



The effect of trust on collaborative information seeking behavior of postgraduate students of Shiraz University

Zahra Zare

MSc Student of Knowledge and Information Science, Shiraz University, Shiraz, Iran
zzare.966@gmail.com

Mahdieh Mirzabeigi (Corresponding Author)

Associate Prof., Department Knowledge and Information Science, Shiraz University, Shiraz, Iran
mmirzabeigi@shirazu.ac.ir

Hajar Sotudeh

Prof., Department of Knowledge and Information Science, Shiraz University, Shiraz, Iran
sotudeh@shirazu.ac.ir

Abstract

Purpose: Today, Collaborative information seeking behavior has been an issue of concern to many researchers and is considered necessary to meet the information needs and solve problems that are difficult and complex for individuals. The purpose of this study is to identify the impact of trust on collaborative information seeking behaviors of postgraduate students of Shiraz University.

Method: The present study is quantitative in terms of the nature of the data and descriptive-correlational in terms of the data collection method. The statistical population included all graduate students of Shiraz University in 1399, and the sample consisted of 302 students from different faculties who were selected based on Morgan table. Data collection was carried out through two questionnaires. The first questionnaire measured the tendency to collaborative information seeking behavior, which was made through studying the texts related to the field of collaborative information seeking behavior, and by extracting related items. Furthermore, the questionnaire of Costa and Anderson (2011) was used to measure the level of trust. In order to measure the validity of the form and content of the questionnaires, the opinions of seven experts in information science and epistemology were used. The reliability of the collaborative information seeking behavior questionnaire using Cronbach's alpha coefficient with a value of 0.91 and the reliability of the trust questionnaire for the subcomponents of trust, i.e. the tendency to trust, perceived trustworthiness, cooperative behaviors and monitoring behaviors, were obtained 0.78, 88.0, 0.87 and 0.70 respectively.

Findings: The results of this research provided further evidence that the tendency to collaborative information seeking behavior can be predicted by the variable of trust (40.5%). Among the sub-components of trust, the perceived trustworthiness sub-component had the greatest effect (32.9%) on the tendency to collaborative information seeking behavior, followed by cooperative behaviors (31.8%) and the propensity to trust (9%), are placed. Indeed, in addition to its positive effects, trust can also lead to negative effects; In other words, higher levels of trust do not necessarily encourage cooperation because complete trust makes people rely on others and no longer have control over the work process or create a field for others to abuse.

Originality/value: Despite the potential for trust in predicting collaborative activities, no research has been conducted to examine the role of trust in collaborative information seeking behaviors. The results of the research can lead to a better understanding of the factors affecting collaborative information seeking behaviors. The results of this study will also help all researchers, professors and managers to identify important sub-components of trust, to strengthen and improve these sub-components, and facilitate the desire for collaborative information-seeking behavior.

Keywords: Collaborative information seeking, Perceived trustworthiness, Cooperative behaviors, Monitoring behaviors, Propensity to trust

Conflicts of Interest: None

Funding: None

Citation: Zare, Z., Mirzabeigi, M., & Sotudeh, S. (2022). The effect of trust on collaborative information seeking behavior of postgraduate students of Shiraz University. *Research on Information Science and Public Libraries*, 28(2), 54-68.

Received 15 July 2021; Received in revised form 30 September 2021

Accepted 2 October 2021; Published online 31 May 2022



Article Type: Research Article

© The author(s)

Publisher: Iran Public Libraries Foundation



تأثیر اعتماد بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز

زهرا زارع

کارشناس ارشد، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران
zzare.966@gmail.com

مهديه ميرزاييگي (نویسندهٔ مسئول)

دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران
mmirzabei@gmail.com

هاجر ستوده

استاد، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران
sotudeh@shirazu.ac.ir

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر کشف تأثیر اعتماد و زیرمؤلفه‌های آن بر رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز است.

روش: پژوهش حاضر به‌لحاظ ماهیت داده‌ها کمی و به‌لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی-هم‌بستگی است. نمونه پژوهش شامل ۳۰۲ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز بود. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی و پرسش‌نامه کستا و اندرسون (۲۰۱۱) استفاده شد. برای سنجش روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها، از نظرات هفت متخصص علم اطلاعات و دانش‌شناسی استفاده شد. پایایی هر دو پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد.

یافته‌ها: نتایج این پژوهش شواهد بیشتری فراهم آورد که تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی می‌تواند توسط متغیر اعتماد با میزان (۴۰/۵ درصد) پیش‌بینی شود. از میان زیرمؤلفه‌های اعتماد، زیرمؤلفه قابلیت اعتماد ادراک‌شده بیشترین تأثیر (۳۲/۹ درصد) را بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی داشت و بعد از آن رفتارهای همیارانه (۳۱/۸ درصد) و تمایل به اعتماد (۹ درصد) تمایل به رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی را پیش‌بینی می‌کنند. البته، اعتماد در کنار تأثیرات مثبتی که دارد می‌تواند تأثیراتی منفی هم داشته باشد، بدین معنا که سطوح بالاتر اعتماد لزوماً همکاری را تشویق نمی‌کند؛ زیرا اعتماد کامل باعث می‌شود که افراد به دیگران متکی شوند و دیگر نظارتی بر فرایند کار نداشته باشند و یا اینکه میدان را برای سوءاستفاده دیگران مهیا کنند.

اصالت/ارزش: با توجه به اهمیت نقش اعتماد در فعالیت‌های مشارکتی، تاکنون پژوهشی که نقش این مهم را در رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی بررسی کرده باشد مشاهده نشد. نتایج پژوهش حاضر می‌تواند به شناخت بیشتر عوامل تأثیرگذار بر رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی منجر شود. همچنین، نتایج این پژوهش به پژوهشگران، استادان و مدیران کمک خواهد کرد تا با شناخت زیرمؤلفه‌های مهم اعتماد، بر تقویت و بهبود این زیرمؤلفه‌ها در جهت تسهیل تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی گام بردارند.

کلیدواژه‌ها: اطلاع‌جویی مشارکتی، قابلیت اعتماد ادراک‌شده، رفتارهای همیارانه، رفتارهای نظارتی، تمایل به اعتماد

تعارض منافع: گزارش نشده است.

منبع حمایت‌کننده: حامی مالی نداشته است.

استناد: زارع، زهرا؛ میرزاییگی، مهديه؛ و ستوده، هاجر (۱۴۰۱). تأثیر اعتماد بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۸(۲)، ۵۴-۶۸.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۲۴؛ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۱۰؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۳/۱۰

نوع مقاله: علمی پژوهشی

ناشر: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

© نویسندگان





مقدمه

مشارکت و کار تیمی امری ضروری در وضعیت‌های مختلف زندگی به حساب می‌آید (فردوس و دو، ۲۰۱۹). امروزه به‌طور فزاینده‌ای معمول است که افراد از فناوری‌های مشارکتی و ارتباطی برای رفع نیازهای زندگی حرفه‌ای و شخصی خود استفاده می‌کنند. از آنجا که اهمیت دستیابی و پردازش اطلاعات در زندگی روزمره اهمیت بیشتری پیدا کرده است، مشکلات بسیاری برای جست‌وجو، بازیابی و استفاده از اطلاعات وجود دارد که مستلزم استفاده از روابط اجتماعی و مشارکتی است (شاه^۱ و همکاران، ۲۰۱۷).

رفتارهای مشارکتی افراد را برای یک هدف خاص یا حل یک مشکل دور هم جمع می‌کند و به فرد کمک می‌کند به اهدافی که به تنهایی قادر به انجام آن‌ها نیست دست یابد (غلامحسین‌زاده و عرفان‌منش، ۱۳۹۳). شاه (۲۰۱۰) نیز معتقد است رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی یکی از مؤلفه‌های مفید و ضروری در پروژه‌های سنگین و پیچیده است. گرانیکو^۲ و همکاران (۲۰۲۱) اطلاع‌جویی مشارکتی^۳ را فرایندی می‌دانند که در آن گروهی از کاربران (بیشتر از دو نفر) با نیازها یا علایق اطلاعاتی مشترک به دنبال مشارکت در فعالیت‌های جست‌وجوی اطلاعات هستند. همچنین، موریس^۴ (۲۰۰۸) بیان می‌کند که در وضعیت‌های مختلف مشارکت امری حیاتی برای موفقیت است. به عبارتی، می‌توان گفت اهمیت مشارکت در بافت‌های سازمانی، آموزشی، علمی و پژوهشی موجب شده است که محققان علم اطلاعات نیز توجه ویژه‌ای به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی داشته باشند (هیدن، ۲۰۱۲). هاریسون^۵ (۲۰۰۹) معتقد است رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی موضوع مطالعاتی بسیار مهمی است و دلیل این اهمیت به نقش آن در مشاغل مختلف برمی‌گردد؛ چرا که صرف‌نظر از شغل، همکاری معمولاً برای حل مشکلات یا صرفاً برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد موضوعی مرتبط با رشته یا شغل خاص ضروری است. یافتن اطلاعات بیشتر پیرامون نگرش کاربران و نحوه برخورد آن‌ها با رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی می‌تواند به مدیران کمک کند کارکنان خود را در زمینه موفقیت هر چه بیشتر رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی آماده کنند.

در محیط‌های دانشگاهی نیز به‌عنوان یک محیط آموزش و پژوهش محور، فعالیت‌های مختلف اطلاع‌جویی مشارکتی به چشم می‌خورد؛ اما برخلاف پژوهش‌های رفتارهای اطلاع‌جویی فردی که عمدتاً در محیط دانشگاهی و درباره دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی و اعضای هیئت علمی انجام شده است، در رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی تمرکز بر مطالعات سازمانی بوده است. در محیط دانشگاهی، جامعه دانشجویان تحصیلات تکمیلی قشری مهم هستند که در محیط دانشگاه، آمادگی لازم برای ورود به عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و علمی را پیدا می‌کنند. این گروه با پشت‌سر گذاردن آموزش مبتنی بر پژوهش آماده نقش‌پذیری در تولید علم و دانش می‌شوند و از این رهگذر با تعامل با اساتید و سایر دانشجویان و مشارکت در فعالیت‌های پژوهشی مانند پروژه‌های درسی و نگارش پایان‌نامه، رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی را تجربه می‌کنند. نتایج پژوهش زارع و همکاران (زودآیند) نشان می‌دهد تمایل دانشجویان تحصیلات تکمیلی نسبت به اطلاع‌جویی مشارکتی زیاد است، بدین معنا که به‌طوری معنادار فراوانی دانشجویانی که تجربه جست‌جوی گروهی در وب (۷۱/۲٪) و نیز دانشجویانی که تجربه اطلاع‌جویی مشارکتی در انجام تکالیف و پروژه‌های درسی (۷۴/۲ درصد) را داشته‌اند، بیش از کسانی است که تاکنون این نوع جست‌وجو را تجربه نکرده‌اند. بنابراین، توجه به این قشر از جامعه علمی می‌تواند موجب شناخت بیشتر تجربیات اطلاع‌جویی مشارکتی را فراهم آورد. همچنین، شناخت عوامل مؤثر بر تمایل این گروه به رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی می‌تواند به مسئولان نظام آموزش عالی و مسئولان برگزاری دوره‌های سواد اطلاعاتی کمک کند تا با توجه به اهمیت این نوع رفتار، نسبت به رفع مشکلات احتمالی موجود و تقویت این رفتارها برنامه‌ریزی کنند. همانند رفتار اطلاع‌جویی فردی، در رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی نیز پژوهشگران تلاش کرده‌اند تا رفتار جمعی

1. Shah & et al

2. Granikov

3. Collaborative information seeking

4. Morris

5. Harrison



کاربران را در این حوزه مدل‌سازی کنند. شاه (۲۰۱۰) مدلی را در حوزه رفتارهای اطلاعاتی مشارکتی معرفی می‌کند که در آن به بررسی تمایز بین فعالیت‌های ارتباطات^۲، کمک^۳، هماهنگی^۴، همکاری^۵ و مشارکت^۶ می‌پردازد. در این مدل، او متغیرهای تأثیرگذار بر رفتارهای اطلاعاتی مشارکتی را معرفی می‌کند که از جمله آن‌ها می‌توان به تعامل^۷، هدف^۸، دخالت انسان^۹، سودمندی دوطرفه^{۱۰}، سطح آگاهی^{۱۱} و اعتماد^{۱۲} اشاره کرد. در این مدل، اعتماد یکی از عناصر مهم است و سرمایه‌ای بزرگ برای فعالیت‌های گروهی به حساب می‌آید. دیتز و هارتوج^{۱۳} (۲۰۰۶) اعتماد را حالتی روانی می‌دانند که بر اساس آن فرد تمایل دارد تا آسیب‌پذیری در مقابل دیگری را بپذیرد و بر مبنای انتظارات مثبتی که از رفتار دیگری دارد عمل کند. همچنین، ادبیات سازمانی اعتماد را پدیده‌ای ضروری برای توسعه و بقای سازمان‌ها می‌داند. دگرگونی‌های دائمی در محیط کاری که ناشی از تحولات سیاسی، اجتماعی یا اقتصادی است تا حدی اهمیت فزاینده اعتماد را در این زمینه توضیح می‌دهد و همچنین به‌منظور مؤثر ماندن، سازمان‌ها کمتر بر ساختارها و فرایندهای رسمی و بیشتر بر وجود اعتماد در همکاری در داخل و خارج شرکت تکیه می‌کنند (کستا^{۱۴}، ۲۰۰۰). به نظر می‌رسد وجود رفتارهای مبتنی بر اعتماد در ارتباطات میان افراد کمک می‌کند تا عدم اطمینان، کاهش و سطح رضایتمندی افزایش یابد (بامبی نو^{۱۵}، ۲۰۰۶).

کستا و اندرسون^{۱۶} (۲۰۱۱) معتقدند اعتماد دارای چهار زیرمؤلفه تمایل به اعتماد^{۱۷}، قابلیت اعتماد ادراک شده^{۱۸}، رفتارهای همیارانه^{۱۹} و رفتارهای نظارتی^{۲۰} است. تمایل به اعتماد معمولاً به‌عنوان یک ویژگی ذاتی تلقی می‌شود. روتر^{۲۱} (۱۹۸۰) تمایل به اعتماد کردن را «انتظار اینکه یک فرد یا گروه بتواند به کلمه، قول، اظهارات کلامی یا کتبی فرد یا گروه دیگری اعتماد کند» تعریف می‌کند. کارایی، سازگاری و حتی بقای هر گروه به وجود یا نبود این نوع اعتماد بستگی دارد. قابلیت اعتماد ادراک شده به میزان انتظار افراد از دیگران و اینکه آن‌ها مطابق ادعایشان رفتار کنند اشاره دارد. این انتظارات زمینه‌های شناختی و عاطفی دارند (مک‌الیستر^{۲۲}، ۱۹۹۵). رفتارهای همیارانه به اندازه‌ای از همکاری و تعامل میان اعضای یک تیم گفته می‌شود که مشخص می‌کند اعضای تیم تا چه حد در کار خود آشکارا با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، تأثیر دیگران را در رابطه با کار خود می‌پذیرند و شخصاً احساس می‌کنند با تیم در تعامل هستند (کستا، ۲۰۰۰) و در نهایت رفتارهای نظارتی به میزانی اشاره دارد که اعضا برای جلوگیری از اقدامات فرصت‌طلبانه نیاز به کنترل سایر اعضا و نظارت بر آن دارند. اعتماد، کنترل عمدی بر رفتار دیگران را حذف می‌کند. در واقع، معمولاً پیشنهاد می‌شود که نظارت زمانی وارد عمل شود که اعتماد وجود نداشته باشد (کستا، ۲۰۰۰).

پژوهش‌های انجام شده در حوزه اطلاع‌جویی مشارکتی از دو رویکرد مفهومی و فنی قابل بررسی هستند؛ در پژوهش‌های مربوط به دیدگاه مفهومی، جزئیات قوم‌نگارانه و فعالیت‌ها و تجربیات روزانه و زیسته افراد در رابطه

1. cooperative information behaviours
2. communication
3. contribution
4. coordination
5. cooperation
6. collaboration
7. interaction
8. intent
9. human involvement
10. symmetry of benefits
11. level of awareness
12. trust
13. Dietz & Hartog
14. Costa
15. Bambino
16. Anderson
17. propensity to trust
18. perceived trustworthiness
19. cooperative behaviors
20. monitoring behaviours
21. Roter
22. McAllister



با اطلاع‌جویی مشارکتی به بوتۀ آزمایش و بررسی درآمده است (زینالی و مهدوی، ۱۳۹۳). پژوهش‌های مختلفی در حوزه اطلاع‌جویی مشارکتی در رده‌های سنی مختلف (دانش‌آموزان مقطع دبیرستان، دانشجویان مقاطع مختلف و افراد مسن) انجام شد، و رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی در این گروه‌ها مورد سنجش قرار گرفته و تأثیر آن در فعالیت‌های مختلفی مثل انجام پروژه‌های درسی، بهتر شدن کیفیت زندگی و... بررسی شده است. وی و همکاران^۱ (۲۰۲۲) معتقدند که روابط بلندمدت زوج‌های مسن نقشی کلیدی در اطلاع‌جویی مشارکتی آن‌ها ایفا می‌کند. رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی نه تنها به تحکیم روابط میان زوجین کمک می‌کند، بلکه روابط بلندمدت آن‌ها نیز در شکل دادن به نحوه همکاری آن‌ها در جست‌وجوی اطلاعات نقشی اساسی ایفا می‌کند. همچنین، نتایج پژوهش کانگ^۲ (۲۰۱۹) نشان داد که دانش‌آموزان با هم مطالعه نمی‌کنند، بلکه پروژه مشارکت را به بخش‌های مختلفی تقسیم و هر دانش‌آموز بخش خود را به‌طور جداگانه تکمیل کرده و در نهایت آن قسمت‌ها را با یکدیگر ترکیب می‌کنند. وو و همکارانش^۳ (۲۰۱۸) معتقدند که یادگیری دانشجویان کارشناسی در طول فرایند جست‌وجوی مشارکتی شامل بازسازی دانش و همچنین تنظیم و جذب آن است.

حوزه گردشگری از حوزه‌هایی است که رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی به‌واسطه جست‌وجوی اطلاعاتی درباره مکان‌های جغرافیایی، غذاها و... اتفاق می‌افتد و در آن به انواع وظایفی که در سفر وجود دارد اشاره می‌شود. پژوهشگرانی همچون یه و همکاران^۴ (۲۰۲۱) نشان دادند که مسافران در طول سفر، رفتارهای اطلاعاتی مشارکتی مختلفی را بر عهده می‌گیرند که شامل بازیکن تیم^۵، تأثیرگذار^۶، همه‌کاره^۷، پیرو^۸، حامی^۹ و مستبد^{۱۰} می‌شود؛ همچنین، فردوس و دو^{۱۱} (۲۰۱۹) نشان دادند که فعالیت‌های اطلاع‌جویی مشارکتی شامل چهار ویژگی اصلی برنامه‌ریزی گروه‌ها در سفر، جست‌وجو و هم‌رسانی اطلاعات، اولویت‌بندی انتخاب‌ها و تصمیمات مشترک می‌شود. این ویژگی‌ها به توسعه‌دهندگان و گردانندگان خدمات گردشگری کمک می‌کند تا ویژگی‌ها و راهبردهای جدید سفارشی‌شده را برای پشتیبانی از برنامه‌ریزی سفرهای گروهی ادغام کنند.

گروه دیگری از پژوهش‌ها به بررسی فرایند اطلاع‌جویی مشارکتی و توجه به بستر و نحوه انجام کار در طول این فرایند می‌پردازند. گرانیکو و همکاران^{۱۲} (۲۰۲۱) در بررسی مطالعات مربوط به اطلاع‌جویی مشارکتی، پنج نوع پیامد از جمله پیامدهای عملکردی^{۱۳}، شناختی^{۱۴}، عاطفی^{۱۵}، رفتاری^{۱۶} و رابطه‌ای^{۱۷} را شناسایی کردند. همچنین، لیدر^{۱۸} و شاه (۲۰۱۶) معتقدند که نگرش و تجربیات پیشین دانشجویان نسبت به کار گروهی و به‌کارگیری عبارات‌های مؤثر و کارآمد در طول اطلاع‌جویی مشارکتی با کیفیت نتایج جست‌وجوی آن‌ها مرتبط است. بازخورد دانشجویان در این پژوهش اهمیت ساخت ابزارهای جست‌جوی مشارکتی‌ای را که برای استفاده راحت و آسان باشند نشان داد. دسته‌ای دیگر از مطالعات در این حوزه رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی از دیدگاه فنی و بررسی سامانه‌ها است. یک یافته مهم از پژوهش‌های راجع به شیوه‌های اطلاع‌جویی مشارکتی در دنیای واقعی این است که افراد اکثراً به‌صورت تیمی جست‌وجو می‌کنند، ولی این کار را بدون استفاده از سامانه‌های جست‌وجوی مشترک اختصاصی و

1. wei & et al
2. Kang
3. Wu & et al
4. ye & et al
5. Team player
6. Influencer
7. All-rounder
8. Follower
9. Supporter
10. Authoritarian
11. Fardous & Du
12. Performance outcomes
13. cognitive outcomes
14. affective outcomes
15. behavioral outcomes
16. relational outcomes
17. Leeder



در عوض با استفاده از ابزارهای ارتباطی مانند رسانه‌های اجتماعی، ایمیل و تلفن انجام می‌دهند (اوولا^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). ابراهیم زاده و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای نشان دادند که ارتباطات غیررسمی و نیازهای پیچیده اطلاعاتی به رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی منجر می‌شود. همچنین، دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی و یافتن اطلاعات مربوطه از عوامل مثبت عمده کمک به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی کاربران در سامانه ریسرچ‌گیت^۲ بود. همچنین، در تعدادی از پژوهش‌ها به طراحی و ارزیابی سامانه‌های جست‌وجوی مشترک پرداخته می‌شود؛ از جمله عارف^۳ و دو (۲۰۱۹) به طراحی رابط کاربر کولتیس^۴ (برای پشتیبانی از جست‌وجوی اطلاعات برخط و برنامه‌ریزی سفر)، اوولا و همکارانش (۲۰۱۸) به طراحی پلتفرم پیام‌رسان گروهی اسلک^۵ (که از ربات‌های جست‌وجو در طول اطلاع‌جویی مشارکتی استفاده می‌کرد)، وو و همکارانش (۲۰۱۴) به طراحی رابط کاربر کلب آنالیزر^۶ (که یک سامانه یادگیری مشارکتی است که کار آن راهنمایی و پشتیبانی به‌منظور جلوگیری از گم شدن کاربر و احساس ناامیدی در آن وضعیت است)، و کاپرا^۷ و همکارانش (۲۰۱۲) به طراحی و ارزیابی سامانه ریزالت اسپیس^۸ (برای پشتیبانی از گروه‌های کوچکی که در مورد اطلاع‌جویی مشارکتی کار می‌کنند) پرداخته‌اند.

با توجه به مرور نوشتار و مبانی نظری، می‌توان گفت که علی‌رغم تأکید بر نقش اعتماد به فعالیت‌های گروهی و همکاری‌های تیمی، نقش این مهم بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی آزمون نشده است؛ بنابراین، انجام پژوهش‌هایی که این مهم را مدنظر قرار دهند ضروری است. مسئله دیگر اینکه که گرچه شاه (۲۰۱۰) در مدل خود به نقش مهم اعتماد، اشاره و بر این مسئله تأکید می‌کند که اعتماد می‌تواند یک عامل مهم تأثیرگذار بر تمایل به رفتارهای اطلاعاتی مشارکتی باشد، اما این مدل دارای شواهد پژوهشی بسیار اندکی است و لازم است متغیرهای ارائه‌شده در آن در مورد جوامع مختلف آزمون شود تا در پرتو این بررسی‌ها بتوان به شناخت بیشتری از وجوه مثبت یا منفی اعتماد دست یافت. بر این اساس، پژوهش حاضر بر آن است که ابتدا روابط متغیر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی با اعتماد و زیرمؤلفه‌های آن را به دست آورد و در گام بعد نقش اعتماد و زیرمؤلفه‌های آن (رفتارهای همیارانه، قابلیت اعتماد ادراک‌شده، تمایل به اعتماد کردن و رفتارهای نظارتی) را بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی بررسی کند تا از این رهگذر شناختی عمیق‌تر از متغیرهای تأثیرگذار بر این رفتارها به دست آید. در این راستا، پژوهش حاضر در نظر دارد به سؤالات زیر پاسخ دهد:

۱- تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی به چه میزان توسط اعتماد قابل پیش‌بینی است؟

۲- از میان زیرمؤلفه‌های اعتماد، کدام یک بیشترین تأثیر را بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر پژوهشی کمی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز در سال ۱۳۹۹ به تعداد ۲۰۷۶ است. نمونه این پژوهش به شیوه تصادفی طبقه‌ای و از میان دانشجویان دانشکده‌های مختلف بر مبنای جدول مورگان به تعداد ۳۰۲ نفر محاسبه شد (جدول ۱). توزیع فراوانی نمونه پژوهش، بر حسب جنسیت، شامل ۶۹/۵ درصد زن (۲۱۰ نفر) و ۳۰/۵ درصد مرد (۹۲ نفر) بود. بیشتر آزمودنی‌ها ۲۰ تا ۳۰ سال و در مرتبه بعد ۳۱ تا ۴۰ سال داشتند. همچنین، بر اساس مقطع تحصیلی، عمده کاربران در مقطع کارشناسی ارشد (۶۱/۶ درصد) و در مرحله گذراندن پایان‌نامه یا رساله بودند.

1. Avula
2. ResearchGate
3. Arif
4. ColTIS
5. Slack
6. Collab-Analyzer
7. Capra
8. Results Space



جدول ۱. تعداد اعضای جامعه و نمونه پژوهش به تفکیک دانشکده‌ها (دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری)

دانشکده	تعداد دانشجویان کارشناسی ارشد	درصد	تعداد نمونه کارشناسی ارشد	درصد	تعداد دانشجویان دکتری	درصد	تعداد نمونه دکتری	درصد
فنی مهندسی	۴۳۹	۲۶/۷	۶۵	۲۷	۹۸	۲۲	۱۵	۲۳
علوم پایه	۳۸۷	۲۳	۴۶	۱۹/۲	۱۲۶	۲۸/۸	۱۹	۲۹/۲
علوم انسانی و هنر	۶۴۶	۳۹/۳	۱۰۳	۴۳	۱۲۴	۲۸/۴	۱۸	۲۷/۶
کشاورزی	۱۵۸	۹/۶	۲۳	۹/۶	۵۳	۱۲/۱	۸	۱۲/۳
دام پزشکی	۱۰	۰/۶	۲	۰/۸	۳۵	۸	۵	۷/۶
جمع	۱۶۴۰	۱۰۰	۲۳۹	۱۰۰	۴۳۶	۱۰۰	۶۵	۱۰۰

گردآوری اطلاعات این پژوهش از طریق دو پرسش نامه انجام شد:

۱. با توجه به نبود پرسش نامه استاندارد در حوزه تمایل به رفتار اطلاع جویی مشارکتی، با مطالعه و بررسی پژوهش های مرتبط، پرسش نامه ای محقق ساخته تهیه شد. این پرسش نامه شامل دو بخش بود:

در بخش اول، ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان شامل سن، جنسیت، مقطع تحصیلی و غیره گردآوری شد. در بخش دوم، تمایل به رفتار اطلاع جویی مشارکتی به دست آمد. این پرسش نامه دارای ۲۶ گویه در یک طیف لیکرت هفت درجه ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۷ (کاملاً موافقم) بود. بر این اساس، حداقل نمره برای این بخش ۲۶ و حداکثر نمره ۱۸۲ بود. برای سنجش روایی صوری و محتوایی، این پرسش نامه برای هفت متخصص علم اطلاعات و دانش شناسی فرستاده شد و پس از اعمال نظرات آن ها روایی صوری و محتوایی به دست آمد. همچنین، پایایی این پرسش نامه از ضریب آلفای کرونباخ با مقدار ۰/۹۰۸ به دست آمد.

۲. پرسش نامه دوم برای سنجش اعتماد و زیرمؤلفه های آن پرسش نامه ای استاندارد بود که توسط کستا و اندرسون (۲۰۱۱) تهیه و در پژوهش های بسیاری آزمون شده بود. این پرسش نامه دارای ۲۱ گویه و چهار خرده مقیاس تمایل به اعتماد (۶ گویه)، قابلیت اعتماد ادراک شده (۶ گویه)، رفتارهای همیارانه (۶ گویه) و رفتارهای نظارتی (۳ گویه) در یک طیف لیکرت هفت درجه ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۷ (کاملاً موافقم) بود. در این پرسش نامه، گویه های ۱۰، ۱۱، ۱۶، ۱۷ به صورت معکوس نمره گذاری می شد. حداقل نمره برای کل مقیاس ۲۱ و حداکثر نمره ۱۴۷ بود. برای تأیید روایی صوری این پرسش نامه، از اساتید علم اطلاعات و دانش شناسی استفاده شد. همچنین، پایایی آن در جامعه پژوهش از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای تمایل به اعتماد کردن، قابلیت اعتماد ادراک شده، رفتارهای همیارانه و رفتارهای نظارتی به ترتیب ۰/۷۸، ۰/۸۸، ۰/۸۷ و ۰/۷۰ به دست آمد.

به منظور گردآوری داده ها، به دلیل وجود پاندمی کرونا، پرسش نامه به صورت الکترونیکی طراحی شد و علی رغم پیگیری فراوان تنها ۸۸ عدد به صورت پرسش نامه الکترونیک جمع آوری شد؛ بنابراین، به تفکیک دانشکده ها، به خوابگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مراجعه و ۲۱۶ پرسش نامه همراه با توضیحات لازم از سوی پژوهشگر درمورد نحوه تکمیل پرسش نامه ها به دانشجویان ارائه شد، و در نهایت ۲۱۴ پرسش نامه تحویل گرفته شد.

یافته ها

روابط متقابل بین اعتماد و زیرمؤلفه های آن با تمایل به رفتار اطلاع جویی مشارکتی

به منظور سنجش نقش متغیر اعتماد و زیرمؤلفه های آن در تمایل به رفتار اطلاع جویی مشارکتی، ابتدا روابط بین متغیرها از طریق آزمون هم بستگی پیرسون به دست آمد (جدول ۱).



جدول ۱. ماتریس هم‌بستگی پیرسون بین متغیر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی، اعتماد و زیرمؤلفه‌های آن (قابلیت اعتماد ادراک‌شده، رفتارهای همیارانه، رفتارهای نظارتی)

ردیف	متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱	تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی	۱/۰۰۰					
۲	قابلیت اعتماد ادراک‌شده	**۰/۵۲	۱/۰۰۰				
۳	رفتارهای همیارانه	**۰/۵۵	**۰/۵۰۹	۱/۰۰۰			
۴	رفتارهای نظارتی	**۰/۱۷۱	-۰/۰۹۲	۰/۰۶۳	۱/۰۰۰		
۵	تمایل به اعتماد	**۰/۴۴۱	**۰/۴۷۳	**۰/۵۶۵	۰/۰۷۱	۱/۰۰۰	
۶	اعتماد	**۰/۶۳	**۰/۷۲۷	**۰/۷۹۶	**۰/۳۳۱	**۰/۸۴۵	۱/۰۰۰

**P ≥ 0/01

نتایج نشان داد متغیر اعتماد و زیرمؤلفه‌های آن با تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد ($r=0/63, p\leq 0/01$). همچنین، رابطه تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی و زیرمؤلفه‌های اعتماد، قابلیت اعتماد ادراک‌شده ($r=0/52, p\leq 0/01$)، رفتارهای همیارانه ($r=0/55, p\leq 0/01$)، رفتارهای نظارتی ($r=0/171, p\leq 0/01$) و تمایل به اعتماد ($r=0/441, p\leq 0/01$) است.

نقش اعتماد در تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز به‌منظور بررسی نقش اعتماد در پیش‌بینی تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی، از رگرسیون خطی ساده استفاده شد.

جدول ۲. شاخص‌های تحلیل رگرسیون خطی پیش‌بینی تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی توسط متغیر اعتماد

مدل	ضریب هم‌بستگی	ضریب تعیین	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	t آماره	Sig
			B	S.E			
ثابت			۳۹/۸۳۱	۷/۴۸۴		۵/۳۲۲	۰/۰۰۱
اعتماد	۰/۶۳	۰/۴۰۵	۱/۰۶۷	۰/۰۷۶	۰/۶۳	۱۳/۹۵۱	۰/۰۰۱

ضریب هم‌بستگی ۰/۶۳ حاکی از آن است که بین این دو متغیر هم‌بستگی مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، ضریب تعیین ۰/۴۰۵ نشان می‌دهد که ۴۰/۵ درصد از واریانس متغیر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی به‌طور مستقیم توسط متغیر اعتماد تبیین می‌شود. می‌توان نتیجه گرفت که با افزایش اعتماد، تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی کاربران نیز افزایش می‌یابد.

تعیین قدرت پیش‌بینی متغیر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی توسط زیرمؤلفه‌های اعتماد به‌منظور بررسی سهم زیرمؤلفه‌های اعتماد (قابلیت اعتماد ادراک‌شده، تمایل به اعتماد کردن، رفتارهای همیارانه و رفتارهای نظارتی) در پیش‌بینی تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی، ابتدا پیش‌فرض‌های رگرسیون از



جمله وجود هم‌بستگی بین متغیرها، نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف، بررسی استقلال خطاها از یکدیگر با استفاده از آزمون دوربین واتسون، هم‌خطی بین متغیرهای مستقل و وابسته از طریق آزمون تورم واریانس و تولرانس (وی‌آی‌اف^۱) و بررسی پیش‌فرض‌های همگنی واریانس‌ها از طریق آزمون لاون بررسی شد. همان‌طور که پیشتر اشاره شد، نتایج ماتریس هم‌بستگی نشان داد بین تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی و همه‌زیرمؤلفه‌های اعتماد رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. در مرحله بعد، با به‌کارگیری رگرسیون چندگانه، سهم هریک از زیرمؤلفه‌ها در پیش‌بینی تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی به دست آمد (جدول ۳).

جدول ۳. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه به روش ورود هم‌زمان زیرمؤلفه‌های اعتماد در پیش‌بینی تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی

sig	آماره t	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		ضرایب استاندارد شده	S.E	
۰/۰۰۰	۳/۹۶۸	-	۸/۰۷۳	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۶/۰۱۳	۰/۳۲۹	۰/۲۳۷	قابلیت اعتماد ادراک شده
۰/۰۰۰	۵/۴۹۹	۰/۳۱۸	۰/۳۲۷	رفتارهای همیارانه
۰/۰۰۰	۳/۷۹۲	۰/۱۷۳	۰/۲۷۵	رفتارهای نظارتی
۰/۱۱	۱/۶۰۴	۰/۰۹۰	۰/۲۱۲	تمایل به اعتماد کردن
		ضریب هم‌بستگی: ۰/۶۴۲		
		ضریب تعیین: ۰/۴۱۲		

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، زیرمؤلفه‌های قابلیت اعتماد ادراک شده، رفتارهای همیارانه و رفتارهای نظارتی که سطح معناداری آن‌ها کمتر از ۰/۰۵ است به مدل رگرسیونی وارد شده‌اند. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که از میان متغیرهای پیش‌بین، نخست متغیر قابلیت اعتماد ادراک شده با ضریب بتای ۰/۳۲۹ و با میزان ۳۲/۹ درصد بیشترین تأثیر (مثبت) را بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی دارد و بعد از آن با اختلافی بسیار اندک، رفتارهای همیارانه قرار دارد که ۳۱/۸ درصد از تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی را پیش‌بینی می‌کند و زیرمؤلفه تمایل به اعتماد با ضریب بتای ۰/۰۹ تأثیری بر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، تلاش شد تا نقش اعتماد به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم تأثیرگذار بر مشارکت در تمایل به رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی مورد آزمون قرار گیرد. همانند سایر فعالیت‌های مشارکتی که اعتماد در آن‌ها نقشی مهم ایفا می‌کند، نتایج این پژوهش شواهد بیشتری فراهم آورد که اعتماد و برخی زیرمؤلفه‌های آن تا حد زیادی می‌توانند تمایل به رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی را تبیین کنند. البته، نکته‌ای که می‌تواند در اینجا حائز اهمیت باشد این است که اعتماد در کنار تأثیرات مثبتی که دارد می‌تواند تأثیراتی منفی هم داشته باشد و مانند یک شمشیر دولبه عمل کند، بدین معنا که سطوح بالاتر اعتماد لزوماً همکاری را تشویق نمی‌کند (ان‌جی و چوآ، ۲۰۰۶)؛ زیرا اعتماد کامل باعث می‌شود که افراد به دیگران متکی شوند و دیگر نظارتی بر فرایند کار نداشته باشند و یا اینکه میدان برای سوءاستفاده دیگران فراهم شود. در نتیجه، همیشه باید در نظر داشت که تعادل بین اعتماد و



نظارت رعایت شود تا به اطلاع‌جویی مشارکتی رضایت‌بخشی منجر شود.

اگرچه کمتر پژوهشی به بررسی نقش اعتماد در رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی کاربران پرداخته است، در پژوهش‌هایی مثل فورد (۲۰۱۷)، یانگ^۱ (۲۰۰۶) و بامبی نو (۲۰۰۶) به نقش مهم اعتماد در رفتار تیمی و کار گروهی اشاره شده است. در این مطالعات نشان داده شده است که اعتماد عاملی مهم و کلیدی در اثربخشی تیم‌ها است. یکی از روش‌های افزایش اعتماد در تیم‌ها ترکیب تیمی است. بر این اساس، در ترکیب تیمی اعضای تیم نباید فقط بر اساس دانش، مهارت و توانایی‌هایشان انتخاب شوند؛ بلکه برای رسیدن به اهداف تیمی، ویژگی‌های شخصیتی آنان و اعتماد‌پذیری‌شان نیز باید مورد توجه قرار گیرد (فورد^۲، ۲۰۱۷). همچنین، یانگ (۲۰۰۶) معتقد است که اعتماد بین مدیران و اعضا مشارکت اعضا را به میزانی قابل توجه ارتقا داد. همچنین، به اعتقاد بامبی نو (۲۰۰۶)، اعتماد یک رخداده درونی است و لذا مستقیماً قابل مشاهده نیست، اما یکی از مهم‌ترین عوامل مرکزی برای گسترش ارتباطات بین فردی است، و وجود رفتارهای مبتنی بر اعتماد در ارتباطات میان افراد درون هر تیم کمک می‌کند تا عدم اطمینان کاهش یابد و رضایت‌مندی افزایش پیدا کند.

از طرفی دیگر، پژوهش‌های بسیاری به رابطه بین اعتماد و فرهنگ هر جامعه تأکید می‌کنند و معتقدند که این دو رابطه‌ای تنگاتنگ با یکدیگر دارند. به اعتقاد ارت ترک^۳ (۲۰۰۸)، اعتماد و فرهنگ هر جامعه‌ای با یکدیگر مرتبط است و ایجاد اعتماد و گرایش به اعتماد از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است و اعتماد در یک جامعه نیز ذاتاً به واسطه فرهنگ آن جامعه شکل می‌گیرد. بنابراین، تمایل افراد به اعتماد می‌تواند یکی از کارکردهای فرهنگ باشد. همچنین، سلیم و بنتیس^۴ (۲۰۰۹) بیان می‌کنند که ارزش‌ها و فرهنگ نفوذ قوی بر رفتارهای فردی دارند و ابعاد فرهنگی ممکن است ادراک افراد از اعتماد را تحت تأثیر قرار دهد.

یکی از مسائل مطرح در فرهنگ سرمایه اجتماعی است. دیکین^۵ (۲۰۲۱) معتقد است سرمایه اجتماعی به‌عنوان منبع مثبتی تلقی می‌شود که شامل اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی است که می‌تواند از طریق ارتباط و پیوند، روابط اجتماعی و انسجام را تقویت کند و در سلامت عمومی تأثیر گذار باشد. همچنین، به اعتقاد پینکستن و لیونز^۶ (۲۰۱۴)، سرمایه اجتماعی هم در سطوح کلان و هم در سطوح خرد وجود دارد و تمایزات «درون گروهی» و «برون گروهی» را تقویت می‌کند و مشخص می‌کند که مواردی مثل اعتماد درون گروهی و برون گروهی می‌توانند با یکدیگر بسیار متفاوت باشند و در جامعه‌ای که سرمایه اجتماعی در آن پایین باشد اعتماد برون گروهی پایینی وجود دارد. همچنین، محسنی تبریزی و همکاران (۱۳۹۰) و حیدرآبادی (۱۳۸۹) معتقدند که اعتماد درون گروهی (افراد آشنا) در جامعه ایران بالا و بیشتر از اعتماد برون گروهی (افراد ناآشنا در جامعه) است؛ بدین معنا که اعتماد به خانواده، دوستان و آشنایان زیاد و به افراد غریبه و سازمان‌ها کم است، و این امر نشان‌دهنده سرمایه اجتماعی پایین است. حال اگر اعتماد و پیوندهای بین گروهی و همچنین اعتماد و پیوندهای درون گروهی در جامعه افزایش پیدا کند، سرمایه اجتماعی نیز افزایش خواهد یافت.

از طرفی، به اعتقاد بهشتی و کهنسال خوب (۱۳۹۸)، در جوامع مدرن و پیشرفته، برخلاف جوامع توسعه‌نیافته، که دایره اعتماد اغلب افراد محدود به خودی‌ها، خانواده و گروه‌های محلی است، گسترش شعاع اعتماد فراتر از دوستان و آشنایان رفته و شعاع ناآشنایان و اعتماد به نهادها و سازمان‌ها را هم در بر می‌گیرد. هرچه افراد مشارکت اجتماعی بیشتری داشته باشند، از اعتماد اجتماعی بالاتری برخوردارند و افزایش مشارکت اجتماعی موجب گسترش شعاع اعتماد می‌شود.

از دیگر نتایج این پژوهش این بود که از میان زیرمؤلفه‌های اعتماد، متغیر قابلیت اعتماد ادراک شده بیشترین تأثیر (مثبت) را بر متغیر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی داشت. همان‌طور که در پاسخ به سؤال پیشین اشاره

1. yang
2. Ford
3. Erturk
4. Seleim & Bontis
5. Daykin
6. Pinxten & Lievens



شد، گرچه پژوهشی که نقش اعتماد در رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی و زیرمؤلفه‌های آن را بررسی کرده باشد مشاهده نشد، اما نتایج این پژوهش را می‌توان با توجه به پژوهش‌هایی که به نقش اعتماد در فعالیت‌های تیمی و مشارکتی اشاره کرده‌اند تبیین کرد. بر این اساس، نتایج به‌دست‌آمده از این بخش با پژوهش‌های آیدن برگر و همکاران (۲۰۲۰)، تیان^۱ و همکاران (۲۰۱۴) و ویتنر^۲ و همکاران (۱۹۹۸) هم‌سو است. آیدن برگر و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند هنگامی که در میان اعضای تیم در خصوص قابلیت اعتماد ادراک شده بحث شده است آن‌ها قابل اعتماد بودن را یکی از ویژگی‌های مهم و مؤثر برای تحقق همکاری‌ها می‌دانند. همچنین، تیان و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند قابلیت اعتماد در میان اعضای گروه‌های آنلاین تأثیری بسزای بر رفتارهای مشارکتی اعضای گروه دارد. به‌اعتقاد ویتنر و همکاران (۱۹۹۸)، قابلیت اعتماد ادراک شده باعث آغاز و ایجاد روابط تیمی می‌شود و علی‌الخصوص مدیران باید در رفتارهای خود به این بُعد از اعتماد توجهی ویژه داشته باشند. مدیرانی که قابل اعتماد هستند احتمال واکنش متقابل و اعتماد کارکنان به آن‌ها افزایش می‌یابد و همچنین آن‌ها چندین عامل را اعم از دادن اطلاعات دقیق به همه اعضای گروه، دادن توضیحات کامل برای تصمیم‌گیری‌ها و گشودگی مدیران شناسایی کردند.

از سوی دیگر، نتایج پژوهش نشان داد که پس از زیرمؤلفه قابلیت اعتماد ادراک شده، زیرمؤلفه رفتارهای همیارانه با ضریب بتای ۰/۳۱۸ بیشترین نقش را در پیش‌بینی تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی دارد، و این یافته با نتایج پژوهش‌های دو و همکاران (۲۰۱۸) و تورتوسا^۳ و همکاران (۲۰۱۳) هم‌سو است. به‌اعتقاد دو و همکاران (۲۰۱۸)، بین رفتارهای همیارانه و مشارکت در تیم رابطه‌ای متقابل وجود دارد، به این صورت که اعتماد و رفتارهای همیارانه در تیم‌ها باعث افزایش مشارکت و همکاری موفق می‌شود و همین‌طور با افزایش مشارکت، رفتارهای همیارانه افزایش می‌یابد؛ بدین معنا که تقویت رفتارهای مشارکتی به وسیله درک هم‌گروهی‌ها و در ادامه گرفتن حس احترام باعث تقویت رفتارهای همیارانه می‌شود. همچنین، به‌اعتقاد تورتوسا^۴ و همکاران (۲۰۱۳)، در تعاملات میان اعضای تیم، رفتارهای همیارانه تحت تأثیر ویژگی‌های اعضای گروه می‌تواند شکلی متفاوت داشته باشد. در خصوص رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی و رفتارهای همیارانه نیز می‌توان گفت که رفتارهای همیارانه در میان اعضای تیم با فراهم آوردن درک هم‌گروهی‌ها و انتقال حس احترام تقویت می‌شود؛ و همین‌طور ویژگی‌های اعضای تیم مثل جذابیت چهره و ویژگی‌های نژادی بر رفتارهای همیارانه تأثیر گذار هستند.

در ادامه، نتایج پژوهش نشان داد پس از قابلیت اعتماد ادراک شده و رفتارهای همیارانه، رفتارهای نظارتی با ضریب بتای ۰/۱۷۳ و به میزان ۱۷/۳ درصد، قدرت پیش‌بینی متغیر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی را دارد، و این نتیجه با نتایج پژوهش‌های گرانیکو و همکاران، (۲۰۲۱)، اتفیلد^۵ و همکاران (۲۰۱۰)، ساوولاینن^۶ (۲۰۱۷) و یلماز و کابادایا^۷ (۲۰۰۶) هم‌سو است. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش گرانیکو و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد نتایج و بازدهی فرایند اطلاع‌جویی مشارکتی به ویژگی‌های رفتاری گروه، مثل نظارت اعضای تیم بر یکدیگر، وابسته است. در پژوهشی از اتفیلد و همکاران (۲۰۱۰) بر لزوم رفتارهای فعال، به‌جای منفعل، تأکید می‌شود، مانند وجود نظارت در میان اعضای تیم. همچنین، یکی از فواید نظارت در تیم می‌تواند روزآمد نگه داشتن افراد و منابعی که به دست می‌آورند باشد (ساوولاینن، ۲۰۱۷). همچنین، نتایج یلماز و کابادایا (۲۰۰۶) نشان داد نظارت ممکن است تأثیرات مثبت قابل توجهی بر تمایل شرکت‌های همکار برای منعطف بودن در پاسخ به نیازها، درخواست‌های شرکت مقابل، هم‌رسانی اطلاعات حیاتی، و تلاش‌هایی برای کمک به شرکت همکار داشته باشد.

به نظر می‌رسد با توجه به پژوهش‌های مرتبط با نظارت در رفتارهای مشارکتی، نظارت دارای فواید زیادی همچون کسب اطلاعات در مورد ویژگی‌های طرف مقابل، کنترل طرف مقابل برای جلوگیری از رفتارهای رقابتی و

1. Tian
2. Whitener
3. Tortosa
4. Tortosa
5. Attfield
6. Savolainen
7. Yilmaz & Kabadayi



غیره است؛ و با توجه به اینکه ما در رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی نیز با گروهی از افراد که نیاز و هدف اطلاعاتی مشترکی دارند سر و کار داریم، نظارت در چنین گروه‌هایی هم می‌تواند مفید واقع شود.

در نهایت، زیرمؤلفه تمایل به اعتماد ($\beta = 0.090$)، $t = 1.1$ ، $p < 0.05$) بر متغیر تمایل به رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی تأثیری نداشته است که این یافته با نتایج پژوهش یانگ (۲۰۰۶) و لوی و استوکر^۱ (۲۰۰۰) هم‌سو است. پژوهش یانگ (۲۰۰۶) در خصوص زیرمؤلفه تمایل به اعتماد نشان داد که تمایل به اعتماد تأثیری ضعیف بر تصمیم‌گیری‌های گروهی دارد، و یکی از علل این امر داشتن ریسک و عدم اطمینان در فعالیت‌های مشارکتی است. همین‌طور، لوی و استوکر (۲۰۰۰) استدلال می‌کنند که تمایل به اعتماد بسیار کمتر از عوامل دیگر می‌تواند رفتار مشارکتی در حوزه‌های مختلف را تبیین می‌کند.

با توجه به اینکه به اقتضای پیچیدگی نقش‌ها اطلاع‌جویی مشارکتی می‌تواند طیف وسیعی از فعالیت‌های افراد را (چه در زندگی روزمره و چه در فعالیت‌های پژوهشی و سازمانی) در بر گیرد، نتایج ذکر شده از دو جنبه نظری و عملی قابل ملاحظه است. از بُعد نظری، با توجه به خلأ پژوهش‌های موجود در حوزه اطلاع‌جویی مشارکتی، می‌توان پژوهش حاضر را تلاشی برای شناخت عوامل تأثیرگذار بر این رفتارها دانست. در عرصه عمل نیز نتایج این پژوهش به تمامی افراد، اعم از پژوهشگران، اساتید و مدیران کمک خواهد کرد تا با شناخت و سرمایه‌گذاری بر زیرمؤلفه‌های مهم اعتماد که تأثیرگذار بر رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی هستند و تقویت و بهبود این زیرمؤلفه‌ها در جهت تسهیل حرکت به سمت این رفتارها گام بردارند. از آنجا که متغیرهای مختلفی می‌تواند بر اطلاع‌جویی مشارکتی تأثیرگذار باشد، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده نقش سایر عوامل دیگر بررسی می‌شوند. همچنین، در نظریه‌های سازمانی و فعالیت‌های مشارکتی، در کنار نقش مهم اعتماد، بر سرمایه اجتماعی سازمانی و تعامل آن با اعتماد تأکید شده است، و این امر در پژوهش حاضر بررسی نشد. لازم است تا نقش مهم این دو عامل در کنار یکدیگر به‌طور ویژه‌ای مدنظر قرار گیرد.

پیشنهادات کاربردی

■ با توجه به اهمیت نقش متغیر اعتماد و زیرمؤلفه‌های قابلیت اعتماد ادراک‌شده، رفتارهای همیارانه و رفتارهای نظارتی، پیشنهاد می‌شود در سازمان‌ها و مخصوصاً سازمان‌های پژوهشی، دانشگاه‌ها و مراکز دانش‌بنیان که اهمیت اطلاع‌جویی مشارکتی در آنها بالاست، بر نقش مهم اعتماد و زیرمؤلفه‌های آن تأکید شود و با برگزاری کارگاه‌های آموزشی، شیوه‌های اعتمادسازی از جمله برقراری و حفظ صداقت، برقراری ارتباط مؤثر و رواج ارزش‌های اخلاقی مثبت و غیره مدنظر قرار گیرد.

■ می‌توان در سازمان‌هایی که کارها وابسته به تیم هستند، سمینار و کارگاه‌هایی با هدف افزایش آگاهی درباره فواید اعتماد میان اعضای تیم برگزار شود. البته، اعتماد پدیده‌ای دستوری و فرمایشی نیست و به زیرساخت‌های فرهنگی نیاز دارد، و همان‌طور که می‌دانیم فرهنگ کار تیمی در ایران پایین است. یکی از دلایل این امر می‌تواند این باشد که اعتماد پایین است و اعتماد از بالا به پایین جریان دارد، یعنی اگر مدیریت تصمیمات و سیاست‌های اعتمادساز بگیرد، اعتماد خودبه‌خود به وجود خواهد آمد. در غیر این صورت، در کارهای تیمی، تا زمانی که افراد به تصمیمات مدیریتی اطمینان نداشته باشند، اعتماد و مشارکتی هم در کار نخواهد بود.

■ پیشنهاد می‌شود که بسترهای لازم (مانند ابزارهای ارتباطی لازم برای کارهای مشارکتی مثل طراحی نظام‌های اطلاع‌جویی مشارکتی به‌شکل بومی‌شده در ایران) برای انجام کارهای مشارکتی دانشجویان در مراکز آموزشی و پژوهشی فراهم شود.

- بهشتی، صمد؛ و کهنسال خوب، احسان (۱۳۹۸). تبیین جامعه‌شناختی وضعیت اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر دهدشت). پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر (علمی-پژوهشی)، ۸(۱۲)، ۲۶۱-۲۸۲.
- حیدرآبادی، ابوالقاسم (۱۳۸۹). اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر آن (مطالعه موردی جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله استان مازندران). جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۱(۱)، ۳۹-۶۶.
- زارع، زهرا؛ میرزابیگی، مهدیه؛ و ستوده، هاجر (۱۴۰۱). بررسی رفتارهای اطلاع‌جویی مشارکتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز. مطالعات کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، زودآیند. <https://dx.doi.org/10.30484/naastinfo.2022.3221.2157>
- زینالی، وحیده؛ و مهدوی، مهتاب‌السادات (۱۳۹۳). بررسی عوامل انگیزاننده و بازدارنده رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی در دستیاران تخصص و فوق تخصص پزشکی. تعامل انسان و اطلاعات، ۱(۲)، ۱۰۵-۱۱۷.
- محسنی تبریزی، علیرضا؛ معیدفر، سعید؛ و گلابی، فاطمه (۱۳۹۰). بررسی اعتماد اجتماعی با نگاهی نسلی به جامعه. جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، ۲۲(۱)، ۴۱-۷۰.
- غلامحسین زاده، زهره؛ و عرفان منش، محمدمبین (۱۳۹۳). رفتار اطلاع‌جویی مشارکتی: مفاهیم و نظریه‌ها. تعامل انسان و اطلاعات، ۱(۲)، ۱۳۶-۱۲۵.

References

- Arif, A. S. M., & Du, J. T. (2019). Understanding collaborative tourism information searching to support online travel planning. *Online Information Review*, 43(3), 369-386.
- Attfield, S., Blandford, A., & Makri, S. (2010). Social and interactional practices for disseminating current awareness information in an organisational setting. *Information Processing & Management*, 46(6), 632-645.
- Avula, S., Chadwick, G., Arguello, J., & Capra, R. (2018, March). Searchbots: User engagement with chatbots during collaborative search. In *Proceedings of the 2018 Conference on Human Information Interaction & Retrieval* (pp. 52-61).
- Bambino, L. E. (2006). *Physician communication behaviors that elicit patient trust*, (Doctoral dissertation, East Tennessee State University).
- Beheshti, S., & Kohansal-khoob, E. (2019). Sociological explanation of social trust status and its influencing factors (case study: Dehdasht city). *Contemporary Sociological Research*, 8(12), 261-282. (in Persian)
- Capra, R., Chen, A. T., Hawthorne, K., Arguello, J., Shaw, L., & Marchionini, G. (2012). Design and evaluation of a system to support collaborative search. In *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1), 1-10.
- Coșta, A. C. (2000). *A Matter of Trust: Effects on the Performance and Effectiveness of Teams in Organizations*. Ridderprint.
- Coșta, A. C., & Anderson, N. (2011). Measuring trust in teams: Development and validation of a multifaceted measure of formative and reflective indicators of team trust. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 119-154.
- Daykin, N., Mansfield, L., Meads, C., Gray, K., Golding, A., Tomlinson, A., & Victor, C. (2021). The role of social capital in participatory arts for wellbeing: Findings from a qualitative systematic review. *Arts & Health*, 13(2), 134-157.
- Dietz, G., & Hartog, D. N. (2006). Measuring trust inside organizations. *Personnel Review*, 35(5), 557-588. <https://doi.org/10.1108/00483480610682299>
- Du, J., Wang, C., Zhou, M., Xu, J., Fan, X., & Lei, S. (2018). Group trust, communication media, and interactivity: Toward an integrated model of online collaborative learning. *Interactive Learning Environments*, 26(2), 273-286.
- Ebrahimzadeh, S., Sharifabadi, S. R., Kamran, M. K. A., & Dalkir, K. (2020). Triggers and strategies related to the collaborative information-seeking behaviour of researchers in ResearchGate. *Online Information Review*.
- Ertürk, A. (2008). A trust-based approach to promote employees' openness to organizational change in Turkey. *International Journal of Manpower*, 29(5) 462-483. <https://doi.org/10.1108/01437720810888580>
- Fardous, J., & Du, J. T. (2019). Characteristics of collaborative information seeking activities





during group trip planning: A preliminary study. *Proceedings of the Association for Information Science & Technology*, 56(1), 648-650. <https://doi.org/10.1002/pra2.119>.

- Ford, R. C., Piccolo, R. F., & Ford, L. R. (2017). Strategies for building effective virtual teams: Trust is key. *Business Horizons*, 60(1), 25–34.
- Gholamhoseinzadeh, Z., & Erfanmanesh, M. (2014). Collaborative information seeking behavior: Concepts and theories. *Human Information Interaction*, 1(2), 125-136. (in Persian)
- Granikov, V., El Sherif, R., Bouthillier, F., & Pluye, P. (2021). Factors and outcomes of collaborative information seeking: A mixed studies review with a framework synthesis. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 73(4), 542-560.
- Heidarabadi, A. (2010). Social trust and socio-cultural factors affecting it (a case study of 20-29-year-old youth in Mazandaran province). *Sociological studies of youth*, 1(1), 39-66. (in Persian)
- Kang, J. H. (2019). Lonely Collaborative Information Behavior (CIB) of Youth. *iConference 2019 Proceedings*, iSchools, <https://doi.org/10.21900/iconf.2019.103324>
- Leeder, C., & Shah, C. (2016). Collaborative information seeking in student group projects. *Aslib Journal of Information Management*, 68(5), 526-544. <http://dx.doi.org/10.1108/AJIM-12-2015-0190>.
- Levi, M., & Stoker, L. (2000). Political trust and trustworthiness. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 475-507.
- McAllister, D. J. (1995). Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations, *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.
- Mohseni-Tabrizi, A., Moidfar, S., & Golabi, F. (2011). Generational approach to examine the social trust among different generations. *Journal of Applied Sociology*, 22(1), 41-70. (in Persian)
- Morris, M. R. (2008). A survey of collaborative web search practices. In *Proceedings of ACM SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1657-1660). Florence, Italy.
- Ng, K. Y., & Chua, R. Y. J. (2006). Do I contribute more when I trust more? Differential effects of cognition- and affect-based trust. *Management and Organization Review*, 2(1), 43–66.
- Pinxten, W., & Lievens, J. (2014). The importance of economic, social and cultural capital in understanding health inequalities: Using a Bourdieu-based approach in research on physical and mental health perceptions. *Sociology of health & illness*, 36(7), 1095-1110.
- Savolainen, R. (2017). Contributions to conceptual growth: The elaboration of Ellis's model for information-seeking behavior. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 3(68), 594–608.
- Seleim, A., & Bontis, N. (2009), The relationship between culture and corruption: a cross-national study, *Journal of Intellectual Capital*, 10(1) 165-184. <https://doi.org/10.1108/14691930910922978>
- Shah, C. (2010). Collaborative information seeking: A literature review. *Advances in librarianship*, 32(3), 3-33. http://comminfo.rutgers.edu/~chirags/papers/Shah_AIL_2010.pdf
- Shah, C., Caprab, R., & Hansenc, P. (2017), Research agenda for social and collaborative information seeking. *Library and Information Science Research*, 39(2), 140–146. <http://dx.doi.org/10.1016/j.lisr.2017.03.005>
- Tian, Q., Li, X., Yu, S., & Li, X. (2014) The trustworthiness of online reference group and participation behavior of crowd in crowdsourcing e-market. *WHICEB 2014 Proceedings*.
- Tortosa, M. I., Lupi_a~nez, J., & Ruz, M. (2013). Race, emotion and trust: An ERP study. *Brain Research*, 1494(4), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.brainres.2012.11.037>
- Wei, W., Munteanu, C., & Halvey, M. (2022). Partners in life and online search: investigating older couples' collaborative information seeking. In *Proceedings of the 2022 ACM SIGIR Conference on Human Information Interaction and Retrieval (CHIIR '22)*.
- Whitener, E. M., Brodt S. E., Korsgaard, M. A., & Werner, J. M. (1998). Managers as initiators of trust: An exchange relationship framework for understanding managerial trustworthy behavior. *Academy of Management Review*. 23(3), 513–530.
- Wu, C. H., Hwang, G. J., & Kuo, F. R. (2014). Collab-Analyzer: An environment for conducting web-based collaborative learning activities and analyzing students' information-searching behaviors. *Australasian Journal of Educational Technology*, 30(3), 356-374.
- Wu, D., Liang, S., & Yu, W. (2018). Collaborative Information Searching as Learning in Academic Group Work. *Aslib Journal of Information Management*, 70(1), 2-27. <https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2017-0063>

■ Yang, K. (2006). Trust and citizen involvement decisions: Trust in citizens, trust in institutions, and propensity to trust. *Administration & Society*, 38(5), 573-595.

■ Ye, E. M., Du, J. T., Hansen, P., Ashman, H., Sigala, M., & Huang, S. S. (2021). Understanding roles in collaborative information behaviour: a case of Chinese group travelling. *Information Processing & Management*, 58(4), 102581.

■ Yilmaz, C., & Kabadayi, E. T. (2006). The role of monitoring in interfirm exchange: Effects on partner unilateral cooperation. *Journal of Business Research*, 59(12), 1231-1238.

■ Zare, Z., Mirzabeigi, & M., Sotudeh, H. (2022). The effect of trust on collaborative information seeking behavior of postgraduate students of Shiraz University. *Librarianship and Information Organization Studies*. <https://dx.doi.org/10.30484/na3info.2022.3221.2157>. (in Persian)

■ Zeinali, V., & S. Mahdavi, M. (2014). Triggers and barriers of collaborative information behavior (CIB) among physicians: A qualitative study. *Human Information Interaction*, 1(2), 105-117. (in Persian)

