

The Effective Components of Women's Information Environments in Sharing Information

Shahrzad Nasrollahzadeh¹  Safiyeh Tahmasebi Limooni² 
Mitra Ghiasi³ 



Abstract

Purpose: Understanding the information environment and the extent of its utilization in sharing information is highly effective in strengthening the most commonly used channels for information dissemination. Informal communication plays a crucial role in scientific relationships, and women, as a social group holding a dignified position in society, often rely on informal information channels to meet their information needs. Therefore, it is important to examine the information environments of women. The objective of this research was to analyze the key components of women's information environments, in terms of sharing information, using the grounded theory.

Method: The current research method was developmental and has been conducted using a qualitative approach and the foundational data theory. The statistical population of the study consists of 26 female experts in information science and librarianship who are employed as professors or work in one of the country's library centers at a university and have been selected by purposive sampling (snowball sampling). The data were collected through interviews with them and were analyzed through three stages: open coding, axial coding, and selective coding. The paradigmatic pattern, including causal conditions, the main phenomenon, contextual conditions, interventionists, main strategies, and environmental consequences of women's information environments in sharing information, was designed based on them. The interview tool was validated using the respondent method, and the tool's reliability was measured using the double coding method.

Findings: The findings indicate that 18 main and 48 sub-components have been identified in 6 categories for women's information environments and sharing information behavior, including: causal factors with 7 main components (friendliness, personal tendency, individual and personality compatibility, personal interests, environmental compatibility, ethical compatibility, scientific motivation) and 18 sub-components; contextual factors with 3 main components (social interaction, environmental factors, temporal factors) and 7 sub-components; intervention factors with 4 main components (social motivation, ethical motivation, cultural motivation, political motivation) and 10 sub-components; strategic factors with 1 main component (information sharing method) and 3 sub-components; outcome factors with 2 main components (acquiring knowledge, sharing information and knowledge) and 8 sub-components; and the main phenomenon (exploring the information environment of women with an emphasis on their information sharing behavior) with 2 sub-components.

Conclusion: This model, which is derived from the opinions and views of experts in information science and science in the country, specifies that strengthening the information environment for women requires solutions in the field of their information-sharing behavior. Its results, in scientific, educational, cultural, and social institutions, especially universities and organizations in charge of scientific and cultural policies, will have an important and special application in improving the information-seeking behavior and information-sharing behavior of women, and as a result, the development and progress of information science and scientific development of Iran.

Keywords

Information Environments, Information Sharing, Women Information, Grounded Theory

Citation: Nasrollahzadeh, Sh., Tahmasebi Limooni, S., & Ghiasi, M. (2024). The Effective Components of Women's Information Environments in Sharing Information. *Librarianship and Information Organization Studies*, 35(1): 151-182.

Doi:10.30484/NASTINFO.2024.3478.2238

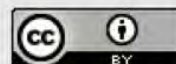
Article Type: Research Article

Article history:

Received: 25 Aug. 2023

Accepted: 14 Jan. 2024

1. Ph.D. Candidate in Knowledge and Information Science, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran
sh.nasrollahzadeh@gmail.com
2. Associate Professor of Knowledge and Information Science Group, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran (Corresponding Author)
satahmasebi2@gmail.com
3. Associate Professor of Knowledge and Information Science Group, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran
mighiasi@gmail.com



Publisher: National Library and Archives of I.R. of Iran
© The Author(s).

مؤلفه‌های اثرگذار محیط‌های اطلاعاتی زنان در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات

شهرزاد نصراله‌زاده^۱ | صفیه طهماسبی لیمونی^۲ | میترا قیاسی^۳

چکیده

هدف: شناخت نوع محیط اطلاعاتی و میزان استفاده از آن‌ها در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در تقویت مجراهای اطلاعاتی پراستفاده بسیار مؤثر است. از آنجایی که ارتباطات غیررسمی دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای در روابط علمی است و زنان به عنوان یکی از گروه‌های اجتماعی که در موقعیت منزلتی جامعه، بیشتر نیازهای اطلاعاتی خود را از طریق مجراهای غیررسمی اطلاعات برطرف می‌کنند، لازم است محیط‌های اطلاعاتی زنان مورد بررسی قرار گیرد. بر همین اساس، هدف پژوهش حاضر، واکاوی مؤلفه‌های اثرگذار محیط‌های اطلاعاتی زنان در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات با استفاده از نظریه داده‌بنیاد است.

روش: روش پژوهش حاضر از نوع توسعه‌ای است که با رویکرد کیفی و با به‌کارگیری روش نظریه داده‌بنیاد انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر، از ۲۶ نفر از زنان شاغل در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی در یکی از دانشگاه‌های کشور در مقام استاد و یا شاغل در یکی از مراکز کتابخانه‌های کشور تشکیل شده است، که به روش نمونه‌گیری هدفمند (گلوله برفی) انتخاب شده‌اند. داده‌ها از طریق مصاحبه با آن‌ها جمع‌آوری و طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی تجزیه و تحلیل شدند. در نهایت بر اساس آن‌ها الگوی پارادایمی شامل شرایط علی، پدیده اصلی، شرایط زمینه‌ای، مداخله‌گرها، راهبردهای اصلی و پیامدهای محیط‌های اطلاعاتی زنان در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات طراحی شد. برای سنجش روایی ابزار مصاحبه از روش پاسخگو و برای سنجش پایایی ابزار از روش دو کدگذاری استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد برای محیط‌های اطلاعاتی زنان و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات ۱۸ مقوله اصلی و ۴۸ مقوله فرعی در ۶ طبقه شناسایی شدند که عبارتند از: طبقه عوامل علی با ۷ مقوله (نوع دوستی، تمایل شخصی، تناسب فردی و شخصیتی، علائق فردی، تناسب محیطی، تناسب اخلاقی و انگیزه‌های علمی) و ۱۸ خرده مقوله؛ طبقه عوامل زمینه‌ای با ۳ مقوله (تعامل اجتماعی، عوامل محیطی و عوامل زمانی) و ۷ خرده مقوله؛ طبقه عوامل مداخله‌گر با ۴ مقوله (انگیزه‌های اجتماعی، انگیزه‌های اخلاقی، انگیزه‌های فرهنگی و انگیزه‌های سیاسی) و ۱۰ خرده مقوله؛ طبقه عوامل راهبردی با ۱ مقوله (نحوه اشتراک اطلاعات) و ۳ خرده مقوله؛ طبقه عوامل پیامد با ۲ مقوله (کسب آگاهی و اشتراک اطلاعات و دانش) و ۸ خرده مقوله؛ و طبقه پدیده اصلی (واکاوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات) با ۲ خرده مقوله.

نتیجه‌گیری: این الگو که برآمده از نظرات و دیدگاه‌های متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی در کشور است، مشخص می‌کند که تقویت محیط‌های اطلاعاتی برای زنان، نیازمند چه راه‌کارهایی در زمینه به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات آنان است. نتایج آن، در نهادهای علمی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی و به خصوص دانشگاه‌ها و سازمان‌های متولی سیاست‌گذاری‌های علمی و فرهنگی، کاربرد مهم و ویژه‌ای در ارتقاء رفتار اطلاع‌یابی و رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان و در نتیجه توسعه و پیشرفت علم اطلاع‌رسانی و توسعه علمی کشور خواهد داشت.

کلیدواژه‌ها

محیط‌های اطلاعاتی، اشتراک‌گذاری اطلاعات، اطلاعات زنان، نظریه داده بنیاد

۱. دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران
sh.nasrollahzadeh@gmail.com

۲. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران (نویسنده مسئول)
sa.tahmasebi2@gmail.com

۳. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران
mighiasi@gmail.com

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

فصلنامه مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۳۵ (۱)، بهار ۱۴۰۳



مقدمه

آگاهی از شیوه‌هایی که افراد برای بیان و رفع نیازهای اطلاعاتی خود برمی‌گزینند، همواره مورد توجه پژوهشگران علم اطلاعات و مراکز اطلاع‌رسانی بوده است. بیشتر تحقیقات حوزه اطلاع‌یابی انسان به اطلاع‌یابی در بستر شغل، پژوهش، تحصیل، یا دانشگاه متمرکز است، در حالی که بیشتر تلاش‌های انسان به هنگام جست‌وجوی اطلاعات، برای اهداف غیرمرتبط با شغل و غیرمرتبط با تحصیل و دانشگاه صرف می‌شود. این نوع اطلاع‌یابی موسوم به اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس^۱) است (Spink et al, 2008). وقتی افراد در محیط اطلاعاتی گرد هم می‌آیند، آن‌ها عملاً در تعامل اجتماعی و گفت‌وگو درباره زندگی و کلیات و شرایط خاصی شرکت می‌جویند که منجر به یافتن غیرمترقبه و گاه هدفمند اطلاعات و اشتراک رسمی و غیررسمی اطلاعات در مورد موضوعات گوناگون می‌شود (پرهام‌نیا، ۱۴۰۰).

در بستر محیط‌های اطلاعاتی، منابع رسمی اطلاعات، محمل‌هایی را گویند که ماحصل پژوهش و تحقیق و تولیدات علمی است و با هدف ارتقای سطح دانش تخصصی افراد و گروه‌ها به شکل چاپی و الکترونیکی انتشار می‌یابند (جلالی‌دیزجی و همکاران، ۱۳۹۸). بر این اساس، کتاب‌ها، مجلات، چکیده‌نامه‌ها، نمایه‌نامه‌ها، پایان‌نامه‌ها، پایگاه‌های اطلاعاتی (اعم از متن کامل یا کتابشناختی و منابع دیداری شنیداری و مجازی) همگی در این دسته جای می‌گیرند. از منابع غیررسمی اطلاعات نیز، به منابع شفاهی یا منابع شخصی تعبیر شده است. در این شکل از منابع، کاربران، اطلاعات مورد نیاز خود را به شیوه شفاهی و عمدتاً در تعامل با

1. Everyday Life Information Seeking (ELIS)

دیگر افراد به دست می‌آورند. ارتباط با دوستان یا خویشاوندان، گروه همکاران، شرکت در همایش‌های تخصصی، در زمره این موارد هستند و محیط‌های اطلاعاتی بیشتر با منابع غیررسمی کسب اطلاعات سروکار دارند (بیگدلی و پورموسوی، ۱۳۹۶).

رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات از مفاهیم مهم و قابل توجه در حوزه رفتار اطلاع‌یابی است. این مسئله که آیا سطح برخورداری از رفتار اشتراک اطلاعات افراد در انتخاب محیط اطلاعاتی مورد استفاده آن‌ها تأثیر می‌گذارد یا نه، موضوعی قابل تأمل است و می‌تواند منجر به شناخت بیشتر چگونگی جست‌وجو و دسترسی به اطلاعات شود و الگوی مفیدی را در این زمینه فراهم آورد (Kim & Lee, 2013). دانش افراد و گروه‌ها را شکل خاصی از دانش ذکر می‌کنند که می‌تواند تحت شرایط خاص به اشتراک گذاشته شود و موفقیت سازمان/گروه را به همراه آورد. به بیان دیگر، از نظر آنان این دانش حیاتی و مهم هنگامی به جریان می‌افتد که افراد تمایل به همکاری و اشتراک اطلاعات داشته باشند و افزون بر آن تمهیدات و سازوکارهای مؤثر نیز توسط گروه در این رابطه فراهم شود. اعضای گروه تمایل دارند که دانش خود را از طریق محیط‌های رسمی و غیررسمی و ارتباطات الکترونیکی و مجازی با سایرین به اشتراک بگذارند و این امر سرعت در یادگیری و رشد دانش را به همراه دارد (Etemadi et al., 2022). رفتار فردی که هر نوع دانشی را به اشتراک گذارد و آن را انتقال دهد غیر طبیعی است، زیرا افراد از دانش خود به عنوان منابع ارزشمند و قابل توجه برای رقابت با دیگران استفاده می‌کنند. تدوین خط مشی مدیریت دانش امری حیاتی است، زیرا انتقال دانش را تقویت می‌کند. به اشتراک‌گذاری اطلاعات پدیده‌ای اجتماعی است که روابط بین افراد و تعاملات اجتماعی را در بر می‌گیرد. احتمالاً عواملی می‌تواند قصد و نیت شخصی افراد را تحت تأثیر قرار دهد تا آن‌ها دانش خود را به اشتراک بگذارند (اناری و همکاران، ۱۳۹۲).

شناخت و تعیین نوع محیط اطلاعاتی و میزان استفاده آن‌ها در رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات در تقویت مجراهای اطلاعاتی پراستفاده بسیار مؤثر است (مرادی و بهرامی‌نیا، ۱۳۹۹). محیط‌های اطلاعاتی، مکان‌هایی هستند که افراد در آن‌ها به تبادل اطلاعات می‌پردازد (Counts & Fisher, 2010). بخش زیادی از اطلاعاتی که دریافت می‌کنیم در بافت با زمینه اجتماعی و در قالب تعامل با افراد آشنا و اعضای خانواده و دوستانمان حاصل می‌شود (Fisher et al., 2007). در شرایط کنونی انسان‌ها بدون آن که خواسته باشند هر لحظه با

محیط‌های اطلاعاتی^۱ رسمی و غیررسمی درگیر هستند و در این راستا، افراد، اطلاعاتی را در اختیار دیگران قرار می‌دهند و اطلاعاتی را از دیگران کسب می‌کنند. در حقیقت نوعی بده بستان اطلاعاتی بین افراد در محیط‌های زندگی آن‌ها اتفاق می‌افتد. بنابراین، بخش مهمی از تبادل اطلاعات میان فردی در محیط‌های اطلاعاتی اتفاق افتد (سهرابی و رشیدی، ۱۳۹۴).

اولویت‌یابی موضوعات پژوهشی در حوزه‌های گوناگون علم از جمله مواردی است که در حوزه علوم پایه و نیز علوم انسانی در ایران به فراخور مطرح شده است، درحالی‌که در حوزه پژوهش و مطالعات زنان جای خالی آن به‌شدت محسوس است. با وجود پژوهش‌ها و مطالعات انجام‌شده ذیل حوزه مطالعات زنان و نیز پژوهش‌های جسته و گریخته در سایر حوزه‌های علوم اجتماعی، مشخص نیست این پژوهش‌ها حول چه محورهایی انجام شده و چه پرسش‌هایی همچنان بی‌پاسخ مانده‌اند. به‌عبارت‌دیگر، چه موضوعاتی همچنان مسئله علوم اجتماعی زنان است و با اتخاذ رویکرد سیاست‌گذارانه، چه حیطه‌هایی از این علم همچنان مغفول مانده. حال آن‌که اشراف مطالعاتی بر آنها موجبات سیاست‌گذاری‌های کارآمد و مؤثرتر را در پی دارد (شفیعی، ۱۳۹۴). از طرفی دیگر، امروزه مشارکت حداکثری زنان در جامعه جهت دستیابی به توسعه در همه ابعاد، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. چراکه موقعیت زنان در هر جامعه به‌شدت تحت تأثیر شرایط و سطوح مختلف توسعه در کشورها است. زنان در سراسر جهان نقش تعیین‌کننده در اداره امور خانواده و جامعه دارند و برای تسریع روند تغییر و تحقق اهداف توسعه پایدار در جامعه مسئولیت بسیار جدی و مهمی بر عهده دارند. زنان نخست باید به اهمیت و تأثیر خود آشنا شوند و بکوشند مدیریت ایجاد تغییر را فراهم کنند و با ایجاد تغییر درون‌زا به تغییر محیط برونی خویش بپردازند (نصرت‌طلب حقی، ۱۳۹۹). شناخت محیط‌های اطلاعاتی و رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات آنان مهم‌ترین شاخص در ایجاد موقعیت مناسب توسعه برای زنان است که در نهایت می‌تواند به توسعه پایدار بینجامد. بنابراین لازم است محیط‌های اطلاعاتی زنان مورد بررسی قرار گیرد. چرا که شناسایی این محیط‌ها پایه استواری برای برنامه‌ریزی و ایجاد تغییرات در نوع و نحوه ارائه سیاست‌گذاری‌های کلان با هدف دستیابی زنان به شایستگی‌های منزلتی است و همچنین می‌تواند راهگشایی برای بهینه‌سازی محیط‌های اطلاعات باشد (عباسی

1. information environment

و همکاران، ۱۳۹۸).

از این رو هدف مطالعه حاضر، کشف مؤلفه‌های اثرگذار محیط‌های اطلاعاتی زنان در به اشتراک‌گذاری اطلاعات با روش داده‌بنیاد است و بر مبنای اهداف پژوهش نیز، پژوهشگران به سؤال‌های پژوهشی پاسخ دادند.

پیشینه پژوهش

Ali (2021) در پژوهش خود با عنوان «عوامل مؤثر بر تسهیم دانش در بین دانشجویان مقطع کارشناسی»، هدف از این مطالعه را بررسی تأثیر اعتماد و نگرش و فناوری ارتباطات و اطلاعات بر اشتراک دانش در بین دانشجویان مقطع کارشناسی اعلام کرد. نتایج نشان داد که هر سه متغیر اعتماد و نگرش و فناوری ارتباطات و اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری بر تسهیم دانش در بین دانشجویان مقطع کارشناسی دارند. با این حال، اعتماد نشان داده شده حیاتی‌ترین عاملی است که باعث افزایش اشتراک دانش در بین دانشجویان می‌شود. دانشگاه باید فرهنگ تسهیم دانش را در بین دانشجویان بهبود بخشد تا بهره‌وری و دانش آن‌ها افزایش یابد. در مطالعه Rese et al. (2021) که به بررسی «عوامل مؤثر بر اشتراک دانش و عملکرد خلاقانه اعضا در فضاهای کاری» پرداخته شد، مشخص شد نگرش به اشتراک دانش^۱ و رفتار به اشتراک‌گذاری واقعی در فضاهای کار اشتراکی^۲ خلاقیت همکاران را بهبود می‌بخشد. رفتار و نگرش در تأثیر مثبت، بسته به سطح جهت‌گیری همکاری، متفاوت است. علی‌رغم وجود فضای مطلوب، جهت‌گیری مشارکتی کمتر باعث می‌شود اشتراک دانش رتبه کمتری داشته باشد. تعهد جامعه بیشترین تأثیر مثبت را بر رفتار اشتراک دانش نشان داد. برای توسعه جامعه، فضاهای کار اشتراکی باید تفاوت‌های موجود در رفتار اشتراک دانش پایگاه مشتریان همکاران خود را برای پرورش خلاقیت در نظر بگیرند. یافته‌های پژوهش Fullwood & Rowley (2017) با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر اشتراک دانش در بین دانشگاهیان بریتانیا»، نشان داد که به طور کلی، باورهای فردی در بین دانشگاهیان بیشتر از فرهنگ سازمانی بر نگرش‌های تسهیم دانش آن‌ها تأثیرگذار بوده است. علاوه بر این، رهبری تأثیرگذارترین عامل در فرهنگ کلی سازمانی بود، در حالی که استقلال، ضعیف‌ترین رابطه را نشان داد. اعتقاد به امکان پاداش

1. knowledge sharing (KS)
2. coworking spaces (CWS)

از طریق انجمن‌ها، عامل فردی بسیار مهم است. (Arpaci & Baloğlu (2016) نیز در پژوهشی که به بررسی تأثیر اشتراک فرهنگی بر اشتراک دانش در بین دانشجویان دوره کارشناسی رشته فناوری اطلاعات کشور ترکیه با استفاده از نظریه عمل مستدل، پرداختند، اولاً نظریه عمل مستدل را تأیید کردند، ثانیاً نشان دادند که تمایلات رفتاری به طور پیوسته توسط نگرش و هنجارهای ذهنی پیش‌بینی می‌شود.

در ایران نیز محرابی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به مؤلفه‌های اثرگذار شبکه‌های اجتماعی در اشتراک دانش از دیدگاه خبرگان پرداختند: مؤلفه سودمندی و کارکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارای ۲۹ گویه که مهم‌ترین آن‌ها گویه اشتراک اطلاعات است؛ مؤلفه مشکلات و چالش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارای ۲۶ گویه که مهم‌ترین گویه آن فیلترینگ و قطعی دسترسی به بعضی از شبکه‌های اجتماعی است؛ مؤلفه هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارای ۵۷ گویه که از میان آن‌ها گویه سرعت انتشار و انتقال اطلاعات به عنوان مهم‌ترین گویه است؛ مؤلفه افزایش مهارت‌های افراد در استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارای ۸ گویه که مهم‌ترین آن گویه برگزاری کارگاه‌های آموزشی استفاده از شبکه‌های علمی است؛ مؤلفه اعتماد به شبکه‌های اجتماعی دارای ۶ گویه که مهم‌ترین گویه، گویه اعتماد به صحت اطلاعات اشتراک‌گذاری شده در شبکه‌های اجتماعی بوده است. از میان مؤلفه‌های شناسایی‌شده، اثرگذارترین مؤلفه شبکه اجتماعی در اشتراک دانش، مؤلفه افزایش مهارت‌های افراد در استفاده از شبکه‌های اجتماعی است که نسبت به مؤلفه‌های دیگر باید به آن توجه بیشتری صورت گیرد. پژوهش نارمنجی و همکاران (۱۳۹۹) نیز، که به بررسی رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام و تلگرام و واتساپ پرداختند، نشان داد که دانشجویان بیشتر از حد متوسط، به اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد بررسی اقدام کردند. بین رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان زن و مرد و دانشجویان حوزه‌های تحصیلی مختلف در این شبکه‌ها تفاوت معناداری نیافتند، اما بین رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان مقاطع تحصیلی مختلف تفاوت معناداری مشاهده شد. همچنین، عدم توجه به رفتارهای اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب نقصان در توانایی ایشان در استفاده از ابزارهای ارتباطی علمی خواهد شد که این مسئله می‌تواند عقب‌ماندگی علمی جامعه ایران را در زمان حاضر به دنبال داشته باشد. المیر و سلامی (۱۳۹۸) هم در زمینه سنجش عوامل مؤثر بر اشتراک دانش کارکنان آرشو ملی ایران، به روش پیمایشی توصیفی، با استفاده از پرسشنامه از

جامعه آماری ۲۴۸ نفری کارکنان آرشیو ملی، نشان دادند که روش‌های اشتراک دانش تأثیر مثبت بر تمایل به اشتراک دانش و رفتار اشتراک دانش دارد. همچنین «کمک هم‌تایان» و «کنفرانس و گردهمایی» و «کار تیمی» روش‌های مورد علاقه و «سمینار» و «اجتماعات کاری» روش‌های کمتر مورد علاقه کارکنان آرشیو ملی ایران برای اشتراک دانش هستند. روش‌های مورد علاقه اشتراک دانش در بین کارکنان به عنوان یکی از عوامل کلیدی و مهم در بروز رفتار اشتراک دانش، نقش ایفا می‌کند. به نحوی که تأمین این عامل می‌تواند به بروز رفتار اشتراک دانش یاری رساند. بنابراین، به‌کارگیری روش‌های مورد علاقه کارکنان در اشتراک دانش، بهتر می‌تواند به بروز رفتار اشتراک دانش منجر شود. در پژوهش عباسی و همکاران (۱۳۹۸) نیز که به نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین و نقش آن‌ها در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات سلامت در میان زنان باردار شهر کرمان اشاره شد، نتایج نشان داد اکثریت زنان باردار از شبکه‌های اجتماعی آنلاین استفاده می‌کردند که استفاده اکثر آن‌ها نیز به صورت روزانه بود. بیش از نیمی از آن‌ها از اطلاعات مرتبط با سلامت و مراقبت‌های دوران بارداری به‌اشتراک گذاشته‌شده در این شبکه‌ها استفاده کردند و بیش از دو سوم آن‌ها استفاده از این شبکه‌ها را مفید دانستند. براساس نتایج این مطالعه، میزان نفوذ شبکه‌های اجتماعی آنلاین در میان زنان باردار شهر کرمان زیاد است. در صورتی که اطلاعات صحیح و مناسب و قابل اعتماد در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به اشتراک گذاشته شود، این شبکه‌ها می‌توانند بستر مناسبی برای بهبود سطح آگاهی و دانش و سواد سلامت زنان باردار و تبادل اطلاعات و تجربیات میان آن‌ها را فراهم آورند.

در جمع‌بندی کلی از پژوهش‌های صورت‌گرفته در داخل و خارج از کشور، خلأ تحقیقاتی در زمینه اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی دیده شد و این نتیجه حاصل شد که اشتراک‌گذاری اطلاعات موضوعی متغیر است و تحت تأثیر شرایط محیطی مختلف قرار می‌گیرد. اطلاعات ممکن است در سطوح متفاوتی در محیط‌های عمومی و خصوصی، زمینه‌های کاری و غیرکاری، توسط افراد مختلف یا حتی با تکیه بر محتوای مورد درخواست به اشتراک گذاشته شود. بنابراین، شناخت و تعیین نوع محیط اطلاعاتی و میزان استفاده از آن‌ها از رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در تقویت مجراهای اطلاعاتی بسیار مؤثر است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استعانت از نظریه داده‌بنیاد انجام گرفته است. راهبرد

پژوهشی داده‌بنیاد، روشی نظام‌مند و کیفی برای خلق نظریه‌ای است که در سطحی گسترده، به تبیین فرایند کنش یا کنش متقابل موضوعی با هویت مشخص می‌پردازد (Creswell, 2012). جامعه آماری پژوهش از زنان شاغل در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی تشکیل شده که با توجه به شناسایی از طرف محققان (دارای مدارک تحصیلی کارشناسی ارشد و دکترا (دانشجوی دکترا) در یکی از شاخه‌های علم اطلاعات و دانش‌شناسی) و شاغل در یکی از دانشگاه‌های کشور به عنوان استاد و یا شاغل در یکی از مراکز کتابخانه‌های کشور بوده‌اند، انتخاب شدند. در انتخاب افراد جهت مصاحبه، تلاش شد تا از افرادی دعوت به مصاحبه شود که تا حدودی از نظر تجربه کاری و میزان تحصیلات و همچنین فعالیت‌های علمی در یک سطح تقریباً مشابه قرار گرفته باشند. لذا بر این اساس، از تعداد ۳۸ نفر داوطلب به عنوان جامعه آماری، تعداد ۲۶ نفر از زنان به عنوان حجم نمونه به صورت هدفمند و زنجیره‌ای (گلوله‌برفی) انتخاب شدند (جدول ۱). ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش بر اساس روش کدگذاری نظری برگرفته از روش نظریه استراس و کربین^۱ (۱۳۸۷) انجام گرفته است. با استناد به رهیافت نظام‌مند و به منظور به دست آوردن داده‌های مورد نیاز جهت تبیین الگو - پارادایم و دستیابی به نظریه نهایی، مصاحبه‌های انجام‌شده طی سه مرحله کدگذاری (کدگذاری باز^۲، کدگذاری محوری^۳ و کدگذاری انتخابی^۴) انجام و سپس کدها و محورهای اساسی شناسایی شدند. فرایند انجام نظریه بنیادی در این پژوهش در قالب ابعاد الگو - پارادایم، به شرح زیر است (استراس و کربین، ۱۳۸۷):

۱- پدیده^۵: این مقوله (پدیده) همان برجستگی مفهومی است که برای چارچوب یا طرح به‌وجودآمده در نظر گرفته می‌شود. بر اساس الگو - پارادایم، پدیده به عنوان طبقه محوری در الگوی پژوهش در نظر گرفته می‌شود.

۲- شرایط علی^۶: آنچه باعث ایجاد و شکل‌گیری پدیده یا طبقه محوری می‌شود شرایط علی نام دارد. این شرایط را مجموعه‌ای از عوامل به همراه ویژگی‌هایشان تشکیل می‌دهند.

1. Strauss & Corbin
2. open coding
3. axial coding
4. selective coding
5. phenomenon
6. causal conditions

۳- شرایط زمینه‌ای^۱: به مجموعه‌ای از مفاهیم یا طبقه‌ها یا متغیرها شرایط زمینه‌ای گویند که بر کنش‌ها و تعاملات تأثیر می‌گذارند. شرایط زمینه‌ای در برابر شرایط علی قرار دارد که مجموعه‌ای از متغیرهای فعال است.

۴- شرایط مداخله‌گر^۲: شرایط مداخله‌گر شرایط ساختاری هستند که مداخله سایر عوامل را تسهیل یا محدود می‌کنند و کنش‌ها و تعاملات از آن‌ها متأثر می‌شوند.

۵- راهبردها^۳: به کلیه اقدامات خرد و کلان گفته می‌شود که در راستای کمک به بهبود و تقویت شکل‌گیری فرآیند مورد بررسی می‌پردازند.

۶- پیامدها^۴: برخی از متغیرها بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ راهبردها به وجود می‌آیند.

ابتدا رمزهای مناسب به بخش‌های مختلف داده‌ها اختصاص یافت (رمزگذاری باز). سپس محققان با اندیشیدن در مورد ابعاد متفاوت این مقوله‌ها و یافتن پیوندهای میان آن‌ها به رمزگذاری محوری اقدام کردند. در جریان این رمزگذاری‌ها محققان با استفاده از نمونه‌برداری نظری و با توجه به مفاهیم پدیدارشنده از دل داده‌ها به گردآوری داده‌ها در مورد افراد و رخدادها و موقعیت‌های مختلف پرداختند، که تصویر غنی‌تری از مفاهیم و مقوله‌های حاصل فراهم کرد. درنهایت با رمزگذاری انتخابی، مقوله‌ها پالایش و چارچوب نظری پژوهش پدیدار شد.

جدول ۱- مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	سطح تحصیلات	فراوانی
۱	کارشناسی ارشد	۶
۲	دکتر	۱۴
۳	دانشجوی دکتری	۶
ردیف	شغل	فراوانی
۴	هیئت علمی	۱۲
۵	محقق	۵
۶	کارمند	۹

1. context
2. intervening conditions
3. strategies
4. consequences

برای سنجش روایی ابزار مصاحبه از روش روایی پاسخگو استفاده شد. در روایی پاسخگو، صحت داده‌های به‌دست‌آمده از طریق پاسخگوها بررسی می‌شود و در آن پژوهشگر بازگشتی به شرکت‌کنندگان خواهد داشت تا بتواند با توجه به تأیید صحت داده‌ها، نظریه در حال تکوین را اصلاح کند (ابوالمعالی، ۱۳۹۱). برای محاسبه پایایی از دو روش پایایی حاصل از دو کدگذار و پایایی بازآزمون استفاده شده است. در پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌ها، پنج مصاحبه انتخاب شد و هر کدام از آن‌ها در فاصله زمانی کوتاه و مشخص دو بار کدگذاری شدند. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی با هم مورد قیاس قرار گرفتند. کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند با عنوان «تطابق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم تطابق» مشخص می‌شوند. در ادامه بر اساس کدگذاری‌ها و بنا به درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود، پایایی محاسبه شد. برای کدگذاری داده‌ها از نرم‌افزار مکس کیودا^۱ استفاده شد.

یافته‌ها

همان‌طور که بیان شد کدگذاری داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها طی سه مرحله کدگذاری باز و محوری و انتخابی انجام شد. نمونه‌هایی از نتایج حاصل از کدگذاری مصاحبه‌ها در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول ۲- نمونه‌ای از گزاره‌های کلامی شناسایی شده در خصوص محیط‌های اطلاعاتی زنان و رفتار اشتراک اطلاعات آنان

ویژگی‌ها	مقوله‌ها	خرده مقوله‌ها	مفاهیم (کدگذاری اولیه)	گزاره‌ها (نمونه جملات مصاحبه‌ها)
۱، ۳، ۴	تمایل، شخصی، نوع‌دوستی، تناسب	همدلی، همدردی، تناسب فردی، مباحث مورد	پردازش و انتشار اطلاعات	منظور از محیط اطلاعاتی، مکان یا مکان‌هایی است که مجموعه‌ای از افراد یا سازمان‌ها در آن قرار دارند و سامانه‌هایی را برای جمع‌آوری یا پردازش انتشار اطلاعات آماده می‌کنند.

1. MAXQDA

ویژگی‌ها	مقوله‌ها	خرده مقوله‌ها	مفاهیم (کدگذاری اولیه)	گزاره‌ها (نمونه جملات مصاحبه‌ها)
فردی و شخصیتی، علائق فردی، تناسب اخلاقی، تناسب محیطی و انگیزه‌های علمی		علاقه، تناسب محیطی، و علائق فردی و....	تبادل تجربه و اطلاعات	محیط اطلاعاتی، محیطی است که یک فرد با فرد یا افراد دیگر به تبادل اطلاعات می‌پردازد و چیزی را که درباره آن شنیده‌اند یا خوانده‌اند یا تجربه کردند در اختیار همدیگر می‌گذارند.
			محل گفت‌وگو بین افراد	محیط اطلاعاتی به محل‌های گپ و گفت بین دو نفر یا چند نفر گفته می‌شود که در آن محل‌ها افراد درباره موضوعات مختلفی صحبت می‌کنند.
			مکان‌های علمی	محیط اطلاعاتی به مکان‌های علمی اعم از کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی و دانشگاه‌ها اطلاق می‌شود که در آن‌ها فعالیت‌های علمی اتفاق می‌افتد.
عوامل راهبردی	نحوه اشتراک اطلاعات	طرح مستقیم مباحث، طرح غیرمستقیم مباحث، استفاده از شبکه‌های اجتماعی	طرح مستقیم موضوع	در اشتراک اطلاعات دوست داریم تجاریم را به‌صورت چهره به چهره و رودررو به طرف مقابلم انتقال دهیم.
			استفاده از شبکه‌های اجتماعی	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مثل واتس‌آپ و تلگرام و اینستاگرام به عنوان سازوکار اشتراک اطلاعات مورد نظر من است.
عوامل زمینه‌ای	تعامل اجتماعی، عوامل زمانی، عوامل محیطی	ارتقای جایگاه اجتماعی، بی‌مکانی، بی‌زمانی ...	عدم وابستگی زمانی	محیط‌های اطلاعاتی وابستگی زمانی ندارد.
			عدم وابستگی مکانی	محیط‌های اطلاعاتی نیاز به مکان خاصی ندارد

کدهای شناسایی شده و برخی از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان به عنوان شاهد در جدول ۲ آورده شد. در رابطه با محیط‌های اطلاعاتی زنان و رفتار به اشتراک‌گذاری اطلاعات آنان باید این را خاطر نشان کرد که در مرحله کدبندی داده‌ها در هر مصاحبه ممکن است که چندین بار مصاحبه‌شونده به یک مورد اشاره کرده باشد که برای پرهیز از تکرار و تداخل کدها در هر مصاحبه، جمله‌هایی در نظر گرفته شده‌اند که به کد مورد نظر نزدیک‌تر بود.

در پژوهش حاضر بنا بر ابعاد پارادایم کدگذاری و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان و صاحب‌نظران، محیط‌های اطلاعاتی زنان و رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات آنان نیز این محیط‌ها تبیین می‌شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که برای محیط‌های اطلاعاتی زنان و رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات ۱۸ مقوله اصلی و ۴۸ مقوله فرعی در ۶ طبقه شناسایی شدند که عبارتند از: طبقه عوامل علی (۱۸ عامل)، زمینه‌ای (۷ عامل)، مداخله‌گر (۱۰ عامل)، راهبردی (۳ عامل)، پیامد (۸ عامل) و مقوله اصلی (۲ عامل). تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی مصاحبه‌ها و استخراج مفاهیم و تعیین مقوله‌ها، زمینه پاسخ به پرسش‌های پژوهش را فراهم کرده، که در ادامه بیان شده است:

پرسش ۱- عوامل علی محیط‌های اطلاعاتی زنان در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات کدام است؟

عوامل علی عبارت است از حوادث و وقایع و رویدادهایی که به وقوع یا گسترش پدیده‌ای می‌انجامد. در پژوهش حاضر بر اساس یافته‌های حاصل از مصاحبه با صاحب‌نظران مقوله‌ها و خرده مقوله‌ها (جدول ۳) به عنوان عوامل علی در اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی استخراج و از آن‌ها به مقوله اصلی ارتباط داده شده است. برای نمونه، یکی از مصاحبه‌شوندگان در مورد نوع دوستی و علائق فردی اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی بیان کرد: «زنان ذاتاً علاقه‌مند به کمک و راهنمایی دیگران هستند و بنابراین اشتراک تجربه و اطلاعات برای آن‌ها ضروری به نظر می‌رسد. از ویژگی‌های شخصیتی زنان تمایل به صحبت کردن است و از این طریق تخلیه هیجانات و احساسات انجام می‌شود. در محیط‌های اطلاعاتی که درخواست اطلاعات نباشد، مشارکت نمی‌کنم و تبادل اطلاعات انجام نمی‌دهم.» همچنین مصاحبه‌شونده دیگری در خصوص تناسب فردی و شخصیتی بیان کرد: «افراد از نظر جنسیت، سن، طبقه اجتماعی و شاید تا حد کمتری سطح تحصیلات، باید تا حدودی شبیه هم باشند. زنان با توجه به «تناسب فردی و شخصیتی» افراد تصمیم می‌گیرند که به اشتراک اطلاعات در محیط‌ها اطلاعاتی مبادرت نمایند.» مصاحبه‌شونده‌ای در زمینه علائق فردی اظهار کرد: «زنان با توجه به «علائق فردی» خود تصمیم می‌گیرند که با افراد مختلف در محیط‌های اطلاعاتی مختلف به اشتراک اطلاعاتی بپردازند.»

جدول ۳- مولفه‌های علی‌الگوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات در

محیط‌های اطلاعاتی

طبقه	مقوله	خرده مقوله
مؤلفه‌های علی	نوع دوستی	- همدردی - تعامل همدلی
	تمایل شخصی	- تمایل اشتراک اطلاعات - تمایل فردی و شخصی - تعامل اجتماعی - تعامل علمی
	تناسب فردی و شخصیتی	- تناسب فردی - تناسب شخصیتی - تناسب اجتماعی - تناسب علمی
	علاقه فردی	- مباحث مورد علاقه (آشپزی و زیبایی و غیره)
	تناسب محیطی	- محیط سالم - محیط دوستانه - محیط قابل اعتماد
	تناسب اخلاقی	- اعتماد فردی - اخلاق‌مداری
	انگیزه‌های علمی	- ملاحظات علمی - تناسب علمی

پرسش ۲- عوامل زمینه‌ای محیط‌های اطلاعاتی زنان در به اشتراک‌گذاری اطلاعات کدام است؟ عوامل زمینه‌ای نشان‌دهنده بستری است که پدیده در آن روی می‌دهد. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با صاحب‌نظران مقوله‌ها و خرده مقوله‌ها (جدول ۴)، به عنوان عوامل بستر حاکم در اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی شناسایی شد و از این عوامل به راهبردها ارتباط داده شده است. مصاحبه‌شوندگان این عوامل را به عنوان بستر و زمینه‌ای برای اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی مهم دانسته‌اند. به طوری که به عنوان نمونه یکی از مشارکت‌کنندگان در مورد بی‌مکانی اظهار کرد: «وضعیت «بی‌مکانی» و بی‌نیازی به مکان خاص، عامل مهمی در رفتار اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی است.» مصاحبه‌شونده دیگری در مورد تعامل اجتماعی در محیط‌های اطلاعاتی زنان بیان کرد: «این‌که در یک جمعیتی

که ظاهر می‌شوم، اطلاعات خوب و مفیدی داشته باشم و بتوانم به‌خوبی با دیگران ارتباط برقرار کنم، خودم را به‌خوبی نشان دهم و اطلاعاتم را ارائه کنم، به من اعتماد به نفس بیشتری می‌دهد. چون هم خودم را فرد توانمندی می‌بینم و هم احساس می‌کنم مردم مرا این گونه ارزیابی می‌کنند.» یکی از مصاحبه‌شوندگان در خصوص عدم برنامه‌ریزی و اتفافی بودن اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی می‌گوید: «اشتراک اطلاعات در بین زنان در محیط‌های اطلاعاتی «بدون برنامه‌ریزی» قبلی رخ می‌دهد و رفتار اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی کاملاً «اتفافی» بروز می‌کند.» مصاحبه‌شونده دیگری در این خصوص می‌گوید که: «محیط‌های اطلاعاتی آگاهانه و با قصد و نیت قبلی تشکیل نمی‌گردد.»

جدول ۴- مؤلفه‌های زمینه‌ای الگوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار اشتراک اطلاعات در محیط‌های

اطلاعاتی

طبقه	مقوله	خرده مقوله
مؤلفه‌های زمینه‌ای	تعامل اجتماعی	- ارتقای جایگاه اجتماعی
		- ارتباطات اجتماعی
	عوامل محیطی	- بی مکان
		- عدم وابستگی مکانی
	عوامل زمانی	- اتفافی
		- بی‌زمانی
- بدون برنامه‌ریزی		

پرسش ۳- عوامل مداخله‌گر محیط‌های اطلاعاتی زنان در به اشتراک گذاری اطلاعات کدام است؟ عوامل مداخله‌گر شرایط ساختاری هستند که در تحقق مقوله اصلی مؤثر هستند. آن‌ها فرآیندهای کار را تسهیل می‌بخشند. در این پژوهش با توجه به نتایج کدگذاری، شرایط مطلوب و نامطلوب از جمله شرایط مداخله‌گر است و مقوله‌ها و خرده مقوله‌ها (جدول ۵) از نظر مصاحبه‌شوندگان بااهمیت و تأثیرگذار هستند. به طوری که برای نمونه، در رابطه با ملاحظات اخلاقی، یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان می‌کند: «یک سری ملاحظات اخلاقی وجود دارد مثل اینکه فکر می‌کنیم هر گونه سؤال پرسیدن افراد غریبه از ما به نوعی غیراخلاقی است، چون کنکاش در زندگی و حریم شخصی ماست. در کل، حفظ حریم شخصی و اصل محرمانگی خیلی مهم است. همین طور، به عواملی چون عقاید و تعصبات دینی طرف مقابل در حین اشتراک اطلاعات بها می‌دهم.» یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان در خصوص ملاحظات

اجتماعی و تناسب محیطی اظهار می‌دارد: «اعتماد مهم‌ترین اصل و زمینه پایداری است که زنان در اشتراک اطلاعات بدان توجه می‌کنند. در کل، بلوغ اجتماعی شهروندان برایم مهم است.» یکی از مصاحبه‌شوندگان نیز در خصوص ملاحظات سیاسی و امنیت فردی اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی می‌گوید: «مسایل سیاسی و ابعاد و میزان حساسیت به آن موضوع مهمی است که از طرف زنان در محیط‌های اطلاعاتی و حین اشتراک اطلاعات رعایت می‌گردد.» مصاحبه‌شونده‌ای در زمینه ملاحظات فرهنگی اظهار کرد: «توجه و لحاظ کردن «انگیزه‌های فرهنگی» در بین زنان از عوامل مهم اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی است و نوع و سطح فرهنگی افراد در اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی مؤثر است.»

جدول ۵- مؤلفه‌های مداخله‌ای الگوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار به اشتراک‌گذاری اطلاعات در

محیط‌های اطلاعاتی

طبقه	مقوله	خرده مقوله
مؤلفه‌های مداخله‌ای (محیطی)	انگیزه‌های اجتماعی	- ملاحظات شخصی - ملاحظات اجتماعی
	انگیزه‌های اخلاقی	- ملاحظات اخلاقی - تناسب اخلاقی
	انگیزه‌های فرهنگی	- موقعیت فرهنگی - ملاحظات فرهنگی
	انگیزه‌های سیاسی	- ملاحظات سیاسی - امنیت فردی - امنیت اجتماعی - امنیت سیاسی

پرسش ۴ - عوامل راهبردی محیط‌های اطلاعاتی زنان در به اشتراک‌گذاری اطلاعات کدام است؟ راهبردها عواملی مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل و اداره و برخورد با مقوله اصلی هستند. بنابراین راهبردها مجموعه تدابیری محسوب می‌شوند که برای محقق شدن مقوله اصلی اندیشیده می‌شوند. همواره شرایط مداخله‌گری و بستر حاکم نیز وجود دارند که راهبردها را سهولت می‌بخشند یا محدود می‌کنند. بر اساس دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، در این پژوهش مقوله‌ها و خرده مقوله‌ها (جدول ۶)، به عنوان راهبردهای اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی در نظر گرفته شده‌اند. برای نمونه، مصاحبه‌شونده‌ای در خصوص طرح مستقیم

مباحث بیان کرد: «در کل به نظر من گاهی وقت‌ها طرح مستقیم موضوع یا اصلاً شروع یک ارتباط جدید با فرد ناآشنا سخت است، با پرسیدن یک سؤال مرتبط، به نوعی سر صحبت باز می‌شود.» یکی از مشارکت‌کنندگان در همین زمینه اظهار کرد: «احساس راحت بودن در جمع و محیط اطلاعاتی باعث می‌شود بتوانم مستقیم سر مباحث بروم.» یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان در مورد دور همی‌های دوستانه اعلام کرد: «رفتار اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان از طریق «دور همی‌های دوستانه» صورت می‌گیرد و محیط‌هایی مثل پارک و یا دور همی‌های خانواده محیط مناسبی برای اشتراک اطلاعات و تجارب هستند.» مصاحبه‌شونده‌ای در زمینه شبکه‌های اجتماعی بیان کرد: «استفاده از شبکه‌های اجتماعی مثل واتس‌آپ و تلگرام و اینستاگرام به عنوان مکانیزم اشتراک اطلاعات مورد نظر من است.»

جدول ۶- مؤلفه‌های راهبردی الگوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در

محیط‌های اطلاعاتی

طبقه	مقوله	خرده مقوله
مؤلفه‌های راهبردی	نحوه اشتراک اطلاعات	- طرح مستقیم مباحث
		- طرح غیر مستقیم مباحث
		- استفاده از شبکه‌های اجتماعی

پرسش ۵ - عوامل پیامدهای محیط‌های اطلاعاتی زنان در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات چه هستند؟ پیامدها، نتایجی است که در اثر عوامل راهبردی پدیدار می‌شوند و حوادث و اتفاقات خاصی را که در حال و آینده به وقوع می‌پیوندند پیش‌بینی می‌کنند. براساس دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، عوامل مقوله‌ها و خرده‌مقوله‌ها (جدول ۷)، به عنوان پیامدهای اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی هستند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در خصوص کسب آگاهی می‌گوید: «زنان در اشتراک‌گذاری اطلاعات به دنبال آگاهی از وضعیت معیشتی، داروها، سروسامان دادن به وضع اقتصادی و کسب اطلاعاتی در زمینه‌های دیگر فرهنگی، عقیدتی، حقوقی و مسائل مربوط به دیگر کشورها هستند.» در این خصوص مصاحبه‌شونده دیگری نیز بیان می‌دارد که: «با توجه به تجربه من چون بیشتر بار مسئولیت خانواده به عهده زنان است، مخصوصاً در مورد سلامت و آموزش و کسب مهارت‌های لازم در امورات منزل، بنابراین نیاز به اطلاعات بیشتری دارند.» یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان در خصوص اشتراک اطلاعات می‌گوید: «به نظرم این که افراد حاضر در محیط اطلاعاتی چقدر نسبت به دریافت یا ارائه اطلاعات اشتیاق نشان دهند در

جریان اشتراک‌گذاری اطلاعات مؤثر است. شخصاً به عواملی نظیر سن، جنس، تحصیلات و ... در حین اشتراک اطلاعات بها می‌دهم.»

جدول ۷- نتایج (پیامدهای) الگوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار به اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی

طبقه	مقوله	خرده مقوله
مؤلفه‌های نتایج (پیامدها)	کسب آگاهی	- کسب آگاهی - کسب مهارت - یادگیری - ارتقای دانش
	اشتراک اطلاعات و دانش	- اشتراک اطلاعات - اشتراک دانش - اشتراک اخبار - اشتراک تجارب

پرسش ۶- مؤلفه‌های مقوله اصلی الگوی محیط‌های اطلاعاتی زنان در به اشتراک‌گذاری اطلاعات کدام است؟

عوامل مقوله اصلی همان مؤلفه‌هایی هستند که در نهایت به اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی ختم می‌شود. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش مقوله اصلی (پدیده) به اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان، عبارتند از بهبود کیفیت اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی و تأثیر اشتراک اطلاعات در امور زندگی و کسب و کار. در این خصوص یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار کرد: «وقتی در جمعی درباره موضوعی صحبت می‌شود و اطلاعات افراد به اشتراک گذاشته می‌شود، در واقع انتظار دارم اطلاعات مفیدی به دست بیاورم. برایم دستاوردی داشته باشد. زنان دوست دارند اطلاعات خودشان را بالا ببرند و سطح زندگی و کیفیت زندگیشان را بهبود ببخشند.»

جدول ۸- مقوله اصلی (پدیده) الگوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در

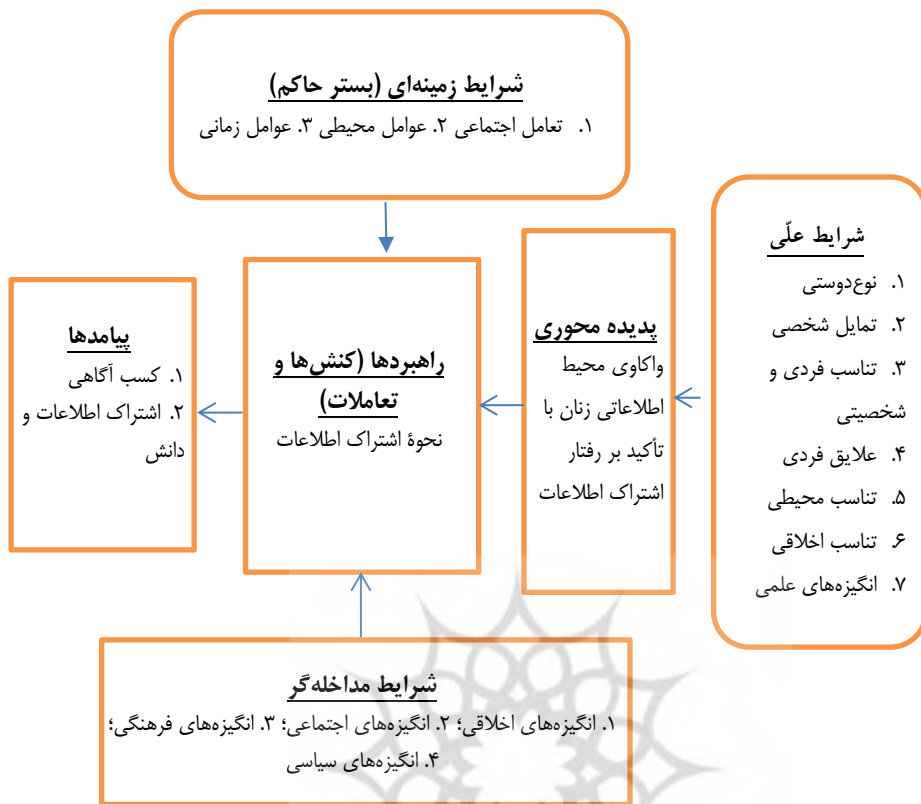
محیط‌های اطلاعاتی

خرده مقوله	مقوله	طبقه
- تأثیر در امور زندگی و کسب و کار - بهبود کیفیت اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی	واکاوی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات	پدیده اصلی

پرسش ۷- الگوی مناسب برای محیط‌های اطلاعاتی زنان در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات چگونه است؟

بعد از مراحل بررسی و واکاوی دقیق متن مصاحبه‌ها و انجام کدگذاری باز و محوری و تعیین مقوله‌های اصلی و فرعی اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی، در ادامه فرآیند پژوهش، با یکپارچه‌سازی و در کنار هم قرار دادن فرضیه‌ها و گزاره‌های به‌دست‌آمده، الگوی نظری پژوهش استخراج شد. نظریه به‌دست‌آمده از چنین فرآیندی در اطراف مقوله اصلی (پدیده هسته‌ای) متمرکز می‌شود. بر اساس روابط بین عوامل به‌دست‌آمده، مضامین حاصل از کدگذاری باز و محوری و پیوند این مضامین در قالب یک مدل (کدگذاری انتخابی)، الگوی نظری پژوهش به صورت زیر استخراج و شکل‌دهی و ارائه شد:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



شکل ۱- الگوی نهایی محیط اطلاعاتی زنان با تأکید بر رفتار به اشتراک گذاری اطلاعات

نتیجه گیری

نتایج تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که عوامل مختلفی در محیط‌های اطلاعاتی زنان برای به اشتراک گذاری اطلاعاتی آنان تأثیرگذار بوده که شامل عوامل علی (با ۱۸ عامل)، زمینه‌ای (با ۷ عامل)، مداخله‌گر (با ۱۰ عامل)، راهبردها (با ۳ عامل) و پیامدها (با ۸ عامل) و پدیده اصلی (با ۲ عامل) هستند.

عوامل علی: بر اساس نتایج حاصل از تحلیلی کیفی پژوهش، عوامل علی محیط‌های اطلاعاتی زنان در به اشتراک گذاری اطلاعات که شناسایی شدند عبارتند از: عامل تمایل شخصی، نوع دوستی، تناسب فردی و شخصیتی، علایق فردی، تناسب اخلاقی، تناسب محیطی و انگیزه‌های علمی. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که از نظر مصاحبه‌شوندگان اهمیت عوامل انگیزه‌های فردی و شخصیتی در اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی راهکارهایی هستند که اگر به درستی درک و برنامه‌ریزی و اجرا

شوند می‌تواند خلأ اطلاعاتی موجود در اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی آنها را جبران کند.

از نگاه این پژوهش این عوامل همراه با زیرمؤلفه‌هایش از جمله شرایطی هستند که به عنوان علت اصلی در اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان ایفای نقش می‌کنند. به این معنا که افراد با انگیزه‌های متفاوت و برای رفع نیازهای مختلفی به محیط‌های اطلاعاتی مختلف روی می‌آورند. شناسایی مهم‌ترین انگیزه‌های استفاده از این محیط‌ها در اشتراک اطلاعات، می‌تواند به نهادهای علمی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی و به‌خصوص سازمان‌های متولی سیاست‌گذاری‌های علمی و فرهنگی در ارائه هرچه بهتر خدمات کمک کند. علی‌رغم گسترش استفاده از این محیط‌ها، تحقیقات انجام‌شده در این زمینه بسیار محدود است و یا دست کم نتایج پژوهش‌های انجام‌شده، منتشر نشده و در اختیار سایر پژوهشگران قرار نگرفته است. توسعه و پیشرفت سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نیز تغییرات پرشتاب و مداومی را در انگیزه‌ها و کانال‌های ارتباطی که افراد برای اشتراک اطلاعات انتخاب می‌کنند، به وجود آورده است. این تغییرات خلأهای تحقیقاتی را ایجاد کرده که ضروری است برای برطرف کردن آن پژوهش‌های مستمر و بیشتری انجام شود. در این راستا یافته‌های پژوهش Arpaci & Baloglu (2016) نشان داد اشتراک فرهنگی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نگرش و هنجار ذهنی نسبت به اشتراک دانش داشت. به بیان Ooi (2011) نیز اطلاع‌یابی زندگی روزمره کاربران کتابخانه‌ها تحت تأثیر ویژگی‌های شخصی و شرایط شرکت‌کنندگان بود.

عوامل زمینه‌ای: بر اساس نتایج حاصل از تحلیل کیفی پژوهش، عوامل زمینه‌ای محیط‌های اطلاعاتی زنان در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات که شناسایی شدند عبارتند از: تعامل اجتماعی (برقراری ارتباط اجتماعی، تمایل به برقراری ارتباط، محیط دوستانه، ارتقای جایگاه اجتماعی، تعامل اجتماعی)، عوامل محیطی (بی‌مکانی)، عوامل زمانی (عدم وابستگی زمانی، عدم نیاز به برنامه‌ریزی، ناگهانی و اتفاقی و بدون آگاهی قبلی)، که به عنوان عوامل بستر حاکم در اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی در نظر گرفته شدند. طبق نظر مصاحبه‌شوندگان، شرایط میانجی اشتراک اطلاعات که ناظر بر فضای حاکم بر محیط‌های اطلاعاتی زنان است، بر الگوی اشتراک اطلاعات آنان مؤثر است. وضعیت «بی‌مکانی» و بی‌نیازی به مکان خاص، عامل مهمی در رفتار اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی است. زنان با هدف «تعامل اجتماعی» اقدام به رفتار اشتراک اطلاعات

در محیط‌های اطلاعاتی می‌کنند و نیازی به زمانبندی ندارند و این مسئله کاملاً «بی‌زمان»، کاملاً «اتفاقی» و «بدون برنامه‌ریزی» قبلی رخ می‌دهد. با توجه به نظر Pettigrew et al. (2001) و Fisher et al. (2007) زمینه‌های اطلاعاتی زودگذر هستند. آن‌ها در هر جایی و در هر زمانی و در نقاط مختلف و پیش‌بینی نشده رخ می‌دهند. وقتی افراد در یک زمینه اطلاعاتی گرد هم می‌آیند، عملاً در تعامل اجتماعی، گفت‌وگو درباره زندگی، کلیات و شرایط خاص که منجر به یافتن غیرمترقبه و گاه هدفمند اطلاعات و اشتراک رسمی و غیررسمی اطلاعات در مورد موضوعات گوناگون می‌شود، شرکت می‌جویند. به اشتراک گذاری اطلاعات پدیده‌ای اجتماعی است که روابط بین افراد و تعاملات اجتماعی را در بر می‌گیرد. احتمالاً عواملی می‌تواند قصد و نیت شخصی افراد را تحت تأثیر قرار دهد تا آن‌ها دانش خود را به اشتراک بگذارند (اناری و همکاران، ۱۳۹۲). از آنجا که ارتباطات غیررسمی دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای در روابط علمی است، زنان به عنوان یکی از گروه‌های اجتماعی در موقعیت منزلتی جامعه، بیشتر نیازهای اطلاعاتی خود را از طریق این مجراها برطرف می‌کنند (سفیری و باستانی و قرانی، ۱۳۹۴)، بنابراین لازم است محیط‌های اطلاعاتی زنان مورد بررسی قرار گیرد، چرا که شناسایی این محیط‌ها پایه استواری برای برنامه‌ریزی و ایجاد تغییرات در نوع و نحوه ارائه سیاست‌گذاری‌های کلان با هدف دستیابی زنان به شایستگی‌های منزلتی است و همچنین می‌تواند راهگشایی برای بهینه‌سازی محیط‌های اطلاعات باشد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۸).

عوامل مداخله‌گر: بر اساس نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش، عوامل مداخله‌گر محیط‌های اطلاعاتی زنان در به اشتراک‌گذاری اطلاعات، انگیزه‌های اخلاقی، انگیزه‌های اجتماعی، انگیزه‌های فرهنگی و انگیزه‌های سیاسی هستند، که به عنوان سائق‌های برانگیزاننده زنان برای اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی محسوب می‌شوند. بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان توجه و لحاظ کردن «انگیزه‌های اخلاقی»، «انگیزه‌های اجتماعی»، «انگیزه‌های فرهنگی» و «انگیزه‌های سیاسی» در بین زنان از عوامل مهم اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی است. نتایج این پژوهش نیز نشان می‌دهد که در محیط‌های اطلاعاتی باید حداقل‌های اخلاقی رعایت شده باشد. بیشترین بحث در فرایند مدیریت اطلاعات بین افراد مربوط به متغیر اعتماد در بحث اشتراک اطلاعات است. به عبارت دیگر، برای این که افراد اطلاعات خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند باید به

هم اعتماد داشته باشند (کیخا، ۱۳۹۷). اعتماد بین افراد یک گروه یا قشر اجتماعی، وقتی ایجاد می‌شود که تاریخچه‌ای از تعاملات مطلوب گذشته منجر به انتظارات مثبت از تعاملات آینده شود (Chung et al., 2016). در روابط بین افرادی که دارای اعتماد به همدیگر هستند، تبادل اطلاعات بیشتری صورت می‌گیرد و زمانی که سطح اعتماد بالاتر رود، مردم تمایل بیشتری به ارائه اطلاعات مفید خود و همچنین، تمایل بیشتری نیز به گوش دادن و کسب دانش دارند (Ali, 2021) مسائل سیاسی و ابعاد و میزان حساسیت به آن موضوع مهمی است که از طرف زنان در محیط‌های اطلاعاتی و حین اشتراک اطلاعات باید رعایت شود. نوع و سطح فرهنگی افراد و احساس تضمین امنیت برای زنان در حین اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی مؤثر است. بنابراین از نظر مصاحبه‌شوندگان نقش این عوامل در اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی بسیار بااهمیت دانسته شده است. از نگاه مصاحبه‌شوندگان این عوامل منجر به بروز رفتارهای برنامه‌ریزی شده توسط زنان در اشتراک اطلاعاتی و افزایش ضریب اطمینان از توانایی‌های این محیط‌ها هستند که از این طریق احساس رضایتمندی در آنان نسبت به تعاملات اجتماعی و اشتراک اطلاعات می‌شود. بنابراین زنان برای رفع نیازهای اطلاعاتی بیشتر به محیط‌های اطلاعاتی و اشتراک اطلاعات تکیه می‌کنند.

عوامل راهبردی: بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، عوامل راهبردی به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان، عبارتند از: طرح مستقیم مباحث، طرح غیرمستقیم مباحث و استفاده از شبکه‌های اجتماعی که توسط مصاحبه‌شوندگان مورد تأکید قرار گرفته‌اند. از نظر آن‌ها عوامل راهبردی اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان مجموعه‌ای عللی هستند که اجرا و کاربرد آن‌ها باعث ظهور پیامدهای اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان می‌شود. محیط‌هایی مثل پارک و یا دورهمی‌های خانواده محیط مناسبی برای اشتراک اطلاعات و تجارب هستند. بخش زیادی از اطلاعاتی که دریافت می‌کنیم در یک بافت با زمینه اجتماعی و در قالب تعامل با افراد آشنا و اعضای خانواده و دوستانمان حاصل می‌شود (Fisher et al., 2007). ضمن این‌که رفتار اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان از طریق «طرح مستقیم مباحث» صورت می‌گیرد. در تعاملات اجتماعی اطلاعات خلق می‌شود و به اشتراک گذاشته می‌شود. بنابراین، مهم‌ترین مسئله در فرایند اشتراک اطلاعات، تعاملات مؤثر بوده و این معمولاً از طریق ارتباطات مستقیم (رودررو) یا ارتباطات غیرمستقیم اتفاق می‌افتد. تعاملات اجتماعی رسمی و

گیررسمی میان افراد، کانال‌هایی را برای اشتراک اطلاعات میان آنها ایجاد می‌کند. از طریق تعاملات اجتماعی، افراد فرصت‌های بیشتری را برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات و تجربیات خود پیدا می‌کنند و در نتیجه جریان اطلاعات افزایش می‌یابد (محرابی و همکاران، ۱۴۰۱). از نظر مصاحبه‌شوندگان، عامل مدیریت اطلاعات، دایره فعالیت‌های اشتراک اطلاعات زنان را از بن‌بست خارج می‌کند. مدیریت تمام فرایندها و فعالیت‌ها باعث می‌شود که هیچ نقطه‌ضعفی در محیط‌های اطلاعاتی آنان بروز نکند و در هر زمان و مکان رفتارهای اشتراک اطلاعات تحت نظارت باشد. این نوع مدیریت، تصمیم‌گیری دست‌اندرکاران را در برنامه‌ریزی‌ها آسان می‌سازد.

پیامدها: بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش عامل‌های کسب آگاهی و اشتراک اطلاعات و دانش به عنوان پیامدهای رفتار به اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان شناسایی شدند. به طور کلی نتایج یا پیامدها عواملی هستند که نتیجه نهایی از آن‌ها حاصل می‌شود. در پژوهش حاضر پیامدهای استخراج‌شده حوادث و اتفاقات خاصی را پیش‌بینی می‌کنند که در حال و آینده در رفتار اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی به وقوع می‌پیوندد. از منظر مصاحبه‌شوندگان پیامدهای کسب آگاهی و اشتراک اطلاعات و دانش، بااهمیت‌ترین مقوله‌های اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی هستند و در کانون توجه مصاحبه‌کنندگان در خوشه مقولات هستند.

پدیده یا مقوله اصلی: بر اساس یافته‌های پژوهش، از میان مقوله‌های استخراج‌شده یک مقوله کانونی به عنوان پدیده اصلی و به عنوان مبنای تکوین نظریه انتخاب شد که در واقع این محور اصلی یا پدیده مرکزی، همان مسئله اصلی پژوهش حاضر مسئله اصلی و محوری، به اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی است. این مقوله در مرکز فرایند مورد بررسی قرار گرفته است. سپس سایر مقولات بررسی شده به آن مرتبط شده‌اند. عوامل مقوله اصلی همان مؤلفه‌هایی هستند که در نهایت به اشتراک اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی ختم می‌شود. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش عوامل مقوله اصلی (پدیده) اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان، عبارتند از بهبود کیفیت اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی و تأثیر اشتراک اطلاعات در امور زندگی و کسب و کار. همان‌گونه که اشاره شد، تبادل اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی اتفاق می‌افتد. از آنجا که افراد بدون هیچ دغدغه‌ای می‌توانند در محیط‌های اطلاعاتی حضور پیدا کنند و اطلاعاتی را خلق کنند و به اشتراک بگذارند و از اطلاعات تولیدشده

استفاده کنند، این موضوع مبحث مهمی در رفتار اطلاعاتی است. انسان و محیط همواره بر یکدیگر تأثیر گذاشته‌اند و مدام در حال تعامل با یکدیگر بوده‌اند. اگر محیط پیرامون ما، محیط اطلاعاتی باشد، باید از نظر شرایط فیزیکی دارای شرایط مناسبی باشد. وجود شرایط مناسب و ایده‌آل، باعث حضور دوباره افراد در چنین محیط‌هایی خواهد شد. انسانی که دارای انگیزه کافی برای یادگیری باشد از محیط‌های اطلاعاتی به نحو احسن استفاده می‌کند و با شناخت و آگاهی به صورت داوطلبانه و اختیاری در این محیط‌ها حضور پیدا می‌کند، چراکه دستیابی به اطلاعات برای او مهم و باارزش تلقی می‌شود.

مرور پژوهش‌ها نشان می‌دهد کسب اطلاعات در هر دوره‌ای و برای هر کاربری با هر شرایطی، از دغدغه‌های اصلی به شمار می‌رود. چون بیشتر بار مسئولیت خانواده به عهده زنان است، مخصوصاً در مورد سلامت و آموزش و کسب مهارت‌های لازم در امور منزل، بنابراین نیاز به اطلاعات بیشتری دارند. به اشتراک گذاری اطلاعات در بین زنان می‌تواند در تربیت فرزندان و محکم شدن پایه‌های زندگی تأثیرگذار باشد، که این خود باعث شکوفا شدن و رشد روزافزون جامعه می‌شود. این که افراد حاضر در محیط اطلاعاتی چقدر نسبت به دریافت یا ارائه اطلاعات اشتیاق نشان دهند در جریان به اشتراک گذاری اطلاعات مؤثر است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مصاحبه‌شوندگان مؤلفه تحصیلات، فرهنگ، شعور و آگاهی افراد در محیط‌های اطلاعاتی را خمیرمایه رشد اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی می‌دانند. همچنین عوامل کسب آگاهی و اشتراک تجارب و افزایش توانمندی‌ها، که در اثر اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی زنان حاصل می‌شوند، نشان از عامل رشد و بالندگی این محیط‌ها دارند. این پیامدها بیانگر مفید بودن به اشتراک گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی هستند. به طور کلی پیامدهای تعیین شده در الگوی ارائه شده نتیجه کارکرد مقوله اصلی اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی است، که آن را تأیید کرده‌اند. نتایج و پیامدهای الگوی ارائه شده در اثر اتخاذ راهبردها به وجود آمده‌اند و حاصل کنش‌ها و واکنش‌های ارتباطات موجود در الگوی ارائه شده هستند.

کلیه عوامل علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای و راهبردی شرایط مطلوبی را برای جاری شدن عوامل پیامد مقوله اصلی به اشتراک گذاری اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی فراهم

می‌سازند. با جاری شدن پیامدهای شناسایی شده در این محیط‌ها اهداف قابل انتظار محقق خواهد شد. لذا عوامل شناسایی شده در ارتقاء و رشد به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی مؤثر ارزیابی شده است و رابطه بین مؤلفه‌های الگوی محیط اطلاعاتی زنان با رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی آنان معنی‌دار است. نتایج تحقیقات پژوهشگران حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی نیز حاکی از گرایش قابل توجه کاربران (اعم از متخصص و غیرمتخصص) به منابع غیررسمی اطلاعات است (سفیری و همکاران، ۱۳۹۴). به رغم انعکاس اشتراک اطلاعات روزمره در متون کتابداری، در کشورمان ایران آن اندازه که شایسته است به شکل مبسوط به علل و عوامل چنین گرایشی در فرآیند دستیابی انسان به اطلاعات پرداخته نشده است. روشن است توجه به چنین عواملی از سوی پژوهشگران، می‌تواند کتابداران و اطلاع‌رسانان را به میزان قابل توجهی در فرآیند برنامه‌ریزی برای پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران یاری رساند (کاشی و همکاران، ۱۳۹۶). همچنین نتایج پژوهش حاضر کمک می‌کند تا الگویی از محیط اطلاعاتی زنان و رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات آنان مشخص شود. این الگو که برآمده از نظرات و دیدگاه‌های نخبگان و متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی در کشور است، مشخص خواهد کرد که تقویت محیط اطلاعاتی برای زنان، نیازمند چه راهکارهایی در زمینه رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات است. بر همین اساس، پژوهش حاضر به سبب نقطه آغازین راه بهره‌گیری از مدل پژوهشی، سرآغازی جهت شروع و گسترش کاربردی این الگو محسوب می‌شود. نتایج آن، در نهادهای علمی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی و به خصوص دانشگاه‌ها و سازمان‌های متولی سیاست‌گذاری‌های علمی و فرهنگی، کاربرد مهم و ویژه‌ای در ارتقاء رفتار اطلاع‌یابی و در نتیجه رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان و در نهایت توسعه و پیشرفت علم اطلاع‌رسانی و توسعه علمی کشور خواهد داشت. یافته‌های این مطالعه، می‌تواند منجر به شناسایی نقاط ضعف و قوت متخصصان در درک اشتراک اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی و انجام اقداماتی در جهت بهبود و تقویت آن گردد.

پیشنهادها

- شرایط لازم جهت تقویت به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی صورت پذیرد.
- راهکارهای نوین مدیریت بهینه به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی

اندیشیده شود.

- امکانات لازم جهت به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی فراهم گردد.
- قوانین و استانداردهای لازم برای به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی ایجاد شود.

- امنیت اطلاعات و امنیت حریم خصوصی افراد در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی تأمین گردد.

- شیوه‌های به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های اطلاعاتی با فناوری‌های جدید روزآمد شود.

- مبحث افزایش قابلیت‌های این محیط‌ها با استفاده از شبکه‌های مختلف اجتماعی مد نظر قرار گیرد.

- حرکت به سوی مدیریت اجرایی بهینه در نهادهای متولی در زمینه محیط‌های اطلاعاتی صورت پذیرد.

درنهایت، با توجه به نتایج پژوهش حاضر و به منظور تکمیل و توسعه دست‌آوردهای علمی و عملی به سایر پژوهشگران پیشنهادهایی ارائه می‌شود:

۱. بررسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف محیط‌های اطلاعاتی زنان و ارائه راه حل مورد نیاز

۲. انجام پژوهش‌های تطبیقی برای بهره‌گیری از تجربیات سایر کشورها در زمینه به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان در محیط‌های اطلاعاتی

۳. طراحی و اعتباریابی مقیاسی برای رفتار به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات زنان در محیط‌های اداری و سازمانی

۴. مطالعه عوامل روانشناختی و محیطی مؤثر بر مواجهه اطلاعاتی زنان.

منابع

- ابوالمعالی، خدیجه (۱۳۹۱). *پژوهش کیفی از نظریه تا عمل*. تهران: نشر علم.
- استراس، آنسلم و کریبن، جولیت (۱۳۸۷). *اصول روش تحقیق کیفی؛ نظریه مبنايي، رویه‌ها و شیوه‌ها*. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اناری، فاطمه، عاصمی، عاصفه و ریاحی‌نیا، نصرت (۱۳۹۲). بررسی میزان استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در به‌اشتراک‌گذاری دانش بین کتابداران دانشگاه اصفهان. *دانش‌شناسی*

- (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات) [دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال]، خرداد، ۶(۲۰): ۹-۲۴.
- بیگدلی، زاهد و پورموسوی، زهرا (۱۳۹۶). بررسی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره و محیط‌های اطلاعاتی آرامنه شهر تهران. *تعامل انسان و اطلاعات*، ۴(۴): ۵۲-۶۳.
- پرهام‌نیا، فرشاد (۱۴۰۰). عوامل رفتاری مؤثر بر اشتراک دانش: مرور نظام‌مند یک دهه پژوهش در دو پایگاه اطلاعاتی فارسی. *مدیریت دانش سازمانی* [دانشگاه جامع امام حسین]، تابستان، ۴(۱۳): ۱۲۹-۱۸۵. <https://www.sid.ir/paper/962421/fa>
- جلالی دیزجی، علی، لطفی، عرفات و گلینی مقدم، گلنسا (۱۳۹۸). سنجش ارتباط بین مهارت‌های سواد اطلاعاتی و محیط‌های اطلاعاتی: مطالعه‌ی موردی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه کردستان. *تعامل انسان و اطلاعات*، بهار، ۶(۱): ۱۷-۲۹.
- سفیری، خدیجه، باستانی، سوسن و قرانی دامداجا، لایلا (۱۳۹۴). حمایت شبکه‌های اجتماعی غیررسمی و رضایت از اوقات فراغت زنان متأهل شاغل در شهر اردبیل. *علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، پاییز و زمستان، ۱۲(۲): ۵۳-۷۶.
- سهرابی، هستی و رشیدی، فریبا (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین محیط‌های تبادل اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه بوعلی‌سینا همدان با مهارت‌های سواد اطلاعاتی آنان. *کنفرانس بین‌المللی اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی*. <https://civilica.com/doc/388269>
- شفیعی، سمیه‌سادات (۱۳۹۴). موضوعات پژوهشی در اولویت علوم اجتماعی زنان در ایران. *پژوهش‌نامه زنان*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تابستان، ۶(۲): ۹۱-۷۵.
- عباسی، رضا، احمدیان، لایلا و قرهی، سیده‌راضیه (۱۳۹۸). بررسی نحوه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین و نقش آنها در به اشتراک گذاری اطلاعات سلامت در میان زنان باردار شهر کرمان. *پی‌اورد سلامت* (مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران)، مهر و آبان، ۱۳(۴): ۲۵۱-۲۵۹.
- کاشی، زهرا، نوک‌ریزی، محسن و صنعت‌جو، اعظم (۱۳۹۶). نقش کتابداران، خدمات اطلاع‌رسانی و میزان سواد اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه فردوسی مشهد در کاهش اضطراب اطلاع‌یابی آنان. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، زمستان، ۲۰(۴): ۳۰-۵۵.
- کیخا، فاطمه (۱۳۹۷). عوامل اعتماد بین فردی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در جوامع مجازی. *پژوهش‌نامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، پاییز، ۳۴(۱): ۲۷۵-۳۰۰.
- مالمیر، آریتا و سلامی، مریم (۱۳۹۸). سنجش عوامل مؤثر بر اشتراک دانش کارکنان آرشیو ملی ایران. *فصلنامه پژوهش‌های کتابخانه‌های دیجیتال* و هوشمند، ۶(۴): ۲۴-۵۶.

- محرابی، نازیلا، خراشادی‌زاده، سحر، ورناصری، احمدرضا و حسینی آهنگری، سیدعابدین (۱۴۰۱). مؤلفه‌های اثرگذار شبکه‌های اجتماعی در اشتراک دانش از دیدگاه خبرگان. *مجله علم سنجی کاسپین*، ۹(۲): ۸۵-۹۹.
- مرادی، محمود و بهرامی‌نیا، سارا (۱۳۹۹). تأثیر سواد اطلاعاتی کتابداران بر رشد سازمانی کتابخانه‌های عمومی. *فصلنامه بازیابی دانش و نظام‌های معنایی (دانشگاه علامه طباطبائی)*، تابستان، ۷(۲۳): ۶۳-۹۰.
- نارمنجی، سیدمهدی، نوکریزی، محسن، ریاحی‌نیا، نصرت و زره‌ساز، محمد (۱۳۹۹). بررسی رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی اینستاگرام، تلگرام و واتساپ. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، زمستان، ۶(۴): ۴۹-۷۷.
- Doi:10.22091/stim.2020.5508.1392
- نصرت‌طلب حقی، آیدا (۱۳۹۹). نقش توسعه زنان در توسعه جامعه (با رویکرد خانواده‌های ایرانی). *مجله پیشرفت‌های نوین در روانشناسی، علوم تربیتی و آموزش و پرورش*، مهر، ۳(۲۸): ۴۲-۶۱.

References

- Abbasi, R., Ahmadian, L., Farrahi, S. R. (2019). The Use of Online Social Networks and Their Role in Sharing Health Information among Pregnant Women of Kerman. *Payavard Salamat*, 13(4): 251-259. URL: <http://payavard.tums.ac.ir/article-1-6824-fa.html> . [In Persian]
- Abolmaali, KH. (2012). *Qualitative research: from theory to practice*. Tehran: Elm. [In Persian]
- Ali, W. J. (2021). Factors Affecting on Knowledge Sharing Among Undergraduate Students. *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(1): 75-81.
- Anari, F., Asemi. A., & Riyahinia, N. (2013). Using of social networking tools in sharing knowledge by librarians of University of Isfahan. *Journal of Knowledge Studies*, 6(20): 9-24. [In Persian]
- Arpaci, I., & Baloglu, M. (2016). The impact of cultural collectivism on knowledge sharing among information technology majoring undergraduates. *Computers in Human Behavior*, 56, 65-71.
- Bigdeli, Z., & Pourmosavi, Z. (2018). A survey of everyday-life information seeking (ELIS) and information grounds of Armenians in Tehran. *Human Information Interaction*, 4(4): 52-63. [In Persian]
- Chung, N., Nam, K., & Koo, C. (2016). Examining information sharing in social networking communities: Applying theories of social

- capital and attachment. *Telematics and Informatics*, 33(1): 77-91.
- Counts, S., & Fisher, K. E. (2010). Mobile social networking as information ground: A case study. *Library & Information Science Research*, 32(2): 98-115.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson Education, Inc.
- Etemadi, R., Hon, C. K. H., Manley, K., & Murphy, G. (2022). Mechanisms for enhancing the use of social media for knowledge sharing by the construction professionals. *Construction Innovation*, 22(2): 284-304.
- Fisher, K. E., Landry, C. F., & Naumer, C. (2007). Social spaces, casual interactions, meaningful exchanges: 'information ground' characteristics based on the college student experience. *Information Research: An International Electronic Journal*, 12(2): 2-12.
- Fullwood, R., & Rowley, J. (2017). An investigation of factors affecting knowledge sharing amongst UK academics. *Journal of Knowledge Management*, 21(5): 1254-1271.
- Jalali Dizaji, A., Lotfi, A. & Galyani Moghaddam, G. (2019) Identifying Information Grounds of Kurdistan University Postgraduate Students and Their Relation with Students' Information Literacy Skills. *Human Information Interaction*, 6(1): 17-29. [In Persian]
- Kashi, Z., Nowkarizi, M., & Sanatjoo, A. (2018). The role of librarians, information services and information literacy skills of Ferdowsi University of Mashhad (FUM) graduate students in decreasing their information seeking anxiety. *Library and Information Sciences*, 20(4): 30-55. [In Persian]
- Keikha, F. (2018). Interpersonal Trust Factors Affecting Members' Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities. *Iranian Journal of Information Processing & Management*, 34(1): 275-300. Doi:10.35050/JIPM010.2018.010. [In Persian]
- Kim, S. E., & Lee, J. Y. (2013). Research on Virtual Information Grounds and the Information Use Behavior of Korean Youths. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 30(4): 155-173.
- Malmir, A. & Salami, M. (2020). Measuring the Factors Affecting the Knowledge Sharing of Iranian National Archives. *Digital and Smart Libraries Researches*, 6(4): 41-56. [In Persian]
- Mehrabi, N., Khorashadizadeh, S., Varnaseri, A. R., & Hoseini Ahangari, S. A. (2022). Effective Components of Social Networks in Knowledge Sharing from the Perspective of Experts. *Caspian*

- Journal of Scientometrics*, 9(2): 85-99. URL: <http://cjs.mubabol.ac.ir/article-1-294-en.html>. [In Persian]
- Moradi, M. & Bahrami Nia, S. (2020). The Impact of Librarians' Information Literacy on the Organizational Growth of Public Libraries. *Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, 7(23): 63-90. <https://doi.org/10.22054/jks.2020.49603.1268> [In Persian]
- Nramenji, M., Nowkarizi, M., Riahinia, N. & Zerehsaz, M. (2020). Investigating the Behavior of Sharing Information of Students in the Virtual Social Networks: Instagram, Telegram and WhatsApp. *Sciences and Techniques of Information Management*, 6(4): 49-78. [In Persian]
- Nosrat Talab Haqqi, A. (2019). The role of women's development in the development of society (with the approach of Iranian families). *Journal of New Advances in Psychology, Educational Sciences and Education*, 3(28): 42-61. [In Persian]
- Ooi, K., & Liew, C. L. (2011). Selecting fiction as part of everyday life information seeking. *Journal of Documentation*, 67(5): 748-772.
- Parhamnia, F. (2021). The Behavioral Factors Affecting knowledge Sharing: A Systematic Review of One Decade of Research in Persian Databases. *Scientific Journal of Strategic Management of Organizational Knowledge*, 4(13): 129-185. [In Persian]
- Pettigrew, K. E., Fidel, R., & Bruce, H. (2001). Conceptual frameworks in information behavior. *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)*, 35, 43-78.
- Rese, A., Kopplin, C. S., & Nielebock, C. (2020). Factors influencing members' knowledge sharing and creative performance in coworking spaces. *Journal of Knowledge Management*, 24(9): 2327-2354.
- Safiri, KH., Bastani, S. & Ghorani Damdabaja, L. (2015). Informal Social Networks Support and Leisure Satisfaction of Married Employed Women in Ardabil. *Journal of Social Sciences Ferdowsi University of Mashhad*, 12 (2): 53-76. <https://doi.org/10.22067/jss.v12i2.30363>. [In Persian]
- Shafiei, S. S. (2015). Research Priorities in Women Social Sciences in Iran. *Women's Studies (Pažuhešnâme-ye Zanân)*, 6(2): 75-91. [In Persian]
- Sohrabi, H. & Rashidi, F. (2014). *Investigating the relationship between the information exchange environments of graduate students of Bo Alisina University in Hamedan and their information literacy skills*, International Conference on Economics, Management and Social Sciences, <https://civilica.com/doc/388269>. [In Persian]
- Spink, A., Cole, C., & Waller, M. (2008). Multitasking Behavior. *Annual*

Review of Information Science and Technology, 42(1): 93-118.
Strauss, A. & Corbin. J. (2008). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Translated by Buik Mohammadi. Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies. [In Persian]

