

عوامل اصلی و مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات

عبدالرضا نوروزی چاکلی^۱

چکیده

گروه‌های مختلف جستجوگران تحت تأثیر عوامل و شرایط گوناگونی قرار دارند و به همین دلیل رفتارهای اطلاع‌یابی متفاوتی را از خود بروز می‌دهند. از مهم‌ترین این موارد که در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار گرفته است، می‌توان به عوامل شخصی و شناختی، اجتماعی و محیطی، و قابلیت‌های نظام اشاره کرد. نظر به اهمیت فراوان هر یک از این مؤلفه‌ها در فرایند رفتارهای اطلاع‌یابی جستجوگران، ضروری است تا ضمن بررسی و شناخت صحیح این مجموعه، عوامل علاوه بر حمایت و هدایت متخصصان اطلاع‌رسانی در پشتیبانی مطلوب‌تر از جستجوگران اطلاعات، به طراحی نظامها نیز بیش و آگاهی بیشتری در زمینه طراحی نظامهای کاربر مدار، ارائه نمود.

کلیدواژه‌ها: جستجوگران اطلاعات، رفتارهای اطلاع‌یابی، عوامل شناختی، عوامل شخصی، عوامل اجتماعی، عوامل محیطی، نظامهای بازیابی اطلاعات

مقدمه‌ای بر رفتار اطلاع‌یابی و جستجوگران اطلاعات

آگاهی از این مطلب که رفتار اطلاع‌یابی تنها به معنای جستجوی اطلاعات نیست و بر استفاده از اطلاعات جذاب، مفهومی، ویرایش شده، تشریح شده و سازماندهی شده

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه شاهد و دانشجوی دکتری علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه فردوسی مشهد

تأکید می‌کند، اهمیت زیادی دارد. تحقیق‌هایی که در این زمینه به انجام رسیده است مهم‌ترین مؤلفه‌های اطلاع‌یابی را عبارت از نیاز اطلاعاتی، انتخاب اطلاعات مرتبط، جستجوی اطلاعات واقعی و استفاده از اطلاعات معرفی می‌کند و عمده‌ترین هدف از اطلاع‌یابی را دستیابی به اطلاعات واقعی می‌داند (۳). هر فرد از افق فکری مشخصی برخوردار است که این افق تحت تأثیر عوامل مختلفی همچون منابع اطلاعاتی دسترس‌پذیر، زمینه‌های شغلی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، و عوامل شخصی شکل گرفته است و می‌تواند شخص را به کسب اطلاعات بیشتر و مفیدتر، رهنمون سازد (۳).

هرچند بخش عمده‌ای از جستجوگران اینترنت در جستجوی خود اهداف غیرپژوهشی از جمله دسترسی به بازار، سرگرمی، جذابیت اینترنت و مواردی مانند آن را دنبال می‌کنند، اما پژوهش‌ها نشان از آن دارد که هم‌اکنون بیش از نیمی از استفاده‌کنندگان اینترنت، با اهداف پژوهشی به این ابزار مراجعه می‌کنند. اگر رقم مراجعه جستجوگران پایگاه‌های اطلاعاتی ناپیوسته^۱ را که عمدتاً نیز با اهداف پژوهشی به بازیابی اطلاعات می‌پردازند به آن اضافه کنیم، خواهیم دید عمده‌ترین جستجوگران اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی پژوهشگرانی هستند که در جستجوی اطلاعات مورد نیاز برای انجام تحقیقات خود هستند (۲۸).

همچنین، پژوهش‌ها گویای این واقعیت است که جستجوگران تحت تأثیر عوامل مختلف، از شیوه‌ها و روش‌های گوناگون برای کسب اطلاعات بهره می‌جویند و رفتارهای اطلاع‌یابی متفاوتی را از خود بروز می‌دهند. بنابراین، با شناخت صحیح و کنترل این عوامل می‌توان رفتارهای اطلاع‌یابی جستجوگران را تا حد بسیار زیادی به مسیرهایی مشخص و هدفمند هدایت کرد. شناخت این عوامل و حرکت در جهت کاهش تأثیر عوامل مداخله‌گر در رفتار جستجوگران، کمک شایان توجهی به آنان تلقی می‌گردد. آگاهی از این واقعیت که کاربران حرفه‌ای، کاربران سازمانی و کاربران خانگی هر کدام از محیط‌های متفاوت و با نگرش‌های گوناگونی به جستجوی اطلاعات می‌پردازند، متخصصان

۱. Offline

اطلاع‌رسانی و طراحی نظام را به سوی این حقیقت سوق می‌دهد که عوامل تأثیرگذار در رفتارهای اطلاع‌یابی و همچنین نیازهای اطلاعاتی این افراد به طور طبیعی از ویژگیها و شرایط یکسانی برخوردار نیست. بسیاری از پژوهشگران از جمله "الیس"^۱ و "کولتو"^۲ در همین زمینه عناصری را معرفی می‌کنند که مجموعه این عناصر رفتارهای اطلاع‌یابی گروههای مشترک جستجوگران را تشکیل می‌دهد.

"الیس" عناصر رفتارهای اطلاع‌یابی افراد را پس از طی مراحل مقدماتی، به ترتیب عبارت از زنجیره‌ای کردن، مرور کردن، متمایز کردن، بازبینی کردن، استخراج کردن، جستجو کردن، انتخاب کردن، فرموله‌بندی کردن، گردآوری کردن و ارائه کردن می‌داند و معتقد است که هر یک از جستجوگران با توجه به تجربیات، دانش، نیاز اطلاعاتی و سطح توقعات خود در هر یک از این مراحل با سطح متفاوتی از دقت و توجه عمل می‌کند و در نهایت این جستجوگر است که بر اساس نیاز خاص خود به انتخاب و گردآوری اطلاعات دست می‌زند (۵). "الیس" با استناد به همین اصل، مدلی را برای رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران پیشنهاد می‌کند. با وجود این، وی اذعان می‌دارد که این مدل بیشتر در محیطهایی بسته همچون پایگاههای اطلاعاتی که عمدتاً از ابزارهای ویژه‌ای همچون واژگان کنترل شده استفاده می‌کنند، قابل اجرا و استفاده است.

"ساراسویک"^۳ معتقد است که این مدلها بیشتر بیانگر تعامل بین نظام و کاربر است. در مدل ارائه شده "ساراسویک" به خوبی به این نکته که چطور عوامل پنهانی همچون تحولات شناختی بر تغییرات قابل رؤیت همچون بازفرمول‌سازی^۴ پرسش تأثیر می‌گذارند، توجه شده است. این عوامل، هم می‌تواند رفتارهای اطلاع‌یابی انفعالی و هم رفتارهای اطلاع‌یابی پویا را به وجود آورد (۵). ما در بسیاری از موارد با رفتار اطلاع‌یابی انفعالی روبرو هستیم. به عنوان مثال، هنگامی که مشغول تماشای تلویزیون یا گوش کردن به رادیو

۱. Ellis

۲. Kuhlthau

۳. Saracevic

۴. Reformulation

هستیم، با اطلاع‌یابی انفعالی سروکار داریم. همچنین، هنگامی که در موتورهای کاوش یا پایگاه‌های اطلاعاتی در حال جستجوی اطلاعات دیگری هستیم و به طور غیرمنتظره به اطلاعات مرتبط و مفید متفاوتی برمی‌خوریم رفتار اطلاع‌یابی ما از نوع انفعالی است. چه بسا در بسیاری موارد اطلاعاتی که از این طریق به دست می‌آید منشأ تحقیقات دامنه‌دار جدیدتری شود. در مقابل، رفتار اطلاع‌یابی پویا، از حرکت در راستای اهداف تعیین شده، اجرای مجدد دستورات جستجو، محدود کردن دامنه جستجو و روزآمدسازی دانش ذهنی مان سرچشمه می‌گیرد.

برخی از پژوهشگران همچون «الیس» و «چوو»^۱ از همین مرحله به عنوان مرحله بازبینی اطلاعات یاد می‌کنند. تحقیقها نشان می‌دهد جستجوگران اطلاعات از نظر میزان تجربه‌ها و دانش جستجو نیز به سه گروه عمده تقسیم می‌شوند: جستجوگران مبتدی و تازه‌کار، جستجوگران متخصص، و جستجوگران فوق متخصص یا جستجوگرانی که به طور دائم به ارتقای ساز و کارهای حمایتی جستجو علاقه‌مندند. پیداست که رفتار اطلاع‌یابی این سه گروه را که از تجربه و دانش متفاوتی در خصوص جستجو برخوردارند نمی‌توان یکسان فرض کرد، زیرا هر یک با توجه به نیازهای خاص و همچنین میزان مهارت، دانش و تجربیات خود به جستجو می‌پردازند و به همین دلیل نیز رفتارهای اطلاع‌یابی متفاوتی خواهند داشت. این گروهها در مواردی همچون تشخیص نیاز اطلاعاتی خود و همچنین جستجوی داده‌ها یا اطلاعات مورد نیاز، تفاوت‌های عمده‌ای با یکدیگر دارند. از رویکردی دیگر نیز می‌توان هزینه‌های دسترس‌پذیری را یکی از تأثیرگذارترین عوامل رفتارهای اطلاع‌یابی کاربران به شمار آورد، زیرا جستجوگران واقعی همواره به دنبال بهترین و باکیفیت‌ترین اطلاعات هستند و از آنجا که تهیه و سازماندهی این نوع منابع، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی را متحمل پرداخت هزینه‌های بیشتری می‌نمایند، عموماً این مراکز نیز دسترسی به این نوع اطلاعات را منوط به پرداخت هزینه‌هایی می‌نمایند.

۱. Choo

در نظر گرفتن هزینه برای اطلاعات نیز در برخی شرایط می‌تواند مسیر جستجو و نوع رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران را تغییر دهد و آنان را به مسیر دیگری هدایت کند. معمولاً رویکرد جستجوگران متخصص و غیرمتخصص و سازمانی و حرفه‌ای با کاربران مبتدی و خانگی متفاوت است. به همین دلیل نیز پرداخت هزینه دسترسی به اطلاعات برای جستجوگران گروه اول که معمولاً تحت پشتیبانی سازمانی قوی به اطلاع‌یابی می‌پردازند یا این که نسبت به جستجوگران مبتدی و خانگی از نیازهای اطلاعاتی خاص‌تر و شدیدتری برخوردارند، چندان به عنوان عاملی مداخله‌گر و تأثیرگذار محسوب نمی‌شود، اما همین عامل می‌تواند برای جستجوگران گروه دوم که کاربران مبتدی و خانگی را شامل می‌شود، به عنوان مؤلفه‌ای تأثیرگذار که آنها را در حالت‌های برابر به استفاده از اطلاعات رایگان سوق می‌دهد، عمل نماید. البته، اگر تمایل به استفاده از اطلاعات رایگان با فقدان سواد اطلاعاتی جستجوگر همچون نبود توانایی و مهارت کافی در تشخیص و ارزیابی اطلاعات با کیفیت نیز همراه باشد، اطلاع‌یابی آنها به اطلاعاتی بی کیفیت منشعب خواهد شد که به طور مستقیم بر نتایج تحقیق‌هایشان تأثیر خواهد گذاشت. به همین دلیل، حتی عامل "هزینه" نیز در مواردی می‌تواند به عنوان عاملی تأثیرگذار در رفتارهای اطلاع‌یابی جستجوگران مطرح باشد.

به عنوان مثالی دیگر در خصوص عوامل تأثیرگذار در رفتارهای اطلاع‌یابی جستجوگران، می‌توان به نقش نرم‌افزار رابط کاربر^۱ اشاره کرد. طبیعی است، برای جلوگیری از تأثیر منفی این عامل در جستجوی جستجوگران، باید برای پشتیبانی از کاربرانی که با ساختار این نرم‌افزارها آشنا نیستند در مقایسه با کاربرانی که به طور مداوم از پایگاهها یا سایتها استفاده می‌کنند، راهکارهای متفاوتی اتخاذ شود. در مجموع، می‌توان اذعان داشت که بررسی این مجموعه عوامل، علاوه بر این که متخصصان اطلاع‌رسانی را در هدایت مطلوب‌تر جستجوگران حمایت خواهد کرد، به طراحان نظام نیز بینش و آگاهی بیشتری در زمینه طراحی نظامهای کاربرمدار ارائه می‌دهد. طراحان نظام با درک این

^۱ User interface

مجموعه عوامل تأثیرگذار، بر این اصل واقف می‌شوند که نه تنها باید از اصول جستجوی اطلاعات آگاه باشند بلکه باید بر این نکته که کاربران نیز ممکن است در اطلاع‌یابی خود دچار خطا شوند، وقوف کامل داشته باشند. همچنین آنها باید از این واقعیت نیز آگاه باشند که حتی حمایت از انفعالی‌ترین کاربران نیز جزء مهم‌ترین وظایف یک نظام بازیابی اطلاعات محسوب می‌شود و به همین دلیل نمی‌توان به آن بی‌توجه بود. بر این اساس، آنها باید طراحی نظام خود را در راستای کاهش تأثیر عوامل مداخله‌گر به انجام رسانند. با شناخت این عوامل، متخصصان اطلاع‌رسانی از امکان ایجاد محیطی که در آن کاربر به عنوان محور اصلی در نظر گرفته شود، برخوردار خواهند بود.

مطالعه‌های رفتار اطلاع‌یابی

تاکنون مطالعه‌های فراوانی در خصوص رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی کاربران به انجام رسیده است. بسیاری از این تحقیقات ارائه‌دهنده اطلاعاتی در خصوص نحوه اطلاع‌یابی و همچنین مدل‌هایی هستند که بر فرایند ذهنی اطلاع‌یابی کاربران تأکید دارد. همچنین در پاره‌ای دیگر از این تحقیقات با استفاده از روش مطالعه موردی، چگونگی بازیابی اطلاعات و در مواردی نیز رفتار اطلاع‌یابی کاربران خاص در محیطی مشخص مورد توجه قرار داده شده است. همان‌گونه که پیش‌تر نیز اشاره شد، از آن‌جا که هر فردی از افق فکری مشخصی برخوردار است و این افق با گذر زمان و تحت تأثیر عوامل گوناگونی همچون منابع اطلاعاتی دسترس‌پذیر، زمینه‌های شغلی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، و عوامل شخصیتی شکل گرفته است و می‌تواند شخص را به کسب اطلاعات بیشتر و مفیدتری رهنمون سازد. لذا بررسی رفتارهای اطلاع‌یابی جستجوگران و شناخت عوامل تأثیرگذار بر این رفتارها حائز اهمیت بسیار می‌باشد (۳).

"دروین"^۱ و "نیلان"^۲ در سال ۱۹۸۶ پیش‌بینی کردند که به زودی در بسیاری از تحقیقاتی که در حوزه "کتابداری و اطلاع‌رسانی"^۳ بر روی کاربران انجام می‌شود، به جای

۱. Dervin

۲. Nilan

۳. LIS

تلاش برای سازگار کردن کاربران با نظام‌های اطلاعاتی، بر سازگاری نظامها با کاربران تأکید خواهد شد. علاوه بر مطالعات "دروین" و "نیلان" در پژوهشهای دیگری نیز بررسی جنبه‌های اجتماعی رفتار کاربران به عنوان گروه‌هایی اجتماعی به چشم می‌خورد. "هوینز"^۱ برای ارزیابی پیش‌بینی‌های "دروین" و "نیلان" مقاله‌های پژوهشی کتابداری و اطلاع‌رسانی را از سال ۱۹۸۶ به بعد مورد بررسی قرار داد و پیش‌بینی آنها را تأیید کرد (۳). "دروین" نیز در سال ۱۹۷۲ به توسعه مدلی بر پایه نیاز کاربر پرداخت که آن را «ایجاد احساس» نامید. روش او بر رفتاری که فرد در تجربه‌های روزانه خود با استفاده از تحلیل طیف وسیعی از فعالیتهای پیچیده بشری به انجام می‌رساند، متمرکز گردیده است (نقل در: ۳۳، ص ۳۱).

بر این اساس، امروزه در حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی مطالعه‌های بسیاری بر رفتارهای اطلاع‌یابی گروه‌های کاربران و عوامل مؤثر بر این رفتارها تمرکز دارد. بیشتر این مطالعه‌ها میزان تأثیر عوامل مختلف را بر این رفتارها مورد ارزیابی قرار می‌دهند. اهمیت این نوع تحقیقها به حدی است که امروزه کنفرانسهای بزرگی همچون کنفرانس "اطلاع‌یابی در بافت"^۲ به طور مستمر در این حوزه برگزار می‌شود و به ارائه آخرین دستاوردهای علمی کاربران در زمینه رفتار اطلاع‌یابی می‌پردازد. به عنوان مثال ضعف جستجوهای آزاد متن در این کنفرانسها مطرح شده و راهکار توسعه امکان اطلاع‌یابی بر مبنای بافت که بر پایه توجه به ویژگیهای شخصی همچون خصوصیت‌های روان‌شناسی فردی و جنبه‌های اجتماعی رفتار جستجوگران، به عنوان بخشی از مهم‌ترین پیشنهادها این کنفرانس به شمار می‌رود. (۳). در میان پژوهشهای کتابداری و اطلاع‌رسانی، تحقیقهای فراوان دیگری نیز وجود دارد که به طور ویژه بر جنبه‌های شناختی رفتار فرد و تأثیر این رفتار بر اطلاع‌یابی تمرکز دارد. این نوع تحقیقها با اعتقاد به این اصل که مطالعه انگیزه و شخصیت کاربر می‌تواند نظام را به درک وسیعی از رفتار اطلاع‌یابی وی نایل کند، صورت پذیرفته و بر فرایندهای شناختی همچون فرایندهای حافظه، عوامل معنایی و سبکهای

۱. Hewins

۲. Information Seeking in Context (ISIC)

عوامل اصلی و مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات ... / ۱۵۱

یادگیری تمرکز دارند. "تام ویلسون"^۱ در همین زمینه و پس از بررسی رفتارهای اطلاع‌یابی متخصصان بازاریابی، علوم اجتماعی و روان‌شناسی، مدلی را برای رفتار اطلاع‌یابی ارائه می‌دهد که به خوبی نقش عوامل روان‌شناختی را در رفتار جستجوگران نشان می‌دهد. وی در مدل خود اذعان می‌دارد که عوامل روان‌شناختی، جمعیت‌شناسی، محیطی و منبع‌مدار بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر می‌گذارد و در بسیاری از موارد آن را تغییر می‌دهد. با وجود گستردگی این مدل، "ویلسون" اظهار می‌دارد که مدل پیشنهادی او تنها قادر است نمونه‌های کوچکی از عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی فرد را نشان دهد. مدل ویلسون به توصیف آنچه در زمینه رفتار اطلاع‌یابی عامل میزان احاطه شخص نامیده می‌شود، می‌پردازد. وی در همین زمینه اظهار می‌دارد که شخص پس از اتخاذ تصمیم به جستجوی اطلاعات، با کمک انگیزه، جستجویی را به اجرا درمی‌آورد و به دلیل احساس نیازی که به فایده‌آوردن برمسأله دارد، شخصاً گذار از مانع‌های مشخصی را که در مسیر بازاریابی اطلاعات او قرار دارد، تجربه می‌کند. "ویلسون" معتقد است که خود شخص صلاحیت لازم را برای تصمیم‌گیری‌های نهایی جستجوی اطلاعات و تشخیص اطلاعات مرتبط از غیرمرتبط دارد و ممکن است بر اساس موقعیت، موضوع یا انگیزه‌های خاص، روشهایی را که برای جستجوهایش برمی‌گزیند، با دیگری متفاوت باشد. همچنین، وی رفتار اطلاع‌یابی انسان را عبارت از فرایندی می‌داند که در تعامل دائمی با افراد، شبکه‌های اجتماعی، موقعیتها و بافتهای گوناگون شکل گرفته و معتقد است که این بافت و موقعیت اجتماعی است که به وجود آورنده نیاز اطلاعاتی است و فرد را به استفاده از منابع دسترس‌پذیر مشخصی محدود می‌کند (۳).

"ویلسون" از عامل "خودمحوری" به عنوان مؤثرترین عامل در رفتار اطلاع‌یابی نام می‌برد و در همین خصوص اظهار می‌دارد که بین باور یا احساس فرد درباره خود و تسلط فرد بر موقعیت‌های مختلف، ارتباط مستقیم وجود دارد. او معتقد است احساس قوی خودمحوری برای بهره‌گیری از یک منبع اطلاعاتی، به استفاده گسترده‌تر و دقیق‌تر از آن

۱. Tom Wilson

منبع منجر می‌شود. اگر شخص از توان خود در بهره‌گیری از منبع تردید داشته باشد، حتی در صورتی که این منبع حاوی مرتبط‌ترین اطلاعات نیز باشد، بازهم استفاده درستی از آن به عمل نخواهد آمد. در هر موقعیتی، انتخاب و استفاده از منبع تحت تأثیر عوامل گوناگونی همچون میزان زمان و تلاشی که صرف دستیابی به منبع و تعامل برای اطلاع‌یابی از آن می‌شود، قرار دارد (نقل در: ۳۳: ص ۳۲). همچنین، رفتار اطلاع‌یابی را عبارت از فرایندهای درونی و عوامل بیرونی می‌داند که بر جستجوی اطلاعات تأثیر می‌گذارد و روشهای فردی پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی را تغییر می‌دهد (۳). از این گذشته در مواردی نیز ممکن است اطلاعات به صورتی کاملاً تصادفی و بدون تلاشی آگاهانه برای یافتن آن، به دست آید. این نوع اطلاع‌یابی با آنچه "ویلسون" و "والش"^۱ در سال ۱۹۹۶ جستجوی انفعالی^۲ نامیدند و همچنین با نظر "ساراسویک"^۳ در خصوص جستجوی انفعالی و جستجوی پویا، مطابقت دارد.

در همین خصوص "اردلز"^۴ نیز اظهار می‌دارد که تنوع و تعداد مواجهه با اطلاعات ممکن است ناشی از ویژگیهای شخصی همچون حس کنجکاوی و علاقه‌های فراوان باشد (۳). "اینگورسن"^۵ نیز معتقد است که فرایند اطلاع‌یابی با عوامل شناختی همچون تفکر، قوه ادراک، حافظه، تشخیص، یادگیری و حل مسئله ارتباط دارد. "سالومون"^۶ معتقد است فرایند اطلاع‌یابی اغلب تکراری و گردشی است که در بسیاری از موارد با شروعهای غلط، تشویش، ارزیابی و بازاریابی و شاید شکست و تسلیم شدن، همراه است (۳). "دونالد کیس"^۷ (۹) در کتاب خود تحت عنوان "پیمایش پژوهشی جستجو، نیاز و رفتار اطلاع‌یابی"، اطلاع‌یابی را جزء جدایی‌ناپذیر زندگی انسان می‌داند و اذعان می‌دارد که انسان در طول زندگی روزمره خود بارها به اطلاعات احساس نیاز می‌کند و به آن رجوع می‌نماید. وی در این کتاب ضمن بررسی رفتارهای اطلاع‌یابی متخصصان رشته‌های گوناگون از جمله

۱. Walsh

۲. Passive search

۳. Erdelez

۴. Ingverssen

۵. Solomon

عوامل اصلی و مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات ... / ۱۵۳

پزشکان، پرستاران، مدیران، مهندسان، روزنامه‌نگاران، مشتریان و بسیاری دیگر از گروهها به این نتیجه می‌رسد که در بین رفتارهای اطلاع‌یابی این گروه‌ها تفاوت‌هایی دیده می‌شود که ناشی از عوامل شغلی و محیط کاری و نیازهای اطلاعاتی خاص آنهاست (۲۵).

در تحقیقی دیگر که تحت عنوان "چارچوبی برای بررسی تعامل در بازیابی اطلاعات" (۱) به انجام رسید، سعی شد چارچوبی برای بررسی نوع رفتار کاربر در مواجهه و تعامل با نظام تعیین شود. از مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق می‌توان به لزوم شناخت، درک نیازها و عوامل مؤثر بر رفتارهای اطلاع‌یابی کاربران به عنوان پیش‌نیاز طراحی نظامهای اطلاع‌رسانی کارآمد، اشاره کرد.

"کارول هرت"^۱ نیز در تحقیق خود سعی در شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران از بخش مرجع مجازی داشت. وی از این مؤلفه‌ها به عنوان مؤثرترین عوامل برای طراحی میز مرجع مجازی در کتابخانه‌های رقومی نام می‌برد و معتقد است از آن‌جا که در میز مرجع مجازی همواره ارتباط و تعامل بین کتابخانه و کاربر مطرح است و این تعامل برای کاربر نوعی رفتار اطلاع‌یابی محسوب می‌شود، شناخت ویژگیها و عواملی که بر این رفتار تأثیرگذار می‌باشد، بسیار حایز اهمیت است (۲).

"هنینگر"^۲ و "بلکین"^۳ (۱۱) نیز در مطالعه خود بر نقش نرم‌افزار رابط کاربر به عنوان یکی از عوامل مؤثر در رفتار اطلاع‌یابی کاربر نام می‌برند. آنها خاطر نشان می‌کنند که کاربران در مواجهه با نرم‌افزار رابط کاربر به شکلهای مختلف عمل می‌کنند و این امر بر نتیجه جستجوهای آنان تأثیر می‌گذارد. وی آشنایی و آموزش کاربران و کاربرپسند بودن ساختار نرم‌افزار رابط کاربر را به عنوان اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تفاوت نتیجه جستجوها توصیف می‌کند.

در پژوهشی دیگر که به عنوان "رفتارهای اطلاع‌یابی گوناگون برای کاربران نهایی" (۴) به انجام رسید، ضمن تأکید بر روش‌شناسی رفتار اطلاع‌یابی کاربران، به صراحت اذعان

۱. Carol A. Hert

۲. Scott Henninger

۳. Nicholas J. Belkin

گردید که با شناخت الگوهای اطلاع‌یابی و روشهای مورد استفاده کاربران و آگاهی از شرایط و ویژگیهای شخصی و اجتماعی آنها، می‌توان تا حد زیادی به عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی‌شان پی برد و آنها را در طراحی پایگاههای اطلاعاتی پیاده نمود.

همان‌گونه که در ابتدا اشاره شد، "کولتاو"^۱ نیز یکی دیگر از محققانی است که در این زمینه مطالعه‌های دامنه‌داری نموده است. وی در مطالعه خود در یک مرحله دو ماهه، مراحل مختلف فرایند رفتار اطلاع‌یابی را در بین دانشجویان مورد بررسی قرار داد و سپس فرایندهای انفرادی رفتار اطلاع‌یابی آنها را مشخص کرد و در نهایت با توجه به یافته‌های خود، مدلی را ارائه داد. هدف اصلی این مطالعه، نشان دادن این اصل بود که طراحی نظامهای اطلاع‌رسانی و تعامل بین انسان و ماشین باید بر مبنای مفهوم مدل‌سازی کاربر، تصفیة اطلاعات و هدایت اجتماعی صورت پذیرد. وی در مطالعه‌های خود نشان داد عواملی همچون نامعین بودن، اغتشاش، خوش‌بینی، ناکامی، آسودگی و رضایتمندی می‌تواند بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران تأثیر بگذارد. "کولتاو" با اشاره به جنبه‌های انگیزشی و شناختی اشخاص، نکته‌های مهمی را در خصوص عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی بر دانش پیشین اضافه می‌کند. وی تردیدی را که جستجوگر پیش از اطلاع‌یابی و در حین اطلاع‌یابی در خود احساس می‌کند، به عنوان یکی از مؤثرترین عوامل رفتار اطلاع‌یابی او معرفی می‌کند. وی از این تردید به عنوان محرک اصلی و اصلی اساسی در اطلاع‌یابی نام می‌برد و چنین تحلیل می‌کند، در زمانی که جستجوگر با موقعیتهای خاصی روبرو می‌شود و از درک صحیح مسئله یا اطلاعات عاجز می‌ماند، دچار این تردید می‌شود و به منظور کاهش آن، اطلاع‌یابی و جستجو را آغاز می‌کند و معمولاً این احساس تردید و عدم امنیتی را که در آغاز با خود داشت، تا پایان جستجو و دستیابی به یقین با خود به همراه دارد. هر چند "کولتاو" در مطالعه‌هایش بر نقش عواملی همچون اغتشاش ذهنی، خوش‌بینی، ناکامی، احساس آرامش و رضایتمندی در رفتار اطلاع‌یابی کاربران که به عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های جنبه‌های فردی رفتار آنها محسوب می‌شود تأکید دارد، اما به نتیجه‌های

۱. Kuhlthau

عوامل اصلی و مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات ... / ۱۵۵

ارزشمندی در خصوص نقش جنبه‌های اجتماعی رفتارهای اطلاع‌یابی و این که چطور با جمع‌بندی ویژگی‌های مربوط به جنبه‌های اجتماعی می‌توان مدل و زمینه‌های مشترکی را برای رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران ترسیم کرد نیز دست یافت (p. ۳۶۵: ۲۱).

بر همین اساس، کولتاو در خصوص روند اطلاع‌یابی کاربران شش نظریه ارائه داد و به عنوان مقدمه اذعان داشت که فرایند جستجوی اطلاعات به درک درست ساختار و معنا وابسته است و کاربر با این درک، از تردید و ابهام به یقین می‌رسد. وی به عنوان دومین عامل، بر شکل‌دهی و به قاعده درآوردن ایده یا دیدگاهی که در روند تحقیق به کار می‌رود تأکید دارد. در این مرحله، بسیاری از کاربران برای به قاعده درآوردن و شکل‌دهی فرایند جستجوی خود اقدامی همزمان انجام نمی‌دهند. همچنین وی سومین عامل را منحصر به فرد بودن اطلاعات می‌داند و بیان می‌دارد که اطلاعات ممکن است منحصر به فرد بوده و یک اطلاعات برای اشخاصی که نیازهای اطلاعاتی مشابهی نیز دارند دارای ارزشهای متفاوتی باشد. وی در این خصوص نیز اذعان می‌دارد که البته کاربران در بسیاری از موارد از این مسئله که کدام اطلاعات مرتبط و کدام غیرمرتبط است آگاهی دارند و به همین دلیل نیز این عامل در سنجش میزان ربط اطلاعات به دست آمده، به عنوان یکی از مهم‌ترین معیارها به شمار می‌رود.

چهارمین عاملی را که "کولتاو" معرفی می‌کند، رفتار کاربر در شرایط خاص است. این که رویکردهای کاربر نسبت به پژوهشهای در دست انجام چگونه است و این که هر جستجویی تحت تأثیر چه شرایط خاص، رفتار و رویکردهایی صورت می‌پذیرد، به عنوان بخشی از مواردی که تحت تأثیر این عوامل قرار دارند، به شمار می‌رود. برخی از کاربران در شرایط خاص به کشف اطلاعات و یافته‌های جدید و گسترده تمایل دارند، در حالی که کاربرانی دیگر نتیجه‌هایی که آنها را به پایان کار نزدیک‌تر کند، ترجیح می‌دهند. بنابراین، شرایط هر یک از کاربران در روند تحقیق به طور دائم رو به تغییر است.

پنجمین عاملی که "کولتاو" معرفی می‌کند، برگزینش و انتخابهای کاربر تأکید دارد. بدین ترتیب، کاربر در روند تحقیق و بر اساس پیش‌بینی‌ها یا انتظاری که از منابع،

اطلاعات و استراتژیها دارد، مجموعه انتخابهایی را صورت می‌دهد که عمدتاً واحد و شخصی‌اند.

آخرین عاملی که "کولتاو" معرفی می‌کند، میزان علاقه کاربر و سطح هدفمندی او در روند تحقیق است (۲۱: p. ۳۶۵). "لیمبرگ" و "کولتاو" در تحقیقی دیگر، موقعیت کاربر و بافتی را که در آن به جستجوی اطلاعات می‌پردازد، به عنوان محور معرفی می‌کنند و معتقدند که حتی ربط اطلاعات نیز تا حد زیادی به شخص و موقعیت او بستگی دارد (۳). بدیهی است، میزان علاقه کاربر و سطح هدفمندی او در انجام تحقیق، بر انگیزه‌های وی تأثیر گذاشته و او را به سوی جستجوهای دامنه‌دارتری سوق می‌دهد. البته وی معتقد است که در مرحله‌های بعدی، نقش عامل علاقه افزایش می‌یابد، زیرا کاربرانی که نسبت به موضوع در دست تحقیق خود درک و تسلط کافی دارند، قادرند به شکل هوشیارانه‌تری با آن روبرو شوند (۱۷).

"تاکمورا"^۱ نیز در تحقیق خود که در سال ۱۹۹۴ به انجام رساند، از علاقه شخصی به عنوان یکی از مهم‌ترین دلایل جستجوها نام برد (۳). "آلن"^۲ معتقد است مردم بخصوص در مواردی که جستجوی اطلاعات پیامدی منفی داشته باشد، قادرند از جمع‌آوری اطلاعات خودداری نمایند. (نقل در: ۳۳: ص. ۳۲).

"نیکولاس"^۳ بر روی این مفهوم که جستجوگران اطلاعات و حتی خبرگان یک نظام اطلاعاتی مشخص به چه دلیل قادر به شکل‌دهی صحیح پرسش خود نیستند و در نتیجه از دستیابی به اطلاعات مورد نیاز خویش محروم می‌مانند، کار کرد. وی از این عامل به عنوان «وضعیت غیر متعارف در آگاهی» یا به اختصار ASK نام می‌برد. به همین دلیل، اذعان می‌دارد که دلیل بروز اشکال در بازیابی اطلاعات را باید هم در نظام و هم در جستجوگر اطلاعات دنبال کرد (نقل در: ۳۳: ص. ۳۳).

۱. Takemura

۲. Allen

۳. Nicolas

"تیلور"^۱ نیز مسئله کاربر را در مرکز توجه خود قرار داد و مدلی را بر همین اساس طراحی نمود. این مدل بر درک نظام از نیاز مصرف کننده و میزان اطلاعاتی که کاربر از نظام اطلاعاتی دریافت می کند و همچنین بر چگونگی تأثیر اطلاعات دریافت شده بر تصمیم گیری کاربران، استوار است. (نقل در: ۳۳: ص ۳۳). "تیلور" رفتار اطلاع یابی را عبارت از مجموعه فرایندهایی می داند که در نهایت به اطلاعات سودمند منجر می شوند (۳). اکنون پس از بررسی برخی از مطالعه های انجام شده، می توان با رویکردی آگاهانه تر، به بررسی عوامل مؤثر بر رفتار جستجوگران اطلاعات پرداخت. این عاملها را می توان به چند گروه عمده تقسیم بندی کرد که عبارتند از: عاملهای شخصی و شناختی، قابلیت های نظام و عاملهای اجتماعی و محیطی.

عاملهای شخصی و شناختی

همچنانکه در مرور نوشتار ملاحظه شد، عاملهای شخصی و شناختی از مهم ترین مؤلفه های تأثیرگذار بر رفتار اطلاع یابی جستجوگران محسوب می شود. این عوامل که عمدتاً ریشه هایی درونی دارند، در طول زمان و بر اساس تجربه و دانشی که فرد از محیط خود کسب می کند، شکل می گیرند. البته باید اذعان داشت که به همین دلیل نمی توان این عاملها را از عاملهای اجتماعی جدا دانست و باید آنها را در ارتباط مستقیم با یکدیگر مورد بررسی قرار داد. به عنوان مثال، هر چند سواد اطلاعاتی به عنوان عاملی شخصی محسوب می شود و به همین دلیل نیز روحیه فرد نقشی اساسی در آن برعهده دارد، اما از رویکردی دیگر نیز نمی توان نقش عاملهای اجتماعی و همچنین قابلیت های نظام را از نظر میزان کاربرمدار بودن آن در میزان سواد اطلاعاتی فرد، نادیده انگاشت. حال با این رویکرد، به بررسی دقیق تر هر یک از این عاملها می پردازیم:

۱. سواد اطلاعاتی

هدف اصلی آموزش عالی، باسواد کردن افراد است. تمامی محققان برای انجام تحقیقات خود فراگیری مهارتهای مورد نیاز خویش را نیز انتظار دارند. این که آنها چطور

تفکر انتقادی را فرا می‌گیرند و از آن به عنوان معیاری برای قضاوت میزان ربط منبع‌های جستجو شده استفاده می‌کنند، عاملی اساسی در درک رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران محسوب می‌شود. امروزه به منظور ادامه حیات در دنیای اطلاعات، کنترل بهینه اطلاعات و افزایش درک جستجوگران، از این واقعیت که اطلاعات چطور سازماندهی می‌شوند، در کجا می‌توان آنها را پیدا کرد و چگونه می‌توان به طرز مؤثرتری آنها را مورد استفاده قرار داد، به سرمایه و مهارت‌های بیشتری نیاز است. هدف اصلی سواد اطلاعاتی نیز مکان‌یابی و دسترسی به منبع‌های اطلاعاتی نیست، بلکه بیشتر در آن تحلیل انتقادی و ایجاد ساختاری برای استفاده از اطلاعات، اهمیت می‌یابد. از سویی دیگر، در بسیاری از موارد ملاحظه می‌شود حتی جستجوگرانی که سواد اطلاعاتی کافی دارند نیز به دلیل دارا بودن ویژگی‌های درونی مختلف، راهبردهای متنوعی را برای حل مسئله خود اتخاذ می‌کنند.

۱-۱. مهارت در تبدیل نیاز به مسئله: مهارت تبدیل نیاز اطلاعاتی به مسئله، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی است که به طور مستقیم بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران تأثیر می‌گذارد. جستجوگران دارای سواد اطلاعاتی، پیش از تبدیل هر نیاز به مسئله، به حد کافی می‌اندیشند. این در حالی است که جستجوگران فاقد سواد اطلاعاتی کافی، نیاز خود را بدون تکیه بر دانش موجود به مسئله‌ای غیرمرتبط با آنچه مورد نظر آنهاست تبدیل می‌کند و این امر رفتار اطلاع‌یابی این جستجوگران را نیز به مسیرهای غیرمرتبط و نامشخصی سوق خواهد داد (۲۴).

۱-۲. فرمول‌سازی مسئله: فرمول‌سازی عبارت از به قاعده درآوردن مسئله برای انجام عملیات جستجو است. امروزه فرمول‌سازی نیز بخشی از سواد اطلاعاتی و به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی فرد محسوب می‌شود. چنانچه فرمول‌سازی به درستی صورت نپذیرد، جستجوگر به درستی به اطلاعاتی که برای هدفهای موردنظر او از مطلوبیت و ارزش لازم برخوردار باشد، هدایت نخواهد شد. بر این اساس، می‌توان از فرمول‌سازی مسئله به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر رفتار جستجوگران اطلاعات، نام برد.

۱-۳. پالایش پرسش: پس از فرمول‌سازی، نوبت به پالایش پرسش می‌رسد. در این مرحله نیز سواد اطلاعاتی نقشی اساسی ایفا می‌کند. پالایش پرسش، نوعی بازبینی فرمول‌سازی مسئله محسوب می‌شود که سعی در اصلاح پرسش و اندازه‌پذیرتر کردن آن دارد. از آنجا که مراحل بعدی جستجو تحت تأثیر مستقیم پرسشهایی پالایش شده و دقیق قرار دارد، می‌توان پالایش پرسش را نیز به عنوان یکی دیگر از مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی که قادر به تغییر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران می‌باشد، به شمار آورد.

۱-۴. تعیین عبارت جستجو: برای تعیین عبارت جستجو، جستجوگر پیش از هر چیز به شناخت اهمیت کلیدواژه، تشخیص کلیدواژه‌های مناسب و این که چگونه با استفاده از کلیدواژه عبارت جستجوی مناسبی را شکل دهد و جستجو را به انجام رساند، نیاز دارد. بدیهی است، مهارت در انجام چنین کاری، به سواد اطلاعاتی نیاز دارد. جستجوگرانی که سواد اطلاعاتی کافی دارند، می‌توانند عبارت جستجوی دقیقی را که آنها را به اطلاعات مورد نیازشان رهنمون سازد، تعیین کنند. این در حالی است که جستجوگران فاقد سواد اطلاعاتی کافی که معمولاً در تعیین عبارت جستجوی خود عاجزند، در رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات نیز به بیراهه می‌روند. بنابراین، تعیین عبارت جستجو به عنوان یکی از عامل‌های مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران محسوب می‌شود.

۱-۵. محدود کردن دامنه جستجو: محدود کردن دامنه جستجو نیز بخشی از مرحله‌های جستجوی اطلاعات و یکی دیگر از عامل‌های مؤثر بر رفتار جستجوگران محسوب می‌شود. در این مرحله، جستجوگر برای گریز از انبوه اطلاعات جستجو شده و دستیابی به مرتبط‌ترین اطلاعات، از قابلیت‌های نظام استفاده و دامنه جستجوی خود را محدودتر می‌کند. جستجوگرانی که از سواد اطلاعاتی لازم برای محدود کردن دامنه جستجوی خود برخوردار نیستند، همواره با حجم وسیع‌تری از اطلاعات مواجه می‌شوند که علاوه بر اتلاف وقت، ممکن است آنها را از تشخیص مرتبط‌ترین اطلاعات نیز محروم سازد.

۱-۶. انتخاب پایگاه مناسب با توجه به نوع اطلاعات مورد نیاز: جستجوگرانی که با هدف‌های گوناگون تجاری، آموزشی، علمی، سرگرمی، عمومی و مانند آن جستجوی

پایگاه‌های اطلاعاتی یا موتورهای کاوش را دنبال می‌کنند، باید از سواد اطلاعاتی لازم برای تشخیص درست مناسب‌ترین پایگاه یا سایتی که با نوع اطلاعات موردنظر آنها مطابقت داشته باشد برخوردار باشند، محققان از این قوه تشخیص به عنوان "روانشناسی جستجو"^۱ نام می‌برند و آن را به عنوان یکی از مؤثرترین عاملهایی که رفتار جستجوگران اطلاعات را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به شمار می‌آورند (۱۳).

۷-۱. مهارت در اجرای عملیات جستجو: علاوه بر قابلیت انتخاب پایگاه یا سایت مناسب، مهارتهایی همچون به کارگیری به موقع امکانات جستجو، فرمولهای جستجو، الگوریتمهای مختلف کاوش و آشنایی با راهبردهای کاوش نیز جزء ویژگیهای جستجوگران دارای سواد اطلاعاتی محسوب می‌شود. جستجوگران فاقد سواد اطلاعاتی به دلیل آشنا نبودن با عملیات جستجو و ناتوانی در به کارگیری این امکانات، از شانس چندانی برای دستیابی به اطلاعات مناسب برخوردار نیستند. این در حالی است که برخوردار از این مهارتها آنها را از مسیرهای کوتاه‌تر به نتیجه‌های اطمینان‌بخش‌تری رهنمون می‌سازد. به همین دلیل، مهارت در اجرای عملیات جستجو نیز همواره به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار سواد اطلاعاتی، بر رفتار جستجوگران مطرح است (۱۴).

۸-۱. آشنایی با واژگان تخصصی حوزه مورد جستجو: از آنجا که جستجوگران برای انجام عملیات جستجو به واژگان تخصصی حوزه موردنظر وابسته‌اند، تأثیر این عامل نیز بر رفتار جستجوگران انکارناپذیر است. برای جستجوگرانی که با واژگان تخصصی حوزه موردنظر آشنا نیستند، این احتمال وجود دارد که با استفاده از واژگانی که دارای دامنه معنایی دقیق و تخصصی آن حوزه نباشد، به بیراهه رفته و به بازیابی منبعهایی که در راستای نیاز اطلاعاتی و مسئله آنها قرار ندارد، پردازند.

۹-۱. توانایی زبانی کاربران: هر چند ممکن است نتوان عامل زبانی را به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های سواد اطلاعاتی به شمار آورد، اما اگر با این رویکرد که توانایی زبانی سهم عمده‌ای در تعیین عبارت جستجو، استفاده از کلیدواژه‌های مناسب، محدود کردن

۱. Psychology of Searching

عوامل اصلی و مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات ... / ۱۶۱

دامنه جستجو و همچنین ارزیابی و تحلیل نتیجه جستجو برعهده دارد به مسئله بنگریم، ملاحظه خواهیم نمود که این مؤلفه نیز در ارتباط مستقیم با سطح سواد اطلاعاتی فرد قرار دارد. در عین حال، چه این مؤلفه را به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های سواد اطلاعاتی به شمار آوریم و چه آن را به عنوان متغیری مستقل مورد توجه قرار دهیم، نمی‌توانیم تأثیری را که بر رفتار جستجوگران می‌گذارد، انکار نماییم. بر همین اساس، عامل زبانی به عنوان یکی از عاملهای مؤثر در رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران مطرح است.

۱-۱۰. **سواد رایانه‌ای:** امروزه اهمیت مهارت‌های کار با رایانه به حدی رسیده است که از آن به عنوان "سواد رایانه‌ای" نام برده می‌شود. این که نمی‌توان رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران باسواد رایانه‌ای را با رفتار جستجوگرانی که از توانایی‌های لازم در این راستا برخوردار نیستند یکسان فرض کرد، امری بدیهی به نظر می‌رسد. امروزه حتی توانایی‌هایی همچون تایپ و واژه‌پردازی نیز به عنوان بخشی از مؤلفه‌های سواد رایانه‌ای محسوب می‌شود. بنابراین، سواد رایانه‌ای نیز به عنوان یکی از مقوله‌های سواد اطلاعاتی که بر رفتار جستجوگران تأثیر می‌گذارد، به شمار می‌رود (۱۲).

۱۱-۱. **توانایی ارزیابی و تحلیل میزان ربط نتیجه جستجو با نیاز اطلاعاتی:** امروزه با وجود حجم عظیمی از اطلاعات، ارزش اطلاعات باکیفیت به حدی رسیده است که توان تحلیل و ارزیابی اطلاعات جزئی از مهم‌ترین مقوله‌های سواد اطلاعاتی به شمار می‌رود. در همین راستا، تفکر انتقادی نیز به عنوان یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی مطرح است. جاکوب^۱ تفکر انتقادی را عبارت از آزمون تکرار شده مسائل، پرسشها، موضوعها و موقعیتها می‌داند که با بینشی آرمان‌خواهانه و روشی تحلیلی و مبتنی بر تأمل، ارزشیابی سعی دارد محقق را از طریق مقایسه، ساده کردن و استنتاج اطلاعات، به هدفهای موردنظر نایل سازد. مؤلفه‌هایی همچون قدردانی، در معرض دید قرار دادن افکار و ایده‌های خود و سعی در رفع چالشهای موجود، از جمله مهم‌ترین ویژگیهای جستجوگران دارای تفکر انتقادی محسوب می‌شود. با وجود این که لازمه دارا بودن تفکر انتقادی برخورداری از

۱. Jacobs

ویژگیهای خاص شخصیتی همچون توان جستجوی صحیح، بلوغ شناختی، تحلیلگری، نظام‌مندی، اعتقاد، و افکاری آزاد است، اما از طریق کسب تجربه و دانش لازم نیز می‌توان به تقویت این ویژگیها پرداخت. از آنجا که جستجوگران برای ارزیابی مرتبط‌ترین اطلاعاتی که در جستجوهای خود با آن روبرو می‌شوند همواره به چنین مهارتهایی نیاز دارند، این عامل نیز در کنار سایر عاملهای تأثیرگذار بر رفتار جستجوگران، مورد توجه قرار می‌گیرد (۳).

۲. عاملهای روانشناختی

عاملهای روانشناختی شامل آن دسته از مؤلفه‌هایی است که در مواجهه و تعامل با اطلاعات، با خصوصیت‌های شخصیتی، فرایندهای شناختی و ویژگیهای درونی جستجوگر در ارتباط می‌باشد. بر این اساس در این مقاله عاملهای روانشناختی در دو قسمت مورد بررسی قرار می‌گیرد:

۱-۲. خصوصیت‌های فردی (شخصیت)، سبکهای شناختی و سبکهای یادگیری: "فریز"^۱ شخصیت را عبارت از مجموعه‌ای از عقیده‌های مشخص، احساسها و رفتارهایی می‌داند که در زمان و موقعیتهایی خاص، یک شخص را از دیگری متمایز می‌کند. بنا به اهمیت شخصیت، در تمامی اعصار نظریه‌های شخصیت ارائه شده است. هر یک از این نظریه‌ها نیز طبق تفاوتها و ویژگیهای فرهنگی جامعه‌ای که این نظریه در آن رشد یافته، با دیگری متفاوت است. از نگاهی دیگر، می‌توان اذعان داشت که شخصیت و انگیزه‌های محرک آن از طریق کشف، رمزگذاری، ذخیره، بازیابی و همچنین یکپارچه‌سازی اطلاعات، نقش زیادی در ذخیره‌سازی اطلاعات در مغز آدمی ایفا می‌کند. در همین زمینه محققانی همچون "فیدل"^۲، "گولدینگ"^۳ و "آفولابی"^۴ در خصوص نقش شخصیت در رفتار اطلاع‌یابی انسان به مطالعه‌های دامنه‌داری دست زده‌اند (۳). "فیدل" نقش شخصیت

۱. Phares
۲. Fidel
۳. Goulding
۴. Afolabi

کتابدارها را در اطلاع‌یابی بسیار باارزش توصیف می‌کند و "گولدینگ" نشان می‌دهد که دانشجویان کتابداری و اطلاع‌رسانی از نظر شخصیتی بر مسلط شدن، آرامش و حساسیت متمایل هستند و به طور دائمی یک احساس عدم امنیت را با خود به همراه دارند. وی معتقد است هر یک از این ویژگیها به طور مستقیم بر رفتار اطلاع‌یابی آنها تأثیرگذار است. همچنین "آفولابی" شخصیت کتابداران را اجتماعی، کنجکاو و مشهور توصیف کرد و اذعان داشت که این ویژگیها به منظور برقراری ارتباط با نظام و کاربر و اطلاع‌یابی مطلوب از مهم‌ترین مشخصه‌های مثبت به شمار می‌رود (۳).

علاوه بر این، حتی در مطالعه‌هایی که بر روی سبکهای شناختی و سبکهای یادگیری به عمل آمده نیز به روشنی نشان داده شده بین این سبکها و رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران رابطه‌ای معنادار وجود دارد. سبک یادگیری، بیانگر سبک شناختی درونی یادگیری و همچنین بیان‌کننده بستر درخواست دانش است و در این میان انگیزش به عنوان عاملی تعیین‌کننده و پلی ارتباطی بین شناخت فردی و سبک یادگیری، ایفای نقش می‌کند. هر چند مفهوم سبک شناختی در بسیاری از موارد با مفهوم سبک یادگیری مترادف به کار می‌رود، اما سبک شناختی تفاوت ژرف‌تری از نظر پردازش اطلاعات اصلی در مغز انسان دارد و این در حالی است که سبک یادگیری مفهومی عام‌تر و کلی‌تر را در بر می‌گیرد. فرایندهای شناختی به طور کامل توسط سبکهای شناختی، سازماندهی و کنترل می‌شود و سبکهای یادگیری، شیوه‌های انتخاب، سازماندهی و راهبردهای یادگیری ما را کنترل می‌کند و با توجه به خصیصه وظیفه‌مدار بودن که در خود دارد، الگوهای محکمی از رفتار را شکل می‌دهد. بر همین اساس، سبکهای شناختی و سبکهای یادگیری، بیشترین نقش را در رفتار جستجوگران اطلاعات ایفا می‌کند. این جستجوگران برای انتخاب راهبرد از این سبکها تأثیر می‌پذیرند و از دانش پیشین خود در این راستا بهره‌های بسیار می‌جویند. بنابراین، هم عامل "شخصیت"^۱ و هم عاملهایی همچون "سبکهای شناختی و یادگیری" که از مؤلفه‌های شناختی محسوب می‌شوند بر رفتار جستجوگران اطلاعات مؤثرند (۳).

۲-۲. روانشناسی طراحی نوشتار و اطلاع‌یابی: آگاهی از این مطلب که به منظور درک صحیح رفتار اطلاع‌یابی کاربران، شناخت کاملی از بافتی که در آن به جستجو می‌پردازد لازم است، اهمیت زیادی دارد. در بسیاری از موارد برای شناخت این بافت، به متن مراجعه می‌کنیم. بدین ترتیب، شناخت چگونگی نوشتن متن و سیر حرکت ذهنی نویسنده، از زمره رایج‌ترین تکلیف‌های اطلاع‌یابی محسوب می‌شود. "شارپلز" (۲۶: p. ۵۸) معتقد است که از رویکردی دیگر، عامل‌های دخیل در نوشتن و انتخاب واژه‌های برابر، با حوزه‌هایی غیر از اطلاع‌یابی همچون حوزه روانشناسی طراحی نوشتار نیز دارای ارتباطی مستقیم است (۲۳: p. ۱۴) زیرا اشخاص با نوشتن افکار و عقاید ذهنی خود در حال پیاده‌سازی و طراحی این افکار بر روی کاغذ هستند و کلیه این مراحل در راستای روانشناسی طراحی نوشتار به انجام می‌رسد. به دلیل تفاوت‌های موجود در عقیده‌های افراد، گزینش واژه‌های برابر نیز به صورتی متفاوت از یکدیگر صورت می‌پذیرد. "روانشناسی طراحی نوشتار" به منظور اطلاع‌یابی مطلوب‌تر این واژه‌ها، توضیح‌هایی را در خصوص هر کدام و همچنین پالایش متن ضروری می‌داند. حال اگر همین اصول با مسئله‌های مطرح در حوزه اطلاع‌یابی مورد مقایسه قرار گیرد، می‌توان ارتباط مستقیمی را که از نظر گسترش، پالایش و اصلاح پرسش و همچنین محدود کردن دامنه جستجو بین آن دو وجود دارد، ملاحظه کرد (۲۲: p. ۳۵۱). شاید تنها خصیصه رفتار اطلاع‌یابی در مواجهه با متن که آن را تا حدی از روانشناسی طراحی نوشتار متمایز می‌کند، توجه به نیاز جستجوگران باشد. به همین جهت "ورسیگ" (۳۲: p. ۹۶) از موقعیتهایی که رفتار اطلاع‌یابی کاربر را به وجود می‌آورد به عنوان "وضعیت مسئله‌دار کاربر" نام می‌برد و "اینگورسن" (۱۸: p. ۹۰) نظام‌های اطلاعاتی کاربرمدار را نظامه‌ایی می‌داند که درک همین وضعیت مسئله‌دار کاربر را به عنوان بنیادی‌ترین اصل طراحی خود برمی‌گزیند. در آثار محققانی همچون "کولتاو" (۲۱: p. ۳۶۵)، "وکری" (۴۸-۵۱: p.p. ۳۱)، "بیستروم" و "جرولین" (۲۰۱-۲۰۶: p.p. ۸) نیز یافته‌های مشترک دیگری از جمله توجه به بستر و پیچیدگی اطلاعات، توجه به مهارت

کاربرها و توجه به مسئله‌های ساختاری و معنایی متن وجود دارد که از نظر ارتباط بین این دو حوزه، نقطه عطفی محسوب می‌شود. آنچه محققان حوزه اطلاع‌یابی را به انجام چنین تحقیق‌هایی در خصوص نقش نوشتار در اطلاع‌یابی رهنمون ساخت، به دلیل میزان تأثیری است که این عامل بر رفتار جستجوگران اطلاعات دارد. بنابراین، می‌توان ویژگی‌های روانشناختی نوشتار را یکی از عامل‌های مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات مورد توجه قرار داد (۶).

قابلیت‌های نظام

نظام به عنوان محل ذخیره‌سازی و بازیابی اطلاعات، از مؤثرترین مؤلفه‌های رفتار اطلاع‌یابی است. بهره‌گیری از نظامی که دارای ویژگی‌های موردنظر اطلاع‌یابی باشد، برای کاربر یک موهبت محسوب می‌شود و رویارویی با نظامی که با اصول، خواسته‌ها و توانایی‌های کاربر فاصله بسیار داشته باشد برای او یک مانع به شمار می‌رود. بدین ترتیب، این عامل نیز به عنوان یکی از مؤثرترین عامل‌هایی که رفتار جستجوگران اطلاعات را تحت‌الشعاع، قرار می‌دهد مورد نظر قرار می‌گیرد.

۱. صفحه رابط کاربر: صفحه رابط کاربر به عنوان واسطه‌ای که ارتباط بین کاربر و نظام را برقرار می‌سازد عمل می‌کند و از این جهت بسیار حایز اهمیت است. امروزه برای طراحی صفحه رابطی که با خواسته‌ها و شرایط کاربر نزدیک باشد، از متخصصان حوزه‌های گوناگونی همچون اطلاع‌رسانی، رایانه، روانشناسی و جامعه‌شناسی بهره‌جسته می‌شود. هر کدام از این متخصصان با رویکردی خاص به بررسی و مطالعه کاربرها می‌پردازند و یافته‌های خود را به منظور عملیاتی کردن، به نظام ارائه می‌دهند. امروزه، مهم‌ترین هدف نظام‌های بازیابی، طراحی صفحه‌هایی است که کاربر بتواند با بهره‌گیری از آنها به سادگی به قابلیت‌های نظام پی برده و در اطلاع‌یابی خود آنها را مورد استفاده قرار دهد. بدیهی است، در مواردی که صفحه رابط کاربر از ویژگی‌های مناسبی برخوردار نیست، کاربر مانعی را برای استفاده از نظام در مقابل خود خواهد دید.

۱. User interface

۲. **قابلیتهای جستجو در پایگاه:** قابلیت‌های جستجو از آن جهت به عنوان یکی دیگر از عامل‌های مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران مطرح است که در صورت نبود این قابلیت‌ها، بهره‌گیری بهینه از اطلاعات نظام میسر نیست. به عبارت دیگر، اطلاعاتی که در پایگاه ذخیره‌سازی می‌شود، تنها با قابلیت‌های جستجوی مناسب قابل بازیابی است و حتی کاربرهای ماهری که سواد اطلاعاتی کافی در این زمینه دارند نیز ناچار به استفاده از این قابلیت‌ها هستند (۱۵).

۳. **نمایه‌سازی مدرک‌ها در پایگاه:** چگونگی نمایه‌سازی مدرک‌ها در پایگاه، در بازیابی اطلاعات مؤثر است. اگر نمایه‌سازی مدرک‌ها با استفاده از واژگان کنترل شده انجام شود، نتیجه‌های بازیابی متفاوت از نظام‌هایی خواهد بود که با استفاده از زبان طبیعی به نمایه‌سازی مدرک‌ها می‌پردازند. همچنین، نتیجه‌های بازیابی در نظام‌هایی که نمایه‌سازی را به صورت ماشینی انجام می‌دهند، با نظام‌هایی که مدرک‌ها به روش دستی نمایه‌سازی می‌شود، متفاوت می‌باشد. بدیهی است، در هر یک از این موارد جستجوگر با مدرک‌های بازیابی شده متفاوتی مواجه خواهد شد که باید از میان آنها دست به انتخاب بزند. بدین ترتیب، شیوه نمایه‌سازی مدرک‌ها در پایگاه به عنوان یکی از عامل‌های مؤثر در رفتار جستجوگران محسوب می‌شود.

۴. **چکیده‌نویسی مدرک‌ها در پایگاه:** چکیده‌نویسی نیز همچون نمایه‌سازی، ویژگی‌هایی دارد که اتخاذ هر کدام از آنها جستجوگر را به هنگام بازیابی با مسیرها و رفتارهای اطلاع‌یابی متفاوتی مواجه می‌سازد. این که چکیده‌نویسی مدرک چگونه انجام شود، هر کدام از بخش‌های مدرک باید چه مقدار در چکیده سهم داشته باشند، در چکیده‌نویسی به چه نکته‌هایی باید توجه شود و موردهایی مانند آن، علاوه بر متفاوت ساختن ماهیت چکیده‌ها، بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگرانی که با استفاده از چکیده قصد بازیابی اطلاعات را دارند نیز تأثیر خواهد داشت. بنابراین، می‌توان از روش چکیده‌نویسی مدرک‌ها در پایگاه به عنوان یکی از عامل‌های مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات نام برد (۱۰).

۵. **انعطاف پایگاه در مرتب‌سازی نتیجه‌های جستجو بر اساس نیاز کاربر:** امروزه مرتب‌سازی نتیجه‌های جستجوها نیز بخشی از رفتار اطلاع‌یابی محسوب می‌شود، زیرا

عوامل اصلی و مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات ... / ۱۶۷

کاربرها با استفاده از این امکان و بر اساس نیاز خود قادر به استفاده مؤثرتر از اطلاعات بازیابی شده خود خواهند بود. همچنین آنها با صرف وقت کمتر و با دقت بیشتر، قادر به تشخیص مناسب‌ترین منابع بازیابی شده هستند. در این صورت، پایگاه باید به شیوه‌های گوناگونی که ممکن است مورد نظر کاربر باشد، از ویژگیهای کاربرمدار و انعطاف‌پذیر در مرتب‌سازی نتیجه‌های جستجو برخوردار باشد. در صورت نبود وجود انعطاف لازم در مرتب‌سازی نتیجه‌های جستجو، این امکان وجود دارد که کاربر از تشخیص مناسب‌ترین اطلاعات موجود در نتیجه‌های جستجو دور شده و اقدام به تکرار جستجوی خود بنماید و همان‌گونه که اشاره شد، ضمن صرف وقت و انرژی بیشتر از شناسایی اطلاعات مناسبی که بازیابی می‌شود، محروم بماند. بدین ترتیب، می‌توان از این عامل نیز به عنوان یکی از عامل‌های مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی کاربر نام برد.

۶. در نظر گرفتن نکته‌های خاص مربوط به گروه‌های مختلف جستجوگران: از آنجا که

امروزه امکان دسترسی به پایگاه‌های اطلاعاتی برای همگان - اعم از متخصص‌های گروه‌های مختلف و افرادی با ویژگی‌های سنی، شغلی، اجتماعی، فرهنگی و زبانی گوناگون - برقرار شده است، لذا ضروری است که در طراحی نظام به نیازهای این گروه‌های مختلف جستجوگران توجه شود. نظام‌هایی که از این واقعیت به دور می‌مانند و بدون توجه به نیازهای تمامی جستجوگران خود، تنها نیازهای گروهی خاصی را در اولویت قرار می‌دهند، بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران خود تأثیر می‌گذارند و این افراد برای کسب اطلاعات ناچار به صرف وقت، هزینه و انرژی بیشتری خواهند بود. بر همین اساس، امروزه تحقیقات بسیاری برای شناسایی نیازهای گروه‌های خاص جستجوگران به انجام می‌رسد که یافته‌های این مطالعه‌ها در ساختار نظام منعکس می‌شود. به عنوان مثال "گورد هاتچکیس"^۱ در نتیجه تحقیقات خود بر متفاوت بودن رفتارهای اطلاع‌یابی و نیازهای اطلاعاتی مردان و زنان و همچنین گروه‌های سنی مختلف تأکید می‌نماید (۱۶).

۱. Gord Hotchkiss

عواملهای اجتماعی و محیطی

امروزه نظامهای اطلاعاتی و اطلاع‌یابی به طور مستقیم با حوزه‌های کاری و عملیات روزمره ما ترکیب شده‌اند و آن را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. همچنین، در پاره‌ای موارد نیز این نظامها به طور غیرمستقیم بر کیفیت کار و فعالیتهای مشترک ما تأثیر می‌گذارند و آن را تعیین و تسهیل می‌کنند. این در حالی است که مدل‌های مختلف اطلاع‌یابی به طور ضمنی این فرض را در نظر می‌گیرند که جستجوی اطلاعات، فرایندی فردی است. به عنوان مثال، شناخت نقطه نظر علم اطلاع‌رسانی که عمدتاً بر درک ویژگیهای فردی به منظور شناخت و عاملهای انگیزشی رفتار اطلاع‌یابی تأکید دارد، مستقل از انگیزه‌های مشارکتی و بافتاری برای رفتار اطلاع‌یابی عمل می‌کند. اخیراً پژوهشگران برای رفع این چالش فردی‌نگری، تلاشهایی را از طریق کشف بعدهای مشارکتی، بافتاری و اجتماعی رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات آغاز کرده‌اند.

(۲۹: p. ۱۶۵; ۲۷: p. ۱۸۴; ۲۰: ۱۰۷۳; ۱۹: p. ۱۶۲; ۷: p. ۱۵۸)

تشخیص پیچیدگی رفتار اطلاع‌یابی انسان، تنها با بررسی یکی از بعدهای فردی یا اجتماعی زندگی او امکان‌پذیر نیست، بلکه برای درک رفتارهای اطلاع‌یابی واقعی باید به مطالعه‌ای کیفی که همه جنبه‌های اشتراکی (گروهی، جمعی) و فرآیند رفتارهای اطلاع‌یابی را در بافتار در نظر داشته باشد دست زده شود. این فرایند عموماً مدل‌سازی و فرایند فردی رفتار اطلاع‌یابی نامیده می‌شود. در همین زمینه، در بهار سال ۲۰۰۲ در مدرسه سلطنتی علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانمارک، تحقیقی به انجام رسید. مجریان این تحقیق هشت نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی بودند که به صورت فردی یا گروهی نوشتن پایان‌نامه تحصیلی خود را دنبال می‌کردند. در این تحقیق، نقش عوامل اجتماعی و محیطی بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران اطلاعات به تصویر کشیده شده است. کولتاو نیز در تحقیقهای خود (۲۱: p. ۳۶۹) در مرحله‌ای دو ماهه فرایند رفتار اطلاع‌یابی را بر روی جامعه پژوهش خود که عبارت از دانشجویها بودند به انجام رساند و فرایندهای انفرادی رفتار اطلاع‌یابی آنها را مشخص نمود. علاوه بر این، او نتیجه گرفت که ویژگیهای مشارکتی و اجتماعی می‌تواند بر شناخت عاملهایی همچون نامعین بودن،

اغتشاش، خوش بینی، ناکامی، آسودگی و رضایتمندی جستجوگران تأثیر بگذارد. نکته قابل توجهی که در مطالعه "کولتاو" دیده می شود این است که با وجود تأکید بر جنبه های فردی جستجوگران اطلاعات، وی به اطلاعات ارزشمندی در خصوص جنبه های اجتماعی رفتارهای اطلاع یابی و این که چطور جنبه های اجتماعی و ویژگی های مشارکتی می توانند زمینه ها و درک مشترکی از رفتار اطلاع یابی فراهم سازند، دست یافت. این مطالعه بخشی از پایان نامه دکتری "کولتاو" در زمینه رفتار اطلاع یابی اشتراکی در بافتار و تعامل اجتماعی بود که با هدف اشاعه نظریه رفتار اطلاع یابی در بافت به انجام رسید و در نهایت باعث شد تا با در نظر گرفتن تعامل موجود بین انسان و ماشین، طراحی نظام های اطلاع رسانی نیز در درون مفهوم مدل سازی کاربر، تصفیه اطلاعات و راهبری اجتماعی، صورت پذیرد (p. ۳۷۰: ۲۱).

همچنین، همان طور که در بخش مرور نوشتار نیز اشاره شد "کولتاو" در تحقیقی دیگر (p. ۱۵-۲۳) در خصوص اطلاع یابی شش نظریه ارائه می دهد که بتدریج از عامل های فردی به عامل های اجتماعی توجه پیدا می کند. وی در ابتدا اذعان می دارد که جستجوی اطلاعات، روندی است که از فهم ساختار و معنا نشأت می گیرد و کاربر از غیر آشکار بودن و ابهام، به اطمینان می رسد. در نظریه دوم، وی بر شکل گیری یا به قاعده در آوردن ایده یا نقطه نظری که در روند تحقیق به کار می رود، تأکید دارد و معتقد است که این ایده در نتیجه تعامل های اجتماعی و محیطی با ایده های دیگران به وی منتقل می شود. طبق این نظریه، بسیاری از کاربرها به طور همزمان برای به قاعده در آوردن و شکل دهی فرایند جستجوی خود، اقدام نمی کنند. وی در سومین نظریه خود، بر منحصر به فرد بودن اطلاعات تمرکز دارد و اذعان می کند که البته در بسیاری از موارد کاربر از این مسئله که کدام اطلاعات مرتبط و کدام غیر مرتبط است آگاهی دارد و این اطلاعات را نیز در نتیجه شناخت درست نیاز اطلاعاتی و تعاملی که با سایر اثرها و منابعی اطلاعاتی موجود در محیط برقرار می کند، به دست می آورد. وی در چهارمین نظریه، بر حالت خاص رفتار کاربر توجه دارد و معتقد است که میزان متغیر بودن هر جستجو، تحت تأثیر حالت کاربر یا

رفتار او نسبت به پژوهشهای در دست انجام و نوع تعاملهای اجتماعی او با محیط بیرون، قرار دارد. در نتیجه خواسته‌های اجتماعی مبنی بر دریافت اطلاعات متحول‌کننده و جدید، ممکن است یک کاربر را در حالتی خاص به کار اکتشافی و گسترده وادار کند، در حالی که فشارهای اجتماعی، معیشتی و شغلی ممکن است کاربری دیگر را به سوی نتیجه‌ای که وی را به پایان کار نزدیک کند، متمایل سازد. بنابراین، حالت یک کاربر در روند تحقیق تحت تأثیر عاملهای اجتماعی نیز تغییر می‌کند. وی در پنجمین نظریه خود اظهار می‌دارد که کاربر در روند تحقیق بر اساس پیش‌بینی‌ها و انتظاراتی که از منبع‌ها، اطلاعات و استراتژیها دارد، به مجموعه انتخابهای واحد و شخصی دست می‌زند. وی در همین مرحله نیز استدلال می‌کند که حتی این انتخابهای شخصی نیز تحت تأثیر عاملهای اجتماعی قرار دارند و جستجوگر بدون توجه به سایر منبعها و اطلاعات موجود در آن زمینه، قادر به انتخابی دقیق نخواهد بود. کولتاو در آخرین نظریه خود، به علاقه کاربر و سطح هدفمندی او در روند تحقیق اشاره می‌کند و اظهار می‌دارد که این علاقه می‌تواند در بسیاری از موارد تحت تأثیر محرکها و پاداشهای اجتماعی که عاملهای انگیزشی محسوب می‌شوند، صورت پذیرد. وی جایگاه علاقه را در مرحله‌های بعدی تحقیق و همچنین اطلاع‌یابی، مهم‌تر توصیف می‌کند.

بنابراین، با توجه به تحقیقات انجام شده در خصوص نقش عاملهای اجتماعی و محیطی در تمامی مرحله‌های پژوهش و اطلاع‌یابی، می‌توان از آن به عنوان یکی از مهم‌ترین عاملهای مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات نام برد (۱۷).

نتیجه‌گیری

هر فرد با توجه به افق فکری خاص خود که تحت تأثیر عاملهای مختلفی همچون منبعهای اطلاعاتی دسترس‌پذیر، زمینه‌های شغلی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، و عاملهای شخصی شکل می‌گیرد، قادر است در فرایند اطلاع‌یابی، رفتارهای متفاوتی را از خود بروز دهد. با شناخت این عوامل و حرکت در جهت کاهش تأثیر منفی آن در رفتار

جستجوگران، می‌توان به نحو مؤثری اطلاع‌یابی آنها را بهبود بخشید. علاوه بر این، با کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه می‌توان متخصصان اطلاع‌رسانی و طراحان نظام را به گونه‌ای هدایت کرد که در ارائه خدمات و طراحی نظامهای اطلاعاتی خود، نیازهای گروههای مختلف جستجوگران - همچون جستجوگران حرفه‌ای، سازمانی و خانگی - را که از محیطهای مختلف و با نگرشهای متفاوتی به جستجوی اطلاعات می‌پردازند، در نظر بگیرند. با توجه به اهمیت شناخت این عاملها و پس از بررسی دیدگاههای محققان، می‌توان این عاملها را به سه دسته کلی شخصی و شناختی، قابلیتهای نظام و عاملهای اجتماعی و محیطی تقسیم کرد. پژوهشها نشان می‌دهد، هر چند بیشتر تحقیقاتی اطلاع‌یابی که تاکنون در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی به انجام رسیده بر عاملهای شخصی، شناختی و قابلیتهای نظام در رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران تأکید داشته است، اما در تعدادی از تحقیقات نیز بر نقش عاملهای اجتماعی و محیطی بر رفتار جستجوگران تأکید شده است. همچنین، تحقیقات نشان می‌دهد به دلیل تعاملهایی که فرد با اجتماع برقرار می‌سازد، نه تنها بررسی مستقل عاملهای شخصی و شناختی بدون توجه به عاملهای اجتماعی و محیطی میسر نیست، بلکه برای مطالعه دقیق‌تر عاملهای مؤثر در رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران، توجه همزمان به تمام این مؤلفه‌ها ضرورت دارد. در مجموع، می‌توان اذعان داشت که بررسی این مجموعه عاملها علاوه بر این که متخصصان اطلاع‌رسانی را در هدایت مطلوب‌تر جستجوگران حمایت می‌کند، به طراحان نظام نیز بینش و آگاهی بیشتری در زمینه طراحی نظامهای کاربرمدار ارائه می‌دهد. طراحان نظام با درک این مجموعه عاملهای تأثیرگذار، بر این اصل واقف می‌شوند که نه تنها باید از اساس جستجوی اطلاعات آگاه باشند، بلکه باید بر این نکته که کاربرها نیز ممکن است در اطلاع‌یابی خود دچار خطا شوند، وقوف کامل داشته باشند. همچنین آنها باید از این واقعیت نیز آگاه باشند که حتی حمایت از انفعالی‌ترین کاربرها نیز جزء مهم‌ترین وظیفه‌های یک نظام بازیابی محسوب می‌شود و نمی‌توان به آن بی‌توجه بود. بر این اساس، آنها باید طراحی نظام خود را در راستای کاهش تأثیر عاملهای مداخله‌گر به انجام برسانند. با شناخت این عاملها، متخصصان

اطلاع‌رسانی نیز با شرایط مناسب‌تری از امکان ایجاد محیطی که کاربر در آن به عنوان محور اصلی در نظر گرفته شود برخوردار خواهند بود.

منابع

۱. "A framework for investigating the interaction in information retrieval". [Online]. Available at: <http://citeseer.nj.nec.com/۴۵۴۹۰۰.html>
۲. "Information Seeking and User-Intermediary Interactions: Informing the Design of Digital Reference Services". [Online]. Available at: <http://www.vrd.org/conferences/VRD۲۰۰۰/proceedings/Hert۱۲-۱۴.shtml>
۳. "Introduction to components of information seeking behaviour". [Online]. Available at: <http://www.abo.fi/~jheinstr/text.pdf>
۴. "Miscellaneous Information Seeking for end-users". (۱۹۹۷). The Katharine Sharp Review. No. ۴. Winter. [Online]. Available at: <http://alexia.lis.uiuc.edu/review/winter۱۹۹۷/bains.html>
۵. "User behavior in information seeking". [Online]. Available at: <http://www.comp.glam.ac.uk/~FACET/dblocks/DBlocks-thesis-chapters۳&۴&۵.pdf>
۶. Attfield, Simon; Blandford, Ann; Dowell, John. (۲۰۰۴). "Information seeking in the context of writing: a design psychology interpretation of the Problematic situation". [Online]. Available at: <http://www.ucl.ac.uk/annb/DLUability/SAABJDisic.pdf>
۷. Bruce, H; et. Al. (۲۰۰۲). "A Comparison of collaborative information retrieval (CIR) behaviours of two design teams". In Information Seeking in Context, the fourth international conference Information seeking in context. September, ۱۱-۱۳, Lisboa. Lisboa: Universidade Lusíada de Lisboa (pp. ۱۴۷-۱۷۳) (working papers - proceedings in press).

۸. Byström, K. & Järvelin, K. (۱۹۹۵), "Task complexity affects information seeking and use". *Information Processing & Management*. Vol. ۳۱, No. ۲, pp. ۱۹۱-۲۱۳. [Online]. Available at: <http://www.info.uta.fi/tutkimus/fire/archive/KB۲۰.pdf>

۹. Case, Donald O.(۲۰۰۲). "A Survey of Research on Information Seeking, Needs and Behavior". New York: Academic Press, Incorporated. [Online]. Available at: <http://search.barnesandnoble.com/booksearch/isbnInquiry.asp?userid=۶W۲HAWF۲BN&sourceid=۰۰۳۹۳۱۷۰۳۶۵۷۲۵۶۹۹۱۲۶&bfdate=۰۶٪۲D۲۵٪۲D۲۰۰۲+۱۹٪۳A۳۳٪۳A۱۹&isbn=۰۱۲۱۵۰۳۸۱X>.

۱۰. Granka, Laura; Joachims, Thorsten; Gay, Geri.(۲۰۰۴). "Eye Tracking analysis of user behavior in www search". [Online]. Available at: http://www.hci.cornell.edu/eyetracking/EyeR_WWWpres.ppt

۱۱. Henninger, Scott ; Belkin, Nicholas J. . "Interface Issues and Interaction Strategies for Information Retrieval Systems". [Online]. Available at: <http://www.acm.org/sigs/sigchi/chi۹۶/proceedings/tutorial/Henninger/njb-txt.htm>

۱۲. Hotchkiss, Gord. (۱۹۹۹). "The key to picking keywords". [Online]. Available at: <http://sellitontheweb.com/ezine/opinion۰۳۲.shtml>

۱۳. Hotchkiss, Gord. (۲۰۰۱). "The Psychology of searching". [Online]. Available at: <http://۱۹۹,۶۰,۲۵۲,۲۴۹/info/netprofit/psychofsearching.asp>

۱۴. Hotchkiss, Gord. (۲۰۰۴). "The Strategy of Search". [Online]. Available at: <http://۱۹۹,۶۰,۲۵۲,۲۴۹/info/netprofit/searchstrategy.asp>

۱۵. Hotchkiss, Gord. (۲۰۰۴). "Inside the Mind of the Searcher, Part II: Search Behavior Explored". [Online]. Available at: <http://www.lilengine.com/search-engines/search-engines/mind-of-the-searcher-۱/page۱.html>

۱۶. Hotchkiss, Gord. (۲۰۰۴). "Inside the Mind of the Searcher, Part II: Search Behavior Explored". [Online]. Available at: <http://www.lilengine.com/search-engines/search-engines/mind-of-the-searcher-۱/page۲.html>

۱۷. Hyldegård, Jette. "Context based information behaviour and social interaction". [Online]. Available at: <http://www.db.dk/jh/hciresearchforumhandout.pdf>

۱۸. Ingwersen, P. (۱۹۹۲). "Information Retrieval Interaction". London: Taylor Graham

۱۹. Ingwersen, P. (۲۰۰۱). "Users in Context". In: Agosti, M., Crestani, F. and Pasi, G. Eds. Lectures on Information retrieval. ۳rd European Summer School, ESSIR, Varenna, Italy, ۲۰۰۱. Heidelberg: Springer-Verlag, ۱۵۷-۱۷۸.

۲۰. Karamuftuoglu, M. (۱۹۹۸). "Collaborative information retrieval: Toward a social informatics view of IR interaction". Journal of the American Society for Information Science. ۴۹(۱۲), ۱۰۷۰-۱۰۸۰.

۲۱. Kuhlthau, C.C. (۱۹۹۱). "Inside the search process: information seeking from the user's perspective". Journal of the American Society for Information Science. Vol. ۵۲, No. ۵, pp. ۳۶۱-۳۷۱.

۲۲. Kuhlthau, C.C. (۱۹۹۳). "A principle of uncertainty for information seeking". Journal of Documentation. Vol. ۴۹, No. ۴, pp. ۳۳۹-۳۵۵.

۲۳. Kuhlthau, C.C. (۱۹۹۹). "Accommodating the user's information search process: challenges for information retrieval system designers". Bulletin of the American Society for Information Science. Vol. ۲۵, No. ۳, pp. ۱۲-۱۶.

۲۴. Lloyd-Martin, Heather. (۲۰۰۴). "Delving Deep Inside the Searcher's Mind". [Online]. Available at: <http://searchenginewatch.com/feedback.php/http://searchenginewatch.com/searchday/article.php/۳۴۰۶۹۱۱>

۲۵. Niederlander, Mary. (۲۰۰۴). "Information Seeking Behavior". [Online]. Available at: <http://www.librarysupportstaff.com/infoseek.html>

۲۶. Sharples, M. (۱۹۹۶). "An Account of Writing as Creative Design". In: Levy C.M. & Ransdell S. (Eds.), The Science of Writing, Lawrence Erlbaum., p. ۵۵-۷۶.

۲۷. Sonnenwald, D. (۱۹۹۹). "Evolving Perspectives of Human Behaviour: Contexts, Situations, Social Networks and Information

Horizons". In: Wilson, T.D.; Allen, D.K. (eds). Exploring the contexts of Information Behaviour: proceedings of the 2nd International Conference on Research in Information Needs, Seeking and Use in Different Contexts; ۱۹۹۸, August ۱۳-۱۵; Sheffield, UK. London, UK: Taylor Graham (pp. ۱۷۶-۱۹۰).

۲۸. Sullivan, Rob. (۲۰۰۴). "Search 2nd most popular". [Online]. Available at: <http://www.searchengineposition.com/>

۲۹. Tajla, S. (۲۰۰۲). "Information sharing in academic communities: types and levels of collaboration in information seeking and use". In Information Seeking in Context, the fourth international conference Information seeking in context., September, ۱۱-۱۳, Lisboa. Lisboa: Universidade Lusíada de Lisboa (pp. ۱۴۷-۱۷۳) (working papers – proceedings in press).

۳۰. Vakkari, P. & Hakala, N. (۲۰۰۰). "Changes in relevance criteria and problem stages in task performance". Journal of Documentation. Vol. ۵۶, No. ۵, pp. ۵۴۰-۵۶۲.

۳۱. Vakkari, P. (۲۰۰۱). "A theory of the task-based information retrieval process: a summary and generalisation of a longitudinal study". Journal of Documentation. Vol. ۵۷, No. ۱, pp. ۴۴-۶۰.

۳۲. Wersig, G. (۱۹۷۹). "The problematic situation as a basic concept of information science in the framework of social sciences: A reply to Belkin, N.J.". In: Theoretical problems of informatics: New trends in informatics and its terminology. , Moscow: VINITI.p.p. ۹۴-۹۹.

۳۳. ادهمی، اعظم. (۱۳۸۳). "اطلاع‌یابی و رفتار اطلاع‌یابی چیست؟". فصلنامه اطلاع‌رسانی. دوره ۱۹، شماره ۳ و ۴. بهار و تابستان ۱۳۸۳. ص. ۳۱-۳۶.

۳۴. [Online]. Available at: <http://www.irandoc.ac.ir/Journals/Jr۱۹.htm>