نام مقاله: درآمدي بر مفهوم مكان

نام نشريه: فصلنامه كتابداري و اطلاع رساني (اين نشريه در www.isc.gov.ir نمايه مي شود)

شماره نشريه: 44 \_ شماره چهارم، جلذ 11

پديدآور: زاهد بيگدلي، سميه شريفي

مترجم:

درآمدي بر مفهوم مكان

زاهد بيگدلي[1]

سميه شريفي[2]

چكيده

مفهوم مكان از دير باز مورد توجه حوزه­هاي علمي گوناگوني از جمله جامعه­شناسي، مردم­شناسي و جغرافياي انساني قرار گرفته است. بررسيهاي مربوط به مكان با تمايز قايل شدن ميان مكان و فضا، آغاز مي­گردد. صاحب نظران حوزه­هاي جامعه شناسي و جغرافياي انساني بر اين باورند كه فضا از جهان مادي و ساختة بشر و نيز جهان طبيعي تشكيل يافته است و زماني كه از طريق افراد، گروه­ها يا فرايندهاي فرهنگي به آن معنا بخشيده شود، به مكان تبديل مي­گردد. با وجود اين، اين صاحب‌نظران الگوهاي متعددي براي مكان ارائه داده­اند. از سوي ديگر، مفهوم مكان در حوزة كتابداري و اطلاع­رساني نيز مورد توجه قرار گرفته است. در اين بررسيها علاوه بر رضايت كاربران از كتابخانه، بر كتابخانه به عنوان مكاني با ابعاد فيزيكي، فرهنگي، سياسي و اجتماعي تأكيد شده است. در اين نوشته الگوهاي ارائه شده براي مكان از حوزه­هاي گوناگون مرور گرديده و خلاصه و جمع‌بندي از تمامي پژوهشهاي صورت گرفته در ارتباط با مفهوم مكان در حوزۀ كتابداري و اطلاع رساني ارائه شده است.

كليدواژه­ها: مكان، فضا، الگوهاي مكان، مكان سوم، كتابخانه به عنوان يك مكان، جهان كوچك، محيط اطلاعاتي.

مقدمه

طي دو دهة گذشته، مفهوم مكان توجه فراواني را از حوزه­هاي مختلف به خود معطوف نموده است. از آنجا كه مكان به مفهومي با كاربرد گسترده تبديل شده است، پژوهشگران به شيوة استفاده از آن در پژوهشها بسيار حساسيت نشان مي­دهند. در خلال دهة پيشين، جامعه شناسان به پژوهشگران خاطرنشان ساخته­اند فرضيه‌هاي خود را در مورد مكان مشخص نمايند، همچنين نسبت به اين مفهوم دقيق‌تر باشند و آن را مقوله­اي تأثير­گذار در پديده­هاي اجتماعي به شمار آورند. آنها استدلال كرده­اند كه متون جامعه شناسي، مكان را به شيوة كليشه­اي، به عنوان يك متغير مستقل ساده يا صرفاً پشت صحنة كنشهاي اجتماعي، در نظر گرفته­اند. در حالي كه مكان بايد به عنوان مفهومي در آميخته با ديگر فرايندهاي اجتماعي، بررسي شود.بررسي­هاي مربوط به مكان با تمايز قايل شدن ميان مكان و فضا، آغاز مي­گردد. صاحب‌نظران حوزه­هاي جامعه شناسي و جغرافياي انساني بر اين باورند كه فضا از جهان مادي و ساختة بشر و نيز جهان طبيعي تشكيل يافته است و زماني كه از طريق افراد، گروه­ها يا فرايندهاي فرهنگي به آن معنا بخشيده شود، به مكان تبديل مي‌گردد. بنابراين، پژوهشگران بر اين نكته واقفند كه مكان، مفهومي چند بُعدي شامل اين پديده‌هاست: جهان طبيعي، محيط ساختة بشر، روابط اجتماعي، روابط اقتصادي و نيز معنايي كه به طور اجتماعي در مورد هر بُعد خلق مي­گردد (تامس و كراس[3]، 2006). با وجود اين، الگوهايي كه آنها براي درك اين ابعاد ارائه داده­اند، بسيار متفاوت است:

الگوهاي مكان

يك جغرافيدان به نام «لاكرمن»[4] ( نقل در فيشر و نامر[5]، 2005)در دهة 1960مكان را جايي توصيف مي­كند كه در آن‌جا:

1.محل،[6] ضروري قلمداد مي­­شود

2.طبيعت و فرهنگ را در بر مي­گيرد

3.فضاها منحصر به فرد بوده ولي با هم در ارتباط هستند و بخشي از چارچوب يك جريان[7] به­شمار مي­روند

4.فضاها بومي شده­اند[8]

5.فضاها در حال پديد آمدن هستند[9] و يك جزء تشكيل دهندۀ تاريخي دارند

6.داراي معنا هستند.

اگر چه چارچوب لاكرمن براي درك اولية مكان سودمند به­نظر مي­رسد، اما راه‌هاي بي‌شماري را كه از طريق آنها مي­توان مكان را تفسير كرد، مورد خطاب قرار نمي‌دهد؛ مانند مكان فيزيكي (ساحل رودخانه)، فعاليت (محل عبادت) و شكلي از گفتار (او را در جاي خود نشاند).

مهمترين اثري كه تاكنون دربارۀ مفهوم مكان نگاشته شده، اثري است با عنوان «مكان واقعاً خوب»[10] كه «الدنبرگ»[11] در سال 1989 (نقل در چينگ،[12] 2002) آن را تأليف كرد. اصطلاح مكان سوم[13] از همين اثر نشأت گرفت. وي اصطلاح مكان سوم را براي توصيف مكانهاي عمومي كه ميزان گردهمايي‌هاي منظم، داوطلبانه و غيررسمي از افراد، وراي قلمروي خانه و كار مي‌باشند، ابداع نمود. ويژگي مهمي كه مكانهاي سوم را براي چنين گردهمايي­هاي داوطلبانه و غيررسمي مساعد مي­سازد، آن است كه افراد مي­توانند به صورت ناشناس، بدون نياز به ابراز هويت و در عين حال به صورت اجتماعي، در اين مكانها ظاهر شوند. علاوه بر اين، مكانهاي سوم، نسبتاً جذابند، نه تنها به جهت ماهيت غيررسمي و خودجوش محيط، بلكه به خاطر اينكه طبيعت تعاملهاي اجتماعي نيز خودانگيز[14] است. «الدنبرگ» (نقل در چينگ، 2002) بر اهميت اين‌گونه مكانها به عنوان تأمين كننده‌هاي برخي از نيازهاي اجتماعي كه ممكن است در خانه يا محل كار برآورده نگردند، تأكيد مي­كند. به اعتقاد وي، اگرچه محل كار و خانه، منابع مهمي در حمايت از فرد به شمار مي­روند، ممكن است براي تظاهرات فردييا بروز رفتارهايي وراي مرزهاي نقشهاي اجتماعي رسمي مانند پدر، مادر، پدربزرگ و ...، مكانهاي مناسبي نباشند. به عنوان مثال، به نظر يك فرد سالخورده، با صداي بلند خنديدن در مقابل فرزندان، نوه­ها و ديگر نزديكان ممكن است او را احمق جلوه دهد. اما همين فرد ممكن است اين رفتار را بدون دغدغة خاطر در ميان همقطارانش در يك باشگاه ويژة سالخوردگان بروز دهد. اين‌گونه تظاهرات فردي در يك مكان سوم، رفتارهايي عجيب در ميان همقطاران به شمار نمي­روند، زيرا مكانهاي سوم اغلب مكانهايي اجتماعي هستند كه در آنها طبقة اجتماعي، حرفه، وابستگيهاي مذهبي، وضعيت اقتصادييا نقشهاي رفتارهاي اجتماعي، معياري براي عضويت در گروه تلقي نمي­شوند. بر طبق اين نظريه، مكانهاي عمومي همچون كافي‌شاپها و سالنهاي آرايش، نمونه‌هايي از مكانهاي سوم انسانها به شمار مي­روند، زيرا هنگامي كه انسان در خانه و يا محل كار حضور ندارد، در اين گونه مكانها به سر مي­برد. الدنبرگ (نقل در فيشر و ديگران،2007) اين گونه استدلال مي­كند كه مكانهاي موفق هشت ويژگي زير را دارند:

1.ملاقات در يك محيط بي­طرف روي مي­دهد، جايي كه افراد به ميل خود رفت و آمد مي‌كنند و هيچ يك نقش ميزبان را ايفا نكرده، همگي احساس آسايش و راحتي دارند.

2.مكان سوم موجد برابري است[15]؛ بدين معنا كه در دسترس همگان بوده و به وضع معيارهاي رسمي عضويت و اخراج نمي­پردازد، بنابراين به توسعة شبكة اجتماعي مي‌انجامد، جايي كه افراد به تعامل با انسانهايي مي­پردازند كه نزديكان و عزيزان آنها به شمار نمي­آيند.

3.«گفتگو» فعاليت اصلي در اين مكانهاست. در واقع، هيچ چيز به اندازۀ گفتگو و مكالمة خوب، مفرح، جالب و سرگرم­كننده وجه تمايز مكان سوم از ديگر مكانها نيست.

4.مكان سوم دسترس­پذير است. بهترين مكانهاي سوم آنهايي هستند كه افراد به تنهايي به آن مكانها مي‌روند و با افراد ديگر آشنا مي‌شوند.

5.مكان سوم مشتريان معيّن دارد، و همين امر و نه ديگر ويژگيها نظير ظرفيت نشستن، انواع نوشيدني، وجود مكانهايي براي پارك اتومبيل و قيمتها، باعث مي­گردد افراد در آن­جا حضور يابند، احساس راحتي ­نمايند، با تازه­واردها گفتگو كنند و اعتماد خود را به اطرافيان افزايش ­دهند.

6.مكان سوم از نظر فيزيكي و ظاهري كاملاً آشكار است؛ يعني از بيرون قابل تشخيص است و چندان زيبا و لوكس نيست تا از خودنمايي و فخرفروشي افراد حاضر در آن جلوگيري كند.

7.نوعي حالت سرزندگي دائمي دارد؛ يعني افرادي كه سعي دارند گفتگويي جدي را بيش از يك دقيقه ادامه دهند، مطمئناً با شكست مواجه خواهند شد.

8.خانه­اي است دور از خانه، مكاني كه افراد در صورت حضور نداشتن در خانه يا محل كار، در آن‌جا به سر مي­برند. اگرچه محيطي است كاملاً متفاوت با خانه، از نظر آسايش فيزيكي و حمايتهايي كه به­وجود مي­آورد، به طور قابل توجهي به خانه شبيه است.

وي همچنين به توصيف ديگر جنبه­هاي مكان سوم مي­پردازد، مواردي نظير مزاياي فردي آن كه شامل تازگي[16]، حالت معنوي و دوستانه[17]، روح سرگرمي[18] و ... مي­باشد. البته وي در نهايت كاستيهاي اين مكانها را نيز بر مي­شمرد؛ از جمله افتراق، دشمني و ... علاوه بر اين، مكانهاي سوم موجد سرماية اجتماعي[19] نيز هستند، زيرا ميان افراد ارتباط، پيوند و اعتماد ايجاد مي‌‌كند كه در نتيجة آن يك جامعه خلق مي­گردد (فيشر و ديگران،2007). «برايسن، پراكتر و آشروود»[20]، (2003) ويژگيهاي برشمرده براي موفقيت يك مكان­ سوم را در چهار مورد خلاصه مي­كنند: الف) براي ورود يا خريدن مواد غذايي و نوشيدني رايگان يا نسبتاً ارزان باشد. ب) كاملاً دسترس‌پذير باشد به گونه­اي كه افراد بدون نياز به استفاده از وسايل نقليه بتوانند در آن حضور يابند. ج) انتظار مي­رود تعداد افرادي كه روزانه در مكان سوم حضور مي­يابند به حداقل سه نفر برسد. د) ورود افراد به اين مكان با خوش­آمدگويي همراه باشد. شركت در گفتگوها بايد به آساني صورت پذيرد. همچنين، فردي كه در اين مكانها حضور مي­يابد بايد امكان ملاقات دوستان قديمي و آشنايي با افراد جديد را داشته باشد.

«كرسول»[21] نيز در سال 2004 (نقل در فيشر و ديگران، 2007) با مقالة خود تحت عنوان «درآمدي كوتاه بر مكان»[22] ابعاد مختلف مكان را توصيف مي‌كند و دشواريهاي مربوط به ارائة تعريفي جهاني از مكان را با ذكر نمونه­هاي متعدد با استفاده از زمينه­هاي گوناگون، شرح مي‌­دهد. تعريف وي، به پنج شيوه انجام گرفته است:

-محل[23]: موقعيت يا مختصات عيني و ثابت[24]

-موضع[25]: شرايط مادي[26] براي روابط اجتماعييعني شكل واقعي مكاني كه انسانها درون آن زندگي خود را به عنوان افراد پيش مي­برند.

-مفهوم مكان[27]: تعلّق حسي و ذهني افراد به مكان

-فضا[28]: مفهوم انتزاعي­تري نسبت به مكان. فضا، مكانها را از يكديگر جدا ساخته و قلمرويي است بدون معنا.

-چشم‌انداز[29]: نقشه­برداري مادي[30]، چه طبيعي و يا مصنوعي، انسانها در چشم اندازها زندگي نمي­كنند، بلكه به آنها مي­نگرند.

«تامس و كراس» (2006) نيز سه قلمرو را براي مكان شناسايي نموده­اند: محيط مادي، محيط طبيعي و روابط اجتماعي، كه مفهومي به نام معنا به شكل لايه­اي گسترده تمامي اين سه قلمرو را تحت پوشش قرار داده است. منظور از محيط طبيعي، عناصر، نيروها و فضاهاي طبيعي ـ شامل صخره­ها و درختان، تپه­ها و دره­ها، باد و باران، آب و هوا و جاذبه ـ است. روابط اجتماعي نيز قلمروي تعامل بشر است كه طيف كامل تعاملهاي ميان افراد را در برمي­گيرد. و در نهايت منظور از محيط مادي، اقتصاد و محيط ساختة بشر- ساختمانها، جاده­ها و ديگر ساختارهاـ مي‌باشد.

«فيشر» و ديگران (2007) ديگر الگوهاي مربوط به مكان را شرح مي‌دهند. «تك نگاشتي با عنوان «مفاهيم مكان»[31] توسط «فلد و باسو»[32] (1996) تأليف شد كه در آن با روش قوم نگاري به شرح معاني مكان از ديد جامعه­هاي مختلف همچون آپاچي­هاي اريزونا پرداختند. «ليپارد»[33] (1997) در اثري با عنوان «در دام مكان: مفاهيم مكان در يك جامعة چندقطبي»[34]، به طور مشابه با تركيب مطالعات تاريخي، جغرافيايي، فرهنگي/ اجتماعي و هنرهاي معاصر، مفهوم مكان را مورد بحث قرار مي­دهد".

بنابراين، به اعتقاد صاحب نظران حوزه­هاي جامعه شناسي و جغرافياي انساني، منظور از مكان، صرفاً پديده­اي نيست كه در ذهن افراد نقش بسته باشد، بلكه پديده‌اي است كه از زندگي و تجربيات روزمره نشأت مي‌گيرد و سپس بخشي از آن مي‌گردد. عادتهاي جاري زندگي، به خلق مكانهايي كه براي افراد، سازمانها و جوامع بامعنا، مقدس و ويژه هستند، مي­پردازند. دو فرض زيربنا در اينكه مكان ساخت اجتماعي است، عبارتند از: الف) افراد نقش عامل[35] را در جهان دارند، بنابراين در معنا بخشيدن به محيط خود به شيوه­اي كه در آفرينش مكان تأثير خواهد گذاشت، آزادند. ب) معناي مكان از تعاملهاي افراد و گروه­ها در آن مكان سرچشمه مي گيرد. معناي مكان براييك گروه يا فرد، از شيوه­هايي كه افراد به تعامل با يكديگر و با در نظر گرفتن آن مكان مي‌پردازند، حاصل مي­گردد. بنابراين، مكان در ماهيت خود صرفاً يك پديدة جغرافيايي نيست، بلكه كاركرد روابط و تعاملات است. به عنوان مثال، يك مكان را مي­توان يك جاذبة گردشگري، محل مذهبي مقدس و ... تعريف كرد. تمامي اين تعاريف بر تعامل ميان افراد و مكان و نيز ميان افراد و گروه­هاي حاضر در آن مكان، اشاره دارند. بنابراين، در تعريف مكان، هم به جنبه­هاي جغرافيايي و هم به جنبه­هاي اجتماعي آن توجه مي­شود و بر اساس معنايي كه افراد و گروه­ها به مكان در جنبة فيزيكي آن مي­دهند، سازماندهي مي‌شود. مكانها، برپاية وقايعي كه در آنها روي مي­دهد، معنا مي­يابند و توصيفات آنها با هدفها، ارزشها و تمايلات بشر درآميخته است (تامس و كراس، 2006).

مكان در حوزة كتابداري و اطلاع‌رساني

مفهوم مكان در حوزۀ كتابداري و اطلاع­رساني نيز مورد توجه قرار گرفته است. در اين بررسي­ها علاوه بر رضايت كاربران از كتابخانه، بر كتابخانه به عنوان مكاني با ابعاد فيزيكي، فرهنگي، سياسي و اجتماعي تأكيد شده است. پژوهشگران بي­شماري ـ چه در داخل و چه در خارج از كشور ـ رضايت كاربران را در مورد ويژگيهاي ساختمان و تسهيلات آن جويا شدند. آثار فراوان ديگري نيز در مورد چگونگي ارتباط ميان تنوع خدمات كتابخانه با طراحي آن نگاشته شده است. «اگوست»[36] (نقل در فيشر و ديگران، 2007)در اثر خود با عنوان «كتابخانة امريكايي به عنوان يك نمايندگي فرهنگي»[37] مي‌گويد: كتابخانه­ها به سه شيوه مي‌توانند به عنوان يك مكان عمل كنند:

ـ به عنوان مؤسسات اجتماعي[38]

ـ به عنوان بخشي از زيرساخت فيزيكي/ عمومي

ـ و به عنوان محلي براي حافظه جمعي».

برخي از پژوهشگران با استفاده از رويكرد ساختار اجتماعي، معماري كتابخانه‌هاي عمومي و دانشگاهي را بررسي كرده‌اند. برخي ديگر نيز با مصاحبه با كاركنان غيركتابدار نتيجه گرفته‌اند تمركز كتابخانه‌ها بر امور داخلي باعث افت آنها مي‌شود، به نحوي كه به جاي مكاني براي انجام فعاليت و برقراري ارتباط با ديگر افراد، به عنوان اتاقهاي سكونت گروهي مبدل مي‌شوند. نتايج پژوهشهاي متعدد نشان داده كه چهار كيفيت اصلي براي فضاهاي عمومي خوب عبارتند از: دسترسي و ارتباط (سهولت دسترسي، ارتباط با ديگر مؤسسات مجاور)، آسايش و شكل ظاهري (امن، پاكيزه و جذاب)، كاربردها و فعاليتها (امور فراواني براي انجام دادن) و قابليت برقراري تعامل اجتماعي (مكاني براي ملاقات با ديگر افراد) (فيشر و ديگران، 2007).

به اعتقاد فيشر و ديگران (2007) مطالعات ژرفي كه در خصوص شيوه­هاي بهره‌مندي افراد، خانواده­ها، همسايه­ها و جوامع از كتابخانه­ها انجام گرفته­اند، گرايش به چشم­پوشي از چارچوب مبتني بر مكان داشته­اند. به عنوان مثال، آنها از اثر «دارنس و فيشر» با عنوان «چگونه كتابخانه­ها و كتابداران كمك مي­كنند» و نيز اثر «نانسي كرانيچ»[39] (2001) با نام «كتابخانه­‌ها و دموكراسي» نام مي­برند.

در نتيجه، در كتابداري و اطلاع رساني چارچوب نيرومندي براي تحليل نقش كتابخانه­ها بر حسب مكان وجود ندارد. «لكي و هاپكينز»[40] (2002) با استفاده از چارچوب مكان ـ مدار، كتابخانه‌­هاي مركزي تورنتو و ونكور را بررسي كردند و با انجام مصاحبه و مشاهدة كاربران و كاركنان، داده‌هايي را در خصوص برداشت افراد و الگوهاي كاربرد عمومي منابع و تسهيلات كتابخانه جمع‌آوري نمودند. آنها در نقد آثار ميان رشته­اي در مورد ماهيت فضاي عمومي بويژه بر حسب حقوق و دسترسي عمومي، بر عقيدة الدنبرگ (نقل در چينگ، 2002) يعني هشت ويژگي مكانهاي عمومي مؤفق، تأكيد كردند. اگر چه لكي و هاپكينز (2002) در بحث در مورد نتايج خود چارچوب الدنبرگ را به كار نگرفتند؛ با وجود اين، گزارش دادند:

1.كتابخانه­هاي مركزي، مكانهايي منحصر به فرد، مهم و پر استفاده هستند.

2.. فناوريهاي اطلاعاتي جديد به جاي كم اهميت كردن نقش اين مكانها، آنها را مهمتر مي‌سازد.

3.تعدي به علايق خصوصي در انتقال ماهيت مهم كتابخانه­ها به عنوان مكانهاي عمومي، امري تهديد­كننده به­شمار مي ­رود.

«برايسن، پراكتر و آشروود» (2003) نيز با استفاده از چارچوب الدنبرگ، تأثير ساختمانهاي جديد كتابخانه­هاي بريتانيا بر جامعة كاربران محلي را مطالعه و اين مؤسسات را به عنوان فضاهاي فيزيكي و نقشي كه در زندگي كاربران ايفا مي‌نمايند، ارزيابي نمودند. يافته‌هاي آنها نشان داد معماريهاي جديد كتابخانه، سعي دارند ويژگيهاي مكانهاي سوم را تسهيل كنند. به همين ترتيب، مفهوم مكان توسط «مك كوك»[41] در سال 2004 (نقل در فيشر و نامر، 2005) بررسي شده است.

وي مفهوم مكان را مجموع تمام ادراكات (زيبايي­پرستي، حسي، تاريخي و آسماني) مي­داند كه يك محل فيزيكي و فعاليتها و پاسخهاي احساسي مرتبط با آن محل، در افراد بر مي انگيزد و كتابخانه­هاي عمومي در اجزاي تشكيل دهندۀ خود اين مفهوم را به همراه دارند و مي توانند به جوامع در حفظ ويژگيهاي منحصر به فرد خود ياري رسانند. در حالي كه پژوهشگراني مانند لكي و هاپكينز (2002) با كمك چارچوب مكان سوم به مطالعة كتابخانه­هاي عمومي در تورنتو و ونكور پرداختند، فيشر و ديگران (2007) با استفاده از نظرية مكان سوم و الگوي كرسول (نقل در فيشر و ديگران، 2007) و افزودن مفهوم اطلاعات به آنها، كتابخانه عمومي سياتل[42] را به عنوان يك مكان، از جنبة اجتماعي (چگونگي تعامل با ديگر افراد)، جنبة فيزيكي (معماري و محيط پيرامون)، جنبة اطلاعاتي (منابع و طرح و ساختار طبقه­بندي كتابها) با مصاحبه با سه گروه، يعني افراد در حال تورّق در قفسه­ها، افراد حاضر در ديگر بخشها و افراد موجود در محوطة كتابخانه (چه كاربر و چه غيركاربر) بررسي نمودند. نتايج پژوهش نشان داد، كتابخانة سياتل تنها چند مورد از ويژگيهاي مكان سوم را دارد؛ يعني ويژگيهاييك، دو و هشت، و ويژگيهاي ديگر را تا حد بسيار ضعيفي نشان مي­دهد. با وجود اين، كتابخانة مذكور محاسن فرعي مكانهاي سوم را به طور آشكار نمايان ساخت. چارچوب كرسول (نقل در فيشر و ديگران، 2007) در جهت روشن نمودن تفاوتها ميان اصطلاحات متداخل و طبقه­بندي پاسخها كمكهاي سودمندي نمود. در درك اهميت كتابخانه به عنوان مكان در جامعة معاصر، مفهوم اطلاعات به طور كامل جزء جدايي ناپذير مفهوم گسترده­تر مكان به­شمار نمي‌رود. بنابراين، پژوهش فيشر و ديگران (2007) به تقويت چارچوبهاي ذكر شده با افزودن جزء اطلاعاتي به ويژگيهاي مكان ـ مدار اين چارچوبها انجاميد.

مهمترين اثري كه تاكنون در حوزۀ كتابداري و اطلاع رساني در اين خصوص نگاشته شده، متعلق به «چتمن» (نقل در پندلتن و چتمن[43]، 1998) است كه مفهوم «جهان كوچك»[44] را از خلال مطالعات قوم­نگاري خود در ارتباط با زندگي روزمره و جوامع در حاشيه قرار گرفته استنتاج كرد. به اعتقاد «پندلتن و چتمن» (1998) جهان كوچك، جهاني است كه در آن وقايع روزمره با مقداري پيش بيني روي مي­دهند و اجازۀ حضور افراد حقوقي[45] ـ كساني كه در يك فضاي فيزيكي با ويژگيهاي فرهنگي مشابه سهيم هستند ـ را مي­دهد. در درك مفهوم رفتار هاي اطلاعاتي، مكان و شرايط اين افراد حقوقي، مرز­هايي در اطراف احتمالات اين رفتار­ها به وجود مي­آورد. به عبارت ديگر، افراد حقوقي اطلاعات وارد شده به جهان كوچك را از خلال جهان بيني خود شكل داده، تغيير و يا بهبود مي­بخشند. به باور پندلتن و چتمن (1998) اين نظريه تا حد قابل توجهي در حوزۀ كتابداري و اطلاع‌رساني نيز قابل تعميم است، زيرا كاربران و غيركاربران كتابخانه­ها به جهانهاي كوچك بي­شماري تعلق دارند. شناخت اين جهانها و مفاهيم متعلق به آنها مي‌تواند به روشن نمودن مسائل بسياري در اين حوزه منجر گردد كه پيامدهاي قابل توجهي را در پي خواهد داشت.

«فيشر» (2005) نيز اخيراً برنامة پژوهشي را با تأكيد بر نقش مكان در رفتار اطلاعاتي روزمره توسعه داد كه به محيط اطلاعاتي[46] شهرت يافت. منظور وي از محيطهاي اطلاعاتي، مكانهايي است كه افراد در هنگام حضور در آنها علاوه بر انجام فعاليتهاي مختلف، به تبادل اطلاعات نيز مي‌پردازند. «فيشر، دارنس و هينتن»[47] (2004) با استفاده از مفهوم محيط اطلاعاتي، نتايج حاصل از مطالعة كتابخانة كوينز بارو[48] و كاربران مهاجر آن را تغيير و نتيجه گرفتند كه آشنايي مهاجران با كتابخانه، يعني رسالت­، برنامه­ها و كاركنان آن، مي­تواند اين گروه را به سوي محيط اطلاعاتي سوق دهد كه در نتيجه اين مهاجران بتوانند طيف وسيعي از نياز­هاي روحي، اجتماعي و عملي خويش را برطرف سازند. به اعتقاد فيشر (2005) محيط اطلاعاتي مفهومي جديد است كه مي­تواند زمينه‌اي تازه براي مطالعات آتي در ارتباط با پديدة مكان و تأثيرهاي آن بر روي زندگي افراد به وجود آورد.

نتيجه­گيري

همان‌طور كه گفته شد، الدنبرگ (نقل در چينگ، 2002) براي مكان سوم هشت ويژگي برمي‌شمرد. ويژگيهاي ارائه شده توسط وي، به طور آشكار به دو عامل مكان (ويژگي 1، 2، 6، 8) و انسان (4، 5، 7) ارتباط مي­يابد، و اثري از عامل اطلاعات در آنها به چشم نمي­خورد. اگرچه در ويژگي سوم بر گفتگو به عنوان يكي از ويژگيهاي مكان سوم اشاره مي­شود، اما نشاني از تبادل اطلاعات وجود ندارد (فيشر و ديگران، 2007). تعاريفي كه الدنبرگ، كرسول و لاكرمن (نقل در فيشر و ديگران، 2007) از مكان ارائه نموده­اند، حاكي از آن است كه آنها اغلب بر دو عامل مكان و انسانهاي حاضر در آن تأكيد نشان داده­ و مزاياي حاصل از حضور در اين مكانها را بيشتر روحي ـ رواني مي­دانند. به اعتقاد اين افراد، انسان با حضور در اين مكانها و برقراري تعامل اجتماعي با ديگر اشخاص موجود، به نوعي از آرامش، لذت و خرسندي دست مي­يابد. اين تأثيرهاي عاطفي بويژه براي افرادي كه در محيط خانوادگي و يا محيط كاري خود از چنين تجاربي محرومند، بسيار قابل توجه است.

تعجبي وجود ندارد اگر در هيچ يك از الگوهايياد شده به عامل اطلاعات و مزاياي حاصل از تبادل آن اشاره­اي نشده است. در تمامي اين چارچوبها تنها بر ويژگيهاي مكان، و انسانهاي حاضر در آن و روابط اجتماعي و عاطفي ميان اين انسانها تأكيد شده است، زيرا تمامي اين پژوهشگران از منظر حوزه­هاي خود به مفهوم مكان پرداخته­اند. چنانكه پيش از اين نيز اشاره شد، نظرية مكان سوم از حوزۀ جامعه­شناسي نشأت گرفته و كاملاً طبيعي است كه در آن بر جنبة اجتماعي مكان تأكيد مي­رود. الگوهاي ديگر نيز در حوزۀ جغرافيا مطرح شده­اند؛ بنابراين مفهوم مكان در اين الگوها از همين حوزه­ تأثير پذيرفته است.

تنها چارچوبي كه در ارتباط با مفاهيم مكان، در آن به عامل اطلاعات توجه فراواني شده، نظرية جهان كوچك است. چتمن (نقل در پندلتن و چتمن، 1998) برخلاف ديگران، كمتر بر جنبة فيزيكي مكان، و بيشتر بر انسانها، تعاملهاي اجتماعي و عوامل تأثيرگذار بر اين تعاملها (تيپ اجتماعي، هنجارها و ...) و بويژه بر اطلاعات تأكيد كرده است. به اعتقاد وي، آنچه اين جهانهاي كوچك را استوار مي‌دارد، ميزان و نوع اطلاعاتي است كه به آنها وارد مي‌شود. او همچنين بر قراردادهاي اجتماعي حاكم بر روابط ميان افراد و تأثير آنها بر روابط ميان افراد و تأثير آن­ها بر رفتار اطلاعاتي توجه فراواني نشان مي­دهد، و هنجارهاي اجتماعي را در پذيرش يا رد اطلاعات و تيپ­ اجتماعي افراد را در ميزان برقراري تعامل اجتماعي و در نتيجه تبادل اطلاعات، بسيار مؤثر مي­داند. به طور كلي، در نظرية جهان كوچك تبادل اطلاعات و مزاياي حاصل از آن متأثر از شرايط و قراردادهاي اجتماعي است و از جنبه­هاي فيزيكي مكان و تأثيرات آنها در ميزان تبادل اطلاعات چشم پوشي شده است. بنابراين، به نظر مي­رسد نظرية جهان كوچك اگر چه از نظر توجه به عامل اطلاعات غني است ولي از آن نظر كه عامل مكان (از نظر فيزيكي) را در حاشيه قرار داده است، چارچوب نيرومندي نمي­باشد.

از طرف ديگر، محيط اطلاعاتي با تأكيد همزمان بر سه عامل «مكان»، «انسان» و «اطلاعات» چارچوب غني­تري فراهم مي­آورد. اگرچه مزاياي عاطفي ـ كه در نتيجة حضور در يك مكان دلخواه و تعامل با انسانهاي مناسب نصيب هر فرد مي­گردد ـ مي­تواند تأثير مهمي بر شخصيت افراد برجاي گذارد؛ اما اطلاعات، عامل بسيار مهمي است كه مي‌تواند زندگي افراد را متحول سازد. بنابراين، حذف اين عامل از چارچوبهاي مبتني بر مكان، سطحي نگري تلقي مي­گردد. در نتيجه، محيط اطلاعاتي با در برگرفتن هر سه عامل (انسان، مكان و اطلاعات) علاوه بر اينكه برخي از نيازهاي عاطفي انسان را تأمين مي‌كند، با فراهم كردن زمينه­اي براي تبادل اطلاعات، نيازهاي اطلاعاتي افراد مختلف را نيز برآورده مي‌سازد. در پژوهشهاي صورت گرفته در حوزۀ كتابدراي و اطلاع‌رساني (بويژه در ايران)، اغلب از مفهوم كتابخانه به عنوان يك مكان چشم‌پوشي شده است. در اين پژوهشها عمدتاً بر ميزان استفاده و رضايتمندي افراد از خدمات و منابع كتابخانه و نيز دلايل عدم استفادۀ بهينه از كتابخانه تمركز گرديده و به استثناي چند پژوهشي كه در اين مقاله شرح مختصري از آنها ارائه گرديد، در هيچ يك از پژوهشهاي ديگر، بر كتابخانه به عنوان يك مكان اجتماعي تأكيد نشده است. بنابراين، بايد توجه بيشتري به جنبة اجتماعي بودن كتابخانه به عنوان يك مكان مبذول گردد. همان‌طور كه گفته شد، نتايج پژوهشهاي متعدد نشان داده­اند يكي از چهار كيفيت اصلي براي فضاهاي عمومي خوب، از جمله كتابخانه، قابليت برقراري تعامل اجتماعي (مكاني براي ملاقات با ديگر افراد) مي‌باشد. شناخت جنبه‌هاي اجتماعي كتابخانه مي­تواند به روشن نمودن مسائل بسياري در اين حوزه ياري رساند. به عنوان مثال، قابليت بالاييك كتابخانه در فراهم نمودن امكان برقراري تعاملهاي اجتماعي مي­تواند به شناخت بيشتر كاربران كتابخانه و نيازهاي اطلاعاتي آنها بينجامد كه در نتيجه به بهبود و توسعة هر چه بيشتر خدمات اطلاعاتي براي اين جامعه منجر مي‌گردد.

پژوهش فيشر، دارنس و هينتن (2004) نشان داد كتابخانة عمومي كوينز، يك محيط اطلاعاتي حايز اهميت براي مهاجران به شمار مي رود. به عبارت ديگر، مي­توان گفت كتابداران كتابخانة كوينز با تقويت نقش كتابخانة خود به عنوان يك مكان، توانستند به هدف غايي هر كتابخانه، يعني تأمين نيازهاي اطلاعاتي افراد مختلف، دست يابند.

هرچند پژوهشهايي از حوزه­هاي گوناگون به بررسي مفهوم مكان پرداخته­اند، هنوز نياز به مطالعات بيشتر وجود دارد. بويژه مطالعات و بررسيهاي بيشتري در خصوص تفاوت ميان مفاهيمي همچون فضا، مكان، وضعيت و بافت (زمينه[49]) لازم است. بيشتر پژوهشهاي انجام شده، از حوزة جامعه‌شناسي و جغرافياي انساني صورت گرفته است. اما به پژوهشهاي عميق‌­تري از حوزۀ رفتارهاي اطلاعاتي نياز است تا به وضوح بيشتر اين مفاهيم در اين حوزه بينجامند.

منابع

- Bryson, Jared; Proctor, Richard; and Usherwood, Bob (2003). "Library must also be building: New library impact study". Available at: http://www.mla.gov.uk/resources/assets/s/spo24rep\_doc\_6796.doc (accessed 24th May 2007).

- Cheang, Michael (2002). "Older adults' frequent visits to a fast-food restaurant: Nonobligatory social interaction and the significance of play in a third place". Journal of Aging Studies, 16 (2002):303-321.Available at: http://www.ualg.pt/ese/gerontologia/ journal%20of%20Aging%20studies/Cheang%202002.pdf (accessed 28th March 2007).

- Fisher, Karen E. (2005). Information grounds. In: Karen E. Fisher, Sanda Erdelez, and Lynne (E. F.) McKechnie (Eds.). Theories of Information Behavior. Medford, NJ: Information Today.

- Fisher, Karen E.; Durrance, Joan C.;and Hinton, Marian B. (2004)."Information grounds and the use of need-based services by immigrants in Queens, New York: A context-based, outcome evaluation approach". Journal of the American Society for Information Science and Technology, 55(8): 754-766. Available­ at: http://ibec.ischool.washington.edu/pubs/JASIST.2004.Info.Ground.pdf (accessed 29th November 2006).

- Fisher, Karen E., et al. (2007). "Seattle Public Library as place: Reconceptualizing space, community, and information at the central library". In: John E. Buschman and Gloria J. Leckie (Eds.). The Library as place. Westport, CT: Libraries Unlimited. Available at: http://ibec.ischool.washington.edu/pubs/Fisher\_2007\_Library as Place.pdf (accessed on 10th May 2007).

- Fisher, Karen E.; and Naumer, Charles M. (2005). "Information grounds: Theoretical basis and empirical findings on information flow in social settings". In:Amanda Spink and Charles Cole (Eds.). New Directions in Human Information Behavior. Amesterdam: Kluwer. Available at: http://ibec.ischool.washington.edu/pubs/2006\_SpinkCole\_Chapterb.pdf (accessed 18th March 2007).

- Leckie, Gloria; and Hopkins (2002). "The Public Place of Central Libraries: Findings from Toronto and Vancouver". Library Quarterly 72.3 (2002): 326-372.

- Pendleton, Victoria; and Chatman, Elfreda (1998). "Small world lives: Implications for public library". Library Trends; spring 98, Vol. 46 Issue 4, p732, 20p.

- Thomas, D. F. and Cross, J. E. (2006). "Organization as place builders". Available at: http://www.stoveprairiegroup.com/oapd.pdf (accessed at 17th May).

--------------------------------------------------------------------------------

1. دانشيار دانشكدة علوم تربيتي و روانشناسي دانشگاه شهيد چمران

2. كارشناس ارشد كتابداري و اطلاع رساني

1. Thomas and Cross.

2. Lukermann.

3. Fisher and Naumer.

1. location.

2. Circulation.

3. Localized.

4. are emerging.

7. The Great Good Place.

5. Oldenburg.

6. Cheang.

8. Third Place.

1. Nonobligatory.

2. Leveler.

1. novelty.

2. spiritual tonic and friendship.

3. recreational spirit.

4. Social Capital.

1. Bryson, Proctor and Usherwood.

2. Creswell.

3. Place: A Short Introduction.

4. Location.

5. the fixed objective position or coordinates.

6. Locale.

7. material setting.

8. Sense of Place.

9. Space.

1. Landscape.

2. material topography.

3. Senses of Place.

4. Feld and Basso.

5. Lippard.

6. in Lure of the Local: Senses of Place in a Multicentered Society.

1. agent.

2. Augst.

3. The American Library as an Agency of Culture.

1. social enterprises.

2. Nancy Kranich.

3. Leckie and Hop kins.

1. McCook.

1. Seattle Public Library.

2. Pendleton and Chatman.

3. Small World.

4. legitimized others.

1. Information Ground.

2. Durrance and Hinton.

3. Queens Borough.

1. Context.