

استراتژی مرجع

"نکته‌هایی پیرامون پاسخگویی به سئوالات مرجع"

اطلاع‌رسانی دوره ۱۰ شماره ۱ بهار ۱۳۷۲

نوشته شهین نعمت زاده

حَسَنَ السُّؤَالِ نِصْفَ الْعِلْمِ

«خوب سؤال کردن نیمی از علم است»

مقدمه

یکی از مشکلات کتابداران مرجع، پاسخگویی به سئوالاتی است که دقیق و واضح نیستند. مراجعه‌کنندگان کتابخانه، معمولاً سؤال خود را به گونه‌ای کلی و مبهم مطرح می‌کنند. در این گونه موارد، اگر کتابدار حدود و ثغور سؤال را مشخص نکند و مستقیماً به سراغ منابع برود، با ناکامی یا ریزش اطلاعات مواجه می‌شود و به تجربه درمی‌یابد که، قبل از هرگونه جستجویی، با مراجعه‌کننده گفتگو کند و سؤال را روشن و دقیق کند. ویلیام کتز فرآیند مرجع را شامل مصاحبه، مرجع و استراتژی مرجع می‌داند. مصاحبه، مرجع، گفتگوی کوتاه کتابدار مرجع با مراجعه‌کننده است و در این گفتگو، که معمولاً قبل از جستجو و مراجعه به قفسه، برگه‌دان و فهرستها و کامپیوتر ... انجام می‌شود، کتابدار باید سعی کند، مرز و حوزه سؤال مرجع را مشخص کند تا بتواند به نحو بهتر و دقیقتری پاسخگو باشد. پس از مصاحبه، مرجع، کتابدار باید استراتژی مرجع را مشخص کند. در این نوشته، شگردهایی بیان می‌شود که نگارنده به تجربه دریافته است به استراتژی نتیجه‌بخشتری منجر می‌شود.

۱) زمان ارزیابی

بعضی سئوالات را باید از نظر زمانی محدود کرد.

مثال

م: [x] درباره بانکداری کشور مطالبی می‌خواهم؟

ک: [xx] قبل از انقلاب یا بعد از انقلاب؟

زمان‌یابی ممکن است به موضوع برگردد و یا به مدارکی که مراجعه‌کننده می‌خواهد. در مثال بالا، زمان‌یابی به موضوع مربوط می‌شود و در مثال زیر، زمان‌یابی در چارچوب مدارک مورد نیاز است:

م: مقالات به انگلیسی درباره ماهواره‌ها می‌خواهم.

ک: آیا ترجیح می‌دهید این مقالات جدید باشد؟

م: مقالات دهه ۸۰ را می‌خواهم.

۲) زبان‌یابی

یکی از سئوالات محدود‌کننده که در استراتژی مرجع تاثیر مستقیم دارد، این است که از مراجعه‌کننده بپرسیم، مدارک و اطلاعات مورد نیاز را به چه زبانی می‌خواهد و یا چه زبانی را ترجیح می‌دهد.

۳) موضوع‌یابی

پیدا کردن موضوع سؤال، می‌تواند راهنمای خوبی باشد برای استفاده از مراجع موضوعی، مثل دائرةالمعارفهای تخصصی.

مثال

م: مقاله‌ای درباره «چسب» می‌خواهیم.

ک: چسب تحت چه موضوعی قرار دارد؟

م: شیمی و یا به طور دقیقتر شیمی پولیمر.

ممکن است موضوع تحقیق، بین رشته‌ای باشد، مثل «هوش مصنوعی» که در چندین حوزه مطالعه می‌شود. در این گونه موارد، کتابدار باید اولویت موضوعی مراجعه کننده را شناسایی کند و در صورت لزوم از حوزه‌های نزدیک هم استفاده کند.

۴) جزء یابی (تحدید موضوعی)

گاه مراجعه کننده، ترجیح می‌دهد سؤال را به صورت کلی بیان کند. در این صورت، وظیفه کتابدار است که سؤال را محدود کند. چرا که به قولی «هرچه مسئله خاصتر راه حل عملیتر».

مثال یکم

م: درباره مشکلات اجتماعی جوانان می‌خواهم.

ک: منظورتان از مشکلات اجتماعی چیست؟

م: چگونگی گذران اوقات فراغت.

مثال دوم

م: مطالبی درباره «معلولان» می‌خواهم.

ک: چه جنبه‌ای از مسئله «معلولان» مورد نظرتان است؟

آیا درباره مسائل روانی معلولان مطلب می‌خواهید یا درباره جنبه‌های اجتماعی زندگی معلولان؟ یا معماری مناسب معلولان مد نظرتان است؟

م: درباره مشکلات اجتماعی معلولان مطالبی می‌خواهم.

ک: کدامیک از مشکلات اجتماعی معلولان؟

آیا همسریابی معلولان مورد نظرتان است یا اشتغال معلولان یا ...؟

م: بله، درباره اشتغال معلولان مطلب می‌خواهم.

ک: چه جنبه‌ای از اشتغال معلولان را می‌خواهید؟

آیا آمار معلولین بیکار و شاغل را می‌خواهید؟

یا درباره سیاستهای دولت در زمینه اشتغال معلولان مطالبی می‌خواهید؟

م: بله، درباره سیاستگذاری دولت مطالبی می‌خواهم.

در گفتگوی فوق، کتابدار سعی می‌کند که مراجعه کننده را به سمت انتخاب موضوعی مشخص و محدود سوق دهد.

۵) کل یابی (گسترش موضوعی)

در مواردی، سؤال مراجعه کننده آنقدر خاص است که کتابدار باید با توجه به سیستم و زبان مجموعه، آنرا

اعم کند تا بتواند پاسخگو باشد.

مثال یکم

م: کتابی دربارهٔ سوسک می‌خواهم.

ک: بهتر است زیر «حشرات» نگاه کنید.

مثال دوم

م: دربارهٔ کرم ساقه‌خوار برنج کتابی می‌خواهم.

ک: می‌توانید زیر «آفات و بیماریهای گیاهی» نگاه کنید.

جزئیاتی، نوعی حرکت از بالا به پایین (قیاس) است. در حالی که کل‌یابی نوعی حرکت از پایین به بالا (استقراء) است.

۶ هسته‌یابی

از آنجا که هر تحقیق و هر سؤال، یک هسته اصلی دارد، یافتن این هسته در جهت‌گیری محقق و کتابدار تاثیر زیادی خواهد داشت. اگر کتابدار بتواند به کمک مراجعه‌کننده این هسته اصلی را بیابد، به نحو بهتری پاسخگو خواهد بود. مثلاً در سؤال

«افت تحصیلی دانش آموزان دورهٔ راهنمایی»

«افت تحصیلی» هسته مرکزی است - نه «دانش آموزان» و «دوره راهنمایی». بنابراین جستجو، باید «افت تحصیلی» را محور قرار دهد. همین طور در سؤال

«تاثیر اختلافات خانوادگی والدین بر شخصیت فرزندان»

«اختلاف خانوادگی» هسته است و نه «شخصیت فرزندان»

۷ تعریف‌یابی (مصادق‌یابی)

در این مقام، کتابدار باید از مراجعه‌کننده بخواهد، منظور و تعریفش را از هستهٔ مرکزی بیان کند. به عبارت عبارت دیگر مفهوم انتزاعی را به مشخصه‌ها و شاخصه‌هایی ملموس تبدیل کند. مثلاً وقتی می‌گوید دربارهٔ «اعتیاد نوجوانان» مطلب می‌خواهم. سؤال منظورتان از «نوجوانان» چیست و چه تعریفی از «نوجوانان» می‌دهید و چه گروه سنی را «نوجوان» می‌نامید.

۸ هدف‌یابی

یکی از مواردی که مستقیماً بر تعیین استراتژی مرجع تاثیر می‌گذارد، یافتن هدف محقق است. اگر هدف تحقیق، ارائه یک گزارش تحقیقی برای دو واحد درسی در دوره لیسانس باشد، کتابدار به شیوهٔ خاصی پاسخگو خواهد بود، اگر هدف جستجو، انجام یک طرح تحقیقی در سطح مملکت باشد، کتابدار استراتژی متفاوتی بامورد اول اتخاذ خواهد کرد.

۹ معادل‌یابی

در این شگرد، وظیفه کتابدار است که واژگان مراجعه‌کننده و به عبارت دیگر، زبان سؤال را با زبان سیستم تطبیق دهد و ارجاعات لازم را برقرار کند.

مثال یکم

م: درباره پاتولوژی اجتماعی چه مطالبی دارید؟

ک: شما باید زیر «آسیب‌شناسی اجتماعی» نگاه کنید.

مثال دوم

م: درباره «نمک» مطالبی می‌خواهم.

ک: به «کلرور سدیم» نگاه کنید.

برای استفاده از این شگرد، کتابدار باید، انواع ارجاعات را بشناسد و منطق آنرا، در حد نیاز برای مراجعه‌کننده توضیح دهد.

نتیجه

کتابدار مرجع باید، به نقش ارتباطی و توان جهت‌بخشی خود توجه داشته باشد و در ارتقاء هر دو، بکوشد و گمان نکند که برگه‌دان و ابزارهای مرجع معجزه می‌کنند.

تلاش مشترک فکری او و مراجعه‌کننده، در نهایت به تحقیقات بهتری می‌انجامد نقل قول زیر، با بیانی متفاوت، ایده مشابهی را القاء می‌کند:

«مسائل فنی در آزمایشگاهها حل نمی‌شوند، اختراعات از آزمایشگاهها به دست نمی‌آیند. اینها همه در ذهن ما سامان می‌یابند، وسائل آزمایشگاهی تنها درک بهتری از موضوع به ما می‌دهند.»^[۱]

[x]م = مراجعه‌کننده

[xx]ک = کتابدار

[1] D. H. Killeffer. Hoe did you think of that: An Introduction to the Scientific Method. New York, Doubleday & Company, INC, 1969.p.35.

صفحه اصلی

مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران
فهرست همه مقالات

فصلنامه اطلاع‌رسانی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی