**نام مقاله: عوامل اصلي و موثر در رفتار جستجوگران اطلاعات**

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

**شماره نشريه: 33 \_ شماره اول، جلد 9**

**پديدآور: عبدالرضا نوروزي چالكي**

**مترجم:**

 **چكيده**

**گروههاي مختلف جستجوگران تحت تأثير عوامل و شرايط گوناگوني قرار دارند و به همين دليل رفتارهاي اطلاع‌يابي متفاوتي را از خود بروز مي‌دهند. از مهم‌ترين اين موارد كه در تحقيق حاضر مورد بررسي قرار گرفته است، مي‌توان به عوامل شخصي و شناختي، اجتماعي و محيطي، و قابليتهاي نظام اشاره كرد. نظر به اهميت فراوان هر يك از اين مؤلفه‌ها در فرايند رفتارهاي اطلاع‌يابي جستجوگران، ضروري است تا ضمن بررسي و شناخت صحيح اين مجموعه، عوامل علاوه بر حمايت و هدايت متخصصان اطلاع‌رساني در پشتيباني مطلوب‌تر از جستجوگران اطلاعات، به طراحان نظامها نيز بينش و آگاهي بيشتري در زمينة طراحي نظامهاي كاربر مدار، ارائه نمود.**

**كليدواژه‌ها: جستجوگران اطلاعات، رفتارهاي اطلاع‌يابي، عوامل شناختي، عوامل شخصي، عوامل اجتماعي، عوامل محيطي، نظامهاي بازيابي اطلاعات**

**مقدمه‌اي بر رفتار اطلاع‌يابي و جستجوگران اطلاعات**

**آگاهي از اين مطلب كه رفتار اطلاع‌يابي تنها به معناي جستجوي اطلاعات نيست و بر استفاده از اطلاعات جذاب، مفهومي، ويرايش شده، تشريح شده و سازماندهي شده تأكيد مي‌كند، اهميت زيادي دارد. تحقيقهايي كه در اين زمينه به انجام رسيده است مهم‌ترين مؤلفه‌هاي اطلاع‌يابي را عبارت از نياز اطلاعاتي، انتخاب اطلاعات مرتبط، جستجوي اطلاعات واقعي و استفاده از اطلاعات معرفي مي‌كند و عمده‌ترين هدف از اطلاع‌يابي را دستيابي به اطلاعات واقعي مي‌داند‌(3). هر فرد از افق فكري مشخصي برخوردار است كه اين افق تحت تأثير عوامل مختلفي همچون منابع اطلاعاتي دسترس‌پذير، زمينه‌هاي شغلي، اجتماعي، سياسي، اقتصادي، و عوامل شخصي شكل گرفته است و مي‌تواند شخص را به كسب اطلاعات بيشتر و مفيدتر، رهنمون سازد(3).**

**هرچند بخش عمده‌اي از جستجوگران اينترنت در جستجوي خود اهداف غيرپژوهشي از جمله دسترسي به بازار، سرگرمي، جذابيت اينترنت و مواردي مانند آن را دنبال مي‌كنند، اما پژوهشها نشان ‌از آن دارد كه هم‌اكنون بيش از نيمي از استفاده‌كنندگان اينترنت، با اهداف پژوهشي به اين ابزار مراجعه مي‌كنند. اگر رقم مراجعة جستجوگران پايگاههاي اطلاعاتي ناپيوسته[2] را كه عمدتاً نيز با اهداف پژوهشي به بازيابي اطلاعات مي‌پردازند به آن اضافه كنيم، خواهيم ديد عمده‌ترين جستجوگران اينترنت و پايگاههاي اطلاعاتي پژوهشگراني هستند كه در جستجوي اطلاعات مورد نياز براي انجام تحقيقهاي خود هستند(28).**

**همچنين، پژوهشها گوياي اين واقعيت است كه جستجوگران تحت تأثير عوامل مختلف، از شيوه‌ها و روشهاي گوناگون براي كسب اطلاعات بهره مي‌جويند و رفتارهاي اطلاع‌يابي متفاوتي را از خود بروز مي‌دهند. بنابراين، با شناخت صحيح و كنترل اين عوامل مي‌توان رفتارهاي اطلاع‌يابي جستجوگران را تا حد بسيار زيادي به مسيرهايي مشخص و هدفمند هدايت كرد. شناخت اين عوامل و حركت در جهت كاهش تأثير عوامل مداخله‌گر در رفتار جستجوگران، كمك شايان توجهي به آنان تلقي مي‌گردد. آگاهي از اين واقعيت كه كاربران حرفه‌اي، كاربران سازماني و كاربران خانگي هر كدام از محيطهاي متفاوت و با نگرشهاي گوناگوني به جستجوي اطلاعات مي‌پردازند، متخصصان اطلاع‌رساني و طراحان نظام را به سوي اين حقيقت سوق مي‌دهد كه عوامل تأثيرگذار در رفتارهاي اطلاع‌يابي و همچنين نيازهاي اطلاعاتي اين افراد به طور طبيعي از ويژگيها و شرايط يكساني برخوردار نيست. بسياري از پژوهشگران از جمله "اليس"[3] و "كولتاو"[4] در همين زمينه عناصري را معرفي مي‌كنند كه مجموعة اين عناصر رفتارهاي اطلاع‌يابي گروههاي مشترك جستجوگران را تشكيل مي‌دهد.**

**"اليس" عناصر رفتارهاي اطلاع‌يابي افراد را پس از طي مراحل مقدماتي، به ترتيب عبارت از زنجيره‌اي كردن، مرور كردن، متمايز كردن، بازبيني كردن، استخراج كردن، جستجو كردن، انتخاب كردن، فرموله‌بندي كردن، گردآوري كردن و ارائه كردن مي‌داند و معتقد است كه هر يك از جستجوگران با توجه به تجربيات، دانش، نياز اطلاعاتي و سطح توقعات خود در هر يك از اين مراحل با سطح متفاوتي از دقت و توجه عمل مي‌كند و در نهايت اين جستجوگر است كه بر اساس نياز خاص خود به انتخاب و گردآوري اطلاعات دست مي‌زند(5). "اليس" با استناد به همين اصل، مدلي را براي رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران پيشنهاد مي‌كند. با وجود اين، وي اذعان مي‌دارد كه اين مدل بيشتر در محيطهايي بسته‌ همچون پايگاههاي اطلاعاتي كه عمدتاً از ابزارهاي ويژه‌اي همچون واژگان‌ كنترل شده استفاده مي‌كنند، قابل اجرا و استفاده است.**

**"ساراسويك"[5] معتقد است كه اين مدلها بيشتر بيانگر تعامل بين نظام و كاربر است. در مدل ارائه شدة "ساراسويك" به خوبي به اين نكته كه چطور عوامل پنهاني همچون تحولات شناختي بر تغييرات قابل رؤيت همچون بازفرمول‌سازي[6] پرسش تأثير مي‌گذارند، توجه شده است. اين عوامل، هم مي‌تواند رفتارهاي اطلاع‌يابي انفعالي و هم رفتارهاي اطلاع‌يابي پويا را به وجود آورد(5). ما در بسياري از موارد با رفتار اطلاع‌يابي انفعالي روبرو هستيم. به عنوان مثال، هنگامي كه مشغول تماشاي تلويزيون يا گوش كردن به راديو هستيم، با اطلاع‌يابي انفعالي سروكار داريم. همچنين، هنگامي كه در موتورهاي كاوش يا پايگاههاي اطلاعاتي در حال جستجوي اطلاعات ديگري هستيم و به طور غيرمنتظره به اطلاعات مرتبط و مفيد متفاوتي برمي‌خوريم رفتار اطلاع‌يابي ما از نوع انفعالي است. چه بسا در بسياري موارد اطلاعاتي كه از اين طريق به دست مي‌‌آيد منشأ تحقيقات دامنه‌دار جديدتري شود. در مقابل، رفتار اطلاع‌يابي پويا، از حركت در راستاي اهداف تعيين شده، اجراي مجدد دستورات جستجو، محدود كردن دامنة جستجو و روزآمدسازي دانش ذهني‌مان سرچشمه مي‌گيرد.**

**برخي از پژوهشگران همچون «اليس» و «چوو»[7] از همين مرحله به عنوان مرحلة بازبيني اطلاعات ياد مي‌كنند. تحقيقها نشان مي‌دهد جستجوگران اطلاعات از نظر ميزان تجربه‌ها و دانش جستجو نيز به سه گروه عمده تقسيم مي‌شوند: جستجوگران مبتدي و تازه‌كار، جستجوگران متخصص، و جستجوگران فوق متخصص يا جستجوگراني كه به طور دائم به ارتقاي ساز و كارهاي حمايتي جستجو علاقه‌مندند. پيداست كه رفتار اطلاع‌يابي اين سه گروه را كه از تجربه و دانش متفاوتي در خصوص جستجو برخوردارند نمي‌توان يكسان فرض كرد، زيرا هر يك با توجه به نيازهاي خاص و همچنين ميزان مهارت، دانش و تجربيات خود به جستجو مي‌پردازند و به همين دليل نيز رفتارهاي اطلاع‌يابي متفاوتي خواهند داشت. اين گروهها در مواردي همچون تشخيص نياز اطلاعاتي خود و همچنين جستجوي داده‌ها يا اطلاعات مورد نياز، تفاوتهاي عمده‌اي با يكديگر دارند. از رويكردي ديگر نيز مي‌توان هزينه‌هاي دسترس‌پذيري را يكي از تأثيرگذارترين عوامل رفتارهاي اطلاع‌يابي كاربران به شمار آورد، زيرا جستجوگران واقعي همواره به دنبال بهترين و باكيفيت‌ترين اطلاعات هستند و از آنجا كه تهيه و سازماندهي اين نوع منابع، كتابخانه‌ها و مراكز اطلاع‌رساني را متحمل پرداخت هزينه‌هاي بيشتري مي‌نمايد، عموماً اين مراكز نيز دسترسي به اين نوع اطلاعات را منوط به پرداخت هزينه‌هايي مي‌نمايند.**

**در نظر گرفتن هزينه براي اطلاعات نيز در برخي شرايط مي‌تواند مسير جستجو و نوع رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران را تغيير دهد و آنان را به مسير ديگري هدايت كند. معمولاً رويكرد جستجوگران متخصص و غيرمتخصص و سازماني و حرفه‌اي با كاربران مبتدي و خانگي متفاوت است. به همين دليل نيز پرداخت هزينة دسترسي به اطلاعات براي جستجوگران گروه اول كه معمولاً تحت پشتيباني سازماني قوي به اطلاع‌يابي مي‌پردازند يا اين كه نسبت به جستجوگران مبتدي و خانگي از نيازهاي اطلاعاتي خاص‌تر و شديدتري برخوردارند، چندان به عنوان عاملي مداخله‌گر و تأثيرگذار محسوب نمي‌شود، اما همين عامل مي‌تواند براي جستجوگران گروه دوم كه كاربران مبتدي و خانگي را شامل مي‌شود، به عنوان مؤلفه‌اي تأثيرگذار كه آنها را در حالتهاي برابر به استفاده از اطلاعات رايگان سوق مي‌دهد، عمل نمايد. البته، اگر تمايل به استفاده از اطلاعات رايگان با فقدان سواد اطلاعاتي جستجوگر همچون نبود توانايي و مهارت كافي در تشخيص و ارزيابي اطلاعات باكيفيت نيز همراه باشد، اطلاع‌يابي آنها به اطلاعاتي بي‌كيفيت منشعب خواهد شد كه به طور مستقيم بر نتايج تحقيقهايشان آنها تأثير خواهد گذاشت. به همين دليل، حتي عامل "هزينه" نيز در مواردي مي‌تواند به عنوان عاملي تأثيرگذار در رفتارهاي اطلاع‌يابي جستجوگران مطرح باشد.**

**به عنوان مثالي ديگر در خصوص عوامل تأثيرگذار در رفتارهاي اطلاع‌يابي جستجوگران، مي‌توان به نقش نرم‌افزار رابط كاربر[8] اشاره كرد. طبيعي است، براي جلوگيري از تأثير منفي اين عامل در جستجوي جستجوگران، بايد براي پشتيباني از كاربراني كه با ساختار اين نر‌م‌افزارها آشنا نيستند در مقايسه با كاربراني كه به طور مداوم از پايگاهها يا سايتها استفاده مي‌كنند، راهكارهاي متفاوتي اتخاذ شود. در مجموع، مي‌توان اذعان داشت كه بررسي اين مجموعه عوامل، علاوه بر اين كه متخصصان اطلاع‌رساني را در هدايت مطلوب‌تر جستجوگران حمايت خواهد كرد، به طراحان نظام نيز بينش و آگاهي بيشتري در زمينة طراحي نظامهاي كاربرمدار ارائه مي‌دهد. طراحان نظام با درك اين مجموعه عوامل تأثيرگذار، بر اين اصل واقف مي‌شوند كه نه تنها بايد از اصول جستجوي اطلاعات آگاه باشند بلكه بايد بر اين نكته كه كاربران نيز ممكن است در اطلاع‌يابي خود دچار خطا شوند، وقوف كامل داشته باشند. همچنين آنها بايد از اين واقعيت نيز آگاه باشند كه حتي حمايت از انفعالي‌ترين كاربران نيز جزء مهم‌ترين وظايف يك نظام بازيابي اطلاعات محسوب مي‌شود و به همين دليل نمي‌توان به آن بي‌توجه بود. بر اين اساس، آنها بايد طراحي نظام خود را در راستاي كاهش تأثير عوامل مداخله‌گر به انجام رسانند. با شناخت اين عوامل، متخصصان اطلاع‌رساني از امكان ايجاد محيطي كه در آن كاربر به عنوان محور اصلي در نظر گرفته شود، برخوردار خواهند بود .**

**مطالعه‌هاي رفتار اطلاع‌يابي**

**تاكنون مطالعه‌هاي فراواني در خصوص رفتار اطلاع‌يابي و جستجوي كاربران به انجام رسيده است. بسياري از اين تحقيقها ارائه‌دهندة اطلاعاتي در خصوص نحوة اطلاع‌يابي و همچنين مدلهايي هستند كه بر فرايند ذهني اطلاع‌يابي كاربران تأكيد دارد. همچنين در پاره‌اي ديگر از اين تحقيق‌ها با استفاده از روش مطالعة موردي، چگونگي بازيابي اطلاعات و در مواردي نيز رفتار اطلاع‌يابي كاربران خاص در محيطي مشخص مورد توجه قرار داده شده است. همان‌گونه كه پيش‌تر نيز اشاره شد، از آن‌جا كه هر فردي از افق فكري مشخصي برخوردار است و اين افق با گذر زمان و تحت تأثير عوامل گوناگوني همچون منابع اطلاعاتي دسترس‌پذير، زمينه‌هاي شغلي، اجتماعي، سياسي، اقتصادي، و عوامل شخصيتي شكل گرفته است و مي‌تواند شخص را به كسب اطلاعات بيشتر و مفيدتري رهنمون سازد. لذا بررسي رفتارهاي اطلاع‌يابي جستجوگران و شناخت عوامل تأثيرگذار بر اين رفتارها حائز اهميت بسيار مي‌باشد(3).**

**"دروين"[9] و "نيلان"[10] در سال 1986 پيش‌بيني كردند كه به زودي در بسياري از تحقيقهايي كه در حوزة "كتابداري و اطلاع‌رساني"[11] بر روي كاربران انجام مي‌شود، به جاي تلاش براي سازگار كردن كاربران با نظامهاي اطلاعاتي، بر سازگاري نظامها با كاربران تأكيد خواهد شد. علاوه بر مطالعات "دروين" و "نيلان" در پژوهشهاي ديگري نيز بررسي جنبه‌هاي اجتماعي رفتار كاربران به عنوان گروههايي اجتماعي به چشم مي‌خورد. "هوينز"[12] براي ارزيابي پيش‌بيني‌هاي "دروين" و "نيلان" مقاله‌هاي پژوهشي كتابداري و اطلاع‌رساني را از سال 1986 به بعد مورد بررسي قرار داد و پيش‌بيني آنها را تأييد كرد(3). "دروين" نيز در سال 1972 به توسعه مدلي بر پايه نياز كاربر پرداخت كه آن را «ايجاد احساس» ناميد. روش او بر رفتاري كه فرد در تجربه‌هاي روزانه خود با استفاده از تحليل طيف وسيعي از فعاليتهاي پيچيدة بشري به انجام مي‌رساند، متمركز گرديده است (نقل در: 33: ص31).**

**بر اين اساس، امروزه در حوزة علوم كتابداري و اطلاع‌رساني مطالعه‌هاي بسياري بر رفتارهاي اطلاع‌يابي گروههاي كاربران و عوامل مؤثر بر اين رفتارها تمركز دارد. بيشتر اين مطالعه‌ها ميزان تأثير عوامل مختلف را بر اين رفتارها مورد ارزيابي قرار مي‌دهند. اهميت اين نوع تحقيقها به حدي است كه امروزه كنفرانسهاي بزرگي همچون كنفرانس "اطلاع‌يابي در بافت"[13] به طور مستمر در اين حوزه برگزار مي‌شود و به ارائة آخرين دستاوردهاي علمي كاربران در زمينه رفتار اطلاع‌يابي مي‌پردازد. به عنوان مثال ضعف جستجوهاي آزاد متن در اين كنفرانسها مطرح شده و راهكار توسعة امكان اطلاع‌يابي بر مبناي بافت كه بر پاية توجه به ويژگيهاي شخصي همچون خصوصيتهاي روان‌شناسي فردي و جنبه‌هاي اجتماعي رفتار جستجوگران، به عنوان بخشي از مهم‌ترين پيشنهادهاي اين كنفرانس به شمار مي‌رود. (3). در ميان پژوهشهاي كتابداري و اطلاع‌رساني، تحقيقهاي فراوان ديگري نيز وجود دارد كه به طور ويژه بر جنبه‌هاي شناختي رفتار فرد و تأثير اين رفتار بر اطلاع‌يابي تمركز دارد. اين نوع تحقيقها با اعتقاد به اين اصل كه مطالعة انگيزه و شخصيت كاربر مي‌تواند نظام را به درك وسيعي از رفتار اطلاع‌يابي وي نايل كند، صورت پذيرفته و بر فرايندهاي شناختي همچون فرايندهاي حافظه، عوامل معنايي و سبكهاي يادگيري تمركز دارند. "تام ويلسون"[14] در همين زمينه و پس از بررسي رفتارهاي اطلاع‌يابي متخصصان بازاريابي، علوم اجتماعي و روان‌شناسي، مدلي را براي رفتار اطلاع‌يابي ارائه مي‌دهد كه به خوبي نقش عوامل روان‌شناختي را در رفتار جستجوگران نشان مي‌دهد. وي در مدل خود اذعان مي‌دارد كه عوامل روان‌شناختي، جمعيت‌شناسي، محيطي و منبع‌مدار بر رفتار اطلاع‌يابي تأثير مي‌گذارد و در بسياري از موارد آن را تغيير مي‌دهد. با وجود گستردگي اين مدل، "ويلسون" اظهار مي‌دارد كه مدل پيشنهادي او تنها قادر است نمونه‌هاي كوچكي از عوامل تأثيرگذار بر رفتار اطلاع‌يابي فرد را نشان دهد. مدل ويلسون به توصيف آنچه در زمينة رفتار اطلاع‌يابي عامل ميزان احاطة شخص ناميده مي‌شود، مي‌پردازد. وي در همين زمينه اظهار مي‌دارد كه شخص پس از اتخاذ تصميم به جستجوي اطلاعات، با كمك انگيزه، جستجويي را به اجرا درمي‌آورد و به دليل احساس نيازي كه به فايق‌آمدن بر مسأله دارد، شخصاً گذار از مانعهاي مشخصي را كه در مسير بازيابي اطلاعات او قرار دارد، تجربه مي‌كند. "ويلسون" معتقد است كه خود شخص صلاحيت لازم را براي تصميم‌گيريهاي نهايي جستجوي اطلاعات و تشخيص اطلاعات مرتبط از غيرمرتبط دارد و ممكن است بر اساس موقعيت، موضوع يا انگيزه‌‌هاي خاص، روشهايي را كه براي جستجوهايش برمي‌گزيند، با ديگري متفاوت باشد. همچنين، وي رفتار اطلاع‌يابي انسان را عبارت از فرايندي مي‌داند كه در تعامل دائمي با افراد، شبكه‌هاي اجتماعي، موقعيتها و بافتهاي گوناگون شكل گرفته و معتقد است كه اين بافت و موقعيت اجتماعي است كه به وجود آورندة نياز اطلاعاتي است و فرد را به استفاده از منابع دسترس‌پذير مشخصي محدود مي‌كند(3).**

**"ويلسون" از عامل "خودمحوري" به عنوان مؤثرترين عامل در رفتار اطلاع‌يابي نام مي‌برد و در همين خصوص اظهار مي‌دارد كه بين باور يا احساس فرد درباره خود و تسلط فرد بر موقعيتهاي مختلف، ارتباط مستقيم وجود دارد. او معتقد است احساس قوي خودمحوري براي بهره‌گيري از يك منبع اطلاعاتي، به استفاده گسترده‌تر و دقيق‌تر از آن منبع منجر مي‌شود. اگر شخص از توان خود در بهره‌گيري از منبع ترديد داشته باشد، حتي در صورتي كه اين منبع حاوي مرتبط‌ترين اطلاعات نيز باشد، بازهم استفاده درستي از آن به عمل نخواهد آمد. در هر موقعيتي، انتخاب و استفاده از منبع تحت تأثير عوامل گوناگوني همچون ميزان زمان و تلاشي كه صرف دستيابي به منبع و تعامل براي اطلاع‌يابي از آن مي‌شود، قرار دارد (نقل در: 33: ص32). همچنين، رفتار اطلاع‌يابي را عبارت از فرايندهاي دروني و عوامل بيروني مي‌داند كه بر جستجوي اطلاعات تأثير مي‌گذارد و روشهاي فردي پاسخگويي به نيازهاي اطلاعاتي را تغيير مي‌دهد(3).از اين گذشته در مواردي نيز ممكن است اطلاعات به صورتي كاملاً تصادفي و بدون تلاشي آگاهانه براي يافتن آن، به دست آيد. اين نوع اطلاع‌يابي با آنچه "ويلسون" و "والش"[15] در سال 1996 جستجوي انفعالي[16] ناميدند و همچنين با نظر "ساراسويك" در خصوص جستجوي انفعالي و جستجوي پويا، مطابقت دارد.**

**در همين خصوص "اردلز"[17] نيز اظهار مي‌دارد كه تنوع و تعداد مواجهه با اطلاعات ممكن است ناشي از ويژگيهاي شخصي همچون حس كنجكاوي و علاقه‌هاي فراوان باشد(3). "اينگورسن"[18] نيز معتقد است كه فرايند اطلاع‌يابي با عوامل شناختي همچون تفكر، قوة ادراك، حافظه، تشخيص، يادگيري و حل مسئله ارتباط دارد. "سالومون"[19] معتقد است فرايند اطلاع‌يابي اغلب تكراري و گردشي است كه در بسياري از موارد با شروعهاي غلط، تشويش، ارزيابي و بازارزيابي و شايد شكست و تسليم شدن، همراه است(3). "دونالد كيس"(9) در كتاب خود تحت عنوان "پيمايش پژوهشي جستجو، نياز و رفتار اطلا‌ع‌يابي"، اطلاع‌يابي را جزء جدايي‌ناپذير زندگي انسان مي‌داند و اذعان مي‌دارد كه انسان در طول زندگي روزمرة خود بارها به اطلاعات احساس نياز مي‌كند و به آن رجوع مي‌نمايد. وي در اين كتاب ضمن بررسي رفتارهاي اطلاع‌يابي متخصصان رشته‌هاي گوناگون از جمله پزشكان، پرستاران، مديران، مهندسان، روزنامه‌نگاران، مشتريان و بسياري ديگر از گروهها به اين نتيجه مي‌رسد كه در بين رفتارهاي اطلاع‌يابي اين گروه‌ها تفاوتهايي ديده مي‌شود كه ناشي از عوامل شغلي و محيط كاري و نيازهاي اطلاعاتي خاص آنهاست(25).**

**در تحقيقي ديگر كه تحت عنوان "چارچوبي براي بررسي تعامل در بازيابي اطلاعات"(1) به انجام رسيد، سعي شد چارچوبي براي بررسي نوع رفتار كاربر در مواجهه و تعامل با نظام تعيين شود. از مهم‌ترين يافته‌هاي اين تحقيق مي‌توان به لزوم شناخت، درك نيازها و عوامل مؤثر بر رفتارهاي اطلاع‌يابي كاربران به عنوان پيش‌نياز طراحي نظامهاي اطلاع‌رساني كارآمد، اشاره كرد.**

**"كارول هرت"[20] نيز در تحقيق خود سعي در شناسايي عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران از بخش مرجع مجازي داشت. وي از اين مؤلفه‌ها به عنوان مؤثرترين عوامل براي طراحي ميز مرجع مجازي در كتابخانه‌هاي رقومي نام مي‌برد و معتقد است از آن‌جا كه در ميز مرجع مجازي همواره ارتباط و تعامل بين كتابخانه و كاربر مطرح است و اين تعامل براي كاربر نوعي رفتار اطلاع‌يابي محسوب مي‌شود، شناخت ويژگيها و عواملي كه بر اين رفتار تأثيرگذار مي‌باشد، بسيار حايز اهميت است(2).**

**"هنينگر"[21] و "بلكين"[22] (11) نيز در مطالعة خود بر نقش نرم‌افزار رابط كاربر به عنوان يكي از عوامل مؤثر در رفتار اطلاع‌يابي كاربر نام مي‌برند. آنها خاطرنشان مي‌كنند كه كاربران در مواجهه با نرم‌افزار رابط كاربر به شكلهاي مختلف عمل مي‌كنند و اين امر بر نتيجة جستجوهاي آنان تأثير مي‌گذارد. وي آشنايي و آموزش كاربران و كاربرپسند بودن ساختار نرم‌افزار رابط كاربر را به عنوان اصلي‌ترين عوامل تأثيرگذار بر تفاوت نتيجة جستجوها توصيف مي‌كند.**

**در پژوهشي ديگر كه به عنوان "رفتارهاي اطلاع‌يابي گوناگون براي كاربران نهايي" (4) به انجام رسيد، ضمن تأكيد بر روش‌شناسي رفتار اطلاع‌يابي كاربران، به صراحت اذعان گرديد كه با شناخت الگوهاي اطلاع‌يابي و روشهاي مورد استفادة كاربران و آگاهي از شرايط و ويژگيهاي شخصي و اجتماعي آنها، مي‌توان تا حد زيادي به عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌يابي‌شان پي برد و آنها را در طراحي پايگاههاي اطلاعاتي پياده نمود.**

**همان‌گونه كه در ابتدا اشاره شد، "كولتاو"[23] نيز يكي ديگر از محققاني است كه در اين زمينه مطالعه‌هاي دامنه‌داري نموده است. وي در مطالعة خود در يك مرحلة دو ماهه، مراحل مختلف فرايند رفتار اطلاع‌يابي را در بين دانشجويان مورد بررسي قرار داد و سپس فرايندهاي انفرادي رفتار اطلاع‌يابي آنها را مشخص كرد و در نهايت با توجه به يافته‌هاي خود، مدلي را ارائه داد. هدف اصلي اين مطالعه، نشان دادن اين اصل بود كه طراحي نظامهاي اطلاع‌رساني و تعامل بين انسان و ماشين بايد بر مبناي مفهوم مدل‌سازي كاربر، تصفية اطلاعات و هدايت اجتماعي صورت پذيرد. وي در مطالعه‌هاي خود نشان داد عواملي همچون نامعيّن بودن، اغتشاش، خوش‌بيني، ناكامي، آسودگي و رضايتمندي مي‌تواند بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران تأثير بگذارد. "كولتاو" با اشاره به جنبه‌هاي انگيزشي و شناختي اشخاص، نكته‌هاي مهمي را در خصوص عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌يابي بر دانش پيشين اضافه مي‌كند. وي ترديدي را كه جستجوگر پيش از اطلاع‌يابي و در حين اطلاع‌يابي در خود احساس مي‌كند، به عنوان يكي از مؤثرترين عوامل رفتار اطلاع‌يابي او معرفي مي‌كند. وي از اين ترديد به عنوان محرك اصلي و اصلي اساسي در اطلاع‌يابي نام مي‌برد و چنين تحليل مي‌كند، در زماني كه جستجوگر با موقعيتهاي خاصي روبرو مي‌شود و از درك صحيح مسئله يا اطلاعات عاجز مي‌ماند، دچار اين ترديد مي‌شود و به منظور كاهش آن، اطلاع‌يابي و جستجو را آغاز مي‌كند و معمولاً اين احساس ترديد و عدم امنيتي را كه در آغاز با خود داشت، تا پايان جستجو و دستيابي به يقين با خود به همراه دارد. هر چند "كولتاو" در مطالعه‌هايش بر نقش عواملي همچون اغتشاش ذهني، خوش‌بيني، ناكامي، احساس آرامش و رضايتمندي در رفتار اطلاع‌يابي كاربران كه به عنوان مهم‌ترين مؤلفه‌هاي جنبه‌هاي فردي رفتار آنها محسوب مي‌شود تأكيد دارد، اما به نتيجه‌هاي ارزشمندي در خصوص نقش جنبه‌هاي اجتماعي رفتارهاي اطلاع‌يابي و اين كه چطور با جمع‌بندي ويژگيهاي مربوط به جنبه‌هاي اجتماعي مي‌توان مدل و زمينه‌هاي مشتركي را براي رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران ترسيم كرد نيز دست يافت(21: p. 365).**

**بر همين اساس، كولتاو در خصوص روند اطلاع‌يابي كاربران شش نظريه ارائه داد و به عنوان مقدمه اذعان داشت كه فرايند جستجوي اطلاعات به درك درست ساختار و معنا وابسته است و كاربر با اين درك، از ترديد و ابهام به يقين مي‌رسد. وي به عنوان دومين عامل، بر شكل‌‌دهي و به قاعده درآوردن ايده يا ديدگاهي كه در روند تحقيق به كار مي‌رود تأكيد دارد. در اين مرحله، بسياري از كاربران براي به قاعده درآوردن و شكل‌دهي فرايند جستجوي خود اقدامي همزمان انجام نمي‌دهند. همچنين وي سومين عامل را منحصر به فرد بودن اطلاعات مي‌داند و بيان مي‌دارد كه اطلاعات ممكن است منحصر به فرد بوده و يك اطلاعات براي اشخاصي كه نيازهاي اطلاعاتي مشابهي نيز دارند داراي ارزشهاي متفاوتي باشد. وي در اين خصوص نيز اذعان مي‌دارد كه البته كاربران در بسياري از موارد از اين مسئله كه كدام اطلاعات مرتبط و كدام غيرمرتبط است آگاهي دارند و به همين دليل نيز اين عامل در سنجش ميزان ربط اطلاعات به دست آمده، به عنوان يكي از مهم‌ترين معيارها به شمار مي‌رود.**

**چهارمين عاملي را كه "كولتاو" معرفي مي‌كند، رفتار كاربر در شرايط خاص است. اين كه رويكردهاي كاربر نسبت به پژوهشهاي در دست انجام چگونه است و اين كه هر جستجويي تحت تأثير چه شرايط خاص، رفتار و رويكردهايي صورت مي‌پذيرد، به عنوان بخشي از مواردي كه تحت تأثير اين عوامل قرار دارند، به شمار مي‌رود. برخي از كاربران در شرايط خاص به كشف اطلاعات و يافته‌هاي جديد و گسترده تمايل دارند، در حالي كه كاربراني ديگر نتيجه‌هايي كه آنها را به پايان كار نزديك‌تر ‌كند، ترجيح مي‌دهند. بنابراين، شرايط هر يك از كاربران در روند تحقيق به طور دائم رو به تغيير است.**

**پنجمين عاملي كه "كولتاو" معرفي مي‌كند، بر گزينش و انتخابهاي كاربر تأكيد دارد. بدين ترتيب، كاربر در روند تحقيق و بر اساس پيش‌‌بيني‌ها يا انتظارهايي كه از منابع، اطلاعات و استراتژيها دارد، مجموعه انتخابهايي را صورت مي‌دهد كه عمدتاً واحد و شخصي‌اند.**

**آخرين عاملي كه "كولتاو" معرفي مي‌كند، ميزان علاقة كاربر و سطح هدفمندي او در روند تحقيق است(21: p. 365). "ليمبرگ" و "كولتاو" در تحقيقي ديگر، موقعيت كاربر و بافتي را كه در آن به جستجوي اطلاعات مي‌پردازد، به عنوان محور معرفي مي‌كنند و معتقدند كه حتي ربط اطلاعات نيز تا حد زيادي به شخص و موقعيت او بستگي دارد(3). بديهي است، ميزان علاقة كاربر و سطح هدفمندي او در انجام تحقيق، بر انگيزه‌هاي وي تأثير گذاشته و او را به سوي جستجوهاي دامنه‌دارتري سوق مي‌دهد. البته وي معتقد است كه در مرحله‌هاي بعدي، نقش عامل علاقه افزايش مي‌يابد، زيرا كاربراني كه نسبت به موضوع در دست تحقيق خود درك و تسلط كافي دارند، قادرند به شكل هوشيارانه‌تري با آن روبرو شوند(17) .**

**"تاكمورا"[24] نيز در تحقيق خود كه در سال 1994 به انجام رساند، از علاقة شخصي به عنوان يكي از مهم‌ترين دليلهاي جستجوها نام برد (3). "آلن"[25] معتقد است مردم بخصوص در مواردي كه جستجوي اطلاعات پيامدي منفي داشته باشد، قادرند از جمع‌آوري اطلاعات خودداري نمايند. (نقل در:33 :ص. 32).**

**"نيكولاس"[26] بر روي اين مفهوم كه جستجوگران اطلاعات و حتي خبرگان يك نظام اطلاعاتي مشخص به چه دليل قادر به شكل‌دهي صحيح پرسش خود نيستند و در نتيجه از دستيابي به اطلاعات مورد نياز خويش محروم مي‌مانند، كار كرد. وي از اين عامل به عنوان «وضعيت غير متعارف در آگاهي» يا به اختصارASK نام مي‌برد. به همين دليل، اذعان مي‌دارد كه دليل بروز اشكال در بازيابي اطلاعات را بايد هم در نظام و هم در جستجوگر اطلاعات دنبال كرد نقل‌در: 33: ص.‌33).**

**"تيلور"[27] نيز مسئلة كاربر را در مركز توجه خود قرار داد و مدلي را بر همين اساس طراحي نمود. اين مدل بر درك نظام از نياز مصرف‌كننده ‌و ميزان اطلاعاتي كه كاربر از نظام اطلاعاتي دريافت مي‌كند و همچنين بر چگونگي تأثير اطلاعات دريافت شده بر تصميم‌گيري كاربران، استوار است. (نقل در: 33: ص33). "تيلور" رفتار اطلاع‌يابي را عبارت از مجموعه‌ فرايندهايي مي‌داند كه در نهايت به اطلاعات سودمند منجر مي‌شوند(3). اكنون پس از بررسي برخي از مطالعه‌هاي انجام شده، مي‌توان با رويكردي آگاهانه‌تر، به بررسي عوامل مؤثر بر رفتار جستجوگران اطلاعات پرداخت. اين عاملها را مي‌توان به چند گروه عمده تقسيم‌بندي كرد كه عبارتند از: عاملهاي شخصي و شناختي، قابليتهاي نظام و عاملهاي اجتماعي و محيطي.**

**عاملهاي شخصي و شناختي**

**همچنانكه در مرور نوشتار ملاحظه شد، عاملهاي شخصي و شناختي از مهم‌ترين مؤلفه‌هاي تأثيرگذار بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران محسوب مي‌شود. اين عوامل كه عمدتاً ريشه‌هايي دروني دارند، در طول زمان و بر اساس تجربه و دانشي كه فرد از محيط خود كسب مي‌كند، شكل مي‌گيرند. البته بايد اذعان داشت كه به همين دليل نيز نمي‌توان اين عاملها را از عاملهاي اجتماعي جدا دانست و بايد آنها را در ارتباط مستقيم با يكديگر مورد بررسي قرار داد. به عنوان مثال، هر چند سواد اطلاعاتي به عنوان عاملي شخصي محسوب مي‌شود و به همين دليل نيز روحية فرد نقشي اساسي در آن برعهده دارد، اما از رويكردي ديگر نيز نمي‌توان نقش عاملهاي اجتماعي و همچنين قابليتهاي نظام را از نظر ميزان كاربرمدار بودن آن در ميزان سواد اطلاعاتي فرد، ناديده انگاشت. حال با اين رويكرد، به بررسي دقيق‌تر هر يك از اين عاملها مي‌پردازيم:**

**1.سواد اطلاعاتي**

**هدف اصلي آموزش عالي، باسواد كردن افراد است. تمامي محققان براي انجام تحقيقهاي خود فراگيري مهارتهاي مورد نياز خويش را نيز انتظار دارند. اين كه آنها چطور تفكر انتقادي را فرا مي‌گيرند و از آن به عنوان معياري براي قضاوت ميزان ربط منبعهاي جستجو شده استفاده مي‌كنند، عاملي اساسي در درك رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران محسوب مي‌شود. امروزه به منظور ادامة حيات در دنياي اطلاعات، كنترل بهينة اطلاعات و افزايش درك جستجوگران، از اين واقعيت كه اطلاعات چطور سازماندهي مي‌شوند، در كجا مي‌توان آنها را پيدا كرد و چگونه مي‌توان به طرز مؤثرتري آنها را مورد استفاده قرار داد، به سرمايه و مهارتهاي بيشتري نياز است. هدف اصلي سواد اطلاعاتي نيز مكان‌يابي و دسترسي به منبعهاي اطلاعاتي نيست، بلكه بيشتر در آن تحليل انتقادي و ايجاد ساختاري براي استفاده از اطلاعات، اهميت مي‌يابد. از سويي ديگر، در بسياري از موارد ملاحظه مي‌شود حتي جستجوگراني كه سواد اطلاعاتي كافي دارند نيز به دليل دارابودن ويژگيهاي دروني مختلف، راهبردهاي متنوعي را براي حل مسئلة خود اتخاذ مي‌كنند.**

**1-1.مهارت در تبديل نياز به مسئله: مهارت تبديل نياز اطلاعاتي به مسئله، يكي از مهم‌ترين مؤلفه‌هاي سواد اطلاعاتي است كه به طور مستقيم بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران تأثير مي‌گذارد. جستجوگران داراي سواد اطلاعاتي، پيش از تبديل هر نياز به مسئله، به حد كافي مي‌انديشند. اين در حالي است كه جستجوگران فاقد سواد اطلاعاتي كافي، نياز خود را بدون تكيه بر دانش موجود به مسئله‌اي غيرمرتبط با آنچه مورد نظر آنهاست تبديل مي‌كند و اين امر رفتار اطلاع‌يابي اين جستجوگران را نيز به مسيرهاي غيرمرتبط و نامشخصي سوق خواهد داد(24) .**

**1-2. فرمول‌سازي مسئله: فرمول‌سازي عبارت از به قاعده درآوردن مسئله براي انجام عمليات جستجوست. امروزه فرمول‌سازي نيز بخشي از سواد اطلاعاتي و به عنوان يكي از مهم‌ترين مؤلفه‌هاي تأثيرگذار بر رفتار اطلاع‌يابي فرد محسوب مي‌شود. چنانچه فرمول‌سازي به درستي صورت نپذيرد، جستجوگر به درستي به اطلاعاتي كه براي هدفهاي موردنظر او از مطلوبيت و ارزش لازم برخوردار باشد، هدايت نخواهد شد. بر اين اساس، مي‌توان از فرمول‌سازي مسئله به عنوان يكي از عوامل مؤثر بر رفتار جستجوگران اطلاعات، نام برد.**

**1-3.پالايش پرسش: پس از فرمول‌سازي، نوبت به پالايش پرسش مي‌رسد. در اين مرحله نيز سواد اطلاعاتي نقشي اساسي ايفا مي‌كند. پالايش پرسش، نوعي بازبيني فرمول‌سازي مسئله محسوب مي‌شود كه سعي در اصلاح پرسش و اندازه‌پذيرتر كردن آن دارد. از آنجا كه مراحل بعدي جستجو تحت تأثير مستقيم پرسشهايي پالايش شده و دقيق قرار دارد، مي‌توان پالايش پرسش را نيز به عنوان يكي ديگر از مؤلفه‌هاي سواد اطلاعاتي كه قادر به تغيير رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران مي‌باشد، به شمار آورد.**

**1-4. تعيين عبارت جستجو: براي تعيين عبارت جستجو، جستجوگر پيش از هر چيز به شناخت اهميت كليدواژه، تشخيص كليدواژه‌هاي مناسب و اين كه چگونه با استفاده از كليدواژه عبارت جستجوي مناسبي را شكل دهد و جستجو را به انجام رساند، نياز دارد. بديهي است، مهارت در انجام چنين كاري، به سواد اطلاعاتي نياز دارد. جستجوگراني كه سواد اطلاعاتي كافي دارند، مي‌توانند عبارت جستجوي دقيقي را كه آنها را به اطلاعات مورد نيازشان رهنمون سازد، تعيين كنند. اين در حالي است كه جستجوگران فاقد سواد اطلاعاتي كافي كه معمولاً در تعيين عبارت جستجوي خود عاجزند، در رفتار اطلاع‌يابي و جستجوي اطلاعات نيز به بيراهه مي‌روند. بنابراين، تعيين عبارت جستجو به عنوان يكي از عاملهاي مؤثر بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران محسوب مي‌شود.**

**1-5.محدود كردن دامنة جستجو: محدود كردن دامنة جستجو نيز بخشي از مرحله‌هاي جستجوي اطلاعات و يكي ديگر از عاملهاي مؤثر بر رفتار جستجوگران محسوب مي‌شود. در اين مرحله، جستجوگر براي گريز از انبوه اطلاعات جستجو شده و دستيابي به مرتبط‌ترين اطلاعات، از قابليتهاي نظام استفاده و دامنة جستجوي خود را محدودتر مي‌كند. جستجوگراني كه از سواد اطلاعاتي لازم براي محدود كردن دامنة جستجوي خود برخوردار نيستند، همواره با حجم وسيع‌تري از اطلاعات مواجه مي‌شوند كه علاوه بر اتلاف وقت، ممكن است آنها را از تشخيص مرتبط‌ترين اطلاعات نيز محروم سازد.**

**1-6. انتخاب پايگاه مناسب با توجه به نوع اطلاعات مورد نياز: جستجوگراني كه با هدفهاي گوناگون تجاري، آموزشي، علمي، سرگرمي، عمومي و مانند آن جستجوي پايگاههاي اطلاعاتي يا موتورهاي كاوش را دنبال مي‌كنند، بايد از سواد اطلاعاتي لازم براي تشخيص درست مناسب‌ترين پايگاه يا سايتي كه با نوع اطلاعات موردنظر آنها مطابقت داشته باشد برخوردار باشند، محققان از اين قوة تشخيص به عنوان "روانشناسي جستجو"[28] نام مي‌برند و آن را به عنوان يكي از مؤثرترين عاملهايي كه رفتار جستجوگران اطلاعات را تحت تأثير قرار مي‌دهد، به شمار مي‌آورند (13).**

**1-7. مهارت در اجراي عمليات جستجو: علاوه بر قابليت انتخاب پايگاه يا سايت مناسب، مهارتهايي همچون به كارگيري به موقع امكانات جستجو، فرمولهاي جستجو، الگوريتمهاي مختلف كاوش و آشنايي با راهبردهاي كاوش نيز جزء ويژگيهاي جستجوگران داراي سواد اطلاعاتي محسوب مي‌شود. جستجوگران فاقد سواد اطلاعاتي به دليل آشنا نبودن با عمليات جستجو و ناتواني در به كارگيري اين امكانات، از شانس چنداني براي دستيابي به اطلاعات مناسب برخوردار نيستند. اين در حالي است كه برخورداري از اين مهارتها آنها را از مسيرهاي كوتاه‌تر به نتيجه‌هاي اطمينان‌بخش‌تري رهنمون مي‌سازد. به همين دليل، مهارت در اجراي عمليات جستجو نيز همواره به عنوان يكي از مهم‌ترين مؤلفه‌هاي تأثيرگذار سواد اطلاعاتي، بر رفتار جستجوگران مطرح است(14).**

**1-8. آشنايي با واژگان تخصصي حوزة مورد جستجو: از آنجا كه جستجوگران براي انجام عمليات جستجو به واژگان تخصصي حوزة موردنظر وابسته‌اند، تأثير اين عامل نيز بر رفتار جستجوگران انكارناپذير است. براي جستجوگراني كه با واژگان تخصصي حوزة موردنظر آشنا نيستند، اين احتمال وجود دارد كه با استفاده از واژگاني كه داراي دامنة معنايي دقيق و تخصصي آن حوزه نباشد، به بيراهه رفته و به بازيابي منبعهايي كه در راستاي نياز اطلاعاتي و مسئلة آنها قرار ندارد، بپردازند.**

**1-9. توانايي‌ زباني كاربران: هر چند ممكن است نتوان عامل زباني را به عنوان يكي از زيرمجموعه‌هاي سواد اطلاعاتي به شمار آورد، اما اگر با اين رويكرد كه توانايي زباني سهم عمده‌اي در تعيين عبارت جستجو، استفاده از كليدواژه‌هاي مناسب، محدود كردن دامنة جستجو و همچنين ارزيابي و تحليل نتيجة جستجو برعهده‌ دارد به مسئله بنگريم، ملاحظه خواهيم نمود كه اين مؤلفه نيز در ارتباط مستقيم با سطح سواد اطلاعاتي فرد قرار دارد. در عين حال، چه اين مؤلفه را به عنوان يكي از زيرمجموعه‌هاي سواد اطلاعاتي به شمار آوريم و چه آن را به عنوان متغيري مستقل مورد توجه قرار دهيم، نمي‌توانيم تأثيري را كه بر رفتار جستجوگران مي‌گذارد، انكار نماييم. بر همين اساس، عامل زباني به عنوان يكي از عاملهاي مؤثر در رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران مطرح است.**

**1-10. سواد رايانه‌اي: امروزه اهميت مهارتهاي كار با رايانه به حدي رسيده است كه از آن به عنوان "سواد رايانه‌اي" نام برده مي‌شود. اين كه نمي‌توان رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران باسواد رايانه‌اي را با رفتار جستجوگراني كه از توانايي‌هاي لازم در اين راستا برخوردار نيستند يكسان فرض كرد، امري بديهي به نظر مي‌رسد. امروزه حتي توانايي‌هايي همچون تايپ و واژه‌پردازي نيز به عنوان بخشي از مؤلفه‌هاي سواد رايانه‌اي محسوب مي‌شود. بنابراين، سواد رايانه‌اي نيز به عنوان يكي از مقوله‌هاي سواد اطلاعاتي كه بر رفتار جستجوگران تأثير مي‌گذارد، به شمار مي‌رود(12) .**

**1-11. توانايي ارزيابي و تحليل ميزان ربط نتيجة جستجو با نياز اطلاعاتي: امروزه با وجود حجم عظيمي از اطلاعات، ارزش اطلاعات باكيفيت به حدي رسيده است كه توان تحليل و ارزيابي اطلاعات جزئي از مهم‌ترين مقوله‌هاي سواد اطلاعاتي به شمار مي‌رود. در همين راستا، تفكر انتقادي نيز به عنوان يكي از اصلي‌ترين مؤلفه‌هاي سواد اطلاعاتي مطرح است. جاكوب[29] تفكر انتقادي را عبارت از آزمون تكرار شدة مسائل، پرسشها، موضوعها و موقعيتها مي‌داند كه با بينشي آرمان‌خواهانه و روشي تحليلي و مبتني بر تأمل، ارزشيابي سعي دارد محقق را از طريق مقايسه‌، ساده كردن و استنتاج اطلاعات، به هدفهاي موردنظر نايل سازد. مؤلفه‌هايي همچون قدرداني، در معرض ديد قرار دادن افكار و ايده‌هاي خود و سعي در رفع چالشهاي موجود، از جمله مهم‌ترين ويژگيهاي جستجوگران داراي تفكر انتقادي محسوب مي‌شود. با وجود اين كه لازمة دارا بودن تفكر انتقادي برخورداري از ويژگيهاي خاص شخصيتي همچون توان جستجوي صحيح، بلوغ شناختي، تحليلگري، نظام‌مندي، اعتقاد، و افكاري آزاد است، اما از طريق كسب تجربه و دانش لازم نيز مي‌توان به تقويت اين ويژگيها پرداخت. از آنجا كه جستجوگران براي ارزيابي مرتبط‌ترين اطلاعاتي كه در جستجوهاي خود با آن روبرو مي‌شوند همواره به چنين مهارتهايي نياز دارند، اين عامل نيز در كنار ساير عاملهاي تأثيرگذار بر رفتار جستجوگران، مورد توجه قرار مي‌گيرد (3).**

**2.عاملهاي روانشناختي**

**عاملهاي روانشناختي شامل آن دسته از مؤلفه‌هايي است كه در مواجهه و تعامل با اطلاعات، با خصوصيتهاي شخصيتي، فرايندهاي شناختي و ويژگيهاي دروني جستجوگر در ارتباط مي‌باشد. بر اين اساس در اين مقاله عاملهاي روانشناختي در دو قسمت مورد بررسي قرار مي‌گيرد:**

**2-1. خصوصيتهاي فردي (شخصيت)، سبكهاي شناختي و سبكهاي يادگيري: "فريز"[30] شخصيت را عبارت از مجموعه‌اي از عقيده‌هاي مشخص، احساسها و رفتارهايي مي‌داند كه در زمان و موقعيتهايي خاص، يك شخص را از ديگري متمايز مي‌كند. بنا به اهميت شخصيت، در تمامي اعصار نظريه‌هاي شخصيت ارائه شده است. هر يك از اين نظريه‌ها نيز طبق تفاوتها و ويژگيهاي فرهنگي جامعه‌اي كه اين نظريه در آن رشد يافته، با ديگري متفاوت است. از نگاهي ديگر، مي‌توان اذعان داشت كه شخصيت و انگيزه‌هاي محرك آن از طريق كشف، رمز‌گذاري، ذخيره، بازيابي و همچنين يكپارچه‌سازي اطلاعات، نقش زيادي در ذخيره‌سازي اطلاعات در مغز آدمي ايفا مي‌كند. در همين زمينه محققاني همچون "فيدل"[31]، "گولدينگ" [32] و "آفولابي"[33] در خصوص نقش شخصيت در رفتار اطلاع‌يابي انسان به مطالعه‌هاي دامنه‌داري دست زده‌اند(3). "فيدل" نقش شخصيت كتابدارها را در اطلاع‌يابي بسيار باارزش توصيف مي‌كند و "گولدينگ" نشان مي‌دهد كه دانشجويان كتابداري و اطلاع‌رساني از نظر شخصيتي بر مسلط شدن، آرامش و حساسيت متمايل هستند و به طور دائمي يك احساس عدم امنيت را با خود به همراه دارند. وي معتقد است هر يك از اين ويژگيها به طور مستقيم بر رفتار اطلاع‌يابي آنها تأثيرگذار است. همچنين "آفولابي" شخصيت كتابداران را اجتماعي، كنجكاو و مشهور توصيف كرد و اذعان داشت كه اين ويژگيها به منظور برقراري ارتباط با نظام و كاربر و اطلاع‌يابي مطلوب از مهم‌ترين مشخصه‌هاي مثبت به شمار مي‌رود(3).**

**علاوه بر اين، حتي در مطالعه‌هايي كه بر روي سبكهاي شناختي و سبكهاي يادگيري به عمل آمده نيز به روشني نشان داده شده بين اين سبكها و رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران رابطه‌اي معنا‌دار وجود دارد. سبك يادگيري، بيانگر سبك شناختي دروني يادگيري و همچنين بيان‌كنندة بستر درخواست دانش است و در اين ميان انگيزش به عنوان عاملي تعيين‌كننده و پلي ارتباطي بين شناخت فردي و سبك يادگيري، ايفاي نقش مي‌كند. هر چند مفهوم سبك شناختي در بسياري از موارد با مفهوم سبك يادگيري مترادف به كار مي‌رود، اما سبك شناختي تفاوت ژرف‌تري از نظر پردازش اطلاعات اصلي در مغز انسان دارد و اين در حالي است كه سبك‌ يادگيري مفهومي عام‌تر و كلي‌تر را در بر مي‌گيرد. فرايندهاي شناختي به طور كامل توسط سبكهاي شناختي، سازماندهي و كنترل مي‌شود و سبكهاي يادگيري، شيوه‌هاي انتخاب، سازماندهي و راهبردهاي يادگيري ما را كنترل مي‌كند و با توجه به خصيصة وظيفه‌مدار بودني كه در خود دارد، الگوهاي محكمي از رفتار را شكل مي‌دهد. بر همين اساس، سبكهاي شناختي و سبكهاي يادگيري، بيشترين نقش را در رفتار جستجوگران اطلاعات ايفا مي‌كند. اين جستجوگران براي انتخاب راهبرد از اين سبكها تأثير مي‌پذيرند و از دانش پيشين خود در اين راستا بهره‌هاي بسيار مي‌جويند. بنابراين، هم عامل "شخصيت"[34] و هم عاملهايي همچون "سبكهاي شناختي و يادگيري" كه از مؤلفه‌هاي شناختي محسوب مي‌شوند بر رفتار جستجوگران اطلاعات مؤثرند(3).**

**2-2. روانشناسي طراحي نوشتار و اطلاع‌يابي: آگاهي از اين مطلب كه به منظور درك صحيح رفتار اطلاع‌يابي كاربران، شناخت كاملي از بافتي كه در آن به جستجو مي‌پردازد لازم است، اهميت زيادي دارد. در بسياري از موارد براي شناخت اين بافت، به متن مراجعه مي‌كنيم. بدين ترتيب، شناخت چگونگي نوشتن متن و سير حركت ذهني نويسنده، از زمرة رايج‌ترين تكليفهاي اطلاع‌يابي محسوب مي‌شود. "شارپلز" (26: p.58) معتقد است كه از رويكردي ديگر، عاملهاي دخيل در نوشتن و انتخاب واژه‌هاي برابر، با حوزه‌هايي غير از اطلاع‌يابي همچون حوزة روانشناسي طراحي نوشتار نيز داراي ارتباطي مستقيم است (23: p. 14) زيرا اشخاص با نوشتن افكار و عقايد ذهني خود در حال پياده‌سازي و طراحي اين افكار بر روي كاغذ هستند و كليه اين مراحل در راستاي روانشناسي طراحي نوشتار به انجام مي‌رسد. به دليل تفاوتهاي موجود در عقيده‌هاي افراد، گزينش واژه‌هاي برابر نيز به صورتي متفاوت از يكديگر صورت مي‌پذيرد. "روانشناسي طراحي نوشتار "به منظور اطلاع‌يابي مطلوب‌تر اين واژه‌ها، توضيح‌هايي را در خصوص هر كدام و همچنين پالايش متن ضروري مي‌داند. حال اگر همين اصول با مسئله‌هاي مطرح در حوزة اطلاع‌يابي مورد مقايسه قرار گيرد، مي‌توان ارتباط مستقيمي را كه از نظر گسترش ، پالايش و اصلاح پرسش و همچنين محدود كردن دامنة جستجو بين آن دو وجود دارد، ملاحظه كرد (22: p. 351). شايد تنها خصيصة رفتار اطلاع‌يابي در مواجهه با متن كه آن را تا حدي از روانشناسي طراحي نوشتار متمايز مي‌كند، توجه به نياز جستجوگران باشد. به همين جهت "ورسيگ" (32: p.96). از موقعيتهايي كه رفتار اطلاع‌يابي كاربر را به وجود مي‌آورد به عنوان "وضعيت‌ مسئله‌دار كاربر"[35] نام ‌مي‌برد و"اينگورسن" (18: p. 90) نظامهاي اطلاعاتي كاربرمدار را نظامه‌ايي مي‌داند كه درك همين وضعيت مسئله‌دار كاربر را به عنوان بنيادي‌ترين اصل طراحي خود برمي‌گزيند. در آثار محققاني همچون "كولتاو" (21: p. 365) ، "وكري" (31: p.p. 48- 51) ، "بيستروم" و "جرولين" (8: p.p. 201-206) نيز يافته‌هاي مشترك ديگري از جمله توجه به بستر و پيچيدگي اطلاعات، توجه به مهارت كاربرها و توجه به مسئله‌هاي ساختاري و معنايي متن وجود دارد كه از نظر ارتباط بين اين دو حوزه، نقطة عطفي محسوب مي‌شود. آنچه محققان حوزة اطلاع‌يابي را به انجام چنين تحقيقهايي در خصوص نقش نوشتار در اطلاع‌يابي رهنمون ساخت، به دليل ميزان تأثيري است كه اين عامل بر رفتار جستجوگران اطلاعات دارد. بنابراين، مي‌توان ويژگيهاي روانشناختي نوشتار را يكي از عاملهاي مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات مورد توجه قرار داد(6).**

**قابليتهاي نظام**

**نظام به عنوان محل ذخيره‌سازي و بازيابي اطلاعات، از مؤثرترين مؤلفه‌هاي رفتار اطلاع‌يابي است. بهره‌گيري از نظامي كه داراي ويژگيهاي موردنظر اطلاع‌يابي باشد، براي كاربر يك موهبت محسوب مي‌شود و رويارويي با نظامي كه با اصول، خواسته‌ها و توانايي‌هاي كاربر فاصلة بسيار داشته باشد براي او يك مانع به شمار مي‌رود. بدين ترتيب، اين عامل نيز به عنوان يكي از مؤثرترين عاملهايي كه رفتار جستجوگران اطلاعات را تحت‌الشعاع، قرار مي‌دهد مورد نظر قرار مي‌گيرد.**

**1. صفحة رابط كاربر[36]: صفحة رابط كاربر به عنوان واسطه‌اي كه ارتباط بين كاربر و نظام را برقرار مي‌سازد عمل مي‌كند و از اين جهت بسيار حايز اهميت است. امروزه براي طراحي صفحة رابطي كه با خواسته‌ها و شرايط كاربر نزديك باشد، از متخصصان حوزه‌هاي گوناگوني همچون اطلاع‌رساني، رايانه، روانشناسي و جامعه‌شناسي بهره جسته مي‌شود. هر كدام از اين متخصصان با رويكردي خاص به بررسي و مطالعة كاربرها مي‌پردازند و يافته‌هاي خود را به منظور عملياتي كردن، به نظام ارائه مي‌‌دهند. امروزه، مهم‌ترين هدف نظامهاي بازيابي، طراحي صفحه‌هايي است كه كاربر بتواند با بهره‌گيري از آنها به سادگي به قابليتهاي نظام پي برده و در اطلاع‌يابي خود آنها را مورد استفاده قرار دهد. بديهي است، در مواردي كه صفحة رابط كاربر از ويژگيهاي مناسبي برخوردار نيست، كاربر مانعي را براي استفاده از نظام در مقابل خود خواهد ديد.**

**2. قابليتهاي جستجو در پايگاه: قابليتهاي جستجو از آن جهت به عنوان يكي ديگر از عاملهاي مؤثر بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران مطرح است كه در صورت نبود اين قابليتها، بهره‌گيري بهينه از اطلاعات نظام ميسر نيست. به عبارت ديگر، اطلاعاتي كه در پايگاه ذخيره‌سازي مي‌شود، تنها با قابليتهاي جستجوي مناسب قابل بازيابي است و حتي كاربرهاي ماهري كه سواد اطلاعاتي كافي در اين زمينه دارند نيز ناچار به استفاده از اين قابليتها هستند(15).**

**3. نمايه‌سازي مدركها در پايگاه: چگونگي نمايه‌سازي مدركها در پايگاه، در بازيابي اطلاعات مؤثر است. اگر نمايه‌سازي مدركها با استفاده از واژگان كنترل شده انجام شود، نتيجه‌هاي بازيابي متفاوت از نظامهايي خواهد بود كه با استفاده از زبان طبيعي به نمايه‌سازي مدركها مي‌پردازند. همچنين، نتيجه‌هاي بازيابي در نظامهايي كه نمايه‌سازي را به صورت ماشيني انجام مي‌دهند، با نظامهايي كه مدركها به روش دستي نمايه‌سازي مي‌شود، متفاوت مي‌باشد. بديهي است، در هر يك از اين موارد جستجوگر با مدركهاي بازيابي شدة متفاوتي مواجه خواهد شد كه بايد از ميان آنها دست به انتخاب بزند. بدين ترتيب، شيوة نمايه‌سازي مدركها در پايگاه به عنوان يكي از عاملهاي مؤثر در رفتار جستجوگران محسوب مي‌شود.**

**4. چكيده‌نويسي مدركها در پايگاه: چكيده‌نويسي نيز همچون نمايه‌سازي، ويژگيهايي دارد كه اتخاذ هر كدام از آنها جستجوگر را به هنگام بازيابي با مسيرها و رفتارهاي اطلاع‌يابي متفاوتي مواجه مي‌سازد. اين كه چكيده‌نويسي مدرك چگونه انجام شود، هر كدام از بخشهاي مدرك بايد چه مقدار در چكيده سهم داشته باشند، در چكيده‌نويسي به چه نكته‌هايي بايد توجه شود و موردهايي مانند آن، علاوه بر متفاوت ساختن ماهيت چكيده‌ها، بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگراني كه با استفاده از چكيده قصد بازيابي اطلاعات را دارند نيز تأثير خواهد داشت. بنابراين، مي‌توان از روش چكيده‌نويسي مدركها در پايگاه به عنوان يكي از عاملهاي مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات نام برد(10) .**

**5. انعطاف‌ پايگاه در مرتب‌سازي نتيجه‌هاي جستجو بر اساس نياز كاربر: امروزه مرتب‌سازي نتيجه‌هاي جستجوها نيز بخشي از رفتار اطلاع‌يابي محسوب مي‌شود، زيرا كاربرها با استفاده از اين امكان و بر اساس نياز خود قادر به استفادة مؤثرتر از اطلاعات بازيابي شدة خود خواهند بود. همچنين آنها با صرف وقت كمتر و با دقت بيشتر، قادر به تشخيص مناسب‌ترين منبعهاي بازيابي شده هستند. در اين صورت، پايگاه بايد به شيوه‌هاي گوناگوني كه ممكن است مورد نظر كاربر باشد، از ويژگيهاي كاربرمدار و انعطاف‌پذير در مرتب‌سازي نتيجه‌هاي جستجو برخوردار باشد. در صورت نبود وجود انعطاف لازم در مرتب‌سازي نتيجه‌هاي جستجو، اين امكان وجود دارد كه كاربر از تشخيص مناسب‌ترين اطلاعات موجود در نتيجه‌هاي جستجو دور شده و اقدام به تكرار جستجوي خود بنمايد و همان‌گونه كه اشاره شد، ضمن صرف وقت و انرژي بيشتر از شناسايي اطلاعات مناسبي كه بازيابي مي‌شود، محروم بماند. بدين ترتيب، مي‌توان از اين عامل نيز به عنوان يكي از عاملهاي مؤثر بر رفتار اطلاع‌يابي كاربر نام برد.**

**6. در نظر گرفتن نكته‌هاي خاص مربوط به گروههاي مختلف جستجوگران: از آنجا كه امروزه امكان دسترسي به پايگاههاي اطلاعاتي براي همگان ـ اعم از متخصص‌هاي گروههاي مختلف و افرادي با ويژگيهاي سني، شغلي، اجتماعي، فرهنگي و زباني گوناگون ـ برقرار شده است، لذا ضروري است كه در طراحي نظام به نيازهاي اين گروههاي مختلف جستجوگران توجه شود. نظامهايي كه از اين واقعيت به دور مي‌مانند و بدون توجه به نيازهاي تمامي جستجوگران خود، تنها نيازهاي گروهي خاصي را در اولويت قرار مي‌دهند، بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران خود تأثير مي‌‌گذارند و اين افراد براي كسب اطلاعات ناچار به صرف وقت، هزينه و انرژي بيشتري خواهند بود. بر همين اساس، امروزه تحقيقهاي بسياري براي شناسايي نيازهاي گروههاي خاص جستجوگران به انجام مي‌رسد كه يافته‌هاي اين مطالعه‌ها در ساختار نظام منعكس مي‌شود. به عنوان مثال "گورد هاتچكيس"[37] در نتيجة تحقيقهاي خود بر متفاوت بودن رفتارهاي اطلاع‌يابي و نيازهاي اطلاعاتي مردان و زنان و همچنين گروههاي سني مختلف تأكيد مي‌نمايد (16).**

**عاملهاي اجتماعي و محيطي**

**امروزه نظامهاي اطلاعاتي و اطلاع‌يابي به طور مستقيم با حوزه‌هاي كاري و عمليات روزمرة ما تركيب شده‌اند و آن را تحت تأثير خود قرار مي‌دهند. همچنين، در پاره‌اي موارد نيز اين نظامها به طور غيرمستقيم بر كيفيت كار و فعاليتهاي مشترك ما تأثير مي‌گذارند و آن را تعيين و تسهيل مي‌كنند. اين در حالي است كه مدلهاي مختلف اطلاع‌يابي به طور ضمني اين فرض را در نظر مي‌گيرند كه جستجوي اطلاعات، فرايندي فردي است. به عنوان مثال، شناخت نقطه‌نظر علم اطلاع‌رساني كه عمدتاً بر درك ويژگيهاي فردي به منظور شناخت و عاملهاي انگيزشي رفتار اطلاع‌يابي تأكيد دارد، مستقل از انگيزه‌هاي مشاركتي و بافتاري براي رفتار اطلاع‌يابي عمل مي‌كند. اخيراً پژوهشگران براي رفع اين چالش فردي‌نگري، تلاشهايي را از طريق كشف بعدهاي مشاركتي، بافتاري و اجتماعي رفتار اطلاع‌يابي و جستجوي اطلاعات آغاز كرده‌اند.**

**(7: p.158; 19: p.162 ; 20: 1073 ; 27: p. 184; 29:p.165)**

**تشخيص پيچيدگي رفتار اطلاع‌يابي انسان، تنها با بررسي يكي از بعدهاي فردي يا اجتماعي زندگي او امكان‌پذير نيست، بلكه براي درك رفتارهاي اطلاع‌يابي واقعي بايد به مطالعه‌اي كيفي كه همة جنبه‌هاي اشتراكي (گروهي، جمعي) و فرآيند رفتارهاي اطلاع‌يابي را در بافتار در نظر داشته باشد دست زده شود. اين فرايند عموماً مدل‌سازي و فرايند فردي رفتار اطلاع‌يابي ناميده مي‌شود. در همين زمينه، در بهار سال 2002 در مدرسه سلطنتي علوم كتابداري و اطلاع‌رساني دانمارك، تحقيقي به انجام رسيد. مجريان اين تحقيق هشت نفر از دانشجويان مقطع كارشناسي ارشد علوم كتابداري و اطلاع‌رساني بودند كه به صورت فردي يا گروهي نوشتن پايان‌نامة تحصيلي خود را دنبال مي‌كردند. در اين تحقيق، نقش عاملهاي اجتماعي و محيطي بر رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران اطلاعات به تصوير كشيده شده است. كولتاو نيز در تحقيقهاي خود (21: p. 369) در مرحله‌اي دو ماهه فرايند رفتار اطلاع‌يابي را بر روي جامعة پژوهش خود كه عبارت از دانشجوها بودند به انجام رساند و فرايندهاي انفرادي رفتار اطلاع‌يابي آنها را مشخص نمود. علاوه بر اين، او نتيجه گرفت كه ويژگيهاي مشاركتي و اجتماعي مي‌تواند بر شناخت عاملهايي همچون نامعين بودن، اغتشاش، خوش‌بيني، ناكامي، آسودگي و رضايتمندي جستجوگران تأثير بگذارد. نكتة قابل توجهي كه در مطالعة ‌"كولتاو" ديده مي‌شود اين است كه با وجود تأكيد بر جنبه‌هاي فردي جستجوگران اطلاعات، وي به اطلاعات ارزشمندي در خصوص جنبه‌هاي اجتماعي رفتارهاي اطلاع‌يابي و اين كه چطور جنبه‌هاي اجتماعي و ويژگيهاي مشاركتي مي‌توانند زمينه‌ها و درك مشتركي از رفتار اطلاع‌يابي فراهم ‌سازند، دست يافت. اين مطالعه بخشي از پايان‌نامة دكتري " كولتاو" در زمينة رفتار اطلاع‌يابي اشتراكي در بافتار و تعامل اجتماعي بود كه با هدف اشاعة نظرية رفتار اطلاع‌يابي در بافت به انجام رسيد و در نهايت باعث شد تا با در نظر گرفتن تعامل موجود بين انسان و ماشين، طراحي نظامهاي اطلاع‌رساني نيز در درون مفهوم مدل‌سازي كاربر، تصفية اطلاعات و راهبري اجتماعي، صورت پذيرد (21: p. 370).**

**همچنين، همان‌طور كه در بخش مرور نوشتار نيز اشاره شد "كولتاو" در تحقيقي ديگر (23: p.14-15) در خصوص اطلاع‌يابي شش نظريه ارائه مي‌دهد كه بتدريج از عاملهاي فردي به عاملهاي اجتماعي توجه پيدا مي‌كند. وي در ابتدا اذعان مي‌دارد كه جستجوي اطلاعات، روندي است كه از فهم ساختار و معنا نشأت مي‌گيرد و كاربر از غيرآشكار بودن و ابهام، به اطمينان مي‌رسد. در نظرية دوم، وي بر شكل‌گيري يا به قاعده درآوردن ايده يا نقطه نظري كه در روند تحقيق به كار مي‌رود، تأكيد دارد و معتقد است كه اين ايده در نتيجة تعاملهاي اجتماعي و محيطي با ايده‌هاي ديگران به وي منتقل مي‌شود. طبق اين نظريه، بسياري از كاربرها به طور همزمان براي به قاعده درآوردن و شكل‌دهي فرايند جستجوي خود، اقدام نمي‌كنند. وي در سومين نظرية خود، بر منحصر به فرد بودن اطلاعات تمركز دارد و اذعان مي‌كند كه البته در بسياري از موارد كاربر از اين مسئله كه كدام اطلاعات مرتبط و كدام غيرمرتبط است آگاهي دارد و اين اطلاعات را نيز در نتيجة شناخت درست نياز اطلاعاتي و تعاملهايي كه با ساير اثرها و منبعهاي اطلاعاتي موجود در محيط برقرار مي‌كند، به دست مي‌آورد. وي در چهارمين نظريه، بر حالت خاص رفتار كاربر توجه دارد و معتقد است كه ميزان متغير بودن هر جستجو، تحت تأثير حالت كاربر يا رفتار او نسبت به پژوهشهاي در دست انجام و نوع تعاملهاي اجتماعي او با محيط بيرون، قرار دارد. در نتيجة خواسته‌هاي اجتماعي مبني بر دريافت اطلاعات متحول‌كننده و جديد، ممكن است يك كاربر را در حالتي خاص به كار اكتشافي و گسترده وادار كند، در حالي كه فشارهاي اجتماعي، معيشتي و شغلي ممكن است كاربري ديگر را به سوي نتيجه‌اي كه وي را به پايان كار نزديك ‌كند، متمايل سازد. بنابراين، حالت يك كاربر در روند تحقيق تحت تأثير عاملهاي اجتماعي نيز تغيير مي‌كند. وي در پنجمين نظرية خود اظهار مي‌دارد كه كاربر در روند تحقيق بر اساس پيش‌بيني‌ها و انتظارهايي كه از منبع‌ها، اطلاعات و استراتژيها دارد، به مجموعه انتخابهاي واحد و شخصي دست مي‌زند. وي در همين مرحله نيز استدلال مي‌كند كه حتي اين انتخابهاي شخصي نيز تحت تأثير عاملهاي اجتماعي قرار دارند و جستجوگر بدون توجه به ساير منبعها و اطلاعات موجود در آن زمينه، قادر به انتخابي دقيق نخواهد بود. كولتاو در آخرين نظرية خود، به علاقة كاربر و سطح هدفمندي او در روند تحقيق اشاره مي‌كند و اظهار مي‌دارد كه اين علاقه مي‌تواند در بسياري از موارد تحت تأثير محركها و پاداشهاي اجتماعي كه عاملهاي انگيزشي محسوب مي‌‌شوند، صورت پذيرد. وي جايگاه علاقه را در مرحله‌هاي بعدي تحقيق و همچنين اطلاع‌يابي، مهم‌تر توصيف مي‌كند.**

**بنابراين، با توجه به تحقيقهاي انجام شده در خصوص نقش عاملهاي اجتماعي و محيطي در تمامي مرحله‌هاي پژوهش و اطلاع‌يابي، مي‌توان از آن به عنوان يكي از مهم‌ترين عاملهاي مؤثر در رفتار جستجوگران اطلاعات نام برد(17) .**

**نتيجه‌گيري**

**هر فرد با توجه به افق فكري خاص خود كه تحت تأثير عاملهاي مختلفي همچون منبعهاي اطلاعاتي دسترس‌پذير، زمينه‌هاي شغلي، اجتماعي، سياسي، اقتصادي، و عاملهاي شخصي شكل مي‌گيرد، قادر است در فرايند اطلاع‌يابي، رفتارهاي متفاوتي را از خود بروز دهد. با شناخت اين عوامل و حركت در جهت كاهش تأثير منفي آن در رفتار جستجوگران، مي‌توان به نحو مؤثري اطلاع‌يابي آنها را بهبود بخشيد. علاوه بر اين، با كسب اطلاعات بيشتر در اين زمينه مي‌توان متخصصان اطلاع‌رساني و طراحان نظام را به گونه‌اي هدايت كرد كه در ارائة خدمات و طراحي نظامهاي اطلاعاتي خود، نيازهاي گروههاي مختلف جستجوگران ـ همچون جستجوگران حرفه‌اي، سازماني و خانگي ـ را كه از محيطهاي مختلف و با نگرشهاي متفاوتي به جستجوي اطلاعات مي‌پردازند، در نظر بگيرند. با توجه به اهميت شناخت اين عاملها و پس از بررسي ديدگاههاي محققان، مي‌توان اين عاملها را به سه دستة كلي شخصي و شناختي، قابليتهاي نظام و عاملهاي اجتماعي و محيطي تقسيم كرد. پژوهشها نشان مي‌دهد، هر چند بيشتر تحقيقهاي اطلاع‌يابي كه تاكنون در حوزة كتابداري و اطلاع‌رساني به انجام رسيده بر عاملهاي شخصي، شناختي و قابليتهاي نظام در رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران تأكيد داشته است، اما در تعدادي از تحقيقها نيز بر نقش عاملهاي اجتماعي و محيطي بر رفتار جستجوگران تأكيد شده است. همچنين، تحقيقها نشان مي‌دهد به دليل تعاملهايي كه فرد با اجتماع برقرار مي‌سازد، نه تنها بررسي مستقل عامل‌هاي شخصي و شناختي بدون توجه به عاملهاي اجتماعي و محيطي ميسر نيست، بلكه براي مطالعة دقيق‌تر عاملهاي مؤثر در رفتار اطلاع‌يابي جستجوگران، توجة همزمان به تمام اين مؤلفه‌ها ضرورت دارد. در مجموع، مي‌توان اذعان داشت كه بررسي اين مجموعه عاملها علاوه بر اين كه متخصصان اطلاع‌رساني را در هدايت مطلوب‌تر جستجوگران حمايت مي‌كند، به طراحان نظام نيز بينش و آگاهي بيشتري در زمينة طراحي نظامهاي كاربرمدار ارائه مي‌دهد. طراحان نظام با درك اين مجموعه عاملهاي تأثيرگذار، بر اين اصل واقف مي‌شوند كه نه تنها بايد از اساس‌ جستجوي اطلاعات آگاه باشند، بلكه بايد بر اين نكته كه كاربرها نيز ممكن است در اطلاع‌يابي خود دچار خطا شوند، وقوف كامل داشته باشند. همچنين آنها بايد از اين واقعيت نيز آگاه باشند كه حتي حمايت از انفعالي‌ترين كاربرها نيز جزء مهم‌ترين وظيفه‌هاي يك نظام بازيابي محسوب مي‌شود و نمي‌توان به آن بي‌توجه بود. بر اين اساس، آنها بايد طراحي نظام خود را در راستاي كاهش تأثير عاملهاي مداخله‌گر به انجام برسانند. با شناخت اين عاملها، متخصصان اطلاع‌رساني نيز با شرايط مناسب‌تري از امكان ايجاد محيطي كه كاربر در آن به عنوان محور اصلي در نظر گرفته شود برخوردار خواهند بود .**

**منابع**

**1. “A framework for investigating the interaction in information retrieval” .[Online]. Available at:**

**http:// citeseer. nj. nec. com/ 454900 .html**

**2. “Information Seeking and User-Intermediary Interactions: Informing the Design of Digital Reference Services”. [Online]. Available at:**

**http:// www.vrd.org/ conferences/VRD2000/ proceedings/ Hert12-14.shtml**

**3. “Introduction to components of information seeking behaviour”. [Online]. Available at: http://www.abo.fi/~jheinstr /text.pdf**

**4. “Miscellaneous Information Seeking for end-users”.(1997). The Katharine Sharp Review. No. 4. Winter. [Online]. Available at: http://alexia.lis.uiuc.edu/review/winter1997/bains.html**

**5. “User behavior in information seeking”. [Online]. Available at: http://www.comp.glam.ac.uk/~FACET/dblocks/DBlocks-thesis-chapters3&4&5.pdf**

**6. Attfield, Simon; Blandford, Ann; Dowell, John.(2004). “Information seeking in the context of writing: a design psychology interpretation of the Problematic situation”. [Online]. Available at: http://www.uclic.ucl.ac.uk/annb/DLUsability/SAABJDisic.pdf**

**7. Bruce, H; et. Al.(2002). “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, 11-13, Lisboa. Lisboa: Universidade Lus?ada de Lisboa (pp. 147-173) (working papers - proceedings in press).**

**8. Bystr?m, K. & J?rvelin, K. (1995), “Task complexity affects information seeking and use”. Information Processing & Management. Vol. 31, No. 2, pp. 191-213. [Online]. Available at: http://www.info.uta.fi/tutkimus/fire/archive/KB20.pdf**

**9. Case, Donald O.(2002). “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=6W2HAWF2BN&sourceid=00393170365725699126&bfdate=06%2D25%2D2002+19%3A33%3A19&isbn=012150381X.**

**10. Granka, Laura; Joachims, Thorsten; Gay, Geri.(2004). “Eye Tracking analysis of user behsvior in www search”.[Online]. Available at: http://www.hci.cornell.edu/eyetracking/EyeR\_WWWpres.ppt**

**11. Henninger, Scott ; Belkin, Nicholas J. . “Interface Issues and Interaction Strategies for Information Retrieval Systems”. [Online]. Available at:**

**http://www.acm.org/sigs/sigchi/chi96/proceedings/tutorial/Henninger/njb-txt.htm**

**12. Hotchkiss, Gord. (1999).“The key to picking keywords”. [Online]. Available at: http://sellitontheweb.com/ezine/opinion032.shtml**

**13. Hotchkiss, Gord. (2001).“The Psychology of searching”. [Online]. Available at:**

**http://199.60.252.249/info/netprofit/psychofsearching.asp**

**14. Hotchkiss, Gord. (2004).“The Strategy of Search”. [Online]. Available at: http://199.60.252.249/info/netprofit/searchstrategy.asp**

**15. Hotchkiss, Gord. (2004). “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-1/page1.html**

**16. Hotchkiss, Gord. (2004). “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-1/page2.html**

**17. Hyldeg?rd, Jette. “Context based information behaviour and social interaction”. [Online]. Available at:**

**http://www.db.dk/jh/hciresearchforumhandout.pdf**

**18. Ingwersen, P. (1992).”Information Retrieval Interaction”.London: Taylor Graham**

**19. Ingwersen, P.(2001).”Users in Context”. In: Agosti, M., Crestani, F. and Pasi, G. Eds. Lectures on Information retrieval. 3rd European Summer School, ESSIR, Varenna, Italy, 2000. Heidelberg: Springer-Verlag, 157-178.**

**20. Karamuftuoglu, M. (1998).”Collaborative information retrieval: Toward a social informatics view of IR interaction”. Journal of the American Society for Information Science. 49(12), 1070-1080.**

**21. Kuhlthau, C.C. (1991).“Inside the search process: information seeking from the user’s perspective”.Journal of the American Society for Information Science. Vol. 52, No. 5, pp. 361-371.**

**22. Kuhlthau, C.C. (1993).“A principle of uncertainty for information seeking”. Journal of Documentation. Vol. 49, No. 4, pp. 339-355.**

**23. Kuhlthau, C.C. (1999). “Accommodating the user's information search process: challenges for information retrieval system designers”. Bulletin of the American Society for Information Science. Vol. 25, No. 3, pp. 12-16.**

**24. Lloyd-Martin, Heather.(2004).”Delving Deep Inside the Searcher's Mind”. [Online]. Available at: http://searchenginewatch.com/feedback.php/http://searchenginewatch.com/searchday/article.php/3406911**

**25. Niederlander, Mary.(2004).”Information Seeking Behavior”. [Online]. Available at: http://www.librarysupportstaff.com/infoseek.html**

**26. Sharples, M. (1996). “An Account of Writing as Creative Design”. In: Levy C.M. & Ransdell S. (Eds.), The Science of Writing, Lawrence Erlbaum., p. 55-76.**

**27. Sonnenwald, D. (1999). “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; 1998, August 13-15; Sheffield, UK. London, UK: Taylor Graham (pp. 176-190).**

**28. Sullivan, Rob. (2004).“Search 2nd most popular”. [Online]. Available at: http://www.searchengineposition.com/**

**29. Tajla, S. (2002).”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, 11-13, Lisboa. Lisboa: Universidade Lus?ada de Lisboa (pp. 147-173) (working papers – proceedings in press).**

**30. Vakkari, P. & Hakala, N. (2000). “Changes in relevance criteria and problem stages in task performance”. Journal of Documentation. Vol. 56, No. 5, pp. 540-562.**

**31. Vakkari, P. (2001). “A theory of the task-based information retrieval process: a summary and generalisation of a longitudinal study”. Journal of Documentation. Vol. 57, No. 1, pp. 44-60.**

**32. Wersig, G. (1979).“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. 94-99.**

**33.ادهمي، اعظم. (1383). "اطلاع‌يابي و رفتار اطلاع‌يابي چيست؟". فصلنامة اطلاع‌رساني. دورة 19. شماره 3 و 4. بهار و تابستان 1383. ص. 31- 36.**

**34. [Online]. Available at:**