

The Effective of Social Networks On Information Seeking Behavior.

¹ Sanam Ebrahimzadeh, ²saeed rezaei sharif abadi ³Masumeh Karbala Aghaei Kamran

¹ PhD Student of information studies, Alzahra University, Tehran, Iran
s.ebrahimzadeh@alzahra.ac.ir

² Faculty Member, Alzahra University, Tehran, Iran

³ Faculty Member, Alzahra University, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effective of social networks on information seeking behaviour. The role of the social networking in information behavior was determined by reviewing of relevant literature and identifying its concepts. The study found that information behavior in social networks have been influenced by intermediaries' social media and Q&A. These factors affect the information needs, strategies for the search, use and interpretation of information. These factors should be considered in information retrieval studies.

Keywords: Social network, Information behavior, Effective

Archive of SID

تاثیر شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک منبع اطلاعاتی در رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات

صنم ابراهیم زاده^۱، سعید رضایی شریف آبادی^۲، معصومه کربلایی آقا کامران^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه الزهرا، تهران،

s.abrahamzadeh@alzahra.ac.ir

^۲ عضو هیئت علمی، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه الزهرا، تهران،

srezaei@alzahra.ac.ir

^۳ عضو هیئت علمی، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه الزهرا، تهران،

mkamran@alzahra.ac.ir

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتار اطلاع‌یابی افراد و بازیابی اطلاعات است. در این پژوهش با مطالعه مبانی نظری و شناسایی مفاهیم شبکه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی، کاربرد آن در بازیابی اطلاعات تبیین شد. باید اشاره کرد که این پژوهش از منظر هدف، نظری است.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی با در اختیار داشتن واسطه‌های اجتماعی آنلاین و پرسش و پاسخ‌های اجتماعی بر رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات تاثیر گذاشته‌اند. این عوامل بر ایجاد نیاز جدید اطلاعاتی، راهبردهای جستجو، استفاده و تفسیر اطلاعات فرد حاضر در محیط این شبکه‌ها تاثیر می‌گذارد. همچنین محیط شبکه‌های اجتماعی، حضور افراد دیگر و ارتباطات با آنها در قالب شبکه‌ی از افراد متصل به هم، بر ایجاد نیاز جدید اطلاعاتی، راهبردهای جستجو، استفاده و تفسیر اطلاعات فرد حاضر در محیط این شبکه موثر است و لازم است تا تمامی عوامل دخیل در اینباره در مطالعات مربوط به بازیابی اطلاعات مورد بررسی قرار گیرد.

کلمات کلیدی

شبکه‌های اجتماعی، رفتار اطلاع‌یابی، عوامل موثر.

مرور در مدل‌های ارائه شده در حوزه رفتار اطلاع‌یابی درمی‌یابیم که در طول دهه‌های گذشته بسیاری از مدل‌ها و مطالعات در حوزه رفتار اطلاع‌یابی، بر روی رفتار افراد بویژه نیازهای فردی آنها متمرکز بوده است و تبادلات اجتماعی آنها کمتر مورد توجه بوده است [۳].

در نتیجه این مطالعات برای پشتیبانی از فرایند اطلاع‌یابی فردی یا تک کاربر، سیستم‌ها و الگوهای ایجاد شد. با این وجود، افراد تمایل دارند که در جست و جوی اطلاعات با یکدیگر مشارکت داشته باشند و رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در این حوزه از مطالعات دارد [۴].

در دهه‌های اخیر قدرت رسانه‌های اجتماعی به عنوان منبع اطلاعاتی توسط محققان بسیاری مورد تاکید قرار گرفته است [۵]. در نتیجه بسیاری از مطالعات تلاش به نشان دادن رفتار اطلاع‌یابی در محیط شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک محیط اجتماعی و مشارکتی داشته‌اند [۶]. در نتیجه این مطالعات مشخص شده است که محیط شبکه‌های اجتماعی، حضور افراد دیگر و ارتباطات با آنها

۱- مقدمه و بیان مسئله

رفتار اطلاع‌یابی در علم اطلاعات به طور کلی به مسائل مربوط به منابع و کانال‌های اطلاعاتی مرتبط می‌باشد، که شامل رفتار اطلاع‌یابی و استفاده از اطلاعات به صورت فعال و غیر فعال می‌باشد [۸]. در سال‌های اخیر رفتار اطلاع‌یابی به عنوان یک حوزه وسیع از رفتار کاربران در رابطه با اطلاعات، سیستم‌های اطلاعاتی، ایجاد نیاز اطلاعاتی، ایجاد و جستجوی اطلاعات، اشتراک‌گذاری، تعیین و مدیریت و همچنین استفاده از اطلاعات، شناخته شده است [۲۲]. در نتیجه به طور کلی می‌توان گفت که رفتار اطلاع‌یابی حوزه‌ای است که شامل مطالعه رفتار انسان در رابطه با اطلاعات و جستجوی اطلاعات می‌باشد.

در راستای این تلاش‌ها و پژوهش‌ها، در حوزه رفتار اطلاع‌یابی، مدل‌ها و نظریه‌های گوناگونی توسط محققان حوزه رفتار اطلاع‌یابی ارائه شده است. با

کاربران سودمندتر بوده است. با بهره‌گیری از این پایگاه ایجاد ارتباطات کاری در حوزه تخصصی کاربران و برقراری ارتباط آنان با سایر متخصصان، افزایش یافته است [۱].

همچنین نویدی (۱۳۹۴) در تحقیق خود به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی روزمره کاربران پرداختند. آنها دریافتند که افراد برای عضویت در گروه‌ها، فقط معیارهایی مانند نیاز فردی، حوزه تخصصی، آشنا بودن با افراد گروه و وجود علائق و اهداف مشترک را مدنظر قرار می‌دهند و توجه به جایگاه و غنای دانشی افراد گروه از جمله معیارهای کاربر برای عضویت در گروه‌ها نیست. همین امر سبب کاهش کیفیت مطالب و در نتیجه کاهش میزان اعتماد کاربر به سندیت مطالب منتشر شده می‌شود و نقش شبکه‌های اجتماعی را در کسب اطلاعات مورد نیاز کاربر کم رنگ‌تر می‌سازد [۲].

۲-۲- در خارج از کشور

۳-۲- لین^۱ (۲۰۱۵) به بررسی ارزش رسانه‌های اجتماعی و تاثیر آن بر رفتار به اشتراک‌گذاری اطلاعات کاربران پرداخت. پژوهش او یک مدل جامع برای درک رفتارهای اطلاعاتی کاربران در سایت‌های رسانه‌های اجتماعی با تلفیق عوامل رسانه محور و ساختار سرمایه اجتماعی بدست می‌آورد [۲۳].

ژائو و ژانگ^۲ (۲۰۱۷) در پژوهش خود دریافتند که جستجوی اطلاعات مربوط به سلامت در رسانه‌های اجتماعی مزایای جستجوی اطلاعات مربوط به سلامت در رسانه‌های اجتماعی، علاوه بر تامین نیاز اطلاعات بهداشتی، اطلاعات مربوط به حمایت اجتماعی و عاطفی ناشی از تعاملات مشارکتی با همکاران را شامل می‌شود [۲۴].

میریک^۳ (۲۰۱۷) نقش احساسات و متغیرهای شناختی - اجتماعی در فرآیندها و اثرات جستجوی اطلاعات سلامت آنلاین را مورد بررسی قرار داد. نتایج او نشان می‌دهد که می‌توان با توجه به واکنش‌های احساسی مختلف جستجوگران و رفتارهای پس از جستجو آنها را پیش بینی کرد [۲۵]. تا به اینجا در پژوهش‌های مختلف اشاره شد که محیط شبکه‌های اجتماعی بر ایجاد نیاز جدید اطلاعاتی، راهبردهای جستجو، استفاده و تفسیر اطلاعات، افراد حاضر در محیط این شبکه تاثیر می‌گذارند و با توجه به این نتایج، پژوهش‌های بسیاری برای مطالعه نقش این رسانه‌ها در رفتار اطلاع‌یابی روزمره افراد صورت گرفته است.

به طور کلی می‌توان اشاره داشت که اطلاع‌یابی فرایندی تعاملی است و در این فرایند، افراد پس از احساس نیاز اطلاعاتی، برای رفع آن اقدام می‌کنند. در این رابطه، نوع برقراری ارتباط به بعد اجتماعی اطلاع‌یابی مربوط می‌شود و به استفاده از افراد به عنوان واسطه‌ها و نیز منابع اطلاعاتی در طی فرایند جستجو اشاره دارد. به این ترتیب، گفتگو با افراد، یک مرحله مهم است که باید در فضای مجازی نیز مورد توجه قرار گیرد.

در قالب شبکه‌ای از افراد متصل به هم، بر ایجاد نیاز اطلاعاتی جدید، راهبردهای جستجو، استفاده و تفسیر اطلاعات تاثیر می‌گذارند.

از طرفی دیگر با این وجود تاکنون تلاشی برای مشاهده و توصیف این عوامل در شبکه‌های اجتماعی نشده است. درحالی که بسیاری از کاربران در حال استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دسترسی به اطلاعات و جستجوی اطلاعات هستند [۷]. به طور کلی محیط شبکه‌های اجتماعی بر ایجاد نیاز جدید اطلاعاتی، راهبردهای جستجو، استفاده و تفسیر تاثیر گذاشته است و نیاز به توسعه مدل‌های موجود در حوزه رفتار اطلاع‌یابی را تقویت کرده است تا در نهایت بتوان سیستم‌های بازیابی اطلاعات را طراحی کرد که به بازیابی اجتماعی اطلاعات بیانجامد.

به طور کلی می‌توان گفت که، امروزه شبکه اجتماعی به عنوان یک منبع قدرتمند اطلاعاتی در نظر گرفته می‌شود. در شبکه‌های اجتماعی دو پدیده عمده، ۱. متفاوت بودن منابع با منابع سنتی در کتابخانه‌ها و پایگاه داده‌ها و ۲. مشارکت فرد با افراد دیگر به واسطه محیط اجتماعی این ابزارها دیده می‌شود. به واسطه این دو پدیده در شبکه‌های اجتماعی، نه تنها جستجوی اطلاعات تحت تاثیر قرار گرفته است، بلکه نوع اطمینان به منابع، اشتراک‌گذاری منابع و هدایت جریان اطلاعات نیز تغییر کرده است. در نتیجه این تغییرات، کاربرد مدل‌های رفتار اطلاع‌یابی در سیستم‌های بازیابی، بدون در نظر گرفتن عوامل اجتماعی در سیستم‌های بازیابی اطلاعات موجب تضعیف بازیابی اطلاعات خواهد شد. بنابراین مسئله اصلی این پژوهش، ناکارآمدی مدل‌های و سیستم‌های بازیابی اطلاعات فعلی است و به تبع طرح چنین مسئله‌ای، سوال پژوهش این است که شبکه اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی و بازیابی اطلاعات چگونه تاثیر می‌گذارد؟

۲- پیشینه پژوهش

در این بخش به بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه رفتار اطلاع‌یابی در بعد اجتماعی آن در قالب پژوهش‌های انجام شده داخلی و خارجی پرداخته شده است. تاکنون پژوهش‌های متعددی در حوزه موضوعی رفتار اطلاع‌یابی اجتماعی انجام شده است، که معرفی تمامی آنها به دلیل اینکه سنخیت چندانی با پژوهش حاضر ندارند ضروری نمی‌نماید. از این رو در بین آنها به معرفی پژوهش‌هایی پرداخته شده است که بعد اجتماعی رفتار اطلاع‌یابی را در قالب استفاده از شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار داده‌اند.

۲-۱- در داخل کشور

آزادی‌احمدآبادی و ریاحی‌نیا (۱۳۹۳) در پژوهش خود به بررسی جنبه‌های مختلف و نقش‌هایی را که پایگاه مرجع متخصصان ایران به عنوان واسطه اطلاعاتی در بین مخاطبان و کاربران خود ایفا می‌کند، پرداختند. یافته‌ها نشان داد که از میان قابلیت‌های متعدد این پایگاه، بخش اخبار تخصصی بالاترین میزان استفاده را دارد. مراجعه به این پایگاه در مقایسه با جستجو در موتورهای کاوش، برای

به طور کلی اگر فرایند مرور و جستجو اطلاعات فرایندی جمعی و مشارکتی باشد در این شرایط، اصطلاح **اطلاع‌یابی اجتماعی** مطرح می‌شود. این واژه برای شرح اطلاع‌یابی مورد استفاده قرار می‌گیرد که:

- ✓ از شبکه‌های اجتماعی یا تخصصی استفاده می‌کند؛
- ✓ در یک فضای کاری مشترک اتفاق می‌افتد و یا
- ✓ اطلاعاتی را که از مشاهده رفتار اطلاع‌یابی استنباط شده است، دربرمی‌گیرد [۱].

در واقع، اصطلاح اطلاع‌یابی اجتماعی فعالیت‌های جستجو و مرور را که از تعاملات اجتماعی با دیگران استفاده می‌کند، شرح می‌دهد.

باید اشاره کرد که مدت زمانی است که افراد برای یافتن اطلاعات در کارهای روزمره، به این نوع از تعاملات متکی شده‌اند. از طرفی دیگر فرصت این تعاملات اجتماعی در فضای مجازی توسط اینترنت فراهم شده است. فضای وب فرصت‌هایی را برای افراد فراهم می‌آورد تا سؤال‌هایشان را به صورت آنلاین مطرح بکنند؛ مانند برینلی، ویکی انسورز. در کنار این موارد سازوکارهای تعاملی اینترنت مانند وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها، ایمیل و ... امکان تبادل و اشتراک اطلاعات دو و چندجانبه را در محیط مجازی فراهم می‌کنند. این ارتباطات متعامل هم به صورت کنش متقابل رو در رو و هم کنش متقابل با واسطه، در سطحی جهانی صورت می‌گیرد [۱۳]. به طور کلی دو عامل بسیار مهم در نوع بازیابی اطلاعات و رفتار اطلاع‌یابی افراد در شبکه‌های اجتماعی موثر است که این دو عامل واسطه‌های اجتماعی آنلاین و پرسش و پاسخ‌های اجتماعی هستند. بدون بررسی و تبیین این عوامل درک ابعاد اجتماعی رفتار اطلاع‌یابی در فضای مجازی دشوار خواهد بود.

۴-۲- واسطه‌های اجتماعی آنلاین در فرایند اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات

به طور سنتی، کتابداران به عنوان واسطه‌های اطلاعاتی متخصص دیده شده‌اند که مسئولیت اصلی آنها راهنمایی در جهت یافتن اطلاعات است [۱۲]. همچنین تعدادی از محققان، همکارانی را که مشاوره می‌دهند و در فرایند اطلاع‌یابی دیگران شرکت می‌کنند، به عنوان واسطه‌های اجتماعی معرفی کرده‌اند [۱۳].

در شبکه‌های اجتماعی نیز افراد می‌توانند اطلاعاتی را تأمین کنند که مستقیماً یک مسئله را حل می‌کند یا به یک پرسش پاسخ می‌دهد و یا ممکن است آنها قادر به پاسخگویی به یک سؤال مشخص نباشند و به این ترتیب با هدایت افراد به دیگر افرادی که ممکن است جواب را بدانند، هدایت خواهند شد [۱۴]. به هر حال، علاوه بر انتقال ساده اطلاعات، افراد می‌توانند همدیگر را در تعاملاتی که از دیدگاه یک جستجوگر اطلاعات مهم است، درگیر سازند [۱۵]. در نتیجه می‌توان گفت که چنین تعاملاتی چه در فضای واقعی چه در فضای مجازی به‌ویژه در حل مسئله برجسته است و اغلب بر مسیر اطلاع‌یابی و توسعه راه حل در طول زمان، تأثیر اساسی دارد.

۳- روش پژوهش

همانطور که قبلاً ذکر شد هدف این پژوهش بررسی عوامل موثر در شبکه‌های اجتماعی بر رفتار اطلاع‌یابی و بازیابی اطلاعات است. برای این منظور در ابتدا از روش کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری مبانی نظری، مفاهیم و اصول رفتار اطلاع‌یابی و بازیابی اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی استفاده شد. قابل ذکر است که این پژوهش از بعد روش‌شناسی تحقیق، توصیفی تحلیلی، از منظر هدف، نظری و از منظر پارادایم از نوع کیفی است.

در ادامه لذا بعد از بیان ابعاد اجتماعی رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات به بیان کارکردهای واسطه‌های اجتماعی آنلاین در فرایند اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات و پرسش و پاسخ در فضای آنلاین به عنوان عوامل موثر در رفتار اطلاع‌یابی افراد خواهیم پرداخت. تا تأثیر این عوامل بر جستجوی اطلاعات کاربران در شبکه‌های اجتماعی تبیین گردد.

۴- یافته‌ها

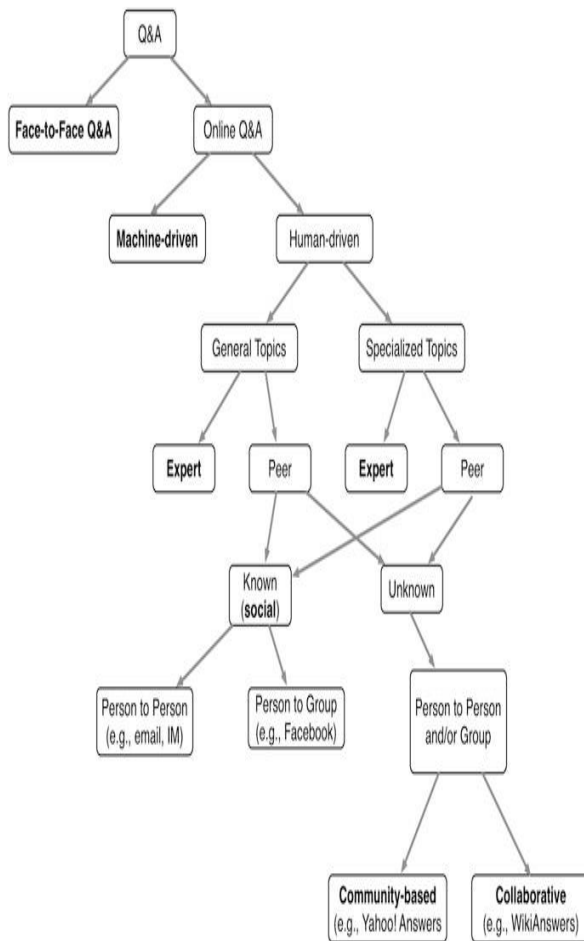
۴-۱- ابعاد اجتماعی رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات

حوزه بازیابی اطلاعات و اطلاع‌یابی فرایندی تعاملی است و در این فرایند، افراد پس از احساس نیاز اطلاعاتی، برای رفع آن اقدام‌هایی را انجام می‌دهند. در این رابطه، نوع برقراری ارتباط به بعد اجتماعی اطلاع‌یابی مربوط می‌شود و به استفاده از افراد به عنوان واسطه‌ها و نیز منابع اطلاعاتی در طی فرایند جستجو اشاره می‌کند. به این ترتیب، گفتگو با افراد، یک راه حل مفید است که به رفع تفاوت‌های اطلاعاتی و جمع‌آوری اطلاعات در یک واحد متمرکز کمک می‌کند. معمولاً جستجوگران در شبکه‌های ارتباطی خود به سمت افراد می‌روند زیرا آن را روشی مناسب برای کمک به حل مسئله خود می‌دانند [۱]. در حالی که در سالهای اخیر پژوهشگران رفتار اطلاع‌یابی بر نیاز انسانی به تعاملات اجتماعی تأکید و آن را به طور کلی در الگوی جستجوی اجتماعی خود وارد کرده‌اند. آنها معتقدند که در حالت کلی بین تعاملات قبل از جستجو، در طول جستجو و پس از آن باید تفاوت قایل شد؛ زیرا تعاملات اجتماعی قبل از جستجو به کاربران کمک می‌کند که نیاز اطلاعاتی خود را عینی‌تر سازند [۹].

از طرفی دیگر لازمه تأمین نیازهای اطلاعاتی، برقراری ارتباط و تعامل با واسطه‌هایی است که یا خود منبع اطلاعات بوده و یا این که هدایتگر به سمت منابع هستند. این تعامل و ارتباط به شکل‌های گوناگون صورت می‌گیرد. اطلاع‌یابی اجتماعی در فضای واقعی و یا مجازی با مراجعه به افراد مختلف و درخواست کمک از آنها در مراحل مختلف فرایند اطلاع‌یابی، اتفاق می‌افتد. این مذاکرات به صورت همزمان، رودررو یا غیرحضوری رخ می‌دهد، اما در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی قابلیت‌های فراوانی وجود دارد که یاری‌رسان این نوع اطلاع‌یابی است [۱۰].

لازم به ذکر است که سیستم‌های مبتنی بر انسان خود بر دو نوع موضوعات عمومی و تخصصی تقسیم می‌شوند. پرسش و پاسخ در این نوع سیستم‌ها گاهی توسط افراد متخصص و گاهی توسط افراد غیر متخصص صورت می‌گیرد. در زمان پاسخ‌گویی توسط افراد غیر متخصص، آن فرد ممکن است پاسخ را بداند (پرسش و پاسخ اجتماعی) و یا نداند. در مورد آخر (اگر جواب سوال را نداند) پاسخ پرسش، توسط گروهی از افراد (مبتنی بر جوامع) و یا توسط ساختار مشارکتی پاسخ داده خواهد شد (پرسش و پاسخ مشارکتی). این فرایند در شکل (۱) نشان داده شده است [۱۸].

به طور کلی فضاهایی مانند سایت‌های سؤال و جواب (مبتنی بر انسان) فرصتهایی را برای افراد فراهم می‌سازد تا سؤالهایشان را به صورت آنلاین مطرح کنند. این سایت‌ها، کاربران را قادر می‌سازد که سؤال‌هایشان را در یک جامعه خاص و نیز یک بافت بزرگتر، مطرح سازند [۲۰]. نظام‌های کارشناسیابی به کاربران کمک می‌کند که افراد دارای یک نوع خاصی از دانش را شناسایی کنند برای مثال، آردوارک یک نظام کارشناسیابی تجاری است که کاربران خود را بر اساس حوزه‌های تخصصی طبقه‌بندی می‌کند. در این سایت، سؤال‌های اعضای شبکه‌های درخواست‌کننده، برای کارشناس مربوط فرستاده می‌شود [۱].



شکل (۱). تاکسونومی سوال و جواب Q&A برگرفته از شاه ۲۰۱۷

در شبکه‌های اجتماعی نیز گذشته از هر اطلاعاتی که ممکن است به دست بیاید، افراد می‌توانند هنگام کسب اطلاعات از افراد دیگر، اطمینان و اعتماد کسب کنند. افراد مشتاقند که در تصمیم‌ها و اقدام‌های خود، برای ارائه نظرها و پیشنهادها، تأیید اجتماعی دریافت کنند. در واقع، تأیید و موافقت دیگران، قضاوت‌ها را تأیید و رفتار و افکار آنها را تصدیق می‌کند. چنین تأییدی می‌تواند با کمک به افراد برای تعیین زمان خاتمه جستجو، به شدت سودمند باشد [۱۶]. پس می‌توان گفت، در تعاملات مجازی و در شبکه‌های اجتماعی نیز توسط شخصی که دانش افراد را در شرایط متفاوت و جدیدی قرار می‌دهد، اطمینان به وجود می‌آید.

فرایند واسطه‌گری اطلاعات در این شبکه‌ها بر رفتارهای اطلاعاتی افراد موثر است. به طوری که افراد در دو بُعد جستجوگر اطلاعات و واسطه اطلاعاتی، از این فرایند استفاده می‌کنند. افراد بسته به این که نقش جستجوگر اطلاعات یا واسطه اطلاعاتی را دارند، وظایف خود را به‌طور متفاوت درک می‌کنند. درحالی که به نظر می‌رسد درک آنها از اطلاعات، مستقل از نقش آنها در فرایند واسطه‌گری اطلاعات است [۱۷].

به طور کلی واسطه‌گری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات، یک فرایند اجتماعی است که در آن راهبردهای اطلاع‌یابی توسعه پیدا کرده و مورد توافق قرار می‌گیرد. اغلب، جستجوگران اطلاعات برای دریافت توصیه در مورد این که چگونه اطلاعات را پیدا و از آنها استفاده کنند، به سمت هم‌ترازان خود می‌روند. درک فرایند تعاملی و پویای واسطه‌گری اطلاعات زمانی که سازمان‌ها، رسانه‌های اجتماعی نظیر بلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی رتبه‌بندی را در اختیار می‌گیرند، مهم می‌شود. این ابزارها، افراد را با کانال‌های ارتباطی متفاوت حمایت می‌کنند که از طریق آن می‌توانند در فرایند اطلاع‌یابی یکدیگر مشارکت کنند و در عین حال ناخواسته بر همدیگر تأثیر می‌گذارند [۲۰]. پس می‌توان گفت نقش واسطه‌گری افرادی که باعث جریان یافتن، هدایت شدن اطلاعات و رد و بدل شدن آن در شبکه‌های اجتماعی می‌شوند را در توسعه سیستم‌های بازاریابی اطلاعات نباید نادیده گرفت.

۵- سوال و جواب (آنلاین)

خدمات پرسش و پاسخ معمولاً به دو صورت ارائه می‌شوند: ۱- چهره به چهره و ۲- آنلاین. خدمات مرجع کتابخانه‌ها نمونه‌ای از خدمات چهره به چهره سوال و جواب می‌باشد. در حالی که امروزه افراد برای دستیابی به اطلاعات به سمت منابع آنلاین گرایش پیدا کرده‌اند. این خدمات آنلاین به دو صورت مبتنی بر انسان و ماشین ارائه می‌شوند. از خدمات پرسش و پاسخ مبتنی بر ماشین می‌توان به موتور جستجوگر گوگل اشاره کرد که بر اساس تطبیق کلمات به سوالات ارائه شده پاسخ می‌دهد که محدودیت‌هایی را نیز دارا می‌باشد. ولی پرس و جو در سیستم‌های مبتنی بر انسان به زبان طبیعی نزدیک‌تر است. باید اشاره کرد که اهمیت سوال و جواب (آنلاین) و ابعاد اجتماعی آن، در سایت‌های سؤال و جواب (مبتنی بر انسان) بسیار بیشتر از موتورهای جستجوگر (مبتنی بر ماشین) مانند گوگل می‌باشد [۱۸].

۵- بحث و نتیجه‌گیری

اطلاع‌یابی فرایندی تعاملی است و در این فرایند، افراد پس از احساس نیاز اطلاعاتی، برای رفع آن اقدام‌هایی انجام می‌دهند. در رفتار اطلاع‌یابی، گفتگو با افراد، یک استراتژی شناختی مفید است که به رفع تعارض‌های اطلاعاتی و جمع‌آوری اطلاعات در یک واحد منسجم کمک می‌کند. معمولاً افراد جستجوگر تمایل دارند در شبکه‌های ارتباطی خود به سمت افراد دیگر بروند، زیرا آن یک راهبردار مناسب برای حل مسئله خود می‌دانند [۱]. امروزه ابزارهای متنوعی برای برقراری ارتباط، توسعه شبکه ارتباطی و یافتن اطلاعات وجود دارد. شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از این منابع ارتباطی و اطلاع‌یابی مهم معرفی شده‌اند. همانطور که اشاره شد، شبکه‌های اجتماعی با سازکارهایی که در اختیار دارند بر رفتار اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات تاثیر گذاشته‌اند. این سازوکارها واسطه‌های اجتماعی آنلاین و پرسش و پاسخ‌های اجتماعی هستند.

به طور کلی می‌توان این سازوکارها بر ایجاد نیاز جدید اطلاعاتی، راهبردهای جستجو، استفاده و تفسیر اطلاعات فرد حاضر در محیط این شبکه تاثیر می‌گذارند. به طور مثال پرسش و پاسخ‌های آنلاین و مشارکتی بر رفع نیاز اطلاعاتی افراد بسیار موثر است.

واسطه‌های اجتماعی آنلاین و پرسش و پاسخ‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی را به بخش مهمی از زندگی روزمره کاربران تبدیل کرده است. کاربران مختلف در این شبکه‌ها بنا بر ویژگی‌های متفاوت خود، رفتارهای متفاوتی را از خود نشان می‌دهند ولی به طور کلی عمده فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی شامل ارتباطات و تعامل با دیگر کاربران، خواندن محتوای ایجاد شده توسط دیگر کاربران، تولید محتوا، اشتراک‌گذاری مطالب و دنبال کردن مطالب مورد علاقه است.

به‌طور کلی می‌توان گفت که واسطه‌های اجتماعی و پرسش و پاسخ آنلاین در اطلاع‌یابی به بررسی انگیزه‌های پرسش سؤال و پاسخ، رضایت کاربران از پاسخ‌ها، شکل‌گیری ارتباطات علمی جدید، زمان دریافت پاسخ، کیفیت پاسخ‌ها در سایت‌های سؤال و جواب متمرکز است.

همچنین باید خاطر نشان ساخت که رفتار اطلاع‌یابی در شبکه‌های اجتماعی پویا و تعاملی است و رفتار اطلاع‌یابی در این محیط پویا و تعاملی بدون در نظر گرفتن واسطه‌های اجتماعی آنلاین و پرسش و پاسخ‌های اجتماعی در این محیط نمی‌تواند به روشنی درک شود. از طرفی محیط شبکه‌های اجتماعی، حضور افراد دیگر و ارتباطات با آنها در قالب شبکه‌ای از افراد متصل به هم، بر ایجاد نیاز جدید اطلاعاتی، راهبردهای جستجو، استفاده و تفسیر اطلاعات فرد حاضر در محیط این شبکه تاثیر گذاشته است و نیاز به توسعه مدل‌های باز یابی اطلاعات موجود را پیش از پیش تقویت کرده است.

این پژوهش، می‌تواند الهام‌بخش انجام تحقیق در حوزه واسطه‌گری اطلاعات در وب‌سایت‌های تخصصی سؤال و جواب، انگیزه‌های پرسش سؤال و پاسخ به

باید اشاره کرد که در سایت‌های سؤال و جواب آنلاین، افراد سؤال‌های متفاوتی شامل سؤال‌های واقعی، جستجوی مشاوره‌ای، مبتنی بر بحث، مبتنی بر نظرخواهی، رویه‌ای و سؤال‌های وظیفه‌ای را مطرح می‌کنند [۱۹]. شاید بتوان گفت تفاهم و متفاوت بودن سؤال‌های ناشی از یک جامعه بزرگ، دو دلیل عمده استفاده از سؤال و جواب اجتماعی برای اطلاع‌یابی شناخته شده است [۲۰]. دلیل دیگری که افراد برای تأمین نیازهای اجتماعی خود به این سؤال و جواب‌های اجتماعی مراجعه می‌کنند، این است که آنها با این کار می‌توانند پاسخ‌هایی مشخص برای سؤال‌های خود پیدا کنند [۱۰]. علاوه بر آن عنوان شده زمانی که کاربران درحال انجام جستجوهای اطلاعاتی هستند، تصدیق هم‌کاران مهم‌ترین مزیت برای آنها است [۱۸] به این ترتیب، خروجی‌های اجتماعی برای پیگیری جستجو، اشتراک اطلاعات و بازخورد جستجو مهم است و محققان و افراد زیادی ممکن است قبل از جستجو، به منظور مشاوره و ایجاد فرصت برای بارش افکار یا رهنمودهای جستجو، نزد افراد دیگر رجوع کنند.

تا به اینجا اشاره شد که افراد برای تأمین نیازهای اجتماعی خود به سایت‌های سؤال و جواب‌های اجتماعی مراجعه می‌کنند، و پاسخ‌هایی مشخص برای سؤال‌های خود پیدا کنند. پژوهشگران سوال‌های ارائه شده در سایت‌های سؤال و جواب را به دو دسته تقسیم کردند: سؤال‌های محاوره‌ای به قصد شروع بحث و سؤال‌های اطلاعاتی بیان‌کننده نیازهای خاص [۲۱]. همچنین عوامل مؤثر بر کیفیت پاسخ‌ها در سایت‌های سؤال و جواب ترکیبی است از عوامل درونی و عوامل بیرونی که در کاربران سایت‌های پرسش و پاسخ برای جواب دادن به سؤال‌ها، ایجاد انگیزه می‌کند [۲۱]. باید اشاره کرد که در زمینه سایت‌های پرسش و پاسخ آنلاین دو موضوع مهم در مطالعات این پژوهشگران مورد توجه قرار گرفته است. ۱- محتوا و ۲- کاربر.

محتوا: در محتوا ما با دو نوع محتوا که شامل محتوای مربوط به پرسش و محتوای مربوط به پاسخ می‌باشد سر و کار داریم؛ و باید خاطر نشان کرد که پاسخ خوب پرسش خوب نیز به ارمغان می‌آورد [۱۰]. به این دلیل در بسیاری از پژوهش‌ها و مطالعات صورت گرفته بر کیفیت محتوای مربوط به پرسش تاکید شده است درحالی که در مورد پاسخ‌ها بیشتر انگیزش و رضایت در مورد پاسخ‌های ارائه شده مورد توجه قرار گرفته شده است [۱۸].

کاربر: کاربر نیز در مطالعات مربوط به پرسش و پاسخ آنلاین به سه گروه تقسیم می‌شوند. ۱- پرسشگران، ۲- پاسخ‌دهندگان و ۳- کاربران خاص. پرسشگران سوالات خود را به صورت آنلاین ارائه می‌دهند. در مورد پرسش‌گران بیشتر به دلالت پرسش و فرایند پرسش و جو توجه می‌گردد؛ در حالی در برخی از مطالعات انگیزش اشتراک‌گذاری اطلاعات و پاسخ‌ها نیز مورد توجه قرار گرفته است [۱۹].

دلالت پرسش، دلایل پسندیدن یک مطلب، رتبه بندی، دلالت پاسخ، دلالت کامنت گذاری و دنبال کردن افراد همگی مطالبی هستند که در شبکه‌های اجتماعی قابل طرح هستند و بر نوع رفتار اطلاع‌یابی افراد در شبکه‌های اجتماعی موثر است.

and developing contemporary approaches to harness future opportunities (1061-1070): Global Business and Technology Association. 2013

- [12] Kuhlthau, C. C. (2004). "Seeking meaning: A process approach to library and information services". 2nd Ed. Westport, CT: Libraries Unlimited. 2004.
- [13] Erickson, B. (1988). *The relational basis of attitudes in Social Structures: A Network Approach*, B. Wellman and S. Berkowitz, Eds. Cambridge, U.K.: Cambridge Univ. Press, 99-121, 1988.
- [14] Burt, R. *Structural Holes*. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, USA, 1992.
- [15] Ehrlich, K. & Cash, D. "The Invisible World of Intermediaries: A Cautionary Tale". *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, Vol 8 , pp 147-167, 1999.
- [16] March J. and H. Simon .*Organizations*. New York: Wile, 1958
- [17] Yang.Y. & Rieh ،S. "Dual Roles in Information Mediation at Work: Analysis of Advice-receiving and Advice-providing Diary Surveys". *ASIST*, October 22-27, Pittsburgh, PA. 2010
- [18] Shah, Ch. *Social Information Seeking: Leveraging the Wisdom of the Crowd*. Switzerland: Springer, 2017.
- [19] Morris, M.R., Teevan, J., & Panovich, K. "A comparison of information seeking using search engines and social networks". In *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, pp 291-294, 2010.
- [20] Nam, K.K., Ackerman, M.S., and Adamic, L.A. "Questions in, knowledge in? A study of Naver's question answering community". In *Proc. CHI*, ACM Press, pp 779-788, 2009.
- [21] Harper, F.M., Moy, D. and Konstan, J.A. "Facts or friends? Distinguishing informational and conversational questions in social Q&A sites". *CHI*, pp. 759-768, 2009.
- [22] Khoo, Christopher S.G. " Issues in Information Behaviour on Social Media. *Libers*", Vol 24 , pp75-96, 2015.
- [23] Lin, X. "Exploring the business value of social media by examining users' information sharing behaviors, evaluation of benefits, and usage continuance decision making". PhD dissertation. Washington State University, 2015.
- [24] Zhao, Y; Zhang, J. "Consumer health information seeking in social media: a literature review". *Health Information and Behavior Journal*, Vol 34 , pp 268-283. 2017.
- [25] Myrick, J. " The role of emotions and social cognitive variables in online health information seeking processes and effects". *Computers in Human Behavior*, Vol 68, pp 422-433, 2017.

زیر نویس ها

³ Myrick

آنها، رضایت کاربران از پاسخ‌ها، شکل‌گیری ارتباطات علمی جدید و ... باشد. همچنین این مطالعات از حیث اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان افراد، مهم بوده و زمینه‌ساز انجام پژوهش در خصوص ارتباط افراد خاص و علمی‌تر در شبکه‌های تخصصی‌تر می‌باشد.

منابع

- [۱] آزادی احمدآبادی، قاسم؛ ریاحی‌نیا، نصرت. " بررسی جایگاه واسطه‌های اجتماعی آنلاین در اطلاع‌یابی: مطالعه موردی پایگاه مرجع متخصصین ایران". فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۷، ۹۱-۱۱۴، ۱۳۹۳.
- [۲] نویدی، فاطمه. " بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی روزمره کاربران". تعامل انسان و اطلاعات، ۲، ۱، ۵۰-۵۱، ۱۳۹۴.
- [3] Hyldegård, J.. "Collaborative information behaviour—exploring Kuhlthau's information search process model in a group-based educational setting". *Information Processing & Management*, Vo; 42, pp 276-298.2006.
- [4] Pickens, J., Golovchinsky, G., Shah, C., Qvarfordt, P., Back, M. "Algorithmic mediation for collaborative exploratory search". In: *Proceedings of the 31st Annual International ACM SIGIR Conference: Research & Development in Information Retrieval*, pp 315-322, 2008.
- [5] Dugan, C., Geyer, W., Muller, M., DiMicco, J., Brownholtz, B., & Millen, D.R. It's all "about you": Diversity in online profiles. In *Proceedings of the ACM 2008 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 711-720. New York: ACM. 2008.
- [6] Shu, W. "Continual use of microblogs". *Behavior & Information Technology*, Vol 33, pp 666-677, 2014.
- [7] Kim, K.-S., et al. "Individual Differences in Social Media Use for Information Seeking", the *Journal of Academic Librarianship*, 2014.
- [8] Wilson, T. D. "Human information behavior. *Informing Science*", Vol 3, pp. 49-55. 2000.
- [9] Evans, B. M., & Chi, E. H. "Towards a model of understanding social search". In *Proceedings of the CHI'08*, ACM Press, pp 485-494, 2008.
- [10] Shah, C. *Collaborative information seeking: The art and science of making the whole greater than the sum of all* (34). Springer, 2012
- [11] Chipunza, C., & Bere, A. *Towards a novel perspective on the academic use of mobile learning applications: A case of university student perspectives*. In N. Delener, L. Fuxman, F. V. Lu, S. Rodrigues, & L. Rivera (Eds.), *Globalizing businesses for the next century: visualizing*

¹ Lin

² Zhao and Zhang