی آرشیوها که از تأکیدات مهم شورای جهانی آرشیوها (ایکا) است؛ باید از این ابزارها استفاده کرد



معرفی آرشیو ملی اسکاتلند

حدیثه افضل‌ی پور

دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد

afzalipourhadis@gmail.com

تاریخچه

اما پرونده‌های کامل مجلس تا سال ۱۴۶۶ آغاز نشده است. تاریخ اولین منبع به یک مقام رسمی دولتی به سال ۱۲۸۶ برمی‌گردد؛ زمانی که ویلیام^۱ از دامفریس^۲ دفتردار طومارهای کلیسای سلطنتی یا وزارتخانه دارایی بود و آن اداره بعدها به اداره لرد کلرک رجیستر^۳ تبدیل شد.

هنگامی که جنگ بین اسکاتلند و انگلیس در سال ۱۲۹۶ و حمله به ادوارد اول آغاز شد، او تمام نمادهای ملیت اسکاتلندی، نشان‌ها و علائم شاهانه، آرشیوهای ملی و سنگ تقدیر را به لندن برد. پیمان ادینبورگ - نورتهمپتون^۴ اولین جنگ استقلال‌طلبی را در سال ۱۳۲۹ به پایان رساند و بازگشت اسناد به اسکاتلند را فراهم کرد؛ اما آن‌ها در لندن ماندند، بسیاری از آن‌ها ناپدید شدند و هنگامی که بقایای آن‌ها در سال ۱۹۴۸ به اسکاتلند ارسال شد، فقط حدود ۲۰۰ سند باقیمانده بود و لازم بود برای اسناد انباشته‌شده در طول قرن‌ها و در اواسط قرن شانزدهم، یک «خانه ثبت» ویژه در قصر ادینبورگ احداث شود.

آرشیو در قصر تا زمان تصرف آن توسط ارتش کرامول در دسامبر ۱۶۵۰ در امان ماند. به اسکاتلندی‌ها اجازه داده شد آرشیوها را حذف کنند و به قصر استرلینگ^۵ سپرده شدند. هنگامی که در اوت ۱۶۵۱ نیز به دست انگلیسی‌ها افتاد، بعضی از پرونده‌ها توسط پادگان‌ها برده شدند، برخی توسط دفتردارها نجات یافتند، اما بیشتر آن‌ها به لندن فرستاده شدند. حذف آن‌ها بسیار ناخوشایند بود، بنابراین در سال ۱۶۵۷ ثبت‌های قانونی به اسکاتلند بازگردانده شد. دیری نگذشت تا زمان استرداد چارلز دوم^۶ در سال ۱۶۶۰ که دیگر اسناد برگشت داده شد و یکی از دو کشتی حامل آرشیوها، با از دست دادن تمام کاغذها و نسخ خطی هیئت‌مدیره در ساحل شمال‌غربی غرق شد.

آرشیو اسناد ملی اسکاتلند^۱ در تاریخ ۱ آوریل ۲۰۱۱، به دنبال ادغام اداره ثبت ملی اسکاتلند و آرشیوهای ملی اسکاتلند تأسیس شد. از نظر اهداف اجرایی، این مرکز در جایگاه فرهنگ و کار عادلانه در اقتصاد دولت اسکاتلند قرار گرفته و به سرپرستی پل لاو^۲ به‌عنوان رئیس اجرایی که وظیفه مدیریت اجرایی دو اداره غیر وزارتخانه‌ای اداره ثبت ملی اسکاتلند و حافظان اسناد اسکاتلند را نیز بر عهده دارد، اداره می‌شود.

آرشیو اسناد ملی اسکاتلند زیر نظر هیچ وزارتخانه‌ای در دولت اسکاتلند نیست. هدف این مرکز جمع‌آوری، حفظ و تولید اطلاعات درباره مردم و تاریخ اسکاتلند و در دسترس قرار دادن آن برای اطلاع‌رسانی به نسل‌های فعلی و آینده است. اسناد ملی اسکاتلند یکی از متنوع‌ترین مجموعه‌های آرشیو در جزایر انگلیس را دارا است. این مرکز، آرشیو اصلی برای منابع تاریخ اسکاتلند به عنوان یک پادشاهی مستقل، نقش آن در جزایر بریتانیا و ارتباط‌های بین اسکاتلند و بسیاری از کشورهای دیگر در طول قرن‌هاست.

تاریخ اولیه آرشیو اسکاتلند بیانگر تاریخ آشفته اسکاتلند است. بسیاری از اسناد در نتیجه خارج شدن از کشور ابتدا در قرن سیزدهم توسط ادوارد اول^۳ در جنگ‌های استقلال‌طلبی و بعداً توسط الیور کرامول^۴ در قرن ۱۷ از بین رفت. در نتیجه، اولین سند عمومی باقیمانده از اسکاتلند، Quit-claim of Canterbury به سال ۱۱۸۹ و قدیمی‌ترین سند شخصی، منشور دیوید اول^۵ در کلیسای سنت کاتبرت ادینبورگ^۶، به سال ۱۱۲۷ است. قدیمی‌ترین طومار مالی باقیمانده متعلق به سال ۱۳۲۶ است. اسناد مهرشده بزرگ فقط از سال ۱۳۱۵ باقی مانده است و اگرچه تعدادی از طومارهای اولیه از سال ۱۲۹۲ شروع می‌شود،

۱. the National Archives of Scotland
۲. Paul Lowe
۳. Edward I
۴. Oliver Cromwell
۵. David I
۶. St Cuthbert in Edinburgh
۷. William
۸. Dumfries
۹. Lord Clerk Register
۱۰. The Treaty of Edinburgh Northampton
۱۱. Stirling Castle
۱۲. Charles II

آمارهای تولیدشده در کشور از جمله خلاصه‌های آماری آخرین سرشماری جمعیت اسکاتلند، نامه‌های پرتکرار کودک برای پسران و دختران، مهم‌ترین دلایل مرگ‌ومیر در اسکاتلند، پیشینه آمارهای ملی و رسمی، سیاست‌ها و شیوه‌های استفاده‌شده برای تولید آن‌ها و خط‌مشی‌های تجدیدنظر شده و اطلاعات مربوط به گروه‌ها و سمینارهای مشاوره مرتبط با اسناد ملی اسکاتلند صورت می‌گیرد.

بخش ثبت مرکزی خدمات ملی سلامت شامل اطلاعات مربوط به ثبت تحقیقات پزشکی، اطلاعاتی که نگهداری می‌شود و کسانی که به آن دسترسی دارند و همچنین جزئیات چگونگی استفاده از این اطلاعات برای برنامه‌های تحقیقاتی پزشکی در این بخش وجود دارد. اطلاعات در مورد مناطق جغرافیایی و خلاصه کد پستی اسناد ملی اسکاتلند، تهیه لینک داده برای پروژه‌های تحقیق آماری که به نظر قانونی، اخلاقی و در جهت منافع عمومی است با همکاری انفورماتیک و ارتباطات اسکاتلند از دیگر وظایف این بخش است.

■ بخش پژوهش

این بخش چگونگی دسترسی عموم مردم به اسناد ملی اسکاتلند با استفاده از کانال‌های مختلفی از جمله خدمات داخلی، خدمات دیجیتال، آموزش و یادگیری و با همکاری سایر سازمان‌ها را توصیف می‌کند. همچنین با راهنمای تاریخچه خانوادگی مروری کلی از اسناد برای کمک به ردیابی اجداد اسکاتلندی شهروندان به صورت آنلاین، در مرکز ادینبورگ و مراکز تاریخ محلی خانوادگی در مناطق دیگر اسکاتلند خدماتی را فراهم می‌کند.

■ بخش حفاظت اسناد

اطلاعات مربوط به حفظ و نگهداری آرشیوها، راهنمایی برای صاحبان سند شخصی، اطلاعات مربوط به قانونی که آرشیوها تحت آن فعالیت می‌کنند، از جمله قانون آزادی اطلاعات (اسکاتلند)، قانون حفاظت از داده‌ها، مقررات مربوط به اطلاعات زیست‌محیطی (اسکاتلند) و قانون اسناد عمومی، راهنمای مدیریت اسناد در همه قالب‌ها، قانون اسناد عمومی (اسکاتلند) قانون ۲۰۱۱ که مقررات مناسبی برای مقامات رسمی معرفی شده جهت تهیه و اجرای یک برنامه مدیریت اسناد فراهم می‌کند و سیاست‌ها و خط‌مشی‌های مربوط به اسناد در زمینه‌هایی مانند انتخاب اسناد دولتی و حفاظت از داده‌ها در این بخش ارائه می‌شود.

پرونده‌هایی که از سفر دریایی شمال عبور کرده بودند دوباره به قصر ادینبورگ سپرده شدند؛ اما در سال ۱۶۶۲ ثبت‌های قانونی به خانه پارلمان لای^۱ در رویال مایل ادینبورگ منتقل شدند، جایی که اسناد پارلمان به سایر اسناد قصر در سال ۱۶۸۹ پیوستند. این اقدام تا حدی برای ارتقاء دسترسی به اسناد طراحی شده بود، اما محل اسکان رضایت‌بخش نبود و آرشیوها به دلیل رطوبت و حشرات خراب شدند. اسناد روی زمین ریخته شده و قسمت پستی کمدها نم‌زده بود. آتش‌سوزی بزرگ سال ۱۷۰۰ که مجلس پارلمان را تهدید می‌کرد، برای ایمنی انتقال کلیه پرونده‌ها به کلیسای سنت گیلز^۲ را اجباری کرد. اگرچه پیمان اتحادیه ۱۷۰۷ تصریح کرد که اسناد عمومی در تمام مدت‌زمان آینده در اسکاتلند باقی می‌ماند، اما هیچ بودجه عمومی برای تأمین اسکان و نظارت کافی برای آن‌ها وجود ندارد.

آرشیو اسناد ملی اسکاتلند از چهار بخش اصلی تشکیل شده است که هر بخش چند بخش فرعی را نیز داراست. در ادامه به معرفی این بخش‌ها و فعالیت‌های خاص آن‌ها می‌پردازیم.

■ بخش ثبت

آرشیو اسناد ملی اسکاتلند وظیفه تنظیم و ثبت تولد، مرگ، ازدواج، مشارکت مدنی و سایر رویدادهای زندگی را در کشور اسکاتلند بر عهده دارد. سفارش گواهی‌ها از ثبت‌های قانونی، ثبت‌های محلی قدیمی و اسناد سرشماری سال‌های ۱۸۴۱ تا ۱۹۱۱ و سفارش یک خلاصه رسمی از ثبت هویت ملی در سال ۱۹۳۹ نیز در این بخش صورت می‌گیرد. پیام‌های تبریک پادشاه و ملکه برای تبریک سالگرد سلطنتی و سالگرد عروسی سال‌های ۶۰، ۶۵، ۷۰ و هرساله پس از آن سال‌ها توسط این بخش از آرشیو اسناد ملی اسکاتلند ارسال می‌گردد.

■ بخش آمار و داده‌ها

در این بخش سازماندهی آمار و لینک به تمام





آشنایی با پورتال آرشیو اروپا

نجمه ابراهیمی

کارشناسی ارشد مدیریت اطلاعات دانشگاه شهید بهشتی - ورودی ۹۸

najmeh.ebrahimi1376@gmail.com



Welcome to the Archives Portal Europe

سال پنجم، شماره پنجم (پیاپی ۲۵)، بهار ۱۳۹۹

پورتال آرشیو اروپا

آنلاین از کتابخانه‌ها، آرشیوها، موزه‌ها و مجموعه‌های سمعی بصری هم تلاش می‌کند.

مزیت

پورتال آرشیو اروپا دسترسی به اطلاعات مربوط به مواد آرشیوی از کشورهای مختلف اروپایی و همچنین اطلاعات مؤسسات آرشیوی در سراسر قاره را فراهم کرده است و شامل بخش‌های متفاوتی است و می‌توان زبان سایت را به زبان کشور موردنظر تغییر داد که این یک مزیت به حساب می‌آید.

بخش جستجو

پورتال آرشیو اروپا دسترسی به اطلاعات مربوط به مواد آرشیوی از کشورهای مختلف اروپایی و همچنین اطلاعات مؤسسات آرشیوی در سراسر قاره را فراهم کرده است و شامل بخش‌های متفاوتی است.

یک تیم بین‌المللی، برای ایجاد یک سرویس وب یک‌جانبه، آرشیوهای اروپا را تا حد امکان در دسترس قرار دادند. کاربران سابقاً مجبور بودند از وبسایت‌های مختلف آرشیوی، برای تحقیقات خود بازدید کنند، اما پورتال آرشیوی اروپا آن‌ها را قادر می‌سازد تا اطلاعات بیشتری را از میلیون‌ها مواد آرشیوی که در صدها مؤسسه آرشیوی ذخیره شده‌اند را پیدا کنند.

اهداف

پورتال آرشیو اروپا طی سال‌ها توسعه جمعی، تلاش‌های چشمگیری برای اجرای استانداردهای با پروفایل‌های مشترک اروپایی و طرح‌واره‌های بین‌المللی و ایجاد ابزارهایی برای مدیریت و انتشار داده‌های پیچیده از طیف گسترده‌ای از آرشیوها در سراسر اروپا، انجام داده است. همچنین این پورتال برای ساختن مطالب آرشیوی در زمینه ارائه میراث فرهنگی به صورت

European Archive Portal:
<https://www.archives-portaleu-rope.net>

You can search in:

- 279,237,536 descriptive units of archives
- 26,825 persons and entities
- 7106 institutions

در بخش جستجوی سایت؛ ۲۷۹،۲۳۷،۵۳۶ مدرک آرشیوی مربوط به واحدهای توصیفی آرشیو، ۲۶،۸۲۵ مربوط به اشخاص و موجودیت‌ها، ۷۱۰۶ مربوط به مؤسسات وجود دارد.



پورتال آرشیو اروپا یکی از مهم‌ترین نقاط عطف به دست‌آمده توسط پروژه‌های APEX و APENet در سال ۲۰۰۹ توسط کمیسیون اروپا پشتیبانی شده است؛ که در آن تا سپتامبر ۲۰۱۵، بیش از ۳۰ شریک پروژه به نمایندگی از تعداد مربوطه از کشورهای اروپایی شرکت کرده‌اند. از اکتبر ۲۰۱۵ به بعد، آرشیو پورتال اروپا توسط بنیاد Archives Portal Europe که اکنون از نظر مالی مستقل است و توسط آرشیوهای ملی کشورهای شرکت‌کننده پشتیبانی می‌شود، حفظ و توسعه خواهد یافت.

این پورتال تلاش قابل توجهی برای استانداردسازی و ایجاد ابزار برای مدیریت و انتشار داده‌های پیچیده از طیف گسترده آرشیوها، در سراسر اروپا انجام داده است. هر شریک، داده‌های خود را قبل از یکپارچه سازی آن‌ها در پورتال، با استفاده از نرم‌افزارهای کاربردی خاص قابل دانلود در سایت و یا ابزار آنلاین موجود در خروجی پورتال، تبدیل به یک فرمت مشترک خواهد کرد. همچنین پورتال آرشیو اروپا در نظر دارد که در آینده مطالب آرشیوی قابل جستجو در زمینه ارائه میراث فرهنگی از کتابخانه‌ها، آرشیوها، موزه‌ها و مجموعه‌های صوتی تصویری آنلاین را تهیه کند.

پورتال آرشیو اروپا همچنین با Europeana همکاری می‌کند تا مواد آرشیوشده را در زمینه رویکرد متقابل خود در ارائه اشیاء میراث فرهنگی به صورت آنلاین از کتابخانه‌ها، آرشیوها، موزه‌ها و مجموعه‌های صوتی و تصویری جستجو و پیدا کند. ما یک شریک مهم استراتژیک اروپا هستیم و با آن‌ها همکاری می‌کنیم تا بتوانیم یک زیرساخت دیجیتال مشترک برای میراث فرهنگی در اروپا ایجاد کنیم.



در این بخش سایت، تصاویر برخی از مدارک قدیمی مربوط به آرشیو کشورهای مختلف موجود است که با انتخاب هر کدام، صفحه‌ی جدیدی باز می‌شود و عکس‌های بیشتر و توضیحات مربوط به آن‌ها را می‌توان مشاهده کرد.

بخش‌های مختلف سایت

در بخش پایانی سایت، چهار قسمت وجود دارد که به توضیحات در مورد موضوعات مختلف پرداخته است:



دسترسی مشترک به آرشیو اروپا

کاربران پیش‌ازاین مجبور به بازدید از وبسایت‌های مختلف بودند. پورتال آرشیو اروپا، آن‌ها را قادر می‌سازد تا اطلاعات بیشتری را از میلیون‌ها مواد آرشیوی که در صدها مؤسسه بایگانی ذخیره شده‌اند، بیابند. پورتال آرشیو اروپا توسط بنیاد آرشیو اروپا که اکنون از نظر مالی مستقل است و توسط آرشیو ملی کشورهای شرکت‌کننده پشتیبانی می‌شود، تشکیل شده است.

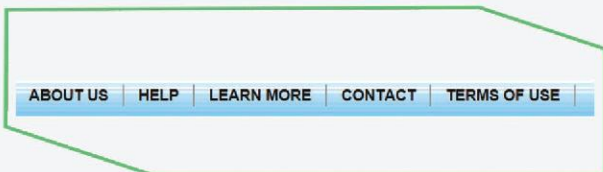


■ جزئیات و خدمات ارتباط



این بخش که می‌تواند برای کاربران بسیار جذاب باشد، دارای تور مجازی است. تور مجازی این امکان را به کاربران می‌دهد تا با انتخاب کشور موردنظر، به سفری مجازی بروند و محیط مؤسسات آرشیوی کشورهای مختلف را مشاهده کنند.

■ بخش اطلاعات و ارتباطات



این بخش که می‌تواند برای کاربران بسیار جذاب باشد، دارای تور مجازی است. این امکان را به کاربران می‌دهد تا با انتخاب کشور موردنظر، به سفری مجازی بروند و محیط مؤسسات آرشیوی کشورهای مختلف را مشاهده کنند.

منبع

European Archive Portal Website. (April 2019) Archives Portal Europe [Web log comment]. Retrieved 2020, May. 14 from <https://www.archivesportaleurope.net>

■ امکانات جستجوی ترکیبی

یک منو با چند گزینه برای کاربران تهیه شده که می‌توانند با انتخاب هر کدام، توضیحات بیشتری را دریافت کنند و در آخر یک واژه‌نامه برای کمک به کاربران وجود دارد.

- جستجو
- نتایج جستجو
- در حال جستجو با موضوعات
- پیدا کردن مؤسسات
- بررسی مدارک موجود
- استفاده از صفحات من
- جستجوی چندزبانه



معرفی کتاب:

بازاریابی و رسانه‌های اجتماعی: راهنمایی برای کتابخانه‌ها، آرشیوها و موزه‌ها^۱

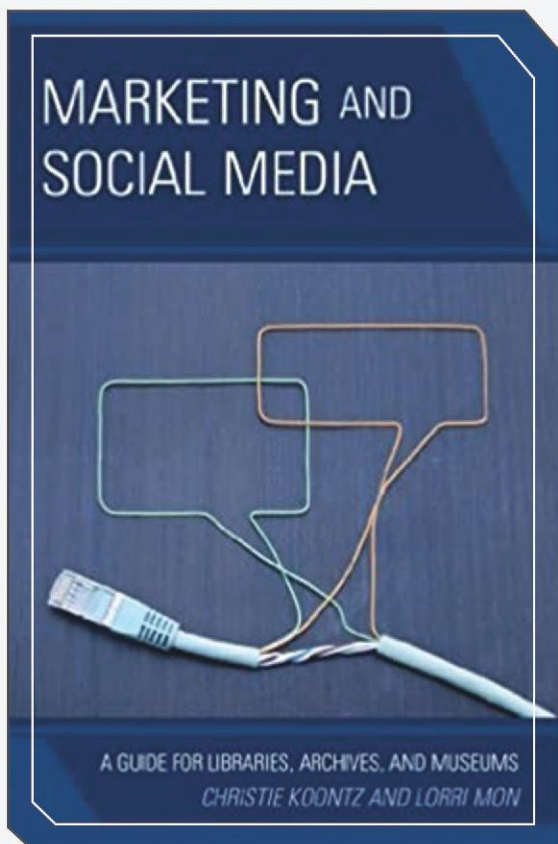
اثر کریستی کونتز^۲ و لوری مون^۳

حدیثه افضل‌ی پور

دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد - ورودی ۹۸

afzalipourhadis@gmail.com

برای کسانی که کاملاً در حوزه بازاریابی تازه‌وارد هستند یا افرادی که به دنبال ایده‌های جدید، نکات و روش‌های دقیق بازاریابی و رسانه‌های اجتماعی هستند، مفید است. راهنمایی برای کتابخانه‌ها، آرشیوها و موزه‌ها می‌باشد و کمک می‌کند تا به خوبی کلیه جنبه‌های توسعه و ارائه یک استراتژی بازاریابی را ارائه دهد. این کتاب به‌ویژه برای مریبان مفید است زیرا از یک نگاه جامع به بازاریابی نگاه می‌کند و بر اهمیت درک نیاز مخاطبان تأکید می‌کند. راهنمای کتابخانه‌ها، آرشیوها و موزه‌ها که در سال ۲۰۱۴ منتشر شده است، به‌عنوان اولین ابزاری که مخاطب به آن نیاز خواهید داشت، بسیار مفید است. با ترکیب دو موضوع بازاریابی و رسانه‌های اجتماعی، این کتاب نوید می‌دهد که آرشیو (در کنار کتابداران و متخصصان موزه) یک چارچوب منظم و طیف وسیعی از ابزارهای کاربردی مفید برای بهبود دانش فعلی درباره کاربران و متعاقباً طراحی خدماتی که بهتر نیاز کاربر را برآورده کند ارائه می‌دهد...



این کتاب توسط کریستی کونتز (عضو هیئت‌علمی دانشکده مطالعات کتابداری و اطلاع‌رسانی در دانشگاه ایالتی فلوریدا) و لوری مون (دانشیار دانشگاه ایالتی فلوریدا) نگاشته شده است. راهنمای بسیار مفیدی برای بازاریابی کتابخانه‌ها، آرشیوها و متخصصان موزه در عصر رسانه‌های اجتماعی است.

یک کتاب درسی مقدماتی و راهنمایی برای متخصصان شاغل که می‌خواهند فراتر از یک پیشرفت صرف، بر اساس یک برنامه بازاریابی برنامه ریزی شده و آگاهانه مدیریت شوند، محسوب می‌شود.

خوانندگان با شروع مطالعه اهداف و مقاصد، مؤلفه های محیط داخلی و خارجی را که باید برای برنامه ریزی یک هدف درک شوند را مرور می‌کنند. کلیات این کتاب شامل نحوه انجام تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات^۴، شناسایی و مشارکت ذینفعان، یک مدل بازاریابی ۴ مرحله‌ای، تحقیقات در بازار، تقسیم بازار و استراتژی ترکیبی از بازار و ارزیابی است. این کتاب از ساختاری منسجم و نثر روشن بهره می‌برد. همچنین تعدادی مطالعه موردی ارائه شده است که مدل‌های مصور از تکنیک های شرح داده شده در طول کتاب را ارائه می‌دهند. این مرجع مفید، کاربران را با مفاهیم مهم مرتبط با استفاده از بازاریابی و کمپین‌های رسانه‌های اجتماعی به‌کاررفته در سازمان‌های غیرانتفاعی آشنا می‌کند.

منبع

Koontz, Christie, Mon, Lorri (2014). Marketing and social media: A guide for libraries, archives and museums. Maryland, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers

برگی از تاریخ

نگاهی بر نخستین عکاس جهان و پدر عکاسی نوین ژوزف نیسفور نیپس

مریم گرمی کندی

دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات آرشیوی دانشگاه الزهرا (س)

M k 4 7 4 0 7 9 0 @ g m a i l . c o m

عکاسی یعنی ثبت و ایجاد یک تصویر، نتیجه تلاش بسیاری از افراد در زمینه های مختلف و اکتشافات و نوآوری های آنان در طول تاریخ است که به عنوان یک هنر و پدیده ای علمی تثبیت شد. ژوزف نیسفور نیپس، هفتم مارس سال ۱۷۶۵م در سئونه لو آر فرانسه در خانواده ای ثروتمند به دنیا آمد. پدر او وکیل ثروتمندی بود و همین باعث شد که در انقلاب فرانسه (۱۷۸۹-۱۷۹۹) تمام خانواده مجبور به فرار شوند. زمانی که نیپس در ارتش جمهوری فرانسه افسر بود قسمتی از وقت خود را در خانه شالون سور سائون و قسمتی را در خانه فامیلی گرا در سائون الوآر برای ادامه تحقیقاتش همراه برادرش کلود می گذراند. او محققی همیشه بیدار بود و توانست اختراعات زیادی را در همان دوران انجام دهد. در سال ۱۸۱۶ در اتاق تاریک، تصویری بر روی کاغذ اندود به کلرور نقره و اسید نیتریک گذاشت ولی رنگها وارونه بود. نیپس در آن زمان موفق به ساخت نگاتیو امروزی شد که از روی آن می توان چندین کپی پوزیتیو به دست آورد. او مایوس شد زیرا می خواست مستقیماً تصویری مثبت به دست آورد، علاوه بر آن هنوز نتوانسته بود آن را تثبیت کند.

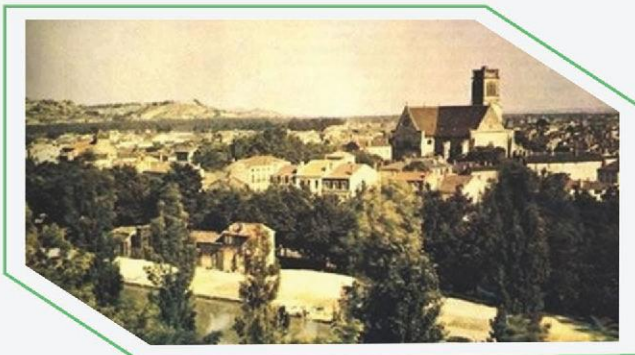
سال پنجم، شماره پنجم (پیاپی ۲۵)، بهار ۱۳۹۰

این هنر در اکثر زبان‌های جهان «فتوگرافی» خوانده می‌شود که ترکیبی از دو کلمه یونانی فتو به معنی نور و گرافی به معنی ثبت یا نگارش است؛ بنابراین، فتوگرافی به معنای نقش کردن با نور است.

عکس زیر اولین عکس جهان است که در سال ۱۸۲۶ توسط نیپس ثبت شده است. او این عکس را در طی هشت ساعت با فرایندی که آن را «هلیوگرافی» نامید، ثبت کرد.



اما پس از ثبت اولین عکس، مشتاقان عکاسی باید نیم‌قرن منتظر می‌ماندند تا بتوانند اولین عکس رنگی را در قالب عکس و آلبوم‌های خود داشته باشند. تصویر زیر که اولین عکس رنگی تاریخ است در سال ۱۸۶۱ توسط «لوئیز دوکس دو هارون» در فرانسه ثبت شد.



اما در هر صورت گام بزرگی برداشته شده بود زیرا برای اولین بار تصویری در اتاق تاریک بر روی صفحه‌های حساس ایجاد شده بود. نیپس مواد را تغییر داد سنگ، شیشه و فلزات مختلف و صفحات حساس و محلول‌های شیمیایی را عوض نمود. سرانجام در سال ۱۸۲۲ گراورهای نیمه شفاف تهیه کرد که بر روی صفحه قلعی پوشیده از ورقه نازکی از محلول قیر، در نفت سفید ساخته می‌شد. پس از دو الی سه ساعت قرار گرفتن در نور، کلیشه را با مخلوطی از روغن لاواند و نفت سفید شست‌وشو می‌داد. نفت سفید باعث شسته شدن محلول قیر از پشت خطوط سیاه می‌شد. نیپس صفحه‌ای به دست آورده بود که تیزاب در آن اثر می‌کرد و بدین طریق اولین مخترع عکس در جهان شد.

او گراورهایی روی صفحه مسی به دست آورد. کار او بدین طریق بود که قشر نازکی از آسفالت شیمیایی را که در اسانس استو خودوس حل کرده بود، بر روی صفحه فلزی می‌مالید، سپس صفحه مزبور را به وسیله یک حلال قوی می‌شست. طبق خاصیت آسفالت شیمیایی، آن قسمت‌هایی که نور به آن می‌رسید، سفید و غیرقابل حل می‌شد و بقیه محلول بود. نیپس گراورهای خود را روی صفحه مسی می‌ساخت و قبلاً محلولی که از بیتوم گرفته بود، روی صفحه مسی می‌مالید.

وی «مخترع عکاسی»، «نخستین عکاس جهان» و «پدر عکاسی نوین» به شمار می‌رود. نخستین عکس ثبت‌شده جهان، توسط او عکس برداری شده و سهم بسزایی در پیشرفت تاریخ عکاسی داشته است.

عکاسی در لغت به معنای فن عکاسی و عکس برداری است و هم‌چنین به عمل و شغل عکاس نیز گفته می‌شود.

منبع

عبدالحانی، کبری و غزل حسن‌پور، 1394، پژوهشی در تاریخچه پیدایش عکس و عکاسی



نقش خودت را
در سلامت ایفا کن...

ماسک بپوشیم

ماسک من...
از تو محافظت میکند



ماسک تو...
از من محافظت میکند

