

داسگاه نم قون
فصلنامه علوم و قون
مدیریت اطلاعات
سال دوم، شماره دوم، پایی ۳
تابستان ۱۳۹۵

تحلیلی بر ارتباط برخی نظریه‌های علوم اجتماعی و انسانی با رفتار اطلاعاتی*

دکتر زاهد بیگدلی^۱

شبنم شاهینی^۲

سیده صدیقه طاهرزاده موسویان^۳

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر تحلیل رابطه برخی نظریه‌های علوم اجتماعی و انسانی با رفتار اطلاعاتی است.

روش: این پژوهش توصیفی و از نوع مروری - تحلیلی است. در این تحقیق، مقاله‌ها و کتاب‌های مرتبط با موضوع مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: نظریه‌های اصلی مرتبط با حوزه رفتار اطلاعاتی بیشتر از دو حوزه علوم اجتماعی جامعه‌شناسی و ارتباطات گروهی و حوزه روانشناسی سرچشمه می‌گیرند و انجام تحقیقات اصیل در حوزه رفتار اطلاعاتی، مستلزم استفاده از نظریه‌های موجود در این حوزه‌هاست. **نتیجه‌گیری:** به لحاظ اجتماعی بودن انسان و به لحاظ ماهیت رفتار انسان، مطالعات حوزه رفتار اطلاعاتی شامل نیاز اطلاعاتی،

* تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۴/۱۴

۱. استاد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز (نویسنده مسؤل). bigdelizahed20@gmail. Com.

۲. کارشناس ارشد و کتابدار مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی خوزستان. shabnam. shahiny@yahoo.com.

۳. کارشناس ارشد و کتابدار دانشگاه صنعتی خاتم الانبیاء بهبهان. tahezadeh58@yahoo. com.

جستجوی اطلاعات، اطلاع‌یابی، و استفاده از اطلاعات، به ناچار باید از نظریه‌های اصلی مرتبط با حوزه رفتار اطلاعاتی بهره بگیرند، یعنی آنچه بیشتر ناشی از دو حوزه علوم اجتماعی شامل جامعه‌شناسی و ارتباطات گروهی و حوزه روانشناسی است، البته همراه با استفاده از سایر نظریه‌های سودمند و مرتبط علوم اجتماعی. بدین سان ضمن غنا بخشیدن به این مطالعات، پژوهشگران امکان تبیین و تفسیر و تحلیل بهتر رفتار اطلاعاتی کاربران را می‌یابند؛ که در نهایت منجر به اصلاح نظام‌های اطلاعاتی و هم‌چنین اصلاح و بهبود رفتار اطلاعاتی کاربران می‌شود.

کلیدواژه‌ها: رفتار اطلاعاتی؛ اطلاع‌یابی؛ نظریه‌های علوم اجتماعی و انسانی

مقدمه

رفتار اطلاعاتی متشکل از چهار عنصر نیاز اطلاعاتی، جست‌وجوی اطلاعات، اطلاع‌یابی، و استفاده از اطلاعات است. اسپینک^۱ (۲۰۱۰) بر این باور است که رفتار اطلاعاتی غریزی است؛ پس می‌توان از این باور اسپینک چنین برداشت نمود که گاهی انسان در اثر این غریزه دست به رفتارهایی می‌زند که ناشی از یادگیری نیست، اما شاید برخی رفتارهای اطلاع‌یابی با کمک یادگیری رشد بیشتری کند و به این ترتیب یادگیری نوعی ارتباط با غریزه نیز داشته باشد. با توجه به این که انسان موجودی اجتماعی است، پس اگر کمی فراتر رویم، به نظر می‌رسد بسیاری از موضوعات و نظریه‌های مطروحه در حوزه‌های جامعه‌شناسی و روانشناسی به شکلی با این موضوع در ارتباط هستند و به نوعی بین آن‌ها تعامل وجود دارد، یعنی رفتار اطلاعاتی می‌تواند از جنبه‌ها و عوامل اجتماعی و روانشناختی نیز متأثر شود.

^۱ Spink

یمین فیروز، نوشین فرد و صیامیان (۱۳۹۱) بر این باورند که استفاده از نظریه در رفتار اطلاعاتی رو به رشد است و تعداد فزاینده‌ای از نظریه‌ها از درون این حوزه در حال شکل‌گیری است. برای مثال، ویلسون^۱ در سال ۱۹۸۳ نظریه اعتبارشناختی را که برگرفته از معرفت‌شناسی اجتماعی است، ارائه نمود.

در کتاب نظریه‌های رفتار اطلاعاتی^۲ ۷۳ مقاله از ۸۵ دانشمند از ۱۰ کشور جهان معرفی شده است که هر کدام از این مقاله‌ها به چندین نظریه بزرگ و کوچک اشاره دارند. بخش بزرگی از این نظریه‌ها از حوزه‌های علوم اجتماعی، روانشناسی و علوم تربیتی هستند و دانشمندان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی به خوبی در راستای اهداف علمی خود و بیشتر به منظور تبیین رفتار اطلاعاتی انسان، از این نظریه‌ها بهره برده‌اند. برای مثال، می‌توان از "نظریه شناخت اجتماعی بندورا"^۳، "نظریه اشاعه راجرز"^۴، "نظریه قوم‌نگاری اسمیت"^۵، "نظریه سرمایه اجتماعی نان لین"^۶، و "نظریه دامنه تقریبی رشد ویگوتسکی"^۷ نام برد.

اهمیت استفاده از این نظریه‌ها در مطالعه استفاده‌کنندگان بیشتر تجلی پیدا می‌کند. یمین فیروز و داورپناه (۱۳۸۴) از اوزان یوکاک^۸ نقل می‌کنند که دانش حاصل از مطالعه استفاده‌کننده، کمک بزرگی برای

^۱Wilson

^۲نظریه‌های رفتار اطلاعاتی. ترجمه فیروزه زارع فراشبندی و همکاران. ویراسته زاهد بیگدلی. تهران: نشر کتابدار، ۱۳۸۷.

^۳Bandura's Social Cognition Theory

^۴Rogers' Diffusion Theory

^۵Smith's Institutional Ethnography Theory

^۶Nan Lin's Theory of Social Capital

^۷Vygotsky's Zone of Proximal Development

^۸Ucak

توسعه نظام‌های اطلاعاتی و خدمات اطلاع‌رسانی است. وی اظهار می‌دارد چنانچه اطلاع‌رسانان از نیاز اطلاعاتی و رفتار استفاده‌کنندگان مختلف آگاه باشند، می‌توانند با توجه به آن‌ها به ارائه خدمات متنوع در کتابخانه‌ها یا مراکز اطلاع‌رسانی اقدام کنند. در پژوهشی توسط یمین فیروز و داورپناه (۱۳۸۳) آنان دریافتند که رفتار استفاده‌کنندگان (اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد) در حوزه‌های مختلف متفاوت است، و آنان اهداف و انگیزه‌های متفاوت دارند و از منابع اطلاعاتی و روش‌های جست‌وجوی اطلاعات متفاوت بهره می‌برند.

نوکاریزی و داورپناه (۱۳۸۵) به این نتیجه دست یافتند که هنوز پژوهش‌های زیادی در حوزه‌های مختلف مورد نیاز است تا ویژگی‌های رفتاری انسان را در استفاده از نظام‌های بازتابی اطلاعات به روشنی مشخص سازند. آنان اضافه می‌کنند که بررسی رفتار اطلاعاتی در جامعه در حال تحول فناورانه، به توجه ویژه به بسیاری از اصول اخلاقی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کاربران قشرهای مختلف نیاز دارد.

به لحاظ اهمیت انکارناپذیر حضور و لزوم استفاده از نظریه‌ها در مطالعات رفتار اطلاعاتی، مقاله حاضر در صدد برآمده است تا به بررسی جنبه‌ها و موضوع‌های مرتبط در این حوزه و چگونگی ارتباط بین این دو مقوله بپردازد.

نظریه چیست؟

نظریه‌ها جمله‌های خبری هستند که سعی دارند روابط بین پدیده‌های مختلف را توضیح دهند (مولینز و مولینز،^۱ ۱۹۷۳) و شخص می‌تواند از

^۱Mullins & Mullins

نظریه‌ها استنباط (قیاس) و استنتاج (استقراء) حاصل کند. شافی^۱ (۱۹۹۱) نظریه‌ها را حاصل اثر متقابل ایده‌ها، شواهد و استنباط‌ها می‌داند و معتقد است که نظریه‌ها تبیین‌ها^۲ و تعمیم‌ها^۳ هستند (نقل در کیس،^۴ ۲۰۰۷).

کرلینگر^۵ (۱۹۷۳) تعریف رسمی‌تری از نظریه به شرح زیر ارائه می‌کند: مجموعه‌ای از سازه‌ها یا مفاهیم، تعاریف و قضایای به هم پیوسته^۶ که از طریق مشخص کردن روابط بین متغیرها و با هدف توضیح و پیش‌بینی، نگاهی نظام‌مند از پدیده‌ها را ارائه می‌کند. سایمون و برستین^۷ (۱۹۸۵) هم راستا با تعریف کرلینگر، معتقدند که هیچ نظریه‌ای وجود ندارد مگر آنکه مجموعه‌ای از نظریه‌ها یا مجموعه‌ای از تعاریف پایدار، فرض‌ها و قضایای نظام‌مند سازمان‌دهی شده باشد.

رینولدز^۸ (۱۹۷۱) اشاره دارد که اصطلاح نظریه معمولاً حداقل با چهار معنای مختلف به کار برده می‌شود: مجموعه‌ای از قوانینی که تعمیم‌های تجربی^۹ خود را حمایت شده‌ای هستند؛ مجموعه‌ای از تعاریف و قضایای به هم پیوسته^{۱۰}؛ مجموعه‌ای از توصیف‌هایی از فرایندهای علی؛ و مجموعه‌ای از مفاهیم مبهم یا

^۱Chaffee

^۲explanations

^۳generalizations

^۴Case

^۵Kerlinger

^۶interrelated

^۷Simon & Burstein

^۸Reynolds

فرضیه‌های
آزمون نشده.

تقریباً تمام توضیحات و تعاریف مربوط به نظریه، به این ایده استناد دارند که نظریه باید نظام‌مند باشد و به بیش از یک جمله ساده اتکاء داشته باشد. اندیشه نخستین رینولدز - یعنی نظریه به عنوان مجموعه‌ای از قوانین - برای مطالعه رفتار انسان که در آن قواعد مطلق نسبتاً بسیار اندکی وجود دارد، سودمند است.

تعداد اندکی از پژوهشگران علوم اجتماعی چنین ادعا می‌کنند که علوم اجتماعی خود را به صورت آشکار کننده قوانین جهانی و مطلق در رابطه با مردم می‌بینند. مفهوم‌سازی نظریه به عنوان فرایندهای علی، فقط در معنای محدودی به صورت مدل به کار می‌رود. این مشکل است که علت‌ها را در رفتار انسان مشخص کرد، به خصوص پدیده‌ای مانند جستجوی اطلاعات که در آن بسیاری از جنبه‌های مهم قابل مشاهده مستقیم نیستند. با این وجود، این امکان وجود دارد که عوامل اصلی و ترتیب احتمالی آنها و تعامل آنها در فرایند جستجوی اطلاعات شناسایی شوند. مدل‌ها این جنبه‌ها را روشن می‌کنند و در نتیجه طرح پژوهشی را و گسترش نظریه را هدایت می‌کند.

نظریه‌ها از سطوح گوناگونی برخوردارند، از نظریه اصیل^۱ تا گراندد تئوری^۲ یا نظریه زمینه‌ای. نظریه‌ها را چیزی خاص‌تر از الگوها و پارادایم‌ها می‌دانند. در علوم و فلسفه، پارادایم را مجموعه مشخصی از مفاهیم یا الگوهای تفکر از جمله نظریه‌ها، روش‌های تحقیق، اصول، و استانداردهایی می‌دانند که سهمی معقول در پیشبرد یک حوزه دارد. البته پارادایم به مخاطب کمک می‌کند که به نتیجه برسد،

^۱ grand theory

^۲ grounded theory

ولی هدف پارادایم این نیست که مخاطب نتیجه‌گیری کند. توماس کان 'معنای امروزی واژه پارادایم را مجموعه‌ای از مفاهیم و اعمالی می‌داند که یک حوزه علمی را در یک دوره زمانی خاص تعریف می‌کند. دانشمندان علوم اجتماعی نه تنها تعریف یکسانی از نظریه ندارند، بلکه اختلاف نظر آنان در اهداف مشترکی در رابطه با انواع نظریه‌هایی که می‌سازند، بسیار بیشتر از اتفاق نظر آنان است. جامعه‌شناس برجسته رابرت مرتون^۲ (۱۹۷۳) از این وضعیت شکوه دارد.

اسکینر^۳ (۱۹۸۵) به "بازگشت نظریه اصیل" در آثار افرادی مانند یورگن هابرماس^۴ و آنتونی گیدنز^۵ که محدود کردن نظریه به سئوالات، روش‌ها و شواهد محدود را رد می‌کنند، اشاره دارد. دیویس^۶ (۱۹۸۶) شرح می‌دهد که چگونه نظریه‌های اجتماعی "موفق" مسائل اصلی مانند تحولات اقتصادی را مورد خطاب قرار دادند و در ضمن فرض‌های پیشین درباره این موضوع را وارونه کردند؛ مثلاً این که مذهب به میزان زیادی نامرتب با فعالیت اقتصادی است، دیدگاهی که ماکس وبر^۷ آن را مورد چالش قرار داد. دیویس نظریه‌های اصیل کارل مارکس، امیلی دورکیم^۸ و ماکس وبر را بررسی می‌کند تا نشان دهد اینها با چه وسعتی در تبیین‌های رفتار به کار برده شدند (کیس، ۲۰۰۷).

۱ Kuhn

۲ Merton

۳ Skinner

۴ Jurgen Habermas

۵ Antony Giddens

۶ Davis

۷ Max Weber

۸ Dorkhim

مرتون می‌گوید ما باید بر توسعه نظریه‌های محدود و با طیف متوسط^۱ تمرکز کنیم. چنین نظریه‌هایی در سطحی بالاتر از فرضیه‌ای آزمون پذیر عمل می‌کنند، اما با شرایط محدودی سروکار دارند، نزدیک به سطح پدیده‌های قابل مشاهده باقی می‌مانند، و پتانسیل لازم برای یکپارچه کردن یافته‌ها را عرضه می‌کنند.

گلیزر و اشتراوس^۲ در سال ۱۹۶۵ نظریه‌های گره زده شده به مشاهده را با این منظور که در حوزه خاصی از کاربرد استفاده شوند "گراوند تئوری" یا نظریه زمینه‌ای نامیدند. آنان در مطالعه خود درباره آگاهی از مرگ، نشان دادند که نظریه طیف متوسط به وسیله تأکید آن بر مشاهده ساخته می‌شود، یعنی اینکه ساختن یک نظریه با تکیه بیشتر بر داده‌های مشاهده شده صورت می‌گیرد، نه بر ایده‌های انتزاعی^۳. نظریه‌های زمینه‌ای به قدر کافی به مشاهدات دنیای واقعی نزدیک هستند، تا به اعتبار آن‌ها اطمینان داشته باشیم، و می‌توانند به عنوان اجزاء سازنده برای نظریه‌های رسمی^۴ و اصیل خدمت کنند.

برای مثال، می‌توان از فرایند جستجوی اطلاعات در مدل کولثاو^۵ نام برد. مدل کولثاو از طریق مشاهده دقیق شیوه‌هایی که جستجوگران اطلاعات با گره زدن دانش به آنچه هم اکنون می‌دانند و دانش خود را می‌سازند، گسترش داده شد؛ جستجوگران اطلاعات در فرایند جست و جوی اطلاعات، از مراحل مختلفی از عدم قطعیت و درک عبور می‌کنند. این مدل خود از یک نظریه عمومی روان‌شناختی

^۱ middle range

^۲ Glaser & Strauss

^۳ abstract ideas

^۴ formal

^۵ Kuhlthau

متعلق به جرج کلی^۱ (۱۹۶۳) روان‌شناس برگرفته شده است. مدل کولثاو می‌تواند به یک نظریه عمومی‌تری از جستجوی اطلاعات از طریق مشاهده و گسترش بیشتر بسط پیدا کند (نظریه‌های رفتار اطلاعاتی، ۱۳۸۷).

سرچشمه نظریه در رفتار اطلاعاتی

در کتاب "نظریه‌های رفتار اطلاعاتی" دو تعریف روشن از نظریه ارائه شده است. اول، ساختار کلی و اصولی که در پیوند با عملیات موجود در یک حوزه از فعالیت مانند پزشکی یا موسیقی توسعه یافته و محتوای آن را به عنوان یک حوزه فکری شکل داده است. دوم، نظامی از فرضیه‌ها، اصول پذیرفته شده، و رویه‌های انجام کار که به منظور توصیف، پیش‌بینی و یا تبیین ماهیت یا رفتار مجموعه خاصی از پدیده‌ها ابداع شده است (ص ۱۶).

کریکلاس^۲ (۱۹۸۳) بر این باور است که هیچ نظریه منحصر به فردی از جستجوی اطلاعات وجود ندارد که مقایسه‌های آسان در میان مطالعات را ممکن سازد. چت من^۳ (۱۹۹۶) نیز نارضایتی خود از وضعیت نظریه پردازی در رفتار اطلاعاتی را ابراز می‌دارد و می‌نویسد که ما یک نظریه مرکزی یا مجموعه‌ای از نظریه‌های به هم پیوسته نداریم که بتوانیم به عنوان "طیف متوسط" به آنها بنگریم؛ به نظر می‌رسد که ما در حال حاضر به جای تمرکز بر تولید نظریه‌های خاص، روی کاربرد چارچوب‌های مفهومی متمرکز هستیم.

^۱ Kelly

^۲ Krikelas

^۳ Chatman

زوی‌زیگ^۱ (۱۹۷۷) می‌گوید که سرچشمه اصلی نظریه‌های به کاررفته در مطالعات جستجوی اطلاعات، از دو حوزه جامعه‌شناسی و ارتباطات گروهی^۲ و همچنین حوزه روان‌شناسی ناشی می‌شود. زوی‌زیگ نمونه‌هایی ارائه نمی‌دهد، اما شواهد کافی در متون مرتبط با رفتار اطلاعاتی وجود دارد که بهره‌مندی پژوهشگران حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی از نظریه‌های موجود در سه رشته نام برده شده در بالا را نشان می‌دهد و ردپای آن به سهولت و سرعت در آثار پژوهشگران رفتار اطلاعاتی دیده می‌شود.

برای مثال، چتمن جریان بیان و استفاده از اطلاعات در میان سرایداران را مورد مطالعه قرار داد، و پاسخ‌های آنان را به شاخص‌های بیزاری مانند بی‌هنجاری یا آنومی^۳، ناهمگونی یا بی‌نرمی، بی‌قدرتی، بی‌معنایی، جدایی، و خودبیگانگی مرتبط ساخت. در سایر آثار او، از نظریه اشاعه نوآوری راجرز (۱۹۸۳) استفاده شد تا اشاعه اطلاعات شغلی در میان کارگران را توصیف کند. در این مطالعات، نظریه‌های مورد استفاده هم از جامعه‌شناسی و هم از ارتباطات ناشی شده است (چتمن، ۱۹۸۶).

بررسی‌ها نشان می‌دهد که به نوعی نظریه روانشناختی در بیشتر پژوهش‌های رفتار اطلاعاتی به طور ضمنی اشاره می‌شود. بسیاری از مطالعات مربوط به استفاده فردی از نظام‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌ها یک دیدگاه^۴ روانشناسانه (یا شناختی) را فرض می‌کند، خواه آنها به نظریه‌ای خاص یا نظریه‌پردازی خاص استناد کنند یا

^۱Zewizig

^۲mass communication

^۳anomaly

^۴perspective

نکنند. در حقیقت، می‌توان گفت که بیشتر پژوهش‌های مربوط به جستجوی اطلاعات، تنها به یک روانشناس خاص، زیگموند فروید، مربوط هستند، اگر چه مستقیماً از وی ناشی نمی‌شوند. " اصل لذت " فروید^۱ (۱۹۲۲) این دیدگاه را دارد که هم فعالیت‌های اجتماعی و هم فعالیت‌های روانشناختی از نیازی برای کاهش تنش‌های هیجانی، نوعی " کاهش سائق " ناشی می‌شوند. این دیدگاه معتقد است که مردم در جستجوی لذت هستند تا حالت درونی نامطلوب را تسکین بخشند، و در نتیجه، احساسات دردآور یا امیال هشیار و به تبع آن تنش‌ها را کاهش دهند.

دونوهو، نیر، و فین^۲ (۱۹۸۴) عقیده دارند که کسب اطلاعات یک پاسخ خودکار در انسان است، و به طور معمول باعث لذت می‌شود. لازمه جستجوی اطلاعات این است که مردم در پاسخ به برخی حالات درونی ناراحت کننده، مثلاً، یک " وضعیت ناهمگون دانش^۳ " یا " نیاز پنهان^۴ اقدامی نمایند، بدین روی به جستجوی اطلاعات می‌پردازند. به این ترتیب، می‌توان ادعا کرد که اصل لذت در سطح جهانی در مورد جستجوی اطلاعات به کار می‌رود.

به طور خلاصه، تعدادی حوزه‌های دانشگاهی به عنوان منابع یا پارادایم‌ها و نظریه‌ها برای مطالعه جستجوی اطلاعات خدمت می‌کنند و برخی از نظریه‌های آنها به طور فعال درچنین تحقیقاتی به کار برده شده‌اند. در شیوه نظریه "بومی^۵ برای مطالعه جستجوی اطلاعات، تلاش‌های نظریه‌سازی چتمن قابل ذکر است. نخستین

^۱Freud's Principle of Pleasure

^۲Donohew, Nair, & Finn

^۳Anomalous State of Knowledge (ASK)

^۴visceral need

^۵native

تلاش وی مربوط به "نظریه فقر اطلاعاتی" او بود که بر اساس تجربیاتش در مطالعه زنان سالمند در یک جامعه بازنشستگان بنیان گذاشته شده است (چتمن، ۱۹۹۲).

در ادامه مطلب، تعدادی از پارادایم‌های مرتبط با موضوع رفتار اطلاعاتی نگاهی مرور شده است.

برخی پارادایم‌های مرتبط با رفتار اطلاعاتی

علاوه بر نظریه‌های اجتماعی و روانشناختی که قبلاً ذکر شدند، تعدادی پارادایم وجود دارند که در تحقیقات جستجوی اطلاعات به کار می‌روند یا می‌توانند به کار روند. حداقل سه مورد از این پارادایم‌ها می‌توانند تحت عنوان کلی "دیدگاه‌های روانشناختی" گروه‌بندی شوند؛ با این وجود، بیشتر اینها جنبه‌های اجتماعی و روانشناختی دارند، و به علت همپوشانی، تقسیم‌بندی آنها به دسته‌های کاملاً متمایز، کار ساده‌ای نیست. پارادایم‌های مورد نظر عبارتند از:

۱. اصل کمترین تلاش ۲. استفاده و خشنودی ۳. معنابخشی ۴. ساخت‌گرایی ۵. نظریه بازی، که در ادامه به صورت خلاصه مورد اشاره قرار می‌گیرند.

اصل کمترین تلاش زیف^۲

برخی پژوهشگران بر این باورند که مجموعه‌ای از آثار توسط جرج زیف لغت‌شناس به عنوان پارادایم یا نظریه اصیل برای مطالعات جستجوی اطلاعات عمل می‌کنند. تجزیه و تحلیل "پول"^۳ (۱۹۸۵) از

^۱Theory of Information Poverty

^۲Zipf's Principle of Least Effort

^۳Poole

متون جستجوی اطلاعات دریافت که ۶۰ مورد از ۵۱ مطالعه‌ای که وی نمونه‌گیری کرد، از اصل کمترین تلاش زیف حمایت کردند. البته زیف ادعا نکرد که اصل وی یک نظریه رسمی است، ولی "پول" نشان می‌دهد که این اصل دارای ویژگی یک نظریه کلی^۱ است، و اینکه قضایایی می‌تواند از آن استخراج شود. طبق نظر زیف (۱۹۴۹)، هر فردی دوره‌ای از کنش را اتخاذ خواهد کرد که شامل هزینه حداقل میانگین محتمل^۲ از کارش می‌باشد؛ به عبارت دیگر، شامل حداقل تلاش می‌شود. زیف از نظریه خویش با شواهدی از جنبه‌های گوناگون رفتار انسانی حمایت می‌کند، که بیشتر آن مبتنی بر مطالعات مربوط به کاربرد زبان است. برای نمونه، توزیع آماری کلمات به کاررفته در متن اولیسه^۳ اثر جیمز جویس^۴ از الگویی پیروی می‌کند که زیف نظریه خود را بر آن شکل داد. در رتبه‌بندی متون با توجه به کاربرد کلمه‌ها، دهمین کلمه از متداول‌ترین کلمات در کتاب اولیسه ۲۶۵۳ بار تکرار شده است؛ صدمین کلمه ۲۶۵ بار و هزارمین کلمه ۲۶ بار. نتیجه‌ای که از تأمل در این ارقام حاصل می‌شود این است که پیامی در نحوه توزیع داده‌ها نهفته است: به عبارت دیگر، عدد ۲۶ به صورت یک عدد ثابت ظاهر شده است.

مثال دیگر مربوط به سرشماری سال ۱۹۳۰ آمریکاست. بر اساس آن رتبه‌بندی ۵۰ شهر از پرجمعیت‌ترین شهرهای امریکا نشان داد که جمعیت دومین شهر بزرگ، نصف جمعیت نخستین شهر بزرگ است، و سومین شهر بزرگ یک سوم آن جمعیت را داشت؛ و این ترتیب تا پنجاهمین شهر بزرگ ادامه داشت (کیس، ۲۰۰۷).

^۱ general theory

^۲ probable least average

^۳ Ulysess

^۴ James Joyce

زیف برای توضیح اصل حداقل تلاش خود، از قیاس صنعتگری که پشت میز کار خود نشسته است استفاده می‌کند. وی می‌نویسد که صنعتگر، هنگام انجام کار می‌کوشد ابزاری را بردارد و آنها را بر زمین بگذارد که به ترتیب تعداد دفعات استفاده، آنها را به کاربرده است، و آن را که بیش از همه به کار برده است به خود نزدیک‌تر از همه قرار می‌دهد (کنر، ۱۹۸۶). تجربه عملی کتابداران مرجع نیز مصداق دیگری از اصل زیف است؛ به طور معمول، کتابداران مرجع منابع اصلی و پراستفاده مرجع را دم دست و در نزدیک‌ترین فاصله ممکن با میز کار خود قرار می‌دهند. کتاب‌های رفرنس پزشکان را نیز می‌نمونه دیگری از این اصل بر شمرد.

همچنین، مردم در نظام کتابخانه‌ها و نظام‌های بایگانی اداری تمایل دارند مدارک معینی را به طور مرتب استفاده کرده، امانت بگیرند، یا به آنها استناد کنند. این پدیده به قاعده ۸۰ - ۲۰ یا گاهی اوقات قاعده ۷۰ - ۳۰ موسوم شده است. بیست درصد مدارک ۸۰ درصد استفاده را دارند. رسانه‌های ارتباطی مانند تلفن و ایمیل نیز پدیده مشابهی را نشان می‌دهند، یعنی اقلیتی از جمعیت کاربران (۲۰ - ۳۰ درصد) اکثریت پیام‌ها را ارسال می‌دارند (۷۰ تا ۸۰ درصد). در داستان "سفیر کبیران" اثر هنری جیمز^۱ نیز این نسبت رعایت شده است. دورش و پیفالو^۲ (۱۹۹۷) نیز نشان دادند که فقط ۲۵٪ از ژورنال‌های پزشکی ۷۴ درصد از تقاضاها در ایالت ایلینویز را به خود اختصاص دادند. ظاهراً همین مسأله در مورد استنادها در میان مؤلفان صادق است.

شواهدی برای اصل حداقل تلاش می‌تواند در سایر قلمروهای رفتار

^۱ Kenner

^۲ Henry James

^۳ Dorsch & Pifalo

اطلاعاتی دیده شود. هم در وب سایت‌ها و هم در کتابخانه‌ها، به نظر می‌رسد آنچه که زیف توزیع‌های هماهنگ نامیده است، وجود دارد و در این جا نیز روابط هماهنگ دیده می‌شود. یک نمونه اغلب مورد استناد^۱ از "حداقل تلاش" زمانی است که یک فرد حرفه‌ای به جای آن که جست‌وجوی کاملی در متون درباره پرسش خود انجام دهد، از نزدیک‌ترین همکار خود می‌پرسد آیا هیچ گزارشی جدیدی در مورد آن موضوع منتشر شده یا خیر. دورانس^۲ می‌گوید: پژوهش درباره جست‌جوی اطلاعات به طور پایدار نشان داده است که افراد، منابع بین فردی را بر منابع چاپی ترجیح می‌دهند. این یافته برای پژوهشگران در ۳۰ سال پیش، زمانی که آنها به جست‌جوی اطلاعات در میان دانشمندان می‌پرداختند، چیزی عجیب بود. یک پرسش پژوهشی مناسب می‌تواند چنین باشد: "چرا جست‌جوگران اطلاعات کانال‌های شفاهی را اول انتخاب می‌کنند؟"

مردم ممکن است صرفاً مسیر حداقل مقاومت را انتخاب کنند. مطالعه آلن^۳ (۱۹۷۷) درباره ۱۹ مهندس تحقیق و توسعه دریافت که آنها هنگامی که کانال‌های اطلاعاتی را برگزیدند، بر اساس اصل حداقل تلاش عمل کردند، و رابطه بین استفاده از منابع اطلاعاتی و دسترس‌پذیری آسان بسیار قوی‌تر از رابطه بین استفاده و کیفیت اطلاعات است. دروین^۴ (۱۹۸۳) نیز به میل افراد در "اتکاء به دوستان و اقوام نزدیک برای اطلاعات"، آن‌گونه که "قانون حداقل تلاش" را به نمایش می‌گذارد، اشاره دارد. امروزه نیز، تحقیقات بسیاری، چه در

^۱ oft-cited

^۲ Durrance

^۳ Allen

^۴ Dervin

خارج از کشور و چه در داخل، منابع انسانی - شامل دوستان و آشنایان، و در محیط‌های کاری همکاران، استادان و همکلاسی‌ها را که بیش از دیگران در دسترس هستند - نخستین منبع کسب اطلاعات یا حداقل یکی از نخستین منابع اطلاعاتی در دسترس می‌دانند.

زیف یادآور می‌شود که اهمیت اصل حداقل تلاش وی در رابطه با رفتار انسانی در جهانی بودن آن است. انسان‌ها به یک کارایی شگفت‌انگیزی در تخصیص تلاش خویش تمایل می‌یابند. این تمایل استلزامات بی‌شماری برای مطالعه استفاده از اطلاعات دارد.

هاردی^۱ (۱۹۸۲) معتقد است که وقتی مردم در جست‌وجوی اطلاعات هستند، آنان شبکه‌های اطلاعاتی را بر اساس سودمندی‌های مورد انتظارشان در برابر هزینه‌های محتمل انتخاب می‌کنند. تحت این پارادایم، جست‌جوی اطلاعات بسیار منطقی است و بر محاسبه‌ای از سودمندی‌هایی که از کسب کامل‌ترین و دقیق‌ترین اطلاعات حاصل می‌شود، تأکید دارد. برای مثال، پزشکی در نظر دارد دریابد که آیا می‌تواند یک تشخیص فوری بر اساس نشانه‌هایی ارائه دهد که توسط بیمار ارائه می‌شوند، یا خیر؛ یا اینکه آیا ارزش وقت و پول را دارد که با فرض این که بیمار باید هزینه‌ها را بپردازد، قبل از تصمیم‌گیری در باره طرح مداوا، آزمون‌های آزمایشگاهی بیشتری به عمل آورد. پزشک بایستی ارزش احتمالی اطلاعات بدست آمده از آزمون‌های آزمایشگاهی را در برابر هزینه‌های پولی و هر خطر بالقوه‌ای که ممکن است در اثر تأخیر در درمان پیش آید، تخمین بزند. اصل حداقل تلاش، که بیشتر عملگرا^۲ است، پیش‌بینی می‌کند که جستجوگران، تلاش مورد نیاز برای کسب اطلاعات را به حداقل

^۱Hardy

^۲pragmatic

می‌رسانند، حتی اگر این عمل آنان به معنای پذیرفتن اطلاعاتی با کیفیت پایین‌تر یا مقدار کمتری از اطلاعات باشد. هاردی با مطالعه ۹۶۸ فرد حرفه خدمات جنگل آمریکا دریافت که آنها بیش از اندازه نسبت به هزینه‌های مربوط به کسب اطلاعات حساس بودند، اما نسبت به موضوع‌های مربوط به کیفیت اطلاعات، حساسیت کمتری از خود نشان می‌دادند.

نظریه استفاده و خشنودی

کتز، بلوملر و گورویچ^۱ در پیشگفتار اثر خود با عنوان "استفاده‌های ارتباطات جمعی"^۲ مفاهیم "دیدگاه"، "رویکرد"، یا "مدل" را توصیف می‌کنند که به "استفاده و خشنودی"^۳ موسوم شده است. این پارادایم با "سرچشمه‌های اجتماعی و روانشناختی نیازها"، "روشی که نیازها انتظارات را در زمینه منابع اطلاعات و سرگرمی پدید می‌آورند"، "رفتار حاصل که در آن مردم، خود را در معرض رسانه‌ها می‌گذارند" و "خشنودی حاصل از برآوردن نیازها" ارتباط دارد.

رویکرد "استفاده و خشنودی" نسبت به پژوهش چندین ویژگی دارد که آن را از سایر رویکردها در مطالعه رسانه‌های گروهی متمایز می‌سازد.

۱. فرض بر این است که مخاطب رسانه‌ها نقشی فعال^۴ در انتخاب منابع مورد نظر بازی می‌کند تا اینکه هدف نقش غیر فعال^۵ پیام‌ها باشد.

^۱Katz, Blumler, & Gurevitch

^۲The Uses of Mass Communication

^۳Use and Gratification

^۴active role

^۵passive target

۲. این، "شخص" است که از رسانه استفاده می‌کند، نه اینکه رسانه از فرد استفاده می‌کند. یعنی اینکه اگر رسانه‌ها "تأثیر" داشته باشند، حداقل تا اندازه‌ای به این دلیل است که این انتخاب خود مردم است که تحت تأثیر رسانه‌ها باشند.

۳. رسانه‌های گوناگون صرفاً بخشی از طیف گزینه‌هایی هستند که افراد در دنیایی تحت سلطهٔ تماس‌های بین فردی و فعالیت‌های درون فردی^۱ ممکن است برای برآوردن نیازها در اختیار داشته باشند. در نتیجه، اگر کسی نیازی به "سرگرمی" داشته باشد، او می‌تواند جدول حل کند، یا با خودش یا با شخص دیگری ورق بازی کند، تا اینکه تلویزیون تماشا کند یا مطلبی بخواند.

۴. استفاده از رسانه‌ها می‌تواند با پرسش از مردم به طور مستقیم دربارهٔ علائق آنها و انگیزه‌هایشان مورد مطالعه قرار گیرد، به جای اینکه به طور محرمانه داده‌ها گردآوری شود.

برخی دانشمندان اشاره می‌کنند که به دیدگاه "استفاده و خشنودی" از طریق سه رویکرد پژوهشی - عملکردی، ساختاری - فرهنگی، و کنش - انگیزش می‌توان نزدیک شد. در راستای نظریه‌های کاهش انگیزه؟ مانند اصل لذت فروید، جستجوی خشنودی به روشنی دارای یک طعم عملکردی است. مخاطبان از میان رسانه‌ها و محتوی، موردی را انتخاب می‌کنند تا به هدف خشنودی دست یابند.

کاتلرو دانووسکی^۳ (۱۹۸۰) به نمونه‌ای اشاره می‌کنند که در آن با پیر شدن مردم، آنها در تلویزیون پوشش انتخابات را کمتر برای محتوی و بیشتر برای خشنودی از فرایند انتخابات تماشا می‌کردند، تا این که

^۱intrapersonal^۲drive-reduction^۳Cutler & Danovski

حواس خود را بکار گیرند، با فرهنگ ارتباط برقرار کنند، و غیره. علاقه به حقایق سیاسی ممکن است در افراد پیر کاهش یابد، در حالی که تماشای خبرهای انتخابات چنین نشده است. سنت ساختاری - فرهنگی بر محیط رسانه‌ای که یک فرهنگ خلق کرده است، و همچنین بر چگونگی تحدید انتخاب آن‌ها تأکید دارد و بده - بستان در "استفاده" و "خشنودی" را مورد استناد قرار می‌دهد.

ویلیامز^۱ (۱۹۸۷) ادعا می‌کند که تفاوت‌های یافت شده در موضوع خشنودی در دو مطالعه ملی درباره اخبار سیاسی به خاطر "تفاوت‌های ساختاری در مالکیت، عملیات، برنامه‌ریزی، یا محتوای روزنامه‌ها و تلویزیون در بریتانیا در مقایسه با آمریکا" است. یک توجه کلیدی دیگر نقشی است که انتخاب‌های رسانه‌ها در شکل‌دهی هویت فردی شخص بازی می‌کند. در اینجا ویلیامز استناد می‌کند که موجود نبودن تلفن ممکن است برخی از افراد را وادار سازد که از محتوای تلویزیونی بیشتر استفاده کنند تا هویت فردی خودشان را شکل دهند. سنت کنش - انگیزش در کاربرد مدهای انتظار/ امید / احتمال / پیش‌بینی مانند فیشبین و آجزن^۲ (۱۹۷۵) یافت می‌شود. مدل‌های "انتظار"^۳ برای فرض هستند که باورها و ارزیابی‌ها تا اندازه‌ای خشنودی مورد جستجو را تعیین می‌کنند، که این به نوبه خود بر چگونگی انتخاب و هدف محتوای رسانه‌ها اثر می‌گذارد. ویلیامز (۱۹۸۷) مدل "انتظار" را چنین توصیف می‌کند:

هر رفتار یا نگرشی تابعی است از انتظار، یعنی ادراک داشتن یک صفت خاص توسط یک شیء؛ یا اینکه رفتار معینی به

^۱Williams

^۲Fishbein & Ajzen

^۳expectancy

پی‌آمدهای خاصی منجر خواهد شد. برخی پژوهش‌های جستجوی اطلاعات به چندین رویکرد مدیون هستند. برای مثال، پژوهش معنا بخشی دروین، شامل انتظارات درباره کاربست منابع گوناگون برای کاهش عدم قطعیت و پرکردن شکاف‌ها در تجربه روزانه است. این پژوهش در ضمن، راهی را که نیازهای اطلاعاتی توسط محیطی متحول تحت تاثیر قرار می‌گیرند، در نظر می‌گیرد (وبلیامز، ۱۹۸۷).

پژوهش‌های انجام شده تحت دیدگاه استفاده و خشنودی بر اساس مخاطبین و / یا رسانه تقسیم‌بندی می‌شوند. برای مثال، مطالعه رابین^۱ (۱۹۸۳) درباره استفاده از تلویزیون پنج انگلیسی‌زبان مشهور

پیدا کرد:

۱. اطلاعات ۲. سرگرمی ۳. فرار ۴. گذران عادی وقت ۵. مصاحبت و همراهی.

آیا این استفاده‌ها به طور یکسان در خواندن داستان صادق هستند؟ "مصاحبت" به نظر می‌رسد کمتر قابل قبول باشد، زیرا تماشاکنندگان تلویزیون در همان حول و حوش آمادگی بیشتری برای تعامل دارند تا خوانندگانی که در مجاورت یکدیگر هستند.

مشکل دیگر در زمینه "استفاده و خشنودی" مربوط به پیش فرض‌های آن درباره مخاطبان فعال در سطح جهان است. مطالعات تجربی نمونه‌گیری توسط چیکزنتمیهایلی^۲ (۱۹۹۰) شواهد اندکی برای حمایت از اندیشه مخاطبان فعال تلویزیون یافت. در عوض این مطالعات به این نتیجه رسیدند که تماشاچیان تلویزیون هنگام تماشا

^۱Rubin

^۲Csikzentmihalyi

احساس آرامش می‌کردند و تا اندازه‌ای بی‌توجه بودند. با وجود این کمبودهای ممکن، "استفاده و خشنودی" در مطالعه جستجوی اطلاعات بسیار مرتبط است.

چتمن (۱۹۹۱) نمونه‌ای از کاربرد این رویکرد ارائه می‌دهد. چتمن مصاحبه‌هایی با سرایداران انجام داد تا شش قضیه^۱ از جمله استفاده سرایداران از رسانه‌ها را به بوته آزمایش بگذارد. او نتیجه گرفت که نظریه خشنودی در مطالعه جستجوی اطلاعات کار برد داشت. چتمن به ویژه دریافت که تمرکز بر خشنودی به ما کمک می‌کند درک کنیم چگونه طبقات فقیر در زندگی‌شان مشکلات را تعریف کرده و با آن‌ها کنار می‌آیند، و چرا آن‌ها در جستجوی اطلاعات، فعال‌تر از دیگران نیستند.

دو دلیل مهم برای این انفعال ظاهری عبارت بودند از :

۱. پاسخگویان تمایل داشتند که ببینند مشکلات توسط "شانس"^۲ حل می‌شوند تا در اثر تلاش‌های خود افراد.
۲. آنها تصور می‌کردند در دیدن منابع بیرونی اطلاعات، از جمله کتابخانه‌ها، به عنوان منابع مرتبط با مشکلات روزمره‌شان ناموفق بودند.

نظریه معنابخشی

سومین پارادایم مرتبط و مهم در رفتار اطلاعاتی، نظریه معنابخشی دروین است. کیس (۲۰۰۷) بر این باور است که آیا این‌که معنابخشی یک پارادایم، نظریه، یا روش‌شناسی می‌سازد یا همه این‌ها را، جای سؤال دارد. برندا دروین، پیشگام این رویکرد در جستجو و استفاده از

^۱proposition

^۲luck

اطلاعات، یادآوری می‌کند که: "برخی مردم معنابخشی را یک نظریه می‌دانند، دیگران آن را مجموعه‌ای از روش‌ها می‌دانند، دیگران یک روش‌شناسی، و برخی دیگر آن را مجموعه‌ای از یافته‌ها می‌دانند". دروین می‌گوید: یک موضوع اصلی درباره معنابخشی این است که اطلاعات "چیزی نیست که سوای فعالیت رفتاری انسان وجود داشته باشد. در عوض، یک انسان یا تعداد بیشتری انسان، اطلاعات را در لحظه‌ای خاص در گستره زمانی خلق می‌کنند" (دروین، ۱۹۹۲).

برخی رویکردها در جستجوی اطلاعات، آنها را چیزی "در بیرون" می‌بینند که به مردم انتقال داده می‌شود (آن‌گونه که دروین می‌گوید، یک "آجر" اطلاعاتی که توی "سطل" انسان گذاشته می‌شود). بر خلاف آنها، معنابخشی، اطلاعات را چیزی می‌بیند که به منظور مخاطب قرار دادن انقطاع‌های زندگی^۱ به طور درونی ساخته می‌شود.

گفته شده است که هسته پژوهش معنابخشی از فلسفه و نظریه یادگیری جان دیویی^۲ (۱۹۶۰) گرفته شده است. فلسفه دیویی درباره سودمندی^۳ بر حل مشکل عملی از طریق کنش‌هایی که در دنیای واقعی انجام می‌شوند، تأکید دارد. او هم علم و افراد را می‌دید که از طریق پنج مرحله از عملیات انعکاسی^۴ حلقه‌وار در حرکت بودند. این پنج مرحله از عملیات انعکاسی عبارتند از:

پیشنهاد، عقلانی کردن، ذهنی کردن، تفکر کردن؛^۵ فرضیه، استدلال ، و بعد آزمون راه‌حل به وسیله عمل (کنش). ارتباط آگاهانه و تعامل با

^۱ discontinuities

^۲ John Dewey

^۳ instrumentalism

^۴ reflective operations

^۵ intellectualization

اشیاء^۱ و ایده‌ها در سطح جمعی به علم بارور^۲ منجر شد، و در سطح فردی به تفکر و یادگیری. جرج کلی (۱۹۶۳) نظرات مشابهی در نظریه خود در مورد شکل‌دهی ساخت فردی^۳ داشت، که این یک جزء کلیدی در نظریه وی موسوم به نظریه شخصیت^۴ است. کلی رفتار شخص را اینگونه می‌دید که با شدت توسط سازه‌های ذهنی فرد از جهان شکل می‌گیرد؛ سازه‌ها عبارتند از: ساختارهای دانش که ما را قادر می‌سازند نه تنها رخدادها را پیش‌بینی کنیم، بلکه نتایج آن‌ها را هم پیش‌بینی کنیم. (نقل در کولثا، ۱۹۸۸ الف).

"ساخت" جرج کلی از دانش، در ضمن پنج مرحله را در تفکر فرض می‌کند: مواجهه با یک تجربه جدید؛ احساسات اولیه سردرگمی^۵ که نتیجه می‌شود؛ شکل‌دهی یک فرضیه کاری؛ اقدام پژوهی^۶ (انجام کار) که یا به بازسازی یک فرضیه نادرست و یا اعتبار بخشی به یک فرضیه درست منجر می‌شود؛ و همانندسازی یافته‌ها با دانش قبلی، که به تغییرات در رفتار منجر می‌شود. معنا بخشی با اندیشه‌های دیویی، کلی و برونر از زندگی به عنوان مواجهه با مشکلات انقطاع‌ها در دانش هم راستاست. محصول نهایی این فرایند، یعنی معنا؟ معادل با دانش است.

به طور خلاصه، پژوهش معنا بخشی دانش مفصلی از راهبردهایی تولید می‌کند که طبق آن افراد با شرایط مشکل‌زا سازگار می‌شوند. در انجام این کار، پژوهش معنا بخشی ارزش زیادی برای بینش‌های حاصله

^۱objects

^۲productive science

^۳personal construct formation

^۴Theory of Personality

^۵confusion

^۶taking actions

^۷sense

توسط افراد تحت مطالعه قائل می‌شود، زیرا آن‌ها راه‌حل‌های مشکلات پیشین را بازسازی می‌کنند.

نظریه ساخت‌گرایی^۱

نظریه‌پردازان حوزه‌های موضوعی مختلف بر اهمیت زبان و تعامل اجتماعی در شکل‌دهی دانش و ایجاد روابط اجتماعی و قدرت هم‌اندیشه‌ها هستند. ساخت‌گرایی در متون رفتار اطلاعاتی مورد استفاده و استناد بوده است. تومینن، تالجا و ساولینن^۲ (۲۰۰۵) بر این باورند که ساخت‌گرایی بر زبان و گفتمان تأکید دارد، زیرا این دو عامل، حاصل تعامل میان اعضای یک جامعه‌اند. نظر مشابه تومینن و ساولینن (۱۹۹۷) نیز در این کلمات نشان داده شده است که ساخت‌گرایی چارچوبی است که بر کاری که مردم با صحبت و نوشتار خود می‌کنند و بر انواع گوناگون منابع فرهنگی مورد استفاده مردم تأکید دارد.

لش^۳ (۱۹۹۴) معتقد است که ساخت‌گرایی، دسته‌ای از چارچوب‌های نظری است که ریشه در جامعه‌شناسی دارد. ساخت‌گرایی بر شیوه‌هایی که افراد ادراکات، معانی و هویت‌ها را از طریق صحبت و گفتمان می‌سازند، تمرکز دارد.

کیس (۲۰۰۷) می‌نویسد که یکی از وظایفی که گفتمان انجام می‌دهد، تعریف ماهیت واقعیت است؛ چه چیزی واقعی است و چه چیزی حقیقی است؟ چه کسی مسؤل است؟ گفتمان، انگیزه‌ها و

^۱ structuralism

^۲ Tominen, Talja, & Savolainen

^۳ Lechete

رفتارهای خود ما را تبیین می‌کند. کیس (۲۰۰۷) ادامه می‌دهد که سنت ساخت‌گرا بر اساس تحلیل گفتمان باختین^۱ (۱۹۸۱)، فوکو^۲ (۱۹۷۲) و (۱۹۸۰) شکل گرفته است. دو تن دیگر از نظریه‌پردازان این حوزه عبارتند از: پیتر برگر و تامس لاکمن^۳ (۱۹۶۷) در زمینه ساختار اجتماعی واقعیت. ریتزر^۴ (۲۰۰۰) جامعه‌شناس، فعالیت این گروه از دانشمندان را با عنوان "جامعه‌شناسی زندگی روزمره" می‌نامد.

نقطه مشترک تمام این نظریه‌پردازان، تأکید آن‌ها بر اهمیت و نقش استفاده از زبان در ایجاد واقعیت‌های اجتماعی است. هدف این نوع پژوهش‌ها دستیابی به روش‌های اجتماعی و فرهنگی درک عملیات اطلاعاتی است که فعالیت‌هایی مانند جستجو، دسترسی، ایجاد، استفاده و اشتراک اطلاعات را در بر می‌گیرد (نظریه‌های رفتار اطلاعاتی، ۱۳۸۷).

نمونه‌ای از مطالعات رفتار اطلاعاتی در این حوزه، کارهای کرن پتیگرو (فیشر)^۵ در سال‌های ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰ است. مطالعه قوم‌نگاری او در باره جریان اطلاعات در میان پرستاران و بیماران پیر در یک درمانگاه بیماری‌های پا، منجر به معرفی مفهوم "زمینه‌های اطلاعاتی/محیط‌های اطلاعاتی"^۶ شد. منظور از این مفهوم، مکان‌هایی است که افراد در آن‌ها جمع می‌شوند تا کاری را انجام دهند. اما این محیط به طور موقت، تبدیل به فضایی غنی برای تبادل اطلاعات در باره موضوع‌های بسیاری می‌شود. به دنبال مطالعات

^۱ Bakhtin

^۲ Foucault

^۳ Luckman

^۴ Ritzer

^۵ Karen Pettigrew (Fisher)

^۶ Information Grounds (IGs)

فیشتر، موضوع اطلاعات روزمره زندگی از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود و در نهایت ساولینن در سال ۱۹۹۵ مدل معروف خود موسوم به مدل رفتار اطلاع‌یابی روزمره^۱ یا "الیس" را پیشنهاد می‌دهد. مدل الیس بر نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی که شیوه اولویت‌بندی و استفاده از منابع اطلاعاتی توسط مردم را تحت تاثیر قرار می‌دهند، تأکید می‌کند. این مدل مفاهیمی مانند سرمایه اجتماعی و سرمایه شناختی را در هم می‌آمیزد و عوامل اقتصادی را مد نظر دارد.

کیس (۲۰۰۷) که تحقیقات گسترده‌ای در موضوع رفتار اطلاعاتی انجام داده است، اظهار می‌دارد که مطالعات گوناگونی در زمینه رفتار اطلاعاتی در ارتباط با ساخت‌گرایی انجام شده است. برای مثال، گیون^۲ (۲۰۰۲) با تأکید بر نقش سرمایه‌های فرهنگی در اطلاع‌یابی، این موضوع را بررسی نمود که دانشجویان چگونه تمرین‌های اطلاعاتی خود را گزارش می‌کردند. جولین و گیون^۳ (۲۰۰۳) نیز نشان دادند که چگونه کتابداران دانشگاهی هویت اعضای هیأت علمی را که با آنان روی فعالیت‌های سواد اطلاعاتی کار می‌کنند، می‌سازند.

نظریه بازی

بررسی متون نشان می‌دهد که موضوع تمایز یا ارتباط بین اطلاعات و سرگرمی، بخشی از تحقیقاتی است که چندان مورد توجه نبوده است. ابداع واژه انگلیسی infotainment ترکیبی از دو واژه information و entertainment و حاکی از تداخل این دو موضوع در یکدیگر است. نظریه بازی استیفنسون^۴ هر دو پدیده فوق را بررسی می‌کند.

^۱ Everyday Life Information Seeking (ELIS)

^۲ Given

^۳ Julien & Given

^۴ Stephenson's Play Theory

استیفنسون بر این باور است که انسان‌ها درک خود از سرگرمی و اطلاعات را برای خدمت به نیازهای هیجانی خود، مدیریت می‌کنند. با این وجود، آنچه یک درون داد را "لذت بخش" می‌سازد، ذهنی است. شخصی ممکن است از خواندن نتایج بازار بورس امروز لذت ببرد، در حالی که شخص دیگری ممکن است چنین اطلاعاتی را تا حدی نامطلوب بداند. بسته به ادراک هر فرد دریافت کننده، بیشتر پیام‌ها حاوی برخی عناصر، هم لذت و هم درد، هم بازی و هم کار هستند (نقل در: کیس، ۲۰۰۷).

مندلسون^۱ (۱۹۶۶) می‌نویسد که هنگام انتخاب، ما تمایل داریم سرگرمی را بر اطلاعات ترجیح دهیم. حتی زمانی که درگیر کاری جدی هستیم، ممکن است ترجیح دهیم که اطلاعات خود را در یک شکل و سبک برانگیزاننده و تا حدی خوش‌ظاهر، ارائه دهیم.

باید توجه داشت که نظریه بازی، بیشتر در مورد رسانه‌های گروهی صدق می‌کند تا در مورد متون جستجوی اطلاعات که حاوی اطلاعات واقعی هستند. این ایده در مرکز توجه نظریه بازی وجود دارد که انسان‌ها تمایل دارند که دنبال لذت باشند و از درد دوری کنند، به علاوه آنها تمایل دارند که کار و بازی را با هم ترکیب نمایند. استیفنسون معتقد است که برای رسانه‌های گروهی، ما به یک نظریه بازی نیاز داریم، نه یک نظریه اطلاعاتی. وی بر این باور است که مردم بدون روزنامه، احساس اضطراب و گم شدن دارند. شپرد، دافی، واترز، و گاگل^۲ (۲۰۰۱) با بررسی پژوهش‌های چندین دهه درباره خواندن روزنامه به نظریه بازی استناد نمودند تا رفتار انسان در این حوزه را شرح دهند. تحقیقات در مورد خلاقیت که ماهیت بازی را مورد توجه

^۱Mendelsohn

^۲Sheperd, Duffy, Waters, & Guggle

قرار می‌دهند، با مطالعات جست‌وجوی اطلاعات نیز همپوشانی دارند. این تحقیقات همان گروه‌های جستجوکننده اطلاعات را مطالعه می‌کنند، از جمله نویسندگان، نقاشان، موسیقی‌دانان و دانشمندان. نظریه‌هایی مانند نظریه جانسون^۱ (۱۹۸۷) که می‌کوشند خلاقیت و تخیل را در رابطه با رفتار اطلاعاتی توضیح دهند، ارزش مطالعه و اکتشاف دارند. هارتل^۲ (۲۰۰۵) باور دارد که بازی و سرگرمی به طور معمول جنبه مهمی از هر فعالیت اوقات فراغت موقت هستند. سرگرمی‌ها را می‌توان در تحلیل حوزه و در اطلاع‌یابی زندگی روزمره مورد استفاده قرار داد. برنامه‌های تلویزیونی را برخی مردم به عنوان سرگرمی و جایگزین افکار مضطرب برای رهایی از فشار روانی انتخاب می‌کنند. پاتس و سانچز^۳ (۱۹۹۴) دریافته‌اند که آزمودنی‌های آنان، هنگامی که افسرده بودند، برنامه‌های خبری کمتری تماشا می‌کردند. بحث اطلاعات و سرگرمی یا بازی از پیچیدگی برخوردار است. مشکل است بگوییم اطلاعات در چه نقطه‌ای متوقف می‌شود و سرگرمی از چه نقطه‌ای شروع می‌گردد. این دو مقوله به طور معمول به صورت جداگانه مورد اشاره و بحث قرار می‌گیرند، ولی با توجه به اهمیت بسیار هر دو مقوله در زندگی انسان، باید مطالعات بیشتر و جدی‌تری در این حوزه صورت پذیرد.

نتیجه‌گیری

آنچه در این مقاله گذشت، تعریفی از نظریه و انواع نظریه‌ها، و سرچشمه نظریه‌های مرتبط با رفتار اطلاعاتی است. رفتار اطلاعاتی،

^۱Johnson

^۲Hartel

^۳Potts and Sanchez

از علوم اجتماعی، به ویژه از سه حوزه‌ی جامعه‌شناسی، روانشناسی و ارتباطات گروهی ناشی می‌شود. رفتار که در پاسخ به نیاز و ناشی از نیاز است، می‌تواند با استفاده از نظریات حوزه‌های مختلف و به ویژه سه حوزه‌ی جامعه‌شناسی، روانشناسی، و ارتباطات گروهی تحلیل و تبیین گردد. پارادایم‌های اصل کمترین کوشش، استفاده و خشنودی، معنابخشی، ساخت‌گرایی، و نظریه بازی شاکله اصلی تحقیقات رفتار اطلاعاتی هستند. این نظریه‌ها بیش از سایر نظریه‌ها در مطالعات رفتار اطلاعات به کار برده شده‌اند. نتیجه‌گیری حاصل از این مقاله، بر این اساس است که به لحاظ اجتماعی بودن انسان و به لحاظ ماهیت رفتار انسان، مطالعات حوزه رفتار اطلاعاتی شامل نیاز اطلاعاتی، جستجوی اطلاعات، اطلاع‌یابی، و استفاده از اطلاعات، به ناچار باید از نظریه‌های اصلی مرتبط با حوزه رفتار اطلاعاتی بهره‌برد که بیشتر ناشی از دو حوزه اجتماعی شامل جامعه‌شناسی و ارتباطات گروهی و نیز حوزه روانشناسی است و همچنین نظریه‌هایی که بیش از همه در مطالعات رفتار اطلاعاتی تاکنون مورد استفاده قرار گرفته‌اند همراه با آن، از سایر نظریه‌های سودمند و مرتبط علوم اجتماعی استفاده شود، تا ضمن غنا بخشیدن به این مطالعات، پژوهشگران را قادر به تبیین و تفسیر و تحلیل بهتر رفتار اطلاعاتی کاربران نماید؛ و در نهایت منجر به اصلاح نظام‌های اطلاعاتی و هم‌چنین اصلاح و رفتار اطلاعاتی کاربران شود. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران حوزه رفتار اطلاعاتی، علاوه بر نظریه‌های مطرح شده در این مقاله، به مطالعه سایر نظریه‌ها و احتمال کاربرد آن‌ها در درک بیشتر و بهتر رفتار اطلاعاتی انسان نیز مبادرت کنند.

منابع

۱. کیس، د. (۲۰۰۷). جست‌وجوی اطلاعات: بررسی تحقیقات درباره اطلاع‌یابی، نیازهای اطلاعاتی، و رفتار اطلاعاتی. ویرایش دوم. ترجمه زاهد بیگدلی، شبنم شاهینی، روح اله خادمی، و سیده صدیقه طاهرزاده موسویان. اهواز: دانشگاه شهید چمران، ۱۳۹۳.
۲. نظریه‌های رفتار اطلاعاتی (۱۳۸۷). ترجمه فیروزه زارع فراشبندی، محسن حاجی زین العابدینی، غلام حیدری، و لیلا مکتبی فرد. ویراسته زاهد بیگدلی. تهران: نشر کتابدار.
۳. نوکاریزی، م.، داورپناه، م. (۱۳۸۵). تحلیل الگوهای رفتار اطلاع‌یابی. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. ۹(۲)، ۱۱۹-۱۵۲.
۴. یمین فیروز، م.، نوشین فرد، ف.، صیامیان، ح. (۱۳۹۱). مفاهیم و ویژگی‌های الگوی اطلاع‌یابی ویلسون: مروری بر متون. دوماهنامه مدیریت اطلاعات سلامت. ۹ (۴)، ۵۷۹-۵۶۷.
۵. یمین فیروز، م.، داورپناه، م. (۱۳۸۴). نیاز اطلاعاتی، رفتار و الگوی اطلاع‌یابی. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات. ۱۶ (۳)، ۱۳۲-۱۲۳.
۶. یمین فیروز، م.، داورپناه، م. (۱۳۸۳). بررسی رفتار اطلاع‌یابی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد از اینترنت. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. ۷(۲)، ۶۴-۶۵.
۷. Allen, T. (1977). *Managing the flow of information*. Cambridge, M. A.: MIT Press.
۸. Chatman, E. A. (1991). Life in a small world: applicability of gratification theory to information-seeking behavior. *Journal of the American Society for Information*

Science, 42, 438-449.

۹. Chatman, E. A. (1996). The impoverished life-world of outsiders. *Journal of the American Society for Information Science*, 47, 193-206.
۱۰. Cutler, N. E. , & Danowski, J. A. (1980). Process gratification in aging cohorts. *Journalism Quarterly*, 57, 269-276.
۱۱. Davis, M. (1986). That's classic! The phenomenology and rhetoric of successful social theories. *Philosophy of social Sciences*, 16, 285-301.
۱۲. Dewey, J. (1960). *On experience, nature, and freedom*. New York: The Liberal Arts Press.
۱۳. Dervin, B. (1983b). Information as a user construct: the relevance of perceived information needs to synthesis and interpretation. In S. A. Ward & L. J. Reed (eds), *Knowledge structure and use: implications for synthesis and interpretation* (pp. c 153-184). Philadelphia: Temple University Press.
۱۴. Dervin, B. (1992). From the mind's eye of the user: The sense-making qualitative-quantitative methodology. In J. Glazier & r. Powell (eds), *Qualitative research in information management* (pp. 61-84). Englewood, Co: Libraries Unlimited.
۱۵. Donohew, L. , Nair, M. , & Finn, S. (1984). Automaticity, arousal, and information exposure. In R. Bostrom & B. Westley (eds). *Communication Yearbook*. 8, 267-284.
۱۶. Dorsch, J. L. , & Pifalo, V. (1997). Information needs of rural health professionals: A retrospective study. *Bulletin of the Medical Library Association*, 85, 341-347.
۱۷. Glaser, B. , & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine Publishing.
۱۸. Given, L. (2002). The academic and the everyday: Investigating the overlap in mature undergraduates' information-seeking behaviors. *Library & Information Science Research*, 24, 17-29.
۱۹. Hardy, A. (1982). The selection of channels when seeking information:

- cost/benefit vs least effort. *Information Processing & management*, 18, 289-293.
۲۰. Hartel, J. (2005). Serious leisure. In K. E. Fisher, S. Erdelez & E. F. McKechnie (eds). *Theories of information behavior* (pp. 313-317). Medford, NJ, Information Today, Inc.
۲۱. Johnson, M. (1987). *The body in the mind: the bodily basis of meaning, imagination, and reason*. Chicago: University of Chicago Press.
۲۲. Julien, H. & Given, L. M. (2003). Faculty-librarian relationship in the information literacy context: A content analysis of librarians' expressed attitudes and experiences. *Canadian Journal of Information and Library Science*, 27, 65-87.
۲۳. Katz, E. , Blumler, J. , & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. Blumler & E. Katz (eds). *The uses of mass communication: current perspectives on uses and gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
۲۴. Kelly, G. (1963). *A theory of personality: the psychology of personal constructs*. New York: Norton.
۲۵. Kenner, H. (1986). Neatness doesn't count after all. *Discover*, 7(4), 86-93.
۲۶. Kerlinger, F. (1973). *Foundations of behavioral research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
۲۷. Krikelas, J. (1983). Information-seeking behavior: patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19, 5-20.
۲۸. Kuhlthau, C. C. (1988 a). Developing a model of the library search process: cognitive and affective aspects. *Reference Quarterly*, 28, 232-242.
۲۹. Mendelsohn, H. (1966). *Mass entertainment*. New Haven, CT: College and University Press.
۳۰. Merton, R. K. (1973). *The sociology of science: theoretical and empirical investigations*. Chicago: University of Chicago Press.
۳۱. Mullins, N. C. & Mullins, C. J. (1973). *Theories and theory groups in contemporary American sociology*. New York, Harper & Row.

-
۳۲. Poole, H. (1985). *Theories of the middle range*. Norwood, NJ: Ablex.
۳۳. Potts, R. , & Sanchez, D. (1994). Television viewing and depression: No news is good news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38, 79-90.
۳۴. Reynolds, P. D. (1971). *A primer in theory construction*. New York: Bobbs-Merrill.
۳۵. Ritzer, G.(2000). *Modern sociological theory* (5th edn). Boston: McGraw-Hill.
۳۶. Savolainen, R. (2005). Everyday life information seeking. In K. E. Fisher, S. erdelez & E. F. McKechnie (eds), *Theories of information behavior* (pp. 143-148). Medford, NJ, information Today, Inc.
۳۷. Shepherd, M. , Duffy, J. , Waters, C. & Gugle, N. (2001). The role of user profiles for news filtering. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52, 149-160.
۳۸. Simon, J. , and Burstein, P. (1985). *Basic research methods in social science*. 3rd ed. New York: Random House.
۳۹. Skinner, Q. (ed) (1985). *The return of grand theory in the human sciences*. Cambridge University Press. .
۴۰. Tuominen, K. and Savolainen, R. (1997). A social constructionist approach to the study of information use as discursive action. In P. Vakkari, R. Savolainen, & B. Dervin (eds), *Information seeking in context: Proceedings of a meeting in Finland*. 14-16 August 1996 (pp. 81-96). London.
۴۱. Williams, F. (ed). (1987). *Technology and communication behavior*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
۴۲. Zipf, G. (1949). *Human behavior and the principle of least effort: A introduction to human ecology*. New York: Addison-Wesley
۴۳. Zweizig, D. (1977). Measuring library use. *Drexel Library Quarterly*, 13, 2-15.