

لزوم و اهمیت وجود و اشاعه بیانیه رسالت در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی: بررسی مقایسه‌ای وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL

نرجس ورع^۱
علی اکبر خاصه^۲

چکیده

بیانیه‌های رسالت، یکی از رایجترین ابزارهای مدیریتی در کتابخانه‌ها به‌شمار می‌روند. این ابزار، بیان‌کننده اهداف و چشم‌اندازهای کتابخانه هستند و در نتیجه، تأثیری مستقیم بر محتوای وبگاه‌های کتابخانه‌ای می‌گذارند. این مقاله، به جنبه‌های مختلف بیانیه‌های رسالت در وبگاه‌های کتابخانه‌های دانشگاهی می‌پردازد و نحوه اشاعه آن را از طریق وبگاه کتابخانه، به بازدیدکنندگان نشان می‌دهد. یافته‌ها، نشان داد که ۵۲ درصد از کتابخانه‌های دانشگاهی، فاقد بیانیه رسالت در وبگاه کتابخانه‌ای خود هستند و ۹۳ درصد نیز مکان مناسبی سرصفحه خود برای انتقال بیانیه رسالتشان به بازدیدکنندگان وبگاه انتخاب نکرده‌اند. در پایان، نتایج این پژوهش، در مقایسه با یافته‌های تازه‌ترین بررسی انجام شده در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL، بررسی شده است.

کلیدواژه‌ها

کتابخانه‌های دانشگاهی، وبسایت، خط مشی، بیانیه رسالت.

مقدمه

بیانیه رسالت، در ساده‌ترین حالت ممکن، سندی کتبی است که درصدد ثبت یگانه‌علت وجودی هر سازمان است و باید پاسخ‌گوی سؤالات اساسی دیگری هم نظیر موارد زیر باشد: هدف واقعی آن چیست؟ و ما درصدد تحقق چه چیزی هستیم؟

بیانیه رسالت - که یکی از رایجترین ابزارهای مدیریتی در جهان شمرده می‌شود - بیانیه‌ای کوتاه و به یادماندنی است که دلایل وجودی هر سازمان را مشخص و هدف اصلی و اهداف بلندمدت آن را بیان می‌کند (۱: ۱۸۵).

۱. کارشناس ارشد مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری شیراز. narsisvara@yahoo.com

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور واحد صومعه‌سرا. khassesh@gmail.com

دلایل سنتی وجود بیانیه رسالت بدین قرار است: ترغیب اعضای سازمان به تعقیب اهداف مشترک سازمانی، متعادل کردن عقاید افراطی کاربران، و مدیریت بهتر تصمیمات مربوط به اختصاص بودجه. امروزه، شواهد درخور توجهی وجود دارد که نشان می‌دهد سازمان‌هایی که دارای بیانیه رسالت هستند، از مزایای بالقوه عملکردی آن لذت می‌برند. به عنوان مثال، بیانیه‌های رسالت - هنگامی که به طور صریح تنظیم و اجرا می‌شوند - احساس هدایت بهتری به وجود می‌آورند و به تمرکز کارمندان بر فعالیت‌ها و رفتارهای خود کمک می‌کنند و به طور کلی، کارمندان و کاربران را به سطح انگیزش و رضایت‌مندی بیشتری می‌رسانند. افزون بر این‌ها، بیانیه‌های رسالت، در صورت تناسب به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا از منابع محدود، به طور مؤثری بهره‌گیرند. زیرا آن‌ها اولویت‌های سازمانی را، به طور آشکار از هم تفکیک می‌کنند و برمی‌شمارند (۴: ۳۶۰-۳۶۸). به طور کلی، از اهمیت بیانیه رسالت می‌توان چنین یاد کرد: «اگر نمی‌دانید به کجا می‌روید، اینکه از کدام راه خواهید رفت، مهم نیست» (۱۳: ۳۲۳-۳۳۴). به عبارت دیگر، بیانیه‌های رسالت می‌توانند در بیان اهداف، چشم‌اندازها، ارزش‌ها، و رفتارهای راهبردی کتابخانه متمرکز واقع گردند و فقدان این‌گونه ابزارهای مدیریتی، صدمات جبران‌ناپذیری بر پیکره سازمان وارد می‌سازد.

حال که با مزایای بیانیه رسالت آشنا شدیم، درک فلسفه انتقال و اشاعه آن ساده‌تر خواهد بود. یکی از مهمترین یافته‌ها در

زمینه روش‌های مؤثرسازی بیانیه رسالت، این است که بین روش‌های انتقال و اشاعه رسالت سازمان از یک‌سو، و عملکرد آن از سوی دیگر رابطه مثبتی وجود دارد (۵: ۴۵-۶۳). به همین دلیل، به منظور تضمین موفقیت سازمان، توصیه شده است که بیانیه‌های رسالت، در بالاترین حد ممکن به مشتریان منتقل شوند. انتقال رسالت کتابخانه به کاربران، باعث می‌شود تا معرفی و مدیریت برنامه‌های کتابخانه آسانتر و مؤثرتر انجام پذیرد (۱۴: ۱۴۸-۱۵۴). روش‌های انتقال بیانیه رسالت بدین قرار است: گزارش‌های سالیانه، پوسترها، کیت‌های اطلاعاتی شرکت، دستنامه کارمندان، ابلاغ شفاهی، همایش‌ها/ کارگاه‌های آموزشی، روزنامه‌ها، تبلیغات، و دیگر مدارک داخلی (۴: ۳۶۰-۳۶۸). یکی از موانعی که وبگاه‌ها فراروی کتابخانه‌ها نهاده‌اند، این است که «شما را کمک می‌کنند تا بیانیه رسالت و پیام خود را به میلیون‌ها نفر منتقل کنید.» (۲۰: ۲۲۵ - ۲۲۸)

وبگاه‌های کتابخانه‌ای و بیانیه رسالت

از زمان پیدایش وب جهانگستر، اینترنت، بسیاری از جنبه‌های موجود در کتابخانه‌ها را متحول ساخته است. به طوری که وبگاه‌ها در حال تبدیل شدن به پدیده‌ای شایع در جوامع امروزی هستند و دانشگاه‌ها نیز سهم بسزایی در این رخداد دارند. در همین راستا، کتابخانه‌های دانشگاهی نیز به تکاپو افتاده و محتوای اطلاعاتی خود را در محیط وب گسترانیده و حضورشان را در این محیط تثبیت کرده‌اند. به همین دلیل، وبگاه کتابخانه دیگر

به مثابه خدمتی اضافی به شمار نمی‌رود، بلکه به ابزاری برای نشان دادن هدف کتابخانه به کاربران پیش‌تر، تبدیل شده است. (۱: ۱۴)

اطمینان از مناسب بودن وبگاه کتابخانه و اینکه اطلاعات و خدمات مورد انتظار و مورد نیاز کاربران را به صورت قابل فهم ارائه خواهد کرد، تجربه خوبی برای کاربر خواهد بود. چنین تجربه‌ای، انتقال‌دهنده احساسی مثبت به سمت کتابخانه است و باعث افزایش بهره‌برداری فیزیکی و مجازی از کتابخانه و در نتیجه، افزایش حمایت جامعه کاربر از کتابخانه می‌شود (۱۶: ۲۰۷-۲۱۸). یکی از مواردی که می‌تواند دستیابی به چنین هدفی را میسر سازد، همانا بیانیه رسالت وبگاه کتابخانه و اشاعه مناسب آن است.

مهمترین عامل تعیین‌کننده در کارایی هر وبگاه، این است که باید رسالتی صریح، و شناختی کامل از کاربران خود و نیازهای آنان داشته باشد (۲: ۳۰-۳۷). با توجه به تعریفی که در ابتدای مقدمه از بیانیه رسالت آورده شد، می‌توان چنین عنوان کرد که بیانیه رسالت وبگاه در مشخص ساختن مهمترین دلایل راه‌اندازی وبگاه، حیاتی است. جانسون^۳ نیز خاطرنشان می‌سازد که «برخورداری از بیانیه رسالت و چشم‌انداز صریح برای راه‌اندازی صحیح هر نوع طرح مرتبط با وب، ضروری است.» (۱۲)

اهمیت پژوهش

از آنجا که کاربران اصلی وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی را دانشجویان و اعضای هیئت

علمی تشکیل می‌دهند، کتابخانه‌ها باید مراقب باشند تا محتوا و طراحی وبگاه‌هایشان را با رسالت خود سازگار کنند، و چون مهمترین نقش هر وبگاه کتابخانه دانشگاهی، «فراهم ساختن دسترسی به ابزارهای پژوهشی و پایگاه‌های اطلاعاتی تمام متن به‌منظور اهداف آموزشی و پژوهشی است» (۱۵: ۹۵-۱۰۸)، عصاره چنین مواردی، باید در بیانیه رسالت وبگاه کتابخانه دانشگاهی گنجانده شود. به همین دلیل گفته می‌شود بیانیه رسالت، می‌تواند چارچوبی مفهومی از اهداف اختصاصی کتابخانه دانشگاهی ارائه کند و افراد داخلی و بیرونی سازمان را از هدف کتابخانه در پاسخ به انتظارات دانشگاه آگاه سازد. (۱۰: ۱۱-۳۴)

یکپارچه‌سازی وبگاه با رسالت و اهداف کتابخانه، یکپارچگی وبگاه، از طریق برنامه‌ریزی را تضمین می‌کند. و همچنین، متضمن آن است که جامعه کاربر کتابخانه، وبگاه را به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای اطلاعاتی کتابخانه به‌شمار خواهد آورد. از سوی دیگر، هر گاه تلاش بیشتری در راستای اشاعه بیانیه رسالت انجام پذیرد، کاربران بیشتری آن را باور می‌کنند و به رسمیت خواهند شناخت.

هر چه بیشتر درباره نحوه استفاده، توسعه، و اشاعه بیانیه‌های رسالت وبگاه‌های کتابخانه‌ای بررسی کنیم، درک بهتری از نقش واقعی این ابزار مدیریتی و تأثیری که استفاده صحیح از آن‌ها می‌تواند بر موفقیت عملکردی آینده بگذارد، به‌دست خواهیم آورد. در راستای

مراحل و کارها			
اهداف وبگاه را مشخص کنید.	وبگاه را تجزیه و تحلیل کنید.	وبگاه را بازطراحی نمایید.	وبگاه را ارزیابی کنید.
رسالت و چشم‌انداز را مرور کنید.	بازدیدکنندگان، کارها، و اشیای کتابخانه‌ای را تعریف کنید.	کارها، اقدام به طراحی کنید.	وبگاه را، با استفاده از بازدیدکنندگان ارزیابی کنید.

نمودار شماره ۱. فرایند طراحی و بازطراحی وبگاه کتابخانه (۱: ۴۸)

در حالی است که براساس نمودار شماره ۱، اولین مرحله در طراحی یا بازطراحی هر وبگاه کتابخانه‌ای، مشخص کردن اهداف وبگاه و یا به عبارت دیگر، اولین چیزی که باید در فرایند طراحی وبگاه کتابخانه مشخص شود، رسالت / اهداف آن و گروه‌های بازدیدکننده است. از سوی دیگر، کلاید^۴ معتقد است که وبگاه‌های کتابخانه‌ای را، «غالباً طوری سازماندهی می‌کنند که یاری‌دهنده سازمان‌ها در راستای دستیابی به بیانیه‌های رسالت یا اهداف خود باشند» (۷: ۹۷-۱۰۸). این، در حالی است که در پژوهشی که کوهن و استیل^۵ درباره وبگاه‌های کتابخانه‌ای انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که تنها ۱۰ درصد از وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی مورد مطالعه، دارای بیانیه رسالت بودند (۸: ۲۷۹). همچنین، با توجه به فقدان استانداردهای طراحی وبگاه‌های کتابخانه‌ای در داخل کشور، چنین به نظر می‌رسد که کتابخانه‌های دانشگاهی ایران در طراحی وبگاه‌های خود، از رویکردهای متفاوت و گاه سلیقه‌ای پیروی می‌کنند و فراگیری یا فراگیر نبودن بیانیه رسالت بر وبگاه و همچنین تعیین جایگاه مناسب در وبگاه برای اشاعه آن، از این قاعده مستثنا نیست.

توجیه مستدلی که برای انتقال رسالت کتابخانه وجود دارد، انتظار وجود بیانیه رسالت در وبگاه کتابخانه از یک‌سو، و انتخاب جایگاهی مناسب در وبگاه برای اشاعه آن از سوی دیگر، منطقی به نظر می‌رسد. از این‌رو، در این پژوهش سعی بر آن شده است تا وبگاه‌های کتابخانه‌ای از نظر داشتن یا نداشتن بیانیه رسالت و نیز جایگاه آن در وبگاه کتابخانه، مورد تجزیه و تحلیل و بررسی قرار گیرد تا درک بهتری از اهمیت انتقال رسالت کتابخانه‌ها به بازدیدکنندگان به دست آید.

بیان مسئله

نمونه‌های زیادی از وبگاه‌ها وجود دارد که بدون هدف و یا شاید بهتر است بگوییم ناتوان هستند: وبگاه تجارت الکترونیکی که فاقد ابزار خرید برخط است، وبگاه‌های قطعات هنری که به موتورهای جستجوی عمومی پیوند دارند، و وبگاه‌های کتابخانه‌ای که به جای تمرکز بر جوامع خاص خود، سعی در ارائه همه چیز به همه کس دارند (۱: ۵۷)

بسیاری از کتابخانه‌ها، برای خود اقدام به طراحی وبگاه کرده‌اند. اما آیا آن‌ها در واقع، درباره چرایی این فرایند اندیشیده‌اند؟ این،

4. Clyde.

5. Cohen & Still.

پیشینه پژوهش

در ادبیات کتابداری، مطالب فراوانی درباره ارزش و استفاده از بیانیه‌های رسالت و همچنین انتقال آن به مراجعان وجود دارد. لیکن با انتقال خدمات و منابع اطلاعاتی از محیط‌های سنتی به وبگاه‌ها، و استفاده از وبگاه به عنوان نماد کتابخانه، توجه شایانی به وجود بیانیه رسالت و اشاعه آن از این طریق نشده است. در زیر، به اندکی از پژوهش‌هایی که در این زمینه انجام شده است می‌پردازیم. استاور و زینک^۶، طراحی سراسفحه ۴۰ وبگاه کتابخانه‌ای آموزش عالی را با یکدیگر سنجیدند و طراحی ضعیف برخی از وبگاه‌های بررسی شده را یادآور شدند. آن‌ها عناصر مشترکی نیز برای سراسفحه‌ها شناسایی کردند که یکی از آن عناصر، توصیف هدف وبگاه کتابخانه است. (۱۸: ۷-۲۰)

بانگرت^۷، بیانیه رسالت ۵۸ کتابخانه دانشکده‌ای و دانشگاهی را بررسی کرد و بدین نتیجه رسید که نقش حیاتی کتابداران کتابخانه دانشگاهی، در تعریف، تحلیل و انتقال مؤثر هدف و چشم‌انداز کتابخانه، در بافتی / قالبی از رسالت و فرهنگ سازمانی است. (۳)

استاور^۸، در مقاله‌اش بر رسالت و عملکرد وبگاه‌های کتابخانه‌ای، هنگام ارتباط آن‌ها با رسالت سازمان و نقش یا عملکرد کتابدار تمرکز کرد. برطبق نظر استاور، رسالت سازمان مادر، بر محتوای هر وبگاهی تأثیر

می‌گذارد. به عنوان مثال، در کتابخانه‌های دانشگاهی، رسالت وبگاه، بر رسالت سه‌گانه دانشگاه (پژوهش، آموزش، و خدمات عمومی) استوار است. وی به این نتیجه رسید که نقش وبگاه کتابخانه باید مانند نقش سنتی کتابداران، انتخاب، سازماندهی، فراهم ساختن زمینه دسترسی به منابع اطلاعاتی، و ذخیره منابع اطلاعاتی باشد. (۱۷: ۵۵-۵۷)

استفاده روزافزون از بیانیه رسالت در کتابخانه، به واسطه پژوهشی که در سال ۹۹ هاستریتتر و هندرسن^۹ انجام دادند، روشن است. آن‌ها دریافتند که تقریباً ۳۰ درصد افزایش در تولید و توسعه بیانیه‌های رسالت، در کتابخانه‌های دانشگاهی، از سال ۱۹۸۵ به بعد وجود داشته است. (۱۱: ۱۴۸-۱۵۴)

لی و ته^{۱۰}، در پژوهشی که درباره وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی مالزی انجام دادند، دریافتند که هرچند کتابخانه‌های دانشگاهی مالزی، به طور کلی مبادرت به طراحی وبگاه‌های خوش ساخت و مناسبی کرده‌اند، ولی از شمول برخی ویژگی‌ها نظیر بیانیه رسالت کتابخانه در این وبگاه‌ها غفلت شده است و وجود این ویژگی‌ها در وبگاه این کتابخانه‌ها، چندان شایع نیست. (۱۵: ۹۵-۱۰۸)

بارت^{۱۱}، ضمن برشمردن مزایای برخورداری از بیانیه رسالت، پژوهشی درباره یکصد وبگاه انجام داد و این وبگاه‌ها را از نظر داشتن یا نداشتن بیانیه رسالت، مورد بحث و بررسی قرار داد. یافته‌های پژوهش

6. Stover & Zink.

7. Bangert.

8. Stover.

9. Hastreiter & Hendersen.

10. Lee & Teh.

11. Bart.

وی، پرده از این حقیقت برداشت که فقط ۴۵ درصد از وبگاه‌ها دارای بیانیه رسالت هستند. محل بیانیه رسالت در وبگاه نیز، با استفاده از مشخص کردن «شماره صفحه» بیانیه برآورد شد. یافته‌های پژوهش، نشان داد که پرکاربردترین محل برای جایدهی بیانیه رسالت، صفحه شماره ۳ وبگاه است (۲ بار تلیک کردن بعد از سراسفحه) و تنها ۲ درصد از وبگاه‌ها، بیانیه رسالت خود را در سراسفحه خویش قرار داده بودند. (۴: ۳۶۰-۳۶۸)

او نتیجه گرفت که هرچقدر اشاعه بیانیه رسالت بهتر انجام شود، تأثیر مثبت‌تری بر عملکرد سازمانی خواهد گذاشت و اثربخشی وبگاه نیز، در نقش ابزار انتقال رسالت به سراسفحه وبگاه، پدیداری آن را بیشتر و اثرگذاری آن را بر رفتار و نگرش کارمندان فزونتر خواهد کرد. (۴: ۳۶۰-۳۶۸)

والاس^{۱۲}، در کتاب خود توصیه می‌کند که بیانیه رسالت باید موجز، برجسته و اثربخش باشد. او صدها وبگاه را مورد بررسی قرار داده است که تنها حدود نیمی از آن‌ها دارای بیانیه رسالت بوده‌اند. وی معتقد است که اهداف، برنامه‌ریزی و فعالیت‌های کتابخانه، از بیانیه رسالت کتابخانه نشئت می‌گیرد. نوشتن بیانیه رسالت - که به عنوان ابزار ارتباطی به کار می‌رود - تضمین می‌کند که کتابخانه، هم به هر چه که می‌گوید عمل کند و هم هر چه را که انجام می‌دهد، بگوید. (۱۹: ۷۵۲-۷۵۳)

کوچی^{۱۳}، در تازه‌ترین و مرتبط‌ترین پژوهشی که در این زمینه انجام شده است،

وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی ARL عضو را از نظر داشتن و نداشتن بیانیه رسالت و همچنین محل آن در وبگاه، مورد بررسی قرار داد (۱۴: ۱۴۸-۱۵۴). اینک برآنیم تا یافته‌های این پژوهش را با یافته‌های پژوهشی که در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی و زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری ایران انجام داده‌ایم، مورد تجزیه و تحلیل و مقایسه قرار دهیم. بنابراین در این قسمت از تحقیق، از ذکر یافته‌های پژوهش فوق خودداری می‌کنیم.

به طور کلی و با توجه به مطالبی که درباره اهمیت وجود و اشاعه بیانیه رسالت به رشته تحریر درآمده است، می‌توان چنین عنوان کرد که «وجود بیانیه رسالت برای کتابخانه‌ها، امری بایسته و ضروری است». (۱۴: ۱۴۸-۱۵۴)

تعاریف عملیاتی

بیانیه رسالت: بیانیه‌ای است کوتاه و به یاد ماندنی که مشخص‌کننده دلایل وجودی سازمان و همچنین مقاصد و اهداف بلندمدت آن است و به عبارت دیگر، چرایی وجود سازمان را مطرح می‌کند. (۱: ۴۸)

مطالعه موردی

روش‌شناسی پژوهش

در این راستا، پژوهشی با استفاده از روش پیمایشی در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری ایران، و به منظور بررسی این وبگاه‌ها

12. Wallace.

13. Kuchi.

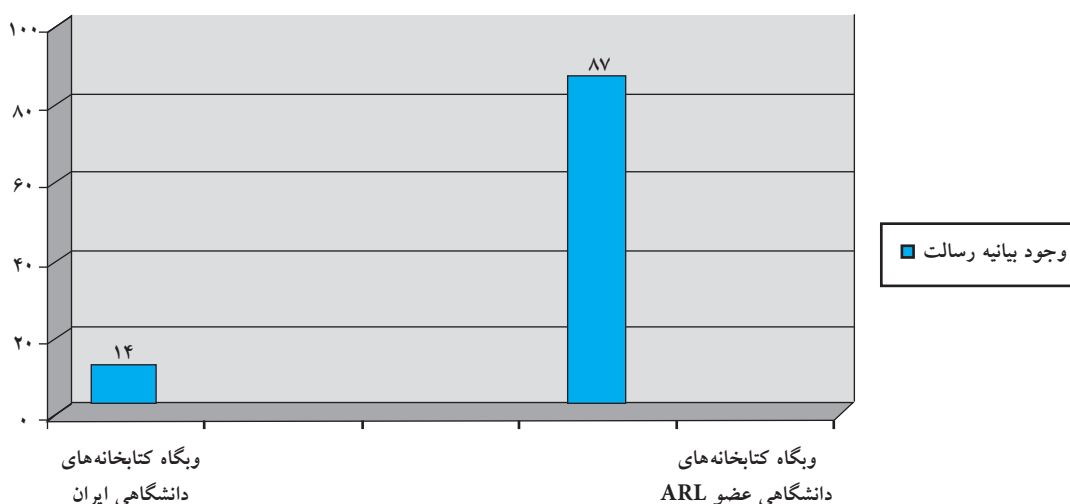
و همچنین با استفاده از موتور جستجوی داخلی کتابخانه، مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

به طور کلی، بررسی‌های انجام شده مشخص ساخت که از کلیه دانشگاه‌های تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری، تعداد ۲۹ دانشگاه دارای وبگاه کتابخانه‌ای است. یافته‌ها، نشان می‌دهد که حدود نیمی از وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری، دارای بیانیه رسالت هستند؛ به عبارت دیگر، از ۲۹ وبگاه کتابخانه‌ای مورد بررسی، تعداد ۱۴ وبگاه (معادل ۴۸ درصد) دارای بیانیه رسالت و ۱۵ کتابخانه نیز (۵۲ درصد) فاقد بیانیه رسالت در وبگاه خود بودند. یافته‌های تحقیق مشابهی که کوچی در سال

از نظر وضعیت بیانیه‌های رسالت، به عنوان یک قطعه اطلاعاتی مهم در وبگاه انجام شد. داده‌ها، براساس مشاهده مستقیم در مهر و آبان ۱۳۸۵ گردآوری شد. برای تعیین جامعه پژوهش، با استفاده از شبکه علمی کشور^{۱۴} و همچنین دیگر وبگاه‌های مرتبط دانشگاهی، اقدام به تهیه فهرستی از دانشگاه‌های موجود در وب گردید. آن‌ها که در وبگاه خود صفحاتی به کتابخانه اختصاص داده بودند، جامعه اصلی پژوهش را تشکیل دادند.

هدف از انجام این پژوهش، بررسی بودن یا نبودن پیوندی برای بیان اهداف، رسالت و یا چشم‌اندازها در سراسر صفحه کتابخانه، به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم است که می‌توان از آن، به عنوان پل ارتباطی کاربر به کتابخانه یاد کرد. بدین منظور، سراسر صفحه کتابخانه از طریق باز کردن تمام منوهای که می‌توانست شامل موارد مذکور باشد



نمودار شماره ۲. وضعیت استفاده از بیانیه رسالت در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL

۲۰۰۶، دربارهٔ وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL انجام داد، نشان می‌دهد که از ۱۱۱ وبگاه مورد بررسی، ۷۸ درصد (تعداد ۸۷ وبگاه) مجهز به بیانیهٔ رسالت و تنها ۲۲ درصد از این وبگاه‌ها فاقد بیانیهٔ رسالت هستند. نمودار شمارهٔ ۲، وضعیت استفاده از بیانیهٔ رسالت را در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی ایران با کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL مقایسه می‌کند.

سرافصفحه، مهم‌ترین مدخل وبگاه کتابخانه به‌شمار می‌رود. طراحان وبگاه، تنها اقلامی را در این صفحه قرار می‌دهند که از اهمیت بالایی برخوردار باشند. محل بیانیهٔ رسالت در سرافصفحهٔ کتابخانه، بیانگر میزان اهمیت و ارزشی است که کتابخانه برای انتقال و اشاعهٔ آن به بازدیدکنندگان وبگاه قائل می‌شود؛ به‌طورکلی با در نظر گرفتن این نکته که فضای موجود در سرافصفحه محدود می‌باشد، انتظار نمی‌رود که کتابخانه‌ها محتوای کامل بیانیهٔ رسالت خود را به‌صورت تمام‌متن بر روی سرافصفحه قرار دهند. لیکن کتابخانه‌ها می‌توانند پیوندی تحت عنوان بیانیهٔ رسالت در سرافصفحه قرار دهند تا بازدیدکنندگان بتوانند با تلیک بر روی آن، به محتوای تمام‌متن بیانیهٔ رسالت - که در صفحهٔ دیگری از وبگاه قرار دارد - دسترسی یابند.

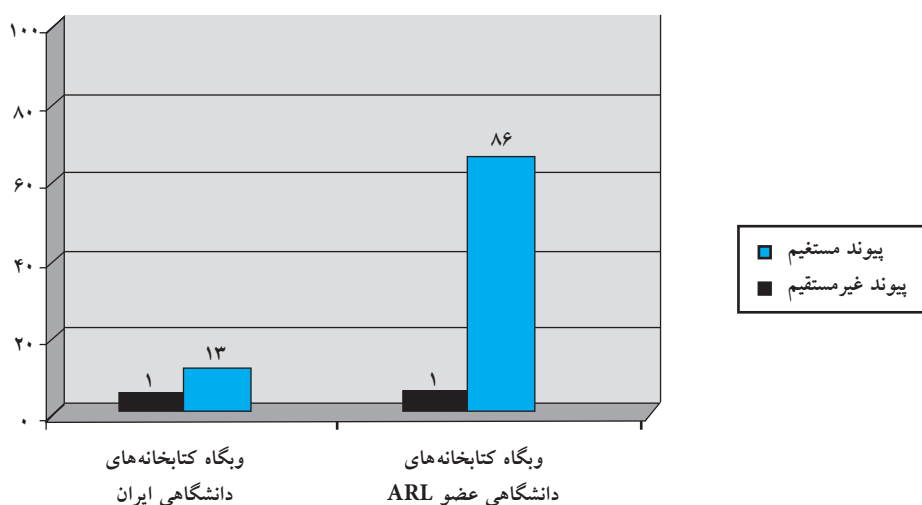
بررسی مسیر و محل بیانیهٔ رسالت در وبگاه کتابخانه، در قالب پیوند مستقیم و غیرمستقیم، این امکان را فراهم می‌سازد تا از روش اشاعهٔ بیانیهٔ رسالت در وبگاه‌ها و همچنین میزان اهمیت حاکم بر آن اطلاع یابیم. پیوند مستقیم به بیانیهٔ رسالت، پیوندی است که کاربر را

به‌صورت مستقیم از سرافصفحه به محتوای تمام‌متن بیانیهٔ رسالت رهنمون می‌سازد. چنین پیوندی، قابلیت رؤیت بیانیهٔ رسالت را در وبگاه افزایش می‌دهد. پیوند غیرمستقیم و یا به عبارت دیگر، مسیر غیرمستقیم، پیوندی است که کاربر را با استفاده از زنجیره‌ای از پیوندها و در نتیجه، چند بار تلیک کردن، سرانجام به بیانیهٔ رسالت و محتوای آن می‌رساند.

یافته‌ها، نشان داد که از بین ۱۴ وبگاه کتابخانه‌ای مجهز به بیانیهٔ رسالت، تنها یک مورد (دانشگاه علم و صنعت) معادل ۷ درصد، در سرافصفحهٔ خود دارای پیوند مستقیم به بیانیهٔ رسالت است و کاربر را به‌طور مستقیم به اهداف و چشم‌اندازها رهنمون می‌سازد. این، در حالی است که حدود ۹۳ درصد از این وبگاه‌ها (تعداد ۱۳ وبگاه)، به‌طور غیرمستقیم و تحت عنوان‌هایی نظیر: دربارهٔ ما، آشنایی با کتابخانه، و تاریخچه، کاربر را پس از چند بار تلیک کردن به سمت بیانیهٔ اهداف هدایت می‌کنند.

در پژوهش کوچی نیز در این زمینه، مشخص شد که تنها ۱ درصد از وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL (تعداد یک وبگاه)، از پیوند مستقیم برای رسیدن به بیانیهٔ رسالت استفاده کرده‌اند (۱۴: ۱۴۸-۱۵۴). نمودار شمارهٔ ۳، وضعیت استفاده از پیوند مستقیم و غیرمستقیم به بیانیهٔ رسالت را در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL نشان می‌دهد.

به‌طورکلی، چنین به نظر می‌رسد که



نمودار شماره ۳. پیوند مستقیم و غیرمستقیم به بیانیه رسالت در وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL

قرار دادن آن بر روی وبگاه کتابخانه، رسالت آن را به بازدیدکنندگان وبگاه انتقال دهند.

بحث و نتیجه‌گیری

هر سازمانی، برای خود هدفی دارد و برای رسیدن به آن هدف، مسیری انتخاب می‌کند. هدف سازمان، در بیانیه رسالت آن سازمان درج می‌شود. قرار دادن بیانیه رسالت در وبگاه نیز از اهمیت خاصی برخوردار است؛ زیرا آگاهی مشتریان از اهداف سازمان، امری مهم شمرده می‌شود (۴: ۳۶۰-۳۶۸) و انتقال آن به کاربران کتابخانه، پاسخ‌گویی و اثربخشی کتابخانه را تضمین خواهد کرد و اطمینان کاربران را نسبت به کتابخانه افزایش خواهد داد. (۹: ۸۹-۹۰)

نگهداری وبگاه به‌منظور دست یافتن به هدفی است و این هدف، چیزی نیست مگر پشتیبانی از بیانیه رسالت و اهداف کتابخانه

مدیران وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی ایران، اهمیت چندانی به قرار دادن بیانیه رسالت خود در وبگاه و در نتیجه انتقال و اشاعه آن به کاربران و بازدیدکنندگان نمی‌دهند. این، در حالی است که نتایج پژوهش بارت، مبین این نتیجه است که میان استفاده از وب برای انتقال رسالت از یک‌سو، و عملکرد سازمان از سوی دیگر، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد (۴: ۳۶۰-۳۶۸). همچنین اعلام و انتقال بیانیه رسالت به اعضای کتابخانه، آن‌ها را از فلسفه وجودی کتابخانه آگاه می‌کند، به تصمیمات و فعالیت‌های کتابخانه معنا می‌بخشد (۱۴: ۱۴۸-۱۵۴) و در نتیجه، اثربخشی کتابخانه را تضمین خواهد کرد و اطمینان کاربران را نسبت به کتابخانه خواهد افزود (۹: ۸۹-۹۰). با توجه به موارد فوق، طراحان وبگاه‌های کتابخانه‌ای باید قبل از ساختن وبگاه، درک کاملی از رسالت کتابخانه داشته باشند و با

(۶: ۴۴-۴۶): حال چنانچه وبگاهی فاقد بیانیه رسالت یا چشم‌انداز باشد، بنا به دلایل زیر، باید اقدام به تدوین آن کند:

۱. سند یاد شده، محل ارجاع است و اهداف وبگاه را تبیین می‌کند؛ ۲. برای اطمینان از اینکه گروه طراحی وبگاه کتابخانه در سراسر این فرایند بر اهداف اصلی تمرکز می‌کند، به سند اهداف نیاز دارید؛ ۳. این سند، در خلال فرایند بازطراحی وبگاه، به طور مشخص در مورد اینکه عناصر خاص تا چه حد برجسته باشند و در کجای وبگاه قرار گیرند، شما را راهنمایی می‌کند. (۱: ۴۱)

کتابخانه‌های مختلف، دارای رسالت‌های متفاوت و رسالت هر وبگاه کتابخانه‌ای، وابسته به نوع آن کتابخانه است. بنابراین وبگاه کتابخانه‌های دانشگاهی، عمومی، و تخصصی، دارای اهداف مختلفی خواهند بود. رسالت وبگاه کتابخانه دانشگاهی، نوعی رسالت سه‌گانه (پژوهشی، آموزشی، و خدمات عمومی) است. وبگاه کتابخانه دانشگاهی، می‌تواند از طریق فراهم ساختن دسترسی به ابزارهای پژوهش اینترنتی و پایگاه‌های اطلاعاتی تمام‌متن، از انجام پژوهش پشتیبانی کند. آن نیز، می‌تواند از طریق رزروهای تمام‌متن برخط و دیگر ابزارها، از آموزش حمایت کند و همچنین از طریق میسر ساختن دسترسی عموم به منابع برخط از قبیل اوپک، از خدمات عمومی پشتیبانی نماید. (۱۷: ۵۵-۵۷)

با توجه به موارد یادشده، می‌توان چنین اظهار داشت که بیانیه‌های رسالت و چشم‌انداز، می‌توانند در ایجاد وبگاهی بهتر

به شما کمک کنند و چنانچه کتابخانه‌ای فاقد بیانیه‌های رسالت باشد، لازم است اقدام به ایجاد و اشاعه آن از طریق وبگاه خود نماید؛ زیرا وبگاه کتابخانه، دارای این ظرفیت است که به محملی دائمی برای اشاعه رسالت کتابخانه تبدیل شود. (۱۴: ۱۴۸-۱۵۴)

منابع

۱. دیویدسن، سوزانا؛ یانکی، اوریل. طراحی وب سایت: راهنمای گام‌به‌گام برای کتابخانه‌ها (رویکردی کاربرمدارانه). ترجمه زهیر حیاتی و علی‌اکبر خاصه. تهران: چاپار، ۱۳۸۵.
2. Agingu, B.O. "Library web sites at historically Black Colleges and Universities". *College & Research Libraries*, Vol. 61, No.1 (2000): 30- 37.
3. Bangert, S.R. "Thinking boldly! College and university library mission statements as road signs to the future". 1997. [on-line]. Available: <http://www.ala.org/als/acrlbucket/nashville1997pap/bangert.htm>. [8 Oct. 2006].
4. Bart, Christopher K. "Exploring the application of mission statements on the world wild web". *Internet Research: Electronic Networking Application and Policy*, Vol. 11, No.4 (2001): 360- 368.
5. Ibid. "MissionstatementsinCanadian not-for-profit hospitals: does process matter?". *Health Care Management Review*, Vol. 25, No.2 (2000): 45- 63.
6. Brandt, D.S. "Managing your web

edu/istl/98-spring/article4.html. [8Oct. 2006].

13. Kelsh, V.J. "The law library mission statement". *Law Library Journal*, Vol. 97, No.2 (2005): 323- 334.

14. Kuchi, T. "Communicating mission: an analysis of academic library web sites". *The Journal of Academic Librarianship*, Vol.32, No.2 (2006): 148-154.

15. Lee, K.H; Teh, K.H. "Evaluation of academic library web sites in Malaysia". *Malaysian Journal Library and Information Science*, Vol. 5, No.2 (2001): 95- 108.

16. Ryan, Susan M. "Library web site administration: a strategic planning model for the smaller academic library". *The Journal Academic Librarianship*, Vol. 29, No.4 (2003): 207- 218.

17. Stover, Mark. "Library web sites: mission and function in the networked organization". *Computers in Libraries*, Vol. 17, No.19 (1997): 55- 57.

18. Stover, Mark; Zink, S.D. "World Wide Web homepage design: patterns and anomalies of higher education library homepages". *Reference Services Review*, Vol. 24, No.3 (1996): 7- 20.

19. Wallace, Linda K. *Libraries, mission, and marketing: writing mission statement that work*. Chicago: American Library Association, 2004. Quoted in

site management training". *Computers in Libraries*, Vol. 22, No.10 (2002): 44- 46.

7. Clyde A.L. "Libraries and the web: a strategic planning approach to web site management". *The Electronic Library*, Vol.18, No.2 (2000): 97- 108.

8. Cohen, Laura B.; Still, Julie M. "A comparison of research university and two year college library web sites: content, functionality, and form". *College & Research Libraries*, No.60 (Mar. 1999): 279.

9. Dubberly, R. A. "Why you must know your library's mission". *Public Libraries*, Vol. 22 (1983): 89- 90.

10. Hardesty, L. ... [et al]. "Development of college library mission statements". *Journal of Library Administration*, Vol.9, No.3 (1988): 11-34.

11. Hastreiter; Hendersen. *Mission Statement for College Libraries*. Chicago: Association of College and Research Libraries, 1985. Quoted in Kuchi, T. "Communicating mission: an analysis of academic library web sites". *The Journal of Academic Librarianship*, Vol.32, No.2 (2006): 148- 154.

12. Johnson, Bill. "Academic library web-team management: the role of leadership and authority". *Issues in Science and Technology Librarianship*.1998. [online]. Available: [http:// www.library.ucsb.edu](http://www.library.ucsb.edu)

welcome mat: the academic library web site as a marketing and public relation tool". *The Journal of Academic Librarianship*, Vol. 31, No.3 (2005): 225- 228.

Kelsh, V.J. "Keeping up with new legal titles: libraries, mission, and marketingby Linda K. Wallace". *Law Library Journal*, Vol. 96, No.4 (2004): 752- 753.

20. Welch, Jeanie M. "The electronic

تاریخ دریافت: ۱۳۸۵/۹/۲۲

