سخن سردیب
رفتار اطلاع‌یابی و اهمیت آن

امهیت رفتار اطلاع‌یابی بر کسی پوشش نیست. این مسئله به ویژه در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی پیشرفت محصول است زیرا که آن موضوع بطور خاص به این حوزه تعلق دارد. اهمیت رفتار در دنبال امروز تا آنجا پیش رفته است که حتی متدی مکتب برازی آن شده‌اند. مکتب رفتار‌گرایانی سعی بر این دارد تا رفتار آدمی را آن قدر بزرگ جلوه دهد تا همه انسان‌های فکری و ذهنی را نیز به آن منتب کند. رفتار گرایی که در آن شدت و ضعف هم وجود دارد معناد است که همه چیز آدمی تحت تأثیر آن قرار دارد. اما باید با دقت مرهچی بیشتر بررسی شود که آیا این جنین است؟ بنابراین ممکن است بعضی از مدل‌های اطلاع‌یابی هم به طور مستقیم و یا ضمیمه از این نوع نظریات باشد. در هر حال توجه به رفتار اطلاع‌یابی از اهم مسائلی است که باید متخصصان و دانش‌مندان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی به آن بدل توجه و در راه آن قلم‌فرسانی کند و مدل‌های گوناگونی را بر وفق موضوع، مکان و زمان مورد توجه قرار دهند.

رفتار اطلاع‌یابی حوزه‌ای وسیع در مبحث علم اطلاعات و دانش‌شناسی است که تحقیقات پیرامون آن بیشتر کمی کافی دارد. محققان در این حوزه برای خدمت بیشتر به کاربران سعی دارند تا شیوه‌های اطلاع‌یابی آنها را بررسی کنند تا بتوانند خدمات بیشتر و مؤثرتری را به آنان ارائه دهند. این مسئله همچنان که ویژگی‌های فردی اشخاص را مورد بررسی قرار می‌دهد. با فرهنگ جامعه هم مرتبط است و لذا برای توجه بیشتر در این زمینه‌های مطالعات فرهنگی، خانوادگی و اجتماعی هم در این زمینه تأکید دارند. بنابراین محققان این حوزه به تنهایی رفتار فردی را محتوی دارند. اینکه رفتار فردی به آن باید برای توجه به تأکید کار به جنبه‌های گوناگون فرهنگی و اجتماعی هم توجه نماید. در حوزه الکترونیک هم با آنکه نمایش فیزیکی کمتر شده است ولی بررسی را به دید مورد توجه است. سایت‌ها و موتورهای جستجوی گسترده در سطح جهانی برای ارائه خدمات بهتر از رفتارهای اطلاع‌یابی مخاطبان با استفاده از انواع ابزارها و سوالات استفاده می‌کنند.

بی‌هوی است که چرا تألیف بیشتری بیان رفتار اطلاع‌یابی برای عرضه کنندگان و نیز تولید کنندگان کالا هم بیشتر و حساستر است. این مسئله را می‌توان در فرهنگ‌های بزرگ به خوبی
مشاهده می‌کنیم و می‌پیمی که شرکت‌ها و سازمان‌ها برای جذب و جلب مشارکت تا چه اندازه سرمایه‌گذاری می‌کنند و رفتارهای مخاطبان و مشتریان را با دقت چه به‌صورت یپراز و چه با پرس‌وجو و چه با تحقیقات علمی و فرهنگی مورد مطالعه قرار می‌دهند. فرهنگ هر قوم و جامعه‌ای ممکن است دارای یک گروه‌های باشد که جامعه‌ای دیگری به گونه‌ای متفاوت و اندیش دیگر فرهنگی وجود دارد و بعضی از این رفتارهای غیرقابل تعریف می‌دانند از فرهنگ را چنین تعریف کردند:

فرهنگ عبارت است از یک تربیت‌نابینایی و شیوه‌هایی که یک گروه، قوم و جامعه‌ای به آن پایبندند، و آن را درجا می‌کنند، نخود فرد و عادات داشته باشند و یا به خاطر احترام به دیگران را، آنان را بازی کند. خانواده این هنگامها ممکن است بزرگ مسایل به یادآوری و رسم اجتماعی، تراش و یا علاقه به قسمت‌های یکی یا دیگری باشد. بسیاری از مردم نسبت به خانواده تحقیق نمی‌کنند ولی افزایش فرهنگی ممکن است را به این روش‌ها تحقیق کند و در طول زمان باعث تغییر فرهنگ شوند. شبیه‌ترین این اندازه است که مثل یک نمونه به دروغ‌گویی و وکالت به دانسته و همگونی کردن کردند. که اگر به معنای عام فرهنگی نامیده می‌شود واقعاً فرهنگ و هنر نسبت تأمینه نمایند. که رفتار اطلاعاتی می‌گیرد. چه یک در کاربر تبلیغ‌های مبتنی و مدیران و خدمت گران کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی چه به صورت سنتی و با الکترونیک در مقام نمایش داده تا خدمات خود را به گونه‌ای عرضه کند تا کاربران با سادگی و پرور به مفیدی برسند ولی دانش‌لبیشن و مسئولان به ویژه آنها به طور مستقیم با کاربر در ارتباط بوده و این رفتار تدبیر دارد. این به این معنا است که اگر به سؤالات از موارد به‌طور عمده در بهبود روش‌ها و اجرای راهکارها برای دسترسی بیشتر است ولی در سیاست از موارد لازم است که آنها به ارزیابی خود و داشته‌ها خوش پدیده و آموزش‌های لازم را برای کاربران تدارک دهد و آنگاه به ارزیابی رفتار اطلاع‌های کاربران بپردازند.

رفتار اطلاع‌هایی که در اساس عملیات و فراگیری آن می‌توان به سه دسته تقسیم کرد که طبعاً هر یک وقتی خصوص خود را دارد. این‌ها عبارتند از یک، علمی و خاص:

عالم: این رفتار مربوط به همه انسان‌ها در جستجوی اطلاعات برای ناپایداری‌های خوش است؛ مانند همه اطلاعاتی که گرد و جامعه می‌گیرند و جزو معلومات عملیات آنها محسوب می‌شود. آن هنگام در گروه‌ها و دانش‌مندان مطرح می‌آید.

492
عمومی: این نوع رفتار جنیه عمومی و همگانی دارد و لیک نه به گستردگی نوع عام. مانند اطلاعات شهروندی که همگانی برای زندگی اجتماعی به آن نیاز دارند و یا دانشجویان در کلاس‌ها و مانند آن از خود بروز می‌دهند؛ و

خاص: مانند اطلاعاتی که فرد و یا افراد برای منظور خاص دریافت می‌کنند و یا به دنبال آن هستند. این رفتارها در طول هماند و نه در عرض؛ یعنی کسی که به دنبال اجرای طرح و برنمای خاصی است، رفتارهای او برای همه رفتارهای قبل هست.

رفتار اطلاع‌بایی و اطلاع جویی: کاربران نه تنها برا خارج و داخل کشور متفاوت است حتی ممکن است یک شهر به شهر دیگر و حتی یک محله با محله دیگر نتفاوت داشته باشد. و چه بسا در یک مدرس رفتار اطلاع‌بایی دانش‌آموز سال‌های گوناگون با هم فرق کند و یا دروس گوناگون برای دانش‌آموزان رفتارهای مختلفی را به نمایش بگذارد. در انتساب‌ها هم همین طور. این همان طور که اشاره شد هر چه متقاضیان پیشتر باشند و یا مردم نسبت به کالانی احساس نیاز پیشتر کنند طبعاً بزار بررسی رفتار اطلاع‌بایی رویکردهایی دارد و مطالعه در آن از جهت‌های گوناگون امکان‌پذیر و ارزشمند است. نوع نگاه جامعه ما به‌روزه مسئولان و سرمدباران به مسائل عمیق و ارژ نهادن به آن هم در مراحل مراجعه به مراکز اطلاع‌رسانی تأثیر گذار است و بی‌بهنه است مطالعه رفتار اطلاع‌بایی هم از آن متأثر می‌شود.

از این رو و نظر به اهمیت و رفتارهای اطلاع‌بایی، مدل‌های گوناگونی مطرح شده و مورد استفاده محققان به ویژه در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی قرار گرفته است. که هر یک به فراخور روابط که داشته و یا اشتعال به شغلی که مبکر آن داشته است مورادی را پیشتر در مدل جدید مطرح کرده است. به عنوان مثال مدل‌های کوشاک و ایلیس پیشتر مرحله جستجوی اطلاعات را مورد توجه قرار داده‌اند و رفتار اطلاعاتی را پیشتر در فرآیند جستجوی اطلاعات محدود کرده‌اند.

در حالی که توجه به انگیزه‌ها و عوامل روانشناختی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بنابراین مدبل جامع قرار داده‌که به همه عوامل توجه کند و این نشان دهنده از نوع نگاه مدبل ساز این است. همانطور که گفته شد آگ مبانی یک مدل ساز رفتارگرایی به معنی فلسفی آن باشد و یا به مسائل روانشناختی و انگیزه‌های برای تصمیم یا توجه نمی‌کند و یا یارا در درجه
به تعبیر بهتر پایان گفت که همه فعالیت‌هایی که در زندگی صورت می‌گرفت به‌ویژه آنها که به طور مستقیم مخاطب آن انسان است از نوع نگاه به انسان و بهتر است گفته شود شناخت انسان و تجارب‌های او سرچشمه می‌گیرد. لذا طراحان باید دیدگاه درستی از انسان و تجارب‌های او داشته باشند.

در کلاس درس رفتار اطلاع‌برداری در دوره دکتری در دانشگاه تهران در سال تحصیلی 1393-1394 مدل‌های مختلف مورد بحث بیشتر گرفت و در جمع‌بندی باید توجه به ویژگی‌های هر یک مدلی پیشنهاد شد که دانشجویان هم در بررسی آن سهیم بودند و چنین نتیجه‌گیری شد که این مدل جدید (که تصویر آن را مشاهده می‌کنید) می‌تواند به‌عنوان برای مدل‌های مختلف و یا دست کم مکمل آنها باشد.

در این مدل چنین فرض شده است که کاربری با انگیزه وارد کار اطلاع‌برداری می‌شود و بنابراین مسائل شناختی و روان‌شناختی همانند رفتار در صحنه حضور بزند. کار به دنبال انجام نتیجه‌گیری بخش نیست و شاید اصلی تحقیق پذیر نباشد. هر کس به دنبال هر کاری می‌رود از خود و انگیزه‌ای که دارد کار را اغاز می‌کند زیرا اینست که تصمیم می‌گیرد و نه اینکه چیزی برای تحمیل شود و یا ناخواسته وارد کاری شود. انگیزه‌ها که به آن می‌پردازند امر اطلاع‌برداری بیشتر و زوودتر به طور مالی نشینند. البته به‌یاده است که انگیزه‌ای از نیاز بر می‌خیزد و آموزش‌ها در تقویت نیاز و نیز در بیانگر راهکارها تأثیر فراوان دارد، کمی که به کتابخانه و یا مرکز اطلاعاتی و یا پایگاه‌های اطلاعاتی وارد می‌شود آگاه با محیط آشنا نشود و یا وقیفه مستقیم محیط را ندانند و یا به ویژگی‌های شخصی و توانمندی‌های علمی و اطلاعاتی ناپذیرفته و در نتیجه این تأثیر و نتیجه‌گیری دارد. لектор در بیان از مقایسه نیاز‌های بیشتر به اینکه چرا نیمی برندن به خوبی داشته و سندهCORR14253494 می‌کرد. در آنجا بیان می‌شد که وقتی سؤال می‌شود به حداکثر مسائل روان‌شناختی که در کاربر و گاهی در کتابخانه بروز می‌کند. از این رو کاربر وقتی از خود رفتاری نشان نمی‌دهد یا مربوط به عواملی است که خود با آن درگیر است و یا عواملی است که طرف مقابل به عنوان کتابخانه و یا اطلاع رسان دارد. این را در مورد پایگاه‌های اطلاعاتی می‌توان مطرح کرد. به عنوان مثال آنچه مربوط به کاربر است این است که خود را دستکم می‌پنداهند. خجالت می‌کشید.
می‌ترسد مراحمت ایجاد کند و مانند آن و آنچه مربوط به کتابدار می‌شود کم‌سودی است، 
راحت طلایی است و ظیفه نشانجویی و مانند آن است که بایستی از آن‌ها به اگرچه بری گردد و بعضی 
به حالات رفرازی روا، و اخلاقی به‌طور کلی همان‌طور که از یک مدل رفراز اطلاع‌بانی 
انتظار می‌رود، این مدل باید به خوی فرآیند چستجویی اطلاع‌بانی را نشان می‌دهد و مراحل 
مختلف آن را از ابتدا که جریه سوال در ذهن فرد ایجاد می‌شود تا زمانی که نتیجه‌ای روی آن 
ارزیابی می‌کند به تصور کنیم است. به نظر می‌رسد که ترسیم این فرآیند در این مدل نسبتاً 
کامل است و با نمایش جزئیات تکمیل شده است. بنا براین ویژگی بررسی این مدل این است 
که گسترده و جامع است و نظری سپاری از نظیری از نظریات گذشته و واقعی به‌طور دیده به 
در بر می‌گردد. در مرحله اول فرد اگرچه با تصمیم برای یافتن اطلاعات پیدا می‌کند. این 
انگیزه با تصمیم یا پیشرفت بردارش شخصی از و یا بر درخواست از دیگر شخص در گیر و ای 
جستجو برای یافتن اطلاعات را اگر گزارش می‌کند. این جستجو را می‌تواند به تنهایی یا با ارائه 
درخواست از دیگری ادامه دهد. نتایج این جستجو یا منجر به رضایت جستجو کننده می‌شود و 
یا در رضایت نهی کند. رضایت یا عدم رضایت برای یافتن اطلاعات پیدا می‌شوند. اگر فرض که 
هر گزینه که در دنیای گمشده‌ای می‌گردد، به آن نیاز دارد و به این‌جا هم اعتقاد و ایمان دارد، آن وقت می‌توان این مدل را یا این روابط هم مطلق 
دانتست که: ایمان عقیده بالطبیعی، قول بالمسان و عمل بالاسکان،. عنی ایمان عنی اعتقاد به 
چیزی است تصمیم در بر می‌خورد و اگرچه کار درونی می‌شود، اگاه آن اطلاع می‌کند و اینکه 
چگونه با چه شرافتی اطلاع کنند خود بسیار اهمیت دارد. در این اطلاعات، اول از خود شروع 
کنند به این معنا که یا را طراحی داده و روش‌شان و در اینی جایی اگر یا گویا است؟ اگر خود 
می‌دانند چه می‌خواهد تنها بوده دیگر آن چه قبیل کنند توجه به مسائل زیان‌رسان‌یابی و ادبی 
در اینجا لازم می‌شود که مسائل بزرگ‌تری که در کاربر و کتاب‌دار 
هر دو مورد توجه است. در این زمینه مسائل معرفت‌شناسی، زیان‌رسانی و اجتماعی مورد توجه 
قرار می‌گیرد.
در مرحله بعد باید به عمل پردازد. در پارهای از مدل‌ها از این قسمت کار شروع می‌شود.

یعنی عمل و رفتار مورد توجه قرار می‌گیرد و اگر هم به مسائل روانشناسی و یا زیان‌بافی توجه می‌شود از منظر رفتار و عمل اسات و نه به عنوان یک فکر و زیرساخت رفتار. در همین جا طبعاً محدودیت‌های فیزیکی زمان، مکان، ابزار، و اعتبار لحاظ می‌گردد. تحقیق در مورد هر یک از این موارد و یافتن مسائل آن خود باید تحت مفصل است. چنانچه محدودیت وجود داشته باشد، برای بررسی‌های تحقیقی مورد نظر نیز، در بسیاری از مدل‌های رفتار اطلاع‌برای بخور و رضایت و یا عدم رضایت کارکرد لحاظ نشده است و این به این معنا است که اگر کاربر نمی‌دهد از جستجو دست بر می‌دارد و یا خروجی از کار خوشی باشد، در جای اینکه ناکافی است. در این مدل به این مسئله توجه شده که در آن کاربر به نوعی رضایت و عدم رضایت خود را معکس می‌کند و این انتگرال‌های مداوم مایع و یا دست کم هشداری به کتابدار و اطلاع‌رسان از رفع نقص و پاسخ به کاربر و یا کاربران احتمالی آینده است. به نظر می‌رسد بعضی از پایگاه‌های اطلاعاتی در این زمینه به این امر توجه دارند و به نوعی با اخذ بخور و سعی در ترمیم و تکمیل نظام‌های خود می‌کنند. در این شرایط مدت مقاله بیشتر به طور مستقیم و یا ضمنی به رفتار اطلاع‌برای اشکال‌‌گیر، این شکاف سازی را برای آن بیشتر می‌سازند و مقاله‌های انجام دیگر به نام‌های قراردادهای روانشناسی و تعهد سازمانی و تعالی سازمانی، و امکان سازش سازمانی و کفیت خدمات، اضطراب کلیک‌های و نگرش رایانه‌ای و عوامل مؤثر بر انگیزه، همه به نوعی به رفتار اطلاع‌برای بی‌پای می‌گردد.