



۱۹۲

نیازسنجی اطلاعات

محمود بابائی



مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

تهران-۱۳۸۲

بابائی، محمود

نیاز سنجی اطلاعات / مؤلف محمود بابائی؛ ویراستار علی
حسین قاسمی. - تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، ۱۳۷۸.
ث، ۲۱۱ ص.: جدول، نمودار.

Information Needs Assessment.

عنوان به انگلیسی:

کتابنامه.

چاپ دوم: ۱۳۸۲

۱. اطلاع رسانی. ۲. منابع اطلاعاتی - مدیریت.

۳. ذخیره و بازیابی اطلاعات. الف. قاسمی، علی حسین، ویراستار. ب.
عنوان.

۹ ن ۲ ب / ۶۶۵ Z



عنوان کتاب: نیازسنجی اطلاعات

مؤلف: محمود بابائی

ویراستار: علی حسین قاسمی

ناشر: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

نوبت چاپ: دوم، تهران، ۱۳۸۲

قیمت: ۱۳۰۰۰ ریال

شابک: ۹۶۴-۹۱۷۹۸-۱-X

تهران، خیابان انقلاب، چهارراه فلسطین، شماره ۱۱۸۸. صندوق پستی ۱۳۷۱-۱۳۱۸۵

تلفن: ۶۴۶۲۲۲۳-۶۴۶۲۳۲۲، فاکس: ۶۴۶۲۲۵۴

<http://www.irandoc.ac.ir>



«فهرست مطالب»

پیشگفتار الف

مقدمه ب

فصل اول: کلیات ۱

نیاز چیست ؟ ۱

نیاز از دیدگاه روان‌شناسی ۲

نیاز از دیدگاه جامعه‌شناسی ۶

منابع فصل اول ۱۰

فصل دوم: نیازسنجی چیست؟ ۱۱

تعریف نیازسنجی ۱۱

سابقه نیازسنجی ۱۲

ضرورت و انگیزه‌های نیازسنجی ۱۳

کاربردهای نیازسنجی ۱۵

موانع نیازسنجی ۱۵

روش‌شناسی نیازسنجی ۱۶

۱۸ بررسی اجتماعی
۱۹ تحلیل داده‌های ثانویه
۲۱ راهبرد نیازسنجی
۲۲ اجرای پروژه نیازسنجی
۲۵ منابع فصل دوم

۲۷ فصل سوم: نیاز اطلاعاتی
۲۹ ضرورت نیازسنجی اطلاعات
۳۰ سابقه
۳۲ تعاریف
۳۳ نیاز اطلاعاتی نهفته
۳۴ نیاز اظهار نشده
۳۴ تمایل به دریافت اطلاعات
۳۵ تقاضای اطلاعات
۳۶ کاربرد اطلاعات
۳۸ چارچوب نیازسنجی اطلاعات
۳۹ هدفهای نیازسنجی اطلاعات
۳۹ ویژگیهای نیاز اطلاعاتی
۳۹ موضوع
۴۳ کارکردهای نیاز اطلاعاتی
۴۸ ماهیت
۴۹ سطح فکری
۵۰ دیدگاه

۵۳	کمیت
۵۵	کیفیت
۵۷	زمان و سرعت تحویل
۶۰	مکان
۶۳	پردازش و بسته‌بندی اطلاعات
۶۷	جمع‌بندی
۶۷	عوامل مؤثر بر نیاز اطلاعاتی
۶۸	موانع تأمین نیاز اطلاعاتی
۷۸	منابع فصل سوم

۸۱	فصل چهارم: مراحل برنامه‌ریزی
۸۲	گام اول: ایجاد ماتریس
۸۳	گام دوم: تعیین عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی
۸۷	گام سوم: تشکیل جلسات برنامه‌ریزی
۸۷	گام چهارم: تهیه راهنمای برنامه‌ریزی
۸۷	گام پنجم: ایجاد تیم تحقیق
۸۸	گام ششم: کار کردن با افراد ذینفع در نیازسنجی
۸۹	گام هفتم: تعیین هدفهای عالی و هدفهای عملیاتی
۹۰	گام هشتم: زمانبندی و تعیین سیر زمانی پروژه
۹۱	گام نهم: آماده‌سازی منابع
۹۲	گام دهم: اداره تبلیغات
۹۳	گام یازدهم: ارزیابی فرایند
۹۵	منابع فصل چهارم

۹۷ فصل پنجم: روش شناسی مطالعه نیاز اطلاعاتی
۹۷ ۱- انواع مطالعه نیاز اطلاعاتی
۹۹ مطالعه کاربران
۹۹ مطالعه استفاده از اطلاعات
۹۹ مطالعه اشاعه اطلاعات
۹۹ برنامه های مطالعه جامع
۱۰۱ مطالعه نیاز ضروری
۱۰۵ مطالعه خواسته ها
۱۰۸ مطالعه هدف گرا
۱۱۱ مطالعه جمعیتی
۱۱۳ مطالعه کاربران
۱۱۸ ۲- روشهای گردآوری اطلاعات
۱۱۹ روش داده های اولیه
۱۱۹ روش داده های ثانویه
۱۱۹ روشهای کمی
۱۲۰ روشهای کیفی
۱۲۲ مروری بر روش شناسی گردآوری داده ها
۱۲۳ مصاحبه
۱۲۹ پرسشنامه
۱۳۲ مشاهده
۱۳۵ یادداشت های روزانه
۱۳۷ گزارش های ثبت وقایع
۱۴۰ تحلیل استنادات

۱۴۴	آمارهای کتابخانه
۱۴۵	منابع فصل پنجم
۱۴۷	فصل ششم: مدل سازی نیازهای اطلاعاتی
۱۴۸	مدل نیازسنجی اطلاعات در مقیاس ملی
۱۵۴	مدل مطالعه نیاز اطلاعاتی ضروری
۱۶۰	مدل مطالعه کاربران
۱۶۷	مدل نیازسنجی اطلاعات برای سازمانها
۱۷۵	پیوست ۱: مدل و مدل سازی
۱۸۳	پیوست ۲: نمونه هایی از موضوعهای مطالعه
۱۹۹	فهرست منابع
۲۰۵	منابع اینترنتی برای مطالعه بیشتر
۲۰۹	فهرست موضوعی

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

پیشگفتار

یکی از دغدغه‌های همیشگی اطلاع‌رسانان و کتابداران در اشاعه اطلاعات، در دسترس قرار دادن اطلاعات مناسب و منطبق با «نیاز واقعی» کاربران است. تشخیص «نیاز واقعی» کاربران همیشه آسان نیست و حتی در صورت تشخیص درست، باید اطلاعات مورد نظر قابل دسترسی باشد. درک تعامل بین کاربر، اطلاعات و اطلاع‌رسان یا کتابدار مستلزم نگرش دقیق و تحلیلی به این سه مقوله است. نیازسنجی ابزاری است برای درک این روابط و ایجاد رضایتمندی برای کاربر و اطلاع‌رسان. آنچه در پیش رو دارید حاصل تلاشی است که برای تبیین جایگاه نیازسنجی در فرایند اطلاع‌رسانی به عمل آمده و بدیهی است به عنوان اولین اثر مستقل (به زبان فارسی) درباره نیازسنجی اطلاعات، خالی از نقص و اشکال نیست. امید است اطلاع‌رسانان و کتابداران ارجمند با ارائه پیشنهاد در رفع کاستی‌های این اثر مشارکت کنند و خود نیز گامهای بلندتری در این زمینه بردارند.

نگارنده بر خود لازم می‌داند از اعضای محترم «شورای پژوهش» مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، و آقای دکتر حسین غریبی ریاست محترم مرکز به خاطر حمایت‌هایشان، و از آقای علی حسین قاسمی به خاطر ویراستاری اثر صمیمانه قدردانی کند.

محمود بابائی

عضو هیئت علمی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

مقدمه

توسعه خدمات اطلاع‌رسانی، پیدایش راه‌های متنوع دسترسی به اطلاعات و توسعه دامنه نیازهای اطلاعاتی کاربران، معیارهای ارزیابی پویایی کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی را متحول کرده و سنجش عملکرد و پویایی اینگونه مراکز با معیارهای گذشته امکان‌پذیر نیست. تامین نیازهای اطلاعاتی از راه دور، آموزش از راه دور و توسعه منابع الکترونیکی از جمله پدیده‌هایی هستند که کتابخانه‌های سنتی را به چالش کشیده‌اند. از آنجاکه استراتژی توسعه و مدیریت کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی باید مبتنی بر نیازهای کاربران باشد، تطابق با شرایط جدید نیازمند راهکارهایی است که باید مبتنی بر سه اصل باشد:

۱- بکارگیری نیروی انسانی متخصص و کارآمد؛

۲- استفاده از ابزار و فنون تخصصی؛

۳- نیازسنجی اطلاعات و استفاده از نتایج آن.

نیازسنجی یک "مقوله کاربر مدار" است و کانون توجه آن تعیین نیازهای واقعی کاربران با استفاده از فنون و ابزار خاص است. در نظام نوین اطلاع‌رسانی جهانی که مبتنی بر نشر اطلاعات در محیط الکترونیکی و اینترنت است، صافیهای مناسبی برای تصفیه اطلاعات بر اساس نیازهای اطلاعاتی جوامع وجود ندارد و اساساً سیل اطلاعات، فرصت

انتخاب و تطبیق اطلاعات با نیازها را از افراد سلب کرده و نوعی آلودگی و اختلال در اطلاعات عرضه شده، یافت می‌شود که استفاده کنندگان را از بهره‌برداری بهینه محروم می‌سازد. اگر در گذشته کسانی بر این اعتقاد بودند که هر استفاده کننده، نیاز خود را به خوبی تشخیص می‌دهد و مسیر نیاز اطلاعاتی از نقطه پیدایش تا ارضا، فرایندی ساده است، امروز نجات استفاده کنندگان از «گرداب اطلاعات» موضوعی نیست که بتوان بدان بی توجه ماند.

وظیفه اطلاع‌رسانان و کتابداران در کشورهای نظیر ایران، این است که در عین توجه به جریان جهانی اطلاعات، پدیده‌های نوظهور و زیرساخت‌های در حال تغییر، شرایطی را فراهم کنند که استفاده کننده، اطلاعات را، آن گونه که «نیاز واقعی» او است، به دست آورد و از هرگونه ظاهربینی و ساده‌انگاری درگزینش و کاربرد اطلاعات پرهیزد. این نکته نیز اراده پایدار اطلاع‌رسانان و کتابداران را می‌طلبد که در این عرصه به ایفای نقش فراموش شده خویش بپردازند تا شرایطی ایجاد نشود که استفاده کنندگان برای رهایی از دردسرهای دریافت اطلاعات، عطایش را به لقایش بخشند و این گفته کالوین مورز^(۱) (ص ۱۸) مصداق پیدا کند که: «هرگاه مشکلات و دردسرهای کسب اطلاعات برای استفاده کننده بیشتر از مشکلاتی باشد که از به دست نیاروندن آن ناشی می‌شود، [او] ترجیح می‌دهد که از نظام بازیابی اطلاعات استفاده نکند».

فقدان مطالعه و تحلیل درباره نیازهای اطلاعاتی و در دسترس نبودن مدلی که بتوان به کمک آن نیازهای اطلاعاتی را در حوزه‌های مختلف مورد سنجش قرار داد، موجب گسستگی حلقه‌های ارتباط بین دو مرحله از فرایند اطلاع‌رسانی، یعنی مجموعه سازی و

اشاعه اطلاعات می‌گردد. بنابراین هدفهای مطالعه نیازهای اطلاعاتی باید پیرامون محورهای زیر باشد:

- شفاف نمودن اهمیت نیازسنجی در حوزه اطلاع رسانی؛
 - تبیین روشهای نیازسنجی اطلاعات؛
 - هدایت فرایند سنجش نیازهای اطلاعاتی؛
 - فراهم سازی زمینه برای عمومیت بخشیدن به موضوع نیازسنجی اطلاعات در حوزه‌های مختلف؛
- نیازسنجی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع رسانی علاوه بر کمک به توسعه هدفمند مجموعه‌ها دارای مزایای قابل توجهی است که برخی از آنها عبارتند از:
- ۱- به حداکثر رساندن توان بالقوه کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع رسانی برای پشتیبانی از نیازهای اطلاعاتی کاربران؛
 - ۲- فراهم نمودن داده‌های مؤثر و مفید برای تصمیم‌گیری در تخصیص منابع؛
 - ۳- مهیا کردن داده‌هایی که می‌تواند پشتیبان برنامه ریزی باشد؛
 - ۴- منطقی و مستدل نمودن درخواست تهیه منابع جدید؛
 - ۵- پشتیبانی از طرحهای اجرایی و توسعه‌ای؛
 - ۶- حصول اطمینان از همخوانی منابع با نیازهای کاربران؛
 - ۷- پشتیبانی از استراتژی ارتقاء و بهینه‌سازی برای فراهم کردن بهترین خدمات؛
 - ۸- توجیه پذیر نمودن کاهش فعالیتها مجموعه‌سازی در حوزه‌هایی که چندان مورد استفاده کاربران قرار نمی‌گیرد. عملیات "وجین کردن" مجموعه‌ها نیز مبتنی بر پشتوانه منطقی خواهد شد (۲، ص. ۷).

نکته آخر این که پیروی از دستاوردهای نیازسنجی در کشورهای توسعه یافته هیچ مشکلی را از جوامع توسعه نیافته حل نمی‌کند و مشکلات و نارساییهای آنان در چهارچوب امکانات و شرایط خودشان مفهوم می‌یابد. بدیهی است در کشوری که بیشترین کتاب، نشریه و پایگاه اطلاعاتی را در جهان تولید می‌کند، موانع و مشکلات تأمین نیازهای اطلاعاتی دقیقاً همان چیزی نیست که در کشورهای توسعه نیافته وجود دارد. نتیجه این که، نظامهای اطلاعاتی این کشورها در خدمت منافع خودشان است و ما ناگزیر از «انتخابی دیگر» هستیم.

منابع

۱- ویسمان، هرمان (۱۳۷۳). خدمات اطلاع‌رسانی کامپیوتر. ترجمه جعفر مهرداد. شیراز: انتشارات نوید.

2- Biblarz, Dora; Bosch, Stephen; Sugnet, Chris (2001). Collection Management and Development Guides, No.11. "Guide to Library Users Needs Assessment for Integrated Information Resoucee Management and Collection Development" USA: *The Scarecrow Press*.

فصل اول

کلیات

نیاز چیست ؟

هر ارگانیسم زنده نیازهایی دارد که ارضای آن شرط بقا، رشد و تکامل آن است. این موضوع در مورد انسان نیز صدق می‌کند. هر نوع فعالیت آگاهانه انسان، در نهایت به سوی ارضای نیازها هدایت می‌گردد. نیازهای انسانی، فلاسفه یونان قدیم را نیز به تفکر وا داشته بود، اما از آغاز قرن هیجدهم به عنوان یک مسئله اساسی مورد توجه دانشمندانی قرار گرفت که در چهارچوب نظریه‌های اقتصادی به پدیده‌ها و مسائل اجتماعی و روانی نیز می‌پرداختند و اولین تعاریف از نیاز نیز توسط آنها مطرح شد. مثلاً «فن هرمان» (۳، ص ۱۴)^(۱) در سال ۱۸۳۲ واژه نیاز را چنین تعریف می‌کند: «احساس کمبود، همراه با کوشش در جهت برطرف کردن آن».

بنابه تعریف دیگر، نیاز فاصله و خلأ بین واقعیت موجود و شرایط مطلوب است که با توجه به ارزشهای جامعه امکان ظهور می‌یابد و اگر امکان تغییر شرایط موجود برای ارضای آن وجود نداشته باشد به صورت بالقوه باقی می‌ماند. این تعریف از سه بخش

تشکیل شده است:

- ۱- فاصله بین شرایط موجود و واقعی - تفاوت‌هایی که همیشه وجود دارد و افراد را به نیازمند و نیازمندتر تقسیم می‌کند - و شرایط مطلوب در جامعه باید مشهود باشد.
- ۲- این شکاف و خلأ باید به عنوان «نیاز» مورد پذیرش جامعه - اگر جامعه همگن باشد و همه بخش‌های آن از مجموعه واحدی از ارزش‌ها تبعیت کنند و آنها را پاس بدارند - قرار گیرد و با ارزش‌ها و پندارهای آن همخوانی داشته باشد.
- ۳- این شکاف و خلأ باید از نظر امکان تغییر، قابل بررسی، و بطور بالقوه ارضاء شدنی باشد. اگر تغییر شرایط برای ارضای نیاز ممکن نباشد، باید نیروی خود را صرف موقعیتی کرد که امکان تغییر آن برای نیل به رضایت وجود دارد.

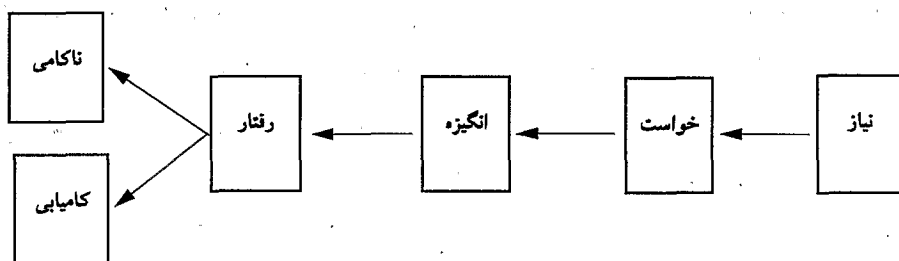
دیدگاه‌ها

جریان طبیعی پیدایش نیاز با سرشت و طبیعت انسان آمیخته است. سرشت انسان دارای خصوصیتی است که او را از حیوانات متمایز می‌کند. او بر عکس حیوانات به علت کمبود و فقر غریزه، از بدو تولد به کمک دیگر انسانها محتاج است. اما این «محتاج بودن» تنها شامل تغذیه، لباس و مسکن نمی‌شود. او یک نیاز اساسی دیگر نیز دارد که می‌باید با کمک دیگران آن را ارضاء کند و آن، نیاز به «روابط اجتماعی» با دیگران است. تبیین و تفسیر نیازها در قلمرو علوم مختلف با تعابیر گوناگون همراه بوده است. در این میان، علوم روان‌شناسی و جامعه‌شناسی هرکدام در محدوده خود از زوایای مختلف به بحث درباره پدیده نیاز، پیدایش و تطور، انواع، پویایی و سلسله مراتب نیازها پرداخته اند (۳، ص ۱۷).

نیاز از دیدگاه روان‌شناسی

واژه نیاز ابتدا در اوایل دهه ۱۹۳۰ در مباحث روان‌شناسی به کار گرفته شد و منظور از آن، متغیر انگیزنده‌ای بود که باعث رفتار خاصی در فرد می‌شد. به تعبیر دیگر، نیاز

عبارت بود از یک خواست که باعث رها شدن انرژی می‌گردد و نیرویی ایجاد می‌کند که برای نیل به هدف خاصی، رفتار ویژه‌ای را موجب می‌شد. در تعریف دیگر، نیاز که در پاره‌ای از نوشته‌ها آن را با انگیزه، خواست، تمایل و آرزو مترادف دانسته‌اند به نیروی ذهنی اطلاق می‌شود که موجب انگیزش و سرزدن رفتار خاصی از آدمی می‌گردد تا نیاز بیدار شده (پدید آمده) ارضا شود (۲، ص ۹).



نمودار ۱-۱. تقدم و تأخر نیاز، خواست و انگیزه (۲، ص ۹)

تعریف «الکساندر ماری»^(۱) از نیاز، دارای جامعیت نسبی است؛ از نظر او، نیاز عبارت است از نیرویی که از ذهنیات و ادراک آدمی سرچشمه می‌گیرد و اندیشه و عمل را چنان تنظیم می‌کند که فرد به انجام رفتاری می‌پردازد تا وضع موجود را در جهتی معین تغییر دهد و حالت ناراضیاتی را به رضایت و ارضا تبدیل کند (۲، ص ۱۰). به بیان «لیوکرت»، روان‌شناسان هنوز تعریف دقیقی از نیاز ارائه نداده‌اند. او پنج مشخصه برای نیاز می‌شمارد:

۱- احساس کمبود؛

۲- تصور (نامشخص) از چاره؛

۳- کشاکش؛

۴- تشخیص جهت؛

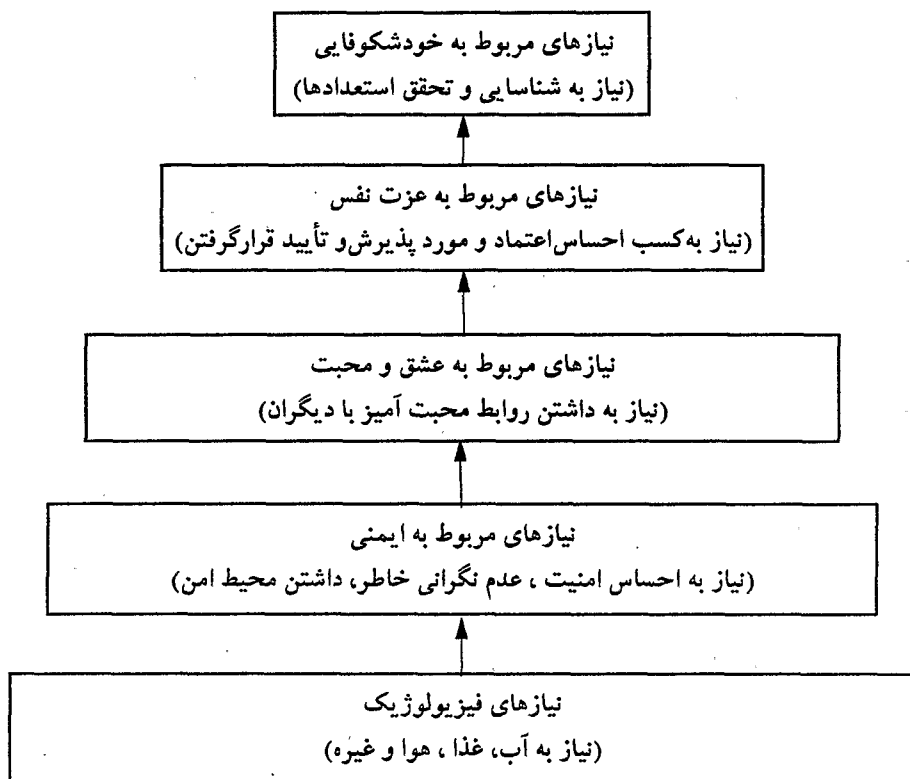
۵- تشخیص شیء مطلوب.

اما این صفات واقعاً مشخص‌کنندهٔ واژه نیاز هستند یا نه، خود بستگی به طرز نگرش به پدیده دارد (۳، ص ۱۵).

به عقیدهٔ اندیشمندان علم روان‌شناسی، نیاز یک پدیدهٔ روانی، و منشأ آن در درون انسان است و پویایی آن نیز تابع قانونمندی و قواعد خاصی است. در این میان نظریه «مازلو»^(۱) دربارهٔ نیازها، موجب مباحث گسترده‌ای در علم مدیریت و رفتار سازمانی گردید (نمودار ۲-۱). او نیازهای انسانی را نوع مخصوصی از غرایز می‌داند که در حیوانات یافت نمی‌شود. وی در کتاب انگیزش و شخصیت (۲، ص ۱۶) به نیازهای مربوط به دانستن و فهمیدن و نیازهای زیبایی‌شناختی نیز اشاره می‌کند و متذکر می‌شود که دربارهٔ این نیازها اطلاع کمتری در دست است. وی سلسله مراتب نیازها را یک ترکیب با نظم غیرقابل انعطاف قلمداد نمی‌کند، بلکه به عقیده وی ممکن است در این سلسله مراتب، نیازهای افراد متغیر باشد.

«مازلو» عقیده دارد نیازها دارای سلسله مراتب از ابتدایی تا پیشرفته هستند. کسانی که کلیه نیازهایشان برآورده شده است، نیازهای پیشرفته را مهم‌تر از نیازهای ابتدایی می‌دانند؛ بنابراین ارضای یک نیاز موجب و سبب پیدایش نیازهای دیگر می‌گردد و بدین ترتیب خواسته‌ها و علی‌الاصول رفتار انسانی از سوی نیازهای ارضا نشده هدایت می‌شوند (۳، ص ۴۸-۱۵).

تزهای «مازلو» به عنوان یک روان‌شناس انسان‌گرا (اومانیست) از مطرح‌ترین نظریات ارائه شده در زمینه نیازها است. برخی تزهای «مازلو» را برای ساختن یک «تئوری نیاز»، مناسب و مفید می‌دانند و برخی دیگر این تزها را بی‌فایده قلمداد می‌کنند. با این حال نکات اساسی و مهمی در نظریات «مازلو» وجود دارد که کاربرد مناسبی برای تبیین نیازها پیدا می‌کنند.



نمودار ۱-۲. سلسله مراتب نیازها از نظر «مازلو» (۱، ص ۳۴۲)

در حوزه روان‌شناسی و از سوی اندیشمندان این رشته نظریات دیگری درباره نیازها مطرح شده است. «هنری الکساندر ماری»، «کارل راجرز»^(۱)، «اریک فروم»^(۲)، «لیندگرن»^(۳) و «هورنای»^(۴) از جمله افرادی‌اند که قایل به تقسیم‌بندی و سلسله مراتب خاصی برای نیازهای انسانی بوده و با نگرشهای متفاوتی به تبیین و تحلیل نیازها

1- Carl Rogers

2- Erich Fromm

3- H.C. Lidnrgon

4- Horney

پرداخته‌اند.

نیاز از دیدگاه جامعه‌شناسی

جامعه‌شناسان «نیاز» را از لحاظ پیوستگی و ارتباط فرد با جامعه و محیط پیرامونش مطالعه می‌کنند. در این نوع نگرش، نیازها در سطح فرد و شرایط و موقعیت او مطرح نمی‌گردند، بلکه نیازهای گروهی، جمعی و اجتماعی در کنش متقابل مورد توجه قرار می‌گیرند. نیازهای ناشی از روابط فرد با گروه یا اجتماع و بالعکس، تحت تأثیر متغیرهای گوناگونی‌اند که تعیین حد و مرز برای آنها ممکن نیست. نیازها از بعد اجتماعی دارای خصوصیات زیرند:

- نیازها ناشی از روابط فرد با اجتماع هستند و به صورت دو سویه پدید می‌آیند.
- نظامهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی در پیدایش، رشد و تکامل نیازها نقش اساسی دارند.
- نیازها مطابق قواعد، موازین و شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ایجاد می‌گردند و تغییر و تکامل می‌یابند. انسانها همواره در پی آن هستند که نیازهای خود را با هنجارهای اکثریت افراد جامعه تطبیق دهند (۳، ص ۵۱).
- در جامعه نیروها و عواملی وجود دارند که ایجاد و هدایت نیازها - حتی، نیازهای جسمی - را در کنترل خود می‌گیرند.
- پیدایش نیازهای جدید در جریان اجتماعی شدن انسان، موجب استقرار سازمانها و نظامهای خاص برای ارضای آنها می‌شود.
- نیازها در جامعه، همانند یک زنجیره به هم پیوسته هستند و جریان نیاز آفرینی بدون محدودیت و توقف ادامه می‌یابد. بین نیازهای فردی و اجتماعی پیوستگی وجود دارد و تأثیر متقابل آنها بر روی یکدیگر همواره باید مورد توجه قرار گیرد.
- جامعه‌شناسان عموماً بر جنبه اجتماعی پدیده نیاز تأکید دارند، اگر چه در جزئیات اتفاق نظر وجود ندارد. آنان نیاز را کمتر یک پدیده طبیعی و فطری با هدف مشخص،

بلکه بیشتر تلقین شده از سوی جامعه می‌دانند. به همین دلیل نیز «دارندروف»^(۱) (۳، ص ۱۵-۱۶) واژه «علاقه» را بر «نیاز» ترجیح می‌دهد. «هوندريش»^(۲) نیازها را کشاکش بین دو ادراک می‌داند: ادراک شخص از یک وسیله ارضا، و ادراک او از آن که نمی‌تواند همان موقع آن وسیله را به دست آورد. بدین ترتیب «هوندريش» به عنوان جامعه شناس، بر محرکهای بیرونی (اجتماعی) به عنوان عوامل اصلی پدیدآورنده نیاز تأکید می‌کند.

مطالعه نیازها بدون توجه خاص به ابعاد اجتماعی و تأثیرات اجتماع بر روی نیازها، و نیز بدون توجه به اثراتی که نیازهای پدید آمده بر جامعه دارد، غیرقابل توجیه است. نیازهای مشترک افراد وقتی در کنار هم قرار می‌گیرند، شکل گروهی و اجتماعی پیدا می‌کنند و در مقایسه با نیازهای فردی، ماهیتی دگرگونه می‌یابند. نیاز یک فرد به تحصیل و سوادآموزی، با مراجعه به معلم و پرداخت هزینه آموزشی قابل رفع است. اما این نیاز وقتی شکل و ماهیتی گروهی به خود می‌گیرد، وضعیتی دیگر پیدا می‌کند؛ از جمله این که نیاز به سازمانی برای ایجاد نظم، تنظیم مقررات و برنامه‌ریزی درسی، و... ضروری می‌گردد. از این رو تحلیل نیازهای فردی و اجتماعی باید با سطح‌بندی خاصی که برای هر یک از آنها تعریف می‌شود، صورت گیرد. توجه ویژه جامعه شناسان روی نیازهایی متمرکز شده که قابلیت تسری به دیگر افراد و کسب ماهیت جمعی را دارند. آنان مرز انبساط نیازهای جدید را دستیابی همه افراد به استانداردهای موجود در جامعه می‌دانند و اگر استانداردها و هنجارهای جدیدی وارد جامعه نشود و انتشار نیابد، انسانها می‌توانند در ارضای نیازهای خود به یک تعادل برسند (۳، ص ۵۲).

«برادشاو»^(۳) نیازها را به چهار دسته تقسیم می‌کند:

۱- نیازهای تجویزی^(۴): بر اساس استانداردهای وضع شده، بهره‌مندی از برخی خدمات و امکانات برای عموم الزامی می‌شود و از جمله نیازهای اصلی و اساسی قلمداد می‌گردد. مانند: وجود تعداد مشخص تخت بیمارستانی به ازای درصدی از

جمعیت.

۲- نیاز تطبیقی^(۱): این نیاز در مقایسه وضعیت خود با دیگران و ارزیابی مقایسه‌ای پدید می‌آید؛ مانند میزان درآمد، وضعیت محل سکونت، و امثال آن.

۳- نیاز احساس شده یا ذهنی^(۲): این نوع نیاز براساس تجارب، پیشینه ذهنی و ادراکات فردی و گروهی جدید می‌آید و ممکن است با «نیاز واقعی» منطبق نباشد.

۴- نیاز اظهار شده^(۳): همان نیاز احساس شده است که فعلیت می‌یابد و در قالب تقاضا برای خدمات و امکانات مطرح می‌گردد (۶، ص ۳۶-۳۷).

«یورک»^(۴) تعریف نیاز را به عنوان یک موضوع اجتماعی و در آمیخته با سیاست (۶، ص ۵)، و «مک‌لیپ»^(۵) نیاز را داوری ارزشی افراد و گروه‌ها درباره مشکلاتی می‌داند که باید راه حلی برای تأمین آنها یافت شود.

تلاش اندیشمندان برای تبیین نیازها منجر به ارائه نظریه‌های گوناگونی شده است (۳، ص ۶۰-۵۶)، از جمله نظریه بی‌عدالتی نسبی^(۶) «هوندريش» و فیلد تئوری^(۷) «لوین»^(۸). این تلاش‌ها اگرچه ثمربخش بود و نتایج مطلوبی داشت، اما منجر به ارائه یک نظریه کاملاً مناسب و بی‌نقص برای تبیین نیازهای خاص و محدود به شرایط زمانی و مکانی نگردید.

سلسله مراتب نیازها را - اعم از این که فردی یا اجتماعی باشند - از نظر اولویت تأمین آنها، می‌توان بدین‌گونه مرزبندی کرد (نمودار ۱-۳):

۱- نیازهایی که تأمین آنها ضروری است؛

۲- نیازهایی که تأمین آنها بهتر است؛

۳- نیازهایی که می‌توان آنها را تأمین کرد.

1- Comparative Needs

2- Felt Needs

3- Expressed Needs

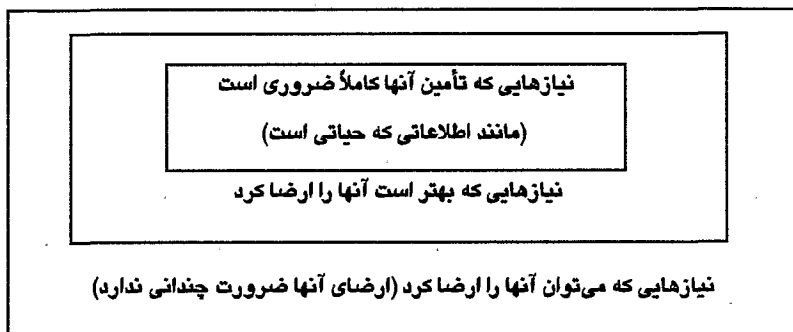
4- York

5- Mckllip

6- Relation Deprivation

7- Field Theory

8- Lewin



نمودار ۱-۳. سلسله مراتب نیازها از نظر اولویت تأمین آنها

بنابراین برای سنجش نیازها، طبقه‌بندی و تعیین اولویت‌شان نیازمند ابزار هستیم، ابزاری که بتواند با تبیین همه جانبه «نیازهای واقعی»، امکان برنامه‌ریزی را برای تأمین آنها فراهم سازد. وقتی ابعاد اجتماعی نیاز مورد توجه باشد، کاربرد ابزار علمی در تبیین و تحلیل نیازها، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از این رو ابزاری که برای سنجش نیازهای فردی مورد استفاده قرار می‌گیرد، عموماً مربوط به حوزه روان‌شناسی است. اما در سنجش نیازهای اجتماعی، با توجه به ماهیت آنها ناگزیر از بهره‌گیری از روشهای علوم اجتماعی هستیم. این موضوع محور بحث فصل دوم است.

منابع فصل اول

- ۱- سیف، علی اکبر (۱۳۷۵). روان‌شناسی پرورشی. تهران: انتشارات آگاه.
- ۲- رحیمی نیک، اعظم (۱۳۷۴). نظریه‌های نیاز و انگیزش. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- ۳- رفیع پور، فرامرز (۱۳۶۴). جامعه روستایی و نیازهای آن. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ۴- ویسمان، هرمان (۱۳۷۳). خدمات اطلاع‌رسانی کامپیوتر. ترجمه جعفر مهرداد. شیراز: انتشارات نوید.

- 5- Green, Andrew (1990). "What do We Mean by User Needs". *British Journal of Academic Librarianship*. Vol. 5, No.2.
- 6- Reviere, Rebecca (1996). "Introduction: Setting the Stage", in *Needs Assessment : A Creative and Practical Guide for Social Scientists*. Washington D.C.: Taylor & Francis.
- 7- Rothman, Jack & Gant, Larry M. (1987). *Needs Assessment : Approaches and models for community intervention*. U.S.A: Iowa State University Press.

فصل دوم

نیازسنجی چیست؟

تعریف نیازسنجی

نیازسنجی عبارت است از کاربرد فنونی که بتوان به کمک آنها اطلاعات مناسب را درباره نیازها گردآوری کرد و به الگوی نیازها و خواسته‌های فرد، گروه و جامعه دست یافت (۱۰، ص ۳). هدف اساسی نیازسنجی، تولید اطلاعات در باره مصرف‌کنندگان و کاربران است. از این طریق می‌توان مشارکت مسئولانه کاربران (مصرف‌کنندگان کالا یا خدمات) را در طراحی، ایجاد، استقرار و تداوم حیات منتشر سیستمها جلب نمود. براساس آنچه «یوآ»^(۱) منتشر کرده است، فرایند نظام‌مند گردآوری و تحلیل اطلاعات برای تصمیم‌گیری درباره تخصیص منابع برای تأمین خدمات و کالاهایی است که براساس استانداردها و توافق همگانی، وجود آنها ضروری است، اما در حال حاضر جامعه فاقد آنها است و برای تأمین آنها نوعی مسئولیت اجتماعی وجود دارد. بنا به عقیده «یورک» که تعریف ساده‌تری از نیازسنجی دارد، نیازسنجی عبارت است از سنجش این که به چه چیز و چه اندازه نیاز است. «مک‌لیپ» (۸، ص ۶) می‌گوید: نیازسنجی فرایند نظم بخشی و اولویت‌بندی نیازهای اجتماع است. فایده نیازسنجی این

است که حدس، گمان، تعبیر و تفسیر را از اطلاعات موجود درباره نیازها دور می‌کند و تغییراتی را که در الگوهای زندگی و رفتار مردم پدید می‌آید، شفاف می‌سازد. نیازسنجی پویا و مداوم از ملزومات اولیه جامعه‌ای است که به مشارکت مردم، گروه‌ها و سازمانها در تصمیم‌گیری و اداره امور، به عنوان یک اصل جدی و مهم می‌نگرد (۷، ص ۱۵-۱۳). در تعریف نیازسنجی اساساً فرض اصلی این است که نیازسنجی روشی برای گردآوری داده‌ها است؛ در رویکرد مورد نظر ما، این فرض متفاوت است و نیازسنجی یک فرایند نظام‌مند و جاری فراهم‌سازی اطلاعات قابل استفاده درباره افراد و سازمانهای مورد نظر، تلقی می‌گردد. نیازسنجی یک شکل تحقیق کاربردی، فراتر از گردآوری داده‌ها و تحلیل آنها هم هست و استفاده و بهره‌برداری از یافته‌ها را نیز شامل می‌شود.

سابقه نیازسنجی

پس از جنگ جهانی دوم (سال ۱۹۴۶) جامعه‌شناسان و پژوهشگران علوم سیاسی در امریکا بطور وسیع به استفاده از نیازسنجی روی آوردند. آنان به خوبی آگاه بودند که این ابزار در عین حال که می‌تواند مشارکت مردم را در اداره دموکراتیک جامعه موجب شود، از نتایج حاصل از نیازسنجی می‌توان به عنوان یک اهرم کنترل اجتماعی و هدایت جامعه به سمت و سوی مورد نظر بهره‌برداری نمود. از سال ۱۹۵۰ با گسترش فعالیتهای تولیدی صنایع و بنگاههای اقتصادی کشورهای صنعتی، لزوم توسعه فعالیتهای بازاریابی در کشورهای دیگر و درک رفتار و ذائقه مصرف‌کنندگان، مطالعات نیازسنجی نیز ابعاد وسیع‌تری پیدا کرد.

از دهه ۱۹۷۰ محافل علمی توجه بیشتری به نیازسنجی نشان داده‌اند. این توجه عموماً از سه انگیزه سرچشمه می‌گیرد:

○ انگیزه‌های انسانی و بشر دوستانه؛

○ انگیزه‌های سیاسی؛

○ انگیزه‌های اقتصادی (۲، ص ۸-۷).

ضرورت و انگیزه‌های نیازسنجی

در کشورهای توسعه نیافته، پروژه‌های زیادی به دلیل عدم مشارکت و پذیرش کسانی که در آن ذینفع هستند به شکست انجامیده است. علت این است که انگیزه پیشرفت با برنامه‌ریزی، کمتر وجود دارد و الگوهای فرهنگی بشدت متفاوت اند و برنامه‌هایی که می‌توانند بخشی از نیازها را تأمین کنند، با موانع فرهنگی - مانند موانع زبانی، موانع مذهبی، رسوم و عادات و نظایر آن - روبرویند. از این رو جلب مساعدت و مشارکت افراد از طریق مکانیسم نیازسنجی، عوارض و الزامهای زیر را در بر خواهد داشت:

۱- درگیر شدن جمعیت یا افراد مورد نظر در هر مرحله از فرایند نیازسنجی؛ تعریف مسئله، هدفگذاری، آموزش، تحلیل، گزارش، توزیع و ترکیب یافته‌های نیازسنجی و مانند آن، از جمله اموری است که می‌توان با مشارکت استفاده‌کنندگان انجام داد.

۲- وجود افرادی به عنوان سیاستگذار؛ آنان هدایت برنامه‌ها را به عهده دارند و باید همیشه از جریان امور مطلع باشند.

۳- کنترل استفاده‌کنندگان محلی؛ تعیین گروه‌ها یا سازمانهایی که در موقعیت خاص خود از نتایج نیازسنجی استفاده می‌کنند. این کنترل باید روی «امکانات» و «توانایی» استفاده‌کنندگان انجام گیرد.

۴- رویکرد تیمی؛ باید یک تیم منتخب برای نیازسنجی تعیین کرد، تیمی که تا حد امکان بی عیب و نقص باشد و نمایندگانی از ترکیب جامعه آماری را در خود جای دهد.

۵- مشارکت مسئولانه؛ مشارکت باید تمام عیار و با پذیرش مسئولیتها باشد و مسئولیتهای قانونی و معقولی برای شرکت کنندگان پیش‌بینی شود (۵، ص ۲۷۵-۲۷۴).

از حیث ضرورت، نیازسنجی ممکن است به هر یک از دلایل زیر یا مجموعه‌ای از آنها اجرا گردد:

۱- نیاز به بهبود عملکرد؛

۲- نیاز به بهبود یا کنترل اطلاعات و داده‌ها؛

۳- نیاز به صرفه‌جویی بیشتر یا کنترل هزینه‌ها؛

۴- نیاز به بهبود کارایی؛

۵- نیاز به بهبود خدمات ارائه شده به مشتریان، شرکا، کارکنان، و نظایر آنها (۱، ص

۱۷۴ و ۱۵۵).

سازمانهای رسمی برای نیل به مقاصد فوق‌الذکر و برنامه‌ریزی مؤثر، با در نظر گرفتن تغییراتی که در الگوی زندگی افراد زیر پوشش آنها پدید می‌آید، از داده‌های حاصل از نیازسنجی برای تصمیم‌گیری بهتر و مناسب‌تر در طراحی برنامه‌ها و تخصیص منابع استفاده می‌کنند. اگرچه نوع اطلاعات، مقصد و منظور از کاربرد آنها بسیار گوناگون است، انجام نیازسنجی در سازمانها در تمام سطوح به منظور بازسازی، افزایش کارایی، نوآوری یا سازماندهی مجدد، اکنون از الزامات اولیه به شمار می‌آید (۸، ص ۱). بخشهای خصوصی، دولتی، مؤسسات غیرانتفاعی و سیستمهای اختصاصی در بررسی خدماتی که در گذشته ارائه نموده‌اند، کار را با نیازسنجی شروع می‌کنند.

انگیزه نیازسنجی می‌تواند از سطوح مختلف ناشی شود:

۱- منشأ آن از درون جامعه باشد؛ یعنی تمایل به بهبود وضعیت کنونی که از درون مردم ریشه می‌گیرد، نیازمند تعیین حدود و موقعیت زمانی و مکانی ارائه خدمات مورد نیاز مردم است.

۲- منشأ آن از درون سازمان باشد؛ یعنی سازمان به دلایل خاص خود و در مواردی که در بخش اخیر (ضرورت نیازسنجی) ذکر شد مبادرت به نیازسنجی را لازم می‌داند.

۳- منشأ سیاسی داشته باشد؛ زیرا مسائل و مشکلات سیاسی همواره یکی از مهمترین انگیزه‌های نیازسنجی بوده‌اند و تکوین بخشی از مسائل نظری و روش‌شناسی نیازسنجی، مرهون آنها است.

نظر به گونه‌های مختلف اطلاعاتی که از طریق نیازسنجی به دست می‌آید، اجرای آن نیز با توجه به نیازهای گوناگون مجریان یا متولیان آن، و با عنایت به شرایط ساختاری

مختلف، از موقعیتی به موقعیت دیگر، متفاوت خواهد بود.

کاربردهای نیازسنجی

نیازسنجی ابزاری نیست که کاربردهای آن انحصاری و مختص حوزه خاصی باشد. از این رو باید گفت که در هر زمان و موقعیتی که اطلاعات موجود برای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و عملیات موفقیت‌آمیز کفایت نکند، اجرای نیازسنجی ضرورت می‌یابد. همان‌گونه که اشاره شد، موارد کاربرد نیازسنجی را می‌توان عمده‌تأ سه مورد دانست:

- ۱- در جهت رفاه، ترقی و سعادت بشر، توسعه علوم و فنون، بسط دانش و آگاهی؛
- ۲- در زمینه‌های سیاسی برای کنترل و هدایت موجها و جریانهای سیاسی، ایجاد ثبات سیاسی، جلب مشارکت مردم در حاکمیت و تنظیم روابط بین مردم و حاکمیت؛
- ۳- در امور اقتصادی و بازرگانی، برای شناخت نیازهای بالقوه در مصرف، ایجاد بازارهای جدید فروش کالا، ایجاد نیازهای جدید، و تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان.

موانع نیازسنجی

نیازسنجی در خلأ و فارغ از واقعیات موجود انجام نمی‌گیرد، بلکه در شرایطی اجرا می‌شود که ممکن است مقاومت‌هایی از سوی افراد در برابر آن ایجاد شود، مانند:

- ۱- کسانی که از ایجاد تغییرات نگران‌اند و از بروز آن واهمه دارند و احتمال می‌رود برنامه‌های مورد نظر آنها از جریان خارج شود و منافع احتمالی آنان به مخاطره افتد.
- ۲- کسانی که نگران این هستند که اطلاعات حاصل از نیازسنجی مورد سوء استفاده قرار بگیرد.

۳- کسانی که در برابر تغییر، بازسازی و اصلاحات مقاومت می‌کنند. دلایل این مقاومت ممکن است فردی (روانی)، یا پندارهای سنت‌گرایانه باشد.

- ۴- کسانی که در ظاهر از امور غیر ضروری بیزارند و نیازسنجی را امری غیر لازم و لغو می‌دانند.

۵- کسانی که بدیهی انگارند و اطلاعات حاصل از نیازسنجی را فراتر از دانش کنونی خود نمی دانند.

علاوه بر این، موانع متعدد دیگری نیز در برنامه ریزی و اجرای نیازسنجی ممکن است حادث شود، مانند مسائل مربوط به بودجه، نیروی انسانی، روش شناسی، کیفیت اجرا و نظایر آنها، که بر خلاف موانعی که ذکر شد، تیم نیازسنجی می تواند آنها را در کنترل خود بگیرد و مرتفع کند.

روش شناسی نیازسنجی

برای گردآوری اطلاعات باید فرهنگ و قواعد حاکم بر روابط اجتماعی و هنجارهای رفتاری فرد، گروه و جامعه را مورد توجه قرار داد. روش شناسی تحقیق و استفاده از ابزار مناسب در گردآوری اطلاعات برای مطالعات نیازسنجی در چهارچوب همین مناسبات و نیز با توجه به سطح توسعه یافتگی جامعه قابل بحث و بررسی است. نیازسنجی یک نوع تحقیق اجتماعی کاربردی است و از دستورالعملهای تحقیقات علوم اجتماعی پیروی می کند. به عبارت روشن تر، روشهای علوم اجتماعی، در نیازسنجی نیز قابل بهره برداری هستند.

«لاریو»^(۱) (۸، ص ۹) پنج روش اصلی به کار گرفته شده به وسیله "SUA"^(۲) برای

نیازسنجی را به ترتیب اهمیت چنین برمی شمرد:

- ۱- بررسی پاسخگویان؛
- ۲- بررسی و آزمون داده های گردآوری شده قبلی؛
- ۳- تکیه بر نشانگرهای حساس و مهم جامعه که نشان از تمایلات، مشکلات و نیازهای جمعیت اصلی دارد؛
- ۴- کاربرد فرایند گروهی، تأمین فرصت سخن گفتن برای عموم از طریق برگزاری جلسات و گردهماییها برای افراد ذینفع؛

۵- بررسی و آزمودن آمارهای کاربران خدمات که به وسیله تأمین کنندگان خدمات فراهم شده است.

روشهای گردآوری اطلاعات در نیازسنجی همیشه با موفقیت همراه نیستند، یا حداقل در مواردی ممکن است نباشند. از این رو در نیازسنجی ممکن است در صورت استفاده از روشهای گوناگون گردآوری اطلاعات، نتایج متفاوتی به دست آید. به بیان دیگر، روشهای گردآوری اطلاعات در نیازسنجی کاملاً اعتباری و نسبی هستند. نیازسنجی با توجه به هدف یا هدفهای پژوهشگران بطور عمده در دو سطح قابل اجرا است:

۱- سطح کلان: در این نوع مطالعه، نیازهای یک جامعه آماری وسیع مورد توجه قرار می‌گیرد. نتایج این نوع نیازسنجی‌ها به لحاظ فراگیری و گستردگی، غالباً کلی و غیر کاربردی هستند و نمی‌توانند منشأ آثار مهمی باشند.

۲- سطح خرد: نیازسنجی در سطح خرد شامل مطالعه نیازها در سطح موقعیتهای خاص، گروههای شغلی، گروههای تخصصی، لایه‌های اجتماعی خاص و کاربران یک بخش معین است. نتایج این نیازسنجی‌ها به دلیل ژرفانگری و ملاحظه کلیه شرایط و متغیرها، کاربرد وسیعی دارد.

در زمینه چگونگی اجرای نیازسنجی، بحثهای متعددی در باره روش‌شناسی نیازسنجی به عمل آمده که هر کدام در جایگاه و موقعیت ویژه خود می‌تواند مؤثر، مثبت و کاربردی باشد. بدین لحاظ استفاده از روش مناسب در اجرای نیازسنجی، با توجه به بستر و شرایط موجود انجام می‌گیرد. مثلاً نیازهای کشاورزان روستاهای منطقه جنوب استان خراسان را نمی‌توان با استفاده از همان روشی سنجید که نیازهای پزشکان یا متخصصین علوم فضایی را می‌سنجند. به عبارت دیگر در نیازسنجی، قواعدی کلی وجود دارند که در کلیه موارد و حوزه‌های کاربرد، مشابه هستند - و در مبحث اجرای نیازسنجی به این قواعد اشاره خواهد شد، اما در روش‌شناسی، زمینه‌ها و موارد خاص روش مناسب را معین می‌کند.

«هورتون»^(۱) (۹، ص ۳۷-۴۰) در تحقیقات جامعی که دربارهٔ انواع نیازسنجی بطور عام انجام داده، روشهای نیازسنجی را در دو مقوله کلی دسته‌بندی کرده که در ادامهٔ مطلب به شرح این دو مقوله می‌پردازیم:

۱- بررسی اجتماعی

روشهای بررسی اجتماعی زمانی به کار می‌رود که اطلاعات پایه موجود نباشد و پژوهشگر در تعامل با جامعه آماری مورد بررسی، اطلاعات لازم را کسب نماید. بررسی اجتماعی مشتمل بر چهار روش است:

بررسی کلی جامعه آماری: این بررسی از طریق نمونه‌گیری از جمعیت و جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه یا پرسشنامه انجام می‌گردد. در این نوع بررسی، سؤالات به گونه‌ای طراحی می‌شوند که نیازهای خاص افراد و چگونگی ارضای آنها تعیین گردد. این روش دارای ویژگیهای زیر است:

□ مقایسه و تطبیق نتایج حاصله با جوامع دیگر بسیار آسان است؛

□ قابلیت تعمیم دارد؛

□ هزینه‌بر است؛

□ نیازمند نیروی انسانی ماهر و متخصص به تعداد زیاد است.

بررسی جامعه آماری هدف: جامعه آماری در این روش محدودتر، و تمرکز بر روی بخش خاصی از جامعه بیشتر است. یافته‌ها در این روش دقیق‌تر و دارای اعتبار بیشتری هستند و ویژگیهای آن عبارت‌اند از این که:

□ هزینه‌بر است؛

□ مستلزم صرف زمان طولانی‌تری است؛

□ نیازمند نیروی انسانی زبده و متخصص است.

بررسی فراهم‌کنندگان: در این روش، نیروی انسانی شاغل در بخش ارائه خدمات، منبع اطلاعات پژوهشگر خواهد بود. افرادی که خدمات یا کالا به جامعه عرضه می‌کنند

و رابطه مداوم، مستقیم و تنگاتنگی با جامعه دارند، می توانند منابع غنی اطلاعات برای سنجش نیازهای آن بخش از جامعه باشند و پژوهشگر را یاری نمایند تا از دریچه نگاه یک متخصص به جامعه آماری و نیازهای آن بنگرد. این نوع بررسی دارای ویژگیهای زیر است:

□ مستلزم جلب همکاری متخصصین و افراد حرفه‌ای در حوزه مورد نظر است؛

□ اطلاعات قابلیت تعمیم ندارند؛

□ غفلت از تفاوت‌های فرهنگی، طبقاتی و موقعیت افراد در سازمان ارائه دهنده خدمات، موجب بی اعتباری داده‌ها می شود.

بررسی منابع مهم خبری: رهبران و مسئولین جامعه در این بررسی به عنوان منابع اطلاع و خبر مورد سؤال قرار می گیرند. قطعاً لازم است پژوهشگر در تشخیص این گونه افراد مطلع، دقیق باشد. این منابع اعضای هیئت علمی، کارشناسان، مدیران، امنای گروه‌های مختلف جامعه، افرادی که طرف مشاوره مردم قرار می گیرند - هرچند دارای جایگاه شغلی رسمی نباشند - را شامل می شوند. در این نوع بررسی پژوهشگر می تواند لایه‌های درونی تر جامعه را که ممکن است آستان تغییرات و تحولاتی باشند، بکاود. سایر ویژگیهای این روش از این قرارند:

□ قابلیت تعمیم ندارد، چون بیانگر دیدگاههای رهبران جامعه خاصی است؛

□ به دلیل کوچک بودن جامعه آماری، کم هزینه است؛

□ نیازمند صرف زمان طولانی نیست؛

□ به نیروی انسانی متخصص اندک نیاز دارد.

۲- تحلیل داده‌های ثانویه

در این روشها اطلاعاتی که قبلاً از جامعه گردآوری، تنظیم، سازماندهی و چاپ شده، مطالعه و تحلیل می شود. بازنگری این داده‌ها می تواند در کشف مسائل مهم و نیازهای جامعه مؤثر واقع شود. تحلیل داده‌های ثانویه به دو گونه قابل توصیف است: مطالعه شاخصهای اجتماعی: شمار زیادی از داده‌های آماری موجود در زمینه

موضوعات مختلف نظیر مسائل اقتصادی، اجتماعی، آموزشی، فرهنگی، نیروی انسانی و نظایر آنها، منابع مهمی برای تحلیل نیازهای جامعه هستند. آمار و اطلاعات مذکور توسط بخشهای دولتی، مؤسسه‌های تحقیقاتی، دانشگاهها و سازمانهای تخصصی منتشر می‌شوند و پژوهشگر با دسته‌بندی اعتبار و ارزش اطلاعاتی آمارها می‌تواند با دستیابی به شاخصهای مهم و تحلیل آنها، بطور غیرمستقیم به نیازهای جامعه دسترسی پیدا کند. در این روش:

□ آمار و اطلاعات به سهولت قابل دسترسی است؛

□ فنون تحلیل این نوع داده‌ها به خوبی توسعه یافته است؛

□ به نیروی انسانی متخصص و تحلیلگر نیاز دارد؛

□ مستلزم صرف زمان طولانی نیست.

بررسی سوابق اداری و اجرایی: سازمانها و مراکز، دارای بایگانیها و مراکز اسنادی هستند که سوابق عملیات، وضعیت ارائه خدمات، ویژگیهای ارباب رجوع، خدمات مورد نیاز، کمبودها، همکاریهای متقابل با سایر مراکز و سازمانها و نظایر آن را نگهداری می‌کنند. این سوابق منابع مهمی برای تحلیل نیازها هستند. چنین سوابقی را حتی با عنوان «یادداشت روزانه» افراد، می‌توان در تحلیل نیازهای فردی آنها به کار برد. در این روش:

□ تفاوت موجود در شکل گردآوری و ثبت داده‌ها در سازمانها و مراکز، کار تحلیل

آنها را با مشکل همراه می‌کند؛

□ وجود نیروی انسانی متخصص و تحلیل‌گر ضروری است؛

□ مستلزم صرف زمان و هزینه است؛

□ اجرای این روش منوط به جلب همکاری کامل سازمان یا مرکز و بدنه اجرایی آن

است.

روشهای نیازسنجی محدود به آنچه ذکر شد نیست و اندیشمندان دیگری نظیر

«دیلمان»^(۱) «مور»^(۲)، «آترتون»^(۳)، «باتلر»^(۴) و دیگران نیز در زمینه روش‌شناسی نیازسنجی، مباحثی را مطرح کرده‌اند که در جایگاه خود دارای اهمیت است و ما هنگام بررسی انواع مطالعه و روش‌شناسی نیازسنجی اطلاعات به تفصیل درباره جزئیات آنها سخن خواهیم گفت.

راهبرد نیازسنجی

در راهبرد نیازسنجی ملاحظات زیر باید مورد توجه قرار گیرد:

۱ - نیازسنجی توسط چه کسانی انجام می‌شود؟ تعیین اعتبار داده‌های حاصل از نیازسنجی براساس صلاحیت‌های اخلاقی و عملی مجریان انجام می‌گیرد. تفاوت در نگرش و بینش علمی، جهان‌بینی، فرهنگ و آگاهی، می‌تواند موجب کسب نتایج متفاوت از بررسی‌های انجام شده در زمینه واحد گردد.

۲ - هدف نیازسنجی چیست؟ تعیین هدف اساسی‌ترین مسئله است و هیچ چیز به اندازه تعیین هدف در نیازسنجی مهم نیست. تعیین هدف بدین معنا است که نقطه مطلوب و آرمانی پژوهش کاملاً تعریف شود تا سلسله عملیات برنامه ریزی شده‌ای که قرار است در فرایند گردآوری، سازماندهی و تحلیل اطلاعات انجام گیرد، معنی‌دار و توجیه‌پذیر باشد. این مهم، از هرگونه سردرگمی و بیراهه رفتن پژوهشگران و آشفتگی عملیات جلوگیری می‌کند.

۳ - جامعه آماری مورد مطالعه کدام است؟ جامعه آماری باید کاملاً تعریف شده باشد تا فرایند نیازسنجی توسط مجریان به سمت و سویی جز آنچه مورد نظر است، گرایش پیدا نکند. اولین مسئله، تعیین جامعه مورد مطالعه یا گروهی است که نیازهایشان سنجیده می‌شود. اگر تعریف جمعیت مورد نظر برای نیازسنجی با استفاده از شاخصهای جمعیتی نظیر سن، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، ملیت، نژاد و مانند آنها

صورت گیرد، از دقت بیشتری برخوردار خواهد بود. به اعتقاد «برک ویتز»^(۱) (۳، ص ۱۸) انتخاب جامعه مورد مطالعه کاری بس حساس و مهم است که به عوامل گوناگونی بستگی دارد. این عوامل، از جمله منابع سرمایه‌گذاری شده در زمینه نیازسنجی، چگونگی توصیف، گستره، سطح و ماهیت تبلیغاتی را که درباره‌ی طرح نیازسنجی به عمل می‌آید شامل می‌گردد.

۴ - چه سؤالهایی و با چه کیفیتی مطرح می‌شوند؟ روایی و اعتبار پرسشنامه - اعم از شفاهی یا کتبی - باید برای پژوهشگر مسجل شده باشد.

۵ - چه منابعی در دسترس است؟ این منابع شامل زمان، بودجه، نیروی انسانی، اطلاعات، سازمان و تشکیلات است (۶، ص ۲۴).

همان‌گونه که اشاره شد، نیازسنجی یک مکانیسم مشارکتی است و موفقیت در اجرای آن و دسترسی به اطلاعات مورد نظر، مستلزم همکاری جدی و مشارکت مسئولان کلیه کاربران، سیاستگذاران، مدیران، مجریان، برنامه ریزان و طراحان در کلیه مراحل است.

اجرای پروژه نیازسنجی

هرچند هماهنگ کردن فعالیت نیازسنجی با شرایط و الزامهای سازمان و جامعه از ضروریتهایی است که در مرحله طراحی پروژه باید بدان توجه کرد، اما در مرحله اجرای پروژه، کیفیت و میزان این هماهنگی پدیدار می‌شود و میزان پایداری این فعالیت را تعیین می‌کند. به اعتقاد «ریوایر»^(۲) (۸، ص ۲۰۷-۲۰۴) سه عامل در ایجاد هماهنگی و پایداری فعالیت‌های مربوط به اجرای پروژه نیازسنجی سهم بنیانی دارند:

۱- شرایط مثبت و مطمئن: مقصود از شرایط مثبت و مطمئن، محیط و شرایط مناسب و راحت پیرامونی فعالیت نیازسنجی است. نیازسنجی در شرایطی انجام می‌شود که طی آن سازمانها و سیستمهای گوناگون یا مشابه، و همین‌طور افرادی که نقش

تسهیل کننده و پشتیبانی را به عهده دارند، در ارتباط با یکدیگر قرار می گیرند. این شرایط عبارتند از محیط داخلی و محیط خارجی سازمان. محیط داخلی سازمان تابع دو عامل یعنی «تدارک و پشتیبانی مدیریت سازمان» و «فرهنگ سازمانی» است و محیط خارجی، شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و موقعیت کاربران را شامل می شود. مصداق دیگر شرایط خارجی، وضعیت اقتصادی و توانایی های دولت در حمایت از پروژه نیازسنجی است. آمادگی یا ضعف مالی دولت می تواند بر اجرای پروژه را به شدت تحت اثر بگذارد.

۲- کفایت منابع: موضوع کفایت منابع مورد نیاز - یعنی نیروی انسانی و هزینه ها - باید قبل از اجرای نیازسنجی مورد ملاحظه قرار گیرد. هرگونه شبهه در تعریف بودجه و هزینه های آن از مرحله دریافت تا مصرف، اجرای پروژه را متوقف می سازد. نیروی انسانی نیز باید با صرف وقت و دقت کافی انتخاب شود. باید توجه داشت که کیفیت نیروی انسانی می تواند بر زمانبندی پروژه اثر بگذارد.

۳- تخصص مرتبط با وظیفه محوله: کاربرد پژوهشهایی نظیر نیازسنجی، مستلزم ظرفیتهای تخصصی و مهارتی در طراحی روش شناسی، گردآوری اطلاعات و تحلیل اطلاعات، تبدیل یافته ها به داده های کاربردی، و تسلط بر خط مشی اجرایی است. خصوصیات نیروی متخصص را می توان در سه مقوله زیر دسته بندی کرد:

۱-۳. از نظر فکری و روانی متعهد باشد؛

۲-۳. دارای مهارتهای روش شناسی، سازمانی و ارتباطی، و نیز دارای توانایی کار با افراد مختلف در گروه، تیم و سازمان باشد؛

۳-۳. قادر به همکاری با افراد ذینفع^(۱) اعم از افراد مافوق یا عادی باشد.

در نیازسنجی، فرضیهایی نیز به عنوان فلسفه عملی، که در زمینه روش شناسی می تواند مؤثر واقع شود، قابل طرح است و پژوهشگر باید آنها را مد نظر قرار دهد (۵)، ص ۲۷۴-۲۷۳). این فرضها به قرار زیرند:

۱- نیازسنجی یک موضوع چند بعدی است که می‌توان با چندین هدف آن را اجرا کرد: هدف اول) اصلاح سیستم ارتباطی درون سازمانی؛ هدف دوم) اصلاح روابط با سازمانهای دیگر؛ هدف سوم) جلب رضایت ارباب رجوع؛ هدف چهارم) تصحیح اطلاعات موجود؛ و...

۲- نیازسنجی نیازمند یک روش مطالعه ترکیبی است. نیاز به روشهای چندگانه و فنون متعدد نیازسنجی از آن رو پدید می‌آید که روشهای علوم اجتماعی، کامل و بی نقص نیستند و استفاده از روشهای مکمل، اجتناب ناپذیر است.

۳- جامعه آماری مورد مطالعه، یک جامعه مرکب است و همه افراد و گروههایی که بالفعل یا بالقوه مؤثرند یا در آینده مؤثر خواهند بود، باید بدون هرگونه مسامحه و پیشداوری، در محدوده اجرای نیازسنجی مورد توجه قرار گیرند.

۴- نقاط ثقل اطلاعات در جامعه آماری، که ممکن است سازمانهای تخصصی، مراکز مشاوره و افراد مطلع و متخصص باشند، باید از سوی پژوهشگر شناسایی و «ضرب امتیاز» اطلاعاتی که از آنها دریافت می‌شود، مشخص گردد. به عبارت دیگر، برای اطلاعات دریافتی باید طبقه‌بندی ویژه‌ای پیش‌بینی گردد.

۵- نیازسنجی را باید یک مکانیسم ارتباطی دانست که فاصله بین منابع و کاربران (تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان) را نشان می‌دهد و راههای بهبود آن را نمایان می‌سازد.

۶- در شرایط و موقعیتهای یکسان، اطلاعات دریافتی از افراد جامعه آماری مورد مطالعه، دارای ضریب و ارزش یکسانی هستند و نظرات فردی بر فرد دیگر یا سازمانی بر سازمان دیگر مرجح نیست؛ در غیر این صورت مطابق فرض شماره ۴ عمل می‌شود.

۷- همانگونه که جامعه یک پدیده پویا و متغیر است، نیازسنجی نیز یک فرآیند پویا است؛ از این رو ارزش و اعتبار داده‌های حاصل از نیازسنجی در گرو برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌ای نیازسنجی است. تنها در این صورت می‌توان از به‌هنگام بودن و صحت اطلاعات حاصل از نیازسنجی، سخن به میان آورد.

منابع فصل دوم

- ۱- ذاکری، بتول (۱۳۷۵). روشهای ساخت یافته تجزیه و تحلیل سیستمهای اطلاعاتی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- ۲- رفیع پور، فرامرز (۱۳۶۴). جامعه روستایی و نیازهای آن. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- 3- Berkowitz, Susan (1996). "Creating the Research Design for a Needs Assessment", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, ed. by Rebecca Reviere. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 4- Berkowitz, Susan & Reviere, Rebecca (1996). "Building for Future Needs Assessments", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, ed. by Rebecca Reviere. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 5- Butler, Lorna Micheal & Butler, Robert O.(1987). "Guidelines", in *Needs Assessment : Theory and Methods*, ed. by D.E. Johnson. USA: Iowa University Press.
- 6- Hobbs, Darly (1987). "Strategy for Needs Assessments", in *Needs Assessment: Theory and Methods*, ed. by D.E. Johnson , *et al.* USA : Iowa University Press.
- 7-Neuber, Keith A. & Associates (1985). *Needs Assessment : A Model for Community Planning*. England: Sage Publications.
- 8- Reviere, Rebecca (1996). "Setting the Stage", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*. ed. by Rebecca Reviere. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 9- Rothman, Jack & Gant, Lary M. (1987). "Approaches and Models of Community Intervention", in *Needs Assessment: Theory and Methods*, USA:Iowa University Press.
- 10- Summers, Gene F.(1987). "Democratic Governance ", in *Needs Assessment : Theory and Method*. ed. by D.E. Johnson. USA : Iowa University Press.

فصل سوم

نیاز اطلاعاتی

تداوم حیات هر ارگانیسم زنده منوط به ارضای نیازهای آن است. یکی از مهمترین نیازهای انسان به عنوان یک ارگانیسم زنده و پیچیده، نیازهای اطلاعاتی است، که دو محور دارد:

- اطلاعات درباره خود انسان؛

- اطلاعات درباره محیط پیرامون و پدیده‌های آن.

انطباق انسان با محیط پیرامون به عنوان یک سیستم فراگیر، و ایجاد سازگاری با آن به گونه‌ای که با هر گونه تغییر، بقا و تداوم حیات او تأمین گردد، بدون دسترسی به اطلاعات ناممکن است. مغز انسان به مثابه برترین عضوی که وظیفه مراقبت از تطابق رفتاری انسان با محیط را بر عهده دارد، اساساً بر مبنای پردازش اطلاعات موجود و داده‌های دریافتی درباره اوضاع پیرامونی ارگانیسم فعالیت می‌کند. هر چه تحولات و تغییرات سریع‌تر باشد، به همان نسبت نیاز به اطلاعات بیشتر و شدیدتر می‌شود. انسان برای دریافت چنین اطلاعاتی دو راه را می‌شناسد و ممکن است ارضای نیازهای

اطلاعاتی‌اش از این راه‌ها انجام گیرد:

- ۱- جستجوی اطلاعات مورد نیاز در دانش اندوخته بشری و آنچه به عنوان ذخیره و میراث علمی موجود است؛
- ۲- تولید اطلاعات.

قطعاً راه دوم به آن حوزه از فعالیتهای بشر که عنوان «علم» دارد، مربوط می‌شود. از این رو می‌توان چنین نتیجه گرفت که هدف از «فعالیت علمی»، «ارضای نیازهای اطلاعاتی» است. برگزیدن راه دوم برای ارضای نیازهای اطلاعاتی، به لحاظ نیاز به تلاش برای تولید اطلاعات، مستلزم فعالیت مجدانه بشر است؛ در حالی که در روش نخست، اطلاعات در منابع و موقعیتهای مختلف ذخیره شده و موجود است. بر این اساس، فعالیت اطلاعاتی به عنوان تجلی تلاش برای رفع نیازهای اطلاعاتی، صرفاً در روش نخست مفهوم می‌یابد. لزوم کارآیی فعالیتها به منظور تأمین اطلاعات مورد نیاز، موجد یک حوزه مستقل یا شاخه علمی به نام «علوم اطلاع رسانی» گردیده‌است. موضوع این شاخه علمی، مطالعه نیازهای اطلاعاتی و شکل و روش ارضای آنها است (۱۰، ص ۹۱-۸۶).

حتی پیش از موجودیت رسمی علم اطلاع رسانی، نیازهای اطلاعاتی توسط روان‌شناسان مورد مطالعه قرار گرفته بود. آنان بر این نکته تأکید داشتند که نیاز اطلاعاتی، یک حالت روان‌شناسانه فردی است که به شکل یک نوع «نارضایتی» در حواس متجلی می‌گردد. آنان همچنین عقیده داشتند که نیازهای اطلاعاتی پدیده پویایی هستند که بطور متوالی، یکی پس از دیگری پدیدار می‌شوند.

در حوزه کتابداری و اطلاع رسانی مفهوم نیاز اطلاعاتی به نیازهایی اشاره دارد که از طریق ارائه خدمات کتابخانه‌ای و اطلاع رسانی مرتفع می‌گردند (۱۱، ص ۲). در اینجا این فرض را پذیرفته‌ایم که استفاده از اطلاعات به دلیل وجود نیاز خاصی است. افراد جامعه ممکن است در موقعیتهای فراوان تصمیم‌گیری، بهبود عملکرد، و سایر شرایط فردی و اجتماعی، نیاز به اطلاعات پیدا کنند و وقتی در چنین موقعیتهایی اطلاعات

موجود را کافی ندانند، به دنبال اطلاعات جدید می‌روند. اگر شرایط دسترسی به اطلاعات چنان دشوار گردد که از دایره تحمل آنان خارج باشد - مانند بالا بودن هزینه تأمین اطلاعات یا سایر مقررات مربوط به دسترسی، ترجیح می‌دهند به اطلاعات موجود اکتفا کنند، هرچند که نتیجه آن، اتخاذ یک تصمیم مبتنی بر اطلاعات ناکافی باشد.

یک سیستم اطلاعاتی به مثابه عامل اصلی در انتقال و انتشار دانش از منابع اطلاعات به کاربران، باید تأمین اطلاعات مورد نیاز استفاده‌کنندگان در زمان مناسب، همگون با نیازها و وضعیت و شکل دسترسی آسان و راحت به اطلاعات را سرلوحه هدفهای خود قرار دهد (۵، ص ۲۳-۲۰). اطلاع‌رسانان و کتابداران باید شرایطی را که به موجب آن، استفاده‌کنندگان - به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات - ناگزیر می‌شوند از اطلاعات ناقص، مخدوش و قدیمی استفاده کنند، به سود آنان دگرگون سازند.

ضرورت نیازسنجی اطلاعات

در عصری که پدیده‌های نوظهور اطلاعاتی یکی پس از دیگری رخ می‌نمایند و شبکه‌ها، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، طراحی، استقرار و گسترش می‌یابند (۲۲، ص ۲)، ما هنوز یک روش مدیریتی صحیح، کارآمد و مؤثر برای اطمینان از سودمندی سیستمهای اطلاعاتی فراهم شده برای کاربران و ارزیابی آنها در پیش نگرفته‌ایم. قدرت سیستمهای اطلاعاتی خود را در پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران ارزیابی نکرده‌ایم و از نقاط ضعف و قوت آنها بی‌خبریم؛ از این رو هیچگاه در اندیشه بازنگری و بهبود سیستمهای ایجاد شده برنمی‌آییم. حال این سؤال هشدار دهنده را باید مطرح کرد که آیا برای کتابخانه‌ها و سیستم اطلاع‌رسانی و کادر حرفه‌ای شاغل در آنها، وظیفه‌ای جز پاسخگویی به نیازهای کاربران می‌توان متصور شد؟

نیازسنجی و تأمین نیازهای اطلاعاتی یک مسئولیت مشترک و همگانی است، اما این موضوع هیچگاه از مسئولیت سنگین‌تر اطلاع‌رسانان و کتابداران که وظیفه دشوار

هموارسازی بستر جریان انتقال اطلاعات به کاربران را به عهده دارند، نمی‌کاهد.

سابقه

از هنگامی که نقش و جایگاه کاربران در سیستمهای اطلاع‌رسانی مورد توجه واقع شد، مطالعه برای شناخت نیازهای اطلاعاتی در دستور کار متخصصان اطلاع‌رسانی قرار گرفت، به طوری که در فاصله سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰ بیش از ۶۰۰ گزارش مطالعه در باره رفتار اطلاع‌یابی کاربران و شیوه استفاده از اطلاعات در سیستمهای اطلاع‌رسانی منتشر شد. این مطالعات با برگزاری اجلاس «فید: فدراسیون بین‌المللی دکومانتاسیون»^(۱) در سال ۱۹۶۵ و با توجه به مباحثی که در این کنفرانس مطرح گردید، شتاب بیشتری گرفت. در این اجلاس چندین مقاله در باره نیازهای اطلاعاتی، روشهای بررسی و مطالعه نیازهای اطلاعاتی در رشته‌های علمی ارائه گردید (۲۰، ص ۱۶۱). نقطه اوج این مطالعات، برگزاری اجلاس «فید» در مسکو، با محوریت موضوع «نیازهای اطلاعاتی» بود. در کتاب سال ۱۹۷۳ «فید»، ۱۴۴ عنوان منبع اطلاعاتی که بطور خاص به بحث در باره نیازهای اطلاعاتی می‌پرداختند، درج شده بود. این منابع تنها در دوره زمانی ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۳ منتشر شده بودند. بررسی انجام شده در سال ۱۹۷۹ نشان داد که این میزان در طی سالهای ۱۹۷۲ تا ۱۹۷۸، یعنی در یک دوره زمانی تقریباً هفت ساله به ۱۱۷ عنوان رسیده است. در سال ۱۹۷۴، «فید» مجموعه‌ای را منتشر کرد که نویسندگان بخشهای مختلف آن، صرفاً به اهمیت و نقش نیازسنجی اطلاعات در ارائه خدمات اطلاع‌رسانی مدرن به کاربران پرداخته بودند (۱۰، ص ۸۷).

در نیمه دوم سال ۱۹۹۶، تعداد عناوین منابع موجود (به صورت مقاله، گزارش، طرح تحقیقاتی و تکنگاری) درباره نیازهای اطلاعاتی که در منابع تخصصی علوم اطلاع‌رسانی و کتابداری - نظیر «لیزا: چکیده‌نامه علوم اطلاع‌رسانی و کتابداری»^(۲) -

1- FID: International Federation for Documentation

2- LISA: Library and Information Science Abstracts

درج شده به رقمی بیش از ۶۷۶ عنوان می‌رسد که اختصاصاً به مطالعه در باره نیازهای اطلاعاتی پرداخته؛ در بیش از ۲۰۰۰ عنوان از مدارک، نیازهای اطلاعاتی به عنوان یک محور مهم مورد بحث قرار گرفته و در بیش از ۷۰۰۰ رکورد، به موضوع «نیازهای اطلاعاتی» اشاره شده است (۱۹).

تعداد منابع موجود در «لیزا» که بطور عام یا خاص به نیازهای اطلاعاتی اشاره می‌کنند یا به عنوان موضوع محوری بدان می‌پردازند به رقم ۱۸۸۷ منبع، و تعداد رکوردهای دارای همین ویژگی در «اریک»: نمایه‌نامه مرکز اطلاعات منابع علوم تربیتی»^(۱) از سال ۱۹۶۶ تا ۱۹۹۶ به رقم ۴۰۲۹ منبع می‌رسد (۱۲).

سیر این مطالعات نشان می‌دهد که هیچ ابهامی در اهمیت و جایگاه «مطالعه در باره نیازهای اطلاعاتی» وجود ندارد و جهت‌گیری مطالعات به تدریج از مباحث کلی و عام به سوی «مورد پژوهی» و مطالعه نیازهای اطلاعاتی «کاربران خاص» سوق پیدا کرده است. مثلاً براساس مطالعه «کرافورد»^(۲) (۸، ص ۶۴-۶۳) طی سالهای ۱۹۷۷-۱۹۷۵، در حدود ۸۳ درصد از مطالعات درباره نیازهای اطلاعاتی و استفاده از اطلاعات، که در قالب تک‌نگاری مقاله و گزارش منتشر شده‌اند، کاربردی بوده‌اند. وی این مقوله را بدین گونه طبقه‌بندی کرده است: علوم فیزیکی، علوم پایه و فن‌آوری، علوم اجتماعی، علوم زیستی، بهداشت، نیازهای انسانی، ارتباطات و سیستمها، و مراکز اطلاعاتی. وی سپس اطلاعات و مقوله‌ها را از نظر آماری توصیف نموده است.

استنباطی کلی از عناوین منتشر شده در سالهای اخیر نیز نشان از آن دارد که مطالعه درباره نیازهای اطلاعاتی در حوزه‌های کاربردی بیش از بررسی نظری، روش‌شناسی و مفهومی است. در حالی که نیاز به مباحث نظری، تدوین نظریه مناسب در حوزه نیازسنجی اطلاعات و بررسی درباره روش‌شناسی نیازسنجی اطلاعات، همچنان یک ضرورت پایه‌ای است.

مطالعه نیازهای اطلاعاتی در ایران از سابقه چندانی برخوردار نیست و براساس جستجوی انجام شده در این زمینه، حاصل این مطالعات به موارد اندکی محدود می‌شود^(۱) که نشان از وجود خلأ عمیق در زمینه مطالعه مبانی و مسائل نظری، روشها، فنون و ابزار نیازسنجی اطلاعات دارد.

تعاریف

از سال ۱۹۴۸ با آغاز مطالعه علمی در باره رفتار اطلاع‌یابی کاربران، همزمان تلاش برای ارائه تعریفی از نیاز اطلاعاتی و مرزبندی آن با مفاهیمی چون تمایل، تقاضا، مطالبه و درخواست اطلاعات، آغاز شد. اگر چه این فعالیتها ثمرات مفیدی داشت، اما معضل تعریف «نیاز اطلاعاتی» همچنان باقی ماند.

۱- سوابقی که نگارنده تاکنون به آنها دست یافته، بدین شرح‌اند:

پایان‌نامه

- گلبن، پروین. بررسی نیازهای اطلاعاتی متخصصان علوم توان‌بخشی در دانشگاههای علوم پزشکی ایران، تهران و شهید بهشتی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، ۱۳۷۲).
- مصومی، فرزاد. بررسی نیازهای اطلاعاتی متخصصان علوم دارویی و ارائه الگوی مناسب جهت رفع نیازهای آنان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابدازی و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، ۱۳۷۱).
- شکوهی منفرد، هاشم. بررسی نیازهای اطلاعاتی پرستاران شاغل در دانشگاههای علوم پزشکی ایران، تهران و شهید بهشتی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، ۱۳۷۲).
- برداران لیل آبادی، ماه سوری. بررسی نیازهای اطلاعاتی متخصصان قلب و عروق و ریه در شهر تبریز (پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، ۱۳۷۲).
- ناظری، شاپور. بررسی نیازهای اطلاعاتی دانشجویان رشته پزشکی در مقاطع تحصیلی، فیزیوپاتولوژی، کارآموزی و کارورزی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، ۱۳۷۲).

جزوه

- لافوند، رنالد. اطلاعات صنعتی (استفاده کنندگان و نیازهای آنها) ترجمه والی پور. (سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران، پژوهشکده مطالعات و تحقیقات تکنولوژی، تهران، ۱۳۷۳).
- مهدوی، محمد تقی. نیازهای اطلاعاتی تکنولوژی. (سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران، پژوهشکده مطالعات و تحقیقات تکنولوژی، تهران، ۱۳۷۳).

مقاله

- طلاچی، ماما. «نیازهای اطلاعاتی متخصصان حوزه علوم پزشکی در ایران و جهان». فصلنامه کتاب، دوره هفتم، شماره ۴، زمستان ۱۳۷۵.
- بابائی، محمود. «مبانی نیازسنجی اطلاعات، اطلاع‌رسانی، فصلنامه علمی - پژوهشی دوره ۱۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۷۶.

در جمع‌بندی تعاریف ارائه شده این نتیجه حاصل می‌شود که مفهوم «نیاز اطلاعاتی» به نیازهایی اشاره دارد که افراد پس از مواجهه با مسایل و مشکلات پیرامون خود، از حل یا تفسیر آنها عاجز می‌مانند و میل به برخورداری از دانش و آگاهی بیشتری پیدا می‌کنند. به تعبیر دیگر، نیازهای اطلاعاتی به اطلاعاتی مربوط می‌شود که افراد برای کارآیی در انجام وظایف شغلی، کسب رضایت در حل مسائل و مشکلات، یا دنبال کردن علایق خاص خود، «باید» از آن برخوردار باشند (۱۷، ص ۸۷).

در اینجا با یک داوری ارزشی در برخورد افراد با اطلاعات مواجه هستیم و آن، دیدگاه فردی در باره ضرورت یا سودمند بودن اطلاعات است (۲۱، ص ۷). در بررسی نیازهای اطلاعاتی فرض بر این است که همه افراد می‌خواهند که کارآمد و مؤثر، و از ایمنی برخوردار باشند و این مهم با دریافت اطلاعات مناسب ممکن و میسر خواهد شد. ذکر این نکته بجا است که افراد فی نفسه نیاز اطلاعاتی ندارند، بلکه در هنگام بروز مشکل، برخورد با مسائل و زیر فشار قرار گرفتن (به هر دلیل)، نیاز به دریافت و کاربرد اطلاعات در آنها ایجاد می‌شود. در سلسله مراتب نیازهای انسانی نیز، که قبلاً بدانها اشاره شد، نیاز اطلاعاتی جایگاه ویژه‌ای دارد. ارضای نیازهای اساسی و روانی (امنیت، تسلط، و ...) موکول به برخورداری از اطلاعات لازم است. فقدان اطلاعات در این زمینه‌ها می‌تواند منجر به بروز بی‌کفایتی در فرد، شکست او در دستیابی به هدف، و بروز بحران گردد.

نیاز اطلاعاتی نهفته^(۱)

همانگونه که در مبحث نیازها اشاره شد، انسان همیشه از نیازهای خود آگاه نیست. این قاعده را می‌توان به نیازهای اطلاعاتی نیز تعمیم داد. انسان همیشه نمی‌داند که اطلاعاتی وجود دارد که می‌تواند در هنگام وجود خلأ اطلاعاتی از آنها بهره‌برداری کند و تنها زمانی از ارزش آن مطلع می‌شود که اطلاعات در معرض دید او قرار گیرد. این نوع

نیاز، «نیاز اطلاعاتی نهفته» نامیده می‌شود.

نیاز اطلاعاتی نهفته یکی از بهترین راههای دسترسی متخصصین اطلاع‌رسانی به وضعیت موجود و تشخیص اطلاعاتی است که در حال حاضر برای پاسخگویی به این نیازها وجود دارد. همچنین این گونه از نیازها نشان از این نکته دارد که مفهوم نیاز اطلاعاتی تنها معطوف به نیازهای کنونی افراد نیست، بلکه آنچه که فرد به صورت بالقوه بدان نیاز دارد مورد توجه قرار می‌گیرد (۲۱، ص ۹). در اینجا نقش اطلاع‌رسانان در مجموعه‌سازی و راهنمایی و هدایت افراد به سوی آن دسته از منابع اطلاعاتی که برای آنها ناشناخته است، اهمیت خاصی می‌یابد.

نیاز اظهار نشده^(۱)

بیان نشدن نیازها ممکن است به دلیل پنهان ماندن آنها باشد. در چنین شرایطی، کاربران از نیازهای اطلاعاتی خود آگاه‌اند، اما به دلیل نخواستن یا نتوانستن، آنها را علنی و اظهار نمی‌کنند. چه بسا این تصور در ذهن آنها وجود داشته باشد که با اتکای به امکانات وسیع و منابع اطلاعاتی متنوعی چون شبکه اینترنت، بیان نیازهای اطلاعاتی کاری عبث است و هر آن می‌توان به آنچه مورد نیاز است، دست یافت. تعداد افرادی که این‌گونه می‌اندیشند به نحو چشمگیری رو به افزایش است.

تمایل به دریافت اطلاعات

اگر چه تسامحاً از عبارت «تمایل به دریافت اطلاعات» و «نیاز اطلاعاتی» مفهوم واحدی به ذهن متبادر می‌شود، اما در یک نگاه موشکافانه و دقیق متوجه خواهیم شد که «تمایل به دریافت اطلاعات» همان «نیاز اطلاعاتی» نیست. ممکن است «تمایل به دریافت اطلاعات» از سوی کاربر مطرح شود در حالی که نیاز واقعی او نیست، بلکه صرفاً مبین علاقه‌مندی و تشخیص او است؛ یا کاربری درخواست اطلاعات ننماید، اما

نیاز او به اطلاعات بدیهی و روشن باشد. «تمایل به دریافت اطلاعات» ممکن است به عنوان یک «تقاضا» به مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌ها عرضه شود (۱۷ ص ۸۷). گاهی افراد انگیزه تعقیب اطلاعات را ندارند و در این امر احتمالاً دلایلی مانند کمبود وقت، فقدان بودجه، بی‌اطلاعی از منابع و در مجموع، یک رشته عوامل شخصیتی و مادی دخیل هستند. اما به هر حال برخی از موارد «تمایل به دریافت اطلاعات» را که مثلاً با موفقیت‌های شغلی و بهبود وضعیت آن مرتبط‌اند، نمی‌توان در حد یک «تمایل» صرف، که بیانگر کمبود اطلاعات است، مطرح کرد، بلکه باید «نیاز اطلاعاتی واقعی» تلقی نمود و الزام‌های آن را هم پذیرفت. با استفاده از فنون گردآوری اطلاعات در نیازسنجی، به خوبی می‌توان مرز بین «تمایل به دریافت اطلاعات» با «نیازهای اطلاعاتی» را روشن کرد.

تقاضای اطلاعات

تقاضای اطلاعات، درخواست فرد برای دریافت یک فقره اطلاعات خاص می‌باشد که به اعتقاد وی مورد نیاز او است (۲۱، ص ۹). در همین حال نیز ممکن است اطلاعات مورد تقاضا، منطبق با نیاز واقعی نباشد، یا متقاضی هیچگاه اطلاعات دریافتی را مورد استفاده قرار ندهد (۱۸، ص ۱۲۶). چه بسا با اعتماد به گفته‌های دیگران، اطلاعات خاصی را تقاضا کند و پس از دریافت، به دلایل مختلف، موجبات دلسردی او فراهم آید. تقاضای اطلاعات تا حدود زیادی به انتظارات افراد از منابع اطلاعات بستگی دارد. در سیستم خدمات اطلاعاتی در کتابخانه‌های سنتی، از افقی محدود به اطلاعات می‌نگریستند و نمی‌توانستند در چارچوب زمانی محدود، به انتظارات افراد پاسخ گویند. بنابراین سطح توقع کاربران، به دلیل خدمات ضعیف کتابخانه‌ها، پایین می‌آمد و تقاضای اطلاعات نیز در حد مقدمات کتابخانه‌ها مطرح می‌شد. در حال حاضر نیز بسیاری از کاربران از خدمات اطلاعاتی که می‌توانند از آن استفاده کنند بی‌اطلاع‌اند. در این برهه از زمان، رایانه سطح توقعات را بالا برده و کاربران چنین می‌انگارند که این «جعبه‌ها»

می‌توانند هر چیزی را در دسترس بگذارند!

حتی با این فرض که کاربران از کلیه تسهیلاتی که کتابخانه‌ها و سیستمهای اطلاع‌رسانی در اختیار آنها می‌گذارند آگاه باشند، باز هم نوعی احتراز در کاربران وجود دارد. زیرا در تعامل با مجموعه‌های اطلاعاتی به این واقعیت پی می‌برند که درباره آنچه در اختیارشان گذارده می‌شود، دانش و آگاهی کافی ندارند. «نیاز اطلاعاتی» را باید مهم‌تر از «تقاضای اطلاعات» شمرد، چرا که اطلاعات مورد نیاز افراد، بیش از آن مقداری است که تقاضا می‌شود، ولی از نظر پنهان می‌ماند.

کاربرد اطلاعات

مهمترین ویژگی قابل مشاهده درباره اطلاعات، کاربرد آن است. اگر چه متخصصین اطلاع‌رسانی در این زمینه مطالعات زیادی انجام داده‌اند، اما نتایج این مطالعات هنوز برای اشراف کامل بر این حوزه کفایت نمی‌کند. ابتدا باید به این نکته توجه کرد که استفاده از اطلاعات ممکن است بنابر قصد و هدف قبلی، یا بدون قصد قبلی باشد. بسیاری از کاربران ممکن است به «مرور اطلاعات» بپردازند، اما این مرور ناشی از بی‌تصمیمی یا بی‌هدفی باشد. آنچه نشان دهنده «نیاز اطلاعاتی واقعی» کاربران است، استفاده آگاهانه و با قصد قبلی است. اگر تفاوت‌های این دو نوع کاربرد اطلاعات شناخته شود و این موضوع در کانون توجه متخصصان اطلاع‌رسانی قرار گیرد، آنگاه می‌توان گفت که مطالعه کاربرد اطلاعات، پس از ایجاد و استقرار سیستم اطلاع‌رسانی، یکی از مهمترین ابزار پیوستگی و ارتباط موفق و مداوم کاربران با سیستم اطلاع‌رسانی است. روشهای شناخته شده‌ای نیز برای این‌گونه مطالعات وجود دارد که در جای مناسب به آنها اشاره خواهد شد.

بر مبنای یک نظریه (۱۳، ص ۱۳۸) کاربرد اطلاعات دارای چهار رویکرد است:

۱. رویکرد جاری: روز آمد کردن اطلاعات به موازات پیشرفتهای علمی در حوزه

تخصصی مورد نظر؛

۲. رویکرد روزمره: کسب اطلاعات خاص در زمینه امور در دست انجام که در

اصطلاح کتابداری از طریق سؤال مرجع پاسخ داده می‌شود؛

۳. رویکرد جامع: دستیابی به اطلاعات و تعمیق آن در کلیه زمینه‌ها؛

۴. رویکرد بازآموزی: آموزش مجدد و آشنا شدن با موضوعات جدید.

به گفته «کرافورد» (۹، ص ۴۲) کاربرد نیازهای اطلاعاتی به موارد زیر بستگی دارد:

○ فعالیت‌های مربوط به کار و حرفه؛

○ دسترسی به امکانات و تسهیلات؛

○ جایگاه افراد از نظر سلسله مراتب؛

○ عوامل محرک و انگیزاننده نیاز اطلاعاتی؛

○ نیاز به تصمیم‌گیری؛

○ نظام، حوزه و زمینه مورد علاقه؛

○ نیاز به دستیابی به دیدگاه‌های جدید؛

○ نیاز به اعتبار بخشیدن به امور؛

○ نیاز به مشارکت فعالانه و حرفه‌ای؛

○ نیاز به ایجاد و استقرار اولویت‌بندی برای نوآوری و ابداعات.

علاوه بر این عوامل دیگری هستند که می‌توانند کاربرد نیازهای اطلاعاتی را تحت

تأثیر قرار دهند، مانند:

○ سطح منابع اطلاعاتی که در دسترس است؛

○ موارد استفاده از اطلاعات؛

○ زمینه، انگیزش و جهت‌گیری حرفه‌ای و شخصیتی کاربران؛

○ سیستم‌های حقوقی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی پیرامون کاربر؛

○ نتایج کاربرد اطلاعات.

افراد و سازمانها، اطلاعات را برای مقاصد ویژه‌ای به کار می‌برند که گاه بسیار

متفاوت از یکدیگرند. اطلاعات را یک روزنامه‌نگار در یک گزارش جنجالی مورد

استفاده قرار می‌دهد، یک جامعه‌شناس برای تبیین شرایط وقوع جرم، و یک مددکار اجتماعی برای برنامه‌ریزی کمک به مددجویان. مهم آن است که کاربران - اعم از افراد یا سازمانها - به خوبی دریابند که چه نوع اطلاعاتی با حوزه مورد نظرشان ارتباط دقیق دارد. از سوی دیگر در ارائه خدمات اطلاعاتی به کاربران نیز کشف این نکته که کاربران با چه هدف یا اهدافی به دنبال دسترسی به اطلاعات هستند، برای اطلاع‌رسانان بسیار مهم است.

چارچوب نیازسنجی اطلاعات

با تعیین چارچوب نیازهای اطلاعاتی، داده‌های حاصل از نیازسنجی نه تنها در طراحی سیستمهای اطلاع‌رسانی بلکه در مرحله بهره‌برداری از آن نیز می‌تواند نقش مهمی ایفا کند؛ مهم این است که داده‌های گردآوری شده از روایی برخوردار باشد (۲۱)، ص ۱۲). تعیین چهارچوب تحلیلی نیازسنجی اطلاعات می‌تواند در این موارد مفید واقع شود:

- در کنترل و ارزیابی اثر بخشی و متناسب بودن سیستم اطلاعاتی موجود از دیدگاه کاربران؛
- در نشان دادن خلأهای اطلاعاتی و آمادگی همیشگی برای اطلاع از تغییراتی که در نیازهای اطلاعاتی کاربران پدید می‌آید؛
- در طراحی سیستم پشتیبانی اطلاعاتی پایدار برای کاربران، مانند:
 - سیستم آگاهی رسانی جاری^(۱)،
 - خدمات اشاعه‌گزینی اطلاعات^(۲)؛
- در ارائه تولیدات اطلاعاتی جدید و ارزیابی رضایت‌بخش بودن آنها؛
- در ایجاد ارتباط نزدیک‌ترین کاربران و متخصصین اطلاع‌رسانی.

هدفهای نیازسنجی اطلاعات

هدفهای پروژه نیازسنجی اطلاعات می تواند شامل چنین مواردی باشد:

- آگاهی از نیازهای اطلاعاتی عموم شهروندان در یک منطقه یا حوزه خاص؛
- تعیین منابع اطلاعاتی مورد استفاده کاربران؛
- آزمودن میزان رضایت و سطح تأمین نیازهای اطلاعاتی با توجه به منابع موجود و در دسترس؛
- تعیین موانع مؤثر در رفتار اطلاع یابی؛
- کندوکاو درباره کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی که مورد استفاده واقع شده یا نشده اند؛
- تعیین نقش کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی در فرایند رفتار اطلاع یابی مردم (۶، ص ۷۷)؛
- نمایاندن وضعیت جریان اطلاعات در جامعه استفاده کننده؛
- ارزیابی نقش متخصصان اطلاع رسانی در تأمین دسترسی به اطلاعات، مطابق با نیازهای مردم؛
- نقد و ارزیابی سیستمهای اطلاع رسانی.

ویژگیهای نیاز اطلاعاتی

قبل از مطالعه درباره نیازهای اطلاعاتی، باید ویژگیهای آن را تبیین کرد و پس از آن به ابزار مطالعه نیازهای اطلاعاتی پرداخت، زیرا برخی از نیازهای اطلاعاتی با توجه به ویژگیهای خاصی که دارند، ممکن است نیازمند خدمات کاملاً متفاوتی باشند. ویژگیهای نیاز اطلاعاتی را می توان از جهات زیر بررسی و تحلیل نمود:

● موضوع

موضوع شاید بدیهی ترین ویژگی نیاز اطلاعاتی باشد. تقریباً کلیه کتابخانه ها مجموعه

خود را با ترتیب موضوعی نظم می‌بخشند. با این حال، ممکن است از برخی جهات، موضوع به مجموعه‌ها تحمیل شده باشد و مدارکی باشند که نه از لحاظ موضوع، بلکه بنا بر ویژگیهای دیگری بتوان آنها را طبقه‌بندی کرد یا نظم بخشید. نکته غیرقابل تردیدی که شاید بتوان آن را محور و نقطه مرکزی در بیان نیازهای اطلاعاتی دانست، این است که متخصصین اطلاع‌رسانی انتظار دارند نیازهای اطلاعاتی صرفاً در قالب مفاهیم موضوعی تشریح شوند. در حال حاضر بیان نیازهای اطلاعاتی به صورت کلیدواژه امری معمول است و کتابداران و متخصصین اطلاع‌رسانی، جستجوی مدارک و اطلاعات را از این طریق به نحو مطلوبی انجام می‌دهند. دسترسی به اطلاعات در سطح جهان نیز براساس موضوع انجام می‌شود. حتی اگر «نقطه دسترسی»^(۱) دیگری به جز موضوع، مورد جستجو قرار گیرد، این امر به خودی خود واسطه‌ای برای دستیابی به موضوع خواهد بود.

در طراحی سیستم اطلاع‌رسانی نیز اگر اهمیت و وزن «موضوع» در آن ملاحظه نشده باشد، قطعاً دست‌اندرکاران آن سیستم با مشکل روبرو خواهند شد. برخی جنبه‌های موضوع، نیازمند توضیحاتی است که بدانها اشاره می‌شود:

○ تعباد موضوعات مورد علاقه کاربر

در ارائه خدمات آگاهی‌رسانی جاری، تعداد موضوعات مورد علاقه کاربر اهمیت خاصی پیدا می‌کند. در اینجا باید مشخص شود چه تعداد موضوعاتی مورد نظر کاربر است. افرادی هستند که تنها یک موضوع مورد علاقه‌شان است و افرادی نیز - به دلیل وظایف، حرفه، علایق شخصی و ... - با موضوعات متعدد سروکار دارند. مثلاً یک مدرس دانشگاه ممکن است در موقعیت آموزش رسمی، مشاوره، تحقیق، مدیریت و سایر مسئولیتهای حرفه‌ای با موضوعات گوناگونی درگیر باشد. روند اوضاع جهان در حال حاضر نشان از آن دارد که انتظار افراد برای دسترسی به اطلاعات کثیرالموضوع، رو

به افزایش است (۲۱، ص ۱۴).

مطالعه موضوعاتی که افراد بنا بر مسئولیتهای گوناگون و در حال تغییر خود، ممکن است با آنها سروکار پیدا کنند، گاه در بنای سیستم اطلاع رسانی، اثر بخشی، کارآیی، پویایی و تداوم حیات آن نقش تعیین کننده دارد. بر این اساس مرور موضوعات مورد علاقه و نیاز کاربران و روز آمد کردن آن، اهمیت بسزایی در تعیین نیازهای کاربران پیدا می کند.

○ تشخیص و عمق علاقه کاربر به موضوع

باید میزان علاقه کاربر به موضوع و اهمیت آن روشن شود. اگر کاربری به بهره برداری از دیسک نوری علاقه مند بود، آیا همه جزئیات مربوط به موضوعات گوناگون، با ظرایف فنی آن، باید در اختیار او قرار گیرد؟ آیا او مایل است اطلاعاتی را در این زمینه به دست آورد تا بتواند عناوین مختلف دیسکهای نوری تولید کنندگان مختلف را مقایسه کند؟ آیا به کلیاتی در حد اطلاعات عمومی در باره دیسکهای نوری نیاز دارد؟ آیا نیاز اطلاعاتی کاربر در سطح حرفه ای و کاملاً تخصصی مطرح است؟ اینها مسائلی است که متخصص اطلاع رسانی باید برایشان پاسخ مناسبی بیابد.

○ موانع تعیین موضوع اطلاعات مورد نیاز کاربران

در تعیین نیاز اطلاعاتی کاربران چند مانع وجود دارد:

الف: کلی گویی یا ساده کردن موضوع اطلاعات مورد نیاز توسط کاربر: کاربر به دنبال ایجاد رابطه از طریق موضوع اطلاعات مورد نیاز خود است و این کار را با «کلی کردن» موضوع انجام می دهد. این کار کاربران چند دلیل دارد: نخست آن که می توانند به آرامی وارد گفتگو برای تأمین نیاز خود شوند و احتمال رد تقاضا و درخواست خود را پایین بیاورند. دیگر آن که، از آن بیم دارند که پرسش و درخواست آنها از سوی مخاطب یا متخصص اطلاع رسانی، کاملاً مفهوم نباشد، از این رو به ساده کردن و طرح کلی نیاز اطلاعاتی خود

می‌پردازند و انتظار دارند که به تدریج به خواسته واقعی‌شان برسند. اطلاع‌رسانان به کرات با سؤالهای کلی و توأم با ناامیدی یا تردید کاربران مواجه می‌شوند. کاربر هنگام مراجعه به بخش خدمات اطلاع‌رسانی یا کتابخانه، کتابی درباره غلات درخواست کتابی می‌کند. پس از پرس و جوی بیشتر و طرح سؤالهای دقیق‌تر و پاسخهای کاربر، مشخص می‌شود که وی در باره «آفات ذرت» نیاز به اطلاعات دارد.

ب. ابهام در توصیف موضوع: این مشکل تا حدودی شبیه «کلی‌گویی» نیاز اطلاعاتی است و تمایز بین این دو تا حدودی دشوار است. ابهام مورد نظر در این مقوله، این است که کاربر از بیان خواسته خود و ذکر جزئیات دقیقی که نیاز او را کاملاً مفهوم سازد، عاجز است. اما در هنگام برخورد با اطلاعات مورد نظر، مصادیق آن را کاملاً می‌شناسد. آشفتگی، سردرگمی و تردیدهای کاربر در بیان موضوع نیاز اطلاعاتی خود، از دلایل اصلی بروز ابهام در توصیف موضوع است. این ابهام و سردرگمی در مضمون و موضوع، دلالت بر ناتوانی انسان در انتقال حالت روانی خود بطور دقیق دارد. همه افراد از عهده فرموله کردن پرسشهای خود بر نمی‌آیند و زبان طبیعی نیز در این زمینه کارایی لازم را ندارد. تجربه نشان می‌دهد که اگر چه کاربر می‌تواند بخشی از نیازهای اطلاعاتی خود را مرزبندی و تحدید کند، اما برای بیان آن به «ویژگیها»ی آن متوسل می‌شود و نه طرح نیاز اطلاعاتی، آن چنان که در ذهن او است (۱۰، ص ۸۷).

پ. استفاده از بیان متعارف در اظهار نیازهای اطلاعاتی: لازمه از میان برداشتن این مانع، برگرداندن کلیدواژه‌های ارائه شده توسط کاربر به زبان سیستم اطلاع‌رسانی، برای بازیابی اطلاعات است. در ترجمه مفاهیم مورد نظر کاربر به زبان سیستم اطلاع‌رسانی، باید بیش از آنچه که در ابتدای امر تصور می‌شود، تأمل و دقت کرد. مشکل از آنجا ناشی می‌شود که کاربر، نیاز اطلاعاتی خود را در قالب واژه‌ها به اطلاع‌رسان عرضه می‌کند، و اطلاع‌رسان باید از چنان تسلطی برخوردار باشد که هر نوع درخواستی را در هر زمینه و حوزه علمی، به زبان سیستم برگرداند - و این کار بسیار مشکل است. در حوزه علوم اجتماعی به دلیل گسترده‌گی مفاهیم و چند مفهومی بودن واژه‌ها، تدقیق واژه‌ها و ترجمه

به افزایش است (۲۱، ص ۱۴).

مطالعه موضوعاتی که افراد بنا بر مسئولیتهای گوناگون و در حال تغییر خود، ممکن است با آنها سروکار پیدا کنند، گاه در بنای سیستم اطلاع رسانی، اثر بخشی، کارآیی، پویایی و تداوم حیات آن نقش تعیین کننده دارد. بر این اساس مرور موضوعات مورد علاقه و نیاز کاربران و روز آمد کردن آن، اهمیت بسزایی در تعیین نیازهای کاربران پیدا می کند.

○ تشخیص و عمق علاقه کاربر به موضوع

باید میزان علاقه کاربر به موضوع و اهمیت آن روشن شود. اگر کاربری به بهره برداری از دیسک نوری علاقه مند بود، آیا همه جزئیات مربوط به موضوعات گوناگون، با ظرایف فنی آن، باید در اختیار او قرار گیرد؟ آیا او مایل است اطلاعاتی را در این زمینه به دست آورد تا بتواند عناوین مختلف دیسکهای نوری تولید کنندگان مختلف را مقایسه کند؟ آیا به کلیاتی در حد اطلاعات عمومی در باره دیسکهای نوری نیاز دارد؟ آیا نیاز اطلاعاتی کاربر در سطح حرفه ای و کاملاً تخصصی مطرح است؟ اینها مسائلی است که متخصص اطلاع رسانی باید برایشان پاسخ مناسبی بیابد.

○ موانع تعیین موضوع اطلاعات مورد نیاز کاربران

در تعیین نیاز اطلاعاتی کاربران چند مانع وجود دارد:

الف. کلی گویی یا ساده کردن موضوع اطلاعات مورد نیاز توسط کاربر: کاربر به دنبال ایجاد رابطه از طریق موضوع اطلاعات مورد نیاز خود است و این کار را با «کلی کردن» موضوع انجام می دهد. این کار کاربران چند دلیل دارد: نخست آن که می توانند به آرامی وارد گفتگو برای تأمین نیاز خود شوند و احتمال رد تقاضا و درخواست خود را پایین بیاورند. دیگر آن که، از آن بیم دارند که پرسش و درخواست آنها از سوی مخاطب یا متخصص اطلاع رسانی، کاملاً مفهوم نباشد، از این رو به ساده کردن و طرح کلی نیاز اطلاعاتی خود

می‌پردازند و انتظار دارند که به تدریج به خواسته واقعی‌شان برسند. اطلاع‌رسانان به کرات با سؤالهای کلی و توأم با ناامیدی یا تردید کاربران مواجه می‌شوند. کاربر هنگام مراجعه به بخش خدمات اطلاع‌رسانی یا کتابخانه، کتابی دربارهٔ غلات درخواست کتابی می‌کند. پس از پرس و جوی بیشتر و طرح سؤالهای دقیق‌تر و پاسخهای کاربر، مشخص می‌شود که وی در بارهٔ «آفات ذرت» نیاز به اطلاعات دارد.

ب. ابهام در توصیف موضوع: این مشکل تا حدودی شبیه «کلی‌گویی» نیاز اطلاعاتی است و تمایز بین این دو تا حدودی دشوار است. ابهام مورد نظر در این مقوله، این است که کاربر از بیان خواستهٔ خود و ذکر جزئیات دقیقی که نیاز او را کاملاً مفهوم سازد، عاجز است. اما در هنگام برخورد با اطلاعات مورد نظر، مصادیق آن را کاملاً می‌شناسد. آشفتگی، سردرگمی و تردیدهای کاربر در بیان موضوع نیاز اطلاعاتی خود، از دلایل اصلی بروز ابهام در توصیف موضوع است. این ابهام و سردرگمی در مضمون و موضوع، دلالت بر ناتوانی انسان در انتقال حالت روانی خود بطور دقیق دارد. همهٔ افراد از عهدهٔ فرموله کردن پرسشهای خود برنمی‌آیند و زبان طبیعی نیز در این زمینه کارآیی لازم را ندارد. تجربه نشان می‌دهد که اگر چه کاربر می‌تواند بخشی از نیازهای اطلاعاتی خود را مرزبندی و تحدید کند، اما برای بیان آن به «ویژگیهای» آن متوسل می‌شود و نه طرح نیاز اطلاعاتی، آن چنان که در ذهن او است (۱۰، ص ۸۷).

پ. استفاده از بیان متعارف در اظهار نیازهای اطلاعاتی: لازمهٔ از میان برداشتن این مانع، برگرداندن کلیدواژه‌های ارائه شده توسط کاربر به زبان سیستم اطلاع‌رسانی، برای بازیابی اطلاعات است. در ترجمهٔ مفاهیم مورد نظر کاربر به زبان سیستم اطلاع‌رسانی، باید بیش از آنچه که در ابتدای امر تصور می‌شود، تأمل و دقت کرد. مشکل از آنجا ناشی می‌شود که کاربر، نیاز اطلاعاتی خود را در قالب واژه‌ها به اطلاع‌رسان عرضه می‌کند، و اطلاع‌رسان باید از چنان تسلطی برخوردار باشد که هر نوع درخواستی را در هر زمینه و حوزهٔ علمی، به زبان سیستم برگرداند - و این کار بسیار مشکل است. در حوزهٔ علوم اجتماعی به دلیل گستردگی مفاهیم و چند مفهومی بودن واژه‌ها، تدقیق واژه‌ها و ترجمه

- چند عنوان نشریه ادواری در سال ۱۳۷۶ در ایران منتشر شده؟
- شاخص رشد قیمت‌ها در ۶ ماهه اول سال جاری نسبت به سال گذشته، چند درصد بوده؟
- اما در نیاز اطلاعاتی مسئله‌مدار، چنین سؤالهایی مطرح می‌شود:
- چگونه می‌توان از روشهای کمی در ارزیابی مجموعه‌ها استفاده کرد؟
- آیا ترجمه خودکار (ماشینی) متون بیگانه به زبان فارسی امکان‌پذیر است؟
- چگونه می‌توان نیازهای اطلاعاتی را رفع نمود؟

● جدول ۱-۲. مقایسه نیازهای اطلاعاتی خاص و مسئله‌مدار (ص ۸۸-۸۷)

نیاز اطلاعاتی مسئله‌مدار	نیاز اطلاعاتی خاص
حدود از نظر موضوع و مضمون تعریف نشده است.	حدود از نظر موضوع، کاملاً روشن و واضح تعریف شده است.
درخواست اظهار شده اطلاعات، همیشه با نیاز اطلاعاتی واقعی مطابقت ندارد.	درخواست اطلاعات در قالب واژه‌های دقیق و روشن، بیان شده است.
حتی با ارائه هر مدرک و اطلاع متناسبی که در سیستم موجود باشد، بطور کامل مرتفع نمی‌شود.	برای رفع آن، تنها یک مدرک کفایت می‌کند.
ممکن است هنگام دریافت اطلاعات یا مدارک، محدوده و مضمون آن دستخوش تغییر گردیده و حتی گسترش یافته و برای مدت طولانی باقی بماند.	به محض یافتن مدرک مورد نظر و ارائه اطلاعات متناسب، نیاز از بین می‌رود.

○ کارکرد آگاهی‌رسانی جاری

نیاز به روز آمد نگه داشتن اطلاعات، و در جریان پیشرفتهای رشته و موضوع مورد علاقه خود بودن، یک مسئله همگانی است و تقریباً همه افراد به درجات مختلف با آن درگیر هستند (۴، ص ۱۰۷). اما برای برخی، موضوع آگاهی‌رسانی جاری بسیار حیاتی و حساس است. در آگاهی‌رسانی جاری با توجه به نوع وظیفه و حیطه تخصصی افراد و

سازمانها، اطلاعات ارائه می‌شود. یک روزنامه‌نگار به آگاهی مستمر از وقایع و حوادث روزمره نیاز دارد، ولی در محیط‌های علمی و دانشگاهی، مسائل و اطلاعات پژوهشی در کانون توجه قرار می‌گیرند. اما در عین حال، همه در یک نقطه مشترک هستند و آن، ضرورت «روز آمد» بودن اطلاعات است.

از این رو در عمل، آگاهی رسانی جاری بخشی از نظام اطلاع‌رسانی است که از طریق آن، متقاضیان سریعاً از متون جاری در گستره موضوع مورد علاقه‌شان آگاه می‌شوند (۲)، (ص ۱۴۶). زمان، در آگاهی رسانی جاری عامل مهمی است. صورت پالایش یافته اندیشه آگاهی رسانی جاری، «اشاعه اطلاعات گزیده» است که برای ارائه خدمات مستقیم به فرد طرح ریزی شده است. نمودارهای علایق شخصی را می‌توان با انتخاب اصطلاحهای مربوط به موضوع از یک اصطلاحنامه، یا انتخاب آنها از فرمی که آزادانه نوشته شده و سپس به واژگان مورد استفاده در نظام بازیابی اطلاعات تبدیل گردیده، طبقه‌بندی کرد. در توجیه ضرورت فعالیتهای آگاهی رسانی جاری، فرض منطقی این است که به دلیل حجم بسیار انتشارات، دانشمندان یا مدیران قادر نیستند مطالب را بطور منظم دنبال کنند، یا انتشارات متعددی را که از نظر آنها دارای اهمیت است، مرتباً و پیوسته بررسی نمایند (۱)، (ص ۳۲۴-۳۲۳). آگاهی رسانی جاری فرآیندی است که ضرورتاً از نیاز به واقعیت و اصل اطلاعات، پیچیده‌تر است؛ چرا که سرعت، پشتیبانی مداوم برای عرضه اطلاعات، و حفظ ارتباط با کاربران در این فرایند دارای اهمیت است.

○ کارکرد پژوهشی

نیاز به پژوهش، نزد اکثر مردم جایگاه ویژه‌ای ندارد و از نظر زمانی، پژوهش مدت اندکی از وقت آنها را در طول زندگیشان اشغال می‌کند. اما با ایجاد تغییر در نوع فعالیتها، نیاز به مهارت‌های چندگانه، جابه‌جایی نیروی کار، و رشد سریع تعداد دانشجویانی که مشغول گذراندن پایان‌نامه و اجرای پروژه هستند، اقبال به امور پژوهشی افزایش می‌یابد و اطلاعات به عنوان محور پژوهش، کارکردهای خاص خود را می‌یابد. بازیابی رایانه‌ای اطلاعات، دسترسی سریع به اطلاعات و امکان ارزیابی مقدماتی اطلاعات را فراهم

می‌سازد و این برای پژوهشگران کمک بزرگی است. اگر چه باید افزود که دسترسی پژوهشگران به این اطلاعات به لحاظ هزینه، همیشه مقرون به صرفه نیست. همچنین حجم انبوه اطلاعات ارائه شده از طریق سیستم رایانه‌ای، خود موجب نوعی «آلودگی اطلاعاتی» است.

نیازهای اطلاعاتی امور پژوهشی را نباید با یک سؤال مشخص و نیاز اطلاعاتی ویژه و موردی اشتباه کرد، چون اطلاعاتی که برای این دو مقوله ارائه می‌شود بسیار متفاوت از یکدیگرند. در مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های دانشگاهی، دانشجویان در طول تحصیل با موضوعاتی سروکار پیدا می‌کنند و برای دریافت اطلاعات، آنها را به سیستم اطلاع‌رسانی مربوطه عرضه می‌نمایند که به زعم آنها می‌تواند منشأ آثار اجتماعی و عمومی باشد.

○ کارکرد ایجازی / زمینه‌یافتی

همه افرادی که به اطلاعات نیاز دارند ضرورتاً درگیر تحقیق ژرف در یک حوزه خاص نیستند، بلکه بسیاری از آنها تنها به دریافت خلاصه و عناوین اکتفا می‌کنند و کاری با جزئیات ندارند. دلیل رو آوردن به ایجاز و زمینه‌یابی، گستردگی موضوع و زمان اندک کاربر است. روزنامه‌نگاران در مرور اخبار در محدوده زمانی بسیار کوتاه، از چنین مکانیسمی بهره می‌برند و سیاستمداران نیز در مدت زمانی اندک اطلاعات را مرور می‌کنند. جز این دو مورد، مثالهای متعدد دیگری را می‌توان در این زمینه ذکر کرد. اطلاع‌رسانان حرفه‌ای در چنین میدانی به خوبی می‌توانند ثمره مهارت‌های حرفه‌ای خود را ببینند.

○ کارکرد انگیزشی

در مواردی که ذکر شد، کاربران بطور کلی و اعم می‌دانند که به دنبال چه اطلاعاتی هستند؛ هر چند سطح، ویژگی و قطعیت اطلاعات مورد نظر آنها گوناگون و متغیر است.

اما در مقوله انگیزشی کاربران نمی‌دانند به دنبال چه چیزی هستند. در واقع کاربران، منابع و سیستم اطلاعاتی را برای سامان بخشیدن به اندیشه خود و رسیدن به یک دیدگاه، مورد استفاده قرار می‌دهند. آنها با دیدن آنچه که نمی‌خواهند، نسبت به آنچه می‌خواهند آگاه می‌شوند. از آنجا که جستجویی با این ویژگی لزوماً ساخت نیافته و تمرکز نیافته خواهد بود، واسطه‌هایی که نتیجه جستجو را مشاهده می‌کنند، بدین اعتقاد می‌رسند که جستجو ضعیف است. البته ضرورتاً همیشه چنین نیست و شواهدی هست حاکی از این که پایگاههای اطلاعاتی متن کامل^(۱) با نمایه‌سازی به زبان طبیعی غیر متعارف، و فراهم نمودن پیوندهای غیرعادی و غیرقابل پیش‌بینی در مدارک، در ایجاد و افزایش انگیزه مؤثرند.

یکی از دلایل اساسی که باعث می‌شود کاربران جستجو را خودشان انجام دهند - یا تمایل بدین کار داشته باشند - این است که گمان می‌کنند اطلاع‌رسانان حرفه‌ای قادر به تشخیص آنچه برای آنها ارزش دارد، نیستند. این عده اگر در باره وظایفی که اطلاع‌رسانان به عهده دارند اطلاعات بیشتری کسب کنند، دیدگاه مثبت‌تری خواهند داشت (۲۱، ص ۱۹-۱۸).

● ماهیت

برای این خصوصیت نیاز اطلاعاتی اصطلاح مناسبی وجود ندارد. مقصود نهایی این است که در محدوده حوزه مربوطه، هر چه مربوط و مناسب است، با ارائه فهرستی از انواع اطلاعات، دریافت گردد. این موضوع به کیفیت اطلاعات، خواه مفهومی، نظری، تاریخی، توصیفی، آماری، یا اطلاعات روش‌شناسی مورد نیاز، اشاره دارد. در زمینه هر موضوعی، اطلاعات مکتوب به اشکالی که ذکر شد یافت می‌شود. نکته شایان توجه این است که در عمل معلوم خواهد شد که استفاده از برخی از انواع اطلاعات مذکور، برای بعضی از کاربران چندان مطلوب نیست.

ماهیت، همانند سطح علمی، وابسته و گره خورده با جامعه خواننده و با کسانی است که اطلاعات برای آنها فراهم شده. به همین دلیل، مثلاً مددکاران اجتماعی تقاضای اطلاعاتی که از دیدگاه تاریخی - نظری تهیه شده، ندارند؛ هر چند که ممکن است در جایگاه مدرس دانشگاه به چنین موضوعاتی هم بپردازند. در مجموع، اطلاعات نظری سیر بسیار محدودی دارد. در برابر، اطلاعات آماری و توصیفی در بسیاری از حوزه‌ها کاربرد دارند و برخی استفاده‌کنندگان، از همه اشکال اطلاعات، جز اطلاعات توصیفی و آماری تنفر دارند. نیاز به اطلاعات روش‌شناختی، مرزبندی بین گروه‌های مختلف استفاده‌کنندگان اطلاعات را به هم می‌ریزد، چون هیچیک از کاربران بی‌نیاز از این نوع اطلاعات نیستند؛ معمولاً چنین اطلاعات خاصی، مورد غفلت طراحان سیستم‌های اطلاع‌رسانی قرار می‌گیرد (۲۱، ص ۱۷).

ماهیت نیاز اطلاعاتی ممکن است با توجه به حوزه کاربرد آن، هدفها و کیفیت استفاده از اطلاعات، متفاوت باشد و گاه کاربران به شکلهای گوناگونی از اطلاعات آماری، توصیفی، نظری و تاریخی نیاز پیدا کنند. در هر حال، سیستم اطلاع‌رسانی با مطالعه قشریندی کاربران و طبقه‌بندی نوع اطلاعات مورد استفاده آنها، می‌تواند با ارائه خدمات اطلاع‌رسانی مناسب، رضایت آنان را جلب کند. مجدداً یادآوری می‌شود که نباید از این نکته غافل بود که ماهیت نیازهای اطلاعاتی کاربران، پدیده‌ای متغیر است و با توجه به شرایط، دگرگون می‌شود.

● سطح فکری

این ویژگی به گستره دانش، و برخی مواقع به میزان هوشمندی کاربران در درک اطلاعات، و به قابل فهم بودن اطلاعات برای کاربر، یا جهات دیگر بستگی دارد. اطلاعات نه تنها از نظر حجم دانش مفروض در آن، بلکه از لحاظ تلخیص یا فشرده‌گی نیز پیچیده است. سبکها و مهارتهای نوشتاری نیز در اطلاعات عرضه شده باید مورد توجه قرار گیرند، درست مثل یک «روزنامه» که در کل، از نظر ارائه دیدگاه مشخص به

خواننده، بسیار پیچیده عمل می‌کند، اما این مقالات پردازش شده و مناسب مندرج در «روزنامه» هستند که آن را قابل فهم می‌کنند. پاسخ دادن به این سؤال که چه مدرکی برای چه سطحی از کاربران و با چه توانایی فکری مناسب است، کار ساده‌ای نیست. چون حتی در مواردی کاربران دارای سطح فکری بالا، در زمینه مورد نظر، نیاز به دانش ابتدایی و پایه دارند. شاید این که می‌گویند اطلاعات مناسب برای یک کاربر مبتدی، به کار یک کاربر پیشرفته و فرهیخته نمی‌آید تا حد زیادی حقیقت داشته باشد، اما مطلق نیست.

با چنین وضعی، خطر ساده انگاشتن و سهل انگاری در ارائه اطلاعات وجود دارد. بین کاربر پیشرفته و مبتدی، و نیز بین اطلاعات پیشرفته و ابتدایی، طیف وسیع و مقادیر متفاوتی پراکنده‌اند که نیازمند تعریف، تدقیق، و ایجاد یک مرزبندی مناسب‌اند. برخی از سیستم‌های اطلاع‌رسانی برای فراهم آوردن امکان دسترسی کاربران به مطالب نوشتاری، مدارک را مطابق سطح فکری کاربران، نمایه می‌کنند. «اریک» کدهایی به مدارک خود اختصاص می‌دهد که برای هر کاربر، اعم از مبتدی یا پیشرفته قابل فهم و درک است. روزنامه‌نگاران نقش مهمی در فراهم نمودن مضامین گزارشهای علمی و تحقیقاتی در یک عرصه وسیع - مانند صفحات پزشکی روزنامه‌ها که برای مخاطبان عام تهیه می‌شوند - دارند. این‌گونه مطالب را می‌توان بدون توجه به سطح فکری افراد خاص، تهیه و نگارش کرد و نیازگروه‌های وسیع‌تری از جامعه استفاده‌کننده از اطلاعات را برآورده ساخت.

● دیدگاه

برخی مواقع ممکن است اطلاعات از دیدگاه، زاویه و نگرش خاصی نگارش و منتشر شده باشد. کاربران اطلاعات ممکن است به اطلاعاتی نیاز داشته باشند که از زاویه دید آنها مورد پذیرش باشد. مصداق چنین موردی، خوانندگان روزنامه‌ها و مجلات‌اند. هر خواننده روزنامه یا مجله‌ای را می‌خرد که در مسائل سیاسی، هم رأی و

نظر خودش باشد. اطلاعات مربوط به یک عنوان و موضوع واحد، که مطابق با دیدگاهها و سلیقه‌های مختلف نگارش یافته باشد، از نظر برخی کاربران قابل پذیرش نیست. در نشر اطلاعات، نگرشهای گوناگونی دخیل هستند که می‌توان آنها را در مقوله‌هایی چون مکاتب فکری، جهت‌گیری سیاسی، نگرش مثبت یا منفی، و جهت‌گیری موضوعی و مربوط به رشته علمی خاص، دسته‌بندی کرد:

○ مکاتب فکری

علوم اجتماعی وسیع‌ترین میدان برای اظهار وجود مکاتب فکری است تا دیدگاههای خاص خود را در زمینه مسائل مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی مطرح سازند. در حوزه علوم انسانی و درباره موضوعات مطرح در این حوزه، مکاتب فکری بی‌شماری وجود دارند که هر کدام از زاویه دید خاص خود به موضوعات می‌نگرند. از این رو طبیعی است که هر کدام برای پاسخگویی به نیازهای کاربران نسخه(های) خاصی را تجویز می‌کنند. جزمیت اندیشه مارکسیستی در تحلیل پدیده‌ها یکی از مصادیق روشن تأثیر مکاتب فکری در تبیین مسائل است. بدیهی است این طرز فکر، راه کارها و منابع خاصی را برای تأمین نیازهای کاربران فراهم و پیشنهاد می‌کند.

در حوزه مطالعات اطلاع‌رسانی نیز مکاتب فکری می‌توانند در کیفیت تأمین نیازهای اطلاعاتی کاربران تأثیر بگذارند. مکاتب فکری مانند «هدایت توسط سیستم»^(۱) و «هدایت توسط کاربر»^(۲) از آن جمله‌اند. در حوزه اطلاع‌رسانی و در موضوع نیازهای اطلاعاتی، اگرچه نمی‌توان از تأثیر مکاتب فکری در تأمین نیازهای اطلاعاتی چشم‌پوشی کرد، اما این تعلق و التزام، پایدار و قطعی نیست. در برخی از سیستمهای اطلاع‌رسانی، برای کمک به تبیین اندیشه‌های این حوزه، اقدام به تهیه نمایه‌نامه دیدگاههای افراد می‌کنند. نمایه‌نامه‌های استنادی برای کندوکاو در زمینه مکاتب و نظریات در حوزه اطلاع‌رسانی یکی از مناسب‌ترین محمل‌ها به نظر می‌آید.

○ جهت‌گیری سیاسی

اطلاعات منتشر شده در حوزه علوم اجتماعی، حاوی دیدگاه‌های سیاسی خاصی است، نظیر دیدگاه‌های چپ‌گرایانه، راست‌گرایانه، محافظه‌کارانه، و نظایر آنها. اگر چه افراد پایبند به یک مرام سیاسی خاص ممکن است منابعی را به عنوان مجراهای اطلاعاتی خود انتخاب کنند که موافق دیدگاه‌های آنها است، اما این بدان معنا نیست که از دریافت اطلاعات از منابع دیگر خودداری می‌کنند. بر همین اساس است که افراد وابسته به جریان‌های سیاسی یا سران آنها، معمولاً به دنبال کسب اطلاعات از مخالفین یا رقبای خود نیز هستند. این اطلاعات را ممکن است از طریق روزنامه‌ها و نشریات، منابع خبری غیر رسمی، مصاحبه‌ها، گردهمایی‌ها، و... به دست آورند (۲۱، ص ۱۹).

برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز در مسائل و جریان‌های سیاسی، مراکز و منابع اطلاعاتی متخصص در امور سیاسی می‌توانند با ملاحظه نیازهای اطلاعاتی دیدگاه‌های سیاسی موجود به گردآوری، سازماندهی و اشاعه اطلاعات این حوزه بپردازند. اما در حال حاضر باید نقش محوری را به روزنامه‌ها داد که از دیرباز بدین کار مشغول هستند. در صورتی که مراکز اطلاعاتی متولّی پاسخ به نیازهای اطلاعاتی در این زمینه گردند، باید به اخلاقیات حرفه‌ای خود پایبند باشند و از نادیده گرفتن برخی آراء و نظرات، و برجسته کردن برخی دیگر خودداری نمایند.

○ نگرشهای مثبت و منفی

وجود نگرشهای متفاوت به مسائل بی‌آنکه وجه سیاسی داشته باشد، موضوعی بدیهی است. این نگرشهای متفاوت به کلیه امور و موضوعات، در یک سیستم اطلاعاتی قابل انعکاس است. یک سیستم اطلاع‌رسانی فراگیر در یک حوزه معین، باید بدون توجه به وجوه مثبت و منفی ظاهری نگرشها، اطلاعات مربوط به آنها را در سیستم ذخیره کند و در عین حال، بین نگرشهای بزهکارانه، که منشأ «اطلاعات آلوده» هستند، با نگرشهای منفی مرزبندی روشنی داشته باشد.

○ جهت‌گیری موضوعی

در رشته‌های علمی مختلف، که صاحب‌نظران و نویسندگان دارای زمینه‌های موضوعی گوناگون هستند، باید جهت‌گیری موضوعی نیازمندیهای آنها مورد توجه قرار گیرد. موضوعی نظیر «اعتیاد» را می‌توان با گرایشهای علمی مختلف مورد مطالعه و تبیین قرار داد: در یک دانشگاه پدیده «اعتیاد» به عنوان یک معضل اجتماعی و از نظر جامعه‌شناسی بررسی و مطالعه می‌شود، و در دانشگاه دیگر از دیدگاه روان‌شناسی، و در یک مرکز نوتوانی گروههای خاص، از نظر توان‌بخشی و مددکاری بدان پرداخته می‌شود.

وقتی که رفع نیازهای اطلاعاتی، با توجه به جهت‌گیری موضوعی آن، مورد توجه مراکز اطلاع‌رسانی قرار می‌گیرد، باید کلیه جوانب موضوعی نیازهای اطلاعاتی را در نظر گرفت و بدانها پاسخ داد. کاربران در تأمین نیازهای اطلاعاتی خود در باره یک موضوع خاص ممکن است ملاحظات فراوانی را مد نظر قرار دهند که اطلاع‌رسانان باید از آنها آگاهی داشته باشند.

● کمیت

هر فرد برای انجام وظایف شغلی یا حل مسائل مربوط به خود، نیازمند میزان معینی از اطلاعات، متناسب با وسعت، دامنه و ماهیت نیاز خود در محدوده مورد نظر است. در جوامع پیشرفته و تا حدودی در برخی از کشورهای در حال پیشرفت، نیازها هر لحظه پدید می‌آیند و با تغییرات سریع در جوانب مختلف جامعه، نیازهای جدیدتری آفریده می‌شوند که باید اطلاعات مناسب، دقیق و سریع برای آنها فراهم نمود و یا مکانیسمی مؤثر به کاربران منتقل ساخت. در واقع، اگر امروز مشکل اساسی جامعه در حوزه اطلاع‌رسانی، «دسترسی به اطلاعات» است، فردا مشکل اصلی آن «آلودگی اطلاعات» یا در دسترس قرار گرفتن «اطلاعات انبوه» خواهد بود. این ویژگی غیرعادی اطلاعات، در

حال حاضر به شکل «اطلاعات ناخواسته» خود را تحمیل کرده است. همان‌گونه که فقدان اطلاعات می‌تواند سبب بی‌ثباتی، بحران و اختلال شود، قرار گرفتن در معرض اطلاعات فراوان و پالایش نشده نیز مشکلات دیگری می‌آفریند که مهمترین آنها، سردرگمی در استفاده از اطلاعات و عجز در تصمیم‌گیری است.

پژوهشگران با مطالعات تازه خویش، افق دید بشر را به سوی موضوعات جدیدی می‌گشایند. موضوعات جدید نیازمند اطلاعات جدیدند و این چرخه مداوماً جریان دارد. اکثر مردم فرصت پرداختن به انبوه اطلاعاتی را که تولید می‌شود ندارند و بیشتر علاقه‌مندند که اطلاعات «کم» ولی «کافی» دریافت کنند. از این رو به نمونه‌گیری و انتخاب بهترین اطلاعات روی می‌آورند و حتی گاهی به آنچه به دستشان می‌رسد اکتفا می‌کنند. در حقیقت مشکل واقعی مردم این است که از اطلاعات مناسب و منطبق بر نیازشان اشباع نشده‌اند و فرصت استفاده آنها از این اطلاعات در یک مدت مشخص، اندک است. این موضوع این فرضیه را که «اطلاعات بیشتر موجب آگاهی و دانش بیشتر می‌شود» خدشه‌دار می‌کند. همان‌طور که زیان مصرف بیش از حد مواد غذایی، بیش از فایده آن است، تصور این که هر چه اطلاعات بیشتری دریافت شود بهتر است، تصور درستی نیست. یکی از محققانی که در زمینه نیازمندیهای اطلاعاتی در علوم اجتماعی مطالعه نموده است می‌گوید: اطلاعات افزون‌تر همیشه موجب افزایش دانش و بالا رفتن قوه بصیرت نمی‌شود. کاربران و حتی برخی از اطلاع‌رسانان، در معیار قرار دادن کمیت اطلاعات، دچار اشتباه می‌شوند و اگر هنگام جستجو در باره موضوع مورد نظرشان اطلاعات بازیابی شده بیشتر باشد، رضایت بیشتری کسب می‌نمایند. این نوع نگرش کاربران، اگر بر اطلاع‌رسانان نیز اثر بگذارد، در وضعیت گردآوری اطلاعات و سازماندهی آنها نیز تأثیر خواهد داشت (۳، ص ۱۲۸).

کمیت اطلاعات گاهی تحت تأثیر متغیری به نام «پول» یا «منابع مالی» تهیه اطلاعات است. اگر دریافت اطلاعات استفاده‌کننده، اعم از حقیقی یا حقوقی، منوط به پرداخت هزینه بیشتر باشد، این متغیر میزان اطلاعات دریافتی او را کاهش می‌دهد. اما این

موضوع همیشه به نفع استفاده کننده نیست، چون کاهش - و نه کنترل و پالایش - اطلاعات ورودی بطور ناخواسته انجام شده و ممکن است اطلاعات دریافتی پاسخگوی نیاز او نباشد.

● کیفیت

سنجش «کیفیت اطلاعات» ممکن است بیشتر یک مسئله ذهنی باشد، اما با این وجود در ذهن کاربران، به ویژه در عصر انفجار اطلاعات، جایگاه خاصی دارد. تعیین کیفیت اطلاعات از توده شدن و تجمع غیر ضروری اطلاعات می‌کاهد. در سالهای نه چندان دور، اعتقاد بر این بود که محققان و اساتید دانشگاهها، زمان و مهارت کافی برای تصمیم‌گیری درباره کیفیت اطلاعات را دارند و تنها کارشناسان و سایر دست‌اندرکاران نیازمند کمک در این باره هستند. اما با افزایش تعداد دانشجویان و تغییراتی که در اجرای پژوهشهای دانشگاهی پدید آمده، هیچکس بی‌نیاز از کمک در بررسی کیفیت اطلاعات نیست. نقش اطلاع‌رسانان در این عرصه بسیار مهم است؛ آنان باید مکانیسمهایی برای تصفیه و فیلتر اطلاعات به منظور بهبود کیفیت آن فراهم نمایند.

برای گزینش اطلاعات دارای کیفیت و برای توجیه منطقی آنها، قاعدتاً باید از افراد صاحب‌نظر که از قدرت تصمیم‌گیری بالایی برخوردار باشند کمک گرفت. کاربر به تناسب این که چه کسی اطلاعات را ارائه می‌کند، به ارزیابی کیفی اطلاعات می‌پردازد. ارزش و وزن کیفی اطلاعات بستگی به منبع اطلاعات دارد؛ هر چه منبع اطلاعاتی مهم‌تر باشد، کیفیت آن اطلاعات از نظر کاربر بالاتر است. کاربران به خوبی آگاه‌اند که برخی از سازمانها، به دلیل قدرت سیاسی یا اقتصادی خود، دستور ویژه اولیای امور، یا سایر ملاحظات، اطلاعاتی را منتشر می‌کنند که بسیار کهنه و بی‌اهمیت است.

در دسترسی به مقالات مجلات نیز کیفیت اطلاعات آنها مورد توجه محافل علمی و دانشگاهی قرار می‌گیرد؛ کاربران بدواً یک طبقه‌بندی خاص - ولو ذهنی - از مجلات دارند، یا با استفاده از منابع کمکی، برخی از مقالات را در سطح بالاتری ارزیابی می‌کنند.

از این رو، در صورتی که اطلاعات مورد نیاز خود را در مجله مورد نظر نیابند، براساس رتبه ارزشیابی خود، به مجله بعد که در رده پایین تری است مراجعه می کنند. در واقع گزینش اطلاعات کاربران براساس یک ارزیابی کیفی، که ملاکهای کیفیت آن ممکن است خیلی خاص باشند، انجام می پذیرد. استفاده کاربر از منابع اطلاعات، با توجه به ارزیابی او از کیفیت آنها، بدین مفهوم نیست که هر آنچه در این منابع هست، رنگ حقیقت دارد و موثق می باشد.

در عین حال، تولید کنندگان اطلاعات و دست اندرکاران جراید و مطبوعات به دنبال کسب اعتباری هستند که منجر به نفوذ بیش از پیش آنها، به لحاظ نوع و کیفیت اطلاعاتی شود که به استفاده کنندگان عرضه می کنند. نفوذ و اعتبار یک منبع اطلاعاتی ناشی از کاربرد متوالی آن توسط کاربران است. کاربرد منابع اگر با موفقیت همراه باشد و این موفقیت تکرار شود، در نظر کاربر اعتبار می یابد و در ارزیابی کیفیت اطلاعات، نمره بالایی از کاربر می گیرد. متخصصین اطلاع رسانی مطمئناً نقش مهمی در تعیین منابع معتبر، ارائه خدمات مشاوره ای و اطلاعات تکمیلی و جنبی به کاربران برای حصول اطمینان از اعتبار منابع و کیفیت اطلاعات آنها دارند (۱۴، ص ۷۷-۸۲).

راه دیگر، تعیین کیفیت اطلاعات از طریق بررسی و تحلیل استنادی منابع است. بررسی کتب برای ارزیابی آنها نزد کتابداران سابقه طولانی دارد، اما مستمر نبودن و محدود شدن بررسی به برخی از کتب، از ارزش این روش می کاهد. تحلیل استنادی می تواند در تعیین اهمیت مقالات نشریات نقش مؤثر داشته باشد.

در زمینه بررسی کتب و استنادات مقالات هم اکنون منابع مهمی در جهان وجود دارد که به موارد زیر می توان اشاره کرد:

TES Book find;

Social Science Citation Index;

Science Citation Index;

Art and Humanities Citation Index;

Books Print and Book Reviews.

این منابع تسهیلات فراوانی برای ارزیابی کیفیت اطلاعات مندرج در کتب و مقالات نشریات در اختیار کاربران قرار می‌دهند. در سیستمهای اطلاعاتی رایانه‌ای، هنگامی که موضوع تعیین اعتبار منابع مورد نظر است، مسائلی بروز می‌کند، از جمله این که نقاط دسترسی برای ارزیابی اطلاعات بسیار زیاد است. زبان طبیعی اطلاعات ذخیره شده در سیستم موجب می‌شود در زمان جستجو، مدارک مرتبط و نامرتبط در کنار یکدیگر قرار گیرند؛ هنگام جستجو، با ارائه تعداد مدارک یافت شده است که ذهنیت کاربر با محدوده منابع آشنا می‌شود. اما این که این مسائل را باید مانعی در راه تعیین اعتبار منابع و کیفیت اطلاعات دانست یا نوعی تسهیلات، بستگی به نوع و محدوده استفاده کاربران، ویژگیهای پایگاه اطلاعاتی و مواردی نظایر آن دارد. از این رو نمی‌توان با پیشداوری به آنها نگریست.

در تعیین کیفیت اطلاعات، نقش مشاوره‌ای اطلاع‌رسانان و کتابداران غیر قابل چشم‌پوشی است. در عین حال باید بدین نکته اشاره کرد که در عصر حاضر که اطلاعات به عنوان یک «کالای اقتصادی» وارد عرصه شده، نمی‌توان نقش منابع مالی را در دسترسی به اطلاعات با کیفیت مطلوب، نادیده گرفت.

● زمان و سرعت تحویل

در مورد این ویژگی نیاز اطلاعاتی دو سؤال قابل طرح است: نخست آنکه اطلاعات مورد نیاز، مربوط به چه مقطع تاریخی است و به بیان دیگر، قدمت زمانی آن چه اندازه است؟ دوم این که اطلاعات مورد نیاز تا چه حدی باید روز آمد باشد؟

موضوع نخست بستگی به سوابق و موجودی اطلاعات در حوزه مربوطه دارد. تفاوت‌های موجود در حوزه‌های مختلف علوم از نظر میزان سابقه و قدمت زمانی بسیار زیاد است. قدمت زمانی برخی از حوزه‌ها بسیار کم است و عمر مفید سوابق علمی حتی به کمتر از شش سال می‌رسد. در حوزه علوم و علوم اجتماعی کاربردی، چنین مواردی فراوان است. حتی در حوزه علوم رایانه می‌توان قدمت زمانی در حدود سه سال نیز دید.

کشفیات، اختراعات، تجهیزات جدید، جنبشهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، حقوقی، و نظایر آنها، آنچه را که قبلاً وجود داشته، از حیث انتفاع خارج می‌سازد. مثلاً ارزش کتابی که در دهه ۱۳۴۰ درباره سیستمهای حرارتی تألیف شده تا چه حد است؟ ممکن است یک پاسخ این باشد که سیستمهای مرتبط با پدیده مذکور، چه از نظر ماشین‌افزار و چه از نظر سوخت و ... تغییرات شگرفی کرده که موجب کهنه و منسوخ شدن مطالب آن کتاب می‌گردد.

مطلق‌گرایی در ارزش گذاری قدمت مدارک و اطلاعات، مبنای علمی ندارد. در حوزه علوم انسانی، موضوعات فراوانی وجود دارند که پیوستگی تاریخی و قدمت آنها همانقدر با ارزش و مهم است که یافته‌های امروزی آنها. به بیان دیگر، پایه مطالعات در برخی حوزه‌های علوم، اطلاعات قدیمی است و قدمت اطلاعات موجب ارزش بیشتر آنها می‌گردد. کتب درسی و دستنامه‌های این حوزه‌ها نیز از نظر ارزش علمی از عمر طولانی‌تری برخوردارند. اگر چه حتی در حوزه علوم تجربی نیز نباید بنیادهای تاریخی را نادیده انگاشت و آنها را بی‌ارزش دانست. با این همه، تاریخ انتشار یک مدرک یا تولید اطلاعات در نظر کاربران، همواره یک عامل تعیین کننده در انتخاب و استفاده از آنها است. بر همین اساس در سیستمهای درون خطی^(۱) اطلاعات را براساس سیر تاریخی آن ارائه می‌نمایند. سرچشمه تلاش کاربران برای دسترسی به اطلاعات روز آمد و جدید، ناشی از این اعتقاد آنها است که جدیدترین اطلاعات را دارای بالاترین مزیتها می‌دانند - که البته همیشه و در همه جا این چنین نیست (۲۱، ص ۲۸-۲۱). تشخیص این که چه اطلاعاتی جدید و چه اطلاعاتی کهنه و قدیمی است، به تناسب موضوع و کاربران مختلف، ممکن است متغیر و متفاوت باشد. در بازارهای بورس، اطلاعات اهمیت «لحظه‌ای» دارند و چه بسا با گذشت چند ساعت، کهنه و به اصطلاح «سوخته» تلقی گردند. اما برای یک پژوهشگر مسائل اجتماعی، سرعت گردش اطلاعات در حوزه مربوطه احتمالاً کندتر است و اطلاعات سال گذشته نیز برای او همان ارزش اطلاعات

چند ثانیه گذشته را دارد.

در ورای این ظواهر و مرزبندی بین اهمیتی که سرعت روزآمد شدن اطلاعات در حوزه‌های مختلف و فعالیتهای گوناگون دارد، باید پذیرفت که این مرزبندیها و تعیین حدود، غیرقابل خدشه و تغییر نیستند؛ زیرا کاربران غالباً اطلاعات را به صورت ترکیبی به کار می‌برند. حتی روزنامه‌نگاران، دست‌اندرکاران بازار بورس، سیاستمداران و امثال آنها هم از اطلاعات جدید و هم از اطلاعات قدیمی و کهنه بهره می‌گیرند. بدون شک استفاده از اطلاعات جدید، با تکیه بر اطلاعات گذشته میسر است و هیچ اطلاعاتی را نمی‌توان منقطع از یک جریان پیوند خورده آن با گذشته مورد استفاده قرار داد.

وجه دیگر در روز آمد نگاه داشتن اطلاعات کاربران، سرعت جریان اطلاعات است که بستگی به ابزار و مجراهای انتقال اطلاعات دارد. سیستمهای سنتی انتقال، امکان دسترسی کاربران را به اطلاعات جدید تا چندین ماه به تأخیر می‌انداختند و همین موجب ریزش اطلاعات مفیدی می‌شد که در موقع مناسب می‌توانست بسیار کارساز باشد. سیستمهای جدید انتقال اطلاعات نظیر فاکس، تلفن و سایر امکانات مخابراتی، سرعت دسترسی کاربران را به اطلاعات جدید بطور اساسی دگرگون کرده‌اند. خدمات ارائه چکیده اطلاعات همراه با اطلاعات کتابشناختی، از مهمترین امکاناتی است که مرز زمان دستیابی به اطلاعات را در نور دیده و اطلاعات به محض ذخیره در سیستم، در دسترس کاربران قرار می‌گیرد. نتیجه آنکه با تحولات پدید آمده در زیرساختهای اطلاع‌رسانی، سرعت دسترسی به اطلاعات بطور شگفت‌انگیزی بالا رفته و اکنون در نظر بسیاری از کاربران، یکی از معیارهای سیستم اطلاع‌رسانی و کتابخانه کارآ و مناسب، سرعت بالای آنها در ارائه اطلاعات جدید است.

بدیهی است با انتقال سیستمهای دستی و سنتی به سیستمهای جدید ماشینی و انتقال مدارک از طریق شبکه‌های سریع مخابراتی، انتظارات کاربران در رفع نیازهای اطلاعاتی‌شان بسیار افزایش یافته است. امروز سیستم امانت بین کتابخانه‌ای برای بهبود تأمین نیازهای اطلاعاتی کاربران، دگرگون شده و این انتظار کاربران که مدرک مورد

تقاضای آنها از «بخش تحویل مدرک کتابخانه بریتانیا» در طی ۵ روز، یا در مورد مقالات در طی چند ساعت، در اقصی نقاط دنیا به آنان تحویل داده شود، چندان دور از واقعیت نیست. سیستمهای امانت بین کتابخانه‌ای با استفاده از پست الکترونیکی، فاکس و شبکه پست پیشتاز، آنچه را که زمانی رؤیای کاربران بود، صورت واقعیت بخشیده‌اند.

● مکان

منظور از مکان، جایی است که اطلاعات از آن نشأت گرفته و خاستگاه آن است، اعم از این که این اطلاعات در کشور یا منطقه خاصی از کشور واقع شده باشد یا خیر؛ یعنی این اطلاعات ممکن است الزاماً درباره خود آن منطقه یا کشور نباشد. با این حال، شکلی از رابطه بین موضوع و مکان قابل تصور است. مثلاً متخصص علاقه‌مند به مطالعه درباره ماهیان خاویاری، الزاماً باید اطلاعات مورد نیاز خود را از طریق کشورهای حوزه شمالی دریای خزر و ایران به دست آورد. از جمله اقدامات او برای تأمین نیاز اطلاعاتی‌اش، درخواست نشریات تخصصی موجود درباره موضوع و دسترسی به پایگاههای اطلاعاتی تخصصی در این زمینه است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود اطلاعات مورد نیاز کاربر، ارتباط مستقیمی با منطقه یا کشور خاص ندارد، بلکه موضوع مطالعه، گردآوری را با مکان پیوند می‌دهد. در هر حال مقوله مکان به سه چیز بستگی دارد:

○ موضوع

موضوع برخی مدارک حقیقتاً بین‌المللی است و منشأ آن را از نظر جغرافیایی نمی‌توان متعلق به نقطه‌ای خاص دانست. فرد علاقه‌مند به مطالعه درباره سرطان، متقاضی اطلاعات و نتایج تحقیقات انجام شده در هر نقطه‌ای از جهان است. نقش و تأثیر نشریات علمی که اطلاعات را ورای مکان، منشأ جغرافیایی و ناشر، در اقصی نقاط جهان به متقاضیان عرضه می‌نمایند، دارای اهمیت است؛ هر چند که گاهی اولویتهای علمی که در نشریات برخی کشورها بدانها پرداخته می‌شود، با کشورهای دیگر همانند و

یکسان نیست. در برخی از کشورها منزلت و اعتبار اطلاعات و نتایج پژوهشها، وسعت، دامنه و کیفیت پژوهشها در سطح بسیار بالایی است؛ در حالی که در کشورهای دیگر به لحاظ اندک بودن پژوهش و تولید اطلاعات علمی و کیفیت نازل پژوهشها، قدر و منزلت آن نیز پایین است. بر این اساس این نگرش پدید می آید که متون علمی که در کشورهای -از نظر علمی و صنعتی- پیشرفته منتشر می شود، ارزشی بسیار فراتر از آنچه در جهان سوم منتشر می شود دارد. حتی گفته می شود که اگر محققین جهان سوم هم مطلب با ارزش علمی داشته باشند، برای کسب اعتبار و شهرت، آن را برای چاپ به مجلات کشورهای پیشرفته ارائه می دهند یا از طریق کنفرانسهای بین المللی آن را عرضه می کنند. واقعیت این است که کاربرد «زبان انگلیسی» به عنوان ابزار روابط علمی در سطح جهان نقش مهمی در این زمینه ایفا می کند.

در حوزه علوم اجتماعی همه چیز می تواند به گونه ای متفاوت باشد. به دلیل نبود روش شناسی، تعاریف جهانی و مورد قبول همه، و انحصاری بودن مؤسسات اجتماعی و ملی از قبیل سیستم تأمین اجتماعی، گردآوری اطلاعات ممکن است در سطح منطقه کوچکی انجام شود. در این حوزه، «زبان انگلیسی» هم از نظر انتقال مفاهیم، کارایی لازم را برای انسجام بخشیدن به آراء این حوزه ندارد. در عین حال این وضع درباره همه موضوعات صدق نمی کند؛ مثلاً علوم اقتصادی و روان شناسی دارای ابعاد و افقهای بین المللی هستند و محدود به منطقه و کشور خاصی نمی گردد؛ یا مثلاً در زمینه مسائل اقتصادی همه متغیرهایی که بر سیاستهای اقتصادی، تجارت خارجی، قوانین گمرکی، صادرات و واردات و نظایر آنها اثر می گذارند، داخلی نیستند و سرچشمه خارجی دارند. اما در تأمین اجتماعی و مسائل حقوقی می توان این مرزبندی را در مقیاس ملی محدود و تعریف کرد. اگر چه حتی در موضوعاتی چون حقوق نیز به تدریج می توان جای پای تأثیر عوامل خارجی را مشاهده کرد، که این نشان دهنده غیرقطعی بودن این مرزبندی ها است.

در نهایت می توان به این نتیجه رسید که در پاره ای از موضوعات علوم اجتماعی،

نیازهای اطلاعاتی را باید به منابعی که اطلاعات منطقه‌ای را گردآوری و سازماندهی می‌نمایند ارجاع داد، چرا که جغرافیای منطقه مورد مطالعه با اطلاعات گردآوری شده پیوند ناگسستنی دارد.

○ دست‌اندرکاران / بخشهای علمی و دانشگاهی

محافل علمی و دانشگاهی به لحاظ این که به بررسی افکار و عقاید علاقه‌مند هستند، رویکرد آنها در گردآوری اطلاعات بیشتر جنبه فراملی دارد. اما دست‌اندرکاران و مجریان امور چه بسا اطلاعات مورد نیاز خود را به صورت دست دوم از منابع خبری داخلی کسب نمایند. از این رو با تسهیلاتی که در زمینه ارتباطات بین‌المللی فراهم شده، تشبیه جهان به یک «دهکده» مفهوم واقعی پیدا می‌کند. این ارتباطات، بستر انتقال اطلاعات، افکار و عقاید به سریع‌ترین شکل، آن هم بدون واسطه‌های متعدد است. مطالعات استنادی^(۱) انجام شده نشان می‌دهد که ارتباطات موجود بین محافل علمی و دانشگاهی برای مبادله اطلاعات، یک ارتباط دو طرفه یا فرآیند متقابل نیست. کشورهای توسعه یافته در مصرف اطلاعات خودکفا هستند و با سیستمهای بسیار مطلوبی که در زمینه بازاریابی، توزیع و فروش اطلاعات دارند، مجال مناسبی برای عرض اندام کشورهای توسعه نیافته باقی نگذاشته‌اند، یا این که کشورهای اخیر اساساً فاقد چنین توانی هستند.

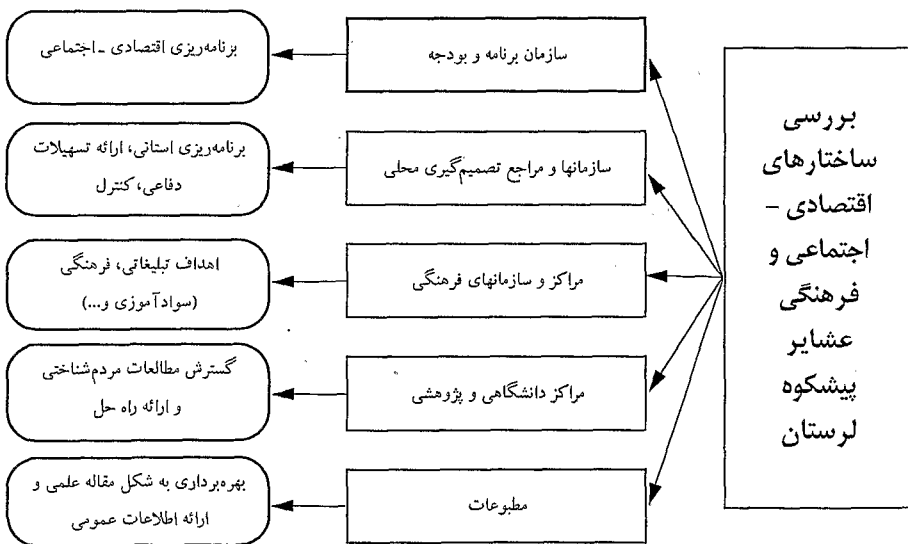
○ توانایی زبان‌شناختی

توانایی زبان‌شناختی، در این که متون دریافتی از کشورهای خارجی مورد مطالعه قرار می‌گیرد یا خیر، عامل مهم و تعیین‌کننده‌ای است. در این مورد مشکلاتی چون توانایی بهره‌برداری از متون قدیمی و نداشتن انگیزه زیاد برای مطالعه متون خارجی - با فرض این که تسلط زبانی هم موجود باشد - پیش روی است (۲۱، ص ۳۴-۳۰). از این

رو مراکز مهم اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی معمولاً گزارشهای مهم خود را به همه زبانهای رایج در جامعه منتشر می سازند.

● پردازش و بسته بندی اطلاعات

مقصود از پردازش^(۱)، راههای گوناگون ارائه یک تفکر و حاصل یک پژوهش است. گاهی پژوهشگران می خواهند اطلاعات پژوهش خود را با کم ترین دستکاری و تفسیر^(۲) عرضه نمایند و گاهی نیز دست اندرکاران و مصرف کنندگان می خواهند که هر فقره از داده های پژوهش، کاملاً تحلیل و تفسیر شده باشد^(۳) و مهمترین نتایج پژوهش، پیش روی آنها قرار گیرد. در واقع یک کشف علمی یا پیمایش اجتماعی را می توان برای مقاصد مختلف مورد پردازش خاص قرار داد (۲۱، ص ۳۲). با مثالی می توان این موضوع را روشن تر کرد (نمودار ۱-۳). نتایج یک مطالعه مردم شناسی با عنوان «بررسی ساختارهای اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی عشایر پیشکوه لرستان» را می توان با نگرشها و اهداف کاربردی گوناگون مورد پردازش قرار داد.



نمودار ۱-۳. مثالی از چگونگی بهره برداری از نتایج پژوهشها برای مقاصد گوناگون

بدیهی است در خصوص تفسیر و پردازشی که بر روی داده‌ها صورت می‌گیرد، در هر مورد خاص ممکن است بخشی از داده‌ها نادیده گرفته شود یا ضریب ارزشی کمتری دریافت کند. بدین لحاظ در پردازش داده‌ها، باید نخست محورهای اصلی و جهت‌گیری آنها را به درستی شناخت.

در پردازش داده‌ها نوعی ساده کردن و تلخیص روی می‌دهد که موجب کاهش کمیت اطلاعات می‌گردد. در نتیجه پردازش معمولاً با کاهش کمیت اطلاعات همراه است. برای پردازش داده‌ها می‌توان شکلهای دیگری را ذکر کرد که تفاسیر و شرحها، بررسیها، چکیده‌ها و خلاصه‌های مجریان از آن جمله‌اند. اکثر مردم هنگام خواندن روزنامه، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، با اطلاعات پردازش شده رویارو می‌شوند. متخصصین هر حوزه بخش مهمی از وقت خود را صرف ساده‌سازی، عمومی کردن و تشریح گزارشهای دولتی، مطالعات پژوهشگران و پیمایشهای مهم می‌کنند و در رفع موانع دسترسی به این اطلاعات، نقش بسیار مثبتی دارند. یک گزارش تلویزیونی دربارهٔ یک حادثه سیاسی خاص، حاوی انبوه داده‌ها است که توسط مفسر سیاسی، پردازش و به بینندگان و شنوندگان عرضه می‌شود، بطوری که آنان هیچگونه نیازی به فعالیت ذهنی برای پردازش اطلاعات دریافتی ندارند.

قرابت شکلهای مآنوس پردازش اطلاعات نزد متخصصین موضوعی و متخصصین اطلاع‌رسانی، در چکیده‌نویسی جلوه می‌کند. شاید بسیاری از کسانی که کار چکیده‌نویسی مطالب را - با توجه به نیازهای خاص کاربران و در نظر گرفتن موقعیت آنها - به عنوان نوعی پردازش اطلاعات انجام می‌دهند، به این امر توجه ندارند و از این حیث مسئولیتی را متوجه خود نمی‌دانند. آنان شاید مهارتی در چکیده‌نویسی نداشته باشند و به لحاظ این که در چکیده‌نویسی، ریزش اطلاعات فراوان است، نتوانند آن گونه که شایسته استفاده کاربران است، چکیده مورد نظر را تهیه کنند. اطلاع‌رسانان می‌توانند کمک بزرگی برای متخصصین موضوعی در زمینه اصول، روشها و سیاستگذاری چکیده‌نویسی باشند و از پردازش اطلاعات به صورت چکیده‌هایی که «بار اطلاعاتی»

ندارند جلوگیری نمایند.

شکل دیگر پردازش، «مرور کتاب»^(۱) است که طی آن اطلاعات کتابشناختی کتاب همراه با مروری بر اهم مطالب آن به کاربران ارائه می‌شود. معمولاً چنین اقدامی بیشتر جنبه تجاری دارد و ناشران یا کارگزاران آنها، برای معرفی کتاب به خریداران دست به چنین اقدامی می‌زنند. هم اکنون نمونه چنین اطلاعاتی از سوی انتشارات بوکر^(۲) در پایگاه اطلاعات «کتابهای دستایند و مرور کتاب»^(۳) به صورت چاپی و بر روی دیسک نوری عرضه می‌گردد.

اطلاعات کاملاً پردازش شده عموماً مورد نیاز مدیران ارشد و متخصصین پرمشغله است. شکل ارائه اطلاعات به این گروه از کاربران باید به گونه‌ای باشد که بدون صرف وقت زیاد و پرداختن به حواشی، فهم سریع مطالب میسر باشد. به همین دلیل، ارائه اطلاعات به صورت سیاهه‌ای از نکات اصلی و مهم، بر ارائه اصل مدرک ترجیح دارد. مفهوم بسته‌بندی^(۴) اطلاعات به شکل خاص یا فیزیکی آن - شکلی که اطلاعات در آن ذخیره یا منتقل می‌شود - اشاره دارد. رابطه بین پردازش و بسته‌بندی اطلاعات بسیار نزدیک است، چون بسته‌های اطلاعاتی بطور خاص و برای ذخیره و انتشار اطلاعات پردازش شده طراحی می‌شوند.

در هر حال تنها سطح پردازش اطلاعات نیست که کاربران را به سوی بسته‌های اطلاعاتی مختلف جلب می‌کند. برخی از بسته‌بندیهای اطلاعات (مانند خبرگزاریها) بسیار رایج‌تر، و برخی (مانند منابع شفاهی) اختصاصی‌تر و منحصر به فرد هستند؛ برخی (مثل تلویزیون) بی‌آنکه کاربر را برای درک مطالب متحمل زحمت کنند ارائه می‌شوند؛ برخی (مثل روزنامه‌ها) همه کس فهم و برخی دیگر (مثل کتابها) کاملاً شناخته هستند. در این میان، شخصیت کاربران در استفاده از هر یک از انواع بسته‌های اطلاعاتی

1- Book Reviews

2- Bowker

3- Books in Print and Book Reviews

(واژه برابر فارسی «دستایند» از کتاب مجموعه‌سازی، ر.ک. گاردنر، ترجمه اسدالله آزاد، اقیاس شده است)

4- Packaging

دارای اهمیت است. برخی کاربران از منابع شفاهی راحت‌تر استفاده می‌کنند و کاربران دیگری ممکن است سلیقه خاصی در استفاده از بسته‌های اطلاعاتی داشته باشند و بدین لحاظ برای استفاده از بسته‌های اطلاعاتی عواملی را در نظر می‌گیرند. از آنجا که محموله اطلاعاتی «قالب» فیزیکی اطلاعات است، این که کاربران برخی را بر برخی دیگر ترجیح دهند، کاملاً طبیعی است. مثلاً اندیشمندان و متخصصان، مجلات را ترجیح می‌دهند و روزنامه‌نگاران، خود از سایر جراید بهره‌برداری می‌کنند.

اطلاع‌رسانان با این ویژگی نیاز اطلاعاتی آشنایی کامل دارند. بعلاوه شاید آنها در برجسته نمودن این ویژگی - یعنی ارتباط دادن استفاده از بسته‌های اطلاعاتی با ویژگی‌های کاربران - دخیل باشند. افزون بر همه اینها، این اطلاع‌رسانان حرفه‌ای هستند که وقت خود را صرف سازماندهی و ذخیره اطلاعات در این بسته‌های اطلاعاتی می‌کنند؛ اما اینها صرفاً بسته‌های اطلاعات هستند نه اطلاعاتی که بتوانند پاسخ پرسشهای کاربران را بدهند.

اطلاع‌رسانان در سوق دادن و جهت‌گیری افراد به سوی یک محموله اطلاعاتی خاص نیز مداخله می‌کنند. بدین ترتیب می‌بینیم که کتابخانه‌های سنتی مملو از کتاب و مجلات هستند. با این حال روزنامه‌ها، بروشورها، نوارهای ویدیویی و اطلاعات چاپ نشده، جملگی به فراموشی سپرده شده‌اند؛ در حالی که در موارد بسیاری به روشنی ملاحظه می‌شود که برخی از این اطلاعات برای پاسخ به نیازهای موجود مناسب هستند. برخی از کتابداران تصور می‌کنند که فهرست‌نویسی یک کتاب ارزش بیشتری از سازماندهی اطلاعات یک جزوه یا نوار صوتی دارد. در نتیجه و متأسفانه این‌گونه منابع با نوعی تعمد از سوی کتابداران، به وادی فراموشی سپرده می‌شوند (۲۱، ص ۳۴-۳۲). در حالی که این‌گونه مدارک برای پژوهشهای دانشگاهی ارزش اطلاعاتی حیاتی دارند، یا ارائه خدمات چکیده‌نویسی، بر میزان مراجعه به متن مقالات مجلات اثر می‌گذارد.

نگرش متعصبانه و به دور از ارزشهای علمی در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی، می‌تواند ضربه بزرگی به استفاده از تولیدات علمی جدید بزند. یکی از راههای مواجهه با

این نارساییها، ایجاد سیستمهای اطلاع‌رسانی خاص برای شکلهای گوناگون مدارک است تا جستجوی اطلاعات در سیستم بر اساس شکل مدرک صورت گیرد. آگاهی استفاده‌کنندگان از چنین سیستمهایی می‌تواند مانع برکنار ماندن این مدارک از حوزه جستجو و استفاده کاربران باشد.

جمع‌بندی

طراحان سیستمهای اطلاع‌رسانی و مدیران باید همه ویژگیهای نیازهای اطلاعاتی را کاملاً بشناسند. ممکن است توجه به برخی از این ویژگیها در شرایط خاص از اولویت خاصی برخوردار باشد. در مواردی، فوریت و سرعت پاسخگویی به نیاز مهم است و در موردی دیگر، اعتبار منابع اطلاعاتی یا نوع منابع اهمیت دارد. به همین‌گونه می‌توان در باره سایر ویژگیهای نیازهای اطلاعاتی در شرایط خاص، اهمیت آنها را پررنگ و کم‌رنگ نمود. مهمترین مسئله، شناخت دقیق این خصوصیات و توجه به آنها در طراحی سیستم اطلاع‌رسانی، مجموعه‌سازی و اشاعه و ارائه اطلاعات به کاربران است.

عوامل مؤثر بر نیاز اطلاعاتی

نیاز اطلاعاتی کاربران از نظر شکل و کیفیت ظهور، منابع، کاربرد و درجه ارضای نیاز، تحت تأثیر عوامل (متغیرهایی) است که بعضاً کنترل آنها دشوار است؛ اما به هر حال تأثیر آنها در چرخه پیدایش تا تأمین و کاربرد، قابل چشم‌پوشی نیست. این عوامل عبارت‌اند از:

- ۱- دامنه منابع اطلاعاتی که در دسترس است؛
- ۲- نوع اطلاعاتی که مورد استفاده قرار می‌گیرد و فواید آن برای کاربر؛
- ۳- زمینه، انگیزش، جهت‌گیری تخصصی و سایر ویژگیهای فردی کاربر؛
- ۴- نظامهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی پیرامون کاربر؛
- ۵- نتایج کاربرد اطلاعات (۷، ص ۴۲).

مفهوم پنج عامل فوق تا حدود زیادی روشن است. اما اگر بخواهیم هر پنج عامل را در کنار همدیگر قرار دهیم، با یک مثال این امکان فراهم می‌گردد: یک سازمان نیاز به ارزیابی برای تصمیم‌گیری دربارهٔ ضرورت تهیه یک «مجله» خاص دارد. با طرح سؤالهای زیر و یافتن پاسخ آنها، نیل به مقصود میسر خواهد شد:

- با توجه به ماهیت سازمان، آیا مجله با مسیر و جهت آن همخوانی دارد؟
- آیا مجله با برنامه‌های آموزشی، تحقیق و توسعه سازمان رابطه تنگاتنگ دارد؟
- آیا مجلات دیگری در سازمان هستند که با مجله مزبور همپوشانی داشته باشند؟
- آیا کاربران پرداخت هزینه خریداری مجله را توجیه‌پذیر می‌دانند؟
- کاربران جایگاه مجله مزبور را در مقایسه با سایر مجلات چگونه ارزیابی و رتبه‌بندی می‌کنند؟
- آیا کاربران با لغو اشتراک مجله، در صورتی که مقالات مهم آن از طریق سیستم امانت و خدمات تحویل مدرک قابل دستیابی باشد، موافق هستند؟
- چه تعداد از کاربران (در صورتی که که اشتراک مجله در سازمان ادامه نیابد) آمادهٔ اشتراک شخصی مجله هستند؟
- آیا کاربران از گستره مجلات و منابع اطلاعاتی در دسترس که قابل جایگزینی با مجله مزبور هستند، آگاهی دارند؟
- آیا کاربران (با توجه به زبان، سطح آگاهی و درک‌شان) قادر به حداکثر بهره‌برداری از مجله هستند؟

موانع تأمین نیاز اطلاعاتی

اما این که چه چیزی در این میان مانع از تحقق نیازهای اطلاعاتی و ارزیابی کارایی و اثربخشی مجموعه‌های اطلاعاتی می‌گردد، باید آنها را در عوامل زیر که عموماً ناشی از رفتار متخصصین اطلاع‌رسانی است، جستجو کرد:

۱. بسیاری از متخصصین اطلاع‌رسانی هنوز بر این باورند که هیچ ضرورتی برای

مشاوره با کاربران و ملاحظه دیدگاههای آنان دربارهٔ مطالب تخصصی شان وجود ندارد.

۲. متخصصین اطلاع‌رسانی تمایل دارند با سیستمهای اطلاعاتی مشغول باشند و این کار، از آنجا که موجب به فراموشی سپردن کاربران می‌شود، به ضرر و زیان کاربران است.

۳. حرفه اطلاع‌رسانی با افکار تنگ‌نظرانه و ضعف مهارت‌های ارتباطی، و سایر مسائلی که مانع ایجاد روابط نزدیک با کاربران می‌شود رویرو است. بی‌توجهی در پاسخگویی به کاربران، ناتوانی از درک صحیح مشکلات کاربران در محیط کارشان در امر استفاده از اطلاعات، کشیدن حصار پیرامون خود در این زمینه، و تعصب در استفاده از یافته‌های سایر رشته‌های علوم از جمله این موارد است.

۴. هزینهٔ منابعی که برای کسب اطلاعات ضروری‌اند، به ویژه در هنگام گرفتار شدن در تنگناهای مالی، بسیار چشمگیر است.

شناخت موانعی که در روند پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران پدید می‌آید برای متخصصین اطلاع‌رسانی الزامی است. «نیکلاس»^(۱) موانع برآورده ساختن نیازهای اطلاعاتی را از نگاهی دیگر، به پنج دسته تقسیم می‌کند:

○ عامل شخصیتی؛

○ کمبود زمان؛

○ ضعف دسترسی به سیستمها و منابع اطلاعاتی؛

○ فقدان یا کمبود منابع؛

○ بار اضافه اطلاعات (۲۱، ص ۳۶).

«کانز»^(۲) و همکارانش ویژگیهای زیر را برای تأمین نیازها ضروری می‌دانند:

○ مرتبط با حوزه‌ای که اطلاعات باید در آن زمینه ارائه گردد، باشند؛

○ از نظر نوع (خدمات چکیده، اطلاعات گزینشی، کتابشناسی، امانت، کپی) تناسب

داشته باشند؛

○ از نظر شکل (لیست عنوانها، فایل رایانه‌ای، میکروفیش، میکرو فیلم، متن کامل و مانند آنها) مناسب باشند؛

○ از نظر کمی، مطابق با خدمات مورد درخواست باشند؛

○ از نظر زمانی (روزآمد بودن، قدمت منابع) مطابق نیاز کاربر باشند؛

○ فهرست راهنما برای اطلاعات موجود باشد؛

○ سیستمهای اطلاع‌رسانی دارای سهولت کاربرد و کاربر پسند باشند.

اگر نیازهای اطلاعاتی کاربران با چنین جزئیاتی ثبت شوند، شاخصهای کمی برای برنامه‌ریزی، طراحی و اجرای یک سیستم اطلاع‌رسانی ویژه فراهم می‌گردد (۱۵، ص ۴۰-۴۱).

○ عامل شخصیتی

ویژگیهای شخصیتی، در تعیین این که آیا نیاز اطلاعاتی برآورده شده یا نه، نقش مهمی دارند. روشن است که برخی از مردم منظم‌تر، با انگیزه‌ترند و یا بیشتر از دیگران در آستانه یا معرض اطلاعات قرار می‌گیرند. بعلاوه عوامل روانی ممکن است بیشترین تأثیر را در جستجوی اطلاعات داشته باشند. به نظر «ماوریس لاین»^(۱) (۱۶، ص ۱۹-۱) عوامل زیر بیشترین تأثیر را در این زمینه دارند:

□ استمرار: یعنی رضایتمندی از تداوم کندوکاو برای اطلاعات در طول یک دوره زمانی منطقی، و تلاش مجدد با راهبرد و رویکرد جدید در هنگامی که نخستین اقدام برای کسب اطلاعات ناموفق یا بی نتیجه بوده؛

□ دقت: یعنی رضایتمندی از جستجو و موشکافی در هنگام جستجو یا ارزیابی اطلاعات؛

□ نظم و ترتیب: یعنی مرتب بودن در دو مقوله بازیابی و ذخیره اطلاعات، که کیفیت رعایت این نظم و ترتیب در نگهداری رکوردها، آماده کردن جستجوها، و پردازش سیستمهای بایگانی سازمان یافته نمود می‌یابد؛

□ انگیزش: یعنی احساس مسئولیت در قبال شغل، وظیفه یا مراجعه کنندگان (بدیهی است که انگیزش می تواند تحت تأثیر ماهیت شغل، میزان حقوق دریافتی و کسانی که با فرد سروکار دارند باشد. اگر فردی از کارش ناراضی باشد با سپری کردن ایام چیزی عایدش نمی شود. در چنین وضعی، تمایل شخصی اهمیتی ندارد و فرد، بی انگیزه است. «استمرار» و «دقت» با وجود «انگیزش» معنی می یابند؛

□ پذیرش: یعنی رضایتمندی از پذیرفتن اطلاعات از دیگران، نظیر دوستان، همکاران یا کارکنان اطلاع رسانی (در اینجا ویژگیهای شخصیتی مانند درون گرایی، برون گرایی، روان رنجوری، پایداری، رخوت و سستی - که نقش مهمی در «دقت» و «استمرار» دارند - بروز می کنند؛ البته در این زمینه تهیه یک چک لیست از ویژگیهای افراد، نیازمند مهارتهایی است که در توان یک متخصص اطلاع رسانی است).

○ زمان

کمبود یا نبودن وقت کافی عموماً افراد را از تأمین نیازهای اطلاعاتی شان باز می دارد و این وضع، حتی در مورد کسانی که به دلیل آگاهی فراوان، دارای انگیزه کافی برای رفع نیازهای اطلاعاتی خود هستند نیز مصداق دارد. اکثر مردم امروز در یک «محیط گلخانه ای» کار می کنند؛ یعنی در جایی که می خواهند در آن واحد کارهای متعدد و هر چه بیشتری را انجام دهند. در زمان حاضر، فعالیتها سریع تر و شدیدتر و دامنه آنها از گذشته گسترده تر است و از این رو کاربران از حداقل زمان لازم برای کسب اطلاعات ضروری برخوردارند و نوعی سراسیمگی در رفتار اطلاع یابی آنان ملاحظه می شود. حتی هنگامی که سیستمهای رایانه ای برای کمک به کاربران پدید آمدند و پیشرفت و بهبود محسوسی در دسترسی به اطلاعات حاصل شد، وضعیت مورد انتظار تحقق نیافت، زیرا انتخاب و ارزیابی منابع، با توجه به تشابه زیاد آنها، کار ساده ای نیست. در چنین شرایطی تنها آن دسته از سیستمها یا مجاری اطلاع رسانی مورد استفاده واقع می شوند که بتوانند اطلاعات مورد نیاز را به سرعت فراهم کنند. این اطلاعات باید

کوتاه، کاملاً آماده و در زمان خاص خود در زمینه مورد نظر قابل استفاده باشند. هیچ برآوردی از این که افراد برای دسترسی به اطلاعات و مصرف آن چقدر زمان دارند در دسترس نیست. البته مشکل اساسی و فراگیر همیشه مسئله کمبود وقت نیست، بلکه «زمان» یک وجه از موانعی است که گاهی سد راه دسترسی به اطلاعات و تأمین نیازها می شود.

○ دسترسی

اگر در هنگام بروز نیاز اطلاعاتی، منابع یا سیستم اطلاعاتی فوراً در دسترس نباشد، بعید است که کاربران بخواهند نیاز اطلاعاتی خود را رفع نمایند یا رفتار جستجوی اطلاعات را از خود بروز دهند. در اینجا باید به دو نکته توجه داشت: آیا واقعاً یک منبع یا سیستم همیشه در دسترس هست؟ و اگر هست، بعد مسافت تا آن چقدر است؟

به خاطر وجود سیستمهای الکترونیکی ارتباطی و رایانه‌ای و تسهیلاتی که برای بازیابی فراهم شده، مسئله بعد مسافت در همه جا و همه موارد، مانع اساسی محسوب نمی‌گردد. با وجود اطلاعات کتابشناختی و متن کامل بر روی پایگاههای اطلاعاتی مهم در شبکه‌های جهانی اطلاع‌رسانی (نظیر: دیالوگ^(۱) و سیلورپلاتر^(۲))، سیستمهای تحویل مدرک از طریق امانت بین کتابخانه‌ای و تسهیلات ارتباطی جدید، مشکل دسترسی به اطلاعات در مقیاس قابل توجهی رفع شده است. در مراکز اداری و تجاری به دلیل وجود سیستم ارتباطی و رایانه‌ای، دسترسی به اطلاعات بسیار آسان شده. به هر حال زمینه‌هایی وجود دارد که به کمک آن می‌توان بخش مهمی از اطلاعات را با پشت سر گذاردن موانع زمانی و مکانی، دریافت نمود. اما باید یادآور شد که هنوز نمی‌توان عموم کاربران را به منابعی چون شبکه جهانی اینترنت ارجاع داد؛ چرا که بهره‌برداری مستقیم از آن منابع مستلزم آموزش و آشنایی با رابطهای کاربر در هنگام جستجو است و این چیزی است که هنوز برای همه کاربران میسر نیست.

باید تأکید کرد که دسترسی به منابع اطلاعاتی هنوز یک مشکل جدی برای کاربران

است که از تسهیلات ارتباطی و ابزار رایانه‌ای برخوردار نیستند. منابع اطلاعاتی که آنان باید از آن سود جویند از نظر پراکندگی جغرافیایی، بدان‌گونه نیستند که رضایت غالب کاربران را تأمین کنند. در نتیجه، عدم دسترسی به اطلاعات مطمئناً مسائل و عوارضی را در افراد یا سازمانها ایجاد می‌کند که ممکن است منشأ مشکلات دیگر گردد.

اگر عدم دسترسی به منابع و سیستم اطلاعاتی از سوی دولتها تحمیل گردد، یا دسترسی به اطلاعات از اولویت خاصی برخوردار نباشد، باید انتظار مشکلات حادثتری را داشت. البته محدودیتهایی که دولتها و نظامهای سیاسی در دسترسی افراد به اطلاعات فراهم می‌نمایند، پدیده جدیدی نیست و به هر حال باید پذیرفت که بخشی از اطلاعات موجود در حریم «گروهها یا افراد خاصی» است که «قواعد دسترسی» به آن را نظامهای سیاسی تعیین می‌کنند.

● منابع / هزینه‌ها

دسترسی به اطلاعات بی‌ارتباط با هزینه‌های مالی نیست. بهره‌برداری از سیستمهای اطلاع‌رسانی و استفاده از مجاری ارتباطی مناسب برای دریافت اطلاعات، مستلزم صرف هزینه زیاد است. هر چه سطح دانش، آگاهی، مهارت و قدرت سیستمهای اطلاع‌رسانی افزایش می‌یابد هزینه‌های دسترسی به اطلاعات نیز به طور فزاینده بالا می‌رود (۲۱، ص ۳۷). این که گفته می‌شود سرعت دسترسی به اطلاعات افزایش یافته و تسهیلات فراوانی برای کاربران ایجاد شده، اطلاعات به سرعت روزآمد می‌شود و نظایر آنها، هرچند کاملاً درست و واقعی است، در عین حال با مصرف هزینه‌های کلان پیوند خورده است. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی برای همگام شدن با فن‌آوری نوین و پاسخگویی به انتظارات جامعه استفاده‌کننده، ناگزیر از تهیه ابزار جدید یا بازسازی ابزارهای کنونی خود هستند؛ از سوی دیگر باید بار سنگین هزینه‌های روزآمد نمودن اطلاعات را، مطابق با سرعت جریان تولید آن هم متحمل شوند و حتی هزینه‌های مربوط به بازسازی ساختار تشکیلاتی خود مطابق با شرایط جدید، و آموزش نیروی

انسانی را نیز پیردازند. در نتیجه، این فرایند پرهزینه موجب افزایش هزینه هر رکورد اطلاعاتی که در اختیار کاربر قرار می‌گیرد، می‌شود.

نکته مهم دیگری که در شرایط امروز باید روی آن تعمق کافی صورت گیرد، این است که قبل از ورود سیستمهای اطلاع‌رسانی نوین با فن‌آوری جدید، کاربران برای دریافت خدمات اطلاعاتی، کمتر متحمل هزینه می‌شدند و غالباً پرداخت هزینه‌ها برایشان کاملاً قابل توجیه و توأم با رضایتمندی بود. اما در حال حاضر، کاربران اگر بخواهند از سیستمهای اطلاع‌رسانی مجهز به فن‌آوری نوین ارتباطی برای دریافت اطلاعات استفاده کنند برای هر لحظه و برای هر سطر یا هر «بیت»^(۱) اطلاعات باید هزینه پیردازند. در برخی از حوزه‌ها، ارزش اقتصادی اطلاعات بسیار بالا است و کاربران اعم از افراد، شرکتها و مؤسسات برای دریافت اطلاعات، مانند اطلاعات اقتصادی و تجاری باید متحمل هزینه‌های گزافی شوند. اما در بخشی از جامعه که فرهنگ اطلاع‌رسانی ریشه‌دار و دارای ظهوری قوی باشد، کاربران در دسترسی به اطلاعات از نظر هزینه معمولاً دچار مشکل نمی‌شوند؛ حتی در بخشهای دولتی که انگیزه‌های سوداگرانه آنها کم‌رنگ‌تر است، می‌توان بخش عمده‌ای از اطلاعات را به صورت رایگان دریافت نمود.

در هر صورت افراط در ارزش‌گذاری اقتصادی اطلاعات، که روز به روز در حال گسترش است، به عنوان یک مانع جدی در تأمین نیازهای اطلاعاتی کاربرانی که توانایی مالی قابل توجه ندارند یا وابسته به مراکز دولتی و سازمانهای خصوصی متمول نیستند، ظهور کرده است. اگر روند سلطه مؤلفه‌های تجاری بر سیستم اطلاع‌رسانی جهانی به شکل کنونی تداوم یابد و کاربران نتوانند از حصارهای بلند هزینه دسترسی به اطلاعات عبور کنند، باید شاهد نوع جدیدی از سلطه‌گری در این حوزه باشیم.

بیش از نیم قرن پس از مطرح شدن «جریان آزاد اطلاعات» که می‌توانست نقطه مثبتی در دسترسی کاربران به اطلاعات مورد نیاز باشد، به رغم هواداری‌های گسترده، این

میدان مبدل به موجی گسترده و یکسویه به نام «جریان آزاد تبلیغات» گردید. یکی از مدافعان نظریه جریان آزاد اطلاعات در اجلاس «سازمان توسعه و همکاریهای اقتصادی»^(۱) گفت: «در وهله اول، جریان آزاد اطلاعات برای اوضاع سیاسی، اقتصادی و سلامت اجتماعی همه کشورها ضروری است. این یک کالای مثبت است و در وهله دوم، جریان آزاد اطلاعات ضرورتی است که باید در مباحث بین‌المللی از حمایت قوی و مثبت برخوردار شود» (۳، ص ۷۳-۷۲). اما در عمل مشاهده شد که این اظهارات بیشتر جنبه تبلیغاتی دارد و ناشی از توجه به کاربران و نیازهای اطلاعاتی آنها نیست.

«هود وناگهو» در سال ۱۹۷۹ در گزارشی که به چهل و سومین اجلاس کمیسیون ملی یونسکو در امریکا داد گفت: «اساس مدیریت نوین، وابستگی فزاینده به جریان آزاد اطلاعات و در نتیجه ضربه‌پذیری فزاینده در اثر توقف کامل یا محدود شدن این جریان است» (۳، ص ۷۵). این یک وجه مسئله است؛ وجه دیگر آن، این است که جریان آزاد اطلاعات عملاً بدون تأمین منافع سوداگرانه و سیاسی صاحبان قدرت اطلاعاتی، به سختی در اختیار کاربران نقاط مختلف دنیا قرار می‌گیرد.

در هر حال این توافق کلی وجود دارد که امروز دریافت اطلاعات مستلزم هزینه‌ای است که بخشی از آن را باید کاربران اطلاعات بپردازند، چرا که طراحی و استقرار سیستمهای اطلاعاتی و نیز گردآوری، سازماندهی و ارائه خدمات اطلاعاتی مستلزم هزینه‌های گزافی است. همین هزینه‌بر بودن اطلاعات می‌تواند یکی از موانع جدی باشد که کاربران را از انتخاب مجاری مناسب انتقال و دریافت اطلاعات محروم می‌سازد.

● بار اضافه اطلاعات

فن‌آوری پیشرفته، پدیده «بمباران اطلاعاتی» را موجب شد. مواجهه با موج عظیم اطلاعاتی که از مجراهای گوناگون و به شکل‌های مختلف، کاربران را در معرض خود قرار می‌دهد، کار بسیار مشکلی است و مشکل‌تر از آن، گزینش اطلاعات مورد نیاز از میان

چنین موجی است (۲۱، ص ۴۰). کاربران با توجه به جایگاه علمی و شغلی شان برای مصون ماندن از چنین جریانی، تدابیری اندیشیده‌اند. مدیران رده بالای سازمانها از سیستم موسوم به «سیستم اطلاعات اجرایی»^(۱) به عنوان یک ابزار پالایش و کنترل اطلاعات بهره می‌گیرند (۱۴، ص ۷۷)، سیاستمداران از محققین به عنوان یک پالایشگر برای تصفیه اطلاعات مربوط به خود بهره می‌برند و دیگر کاربران نیز بنا به ضروریات حرفه‌ای خود برای در امان ماندن از امواج ناخواسته اطلاعات که می‌تواند «آلوده» نیز باشد، تمهیداتی خاص اندیشیده‌اند.

اکنون تعدد مجراهای دریافت اطلاعات و غلبه برخی از رسانه‌های جدید انتقال اطلاعات بر رسانه‌های سنتی، نظیر چیرگی رسانه‌های ویدیویی و رایانه‌ای بر کتاب در بعضی زمینه‌ها، حاکی از آن است که در عصر حاضر نه تنها سرعت تولید اطلاعات و تنوع موضوعی آن به شدت افزایش یافته و این رشد همچنان ادامه دارد، بلکه رسانه‌های حامل اطلاعات نیز کاملاً دگرگون شده‌اند و چرخه اطلاعات سرعت بی‌سابقه‌ای یافته است. تصور این که در جهان امروز امکاناتی چون تلفن، فاکس، رایانه، پست الکترونیکی، تلویزیون و ویدیو را بتوان نادیده گرفت، تقریباً محال است.

دریافت انبوه اطلاعات برای مقاصد مختلف مانند الزامهای شغلی، معیشتی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی یک موضوع کاملاً عادی شده و تعدد مجراهای اطلاعات و پالایش نشدن اطلاعات، که مطالبی درباره آنها ذکر شد، هضم و بکارگیری همه اطلاعات دریافتی در زمان اندک را مشکل ساخته و بهره‌وری را کاهش می‌دهد. حتی پناه بردن به چکیده‌نامه‌ها و خلاصه مطالب مدارک موجود هم این معضلات را کاملاً حل نمی‌کند، و این موضوع نیز می‌تواند رفع نیازهای اطلاعاتی را با مانع روبرو سازد.

● سایر موانع

علاوه بر موانعی که ذکر شد، عواملی چون سن، جنس، تجربه‌های شغلی، زمینه‌های

آموزشی و پرورشی، محیط کار (دولتی - خصوصی) و کار فردی یا گروهی می توانند بر نیازهای اطلاعاتی اثر بگذارند.

منابع فصل سوم

- ۱- آرتون، پاولین (۱۳۷۳). مبانی نظامها و خدمات اطلاعاتی، گروه مترجمان، «نظامها و خدمات اطلاع‌رسانی»، ترجمه مهرانگیز حریری. تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- ۲- سینق، موهر (۱۳۷۳). مدیریت کتابخانه و نظام اطلاع‌رسانی (نظریه و عمل)، ترجمه غلامرضا فدایی عراقی. دبیرخانه هیأت امنای کتابخانه‌های عمومی کشور، تهران.
- ۳- شیلر، هربرت (۱۳۷۵). اطلاعات و اقتصاد بحران، ترجمه یونس شکرخواه. تهران: کانون نشر و ترجمه آفتاب.
- ۴- ویسمان، هرمان (۱۳۷۳). سیستمها و خدمات اطلاع‌رسانی کامپیوتر، ترجمه جعفر مهرداد، شیراز: انتشارات نوید شیراز.

- 5- Atanasiu, P. (1972). "Studies of Information Science", in *Problems of information science*. Moscow: FID 478.
- 6- Chen, Ching Chih (1982). "Citizen Information needs - A Regional Investigation" in *Information Needs of the 80's*, Vol. 15. USA: JAI Press.
- 7- Cornin, Blise (February 1981). "Assessing User Needs", *Aslib Proceedings*, Vol. 32, No. 2.
- 8- Crawford, Susan (1978). "Information Needs and Uses", *Annual Review of Information Science and Technology*, No. 3.
- 9- Devadason, Francis & Lingam, Pandula P. (1997). "A Methodology for the Identification of Information Needs of Users", *IFLA Journal*, No. 23.
- 10- Frants, Valery I. ; Brush, Carig B. (1988). "The Need for Information and some Aspects of Information Retrieval Systems Construction", *Journal of American Society for Information Science*, vol. 39, No. 2.
- 11- Soper, M.E. et al. (1990). *The Librarian Thesaurus*. Edited by Mary Ellen Soper. USA: ALA.
- 12- ISA (September 1996). Silverplatter.
- 13- Jahoda, G. (1965). "Information Needs of Science and Technology — Background Review", in *FID Proceedings of the 1965 Congress*. FID.

- 14- Karl, Kalseth & Bjornstad Ove (1996). "Executive Information Systems (EIS) and Information Quality", in *New Roles and Challenge for Information Professional in the Business Environment*, FID Occasional Paper No. 12.
- 15- Kunz, Werner ; Rittel, Horst W.J. & Schwuchow, Werner (1977). *Methods of Evaluation of Information Needs: A Critical Review*. Munchen: Verlag Dokumentation Publisher.
- 16- Line, Maurice (1969). "Information Requirements in the Social Science: Some Considerations ", *Journal of Librarianship*, Vol. 1, No. 1.
- 17- Line, Maurice B. (1974). " Draft Definitions: Information and Library Needs, Wants, Demand and Uses", *Aslib Proceedings*, No. 26.
- 18- LISA. (Spring 1996). Bowker Saur.
- 19- Line, M. (1972). "Information Needs of Social Science", in *FID Proceedings*, No. 500. UK: FID.
- 20- Nehnevajsa, Jiri (1965). "Information Needs of Society: Future Patterns", in *Proceeding of the 1965 Congress FID*, (USA: National Academy of Science.
- 21- Nicholas, David (1996). *Assessing Information Needs: Tools and Techniques*. London: Aslib.
- 22- Reviere, Rebeccu *et al.* (1996). "Setting the Stage", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebeccu Reviere, USA: Taylor & Francis.

فصل چهارم

مراحل برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی فرایندی پویا است که با بکارگیری منابع علاوه بر استقرار نظم در اجرای تصمیمات، امکان ارزشیابی مستمر فعالیت‌های انجام شده و بازخورد آنها را فراهم می‌کند. پروژه نیازسنجی به دلیل نیاز به کاهش اثر فضا‌های نامطمئن عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، همچنین ایجاد چارچوب مناسب اجرایی و به حداقل رساندن تصمیم‌گیریه‌ای مقطعی هنگام اجرای پروژه، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق است. «آترتون» ضمن بیان فواید برنامه‌ریزی برای خدمات اطلاعاتی روند برنامه‌ریزی را شامل مراحل زیر می‌داند:

الف. تعیین اهداف کلی؛

ب. مشخص کردن عوامل و قدرتهای محیطی؛

پ. آگاه شدن از نیاز به تحول و تغییر؛

ت. سازمان دادن به تغییرات و تحولات؛

ث. تعیین و پیش‌بینی عوامل آتی که معرف و تعیین کننده فعالیتها است؛

ج. ارزشیابی، گزینش و تصمیم‌گیری در مورد پیشنهاد‌های متناوب؛

چ. تعیین اهداف خاص؛

ح. طراحی برنامه‌های راهبردی عملی؛

خ. انجام تغییرات از طریق برنامه‌های راهبردی (۱، ص ۹۵).

نیازسنجی اطلاعات را باید نوعی تحقیق اجتماعی کاربردی تلقی کرد که روشها و فرآیندهای انجام آن ملهم از علوم اجتماعی است و نتایج حاصل از آن نیز در سیاستگذاری و توسعه برنامه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. از این رو در پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات نیز همانند سایر تحقیقات اجتماعی، تهیه یک ساختار برای راهنمایی و نیز برنامه‌ریزی پروژه، یک اقدام الزامی است. تهیه این ساختار می‌تواند سدی باشد در برابر اشتباهات مفهومی که در نمونه‌گیری و انتخاب روش گردآوری اطلاعات اتفاق می‌افتد. تحقق این امر مستلزم اقدامات زیر است:

گام اول: ایجاد ماتریس

نخستین گام عبارت است از ماتریسی که در آن بتوان سؤالاتی تحقیق، عناصر داده‌ها، منابع داده‌ها و روشهای تحلیل را در ارتباط تنگاتنگ و منطقی با یکدیگر قرار داد (جدول ۴-۱).

جدول ۴-۱. ماتریس اصلی طراحی نیازسنجی اطلاعات برای دست‌اندرکاران امور ترابری در بخش تعمیر و نگهداری ترابری هوایی

(۴)	(۳)	(۲)	(۱)
طرح یا روش تحلیل	منابع داده‌ای	عناصر داده‌ای	سؤالهای تحقیق
<ul style="list-style-type: none"> ● محاسبه نسبت دست‌اندرکاران امور تعمیر و نگهداری ترابری هوایی به تسهیلات و امکانات اطلاعاتی موجود ● محاسبه نسبت دست‌اندرکاران امور تعمیر و نگهداری ترابری هوایی به میزان اطلاعاتی که به آنان قابل ارائه است 	<ul style="list-style-type: none"> ● گزارش‌ها و آمارهای واحد مربوطه ● داده‌های موجود و گردآوری شده از طریق بررسی امکانات و تسهیلات موجود برای تأمین و ارائه اطلاعات 	<ul style="list-style-type: none"> ● تعداد دست‌اندرکاران امور ترابری که در بخش تعمیر و نگهداری ترابری هوایی فعالیت می‌کنند ● درصد دست‌اندرکاران مذکور نسبت به کل دست‌اندرکاران امور ترابری کشور ● تعداد و توانایی بخش‌ها و مراکز تأمین‌کننده اطلاعات مورد نیاز دست‌اندرکاران 	<ul style="list-style-type: none"> ● نیازهای اطلاعاتی دست‌اندرکاران امور ترابری که در بخش تعمیر و نگهداری ترابری هوایی فعالیت می‌کنند، چیست؟

در این ماتریس، وزن و ارزش عناصر داده‌ای از نظر مفهوم ضمنی، دارای اهمیت بسیار است و گزینش این عناصر نیازمند دقت و سنجش است تا در پوششی از پاسخهای شایسته و مناسب قرار گیرند، پاسخهایی که به سؤالهای تحقیق داده می‌شود.

گام دوم: تعیین عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی

رویدادهایی که هنگام نیازسنجی ممکن است رخ دهد و موجب تغییراتی شود، چه بسا تا هنگام انتشار نتایج نیازسنجی اطلاعات تداوم یابد. برنامه‌ریزی راهبردی ما را با نیروهایی که در محدوده پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات نقش و تأثیر دارند آشنا، و امکان ایجاد شرایط مطلوب را میسر می‌کند. برنامه‌ریزی راهبردی سه جنبه دارد:

- ۱- تعیین عوامل بیرونی؛
- ۲- تعیین عوامل درونی؛
- ۳- کنترل و مراقبت احتمال ظهور و تأثیر این عوامل (۵، ص ۷۱).

عوامل بیرونی

عوامل بیرونی چارچوب سیستم مورد نیاز در پروژه نیازسنجی اطلاعات را تشکیل می‌دهند و مشتمل بر شرایطی هستند که بر آراء و افکار، قوانین و مقررات، اقتصاد، فن‌آوری و جمعیت حکمفرمایند. اگر برنامه‌ریزان نیازسنجی اطلاعات از عوامل بیرونی غفلت ورزند، ناخواسته پذیرفته‌اند که زمانبندی، روشها و انتشار نتایج نیازسنجی اطلاعات تحت تأثیر عواملی خارج از برنامه‌ریزی و پیش‌بینی آنان باشد. داشتن یک بینش کلی از عوامل بیرونی، می‌تواند برنامه‌ریزان را از خطراتی که چشم‌پوشی از آنها، شکست پروژه را موجب می‌گردد، آگاه نماید. این عوامل بیرونی به قرار زیرند:

- ۱- آراء و افکار عمومی: منظور طرز فکر، اعتقادات، احساسات و ارزشهایی هستند که می‌توانند عمومیت و قابل پذیرش بودن نیازها را تعیین کنند. آراء و افکار عمومی در زمینه گرایشها، انتظارات، آرزوها، و تغییراتی که در طول زمان به جای می‌گذارند، تحت همین عنوان قابل بررسی هستند. بررسی نیازهای اطلاعاتی در حوزه‌های غیر قابل

پذیرش عمومی و مخالف هنجارها، قاعدتاً برنامه‌ریزی نیازسنجی را دچار اختلال و ناکامی می‌سازد.

۲- قوانین و مقررات: نیازسنجی هنگامی می‌تواند موجب تغییر در وضع کنونی گردد که بر اساس آگاهی از مقررات و قوانین جاری باشد. باید منابع اطلاعاتی آنها را شناخت و نیازسنجی را با استناد به آن اطلاعات، اجرا نمود.

۳- شرایط اقتصادی: این شرایط از آن جهت که می‌توانند منابع مالی در دسترس پروژه را تحت تأثیر قرار دهند یا ارتباط نتایج نیازسنجی اطلاعات با شرایط اقتصادی و وضعیت منابع مالی را نشان دهند، اهمیت دارند (۵، ص ۷۳-۷۲)؛ چرا که برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات باید متناسب با امکانات مالی موجود و محدودیت‌های آن اجرا گردد. وقتی منابع مالی محدود است اجرای محدودتر پروژه نیازسنجی اطلاعات، کارآمدتر خواهد بود.

۴- تغییرات فن‌آوری: فن‌آوری عبارت است از تجهیزات، و دانش مورد نیاز برای استفاده از این تجهیزات. فرصتهایی که امکان بهره‌برداری از امکانات فن‌آوری را فراهم می‌آورد، می‌تواند بسیاری از مراحل نیازسنجی اطلاعات را تسهیل نماید. امکانات شبکه‌های رایانه‌ای نظیر پست الکترونیکی، کنفرانس از راه دور و تسهیلات ارتباطی دیگر، از جمله گزینه‌های با ارزشی هستند که برقراری ارتباط با مخاطبان را آسان می‌سازد. علاوه بر این، تغییرات فن‌آوری موجب تأمل در یافتن راه‌حلهای جدید برای نیازسنجی اطلاعات می‌گردند.

۵- جمعیت: ترکیب و پویایی جمعیت، به لحاظ در دسترس بودن و سهولت توصیف و تحلیل آماری ساده‌ترین عامل مستند کردن نیازسنجی اطلاعات است. اما کنترل متغیرهای جمعیتی کاری بس دشوار است. تغییراتی که در متغیرهایی نظیر سن، جنس، درآمد، شیوه زندگی و مهاجرت پدید می‌آیند در سرنوشت نیازسنجی نقش حیاتی دارند. ملاحظه ویژگیهای جمعیتی از مهمترین عوامل تعیین کننده در پروژه هستند. از این رهگذر می‌توان خصوصیات جمعیتی نقاط مختلف را مورد مقایسه قرار داد.

۶- مؤلفه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی: ارزشها، عقاید، آداب و رسوم، سنتهای فرهنگی، دیدگاهها و بینش سیاسی، قشربندی اجتماعی، وضعیت سازمانهای اجتماعی و فرهنگی و سیاسی، ارتباطات، پیوستگی اجتماعی، رسانه‌ها، مراکز تصمیم‌گیری و سیاستگذاری و نظایر آنها، از جمله عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات هستند و بدون توجه به این مؤلفه‌ها، یافته‌های نیازسنجی منطبق بر واقعیات و شرایط موجود نخواهند بود و در نتیجه قابلیت بهره‌برداری نخواهند داشت.

عوامل درونی

عوامل درونی، آنهایی هستند که از داخل سیستم و سازمان متولی نیازسنجی اطلاعات، بر روی پروژه تأثیر می‌گذارند. این عوامل را می‌توان بدینسان برشمرد:

۱- مجریان: شناخت مجریان و نقش کلیدی آنان در محیط اداری سازمان مسئول نیازسنجی اطلاعات، برای جلب حمایت و همکاریشان در پروژه، مؤثرترین عامل موفقیت است.

۲- وضعیت کنونی سازمان: واقعیات گذشته و حال، نقاط ضعف و قوت، تجارب، سیاستها و برنامه سازمان، یکی از نزدیک‌ترین راههای درک توانایی سازمان و استواری آن در پشتیبانی از پروژه نیازسنجی اطلاعات است.

۳- سازمان مشابه: سازمانهایی که خدمات مشابه ارائه می‌نمایند یا پوشش جمعیتی همگون دارند، می‌توانند از دو جهت بر فرایند نیازسنجی اطلاعات اثر بگذارند: نخست حمایت از یکدیگر در اجرای پروژه نیازسنجی به دلیل امکان استفاده از یافته‌ها به صورت مشترک؛ دوم استفاده از تجارب یکدیگر در برنامه اجرای نیازسنجی اطلاعات. در این حال مجموعه‌ای گسترده از امکانات، نیروی انسانی متخصص و منابع در اختیار پروژه قرار می‌گیرد (۵، ص ۷۵-۷۳).

۴- فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی به شیوه‌ای اطلاق می‌شود که اعضا درباره ویژگیهای سازمان می‌اندیشند. به تعبیر دیگر، فرهنگ سازمانی درک یا پنداشت کلی

اعضای سازمان از هنجارها، ارزشها، قواعد و الگوهای حاکم و جاری در سازمان است. بنابراین بعید نیست که افرادی با زمینه‌های مختلف یا در سطوح مختلف شغلی و حرفه‌ای در یک سازمان وجود داشته باشند و فرهنگ سازمانی را در قالب عبارتهای مشابه توصیف نمایند. فرهنگ حاکم، نمایانگر ارزشهای اصولی است که اکثریت اعضای سازمان در آنها مشترک یا سهیم هستند (۳، ص ۹۶۷).

۵- موجودی منابع: انواع منابع، از نیروی انسانی و هزینه گرفته تا تجهیزات رایانه‌ای، برای اجرا و تکمیل پروژه نیازسنجی اطلاعات مورد نیاز هستند. سطح برنامه‌ریزی راهبردی این امکان را فراهم می‌کند که منابع موجود و در دسترس ارزیابی گردد و تعیین شود که آیا سازمان مسئول نیازسنجی در موقعیتی هست که بتواند در مراحل مختلف، پروژه را پشتیبانی کند یا خیر؟ اگر چنین توانی ندارد، آیا جایگزین کردن منابع دیگر امکان‌پذیر است؟ آیا استفاده از افراد یا سازمانهای ذینفع در نیازسنجی و جلب مشارکت آنان میسر است؟ در نهایت، جستجوی سایر راههایی که منابع دیگر را بسیج کند، و رویکردهایی که گردآوری منابع مورد نیاز برای اجرای پروژه - در صورت ناکافی بودن منابع داخلی - را مورد توجه قرار دهد، ضروری است.

مراقبت و کنترل مداوم عوامل درونی و بیرونی

پس از شناخت عوامل مؤثر درونی و بیرونی در فرایند نیازسنجی اطلاعات، کنترل و مراقبت مداوم آنها یک وظیفه مبهم در طول اجرای پروژه است. مراقبت، مستلزم مشاهده معنی‌دار نیروهای درونی و بیرونی، و نیز شناخت میزان احتمال رویدادهای ممکن، و تعیین وزن هر یک از این عوامل است (۵، ص ۷۷-۷۵). برای این منظور می‌توان با قرار دادن عوامل مؤثر درونی و بیرونی در یک ماتریس، احتمال وقوع و میزان تأثیر آنها را بررسی کرد. نادیده گرفتن یا عدم مراقبت مداوم این عوامل، موجب بروز بحران و شکست پروژه می‌گردد.

گام سوم: تشکیل جلسات برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی برای نیازسنجی اطلاعات یک فرایند مرحله‌ای است که با جلسات متعدد، منظم و حساب شده میسر می‌گردد. در جلسات برنامه‌ریزی، وجود دو عنصر اهمیت اساسی دارد: نخست فردی که تسهیلات لازم برای موفقیت جلسات گفتگو را فراهم سازد؛ دوم فردی که ثبت و ضبط مباحث مطرح شده در جلسات را به عهده گیرد و برای ایجاد آمادگی عمومی و رویت همگان، به انتشار آنها و درج در گزارش نهایی اقدام کند.

گام چهارم: تهیه راهنمای برنامه‌ریزی

گام بعدی تهیه راهنمای برنامه‌ریزی است که باید حاوی سه نکته اصلی باشد:

۱- دلایل تفصیلی برای اجرای نیازسنجی اطلاعات؛

۲- روش‌شناسی؛

۳- استفاده از اطلاعات حاصل از نیازسنجی (۵، ص ۷۸).

گام پنجم: ایجاد تیم تحقیق

محققینی که برای نیازسنجی انتخاب می‌شوند چه از افراد سازمان باشند یا خارج از آن، در هر دو حالت نقاط ضعف و قوتی دارند. دیدگاه نوین فرد خارج از سازمان، می‌تواند یک نقطه مثبت ارزیابی شود و مسائل مربوط به آموزش مسائل سازمان، ضرورت توضیح پروژه نیازسنجی اطلاعات، پرداخت حقوق اضافه بر هزینه نیروی انسانی سازمان، از نقاط ضعف آن است. نیروی انسانی داخل سازمانی در کنار سایر مسئولیت‌هایش، می‌تواند در پروژه نیازسنجی مشارکت داشته باشد. چنین افرادی با امکانات، موقعیت، وظایف و سایر شرایط سازمان آشنایی بیشتری دارند.

در هر حال تبیین و توضیح وظایف و مسئولیت‌های محققین و تیم تحقیقاتی ضروری است. هماهنگی کامل بین رهبری و اعضای تیم و برخورداری از دانش بالای رهبری تیم

تحقیقات، از جمله نکات اساسی در تشکیل تیم است. در اینجا فرض بر این است که نیازسنجی اطلاعات در سازمانی با ساختار تشکیلاتی خاص اجرا می‌شود؛ سلسله مراتب دستورات مشخص است؛ نمودار سازمانی، از آن جهت که جایگاه و مسئولیت افراد را مشخص می‌نماید و می‌تواند برنامه‌ریزی را تسهیل کند، در دسترس است. اگر نمودار سازمانی در دسترس نباشد از طریق خط سیر مسئولیتها در ساختار کنونی، ردیابی آنها باید مورد توجه قرار گیرد.

نکته بسیار مهم در ایجاد تیم تحقیقاتی، تعیین وظایف و دانش و مهارت ضروری برای عضویت در تیم است. سپس باید نیروی انسانی بالقوه موجود را شناخت و وظایف و نقش هر یک را تبیین نمود تا زمان به هدر نرود. از آنجا که تشکیل تیم تحقیق به صورت «گروه موقت» است، و در عین حال کارآیی بالای کلی اعضای تیم تحقیق امری ضروری است، برنامه‌ریزی دقیق برای اجرای مسئولیتها تا پایان پروژه، الزامی خواهد بود. توجه به نکات زیر به معنای داشتن چشم‌انداز روشن از وضعیت تیم تحقیقاتی، و امری الزامی است:

- فهرست کارهایی که تیم تحقیقاتی عهده‌دار آن است؛
- تعیین فردی که مسئولیت اصلی نیازسنجی اطلاعات با او است؛
- ترکیب تیم تحقیقاتی؛
- منبع تأمین بودجه برای نیروهای بیرون از سازمان؛
- تبیین مسئولیتها در تیم تحقیق؛
- ترسیم مراحل پروژه؛
- توجیه اعضای تیم درباره مسئولیتها و نقش خود؛
- ارتباطات با سازمان ذیربط.

گام ششم: کار کردن با افراد ذینفع در نیازسنجی

افرادی که به عنوان «ذینفع» در نیازسنجی از آنها یاد می‌شود مخاطبان، مدیران

سازمان مسئول نیازسنجی، و کلیه کسانی هستند که به نوعی در نیازسنجی دخیل و بدان مربوط‌اند یا از نتایج آن به هر شکل مادی یا معنوی، منتفع و متأثر می‌گردند. دریافت نظرات و قرار دادن آنان در جریان امور، همواره باید مورد توجه قرار گیرد. نگرش احترام‌آمیز به حساسیتها و هنجارهای فرهنگی "افراد ذینفع" و جلب مشارکت و نظر آنان باید دغدغه همیشه مجریان پروژه باشد. اقداماتی چون تعریف و تعیین فرآیند ارتباط با "افراد ذینفع"، شفاف نمودن انتظارات و نیازمندیهای آنان، شناخت هنجارها و ارزشهای فرهنگی خاص آنان، و پیش‌بینی مشکلات احتمالی و راه‌حل آنها، از جمله مواردی هستند که مجریان نیازسنجی اطلاعات باید در برنامه عملیاتی خود مورد ملاحظه قرار دهند.

گام هفتم: تعیین هدفهای عالی و هدفهای عملیاتی

هدفها دو جنبه را در بر می‌گیرد:

۱- فلسفه کلی سازمان متولی و مسئول نیازسنجی اطلاعات. بررسی فلسفه کلی و مأموریتهای سازمان مسئول نیازسنجی می‌تواند در تمرکز مشارکت و تداوم آن برای نیل به مقاصد عالی‌تری که در چهارچوب پروژه هستند، مؤثر باشد.

۲- غایت مورد نظر در پروژه تحقیقاتی. باید هدفهای عالی^(۱) و هدفهای عملیاتی^(۲) که دسترسی به آنها در پروژه، مورد نظر است تعیین گردند. این هدفها در مراحل مختلف از فرآیند نیازسنجی تعیین و تثبیت می‌شوند و از جمله آنها عبارت‌اند از: برنامه‌ریزی برای گردآوری داده‌ها، اشاعه و به اجرا گذاردن تدابیر حاصل از یافته‌های پروژه.

هدفهای عالی، کلی‌تر و عام‌ترند و بطور مستقیم قابل اندازه‌گیری نیستند. مثلاً اگر در نیازسنجی دریافتیم که افراد جامعه از «سواد اطلاعاتی» برخوردار نیستند، هدف عالی ممکن است این باشد که «سطح سواد اطلاعاتی افراد جامعه ارتقا یابد». هدفهای عملیاتی مشخص‌تر، ملموس و عینی هستند؛ بطوری که وقتی بدانها دست یافتیم، آنها را

کاملاً ملموس و واضح می‌یابیم. در هدف عملیاتی باید زمان، هزینه و شاخصهای ارزیابی ملحوظ شده باشند. هدفها چه بلندمدت یا کوتاهمدت و چه عملیاتی یا عالی، باید در مرحله نخست برنامه‌ریزی توضیح داده شوند. فهرست اقداماتی که در هدف‌گذاری باید انجام شود بدین قرارند:

■ هدف یا مأموریت سازمان مسئول نیازسنجی اطلاعات چیست؟ در این مورد باید به چند پرسش پاسخ داد:

— ما که هستیم (هویت سازمان)؟

— بطور کلی نیازهای سیاسی و اجتماعی اساسی که وجود ما وقف برآوردن آنها است، یا مسائل اجتماعی و سیاسی که ما مسئولیت حل آنها را داریم، کدام‌اند؟

— اساساً برای تشخیص یا پیش‌بینی نیازها یا مشکلات و واکنش در برابر آنها، چه اقدامهایی می‌خواهیم انجام دهیم؟

— چگونه در مقابل «افراد ذینفع سرشناس» واکنش نشان دهیم؟

— فلسفه وجودی ما چیست و ارزشهای بنیادی ما کدام‌اند؟

— چه چیزی ما را از دیگران متمایز یا منحصر به فرد می‌سازد (۲، ص ۱۱۵-۱۱۴)؟

■ هدف یا هدفهای کلی پروژه چیست؟

— هدفهای برنامه‌ریزی کدام‌اند؟

— هدفهای اجرا کدام‌اند؟

■ هدفهای عملیاتی در هر هدف عالی چیست؟

— آیا هدفهای عملیاتی قابل اندازه‌گیری، قابل مشاهده و دست‌یافتنی هستند؟

— آیا هدفهای عملیاتی در برگیرنده چارچوب زمانی، نتیجه مورد نظر، و مسئولیت

فردی یا گروهی هستند (۵، ص ۸۴)؟

گام هشتم: زمانبندی و تعیین سیر زمانی پروژه

مجریان، متصدیان امور هزینه‌ها، افراد ذینفع و پژوهشگران باید بر سر چارچوب

زمانی اجرای نیازسنجی و انتشار نتایج آن، توافق داشته باشند. زمانبندی اجرای پروژه یکبار بطور کلی مورد بحث قرار می گیرد و پارامترهای آن تعیین می شود و نحوه حصول رضایت افراد در کنار زمان مورد نیاز برای انجام آن تعریف می گردد. زمانبندی باید در بردارنده خط سیر زمانی برای موارد زیر باشد:

۱- برنامه ریزی؛

۲- گردآوری داده ها؛

۳- تحلیل داده ها؛

۴- نگارش و تدوین گزارش و مرور آن.

زمانبندی می تواند شامل معرفی و انتشار یافته ها هم باشد؛ اگرچه چارچوب زمانی آن، به صورت ضعیف و کم رنگ در مراحل قبلی برنامه ریزی آمده باشد. در زمانبندی باید احتمال وقوع وقفه در مراحل گردآوری داده ها، تشکیل جلسات، انتشار نتایج و نظایر آن را تا حد ممکن پیش بینی کرد.

گام نهم: آماده سازی منابع

رویکردهای گوناگون در نیازسنجی اطلاعات، نیازمند منابع متفاوت است. از این رو هر پروژه، نیازمندیهای خاص خود را دارد؛ مانند مسائل مالی، ملزومات، تجهیزات و فضا. ملزومات و تجهیزات شامل کاغذ، رایانه، دیسکت، نوشت افزار، چاپ، تلفن، ماشین تایپ، فاکس، فضای لازم برای نگهداری ملزومات و تجهیزات و نگهداری اطلاعات (پرسشنامه و نظایر آنها). برای نیازمندیهای مربوط به فضا، موارد زیر باید مورد توجه قرار گیرد:

○ محل تشکیل جلسات و نگهداری تجهیزات، و امکانات فنی و رفاهی مربوط

به آن؛

○ خلوت بودن و امکان دسترسی افراد به ملزومات؛

○ امکانات ذخیره و نگهداری؛

○ کفایت فضا برای کارمندان و سایر افراد ذیربط در پروژه؛

○ تسهیلات مربوط به رفت و آمد؛

○ امنیت متناسب با سطح فعالیت (۵، ص ۸۷-۸۵).

گام دهم: اداره تبلیغات

تبلیغات از دو نظر دارای اهمیت است: نخست تشویق مردم به همکاری، و دیگر بهبود دیدگاهها و شفاف کردن فعالیت سازمان متولی نیازسنجی اطلاعات. اگر گروهی از افراد در اجرای نیازسنجی اطلاعات درگیر هستند، باید از پروژه و مسایل پیرامون آن مطلع باشند. رعایت این نکته موجب افزایش آگاهی و جلب مشارکت نزدیک‌تر آنها می‌گردد. آگاهی دادن عمومی از طریق وسایل ارتباط جمعی نظیر مطبوعات، رادیو، تلویزیون، مراکز تجمع، کتابخانه‌ها، و نیز انتشار مقالات، گردهمایی و سایر ابزاری که بدون هزینه اطلاعات را منتقل می‌سازند (مانند ارسال اطلاعات در قالب «خبر» به روزنامه‌ها) مطلوب و امکان‌پذیر است. در تبلیغات و انتقال اطلاعات مرتبط با پروژه نیازسنجی، باید از نظر حجم و شیوه انتقال، به «روانشناسی تبلیغات» توجه کرد. مسائلی که در اقدام به تبلیغات پروژه نیازسنجی باید مورد توجه قرار داد، بدین قرارند:

● چه کسی یا کسانی باید از مسائل مربوط به پروژه مطلع باشند؟

● چرا افراد مورد نظر باید از اطلاعات مربوط به پروژه مطلع باشند؟

● تبلیغ از چه راهی انجام شود؟

○ رسانه‌های محلی؛

○ روزنامه‌ها؛

○ انتشارات به شیوه خاص؛

○ اعلامیه؛

○ رادیو؛

○ تلویزیون؛

- دسترسی از طریق کابل‌های محلی؛
- انتشارات سازمان مسئول پروژه؛
- گزارشها (سالانه یا ماهانه)؛
- سازمان خدمات محلی؛
- انجمنها؛
- پست؛
- خبرنامه؛
- تابلو اعلانات شبکه‌های رایانه‌ای (BBS)؛
- سازمانهای تخصصی؛
- تابلو اعلانات مؤسسه؛
- ارائه به صورت شفاهی (سخنرانی، همایش و نظایر آنها).

گام یازدهم: ارزیابی فرایند

در هر مرحله از فرایند اجرای نیازسنجی، ارزیابی مداوم فعالیتها ضروری است. تیم تحقیقاتی هرگاه فرصت می‌یابد باید سیر زمانی، هدفها، مشکلات و نارساییهای احتمالی را مورد ارزیابی قرار دهد. این موضوع در ایجاد امکان ارزیابی و تطابق فعالیتها انجام شده با پیش‌بینی‌های برنامه مؤثر است. علاوه بر این، ارزیابی نهایی پروژه یک ضرورت غیر قابل تردید است. بسیاری از یافته‌های پژوهش پس از ارزیابی، به صورت «پیشنهاد» قابل ارائه هستند. بیان نقاط ضعف و قوت پروژه نیز از اجزای جدایی‌ناپذیر گزارش نهایی است که دسترسی بدانها از طریق ارزیابی مسیر می‌گردد. اقدامات مورد نظر در ارزیابی پروژه را می‌توان به صورت سؤال طرح کرد. این سؤالها بدین قرارند:

□ آیا هر زمان که تیم تحقیقاتی گرد هم می‌آیند، یک ارزیابی غیر رسمی از پروژه به عمل می‌آید؟

□ آیا مجال ارزیابی رسمی پروژه توسط افرادی خارج از تیم تحقیقاتی وجود دارد؟

□ آیا در برنامه زمانبندی شده، جایی برای ارزیابی کلی پروژه پس از خاتمه آن

پیش‌بینی شده تا نقاط ضعف و قوت پروژه را مشخص کند؟

ارزیابی پروژه در مرحله برنامه‌ریزی نیز می‌تواند در تعیین یا پیش‌بینی تهدیدها و خطرهای احتمالی که ممکن است پروژه با آنها روبرو شود، و نیز تعیین جانشینهای مناسب در برنامه، کاربرد داشته باشد. فنون کمی در این مورد نقشی مؤثر دارند (۴، ص ۱۰۳).

نکته آخر این که ارزیابی پروژه نیازسنجی اطلاعات، در واقع بازخوردی به فرایند برنامه‌ریزی است و می‌تواند در بهبود برنامه‌ریزی نیازسنجی، کارآیی مطلوبی داشته باشد.

منابع فصل چهارم

۱. آترتون، پاولین. (۱۳۷۳). مبانی نظامها و خدمات اطلاعاتی، گروه مترجمان، «نظامها و خدمات اطلاع‌رسانی»، ترجمه مهردادخت وزیرپور کشمیری. تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- ۲- پواسون، جان ام. (۱۳۷۲). برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمانهای دولتی و غیرانتفاعی، ترجمه عباس منوریان. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ۳- رابینز، استیفن بی. (۱۳۷۴). مدیریت رفتار سازمانی، ج. ۳، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- 4- Harvey, Maylor (1996). *Project Management*. Pitman Publishing.
- 5- Reviere, Rebecca (1996) "Setting the Stage", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebecca Reviere, USA: Taylor & Francis Publisher Science.

فصل پنجم

روش‌شناسی مطالعه نیاز اطلاعاتی

۱- انواع مطالعه نیاز اطلاعاتی

قبل از تشریح روشهای پژوهش درباره نیاز اطلاعاتی، لازم به یادآوری است که روشهای گردآوری و تحلیل اطلاعات در علوم و به‌ویژه در علوم انسانی بطور عام از اصول و مبانی یکسان و مشترکی برخوردارند. به تعبیر دیگر، روشهای پژوهش در علوم انسانی در چارچوب موضوع یا رشته خاصی محدود نمی‌گردند، بلکه بنا به نوع نیاز و ماهیت موضوعات از آنها بهره‌برداری می‌گردد. روشهای نیازسنجی اطلاعات نیز با روشهای پژوهش در علوم اجتماعی همپوشانی دارند و ابزار گردآوری اطلاعات نیز همانهایی هستند که در علوم اجتماعی کاربرد دارند. از این رو آنچه با عنوان «روشهای نیازسنجی اطلاعات» بیان می‌شود، به نوع بهره‌برداری از روشهای پژوهش اشاره دارد. برای سهولت مطالعه، پژوهشگران دسته‌بندی‌های گوناگونی از شیوه مطالعه نیازهای اطلاعاتی ارائه نموده‌اند. «کانز»^(۱) «ریتل»^(۲) و «شوخیو»^(۳)، ضمن بررسی اجمالی مفاهیم نظری نیازهای اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی، روشهای تحلیل نیاز اطلاعاتی را به چهار

مقوله تقسیم کرده‌اند:

□ مطالعه درباره اشاعه اطلاعات، شامل کیفیت و وضعیت توزیع و استفاده از اطلاعات؛

□ مطالعه کاربران، که بر روی گروههای استفاده کننده از اطلاعات تمرکز دارد و مفاهیم روان‌شناسی اجتماعی، زبان‌شناسی، سازمان و نوع‌شناسی کاربران را مد نظر قرار می‌دهد؛

□ مطالعه رفتار اطلاع‌یابی، شامل علل ایجاد و بروز یک رفتار اطلاع‌یابی، کنترل عوامل یک رفتار اطلاع‌یابی، و رفتارهای حل مسئله؛

□ مطالعه کاربرد اطلاعات، که هدف از آن، سنجش و اندازه‌گیری میزان بهره‌مندی کاربران از تسهیلات اطلاعاتی است.

اگرچه مطالعات مورد نظر آنان منجر به غفلت از برخی روشهای سستی در تحلیل نیازهای اطلاعاتی می‌گردید (۱۶، ص. ۸-۱۱)، اما تقسیم‌بندی مورد نظرشان از انواع مطالعه نیاز اطلاعاتی، موجبات یک استنباط کلی در بررسی روش‌شناسی این مطالعات را فراهم آورد. از این رو نمی‌توان منکر اهمیت کار بزرگ آنان شد. آنان معتقد بودند که در روش‌شناسی انواع شیوه‌های مطالعه نیازهای اطلاعاتی:

○ در غالب موارد، فرضیه مدونی وجود ندارد؛

○ روشهای نیازسنجی و مطالعه کاربران به وسیله اندیشمندان علوم اجتماعی گسترش یافته‌اند که در مطالعه کاربران مورد اعتماد نیستند؛

○ «نمونه‌ها» غالباً آن چنان کوچک، یا از نظر «تصادفی بودن» مخدوش هستند که قابلیت تعمیم ندارند؛

○ روشهای تحلیل آماری، بطور ناقص مورد استفاده قرار می‌گیرند.

بر اساس تقسیم‌بندی «منزل»^(۱) درباره انواع مطالعه نیازهای اطلاعاتی، چهار رویکرد قابل تصور است:

۱- مطالعه کاربران

- مطالعات ارزیابی و تعیین اولویتها، مانند مطالعه اولویتهای فردی و ارزیابی براساس تفاوت مجراهای جستجو و دریافت اطلاعات، رسانه‌ها و امکانات؛
- مقایسه آماری دریافت کنندگان اطلاعات از مجراهای گوناگون؛
- مطالعه خواستها، مانند مطالعه نیازهایی که فرد یا گروه راساً اظهار می‌نمایند؛
- مطالعات تجربی (تنها مثالی که وی درباره مطالعه تجربی ارائه می‌دهد در تأثیرات نمایه استنادی در فیزیک بر روی رفتار اطلاع‌یابی فیزیکدانان در زمینه کاربرد مجلاتی است که نمایه‌نامه آنها را پوشش می‌دهد).

۲- مطالعه استفاده از اطلاعات

- مطالعه مجراهای دریافت اطلاعات، مانند مطالعه آماری آنها؛
- مطالعه فعالیتهای ارتباطی فاقد کارایی؛
- مطالعاتی که بر روی یک مجرای خاص انتقال اطلاعات متمرکز نشده‌اند (در یک نوع مطالعه، تمرکز بر روی ناکامی در برقراری ارتباط علمی است و در دیگری، بر روی منابع اطلاعاتی است که در مراحل مختلف پروژه‌های تحقیقاتی کاربرد پیدا کرده‌اند)؛
- مطالعه رویدادهای مهم، مانند مطالعه رفتار اطلاع‌یابی کاربران در یک موقعیت دشوار و خاص.

۳- مطالعه اشاعه اطلاعات

- مطالعاتی هستند که مربوط به فرایند ارتباط حرفه‌ای و تخصصی با منابع، نویسندگان و مکانیسمهای اشاعه، خصوصاً در حوزه اطلاعات عملی و فنی می‌باشند (نظیر تحقیق ارتباط جمعی، انتقال فن‌آوری و نوآوری).

۴- برنامه‌های مطالعه جامع

- سایر انواع مطالعه که ترکیبی بوده و در سه نوع قبلی نمی‌گنجد (۱۷، ص. ۱۵-۱۴).
- «کاترین هیل»^(۱) در یک جمع‌بندی، انواع مطالعه نیازهای اطلاعاتی را همراه با

روش‌شناسی آنها در یک جدول متقاطع فراهم آورده‌است (۱۶، ص. ۲۲). اما وی ضمن بررسی کلی انواع نیازهای اطلاعاتی و تعریف آنها، هیچگونه توضیحی درباره روشهایی که نام برده‌است، ارائه نمی‌کند.

جدول ۱-۵. کاربرد روش‌شناسی تحقیق در انواع مطالعه نیازسنجی اطلاعات از نظر «هیل»

نوع مطالعه						
	روش‌شناسی تحقیق	مطالعه نیاز ضروری	مطالعه نیاز بالقوه	مطالعه خواسته‌ها	مطالعه هدف‌گرا	مطالعه جمعیتی
پرسشنامه				*	*	*
تحلیل آماری				*		*
تکنیک میزگرد		*		*		*
بحث گروهی				*	*	*
روش سیستمی				*	*	*
مشاهده				*	*	*
حدس و تخمین		*	*	*		*
تحلیل استنادی				*	*	*
تحلیل محتوا				*	*	*
بیان افکار						*
آزمون				*	*	*
مصاحبه				*	*	*
یادداشت روزانه				*	*	*

یک تقسیم‌بندی جامع از انواع مطالعه نیازهای اطلاعاتی، باید زمینه‌های زیر را پوشش دهد:

○ انواع نیازهای اطلاعاتی مانند نیازهای ضروری و اولیه، نیازهای بالقوه و نیازهای اظهار شده؛

○ گوناگونی جوامع آماری مورد مطالعه از نظر ترکیب، ساختار و ماهیت؛

○ آثار و نتایج استفاده از اطلاعات بر اساس بهره‌برداری کاربران؛

○ رفتار اطلاع‌یابی کاربران در سطوح، تخصصها، تجارب و موقعیتهای گوناگون.

بر این اساس، مطابق تقسیم‌بندی هیل، انواع مطالعه نیازسنجی به شرح زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد و سپس روش‌شناسی این مطالعات تشریح می‌گردد:

۱- مطالعه نیاز ضروری؛

۲- مطالعه خواسته‌ها؛

۳- مطالعه هدف‌گرا؛

۴- مطالعه جمعیتی؛

۵- مطالعه کاربران.

● مطالعه نیاز ضروری

عموم افراد برای این که در سازگاری با محیط اجتماعی خود موفق شوند و شرایط مطلوبی برای زندگی روزمره‌شان فراهم گردد، به اطلاعات آن حوزه نیاز قطعی و حیاتی دارند. مطالعه نیاز ضروری برای ارزیابی مجموعه‌ها نیز کاربرد فراوانی یافته است. چون از طریق میزان مراجعه افراد به منابع اطلاعاتی می‌توان دریافت که کدام منبع حاوی اطلاعات ضروری و حیاتی برای مردم است. همواره این بحث در کتابخانه‌ها مطرح بوده که مجموعه‌سازان باید از نظر کیفیت، منابعی را فراهم آورند که مردم مراجعه به آنها را ضروری بدانند. اطلاعات «ضروری» از نظر یک شهروند مسئول، به اندازه نیازهای بهداشتی اهمیت دارد و بدون آن ادامه حیات مختل می‌گردد.

اساس این نوع مطالعه بر این فرض است که «اطلاعاتی وجود دارد که مردم باید بدانند» و درگزينش فهرستها، فهرست مجموعه‌های اصلی و کتابشناسی‌های استاندارد کاربرد دارد. در اینجا داوری درباره «ضروری بودن اطلاعات» به عهده مراجعہ کنندگان به مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌ها است. از دیگر محورهای این نوع مطالعه، معین کردن اطلاعاتی است که شهروندان «باید» از آن برخوردار باشند، تا به عنوان افراد فرهیخته‌ای که در فرایند تحقق مدنیت در جامعه نقش دارند، مورد پذیرش قرار گیرند. همچنین افراد باید از حقوق اساسی و نقش اجتماعی خویش کاملاً مطلع باشند تا در دفاع از حقوق فردی و اجتماعی خود و نیز مشارکت در اداره امور جامعه و ایجاد شرایط یک زندگی سالم، به توفیق دست یابند. کتابداران و اطلاع‌رسانان در ایجاد یک جامعه فرهیخته و آشنا به حقوق شهروندی، نقش مری را ایفا می‌کنند. حتی آن نظر سستی که وظیفه نخست کتابدار را «حفاظت و پایداری از فرهنگ» تعریف می‌کرد، با این عقیده که «مردم چه چیزهایی را باید بدانند» مربوط می‌شود (۱۶، ص. ۳۰-۲۹).

نمونه‌هایی از اطلاعاتی که برای مردم «ضروری» تشخیص داده شده، توسط صاحب‌نظران و سازمانها و ناشران ذیربط در منابعی گردآوری می‌شود. این منابع خود حاوی فهرستی از عناوینی هستند که در هر کتابخانه وجودشان «الزامی» است، چون حاوی اطلاعات «ضروری» مورد نیاز مردم است. منابعی که در زیر به آنها اشاره می‌شود، در خارج از کشور در همین زمینه مورد استفاده قرار می‌گیرند:

- Books for Public Libraries;
- Books for College Libraries;
- The Elementary School Library Collection;
- Starter List.

در ایران متأسفانه فهرست مستقل و مشخصی از چنین منابعی که به صورت خاص تدوین شده باشد، وجود ندارد؛ اما به خوبی می‌توان نوع این منابع را مشخص کرد:

- دائرةالمعارفها
- کتابشناسی‌ها
- فرهنگها
- راهنماها

○ کتابهای سال ○ نقشه‌ها

○ مجموعه قوانین، مقررات و احکام مذهبی

منابع مذکور برای هر کتابخانه و سیستم اطلاع‌رسانی که به دنبال پاسخگویی به نیازهای «ضروری» مردم است، بسیار اهمیت دارند.

نقاط قوت «مطالعه نیاز ضروری»

۱- حسن این نوع مطالعه، اعتماد به افراد و گروههایی است که در حوزه مربوط به خود فعالیت می‌کنند. فهرستی که از طریق این نوع مطالعه به دست می‌آید حاوی نظرات افراد دارای صلاحیت است که توسط عده‌ای صاحب‌نظر دیگر بازبینی و اصلاح می‌گردد. این فهرستها می‌تواند مبنای ایجاد یک مجموعه برای پاسخگویی به نیازهای «ضروری» افراد در آن حوزه خاص باشد.

۲- کاربرد آنها بسیار ساده است و تنها کافی است که کتابداران و اطلاع‌رسانان فهرست را دریافت و بر مبنای آن مجموعه‌سازی کنند، یا این که مجموعه موجود را براساس فهرست تهیه شده از منابع، بازبینی کنند و بهبود بخشند.

۳- نگرش «تأمین نیازهای ضروری»، تمرکز بر کیفیت مجموعه دارد؛ بر خلاف سایر روشها که بیشتر بر کمیت تأکید می‌کنند.

۴- در این فهرستها برای تأمین منابع اطلاعاتی «نیازهای ضروری»، احتیاجی به این که پژوهشگران درون مجموعه را بکاوند نیست، اما تا حدودی پژوهشگران را قادر می‌سازد که بر بخشهای خاصی مانند منابعی که مربوط به یک دوره زمانی خاص یا نویسنده مشخص هستند تمرکز داشته باشند.

نقاط ضعف «مطالعه نیاز ضروری»

۱- از لحاظ تجربی پشتوانه توجیه آن چندان قوی نیست. استفاده از این نوع تحلیل بر این فرض استوار است که حفظ سطح کیفی مجموعه تأثیر مفیدی بر روی کاربران

می‌گذارد، در صورتی که این فرض نیاز به استدلال و پشتوانه علمی که مبتنی بر نتایج تحقیقات باشد دارد.

۲- باید پذیرفت که هر فهرستی که برای تعیین و تأمین نیاز «ضروری» به کار می‌رود دارای استانداردها و انگیزه‌های خاص خود است که از موقعیتی به موقعیت دیگر، ممکن است متفاوت باشد.

۳- تمرکز و توجه تحلیل نیاز اطلاعاتی «ضروری»، بر روی مجموعه‌های اطلاعاتی است و صرف نظر از این که خواست کاربر چیست یا امکان استفاده بالقوه از اطلاعات چقدر است، سایر ملاحظات مربوط به استفاده از منابع را نادیده می‌انگارد. علاوه بر این جاذبه استفاده از این روش تحلیل برای کتابداران و اطلاع‌رسانان ساده، آن است که آن را جایگزین سیاست توسعه مجموعه بنمایند. روشن است که این روش، اغواکننده و از نظر مالی مشکل‌آفرین است و برنامه توسعه مجموعه بر اساس یک برنامه مدون و پیشرفته را مختل می‌سازد.

۴- ضعف دیگر این نوع مطالعه، وجود مشکل در تعریف «کیفیت» است. نظریه‌ای که می‌گوید «کتابداران و اطلاع‌رسانان باید فقط بهترین‌ها را برای مجموعه‌های اطلاعاتی برگزینند»، باید به این سؤال پاسخ گوید که «بهترین» کدام است، برای چه هدفی و برای کدام مخاطب؟

تعاریف «کیفیت» ممکن است بطور مداوم تغیر کنند. فرضهای نخست در تدوین فهرستی که برای تأمین نیازهای اطلاعاتی «ضروری» ارائه می‌شود، تعیین‌کننده «کیفیت» مجموعه منابع خواهد بود. در این صورت ممکن است مبنای تهیه یک فهرست، این فرض باشد که کاربران «اهل علم» هستند و در فهرستی دیگر فرض بر این که کاربران «عامه مردم» هستند.

۵- نقطه ضعف پنجم این روش، مشکلات روش‌شناختی مربوط به کاربرد فهرستها برای تعیین و تأمین نیاز «ضروری» است. این مشکلات از کوتاه بودن زمان اعتماد به این فهرستها ناشی می‌شود. فهرستهایی که برای ارزیابی مجموعه‌ها مورد استفاده قرار

گرفته‌اند، ممکن است برای مجموعه‌سازی نیز به کار روند. حقیقت این است که این فهرستها برای مقایسه مجموعه‌های اطلاعاتی فراهم نشده‌اند و دستورالعمل مشخصی نیز برای تعیین روابط بین فهرست مورد استفاده و درصد موجودی کتابخانه بر مبنای آن فهرست، پیش‌بینی نشده‌است.

۶- نکته آخر این که، اگرچه تحلیل نیاز «ضروری» با هدف ایجاد مجموعه‌ای که به فرهیختگی مردم کمک کند توجیه شده، اما ممکن است خود این مجموعه‌های اطلاعاتی، عملاً فاقد چنین خصوصیتی باشند. در نقش این نوع تحلیل در پیشبرد اهداف اجتماعی و آگاهی دادن به مردم، باید با واقع‌بینی از غلوی که ممکن است در توجیه آن وجود داشته باشد، آگاه بود.

استفاده از این روش مطالعه، توجیه تجربی ضعیفی دارد و اگر به مثابه جایگزین خط مشی توسعه مجموعه به کار رود، فاقد کارایی است. قضاوت درباره ارزش منابعی که در این فهرستها آمده‌اند در مقایسه با منابعی که ذکر نشده‌اند کاری دشوار است. به هر حال هنگامی که از طریق تحلیل نیاز «ضروری» فهرستی تهیه می‌شود، باید آن را یک «راهنما» برای ایجاد یا ارزیابی مجموعه محسوب نمود و نه «تنها راه» تأمین نیازهای اطلاعاتی «ضروری» (۱۶، ص. ۳۹-۲۷).

● مطالعه خواسته‌ها

مطالعه «خواسته‌ها» به تحلیل نیازهای اطلاعاتی که ارباب رجوع در حال حاضر دارند و از طریق بیان نظرات و خواسته‌شان معلوم می‌شود، می‌پردازد. این نوع مطالعه به دنبال یافتن پاسخ برای چنین سؤالهایی است:

- افراد چگونه نیاز اطلاعاتی‌شان را می‌فهمند؟

- آنان چه نوع راه‌حلهایی را برای تأمین نیاز اطلاعاتی‌شان مفید می‌دانند؟

- نیاز اطلاعاتی چگونه عمومیت پیدا می‌کند؟

فرض اولیه در مطالعه «خواسته‌ها» این است که «خواسته» فرد، بیانگر نیازهای

اطلاعاتی او است. از آنجا که تلقی و استنباط افراد از نیاز اطلاعاتی شان متناسب با درک فردی آنها است، این موضوع ممکن است دسترس پذیری اطلاعات را با مانع روبرو سازد. علاوه بر این کاملاً روشن است که موضوع ارائه خدمات اطلاعاتی به کاربران، به شدت تحت تأثیر توجه یا بی توجهی کتابخانه ها به «خواسته ها»ی کاربران در زمینه مدارک و خدمات است. از نقطه نظر اقتصادی نیز می توان بدین نکته اشاره کرد که استفاده از کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی، خرید مدارک منابع و اطلاعات توسط آنها را توجیه پذیر می سازد. همین موضوع می تواند در مطالعه «خواسته ها» به عنوان یک عامل اثرگذار در تحلیل نیازهای اطلاعاتی، مورد توجه قرار گیرد.

نقاط قوت مطالعه خواسته ها

مطالعه «خواسته ها»ی کاربران دارای وجوه مثبتی چون ارتباط مستقیم با نیازهای اطلاعاتی «اظهار شده» کاربران، برقراری روابط خوب با کاربران، در مواردی کم هزینه بودن (به تناسب روش شناسی)، و دسترسی به اندازه های کمی است که می تواند در ارزیابی خدمات اطلاع رسانی مورد استفاده قرار گیرد. اگر چه توازن و هماهنگی میان «خواسته ها»ی کاربران و نیازهای اطلاعاتی آنان ممکن است زیر سؤال باشد، اما تردیدی نمی توان کرد که «خواسته ها»ی کاربران بیانگر بخشی از نیازهای اطلاعاتی است.

درک مردم از نیازهای اطلاعاتی شان، به شیوه نگرش آنان به امکانات اطلاعاتی شکل می دهد. یافته های اخیر نشان می دهد که افرادی که در دسترسی به اطلاعات برای حل مسائل خود ناکام شده اند، به این اعتقاد رسیده اند که مشکل آنها راه حلی ندارد و در نتیجه، تلاش برای دریافت اطلاعات را متوقف نموده اند (۱۳، ص ۲۳).

این نگرش کاربر، بهره برداری از کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی را تحت تأثیر قرار می دهد. مطالعه «خواسته ها»، ارزش سرمایه گذاری انجام شده در بخش کتابخانه و اطلاع رسانی را به نحو مطلوبی نمایان می سازد، چرا که حاصل این سرمایه گذاری در

دسترسی کاربران بدانچه «می‌خواهند» نمایان می‌گردد. تعیین ارزش سرمایه‌ای که صرف تهیه منابع اطلاعاتی گردیده و قضاوت دربارهٔ صرفه اقتصادی سرمایه‌گذاری در مجموعه‌سازی و خدماتی که ارائه می‌شود با همین نوع تحلیل قابل حصول است. مطالعات انجام شده نیز در مواردی کارآیی این نوع مطالعه را تأیید می‌کند.

نقاط ضعف مطالعه خواسته‌ها

همان‌گونه که قبلاً گفته شد، یک نقطه ضعف مطالعه «خواسته‌ها» این است که فرض اولیه را بر این می‌گذارد که «خواسته‌های» کاربران، کاملاً با نیازهای اطلاعاتی آنان منطبق است و باز هم، همان‌گونه که در بیان نقاط قوت مطالعه «خواسته‌ها» گفته شد، تردیدی نیست که «خواسته‌ها»ی کاربران گویای بخشی از نیاز اطلاعاتی آنان است. اما در اینجا باید تأکید کرد که بی‌تردید بخشی از نیازهای اطلاعاتی کاربران، اصولاً به دلیل ناآگاهی آنان بیان نمی‌شود. در فصل نخست بدین نکته اشاره شد که کاربران نیازهایی را اظهار می‌نمایند که به احساس یا درک آن نایل می‌گردند؛ اما بخش دیگری از نیازها که چه بسا نیاز «ضروری» و «واقعی» آنها باشد، به دلیل ناآگاهی یا شرایط خاص دیگر، نادیده گرفته می‌شود. نکته دیگر این که در صورت آگاهی از نیازهای اطلاعاتی، فرموله و بیان کردن آن به صورت سؤال ممکن است از عهدهٔ کاربر برنیاید.

نقطه ضعف دیگر در مطالعه «خواسته‌ها»، تأثیر مسائل اخلاقی در فراهم‌آوری اطلاعات واقعی مورد نیاز کاربر است. حصول اطمینان از این که اطلاعات واقعی مورد نیاز کاربر، همان اطلاعاتی است که در اختیار او گذارده می‌شود، خصوصاً در موقعیت‌هایی که ارجاع صورت می‌گیرد، مشکل است. همچنین توجه به تغییراتی که مداوماً در «خواسته‌ها»ی کاربران پدید می‌آید، این نوع مطالعات را از نظر اقتصادی قابل تأمل می‌سازد؛ چون معلوم نیست آیا با سرمایه‌گذاری انجام شده، می‌توان از مطالعه نتایج مورد نظر را به دست آورد یا خیر. اگر به خروجی مطالعه به عنوان یک «کالا» نگریسته شود، به نظر می‌رسد که جبران هزینهٔ مطالعه دور از دسترس باشد.

نکته آخر این که، ارزیابی مداوم نیازهای اطلاعاتی از طریق مطالعه «خواسته‌ها»ی کاربران، در صورتی که انتظار ما پویایی و واقعی بودن نتایج آنها باشد، از نظر زمانی، طولانی و نیز پرهزینه است (۱۹، ص. ۱۹۳-۱۹۱).

در پایان باید متذکر شد که کاربرد این نوع مطالعه برای دستیابی به یک تصویر کلی از نیازهای اطلاعاتی کاربران است و باید از مطلق قلمداد کردن نتایج آن پرهیز نمود. برخی از پژوهشگران در باره استفاده از آمارهای کتابخانه‌ای نظیر آمار مربوط به درخواست اطلاعات کاربران در جهت این نوع مطالعه هشدار داده‌اند. آنان این‌گونه استدلال می‌کنند که کاربران «خواسته‌ها»ی فردی خود را در محدوده منابع موجود مطرح می‌سازند. بدیهی است که آنان نیازهایی دارند که به دلیل در دسترس نبودن منابع در کتابخانه یا مرکز اطلاع‌رسانی، از بیان آنها خودداری می‌کنند (۱۷، ص. ۵۱). از جمله مطالعاتی که در این زمینه انجام گرفته می‌توان به اثر «سینق»^(۱) با عنوان «بررسی نیازهای اطلاعاتی و استفاده از اطلاعات» (۲۱، ص. ۴۳-۳۸) در هند اشاره نمود.

● مطالعه هدف‌گرا

در این نوع مطالعه فرض بر این است که افراد برای رسیدن به هدف، به دنبال حل مسائل خود هستند. اطلاع‌رسانان و کتابداران با توجه به موقعیت، نوع فعالیت و مسئله‌ای که برای کاربران مطرح است، نیاز اطلاعاتی را تحلیل و به ایفای وظایف خویش در زمینه تحویل اطلاعات می‌پردازند. این نوع مطالعه به رفتارهای کاربران برای حل مسائل و نوع اطلاعاتی که مورد استفاده قرار می‌دهند، می‌پردازد. این رویکرد هنگام طراحی سیستمهایی که مستلزم ارتباط انسان و سیستم مکانیزه است، مفید خواهد بود.

تحلیل هدف‌گرا از نیاز اطلاعاتی، پاسخگوی چنین سؤالهایی است:

○ چه اطلاعاتی برای موفقیت و کارآیی در انجام وظایف مورد نیاز است؟

○ چه اطلاعاتی برای حل مسائل علمی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و کاری مورد نیاز است؟

○ چه اطلاعاتی در فرایند پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است؟

○ آیا انواع اطلاعات برای تصمیم‌گیری، در زمینه‌های گوناگون و به وسیله افراد مختلف، مورد نیاز است یا مورد استفاده قرار گرفته است (۱۳، ص. ۵۵)؟

○ کدام گروه از افراد برای حل مسائل خود تلاش می‌کنند و با چه روشی؟

○ چه راه‌حلهایی نیازهای اطلاعاتی گوناگون دارند؟

بسیاری از محققین علوم اطلاع‌رسانی اساساً تهیه مدارک و منابع را به خودی خود فعالیت با ارزش و مفید نمی‌دانند، مگر این که برای حل مسئله مورد استفاده قرار گیرند؛ آنان یکی از دلایل وجودی کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی را ایفای نقش در فرایند حل مسئله دانسته‌اند. آنان همچنین هدفهای کاربران را تعیین‌کننده نیاز اطلاعاتی‌شان می‌دانند (۱۷، ص. ۵۵). از این رو مطالعه روابط بین اطلاعات و فرایند حل مسئله (رویکرد هدف‌گرا) باید منجر به ارائه نوعی از خدمات اطلاعاتی گردد که برای کاربران رضایت‌بخش باشد و نیز موقعیتی ایجاد کند که کاربر در یافتن اطلاعات لازم برای حل مسئله مورد نظرش دچار ناامیدی نشود و گمان نکند که اطلاعات لازم برای حل مسئله موجود نیست و اگر هم اطلاعاتی موجود باشد غیرقابل استفاده است. اگر تلاش در راه دسترسی به اطلاعات لازم برای رسیدن به هدف با شکست روبرو شد، برنامه‌ریزان سیستم اطلاع‌رسانی باید به دنبال یافتن پاسخ سؤالهای زیر باشند:

۱- چگونه می‌توان به کسانی که گمان دارند مسئله آنها غیرقابل حل است، دسترسی پیدا کرد؟

۲- چگونه می‌توان موانع بین افراد و راه‌حلهایی را که برای حل مسئله وجود دارد، از میان برداشت؟

اطلاع‌رسانان و طراحان سیستم اطلاع‌رسانی برای از میان برداشتن موانعی که در سؤال دوم به آنها اشاره شده باید به بررسی سیستم و خدمات اطلاع‌رسانی موجود

بپردازند و همین رویکرد، آنان را به سوی مطالعه هدف‌گرا سوق می‌دهد. در این رویکرد سه سطح فعالیت مورد نیاز است:

- ۱- درک روابط بین اطلاعات و راه‌های علمی، فنی، اقتصادی، اجتماعی مسائل؛
- ۲- بهبود خدمات اطلاع‌رسانی برای استفاده بهینه کاربران؛
- ۳- توجه بیشتر به مدارکی که مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

در این زمینه مسائلی چون مدت زمان مطالعه مدارک، عام یا خاص بودن مدارک، مدت زمانی که کاربران نیاز به نگهداری مدارک دارند، و امکان عرضه مؤثرتر و کارآمدتر اطلاعات، قابل بررسی هستند. علاوه بر این با افزایش بهره‌برداری از خدمات اطلاع‌رسانی برای افراد، مطالعه هدف‌گرا می‌تواند افزایش بهره‌برداری از این خدمات را برای جامعه به عنوان یک کل مورد بررسی قرار دهد.

نقاط قوت مطالعه هدف‌گرا

نخستین وجه مثبت تحلیل هدف‌گرا، پیوند آن با فرایند حل مسئله مورد نظر کاربران است. این موضوع موجب تمرکز مطلوب بر روی تهیه و عرضه خدمات اطلاع‌رسانی می‌گردد و امکان رضایت کاربر را افزایش می‌دهد. اساساً یکی از مفیدترین روش‌های مطالعه نیازهای اطلاعاتی، مطالعاتی است که با در نظر گرفتن محیط فعالیت کاربر انجام می‌گیرد. تحلیل هدف‌گرا می‌تواند با توجه به سه جنبه، یعنی هدف، فرایند حل مسئله و محیط کاربران، منابع اطلاعاتی را تا جایی که امکان دارد، به سوی نیازهای اطلاعاتی آنان، به منظور حل مسائل علمی و اجتماعی شان هدایت نماید.

نکته دوم، سهولت کاربرد یافته‌های حاصل از این مطالعه است؛ به ویژه در موقعیتهای خاصی که نیازمندیهای اطلاعاتی پژوهشگران و دانشمندان در یک حوزه مشخص مورد مطالعه قرار می‌گیرد. تعیین این که منابع موجود در یک موقعیت خاص با مقاصد مورد نظر متخصصانی که از آن منابع استفاده می‌کنند همخوانی و تناسب دارد یا خیر، از نظر کاربردی بسیار باارزش و با اهمیت است.

سوم این که، نتایج حاصل از رویکرد هدف‌گرا می‌تواند به ایجاد یک مدل مناسب به منظور استقرار یک سیستم واسطه مکانیزه برای بهره‌برداری از منابع موجود، کمک کند (۱۷، ص. ۶۲).

نقاط ضعف مطالعه هدف‌گرا

یکی از ضعفهای مهم رویکرد هدف‌گرا این است که گردآوری و تهیه مدارک را در انحصار فرایند حل مسئله قرار می‌دهد و از توجه به سایر جوانب مؤثر در توسعه منابع و اطلاعات از راههای دیگر، باز می‌ماند. همچنین از این که به کارکردهای دیگر اطلاعات بپردازد، غافل می‌شود.

نقطه ضعف دوم این رویکرد آن است که پیش‌بینی مسائلی را که ممکن است در فرآیند پدید آید، و نیازهای اطلاعاتی را که به تبع آن ایجاد می‌شود، مشکل می‌سازد. همین موضوع امکان سیاستگذاری در توسعه سیستم را تضعیف می‌کند.

دیگر این که نتایج این نوع مطالعه به دلیل این که محور، «هدف» کاربران است، قابلیت تعمیم ندارد و از کاربری به کاربر دیگر و از سازمانی به سازمان دیگر متفاوت است.

نکته آخر این که یکی از مشکلات مهم این نوع مطالعه، از وابستگی آن به توانایی کاربران در بیان فرآیندهای حل مسئله ناشی می‌شود. اگر مطالعه به رفتار قابل مشاهده محدود گردد، این سؤال مطرح می‌شود که آیا در فرایند حل مسئله، متغیرهای دیگری به جز رفتار کاربر که ممکن است تأثیر مهمی در تحلیل نیاز اطلاعاتی نیز داشته باشند، در مد نظر قرار گرفته‌اند؟

● مطالعه جمعیتی

در مطالعه جمعیتی، ویژگیهای کاربران از نقطه نظر شاخصهای جمعیتی مورد بررسی قرار می‌گیرند. در این نوع مطالعه فرض بر این است که متغیرهای جمعیتی مانند سن،

جنس، تحصیلات، موقعیت اقتصادی و اجتماعی، نژاد، تأهل یا مجرد، محل سکونت، و مانند آنها، با نیاز اطلاعاتی همبستگی مثبت و ارتباط مستقیم دارد و هر گونه تغییر در ویژگیهای جمعیتی موجب ایجاد تغییر در نیازهای اطلاعاتی می‌گردد. به دلیل برخوردار نبودن مطالعات جمعیتی از دقت و فراگیری لازم، یافته‌های حاصل از آن به صورت مستقل مورد استفاده واقع نمی‌شود، بلکه در کنار سایر مطالعات به صورت ترکیبی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. ذکر این نکته بدان معنا نیست که داده‌های جمعیتی در تحلیل نیازهای اطلاعاتی، ارزش و اهمیت اندکی دارد، بلکه به معنای ضرورت تکمیل اطلاعات حاصل از آن به وسیله مطالعات دیگر، نظیر مطالعه کاربران است.

نقاط قوت مطالعه جمعیتی

نخستین شاخصهایی که در تدوین هر برنامه ملی برای تأمین نیازهای اطلاعاتی (بطور کلی) می‌توان استفاده کرد، شاخصهای جمعیتی است. مطالعات جمعیتی با تحلیل ویژگیهای جمعیتی، اساسی‌ترین داده‌های مورد نیاز برای برنامه‌ریزی تأمین نیازهای اطلاعاتی را فراهم می‌کند.

بعلاوه، مطالعات جمعیتی با تحلیل ویژگیهای جمعیتی، می‌تواند در کسب بینش درباره طیفهای گوناگون کاربران نقش مؤثری ایفا کند و در کنار یافته‌های سایر مطالعات، در تبیین نیازهای اطلاعاتی مورد استفاده قرار گیرد. جالب است بدانیم که با وجود محدودیتهای این نوع مطالعه، جدی‌ترین مطالعات کتابداری و اطلاع‌رسانی نیز بر ویژگیهای جمعیتی تأکید دارند.

نقطه ضعف مطالعه جمعیتی

داده‌های جمعیتی تنها در کلیات قابل استنادند و به تنهایی از پاسخگویی به سؤالهای مربوط پیش‌بینی نیازهای کاربران و ماهیت نیازهای آنان بر نمی‌آیند و نیازمند بررسی تکمیلی هستند.

● مطالعه کاربران

رایج‌ترین نوع مطالعه نیازهای اطلاعاتی، مطالعه کاربران است. در این نوع بررسی، رفتار اطلاع‌یابی کاربران در هنگام جستجوی اطلاعات، مواجهه با منابع، و سایر شرايطی که در نیازهای او تأثیر می‌گذارد، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. برخی از دلایل اهمیت یافتن مطالعه کاربران عبارت‌اند از:

□ محور فعالیتهایی که در کتابخانه یا مرکز اطلاع‌رسانی انجام می‌گیرد، رضایتمندی کاربران است.

□ عینیت بخشیدن به مفهوم کاربرد منابع اطلاعاتی بستگی به رفتار کاربران دارد (۱۲، ص. ۴۸).

□ ایجاد راه‌کارهای مناسب برای استفاده بهینه از منابع، منوط به درک رفتار اطلاع‌یابی کاربران است.

□ راهبرد توسعه سیستم و برنامه‌های آن بر تعریف کاربران و ویژگیهای آنها استوار است.

□ درک بهتری از فرایند انتقال اطلاعات از سیستم اطلاع‌رسانی به کاربران مورد نیاز است.

□ ذائقه کاربران با توجه به پویایی مداوم نیازهای آنان، متغیر است و سیستم اطلاع‌رسانی ناگزیر از تطبیق فعالیتهای خود با کاربران است.

□ یکی از مؤثرترین راههای بهبود خدمات اطلاع‌رسانی، شناخت دقیق کاربران و ویژگیهای آنان است.

روشن است که موارد متعدد دیگری را که دلالت بر اهمیت مطالعه کاربران دارد، می‌توان برشمرد. مفهومی که از مطالعه کاربران مستفاد شده بسیار وسیع است، بطوری که تلقی برخی این است که مطالعه کاربران، همان مطالعه وضع کتابخانه و استفاده از آن است. مفهوم مورد نظر ما از مطالعه کاربران عبارت است از گردآوری و تحلیل اطلاعات

درباره کاربران و رفتار اطلاع‌یابی آنان. در مطالعه کاربران فرض بر این است که ویژگی‌های رفتار اطلاع‌یابی کاربر در کیفیت ارضای نیازهای اطلاعاتی او مؤثرند.

هدف کلی مطالعه درباره کاربران، درک واقعی و بهتر از فرایند انتقال اطلاعات است. در این نوع مطالعه می‌توان انتظار داشت که تحقیق به سوی انواع محیط‌های سیستم انتقال اطلاعات، توزیع منابع، و روابط بین سیستمها نیز هدایت شود و کاربردهای آنها را بررسی کند.

در حوزه اطلاع‌رسانی مطالعه کاربران ممکن است به دو صورت انجام گیرد:

۱- مطالعه توصیفی^(۱): مطالعه توصیفی به دنبال دستیابی به تصویری از کاربران و واکنشهای آنان به یک موقعیت یا مورد خاص از پدیده اطلاعات است. مطالعه توصیفی همچنین در ترسیم این که انتقال اطلاعات به کاربران چگونه صورت می‌گیرد، کاربرد دارد.

۲- مطالعه تجویزی^(۲): یک مطالعه تجویزی قدمی فراتر از مطالعه توصیفی، و به دنبال آن است که اطلاعات و امکانات موجود در سیستم به گونه‌ای متحول شود یا تکامل یابد که نیازهای اطلاعاتی کاربران را در حد بالاتر و مناسب‌تری ارضا نماید و رضایت کامل آنان را جلب کند. مطالعه تجویزی ممکن است پیشگیرانه^(۳) یا واکنشی^(۴) باشد. در مطالعه تجویزی پیشگیرانه برای پیش‌بینی مشکلات آینده، راهنمایی برای استفاده از امکانات و تولیدات جدید و توسعه سیستم، سعی و تلاش می‌شود. اما مطالعه تجویزی واکنشی با توجه به انتقادات و شکایات ارباب رجوع و کاربران سیستم، به بهبود وضعیت کنونی برای جلب رضایت آنان می‌پردازد (۱۲، ص. ۳۸).

برخی پژوهشگران بر این اعتقادند که مطالعه رفتار اطلاع‌یابی کاربران، اعم از توصیفی یا تجویزی، باید متمایز از مطالعه نیازهای اطلاعاتی باشد (۱۴، ص. ۱۲۷). این موضوع نشان از آن دارد که مطالعه رفتار اطلاع‌یابی کاربران به دلیل پیچیدگی و چند

بعدی بودن رفتار انسانی، فعالیتی دشوار و عمیق است. مثلاً تعیین علت این که بسیاری از کاربران از اطلاعات منابع و مجاری شفاهی، که قاعدتاً حاصل روابط فردی است، بهره‌برداری می‌کنند، فعالیت ساده‌ای به نظر نمی‌رسد. از این رو می‌توانیم به چهار ویژگی عام در رفتار اطلاع‌یابی کاربران توجه کنیم و بر اساس آنها، مطالعه کاربران را انجام دهیم:

- ۱- کاربران اطلاعاتی را مورد جستجو قرار می‌دهند که دسترس‌پذیر باشد؛
- ۲- کاربران در قدم نخست تلاش می‌کنند اطلاعات را از منابع شفاهی و طی روابط فردی با سایرین، خصوصاً افراد هم‌سنخ و همانند خود فراهم نمایند؛
- ۳- کاربران به عنوان جستجوگران اطلاعات، حتی در محافل علمی و تخصصی، انتظار حمایت عاطفی دارند؛
- ۴- اغلب کاربران کنونی و کاربران بالقوه اطلاعات، از منابع اطلاعات آگاهی ندارند و شیوه استفاده از آنها را نمی‌دانند.

بدیهی است که کاربران در هر یک از حوزه‌های علمی، ویژگیهای خاص دیگری از خود ظاهر می‌سازند که بطور خاص در همان حوزه قابل بحث هستند (۱۵، ص. ۳۳۵). به اعتقاد «شین‌بورن»^(۱) (۲۰، ص ۱۳۵) کتابداران و اطلاع‌رسانان برای مطالعه رفتار اطلاع‌یابی کاربران با دو رویکرد مواجه هستند:

- ۱- در مقیاس کوچک، یک چک لیست از نیازهای کاربران را فراهم می‌آورند و با این فرض که تفسیر نیازها به درستی و با موفقیت انجام گرفته و علائق کاربران پایدار است، با نمایش کلی نیازهای اطلاعاتی آنها برای گردآوری، سازماندهی و پیش‌بینی سیستم مناسب باز یابی اقدام می‌نمایند.

۲- با توجه به مشکلات رویکرد نخست برای کاربرد در سطح وسیع، کاربر را به عنوان یک پدیده پویا و در تعامل با شرایط گوناگون که نیازهایش در حال تغییر است، می‌نگرند. مطالعه کاربران را با در نظر گرفتن متغیرها و جنبه‌های گوناگونی که در نمودار ۱-۵ بدانها

اشاره شده، مورد توجه قرار می دهند.

ذکر این نکته بجا است که در حوزه عوامل فردی، رفتار اطلاع یابی بلافاصله پس از ظهور نیازهای روانی یا شناختی آغاز می شود. در بروز رفتار اطلاع یابی نه تنها محیط و نقش کاربر، بلکه عوامل بسیار دیگری در این میان تأثیر دارند، مانند اهمیت تأمین نیازهای اطلاعاتی، هزینه هایی که کاربر باید متحمل گردد، و نظایر آنها.

ملاحظاتى که در رفتار اطلاع یابی کاربران باید به آنها توجه کرد عبارت اند از:

● منابع اطلاعات:

- منابع شفاهی (افراد، سمینارها، مجامع و رسانه های دیداری و شنیداری)،
- مقالات،
- چکیده نامه ها،
- نمایه نامه ها،
- فهرست کتابخانه،
- فهرست ناشران،
- کتابها و تک نگاشتها،
- گزارش ها،
- پایان نامه ها،
- مطبوعات (روزنامه ها)،
- سایر منابع؛

● کیفیت دسترسی به اطلاعات (چاپی، الکترونیکی و دیداری و شنیداری):

- مجموعه و کتابخانه شخصی،
- مجموعه های مربوط به افراد،
- کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی فرعی یا سازمان فرعی (تخصصی)،
- مراکز اطلاع رسانی و کتابخانه های مرکزی (تخصصی)،
- کتابخانه های عمومی و محلی،

○ کتابخانه‌های عمومی مرکزی مانند کتابخانه‌ها و مراکز اسناد و اطلاع‌رسانی

ملی،

○ شبکه‌های رایانه‌ای (داخلی و خارجی)،

○ سیستم‌های تحویل مدرک مانند کتابخانه بریتانیا و استرالیا و U.M.I؛

● نوع بسته‌بندی اطلاعات:

○ دیسک نوری،

○ مدارک چاپی،

○ رادیو و تلویزیون،

○ شبکه رایانه‌ای،

● سطح پردازش اطلاعات:

○ داده‌های پردازش نشده،

○ داده‌های کاملاً پردازش شده،

○ داده‌های نیمه پردازش شده؛

● میزان استفاده از هریک از منابع اطلاعات؛

● میزان وابستگی کاربر به سایر افراد ذیربط در دسترسی به اطلاعات؛

● شیوه کنترل منابع از نظر صحت، اعتبار و دقت؛

● مشخصات منابعی که کاربر مورد استفاده قرار می‌دهد و چگونگی و هدف از

استفاده؛

● مشکلات و موانع دسترسی به اطلاعات از نظر:

○ نوع منابع،

○ سطح پردازش،

○ بسته‌بندی اطلاعات،

○ روزآمد بودن،

○ متخصصین کتابداری و اطلاع‌رسانی و سایر افراد مشاور.

نکته آخر اینکه، مطالعات کاربران بهترین راه برای یافتن پاسخ سؤالهای زیر است:

- کاربران چه کسانی هستند؟
- کاربران چه ویژگیهایی دارند؟
- چه منابعی توسط چه افرادی مورد استفاده قرار می‌گیرد؟
- کاربران برای دسترسی به اطلاعات چه فعالیتهایی، و به چه ترتیبی انجام می‌دهند؟

نقاط ضعف و قوت مطالعه کاربران

مهمترین نقطه قوت این روش، ایفای نقش محوری در تبیین و تحلیل نیازهای اطلاعاتی است. اگرچه ممکن است اطلاعات به دست آمده از این نوع مطالعه، نیازمند اطلاعات تکمیلی که از طرق دیگر به دست می‌آید باشد، اما نمی‌توان نواقص و کمبودهایی را که در جریان اجرای پروژه کاربران پدید می‌آید به خود آن نسبت داد. آموزش ناکافی مجریان، عدم اجرای فرایند مطالعه بطور نامنظم، عدم اعتبار و روایی داده‌ها، از جمله مسائلی هستند که پروژه نیازسنجی اطلاعات از راه مطالعه کاربران را مخدوش و مختل می‌سازند.

۲- روشهای گردآوری اطلاعات

درباره اهمیت روش گردآوری اطلاعات در نیازسنجی باید گفت که روش گردآوری داده‌ها، کیفیت و نوع اطلاعاتی را که باید گردآوری شود تعیین می‌کند. همچنین در حصول به یک تصویر جامع و دقیق از نیاز اطلاعاتی، ضروری است که گزینش روش گردآوری داده‌ها با دقت و احتیاط کامل صورت گیرد. بی‌تردید در انتخاب روش گردآوری داده‌ها، نه تنها موضوع و مسئله مورد مطالعه نقش تعیین کننده دارد، بلکه گروه کاربرانی که مورد مطالعه قرار می‌گیرند نیز تأثیر بسزا دارند. در برخی مواقع روش گردآوری داده‌ها مطابق با اصول علمی انتخاب نمی‌شود، بلکه شرایط به گونه‌ای است

که ارزان‌ترین و آسان‌ترین روش یا سهل‌الوصول‌ترین آنها برای اجرا برگزیده می‌شود.
از نظر نوع داده‌ها: روشهای نیازسنجی را از نظر نوع داده‌هایی که مورد استفاده قرار می‌دهند می‌توان در دو گروه دسته‌بندی کرد:

۱- روشهایی که داده‌های اولیه را مورد استفاده قرار می‌دهند؛

۲- روشهایی که داده‌های ثانویه را به کار می‌برند.

روش داده‌های اولیه: این روش به طور مستقیم اطلاعات مورد نیاز را در ارتباط با نیازهای جامعه مورد نظر، با طرح سؤال و با توجه به هدف گردآوری می‌کند. بکارگیری داده‌های اولیه بدین معنا است که داده‌ها باید در تطابق با نیازمندیهای خاص باشند (۱۱، ص. ۱۶). اینجا است که باید در گزینش بهترین روش گردآوری اطلاعات و کیفیت اجرای آن به تصمیم‌گیری پرداخت. به هر حال گردآوری داده‌های اولیه می‌تواند پرهزینه و مستلزم بکارگیری نیروی انسانی متبحر، تجهیزات و صرف زمان باشد.

روش داده‌های ثانویه: در مواردی پروژه نیازسنجی اطلاعات، داده‌های ثانوی را بکار می‌برد. این داده‌ها (که معمولاً به وسیله مؤسسات یا پژوهشگران دیگر گردآوری و تهیه شده) در حال حاضر موجود است و پروژه بدانها اتکا دارد و بر اساس آنها عمل می‌کند. این داده‌ها معمولاً برای هدفهای گوناگون قابل استفاده‌اند و استفاده مناسب از آنها به لحاظ صرفه‌جویی در هزینه و نیروی انسانی لازم در گردآوری اطلاعات، بسیار معقول و مطلوب است. ضعف مهم این داده‌ها در پروژه، نبودن کنترل بر تعاریفی است که از متغیرها در گردآوری اطلاعات به عمل آمده؛ چون داده‌ها ضرورتاً برای هدف اولیه مورد نظر گردآوری شده‌اند، از این رو طبیعی است که با هدف پروژه ما، کم تناسب یا بی تناسب باشند.

از نظر ماهیت داده‌ها: روشهای گردآوری از نظر ماهیت داده‌ها دو گروه عمده هستند:

۱- روشهای کمی؛

۲- روشهای کیفی.

روشهای کمی: روشهای کمی با آمار و داده‌های عددی سر و کار دارند و برای تحلیل آنها

از شاخصهای آماری متناسب با نوع تحلیل مورد نیاز استفاده می شود. روشهای کمی ضرورتاً از انواع دیگر داده ها که الزاماً کمی نیستند، مانند داده های مربوط به سوابق، بی نیاز نیستند. با توجه به پیشرفتهایی که در حوزه علوم رایانه ای حاصل شده، روشهای کمی پیوند ناگسستنی با برنامه های ویژه «تحلیل آماری» رایانه ای پیدا کرده اند.

روشهای کیفی: در روشهای کیفی تمرکز بر روی گردآوری، ترکیب و تفسیر داده ها و ویژگیهای آنها به صورت «واژه» است تا عدد. روشهای کیفی به توجیه موضوعات یا الگوی این داده ها می پردازند و می توانند از روشهای کیفی همانند «مصاحبه عمیق» و «گروههای کاری» به گونه ای مؤثر در نیازسنجی استفاده کنند. در سالهای اخیر علاقه به استفاده از روشهای کیفی در تحقیقات اجتماعی و حوزه های کاربردی (روانشناسی، جامعه شناسی، بهداشت، ارزیابی و تحلیل سیاسی) بیشتر و گسترده تر شده است. این روشها شامل «مصاحبه عمیق»، «گروههای کاری» و «روشهای مشاهده» هستند. روشهای کیفی، داده ها را از طریق موشکافی، نکته سنجی، آزمون، مقایسه و کشف مضاعف فراهم می نمایند، اما همچون روشهای کمی، تعریف شده نیستند.

به نظر یکی از پژوهشگران، از مفهوم تحقیق کیفی چنین برمی آید که به هر نوع تحقیقی که با استفاده از روشهای آماری یا هر نوع روش کمی فراهم نگردیده باشد، روش کیفی اطلاق می گردد. ممکن است این نوع تحقیقات به تحقیق درباره زندگی فردی، رفتار، عملکرد سازمانی، جریانهای اجتماعی یا روابط متقابل فرد و جامعه پردازد (۹، ص. ۵۳) و تفکر نظام مند و مدونی برای نمونه گیری وجود نداشته باشد. روشهای کیفی، هنگامی که از نظر منابع محدودیت وجود دارد و اجرای پیمایش بر اساس نمونه، عملاً امکان پذیر نیست، کارآیی مطلوبی دارد (جدول ۲-۵).

خصوصیت روشهای کیفی این است که مسئله یا سؤال را به صورت عمقی بررسی می کنند و در کشف پاسخها به همان مفهومی که مورد نظر محقق است، کمک بسیار می کنند. رویکرد کیفی به طور خاص برای کشف دیدگاههای افراد و گروههایی بکار می رود که تلقی های گوناگونی از روند کلی امور دارند، تلقی هایی که باید مستقیماً از

طریق خودشان به محقق منتقل شود؛ مانند پژوهشهایی که درباره گروههایی چون کهنسالان، بی‌خانمانها، گروههای تبهکار، و نظایر آنها، انجام می‌گیرد. برای درک بهتر روشهای کمی و کیفی، می‌توان آنها را در کنار یکدیگر مقایسه نمود.

جدول ۲-۵. مقایسه روشهای کمی و کیفی

موارد مقایسه	کیفی (واژه‌ها)	کمی (اعداد)
نمونه‌گیری	<ul style="list-style-type: none"> ● هدفمندی نظری / مفهومی ● نمونه‌گیری مداوم 	<ul style="list-style-type: none"> ● نمونه‌گیری احتمالی (نظیر تصادفی، تصادفی ساده، تصادفی مطبق)
روش‌های گردآوری	<ul style="list-style-type: none"> ● مدارک به شکل متون ● مشاهدهٔ توأم با مشارکت ● مصاحبه عمیق ● گروههای کاری 	<ul style="list-style-type: none"> ● گردآوری داده‌های ثبت شده ● مصاحبه‌های ساخت یافته یا منظم ● پیمایشهای نمونه‌ای
سطح تحلیل	<ul style="list-style-type: none"> ● ساده کردن داده‌ها، نمایش داده‌های مرتب شده، نتیجه‌گیری و تأیید ● روش تطبیقی مداوم ● تلخیص و ترکیب از نظر پیکربندی 	<ul style="list-style-type: none"> ● توصیفی، آمارهای استنباطی ● تحلیل مدلهای یک و چند متغیره (تحلیل واریانس، رگرسیون چند متغیره)
نوع یا انواع تعمیم	<ul style="list-style-type: none"> ● تعمیم فرایند ● تعمیم نظری یا تحلیلی (قابلیت تعمیم به قضایا یا موضوعات نظری) 	<ul style="list-style-type: none"> ● آماری (تعمیم به سایر افراد گروهها)

روشهای شبه کیفی^(۱) با استفاده از فتونی چون دلفی^(۲) و روش گروه اسمی^(۳) سعی در پیوند وجوه مثبت این دو روش و استفاده مناسب از آنها دارند. در عین حال

پژوهشگران دریافته‌اند که رویکرد دیگری با عنوان «رویکرد تلفیقی»^(۱)، مبتنی بر بهره‌برداری توأم از روشهای کمی و کیفی، قابل طرح است. بر اساس این نظریه، اگرچه روشهای کمی و کیفی بر فرضهای مختلف استوارند، اما در نهایت با یکدیگر سازگارند و در صورتی که تفاوت‌های کاربرد هر دو روش کاملاً درک شود، قابل تلفیق با یکدیگرند. مزایایی چون ژرفانگری و پهنانگری، استنباط و تعمیم، و استاندارد کردن نهاده‌ها از خصوصیات هستند که با رویکرد تلفیقی قابل دستیابی‌اند (۹، ص ۶۹).

مروری بر روش‌شناسی گردآوری داده‌ها

در تحلیل نیازهای اطلاعاتی، چهار روش گردآوری اطلاعات از ارزش بسیار برخوردارند:

■ مصاحبه؛

■ پرسشنامه؛

■ یادداشت‌های روزانه؛

■ مشاهده.

دسته دیگر از روشها که اطلاع‌رسانان در بازبینی و کنترل کاربرد اطلاعات، بیشتر مورد استفاده قرار می‌دهند عبارت‌اند از:

■ تحلیل استنادات؛

■ آمارهای کتابخانه؛

■ تحلیل گزارش ثبت وقایع.

چهار روش دسته اول باید با احتیاط و به تناسب به کار گرفته شوند. مثلاً مصاحبه اگرچه روش بسیار مهم و کارآمدی است، اما پژوهشگر به وسیله آن تنها از برخی ویژگیهای نیاز اطلاعاتی آگاه می‌شود، از این رو داده‌های گردآوری شده ناقص خواهد بود (۱۰، ص ۳۳).

ما در اینجا ضمن بحث درباره روشهای اصلی گردآوری اطلاعات نظیر مصاحبه، پرسشنامه، یادداشتهای روزانه و مشاهده، به روشهای جنبی که در مواردی کارآیی آنها هم‌سنگ روشهای دسته دوم است می‌پردازیم.

● مصاحبه

مصاحبه را می‌توان دارای رتبه و ارزش بالاتری از سایر روشها دانست. زیرا یک روش کامل و از نظر اجرا امکان‌پذیر، قابل اعتماد و غنی است. هیچیک از روشهای گردآوری اطلاعات بدون مسئله و مشکل نیست، ولی مصاحبه مطمئناً بیشتر با این مسائل درگیر است. مصاحبه چند کاربردی است و می‌توان از آن برای جمع‌آوری داده‌های کمی و کیفی بهره‌برداری نمود. از طریق مصاحبه می‌توان نیازهای اطلاعاتی فرد را به طور کلی، یا نیازهای اطلاعاتی آگاهی‌رسانی جاری وی را در موقعیت کاری‌اش تعیین کرد. زیرا مصاحبه با فرد در محیط کار او برای درک و شناخت نیازهای اطلاعاتی او اهمیت بسیار دارد. مصاحبه بر دانش مصاحبه‌گر از سرشت انسانی، و ماهیت رفتار بشری و توانایی کاربرد این دانش در روابط انسانی استوار است (۶، ص. ۱۶۰). از این رو پژوهشگر در مصاحبه درگیری عمیقی با کاربر، محیط پیرامون، و نوع فعالیتش پیدا می‌کند.

مصاحبه از این رو در نیازسنجی اطلاعات اهمیت ویژه دارد که پژوهشگر می‌تواند به سهولت از مردم درباره شغل و مسائل دیگرشان سؤال کند، و این صرفاً از طریق مصاحبه امکان‌پذیر است. برای مصاحبه شوندگان نیز انتقال مطالب از راه گفتگو بسیار ساده‌تر، صمیمانه‌تر و عملی‌تر است. مصاحبه با سؤالات کلی آغاز می‌شود، سؤالاتی که مربوط به حرفه افراد است. هیچگاه در ابتدای کار و در جلسه نخست نباید از کاربرد و استفاده آنان از اطلاعات پرسش کرد (۱۰، ص. ۴۳)، برای این که در طی مصاحبه بسیاری از مسائل روشن خواهد شد.

در مصاحبه به لحاظ اهمیت فرآیند و ماهیت ارتباطی که بین مصاحبه‌گر و

مصاحبه شونده پدید می آید، غیر کلیشه ای بودن مصاحبه برای دستیابی به داده ها بسیار اهمیت دارد. به تعبیر دیگر مصاحبه گر باید انعطاف پذیری در رفتار خود و در طرح سؤالها را مورد توجه قرار دهد. فرایند مصاحبه یعنی شیوه ارتباط با مصاحبه شونده، موقعیت زمانی، مکانی، شیوه شروع مصاحبه، ادامه و خاتمه بخشیدن به آن، همانند سؤالهای مصاحبه از نظر اثرگذاری بر کیفیت داده ها، اهمیت دارد. در مواردی مصاحبه ها با موفقیت بسیار زیاد توأم می باشد و آن، هنگامی است که اطلاع رسانی و پژوهشگران با افرادی چون روزنامه نگاران، سیاستمداران و آموزگاران سر و کار داشته باشند. این گونه افراد از این که افکار و نظرات خود را به راحتی بیان کنند هیچ ابایی ندارند.

در مصاحبه امکان دستیابی به پاسخهای مناسب وجود دارد. دریافت پاسخهای مناسب از دو راه میسر است: پرس و جوی دقیق، و برانگیختن پاسخگو. پرس و جوی دقیق زمانی صورت می گیرد که مصاحبه گر از پاسخگو می خواهد با عمق بیشتری پاسخ دهد. مثلاً وقتی پاسخگو می گوید: «مراجعه به کتابخانه پس از آزمودن همه امکانات و در آخرین مرحله از خدمات کتابخانه ای استفاده می کنند»، مصاحبه گر می تواند به سادگی پرسد چرا وی چنین نظری دارد، و بدین گونه موضوع را دقیقاً مورد رسیدگی قرار دهد. از سوی دیگر، برانگیختن پاسخگو تلاشی است برای تضمین این که او هنگام پاسخ به همه احتمالات مورد نظر توجه کرده است. لازم است در طرح مصاحبه، پرسشهایی که نیاز به برانگیختن پاسخگو دارد و زمان بندی این برانگیختن ها دقیقاً مشخص شود (۷، ص. ۳۳).

بدین ترتیب، مصاحبه جریان واقعی مبادله اطلاعات است که طی آن مخاطب محقق، دریافتها و برداشت هایش از یک رویداد یا وضعیت را بیان می کند، تجاریش را در میان می گذارد و تفسیر هایش را از مسئله عنوان می کند. اگرچه مصاحبه قبل از هر چیز یک روش گردآوری اطلاعات به معنای کامل کلمه است، با وجود این ذهن تئوریک محقق باید دائماً بیدار باشد به نحوی که مداخلاتش، جریان مصاحبه را به عناصر تحلیلی

هرچه بارورتر هدایت کند (۵، ص. ۱۸۸).

گوناگونی اهداف گردآوری اطلاعات با استفاده از روش مصاحبه موجب شده است طبقه‌بندی‌های مختلفی از انواع مصاحبه صورت گیرد که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

روش مصاحبه از نظر عمق، ماهیت و شیوه طرح سؤالات

۱- مصاحبه آزاد: در این گونه مصاحبه، بدون این که پرسشها و محدوده اختیار مصاحبه‌شونده در پاسخگویی مشخص باشد، مصاحبه‌گر مصاحبه را آغاز می‌کند. مصاحبه معمولاً برای زمینه‌یابی موضوع و مسئله به کار می‌رود و سؤالات «باز»، گوناگون و پیش‌بینی نشده در جلسه مطرح می‌شود. پاسخها نیز به هیچ محدوده خاصی مقید نمی‌گردد. کنترل و هدایت مصاحبه، استخراج و سازمان دادن به داده‌ها و کمی کردن آنها در این روش اگرچه محال نیست، اما بسیار مشکل است و الزاماً باید با یک روش تحلیل محتوا همراه باشد (۵، ص. ۱۹۱). از نظر صرف وقت نیز اصلاً صرفه‌جویانه نیست و گاه به درازگویی مصاحبه‌شونده منجر می‌شود؛ مصاحبه‌های اکتشافی و عمیق از این گونه‌اند.

۲- مصاحبه منظم: روش مصاحبه منظم مبتنی بر طرحی از پیش اندیشیده، و سؤالاتی مشخص است که از سوی مصاحبه‌گر مطرح می‌شود. استخراج و دسته‌بندی داده‌های این گونه مصاحبه‌ها و کمی کردن آنها بسیار آسان است و هزینه و زمان مصاحبه نیز قابل پیش‌بینی و تدقیق است.

در ارزیابی این دو نوع مصاحبه می‌توان به این نتیجه دست یافت که مصاحبه آزاد برای اطلاع از نگرشها، گرایشها و سیر و سلوک افراد مناسب است و در زمینه‌یابی پژوهشهای علمی، کاربرد مؤثری دارد. اما مصاحبه منظم که بیشتر در حوزه پژوهشهای علمی کاربرد دارد، قابلیت برنامه‌ریزی از نظر هزینه و زمان را دارد، تبدیل داده‌ها و جمع‌بندی و تحلیل آنها به سهولت انجام می‌گیرد و برخلاف مصاحبه آزاد، به لحاظ هزینه و زمان، صرفه‌جویانه‌تر است و می‌تواند طیف وسیع‌تری از کاربران را زیر پوشش

قرار دهد.

می‌توان از گونه‌سومی از مصاحبه نیز سخن به میان آورد و آن، مصاحبه‌های نیمه‌منظم یا نیمه‌آزاد است؛ بدین معنا که در کنار سؤالهای مشخص که از قبل طراحی شده، «سؤالهای باز» که قاعدتاً پاسخهای غیرقابل پیش‌بینی هم خواهند داشت مطرح می‌شود.

روش مصاحبه از نظر شکل و روش اجرا

می‌توان مصاحبه را به شکل گروهی یا فردی، و حضوری یا غیرحضوری (تلفنی و تله‌کنفرانس) اجرا نمود. هنگامی که هزینه و زمان محدود باشد، بحث گروهی یا مصاحبه گروهی که با مشارکت افراد مورد نظر صورت می‌گیرد می‌تواند بسیار کارساز باشد. مصاحبه‌شوندگان با بحث درباره‌ی موضوع مورد نظر پژوهشگر، بدون ترس نظرات خویش را بیان می‌کنند. مصاحبه تلفنی که در کشورهای اروپایی و امریکا رواج دارد، هنگامی بکار می‌رود که به دلایلی امکان مصاحبه رو در رو وجود ندارد. با وجود این که امکان مشاهده موقعیت کاربر در این شیوه وجود ندارد، البته به لحاظ صرفه‌جویی در زمان رفت و آمد و آماده کردن مقدمات مصاحبه حضوری و سایر هزینه‌ها، با صرفه است. اما ابتدا به ساکن نمی‌توان انتظار داشت که کاربر بلافاصله درباره‌ی نیازهای اطلاعاتی‌اش سخن بگوید، بلکه باید پس از آمادگی مصاحبه‌شونده این مطلب را جویا شد (۱۸، ص. ۴۵).

طبقه‌بندی انواع مصاحبه به شیوه‌های دیگر و مطابق با نیاز، هدف و متناسب با زمینه پژوهش نیز امکان‌پذیر است.

مزایای روش مصاحبه

- در مصاحبه می‌توان عناصر تحلیلی عمیقی را گردآوری کرد (۵، ص. ۱۹۰).
- بکارگیری روش مصاحبه در مورد افراد بی‌سواد، کم‌سواد، کودکان و افرادی که با اختلالات در مهارت خواندن و نوشتن مواجه‌اند، شاید تنها روش جمع‌آوری اطلاعات

باشد (۳، ص. ۱۲۸).

○ حضور مصاحبه‌گر در موقعیت مصاحبه سبب درک بهتر و بیشتر شرایط فرد و نیازهای او می‌باشد.

○ از طریق مصاحبه می‌توان با گروه‌های متفاوتی از یک نمونه، به پاسخ کامل رسید. بدین ترتیب ارزش آماری نتایج و یافته‌ها نیز (به شرط اعتبار نمونه آماری و صحت نمونه‌گیری) تضمین می‌شود.

○ امکان گردآوری داده‌های پیچیده‌تر و در صورت لزوم، کنترل و تکمیل پاسخها و عموماً اخذ نتایجی با عمق بیشتر فراهم می‌شود.

○ به لحاظ غیررسمی بودن به طور نسبی، و حالت شخصی که بر مصاحبه حکمفرما است، پاسخهای بیشتر و جزئی‌تری دریافت می‌شود.

○ مصاحبه‌گر کنترل بیشتری بر جریان و توالی پرسشها دارد (۷، ص. ۳۵).

○ نسبت به پرسشنامه، پوشش وسیع‌تری به موضوعات می‌دهد.

○ بهتر از پرسشنامه می‌توان روی عناوین مهم مانند استفاده از کتابخانه یا مطالعه نکردن، تمرکز یافت و حساسیت نشان داد.

○ یافتن پاسخ کامل و جامع به پرسشها میسر می‌گردد.

○ در مصاحبه، این کاربر است که برای بیان نیازهای خود «واژه‌ها» را به خدمت می‌گیرد؛ ولی در پرسشنامه، واژه‌ها از سوی پژوهشگر به کاربر تحمیل می‌شوند. واژه‌هایی که کاربر استفاده می‌کند، قابلیت تحلیل و بررسی دارند.

○ از نظر زمان و مکان، شرایطی که مصاحبه را می‌توان اجرا کرد بیشتر مهیا می‌شود، تا شرایط پاسخگویی به پرسشنامه (۱۸، ص. ۴۳-۴۲).

معایب روش مصاحبه

○ قدرت تعمیم اطلاعات جمع‌آوری شده از روش مصاحبه، به علت کمی تعداد مصاحبه‌شوندگان یا ویژگیهای فردی آنان، محدود به گروههای مشابه با گروه مورد

مصاحبه است (۳، ص. ۱۲۸).

○ از نظر صرف وقت، روش مصاحبه زمان بر است، به طوری که برای هر مصاحبه نیازسنجی اطلاعات بین ۴۵ دقیقه تا یک ساعت زمان لازم است، و این غیر از زمانی است که صرف رفت و آمد می شود. علاوه بر این، دسترسی به افراد در محلهای مختلف، استفاده از نیروی انسانی زیادتری را می طلبد.

○ این روش به لحاظ این که نوعی مزاحمت برای کاربران ایجاد می کند، ممکن است به جلب همکاری آنان در گردآوری اطلاعات منجر نگردد.

○ برای ثبت اطلاعات در هنگام مصاحبه نیز مسائل متعددی وجود دارد: آیا از دستگاههای ضبط صوت استفاده شود؟ آیا یادداشت برداری، در حین گفتگو با کاربر انجام شود یا پس از پایان یافتن مصاحبه؟ آیا همه نکاتی که کاربر مطرح می کند یادداشت شود یا فقط فرازهای آن؟ و نظایر آنها. هر کدام از این روشها در عین حال که مفید هستند موجب بروز محدودیتهای و مزاحمتهایی در طول مصاحبه می شوند که نمی توان از آنها چشم پوشی کرد.

○ داده های مصاحبه در قالبی استاندارد مطرح نمی شوند و از این رو پردازش آنها پس از مصاحبه یک مسئله الزامی است، تا به شکلی درآیند که قابل تحلیل و ارزیابی باشند؛ خصوصاً اگر از دستگاه ضبط صوت استفاده شود، این مشکل جلوه بیشتری دارد.

○ پاسخگویان هنگام مصاحبه تحت تأثیر متغیرهایی چون سن، جنسیت، نژاد، طبقه اجتماعی و احتمالاً عقاید مذهبی قرار می گیرند.

○ در مصاحبه پاسخگویان زمان کمی برای اندیشیدن و دقت در ارائه پاسخ دارند و حتی ممکن است پاسخهای آنان بی ربط، سطحی، غیرمستند و از روی سهل انگاری و بی دقتی باشد (۷، ص. ۲۳).

○ کیفیت داده ها و اعتبار آنها تا حد زیادی به مهارتهای فردی مصاحبه گر بستگی دارد. بدین سان، در صورت بی دقتی یا عملکرد ناشیانه مصاحبه گران، نتایج پژوهش

مخدوش خواهد شد.

● پرسشنامه

هنگامی که تعداد کاربرانی که باید مورد سؤال قرار گیرند زیاد است و منابع مالی و زمان اجرای پژوهش محدودیت دارد، استفاده از پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات توصیه می‌شود. پرسشنامه را می‌توان از متداول‌ترین روشهای پژوهش دانست. این روش انعطاف فوق‌العاده‌ای دارد و برای گردآوری اطلاعات درباره موضوع از جامعه مورد پژوهش به کار می‌رود. در حقیقت هنگامی که تماس مستقیم با آزمودنیها گران تمام می‌شود و استفاده از روش مصاحبه نیز وقت‌گیر، گران یا ناممکن است، استفاده از پرسشنامه تنها ابزار کارآمد برای گردآوری داده‌ها می‌باشد. پرسشنامه در دو نوع دسته‌بندی می‌شود:

۱- پرسشنامه منظم یا بسته: در این نوع پرسشنامه سؤالات و پاسخهای گوناگون مربوط به آنها، قبلاً تهیه و آماده شده و هر یک از پاسخها به گونه‌ای تنظیم شده که ضمن ارتباط منطقی با سؤال، از پاسخ سؤال دیگر کاملاً مستقل و مجزا باشد (۳، ۱۳۰). به بیان دیگر برای هر پرسش چند پاسخ (گزینه) در نظر گرفته شده که پاسخگو در محدوده پاسخهای از پیش تعیین شده، مجاز به انتخاب است. بنابراین جمع‌بندی و تحلیل داده‌ها در این روش بسیار ساده‌تر خواهد بود.

۲- پرسشنامه باز یا نامنظم: در پرسشنامه باز یا نامنظم، سؤالات از سوی محقق ارائه می‌گردد و پاسخگویان باید نظرات خود را در زیر هر سؤال مطرح کنند. برای سؤالات از قبل پاسخی پیش‌بینی نشده و حتی گاهی پاسخها به تعداد کاربران، متفاوت هستند. تلخیص و جمع‌بندی پاسخها در این روش، اغلب بسیار مشکل است و نیاز به متخصصان ورزیده در این زمینه دارد. نکته مهم دیگر آن است که برای پاسخگویی، صرف وقت زیاد الزامی است و بسیار دیده شده که پرسشنامه به شیوه باز، کمتر بازگردانده می‌شود. از نظر شکل، می‌توان پرسشنامه را به شکل تصویری، یا ترکیبی از متن و تصویر با

راهنمایی‌های لازم طراحی کرد. در پرسشنامه تصویری پاسخ به سؤالات از طریق تصاویر ارائه می‌شود. چنین پرسشنامه‌هایی برای کودکان و افراد بیسواد کاربرد دارد (۱)، ص. (۱۳۴).

در طراحی پرسشنامه ملاحظات دقیقی باید مورد توجه پژوهشگر باشد و آن، توجه به مسائل زبانی، روانی و عاطفی پاسخگویان از یک سو، و از سوی دیگر تطبیق سؤالات با رشته فکری آنان است (۲)، ص. ۳۱۳ و ۳۲۹. نکته مهم دیگر، «روایی»^(۱) و «پایایی»^(۲) پرسشنامه است. «روایی» بدین معنا است که آیا پرسشنامه دقیقاً فرضیه مورد نظر را مورد سنجش قرار می‌دهد یا خیر؛ به تعبیر دیگر زمانی یک ابزار اندازه‌گیری را معتبر می‌دانند که دقیقاً آنچه را که قرار است اندازه‌گیری شود، اندازه بگیرد. «پایایی» به معنای یکدستی در اندازه‌گیری است؛ یعنی داده‌ها از ثبات، تکرارپذیری و دقت برخوردار باشند و چنانچه همان شرایط بار دیگر فراهم گردد، نتیجه‌های یکسانی به دست آید. برای تعیین «روایی» و «پایایی» پرسشنامه، روشهای علمی مناسبی وجود دارد. برای تعیین «روایی» می‌توان از سنجش «پایایی» داده‌ها در قبال ضوابط موجود فعلی، ضوابط مربوط به زمان آینده و نظریه استفاده کرد و برای تعیین «پایایی»، استفاده از پرسشهای کنترل، تکرار آزمون و به کار بردن شکلهای متفاوت یک یا چند سؤال را می‌توان نام برد (۴)، ص. ۱۳۸ و ۳۹۰.

بدیهی است پس از تعیین جامعه آماری، پرسشنامه طراحی شده باید در یک مقیاس محدود مورد مطالعه آزمایشی یا مقدماتی^(۳) قرار گیرد تا مشکلات احتمالی آن از نظر اجرا در سطح وسیع، شناخته و برطرف شود.

مزایای روش پرسشنامه

○ امکان ارائه داده‌ها به شکل کمی و در قالب نمودار و جدول، و انجام عملیات آماری پیچیده دستی و ماشینی بر روی داده‌ها فراهم می‌گردد.

○ تأثیر عوامل انسانی نظیر شخصیت مصاحبه‌گر در روش مصاحبه در فرآیند پرسش، از میان می‌رود.

○ پاسخگویان زمان کافی برای پاسخگویی به سؤالات دارند.

○ این روش برای پژوهشگرانی که روحیه مناسبی برای برخورد با پاسخگویان ندارند، مطلوب است (۱۸، ص. ۴۵).

○ با این روش، انتظار این که «نمونه» معرف کل جامعه آماری باشد تأمین می‌شود.

این معرف بودن هرگز مطلق نیست و همیشه باید «ضریب احتمال خطا» را در نظر گرفت.

○ هزینه پرسشنامه در مقایسه با مصاحبه، از نظر تهیه و توزیع و گردآوری پرسشنامه و نیز آموزش نیروی انسانی دست‌اندرکار گردآوری اطلاعات پرسشنامه، کمتر است.

○ پوشش پرسشنامه در مقایسه با مصاحبه، از نظر حجم نمونه یا جامعه آماری

می‌تواند بسیار وسیع‌تر باشد و تعداد زیادی از پاسخگویان را در نقاط مختلف جغرافیایی در برگیرد.

معایب روش پرسشنامه

○ فرموله کردن سؤالاتی که نمی‌توان آنها را به زبان تخصصی بیان کرد، مانند

پرسش درباره کاربرد سیستمهای اطلاعاتی یا منابع اطلاعات، بسیار مشکل است.

○ اطمینان از این که پاسخگویان سؤالات را کاملاً درک می‌کنند و بدون بروز

چندگانگی یک «مفهوم» را دریافت می‌کنند، بسیار مشکل است (۱۸، ص. ۴۶).

○ میزان پاسخگویی به پرسشنامه و بازگرداندن آن، ممکن است پایین باشد. مطالعه

انجام شده نشان می‌دهد که متأسفانه درصد کمی (۳۰ تا ۶۰ درصد) از پاسخگویان،

پرسشنامه را تکمیل می‌کنند و باز می‌فرستند، که در این صورت نمی‌توان نظرات آن عده

را به کل جامعه آماری تعمیم داد (۲، ص. ۳۶۲).

○ اطمینانی نیست که پاسخها عکس‌العمل واقعی پاسخگویان در مقابل سؤالات

باشد، زیرا پرسشنامه آزادانه در اختیار پاسخگو قرار داده می‌شود و او می‌تواند یک یا

چند بار سؤالها را از اول تا آخر مرور کند و به رابطه سؤالها با یکدیگر، فرضیه‌های پژوهش و موضوع مورد مطالعه پی ببرد (۲، ص. ۳۶۳). در این صورت و بنا به ملاحظات دیگری که ممکن است مربوط به جایگاه اجتماعی و شخصیت فرد باشد، احتمال می‌رود که پاسخهای آنان ساختگی باشد و وثوق آنها جای تأمل دارد.

○ پرسشها در سطح باقی می‌مانند و کاوش عمیقی که حاصل تعامل واقعی پاسخگو باشد در ذهن پاسخگو انجام نمی‌گیرد.

○ داده‌های حاصل از این روش به مقدماتی چون «روایی و پایایی پرسشنامه»، «درستی نمونه انتخابی»، «اجرای صحیح عملیات» و نیز مسائلی نظیر «دقت و صحت عملیات آماری» که بر روی داده‌ها انجام شده وابسته است.

● مشاهده

روش مشاهده، روشی است که در آن شخص (معمولاً آموزش دیده)، آزمودنیها یا پدیده‌ها را مشاهده و اطلاعات مربوط به ویژگیهای آنها را پیشینه‌برداری می‌کند (۴، ص. ۱۵۵). روش مشاهده برای گردآوری اطلاعات درباره‌ی این که چه اطلاعاتی، چه زمانی و چرا در سازمانها مورد استفاده قرار گرفته، مناسب می‌باشد.

مشاهده کلیه فرآیندهای انتقال اطلاعات و تعامل موجود بین کاربر و سیستم اطلاعاتی، به مفهوم مطالعه کاربران در موقعیت کاری آنها می‌باشد. مشاهده در موارد زیر، روشی بسیار مناسب است:

○ مطالعه ارتباطات در محیط اداری؛

○ در مواردی که دریافت اطلاعات از مجرای شفاهی انجام گرفته است.

انواع مشاهده:

از نظر شیوه اجرا: مشاهده را از نظر شیوه اجرا، می‌توان در دو نوع دسته‌بندی کرد:

۱- مشاهده آزاد: در این نوع مشاهده، پژوهشگر مطابق برنامه قبلی و تعیین شده

به مشاهده پدیده نمی‌پردازد، بلکه قصد او بیشتر دستیابی به ایده و نظریه است. زمینه‌یابی و مطالعهٔ اکتشافی با تکیه بر این نوع مشاهده انجام می‌گیرد.

۲- مشاهدهٔ منظم: گردآوری داده‌ها در این روش مشاهده بر اساس فرضیه‌های تدوین شده و برنامه هدفمند پژوهشگر انجام می‌گیرد. پژوهشگر به خوبی آگاه است که چه داده‌هایی را برای چه هدفی گردآوری می‌کند و مطابق طرح از پیش تعیین شده و مدون به مشاهده می‌پردازد.

از نظر مشارکت پژوهشگر: مشاهده را از نظر مشارکت پژوهشگر می‌توان به دو گونه متمایز تعریف کرد:

۱- مشاهدهٔ توأم با مشارکت: پژوهشگر برای گردآوری داده‌ها دربارهٔ نیازهای اطلاعاتی کاربران، خود را به عنوان یک کاربر و عضو گروه یا سازمان در شرایط محیطی، سازمانی و حرفه‌ای آنها قرار می‌دهد تا به گونه‌ای واقعی تر و ملموس‌تر به مطالعه آنان بپردازد. در مطالعهٔ موردی^(۱) که تعیین نیازهای اطلاعاتی گروه یا سازمان خاص مورد نظر باشد، این روش کارآیی مطلوبی دارد.

۲- مشاهدهٔ بدون مشارکت: پژوهشگر در نقش خود به عنوان یک فرد غیر عضو جامعه آماری و مورد پژوهش، ظاهر می‌شود و از بیرون نظاره‌گر وضعیت و شرایط موجود است.

استفاده از هر کدام از این روشها مستلزم مطالعهٔ شرایط و ارزیابی آنها است و از این رو، فی نفسه هیچیک بر دیگری ترجیح ندارد، بلکه انطباق آنها با شرایط و اهداف پژوهش دارای اهمیت است. در مجموع، مشاهده برای تحلیل شرایطی مناسب است که داده‌ها از طریق اسناد و گفتار و سایر روشها قابل حصول نیست.

مزایای روش مشاهده

○ پژوهشگر می‌تواند از این طریق تصویر دقیقی از واقعیات موجود و جریان

اطلاعات در جامعه آماری مورد پژوهش ارائه دهد که از هیچ طریق دیگری میسر نیست (۸، ص. ۱۳۳).

○ تهیه مستندات برای تحلیل نیازهای اطلاعاتی، از طریق مشاهده موفق تر و واقعی تر است.

○ فهم مستقیم رفتارها و رویدادها در موقع بروز و تولید آن عملی می شود (۵، ص. ۱۹۴).

○ به عنوان روش مکمل برای کنترل صحت داده های گردآوری شده با روشهای دیگر، مطلوب است.

○ می تواند زمینه ساز گردآوری اطلاعات به وسیله سایر روشها باشد.

معایب روش مشاهده

○ محدودیت دامنه مشاهده که در نتیجه پژوهشگر در هر لحظه از زمان، قادر به مشاهده دقیق تعداد معدودی از وقایع است و غفلت از وقایع دیگر در یک فرایند زمانی طولانی، محتمل است.

○ محدودیت کاربرد که در نتیجه، برای مشاهده منظم و دقیق وقایع، حضور مستقیم شخص مشاهده گر الزامی است (۳، ص. ۱۲۴).

○ وجود مشاهده گر می تواند در کیفیت بروز برخی رفتارها و وقایع تأثیر هرچند اندک بگذارد.

○ دخالت اجساس، سلیقه، گرایشهای فکری و هنجارهای مشاهده گر در پشت گزارش وقایع، موجب خدشه دار شدن داده های گردآوری شده می گردد.

○ مدت زمانی که برای گردآوری داده ها در این روش باید صرف شود، در مقایسه با سایر روشها بسیار زیاد است.

○ در صورتی که فعالیتهای فردی نظیر نوشتن در گروه یا سازمان مورد مشاهده زیاد و در مدت زمان طولانی انجام گیرد، مشاهده کارآیی خود را از دست می دهد.

○ امکان بروز رفتارهای تصنعی و شرایط غیرمعمول ناشی از دخالت مدیران سازمان یا رهبران گروه وجود دارد.

○ تفسیر، تحلیل و تدقیق داده‌ها از پیچیدگی بیشتری برخوردار است.

● یادداشتهای روزانه

ثبت وقایع روزانه که از مشاهدات ساده فرد سرچشمه می‌گیرد، یکی از روشهایی است که به عنوان جانشین پرسشنامه و مصاحبه مورد استفاده قرار می‌گیرد. گردآوری داده‌ها از طریق «یادداشتهای روزانه» به طور وسیع در پژوهشهای علوم اطلاع‌رسانی مورد استفاده واقع نمی‌شود. به این دلیل که نیازمند همکاری بسیار نزدیک افرادی است که منابع (یادداشتهای روزانه) را در اختیار دارند؛ دیگر این که پژوهشگران این روش را چندان پیشرفته و فنی نمی‌دانند.

اما در حقیقت این روش در درک رفتار اطلاع‌یابی دانش‌آموزان و کودکان نقش مهمی ایفا می‌کند. پژوهشگران نوعاً از این روش برای نظارت و آگاهی از وضعیت استفاده از کتابخانه، فعالیتهای انجام شده، محلهای قابل بازدید و سطح رضایت‌مندی، زمانی که صرف مطالعه و مرور مطالب شده، و زمانی که صرف یافتن مرجع یا کتابی در کتابخانه شده، بهره‌برداری می‌کنند (۱۸، ص. ۴۷).

در این روش از کاربران خواسته می‌شود که در زمان مشخص، اطلاعات مربوط به پدیده یا شرایط مورد نظر را ثبت و یادداشت نمایند. در یادداشت روزانه، تکمیل اطلاعات بر حسب مورد و به گونه‌ای انفرادی و ویژه صورت می‌گیرد. یادداشت روزانه را می‌توان به سه نوع تقسیم کرد:

- ۱- یادداشت‌برداری منظم رویدادها؛
- ۲- یادداشت‌برداری از پیشامدهای مهم؛
- ۳- پیشینه‌های مربوط به توسعه راه‌حلا.

○ یادداشت‌برداری منظم رویدادها

در این روش از آزمودنی (کاربر) خواسته می‌شود به طور مشروح درباره رفتار خودش (مثلاً رفتار اطلاع‌یابی یا عاداتهای مطالعه) در محدوده زمانی ثابت و معین مطالبی بنویسد (۴، ص. ۱۸۹-۱۸۷). روش یادداشت‌برداری کاربران و کیفیت اطلاعاتی که ثبت می‌کنند، در دوره‌های زمانی منظم قابل کنترل و بازبینی است.

○ یادداشت‌برداری از پیشامدهای مهم

در این روش از کاربر خواسته می‌شود که درباره چند مورد از مواردی که به اطلاعات مورد نظر دست یافته، فعالیتهای پیش از دستیابی به اطلاعات، تأثیر اطلاعات جستجو شده بر پژوهش مورد نظر وی، شناخت از موضوع و ماهیت استفاده از اطلاعات، توضیحاتی ارائه نماید.

○ پیشینه‌های مربوط به توسعه راه‌حلها

این روش، گونه‌ای از یادداشت‌برداری برای آزمایش کارایی انواع گوناگون اطلاعات، روشها و منابعی است که برای حل مسئله مورد استفاده قرار می‌گیرند. به این معنا که از آزمودنی (کاربر) خواسته می‌شود چنانچه از منابعی برای حل مسئله استفاده می‌کند، برآوردی از راه‌حل مسئله مورد بحث به دست دهد و پس از چند هفته راه‌حل‌های ارائه شده توسط اشخاص گوناگون، مورد مقایسه و ارزشیابی قرار می‌گیرند (۴، ص. ۱۸۹-۱۸۷).

مزایای روش یادداشت‌برداری روزانه

۱- داده‌های حاصل از این روش، از آن نظر بسیار با ارزش‌اند که با هدف پژوهشگر رابطه تنگاتنگ دارند و حاصل کنش و واکنش کاربر با وقایعی هستند که هنگام وقوع ثبت می‌شوند.

- ۲- امکان مقایسه گزارشهای گوناگون از دیدگاههای مختلف فراهم می‌گردد.
- ۳- با این روش، می‌توان داده‌های فراوانی را در زمانی نسبتاً طولانی گردآوری کرد.

معایب روش یادداشت برداری روزانه

- قابلیت اعتماد و دقت یادداشت روزانه؛ مثلاً این که کاربر مورد آگاهانه یا ناآگاهانه در وقایع تصرف نماید، خود یک مسئله قابل تأمل است.
- به اتمام رسیدن گردآوری اطلاعات با استفاده از این روش با توجه به مسائلی چون لزوم پشتکار کاربران و تداوم کار، و اشتغالی که برای کاربران ایجاد می‌کند، جای سؤال دارد.

○ دستیابی و تعیین نمونه برای اجرای فرایند گردآوری با این روش کاری بس مشکل است و ممکن است مستلزم حضور داوطلبانه کاربران باشد که این موضوع به اهداف پژوهش آسیب می‌رساند و نتایج را خدشه‌دار می‌کند.

○ ثابت بودن کاربران در یک محدوده زمانی، آن هم با انگیزه لازم برای تداوم کار مشکل است. راه‌حلهایی چون بزرگتر کردن حجم نمونه، و گردآوری اطلاعات در دوره زمانی کوتاه با پرداخت دستمزد به آنان، اگر چه مؤثر است اما به همین میزان در مخدوش کردن نتایج تحقیق تأثیر می‌گذارد.

○ تحلیل داده‌های یادداشت‌های گوناگون و نامنظم، مشکل و مستلزم صرف زمان قابل توجه است (۱۸، ص. ۴۸).

● گزارشهای ثبت وقایع

تحلیل گزارشهای ثبت وقایع، روش نظارت خودکار در سیستمهای رایانه‌ای است. این روش تنها رفتار اطلاع‌یابی کاربران در ترمینال و در ارتباط با سیستم اطلاع‌رسانی خاصی را مشخص می‌کند. بر اساس این روش می‌توان رفتار اطلاع‌یابی کاربران را برای جستجوی شکل یا نوع خاصی از اطلاعات، به طور مداوم ردگیری کرد و سپس در باره

نیازهای اطلاعاتی کاربر (کاربران) اظهار نظر نمود. از طریق این گزارشها می توان به ویژگیهای اطلاعات مورد نیاز فرد، نظیر ویژگیهای زیر، دست یافت:

□ میزان نیازمندی به اطلاعات جاری و روزآمد؛

□ سرعت دریافت اطلاعات؛

□ حجم اطلاعاتی که مایل به دریافت آنها است؛

□ سطح پردازش اطلاعات مورد نیاز.

این روش گردآوری اطلاعات از حدود سال ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ مورد استفاده وسیع قرار گرفت. با ظهور دیسکهای نوری و گسترش روزافزون سیستمهای جستجوی کاربر نهایی، مطالعه بر روی این نوع کاربران که متفاوت از گونه های قبلی بود، بیشتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت.

جنبه هایی از نیازهای اطلاعاتی و کاربرد اطلاعات که می تواند از طریق «ثبت وقایع» مورد مطالعه قرار گیرد عبارت اند از:

□ اندازه گیری کاربرد: بدیهی است یکی از مهمترین نکات در ارزیابی کاربران، کیفیت بهره برداری آنان از سیستم و منابع موجود است. به هر حال «میزان بهره برداری» از سیستم و منابع، با روشها و شاخصهای مختلف قابل اندازه گیری است. این شاخصها عموماً در این زمینه کاربرد دارند:

۱- اداره جلسات جستجو؛

۲- اداره جستجوهای فردی؛

۳- عملیات پیوسته ای که برای حصول به نتیجه انجام گرفته؛

۴- پیوستگی زمانی جستجو.

□ اندازه گیری رضایت مندی: اندازه گیری ثبت و ضبط وقایع یکی از بحث انگیزترین موضوعات است. ثبت وقایع در حین جستجو توسط رایانه، مدرکی را که نشانگر میزان موفقیت کاربر در رفع نیازهایش باشد، به دست نمی دهد؛ اما برخی سرنخها را در این زمینه فراهم می کند. تعدادی رکورد به نمایش در می آید که ممکن است به عنوان حاصل

جستجو مورد پذیرش کاربر قرار گیرد؛ اما قبول نتیجه این جستجوها یک معیار قطعی برای اندازه‌گیری رضایتمندی نیست. گاهی حاصل جستجو اطلاعاتی است که ضرورتاً برای کاربر مفید نیستند و به کار او نمی‌آیند، اما نفس همین جستجو برای او رضایت‌بخش است.

□ اندازه‌گیری مهارت و تخصص: هنگامی که کاربر مشغول جستجوی اطلاعات است، از طریق فرمانهایی که به سیستم می‌دهد، می‌توان مهارت او را در جستجو اندازه‌گیری کرد؛ بدین صورت که تعداد خطاهایی که پس از صدور فرمان، نمایش داده می‌شود یا تعداد فرمانهایی که با موفقیت توأم است، به سادگی قابل اندازه‌گیری‌اند. همچنین واژه‌هایی که به صورت تک‌تک یا ترکیبی از سوی کاربر به سیستم داده می‌شود، می‌تواند نشانه میزان تخصص و مهارت او باشد.

زمان جستجو: مقدار زمانی که کاربر برای جستجو صرف می‌کند یک معیار بسیار مهم به شمار می‌آید. مدت زمانی که کاربر در درون سیستم به کاوش می‌پردازد در طول ساعت، روز، هفته و ماه قابل تعیین است و از تحلیل این متغیر می‌توان به الگو، دامنه و کیفیت جستجوی کاربر پی برد.

کاوش موضوعها: از طریق فراوانی (بسامد) واژه‌هایی که کاربر استفاده می‌کند می‌توان به ویژگیهای موضوع مورد نیاز او دسترسی پیدا کرد. البته این روش ممکن است اندکی گمراه‌کننده باشد، چون کاربر ممکن است از پایگاههای اطلاعاتی برای هدفهای خاصی نظیر زمینه‌یابی استفاده کند.

جاری بودن: با آزمودن زمان انتشار مدارکی که بازیابی می‌شوند یا فاصله زمانی جستجوها می‌توان به یک نظریه درباره آنچه کاربر مورد استفاده قرار می‌دهد، دست یافت.

مزایای روش ثبت وقایع

۱- در این روش نیروی انسانی چندانی مورد نیاز نیست؛ اگر چه تحلیل نتایج مستلزم

کار طولانی و پرهزمت است.

- ۲- بی طرفی این روش یکی از نقاط قوت آن است. کاربران به سوی اطلاع رسانی و سیستمی گرایش پیدا می کنند که در نتایج کار آنها بی تأثیر باشند.
- ۳- بدون ایجاد مزاحمت برای کاربران و درگیر کردن آنان، قابل اجرا است.
- ۴- روش ثبت وقایع، وضعیت موجود را آن گونه که «هست» می نمایند و نه آن گونه که در روش مصاحبه و پرسشنامه، متکی بر آراء و یادآوری کاربران باشد.
- ۵- امکان مقایسه رفتار اطلاع یابی گروه های کاربر، اعم از زن یا مرد، کاربر نهایی یا با واسطه را فراهم می آورد.

معایب روش ثبت وقایع

- ۱- داده ها دارای ماهیتی سطحی هستند؛ درست است که مقدار کمی بهی اعداد ارقام در اختیار ما است، اما مفهوم عمیق و واضحی ندارند. هیچ راهی برای پی بردن به چرایی رفتار کاربران در هنگام جستجو، و انگیزه های آنان وجود ندارد. بنابراین اطلاعاتی از تحلیل این داده ها حاصل می شود که تا حدودی سطحی هستند.
- انتصاب داده ها به فرد معین، یا حتی مقوله های مربوط به هر کاربر، خصوصاً در ایستگاه های دسترسی به صورت پیوسته که قطع و وصل ارتباط گهگاه صورت می گیرد، مشکل است.

○ وقتی که داده های خام تفسیر می شود، این خطر وجود دارد که به گونه ای غلو آمیز ثبت و ضبط گردند؛ مثلاً این گونه تعبیر شود که جستجوگر فرصت کافی برای جستجو داشته یا نداشته، فردی فعال یا غیر فعال، دارای سرعت عمل یا کند است (۱۸، ص. ۴۹).

● تحلیل استنادات

مطالعه استنادات از جهاتی شبیه ثبت وقایع در سیستم رایانه ای است و هر دو روش، اطلاعات ساده ای را از کاربرد اطلاعات فراهم می نمایند. استنادات، کاربرد اطلاعات را

به شکل رضایت‌بخشی نشان می‌دهند. بی‌تردید کسی که به یک منبع استناد می‌کند نه تنها آن را مورد استفاده قرار می‌دهد، بلکه از بین یک مجموعه منابع، آن را گزینش می‌نماید. از این رو یک نوع داوری در باره کیفیت و ارتباط منبع با موضوع مورد نظر انجام می‌گیرد. البته ممکن است مدارکی مورد مراجعه باشند، اما مورد استناد نباشند چون از نظر استفاده‌کننده دارای ارزش استناد نیستند. این عدم استناد به این‌گونه منابع را نباید دلیل بی‌ارزش بودن آنها دانست. کاربرد از این منابع، نوعی دانش کلی کسب می‌کند که موردی برای استناد ندارد.

در استناد، مدارکی که مورد استفاده قرار گرفته ذکر می‌شود؛ هر چند ممکن است در مواردی استناد به یک منبع شده باشد، اما در واقع مورد استفاده قرار نگرفته باشد، مانند کاری که دانشجویان در گزارشهای خود انجام می‌دهند. بررسی و تحلیل منابعی که در گزارشها و تألیفهای کاربران مورد استناد قرار می‌گیرند، می‌تواند اطلاعات با ارزشی را از علایق و نیازهای اطلاعاتی آنان در اختیار اطلاع‌رسانان قرار دهد.

انواع مهم تحلیل استنادات

قدمت مدرک: یکی از کاربردهای اولیه و بسیار مهم مطالعات استنادی تعیین قدمت زمانی مدرک و میزان فایده آن است. کاربرد وسیع و شدید جدیدترین متون و نشریات، یکی از شاخصهای علوم و حامیان آن است. داده‌هایی که از طریق تعیین قدمت مدارک مورد استفاده به دست می‌آید، برای تعیین زمان «وجین» کردن مدارک کتابخانه، صحافی و سیاستگذاری برای ذخیره‌سازی دارای ارزش عملی فراوانی هستند.

تحلیل موضوع: از طریق تحلیل موضوع می‌توانیم تعیین کنیم چه موضوعاتی مورد استفاده قرار گرفته‌اند، پراکندگی دامنه موضوعات مورد استناد چگونه است، موضوعات مرتبط با موضوع اصلی کدام‌اند، و... داده‌های حاصل از تحلیل موضوع دارای ارزش عملی بسیار بالایی هستند، چون این داده‌ها در سیاستگذاری انتخاب مواد کتابخانه، تعیین حوزه و دامنه جستجوی متن، و مسائل طبقه‌بندی، کمک شایانی به

اطلاع‌رسانان و کتابداران می‌نمایند.

تحلیل شکل و قالب: این تحلیل می‌تواند در کسب بینش نسبت به میزان پردازش و بسته‌بندی اطلاعات کمک فراوانی به ما بکند. وابستگی فراوان به مجلات می‌تواند نشانگر نیاز به اطلاعات جاری و سرعت در تحویل مدرک، و نیز نشان از تفکری باشد که خصیصه یک رشته علمی را دارد. اما تحلیل استنادات کتابها، به تنهایی چنین وضعیتی ندارد.

تحلیل زبان و کشور: تحلیل زبان و وضع کشور می‌تواند به تبیین اوضاع بین‌المللی نیاز، از جهت مرزهای جریان اطلاعات در سطح جهان، و این که آیا ما واقعاً بخشی از دهکده جهانی هستیم، و تعیین نقاط ثقل اطلاعات در سطح ملی و بین‌المللی کمک کند. اما نویسندگان و ناشرانی که در سطح بین‌المللی فعالیت می‌کنند، موضوع تعیین ملیت را با مشکل مواجه می‌سازند.

لیستهای مرتب شده^(۱): لیستهای مرتب شده به لیست عنوانهای نشریات اطلاق می‌شود. بیشتر تحلیلها نشان می‌دهد که برای تعداد محدودی از نشریات، تراکم فراوانی در میان استفاده‌کنندگان وجود دارد. زمانی این تفکر وجود داشت که این داده‌ها دارای ارزش فوق‌العاده‌ای هستند؛ برای این که کتابداران را از نظر هزینه تأمین مدارک و اطلاعات یاری می‌کرد (۱۸، ص. ۵۱). کتابداران با شناخت نشریاتی که در لیست به صورت رتبه‌ای درج شده‌اند، تهیه نشریاتی که بیشترین کاربرد را دارند، و اولویت دادن به آنها در تخصیص هزینه و سفارش، بخشی از فعالیت خود را در این حوزه متمرکز می‌کردند.

مزایا و جاذبه‌های استنادات

۱- استنادات کاذب بسیار زیادی در مدارک وجود دارد که نیازمند ارزیابی با استفاده از روش تحلیل استنادات است. برخی استنادات صرفاً برای نمایش پشتوانه کاذب نوشته‌ها است و استفاده واقعی از منابع به عمل نیامده، یا استناد به منابع برای بزرگنمایی

و کسب وجهه انجام گرفته است. این روش برای ارزیابی کیفیت استفاده از منابع مفید است.

۲- کاربران به صورت خودکار داده‌های مورد نیاز را در دسترس قرار می‌دهند. آنان الگوهای کاربرد اطلاعات خود را به صورت مدرک مکتوب در اختیار تحلیلگران می‌گذارند.

۳- داده‌های حاصل از این روش نسبتاً مطلوب هستند و تحلیل آنها آسان است، اطلاعات کتابشناختی بسیار منظم‌اند و عناصر داده‌ای آن کاملاً مشخص هستند.

۴- در استناد کردن، نیاز به جلب همکاری یا کسب اجازه از افراد وجود ندارد؛ به همین دلیل دانشجویان این روش بدون مشکل را می‌پسندند.

مشکلات و مسائل استنادات

۱- همه مدارک منتشره دارای استناد نیستند، مانند مقالاتی که بر اساس تجارب آزمایشگاهی و علمی تألیف می‌شوند.

۲- استنادات بیشتر در مدارک منتشره رسمی و نشر عمومی دیده می‌شوند و محافل علمی و دانشگاهی، وجود استناد را در مدارک مورد تأکید قرار می‌دهند. اما منابعی چون برنامه‌های رادیو، تلویزیون و منابع شخصی یا به منبع اطلاعات خود اشاره نمی‌کنند، یا اشاره آنها در حد متناسب با میزان استفاده از منابع نیست.

۳- استنادات بستگی به شیوه فعالیت و سلیقه مؤلفان دارد و ممکن است گوناگون باشد.

۴- استنادات تنها بخش محدودی از جزئیات استفاده از اطلاعات را نشان می‌دهند و نوعاً فقط موضوع، نام نشریه، مؤلف، تاریخ، شکل، کشور و زبان مدرک منتشره مشخص می‌گردد.

۵- برای تحلیل رایانه‌ای استنادات، امکاناتی وجود دارد، اما گردآوری استناداتی که به صورت دستی انجام شده، مستلزم صرف وقت و نیروی انسانی زیاد است (۱۸، ص. ۵۱).

● آمارهای کتابخانه

زمانی نه چندان دور، آمار فعالیتهای کتابخانه ابزار اصلی برای شناخت کاربران کتابخانه‌ها بود. امروز که کتابخانه‌ها به سیستمهای رایانه‌ای مجهز شده‌اند و سوابق فعالیت در رایانه ذخیره می‌گردد، دسترسی به این داده‌ها آسان‌تر شده است، اما ظاهراً تعدادی از متخصصان اطلاع‌رسانی تحلیل جدی این داده‌ها را، به هر شکل که باشد، مشروط می‌دانند. این داده‌ها عبارت‌اند از مدارکی که به امانت داده شده، نشریات، مدارک و اطلاعاتی که مورد استفاده کاربران قرار گرفته، اطلاعاتی که در کتابخانه وجود دارد اما مورد استفاده قرار نگرفته، مدارکی که مورد نیاز کاربران بوده اما در کتابخانه یافت نشده، و نظایر آنها. همه این موارد می‌توانند منتهی به دریافت نوینی از مسائل کاربران و موقعیتهای جدید اطلاع‌رسانی و کتابداری گردند.

روشهایی که اجمالاً مورد بحث قرار گرفت، هرکدام به فراخور موقعیت و ماهیت پروژه نیازسنجی، برای گردآوری اطلاعات مورد استفاده قرار می‌گیرند. در مواردی ممکن است پژوهشگران استفاده توأم از روشهای مذکور را تجویز کنند و یکی را برای کنترل اطلاعات روش دیگر به کار گیرند. به هر حال درباره کارآیی روشهای گفته شده نمی‌توان پیشداوری کرد یا یکی را بر دیگری ترجیح داد.

منابع فصل پنجم

- ۱- خلیلی شورینی، سیاوش (۱۳۷۵). روشهای تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات یادواره کتاب.
- ۲- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۶۰). کندوکاو پنداشته‌ها. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ۳- سیف‌نراقی، مریم و نادری، عزت‌الله (۱۳۷۵). روشهای تحقیق در علوم انسانی با تأکید بر علوم تربیتی. تهران: بی‌نا.
- ۴- کومار، کریشان (۱۳۷۴). روشهای پژوهش در کتابداری و اطلاع‌رسانی. ترجمه فاطمه رهادوست و فریبرز خسروی. تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- ۵- کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان (۱۳۷۵). روش تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نشر توتیا.
- ۶- گرت، اف؛ شونیس، الیزابت و شونیس، کارل (۱۳۵۱). مصاحبه در خدمات اجتماعی و مشاهده و راهنمایی. تهران: مؤسسه مطبوعاتی عطایی.
- ۷- مور، نیک (۱۳۷۴). چگونه پژوهش کنیم. ترجمه فاطمه رهادوست. تهران: سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- ۸- ین، رابرت ک. (۱۳۷۶). تحقیق موردی. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.

- 9- Berkowitz, Susan (1996). " Using Qualitative and Mixed-Method Approaches", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebeccu Reviere. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 10- Berkowitz, Susan (1996). "Talking the Sample Survey Approach", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebeccu Reviere. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 11- Berkowitz, Susan (1996). " Creating the Research Design for a Needs Assessment", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebeccu Revier. USA: Taylor & Francis Publisher Science.

- 12- Cornin, Blise (February 1981). "Assessing User Needs", *Aslib Proceedings*, Vol.32, No. 2.
- 13- Dervin, Brenda and Nilan, Micheal (1986). "Information Needs and Uses", *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)*, Vol. 21.
- 14- Durance, Joan C. (Spring, 1989). "Information Needs: Old Song; New Tune", *School Library Media Quarterly*.
- 15- Encyclopedia of Library and Information Science (1997). Vol. 59, Supplement 22. Marcel Dekker, INC.
- 16- Katherine Hill, Hellen (1987). *Methods of Analysis of Information Needs*. M.A diss., Texas Woman's University.
- 17- Kunz, Werner; Rittel, Horst W.J. & Schwuchow, Werner (1977). *Methods of Evaluation of Information Needs: A Critical Review*. Munchen: Verlag Dokumentation Publisher.
- 18- Nicholas, David (1996). *Assessing Information Needs: Tools and Techniques*. London: Aslib.
- 19- Schraf, M. K. & Ward, J. (1986). "A library Research Application of Focus Group Interviews", D. A. Nitecki (ed.). *Energies for Transition: Proceedings of College and Research Libraries*. Chicago: ALA. Cited in Hellen Katherine Hill.
- 20- Shinbourne (1980). "User Needs, the New Technology and Traditional Approaches to Library Services", *Journal of Information science*, No. 2.
- 21- Singh, S. N. (Jan, 1997). "Assessing Information Needs and Uses", *Herald of Library Science*, Vol. 18, No. 1-2.
- 22- Wilson, T. D. (March, 1981). "On User Studies and Information Needs", *Journal of Documentation*, Vol. 37, No. 1.

فصل ششم

مدلسازی نیازهای اطلاعاتی

بر اساس تعاریف، مدلسازی راهی برای ساده کردن عملیاتی که در یک فرایند انجام می‌گیرد، و تصحیح نواقص احتمالی آن است^(۱). مدلسازی نیازسنجی اطلاعاتی نیز با همین هدف انجام می‌گیرد و طی آن، فرایند انجام مطالعه نیازسنجی در یک محیط واقعی تشریح می‌گردد.

مطابق موضوعاتی که در فصلهای چهارم و پنجم بدانها اشاره شد و نیز با توجه به قاعده الاهم فی الاهم، در این فصل چهار مدل مفهومی (همراه شکل گرافیکی آنها) برای نیازسنجی اطلاعات ارائه گردیده.

۱- مدل مطالعه نیازسنجی اطلاعات در مقیاس ملی

این مدل به منظور ایجاد راهکاری برای سنجش نیازهای اطلاعات در کل کشور ارائه شده و طبیعی است که عناصر و اجزای چنین مدلی دارای پیچیدگی بیشتری است. در برنامه‌ریزی ملی برای نیازسنجی اطلاعات، در سطح‌بندی حوزه عملیات حداقل از دو رویکرد می‌توان یاد کرد. نخست رویکرد مبتنی بر جغرافیای سیاسی، و دوم

۱- برای توضیح بیشتر به «پیوست ۱» مراجعه کنید.

رویکرد مبتنی بر موضوع. در رویکرد مبتنی بر جغرافیای سیاسی، تقسیمات کشوری نظیر استان، شهرستان، در برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات مبنای کار قرار می‌گیرند و کمیته‌های مورد نظر نیز با توجه به ساختار جغرافیای سیاسی کشور شکل می‌گیرد و سپس موضوع مورد نظر تعیین، تعریف و تدقیق می‌گردد. اما در رویکرد مبتنی بر موضوع، تقسیم‌بندی متعارف از حوزه‌های معارف بشری از نظر موضوع، رشته و دانش تخصصی، اساس برنامه‌ریزی قرار می‌گیرد. در مدل ارائه شده، رویکرد مبتنی بر موضوع - و نه تقسیمات جغرافیایی - مورد توجه قرار گرفته است.

۲- مدل مطالعه نیاز ضروری

قبل از تشریح مدل، آگاهی‌های بیشتر درباره‌ی محورهای «نیاز ضروری» ارائه شده و سپس مدل مفهومی برای سنجش این نوع نیاز اطلاعاتی طراحی شده است.

۳- مدل مطالعه کاربران

یکی از مهمترین محورها در نیازسنجی اطلاعات، مطالعه کاربران و تبیین رفتار اطلاع‌یابی آنان است. قبل از ترسیم فرایند مدل پیشنهادی به شکل گرافیکی، توضیحات بیشتری درباره‌ی عناصر آن ارائه شده است.

۴- مدل سنجش نیازهای اطلاعاتی در سازمانها

سازمانها به لحاظ ساختار، مأموریتها و وظایف، عملکرد، اثراتی که بر جامعه دارند، و سایر ویژگیها، سنجش نیاز اطلاعاتی آنها نیازمند راهکار ویژه‌ای است. توضیحات کافی در فرایند ترسیم شده، آمده است.

مدل نیازسنجی اطلاعات در مقیاس ملی

برای نیازسنجی اطلاعات در مقیاس ملی، ایجاد یک نظام برای اجرای پروژه نیازسنجی اطلاعات ضروری است. نخستین قدم در راه ایجاد این نظام، تشکیل کمیته ملی برنامه‌ریزی مرکب از مدیران ارشد و صاحب‌نظران ممتاز امور پژوهشی و اطلاع‌رسانی است. تشکیل کمیته‌ای منتخب از مدیران مراکز اطلاع‌رسانی و پژوهشی

ذیربط کشور، و نهایتاً ایجاد کمیته‌های مشورتی، تخصصی و اجرایی از قدمهای بعدی هستند.

۱. کمیته ملی برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات

برنامه‌ریزی پروژه‌های نیازسنجی در مقیاس ملی، نیازمند تمهیدات و تسهیلاتی است که نقش مراجع تصمیم‌گیری و منابع پشتیبانی پروژه را دارای اهمیت می‌سازد. پروژه‌های ملی به لحاظ وسعت و جایگاهشان باید در سطوح بالای تخصصی و مدیریتی مورد بحث و بررسی قرار گیرند و ابعاد گوناگون آنها تبیین گردد. از آنجا که نیازسنجی اطلاعات در مقیاس ملی نیازمند هماهنگی، کلان‌نگری و داشتن امکان و توان تصمیم‌گیری است، تشکیل کمیته ملی برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات اولین قدم در این زمینه است. این کمیته زیر نظر عالی‌ترین مرجع تصمیم‌گیری در امور اطلاع‌رسانی کشور فعالیت می‌کند.

□ وظایف کمیته ملی برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات

— ایجاد هماهنگی بین پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات؛

— اولویت‌بندی و تصویب پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات — که در مقیاس ملی هستند

— مطابق نیازهای برنامه ملی توسعه، براساس پیشنهاد کمیته منتخب مدیران مرکز اطلاع‌رسانی؛

— ایجاد زمینه و بستر مناسب برای بهره‌برداری و اشتراک داده‌های حاصل از

پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات؛

— تدوین و تصویب رویه‌ها و راهکارهای مناسب و تسهیل‌کننده برای اجرای

پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات؛

— تعیین ترکیب کمیته منتخب مدیران مراکز اطلاع‌رسانی و کمیته‌های اجرایی و

تخصصی؛

– تصمیم‌گیری برای ایجاد کمیته‌های فرعی تخصصی مورد نیاز در کمیته منتخب مدیران مراکز اطلاع‌رسانی؛

– تصویب طرح‌های ملی نیازسنجی اطلاعات.

□ ترکیب کمیته ملی برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات

– نمایندگان وزارتخانه‌های پژوهشی و آموزشی کشور؛

– نمایندگان مراکز تخصصی اطلاع‌رسانی و کتابداری که در سطح ملی فعالیت می‌کنند؛

– نمایندگان دو وزارتخانه، سازمان یا مرکز تخصصی، حسب مورد و موضوع پروژه؛

– متخصصین موضوعی، حسب مورد و موضوع پروژه؛

– متخصصین علوم اطلاع‌رسانی و کتابداری.

۲. کمیته منتخب مدیران مراکز اطلاع‌رسانی

مراکز و سیستم‌های اطلاع‌رسانی به عنوان متولیان امور اطلاع‌رسانی در کمیته منتخبی که از مدیران این مراکز تشکیل می‌شود باید به ایفای نقش‌های خویش بپردازند. کمیته منتخب مدیران مراکز اطلاع‌رسانی، نظارت بر کار کمیته‌های اجرایی و تخصصی را عهده‌دار است. کمیته‌های تخصصی بر حسب مورد و بنا به تشخیص کمیته ملی برنامه‌ریزی نیازسنجی اطلاعات ایجاد می‌گردد.

□ وظایف کمیته منتخب مدیران مراکز اطلاع‌رسانی

– نظارت بر فعالیتهای کمیته اجرایی و کمیته‌های تخصصی و مصوبات کمیته منتخب؛

– پیشنهاد طرح‌های ملی نیازسنجی اطلاعات به کمیته ملی برنامه‌ریزی؛

– اجرای مصوبات کمیته ملی برنامه‌ریزی؛

– انتقال اطلاعات پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات به کمیته ملی برنامه‌ریزی.

□ وظایف کمیته اجرایی

– تأمین و پرداخت هزینه پروژه‌ها؛

— تأمین نیروی انسانی؛

— سایر امور پشتیبانی و اداری.

□ وظایف کمیته‌های تخصصی

— اولویت‌بندی نیازهای اطلاعاتی و ارائه طرح‌های پیشنهادی بر اساس نتایج بررسی‌ها در باره مشکلات و موانع موجود در سیستم ارائه خدمات اطلاع‌رسانی؛

— پیش‌بینی مشارکت کاربران و تلاش برای جلب حمایت و ایجاد حس مسئولیت در آنان برای همکاری در پروژه‌های نیازسنجی اطلاعات؛

— سنجش و بازسنجی نیازهای اطلاعات در قالب گروه‌های کاری؛

— ارزیابی اثربخشی اقدامات؛

— نظارت بر کیفیت اداره و اجرای پروژه‌ها؛

— بررسی و ارزیابی نتایج به دست آمده از اجرای پروژه‌ها و ارائه راهکارهای عملی و پیشنهاد‌های لازم براساس نتایج مذکور.

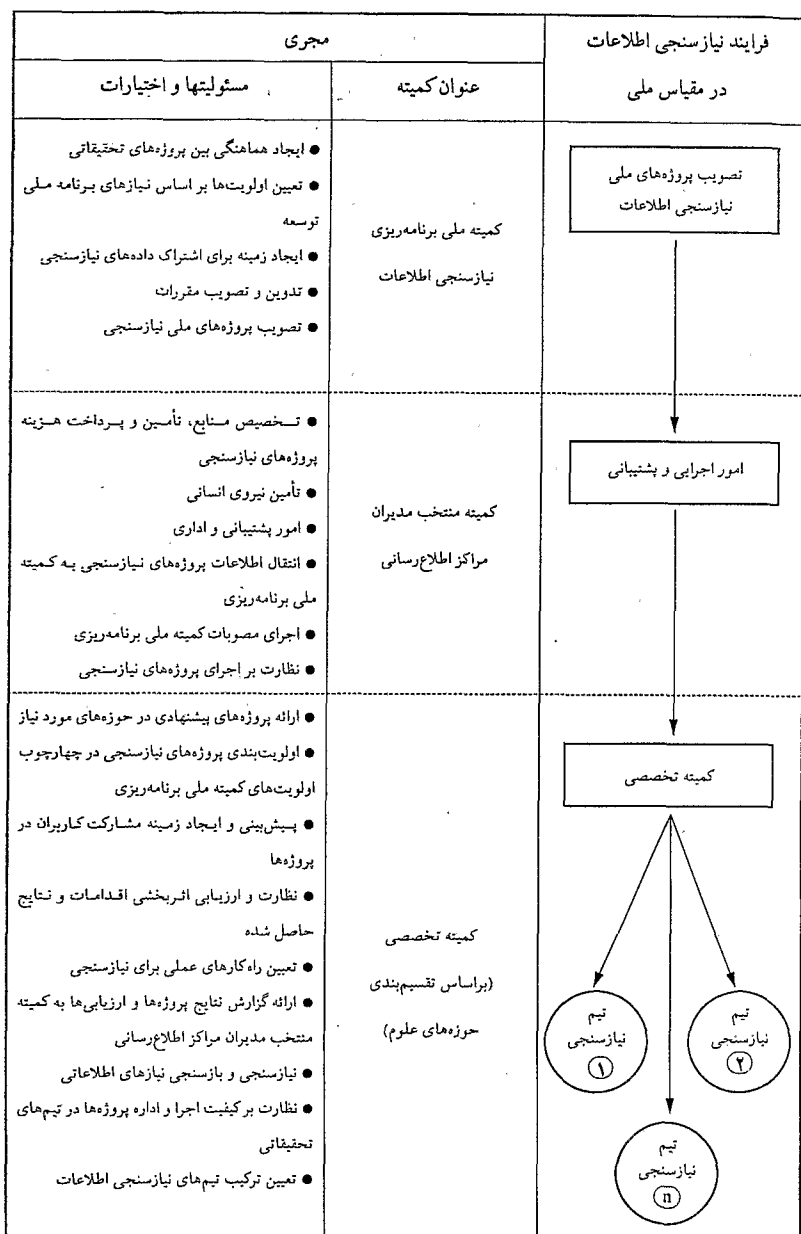
در گزینش اعضای کمیته‌ها باید همواره یک اصل ثابت را مورد توجه قرار داد و آن، سازگاری اعضای کمیته‌ها با هدف یا هدف‌های کمیته‌هاست. در برنامه ملی نیازسنجی اطلاعات، کمیته‌های تخصصی در موقعیت یک گروه مشورتی برجسته و صاحب‌نظر ظاهر می‌شوند که در محیط کار یا زندگی با کاربران یا جامعه کاربران، و در اجرای پروژه‌ها نیز با فعالیتهای پژوهشگران ارتباط نزدیک دارند.

□ ارتباط کمیته‌ها

نظام ارتباطی کمیته‌ها در سطوح کمیته برنامه‌ریزی ملی، کمیته منتخب مدیران مراکز اطلاع‌رسانی و پژوهشی، و کمیته‌های تخصصی و اجرایی، از نظر سلسله مراتب «از بالا به پایین» است، ولی در عین حال در هر سطح، کمیته‌ها در برابر وظایف محوله مسئولیت دارند.

فرایند این مدل به شکل گرافیکی در نمودار ۱-۶ نشان داده شده است. یادآوری نکته‌ای که در آغاز فصل بدان اشاره شد لازم است که، رویکرد مورد نظر در ارائه این

مدل، «موضوع» بوده است. بدین معنا که کمیته‌های تخصصی، بر اساس موضوعات حوزه‌های مختلف علوم تشکیل می‌شوند. رویکرد دیگر این است کمیته‌ها بر اساس تقسیمات کشوری - که مبنای سیاسی و جغرافیایی دارد - تشکیل شوند.



مدل مطالعه نیاز اطلاعاتی ضروری

مطالعه «نیاز اطلاعاتی ضروری» مبتنی بر این فرض است که افراد جامعه برای بقا، سازگاری و موفقیت در زندگی نیاز به اطلاعات دارند. این نوع اطلاعات از سنخی نیست که بتوان از آن چشم‌پوشی کرد؛ بلکه همانند نیازهای اولیه، در تعادل فرد نقش کلیدی ایفا می‌کند و تاب‌دان حد اهمیت دارد که خود، مقدمه تأمین نیازهای اولیه مانند نیازهای ارگانیکی می‌گردد. از این رو در ماهیت «نیازهای اطلاعاتی ضروری» نمی‌توان چون و چرا روا داشت؛ اما می‌توان به گونه‌ای آن را طیف‌بندی یا اولویت‌بندی کرد و در تأمین اطلاعات مورد نیاز، تقدم و تأخر را لحاظ نمود.

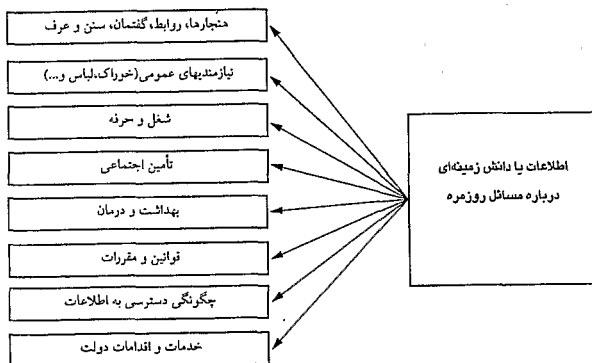
اطلاعاتی را که عموم افراد بدانها نیاز دارند می‌توان در طیف‌بندی زیر جای داد:

□ اطلاعات یا دانش زمینه‌ای درباره مسائل روزمره و مبتلا به افراد؛

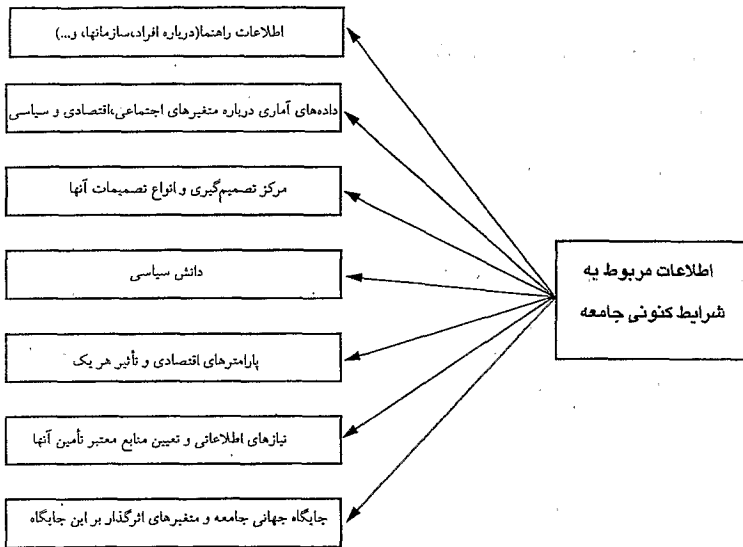
□ اطلاعات مربوط به شرایط کنونی جامعه؛

□ اطلاعات مورد نیاز برای تصمیم‌گیری.

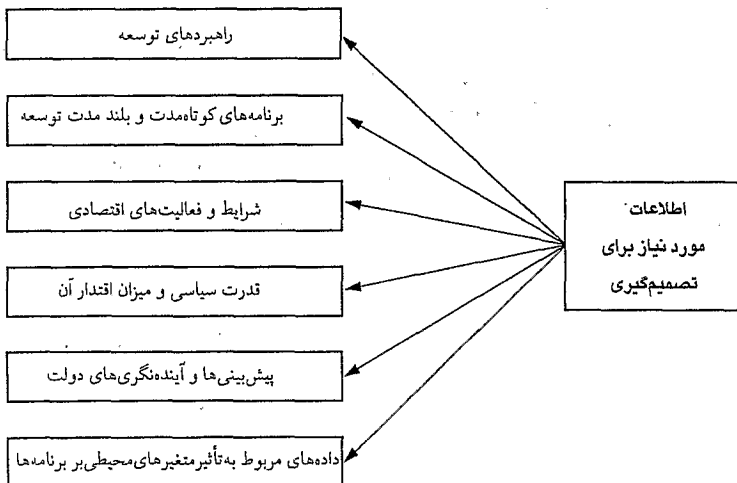
در نمودارهای ۲-۶، ۳-۶ و ۴-۶ محورهای مهم «اطلاعات ضروری» نشان داده شده‌اند. در عین حال امکان گسترش هر کدام از محورهای ذکر شده تا جزئی‌ترین مقوله، وجود دارد.



نمودار ۲-۶. محورهای مهم «اطلاعات ضروری» درباره «مسائل روزمره»



نمودار ۶-۳. محورهای مهم «اطلاعات ضروری» درباره «شرایط کنونی جامعه»



نمودار ۶-۴. محورهای مهم «اطلاعات ضروری» برای «تصمیم‌گیری»

«نیازهای اطلاعاتی ضروری» را می‌توان بر اساس موقعیت جغرافیایی، صنفی، گروهی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و نظایر آن طبقه‌بندی نمود؛ مثلاً «مردم را می‌توان بر اساس محل سکونت، علائق خاص صنفی و گروهی، و گروههای عام شهروندان تقسیم‌بندی کرد:

— محل سکونت (موقعیت جغرافیایی) که اقتضائات خاصی در زمینه نیازهای اطلاعاتی دارد و قاعدتاً موضوعات و منابع اطلاعاتی خاصی را می‌طلبد.

— علایق خاص گروهی: گروهها نیازهای اطلاعاتی خاصی دارند که به یک موقعیت جغرافیایی خاص مربوط نمی‌شود و بر روی موضوعاتی عام‌تر تمرکز می‌یابند، مانند گروه صلح سبز، گروه پزشکان بدون مرز، گروه مبارزه با نژادپرستی.

— گروههای عام شهروندان: طیف این گروهها وسیع‌تر و دامنه علایق آنها نیز گسترده‌تر است. این گروهها را می‌توان در گروه‌بندی‌های جنسی، سنی و تحصیلی جای داد.

● سنجش نیازهای اطلاعاتی ضروری کاربران:

برای سنجش «نیاز اطلاعاتی ضروری»، مطالعه‌ی توأم «شرایطی که کاربر در آن به سر می‌برد»، «منابع اطلاعات» و «موضوعها» براساس روش مناسب الزامی است. لازم به یادآوری است که مطالعه‌ی هرکدام، موجب بی‌نیازی از مطالعه‌ی دیگری نمی‌شود (در نمودار ۵-۶ فرایند سنجش این نوع نیاز نشان داده شده است). هر یک از محورهای مطالعه، بدین صورت قابل گسترش‌اند:

● مطالعه‌ی ماهیت موضوع:

— تعیین نوع نیازهای اطلاعاتی ضروری،

— بیان اولویت نیازهای اطلاعاتی و ملاک‌های ارزیابی آنها؛

● مطالعه‌ی شرایط:

- شرایط فرد (گروه)،
- شرایط خانوادگی (محیط پیرامون)،
- شرایط زیست،
- شرایط محیط و نوع کار،
- شرایط محیط کار و نوع فعالیت،
- ارتباطات فردی (گروهی)؛
- مطالعه منابع اطلاعات (از نظر نوع رسانه)؛
- ارتباطات رودررو و فردی:
 - دوستان،
 - خویشاوندان،
 - همسایگان،
 - همکاران،
 - دست‌اندرکاران،
 - متخصصان،
 - درون گروهی؛
- منابع چاپی:
 - کتاب،
 - روزنامه،
 - مجله،
 - گزارش‌ها،
 - مجموعه مقالات؛
- رسانه‌های دیداری و شنیداری:
 - رادیو،
 - تلویزیون،

— سایر رسانه‌های سمعی و بصری؛

● چند رسانه‌ایها:

— دیسکهای نوری،

— ارتباط هم‌زمان رایانه‌ای؛

● تحلیل نیازهای ضروری

با مطالعهٔ محورهای گفته شده، در صورتی که قواعد مطالعه از نظر روش‌شناسی و ضوابط علمی رعایت شده باشد، تحلیل نهایی باید به سؤالهای زیر به روشنی پاسخ دهد:

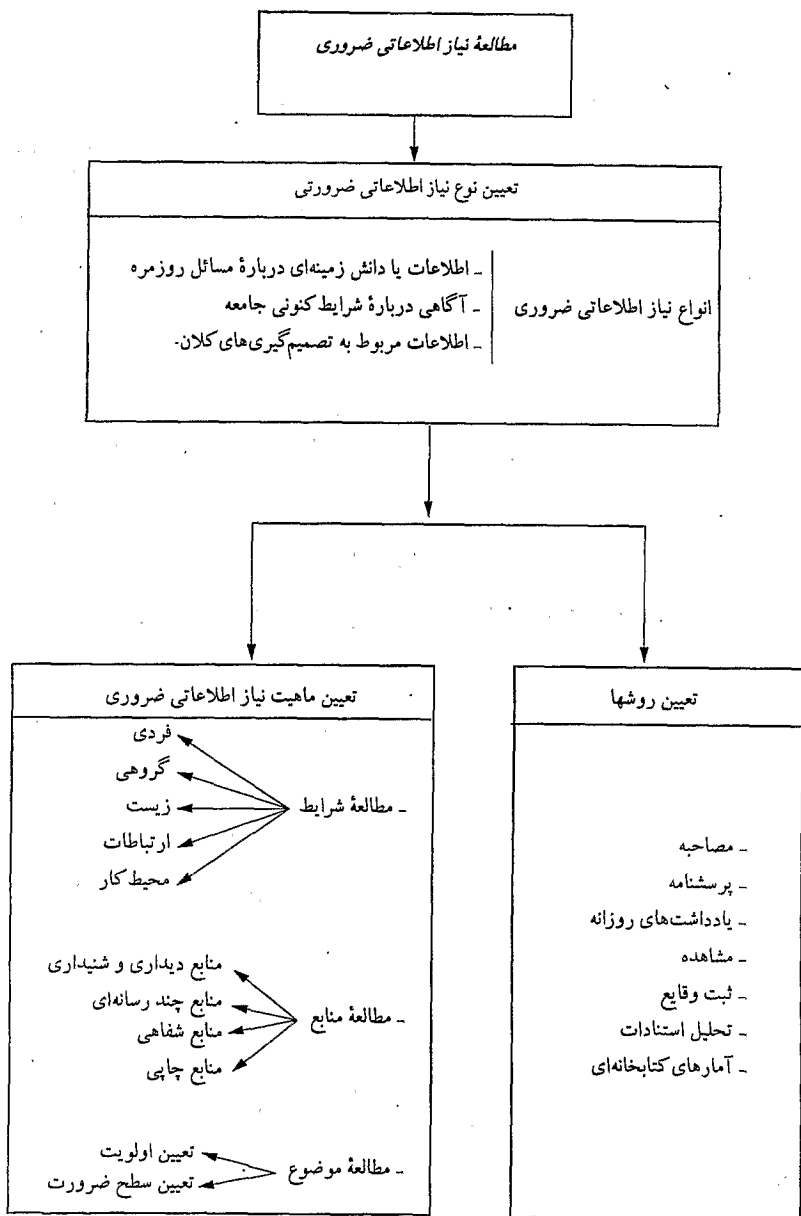
۱. کاربران دسترسی به چه نوع اطلاعاتی را حیاتی می‌دانند (دیدگاه کاربران)؟

۲. نیازهای اطلاعاتی واقعی «ضروری» کاربران کدام‌اند؟

۳. منابع اطلاعات کاربران برای دسترسی به اطلاعات کدام‌اند؟

۴. کاربران در دسترسی به اطلاعات ضروری با چه موانعی روبرو هستند؟

۵. کیفیت دسترسی و ارزشیابی اعتبار منابع چگونه انجام می‌گیرد؟



مدل مطالعه کاربران

گفته شد که یکی از رایج‌ترین مطالعات دربارهٔ نیازهای اطلاعاتی، مطالعهٔ کاربران و رفتار اطلاع‌یابی آنان است. در فصل ۵ به تفصیل دربارهٔ این موضوع توضیح داده شد؛ اما اکنون، بر اساس مباحث گفته شده باید بتوانیم برای مطالعه کاربران فرایندی را طراحی کنیم. نخست مدل مورد نظر برای مطالعه کاربران تشریح، و در پایان به صورت مدل گرافیکی ارائه می‌شود.

۱- مطالعهٔ موضوع (های) مورد نیاز کاربر:

- موضوع‌هایی که کاربر اظهار می‌نماید؛
- موضوع‌هایی که از ماهیت وظیفه (های) محوله به کاربر قابل تشخیص است؛
- موضوع‌هایی که می‌تواند کاربر را در شرایط مطلوب‌تری قرار دهد.

۲- مطالعهٔ سازمان و محیط پیرامون آن:

- اهداف سازمان؛
- فعالیت‌های مورد انتظار؛
- نوع سازمان و سطح فعالیت‌های آن؛
- اولویت‌های فعالیت و حجم و گستره آن؛
- حجم و کیفیت ارتباطات با سازمانهای مشابه و سایر مراکز؛
- ساختار سازمانی (تشکیلات، نیروی انسانی، نمودار سلسله مراتب، تصمیم‌گیری، منابع مالی، وظایف، وابستگی، عمومی یا خصوصی)؛
- مخاطبان و افراد ذینفع؛
- فرهنگ سازمانی؛
- مقررات و قوانینی که با سازمان مرتبط است.

۳- مطالعه محیط خاص کاربر؛

- وظایف محوله به کاربر؛
- موقعیت تشکیلاتی کاربر؛
- نوع تصمیماتی که کاربر باید اتخاذ کند؛
- جایگاه کاربر در مجموع فعالیت های سازمان؛
- مرحله و سطح فعالیت کاربر؛
- اولویت و ضرورت فعالیت؛
- منابع اطلاعاتی کاربر؛
- فعالیت مورد انتظار از کاربر؛
- نوع و هدف فعالیت کاربر؛
- مرحله انجام فعالیت؛
- محیط فیزیکی و جغرافیایی کاربر.

۴- مطالعه کاربران به عنوان افراد:

این مرحله شامل دو رویکرد می باشد: نخست مطالعه ویژگیهای کاربران و دوم مطالعه رفتار اطلاع یابی کاربران. در مطالعه ویژگیهای کاربران موارد زیر مورد توجه قرار می گیرد:

- مهارتهای کاربرد اطلاعات (تسلط به زبان خارجی، تحلیل آماری، آشنایی با کیفیت بهره برداری)؛
- تخصص؛
- پایگاه اقتصادی - اجتماعی (شامل متغیرهایی چون درآمد، شغل، تحصیلات)؛
- جایگاه کاربر در تصمیم گیری؛
- موقعیت کاربر در سلسله مراتب سازمان؛
- انگیزش؛

- ویژگیهای فردی کاربر (سن، جنس، محل سکونت، مجرد یا تأهل).

۵- تعیین روش گردآوری اطلاعات:

- روشهای گردآوری اطلاعات در مطالعه کاربران عبارت اند از:

- مصاحبه؛
- پرسشنامه (پرسشنامه مدون یا «خود تحلیلی» کاربران)؛
- مشاهده؛
- گزارش ثبت وقایع؛
- تحلیل استنادات؛
- یادداشتهای روزانه؛
- آمارهای کتابخانه‌ای.

۶- تحلیل و تعیین نیازهای اطلاعاتی کاربران:

در این مرحله یافته‌های مطالعه تحلیل و با توجه به متغیرهایی که بدانها اشاره شد پالایش می‌گردند. از آنجا که روشهای گردآوری اطلاعات چندگانه هستند، ترسیم ماتریسی از داده‌های گردآوری شده می‌تواند تحلیل و پالایش اطلاعات را آسان‌تر کند. یافته‌های پژوهش باید پاسخگوی این سؤالات باشند:


- چه اطلاعاتی (ماهیت، واقعیتها - فارغ از هر گونه ارزشگذاری و داوری
- نظریه‌ها، جزئیات مسائل فنی، داده‌های آماری و اخبار)؟
- به چه شکل (از نظر بسته‌بندی، نوع رسانه، قالب، مانند خلاصه، نمودار، جدول، دیداری، شنیداری، چند رسانه‌ای)؟
- برای تأمین کدام نیاز؟
- با چه پوشش زمانی؟
- با چه اولویتی؟
- در چه زمانی (زمان ارائه و چرخه تداوم آن)؟

فرایند مطالعه کاربران	فعالیتها و گزینه‌های مورد مطالعه	مرحله مطالعه کاربران
تعریف و تدقیق چهارچوب نظری و تعیین روش گردآوری اطلاعات	<ul style="list-style-type: none"> • مصاحبه • پرسشنامه • مشاهده • گزارش ثبت وقایع • تحلیل استنادات • یادداشتهای روزانه • آمارهای کتابخانه‌ای 	اول
مطالعه موضوع(ها)	<ul style="list-style-type: none"> • موضوعات مورد نظر کاربران • موضوعات مرتبط با وظیفه کاربران • موضوعاتی که وضعیت کاربر را بهبود بخشند 	دوم
مطالعه محیط بیرونی کاربر	<ul style="list-style-type: none"> • وظایف • موقعیت یا جایگاه تشکیلاتی • نوع تصمیمات • سطح و مرحله فعالیت • اولویت و ضرورت فعالیت کاربران • منابع اطلاعاتی • فعالیت‌های مورد انتظار • محیط فیزیکی و جغرافیایی 	سوم
مطالعه کاربران به عنوان فرد	<ul style="list-style-type: none"> • مهارت در کاربرد اطلاعات • تخصص • پایگاه اقتصادی-اجتماعی • جایگاه کاربر در تصمیم‌گیری • موقعیت کاربر در سلسله مراتب سازمان • انگیزش • ویژگیهای فردی (سن، جنس، محل سکونت، و...) 	چهارم
مطالعه سازمان و محیط پیرامون آن	<ul style="list-style-type: none"> • اهداف سازمان • فعالیت‌های مورد انتظار • نوع و سطح فعالیت سازمان • اولویت فعالیت‌ها • حجم ارتباطات با سازمانهای مشابه • ساختار سازمانی • مخاطبان و افراد ذینفع • فرهنگ سازمانی • مقررات و قوانین مرتبط 	پنجم
تحلیل و تعیین نیازهای اطلاعاتی کاربران	<ul style="list-style-type: none"> • اطلاعات ○ چه اطلاعاتی؟ ○ به چه شکل؟ ○ برای چه هدفی؟ ○ با چه محدوده زمانی؟ ○ با چه اولویتی؟ ○ در چه زمانی (فوریت)؟ 	مرحله ششم

مدل مفهومی نیازسنجی اطلاعات برای سازمانها





نمودار فعالیتهای کمیته نیازسنجی اطلاعات	شرح فعالیت و توضیحات	ردیف
	<p>۳- زبانی که کاربر می‌تواند از متون مربوط به آن استفاده کند مشخص گردد:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● فارسی / انگلیسی / فرانسه / آلمانی / عربی / اسپانیایی / روسی / سایر زبانها (مشخص گردد). <p>۴- در مورد زمان دسترسی و بهره‌برداری از اطلاعات موارد زیر باید تحلیل شود:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● اطلاعات در چه زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد؟ ● مهلت دسترسی به اطلاعات چقدر است؟ ● حداکثر زمان مورد نیاز برای جستجوی اطلاعات چقدر است؟ ● محدوده زمانی جستجوی اطلاعات از نظر سوابق آن کدام است؟ (کمتر از یک سال / دو سال گذشته / پنج سال گذشته / ده سال گذشته و...) <p>۵- شکل مطلوب عرضه اطلاعات به کاربر (کاربران) باید مشخص گردد:</p> <p>○ از نظر نوع مدرک:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● استاد و مدارک اصلی ● فهرست منابع ● سوابق ● گزارش تفصیلی ● چکیده <p>○ از نظر نوع رسانه:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● چاپی ● رایانه‌ای ● دیداری و شنیداری 	<p>ادامه</p> <p>۶</p>

ردیف	شرح فعالیت و توضیحات	نمودار فعالیتهای کمیت نیازسنجی اطلاعات
۶	۶- کاربران را می توان از نظر آگاهی و سابقه ذهنی که نسبت به اطلاعات و حوزه مورد نظر دارند طبقه بندی کرد (تعیین مخاطبین اطلاعات از نظر سطح آگاهی): <ul style="list-style-type: none"> • متخصصین حوزه مورد نظر هستند؛ • اطلاعات خوبی دارند؛ • اطلاعات متوسطی دارند؛ • اطلاعات ضعیفی دارند؛ • کاملاً بی اطلاع هستند. (اطلاعات به دست آمده در جدول ۵-۶ درج می گردد.)	ج
۷	با توجه به متغیرهای هزینه و زمان مجاز برای دسترسی به اطلاعات، محدودیت های الزامی باید مورد توجه قرار گیرد و نیازهای اطلاعاتی را بر اساس اولویت های مورد نظر - که ممکن است مبتنی بر دیدگاه کاربر یا پژوهشگر/دس اندرکار مطالعه نیازسنجی باشد - تأمین نمود. از این رو باید مشخص کرد که کدامیک از گزینه های زیر مورد نظر است: <p>از نظر ضرورت:</p> <ul style="list-style-type: none"> • اطلاعاتی که کاملاً ضروری هستند؛ • اطلاعاتی که بهتر است مهیا شوند و در دسترس قرار گیرند (و عدم تأمین آنها مشکل چندانی ایجاد نمی کند)؛ • اطلاعاتی که می توان تهیه و ارائه کرد (و ضرورت چندانی ندارند). <p>از نظر حجم:</p> <ul style="list-style-type: none"> • اطلاعاتی که دقیقاً به نیاز اطلاعاتی مربوط است؛ • حداکثر اطلاعاتی که به حوزه مورد نظر ارتباط دارد؛ • اطلاعاتی که اگر نه بطور کامل، ولی فعلاً نیاز کاربر را مرتفع می سازد. (اطلاعات به دست آمده در جدول ۶-۶ درج می گردد.)	اولویت بندی نیازهای اطلاعاتی
۸	تعیین عناوین نیازهای اطلاعاتی با یافتن پاسخ سؤالات زیر میسر است: <p>- موضوع و ماهیت نیاز اطلاعاتی (علمی / فنی / اقتصادی / حقوقی / فرهنگی... حمل و نقل / نیروهای نظامی / خدمات... آب / خاک / جانوران / اتومبیل...)</p> <p>- هدف از کاربرد اطلاعات چیست؟</p> <p>- چه منابعی (داخلی / خارجی) اطلاعات مورد نظر را دارا هستند؟</p> (اطلاعات به دست آمده در جدول ۷-۶ درج می گردد.)	تعیین عناوین نیازهای اطلاعاتی

نمودار ۷-۶. مدل نیازسنجی اطلاعات برای سازمانها

جدول شماره ۱-۶. تبیین فعالیت‌ها

نوع فعالیت	مرحله کنونی فعالیت						
	نظارت و ارزیابی	آموزش	پژوهش	وضع مقررات و قوانین	سازماندهی	توسعه راه‌حلیها	اطلاع‌رسانی
تصمیم‌گیری							سرمایه‌گذاری
تحلیل							امور بازرگانی
تغییر و دگرگونی							اطلاع‌رسانی
طراحی							
اجرا							
اشاعه و انتشار							

جدول شماره ۲-۶. تعیین نوع سازمان

نوع سازمان	وابستگی	دولتی	خصوصی
پژوهشی			
آموزشی			
مشاوره‌ای			
سرمایه‌گذاری			
اطلاع‌رسانی			
انجمن غیرانتفاعی			
تولیدی			
غیره (ذکر شود)			

جدول شماره ۳-۶. تبیین شرایط خاص کشور

مقوله‌ها	شرح
ارتباطات	
توسعه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و برنامه‌های مربوط به آن	
زیرساختها	
امکانات علمی، فنی، اقتصادی، فن‌آوردی، تجهیزات، منابع و نیروی انسانی	
آزادی‌های فردی و اجتماعی	
رشد اقتصادی	
جمعیت و نرخ رشد آن	
غیره (ذکر شود)	

جدول شماره ۴-۶. تبیین اهمیت فعالیت مورد انتظار

شرح	سطح
	در کل کشور
	در سطح سازمان
	از نظر گروههای متخصص

جدول شماره ۵-۴ وضعیت دسترسی به اطلاعات

آگاهی های کاربران	کاملاً بی اطلاع هستند	
	اطلاعات ضعیفی دارند	
	اطلاعات متوسطی دارند	
	اطلاعات خوبی دارند	
	متخصصین حوزه مورد نظر هستند	
شکل عرضه اطلاعات	از طریق رسانه	دیداری و شنیداری
		چند رسانه ای
		چاپی
	از طریق مدرک	غیره (ذکر شود)
		نهرست منابع
		استاد و مدارک (نسخه اصلی)
		گزارش تفصیلی
	سوابق	چکیده
		غیره (ذکر شود)
		پنج سال گذشته
زبان عرضه اطلاعات	محدوده زمانی	دو سال گذشته
		کمتر از یک سال گذشته
		زمان بهره برداری
	ملاحظات	سقف زمانی دسترسی
		غیره (ذکر شود)
	زبان عرضه اطلاعات	عربی
		ایتالیایی
		اسپانیایی
		روسی
		انگلیسی
		آلمانی
مداخلین از نظر جایگاه تخصصی و سازمانی	انفراد معمولی (غیر حرفه ای)	فارسی
		افراد معمولی (غیر حرفه ای)
	متخصصان	پژوهشگران
		متخصصان
	مدیران یا بخشهای مدیریتی	متصدیان امور ستاداری
		مدیران یا بخشهای مدیریتی
مداخلین از نظر جایگاه تخصصی و سازمانی	کارشناسان	

جدول شماره ۷-۶. تعیین عناوین نیازهای اطلاعاتی

منابع اطلاعات			هدف از کاربرد اطلاعات		موضوع و ماهیت نیازهای اطلاعاتی		
منابع شفاهی	خارجی	داخلی			موجودیتها	فعالیتها	حوزه دانش
غیره (ذکر شود)			غیره (ذکر شود)		غیره (ذکر شود)		غیره (ذکر شود)
مسئولان			انجام پروژه های تحقیقاتی		گورکان		پزشکی
مختصمان			توسعه راه حلها و بهبود کارایی		آب		رابطیات
پژوهشگران			امور روزمره		سوغت		اقتصاد
غیره (ذکر شود)					التری		سیاست
بانکهای اطلاعاتی					نیروهای نظامی		
استادانها					صنایع		
متون					خدمات		
غیره (ذکر شود)							
پروانه های توارری							
گزارشها							
ادوارتها							

پیوست ۱

مدل و مدلسازی

تعاریف و مفاهیم

مدل و مدلسازی

مدل چیست ؟

مدلسازی همانند ایفای نقش فرد در قالب و هیئت هنرپیشه است؛ هنرپیشه نقش یک مدل را ایفا می‌کند. مدل ارائه یک «موجودیت»^(۱) خارجی به صورت ساده شده، بوسیله «موجودیت» دیگر است. «موجودیت» اولیه و اصلی را «مرجع» می‌نامند. مدل ممکن است «مرجع» خود را بطور کامل و معتبر نشان بدهد یا ندهد (۳، ص ۱۴-۱۱). به بیان دیگر، مدل نمایشی از واقعیتهای سیستمها به دلیل تعامل درونی اجزاء با یکدیگر، و تعامل برونی با محیط، پیوسته رفتارهای متفاوت و گاه پیچیده‌ای دارند. این گوناگونی و پیچیدگی رفتارها، محققان را بر آن می‌دارد که برای درک و تشریح، یا پیش‌بینی رفتار یک سیستم (مسئله مورد نظر)، بر اساس متغیرها و پارامترهای مورد نظر، مدلی از آن بسازند و با انجام تغییراتی در آن، نتایج را بررسی کنند (۲، ص ۸۱-۸۰). مثال زیر می‌تواند در درک ساده‌تر «موجودیت»ها و توصیف و بیان ویژگیهای آنها مفید واقع شود (۶، ص ۵۷۳).

ویژگیها	توصیف	موجودیت
نام، موضوع تخصصی و گرایش کار او، تجربه‌ها، سوابق آموزشی، پژوهشی و اجرایی	کارمند عضو مرکز اطلاع‌رسانی یا کتابخانه که با ارائه خدمات اطلاع‌رسانی، آموزش و پژوهش در زمینه اطلاع‌رسانی و کتابداری ارتباط دارد	اطلاع‌رسان/کتابدار
تاریخ، مکان، عنوان مصاحبه و چگونگی ثبت مصاحبه	ثبت گفتگوی بین کتابدار مرجع و کاربر که معمولاً بطور مستقیم و رو در رو در محل کتابخانه یا مرکز اطلاع‌رسانی درباره نیاز اطلاعاتی کاربر انجام می‌شود	مصاحبه

چون مدلها بخشی از واقعیت را برمی‌گزینند و ویژگیهای آن را نمایش می‌دهند، با خطا توأم هستند؛ از این رو مدلسازی مستلزم خطا است. زیرا تقریبی است و ویژگیهای کامل مرجع را ندارد.

نیاز به مدلسازی

نیاز به مدل از آنجا ناشی می‌شود که هر سیستم واقعی، حتی موضوعات ساده، همانگونه که قبلاً اشاره شد، ذاتاً پیچیده است. درک کامل تعامل پیچیده هر «موجودیت» جهان واقعی با محیط پیرامون، یا شرح و توصیف همه ویژگیها و جزئیات آنها ناممکن است. مدل از تسهیلات معتدل و قابل‌کنترلی است که در کمک به درک صحیح واقعیت - از طریق جدا کردن آن از شرایط واقعی - اثرات مثبت و قابل‌توجهی دارد. مدل آنچه را که هست تشریح و نیازهایش را تعیین می‌کند و امکانات طراحی سیستمهای مناسب دیگر را مطابق با نیاز، فراهم می‌سازد.

ویژگیهای یک مدل خوب

مدل مؤثر، بر مبنای روند سیستمی باید خصوصیات زیر را داشته باشد:

- با پیچیدگی و انبوه اطلاعات به صورت منطقی برخورد و آنها را سازماندهی کند؛
- با نگرشی از بالا به پایین (کل به جزء)، به تفکیک و تقسیم‌بندی کل سیستم به اجزای آن کمک کند؛

- موضوع، محدوده و اهداف سیستم را به خوبی تعیین کند؛
- درک بیشتر و سریعتر از مسئله و سیستم مورد مطالعه را موجب شود؛
- وسیله مناسبی برای تبادل نظرات و اطلاعات بین تحلیلگر و استفاده‌کنندگان از یک طرف، و طراحان و برنامه‌نویسان رایانه از طرف دیگر باشد (۲، ص ۸۱).

فواید مدل

مدلها می توانند استفاده هایی این چنین داشته باشند :

- توصیف روشن برخی سیستمهای موجود؛
- پیش نمایش و تشریح سیستمهای آتی و توصیف ویژگیهای آنها؛
- نشان دادن کارایی و اثربخشی ابزار و امکانات سیستم؛
- مشخص نمودن قابلیت اعتبار امکانات سیستم؛
- گزینش یک سیستم برای تعیین نیازمندیها و انتخاب معقول هر گزینه؛
- طراحی سیستم برای تعیین نیازمندیها؛
- تعیین هنجارها و نمونه ها (۳، ص ۱۴-۱۱).

انواع مدلها

مدلها در آن چیزی که توصیف می کنند، متفاوت هستند. در رویکرد سیستمی، توصیف دو نوع مدل از اهمیت خاصی برخوردارند و کاربرد وسیعی در شناخت روشها و تکنیکهای مورد استفاده در تجزیه و تحلیل طراحی سیستمها دارند:

مدل منطقی: تصویری از سیستم است که آنچه را که "باید" در سیستم انجام شود نشان می دهد. در این مدل، به ترتیب واقعی و وسایل پردازش عملیات توجهی نمی شود؛ بلکه عملیات سیستم به صورت شبکه ای از فعالیتهای مختلف و ضروری برای سیستم نمایش داده می شود و بر جریان و حرکت منطقی داده ها در طول سیستم تکیه دارد. هر جا که باید بطور منطقی اطلاعاتی ذخیره شود، ذخایر منطقی داده ها مشخص می شود و نه وسیله ذخیره آن.

مدل فیزیکی: تصویری از سیستم است که چگونگی انجام کار را نشان می دهد؛ به عبارت دیگر، عملیات سیستم را به همان ترتیبی که واقعاً رخ می دهد، در مکانی که رخ می دهد، به وسیله شخصی که آن را انجام می دهد، نشان می دهد. مدل فیزیکی

مشهوری که احتمالاً همه با آن آشنا هستند و مورد استفاده تحلیلگران و طراحان سیستمهای اطلاعاتی قرار می گیرد، نمودار گردش عملیات^(۱) است (۲، ص ۸۱ و ۸۳). این مدلها معمولاً نمونه ای از یک شیء واقعی هستند. ساده ترین این نوع، اسباب بازی هایی هستند که در اختیار کودکان قرار می گیرند و نمونه بسیار کوچک و ساده ای از نوع واقعی اشیاء می باشند. طراحان قبل از ساخت خودرو، هواپیما، کشتی، و... ابتدا مدل فیزیکی آن را می سازند و پس از بررسی و آزمایشهای لازم تصمیم به ساخت شیء اصلی می گیرند. از محاسن این نوع مدلها می توان صرفه جویی بسیار در هزینه را نام برد (۱، ۸۲-۶۷).

در تقسیم بندی جزئی تر، مدلها از نظر شیوه بیان مفاهیم مورد نظر به انواع زیر تقسیم شده اند :

مدل نموداری: این مدل به وسیله نمودار نمایش داده می شود، مثل نمودار تشکیلاتی یک سازمان که به کمک آن می توان سلسله مراتب و روابط بین افراد و واحدهای سازمانی را مشخص ساخت.

مدل تصویری: با این مدل می توان ایده ها و تصمیمات را، اکثراً با استفاده از عکس و اسلاید، در مسیر افکار و عقاید خاص یا گروهی از مردم سوق داد.

مدل ریاضی: این نوع مدل، تمثیل بسیار ساده شده ریاضی از پدیده های طبیعی و اقتصادی یک وضعیت می باشند. برای مثال برای محاسبه مساحت کره زمین هیچگاه تمام سطح زمین اندازه گیری نمی شود، بلکه از معادله PR^2 که در حقیقت یک نوع مدل ریاضی است استفاده می شود.

مدل شبیه سازی: این نوع مدل در حقیقت به مدل ریاضی بسیار نزدیک است؛ تفاوتی که می توان قائل شد این است که در مدل ریاضی، از حل تساوی ها و نامساوی ها جواب مطلوب به دست می آید، اما در مدل شبیه سازی یک سری آزمایشها و محاسبات را باید در وضعیتهای مختلف و شرایط گوناگون انجام داد و با

وارد کردن آنها در سیستمهای رایانه‌ای، متغیرها و مقادیر ثابت مطلوب را پیدا کرد (۱، ص ۶۶).

ساختن مدل

بدون داشتن یک نظریه مدون درباره پدیده‌ها، نمی‌توان مدلی از آنها ارائه داد. در واقع، نظریه حاکم بر مدل می‌باشد و مدل، ابزار تعدیل واقعیت برای انطباق با شرایط نظریه است. برای رساندن واقعیت به سطح نظریه یا برای اجرای نظریه‌ها، به مدل نیاز است. مدل یک نظام منطقی است و نمی‌تواند از نظر تجربی صحیح یا غلط باشد، بلکه از نظر منطقی یا معتبر است یا بی اعتبار (۵، ص ۱۲۷). ساختن مدل پس از ملاحظه واقعیات و تحلیل آنها در ذهن انجام می‌گیرد، مثل طراحان سیستمی که اطلاعات توصیفی درباره سیستم دارند، یا تفکر شکل یافته‌ای بر اساس مشاهداتشان یافته‌اند و با توجه به آنها، مدل را می‌سازند (۴، ص ۱۲).

مراحل ساختن یک مدل را می‌توان بدین گونه برشمرد:

۱. تشریح مسئله به صورت نوشته (در قالب یک یا چند جمله)؛
۲. گردآوری و پردازش داده‌های واقعی؛
۳. تعریف مسئله به صورت شفاف؛
۴. تعریف اهداف مطالعه؛
۵. فرموله کردن مسئله؛
۶. فرموله کردن (در مورد مدل ریاضی)؛
۷. گردآوری و پردازش جزئیات داده‌های واقعی (به صورت تفصیلی)؛
۸. اعتبارسنجی مدل؛
۹. انتخاب راه حل؛
۱۰. اجرای راه حل (۴، ص ۱۲).

منابع پیوست ۱

- ۱- حمیدی زاده، محمدرضا (۱۳۷۲). روش‌شناسی مدلسازی در اقتصاد مدیریت. بی‌جا، بی‌نا.
- ۲- ذاکری، بتول (۱۳۷۵). روشهای ساخت یافته تجزیه و تحلیل و طراحی سیستمهای اطلاعاتی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- 3- Kaposi, Anges & Myers, Margaret (1994). *System, Models and Measures*. London: Springer-Verleg.
- 4- Rowley, Jenny E. & Rowley, Peter J. (1981). *Operations Research: A Tool for Library Management*. ALA.
- 5- Van Hee, K. M. (1994). *Information System Engineering*. Cambridge University Press.
- 6- Veryard, R. (Dec. 1988). Modelling of Information Needs, *Information Software Technology*, Vol. 30, No. 10.

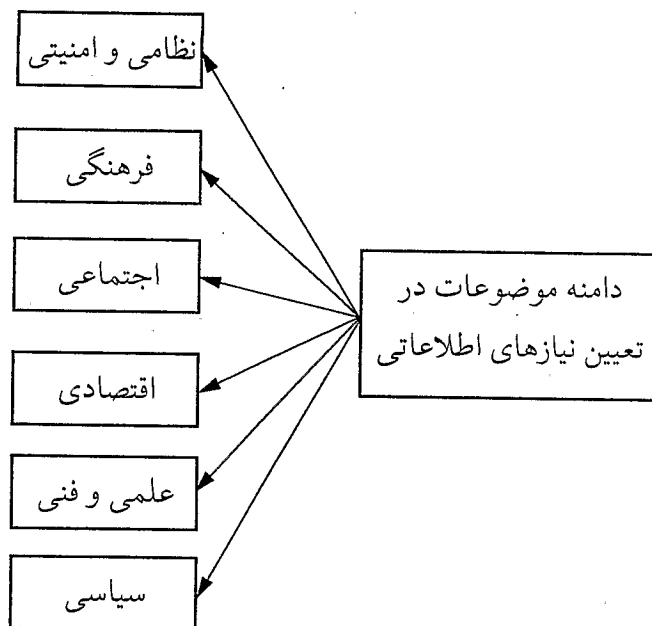
پیوست ۲

نمونه‌هایی از موضوعات مطالعه

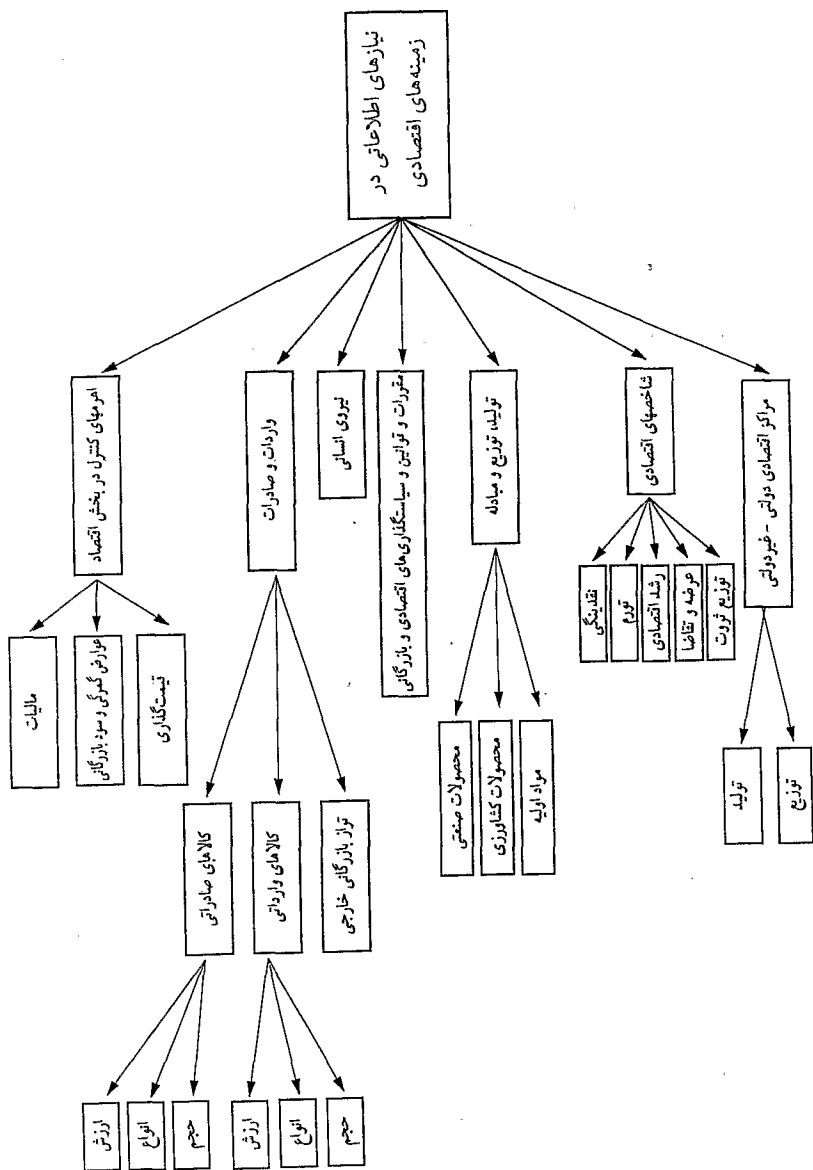
درباره نیازهای اطلاعاتی

نمونه‌هایی از موضوعهای مطالعه

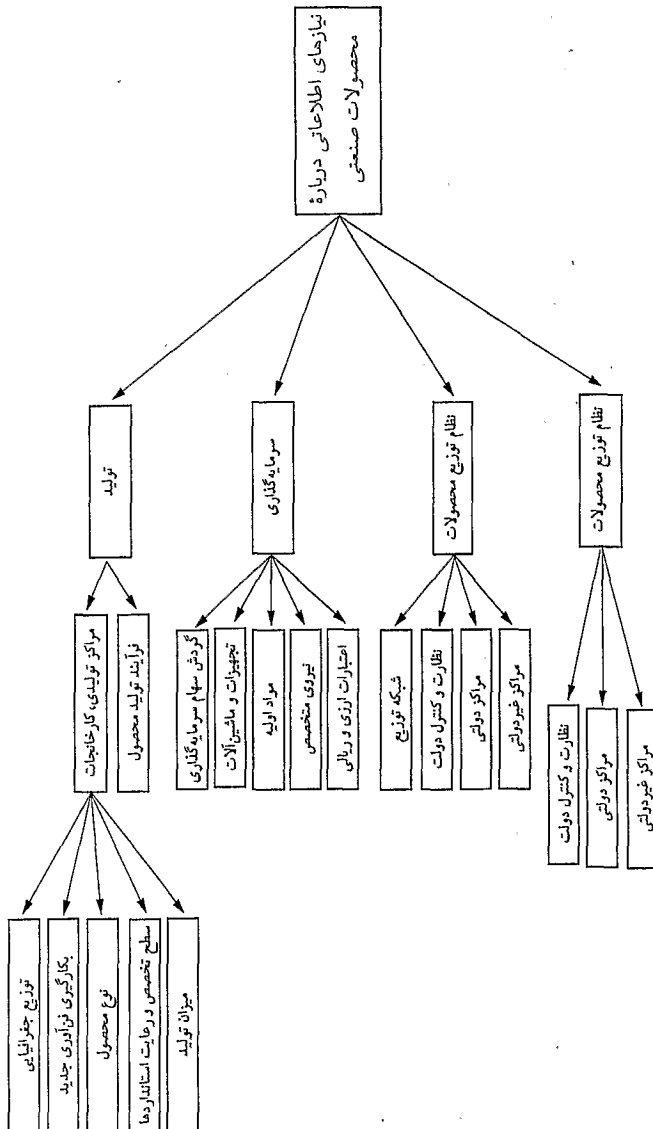
در این پیوست برای آشنایی کلی، برخی از موضوعات مطالعه در زمینه نیازهای اطلاعاتی حوزه‌های مختلف علوم به صورت گسترش «از کل به جزء» ارائه شده است. بدیهی است موضوعات صرفاً به عنوان مثال و برای تقریب ذهن بوده و جامع کلیه موضوعات و حوزه‌ها نیست.



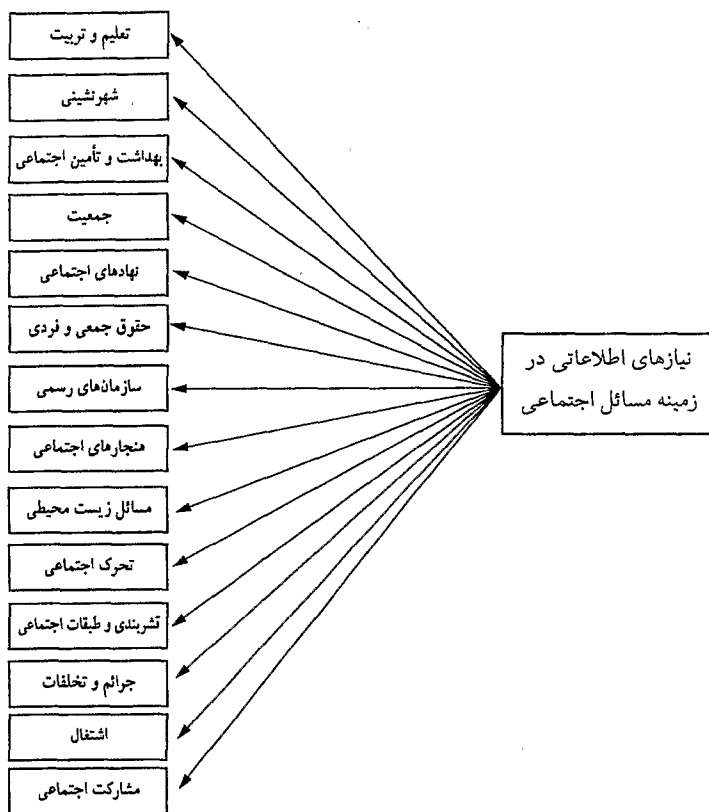
نمودار ۱. دامنه موضوعها (سطح صفر)



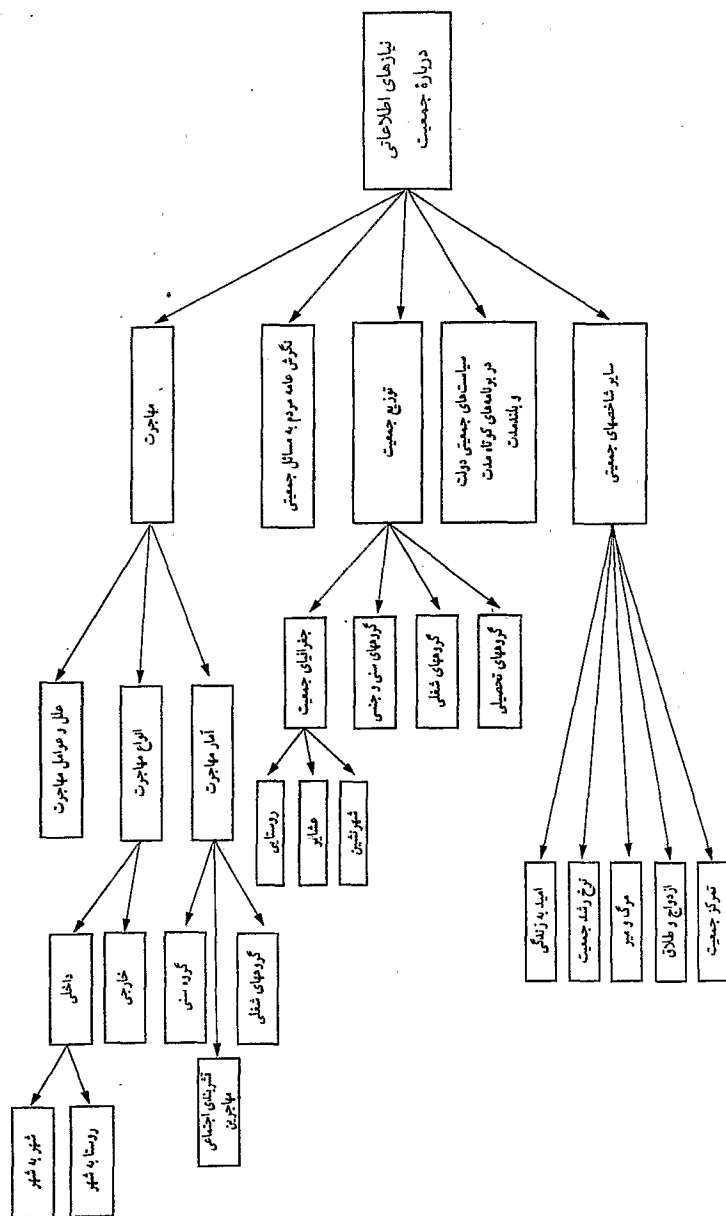
نمودار ۲. موضوعهای اقتصادی (سطح ۱: الف)



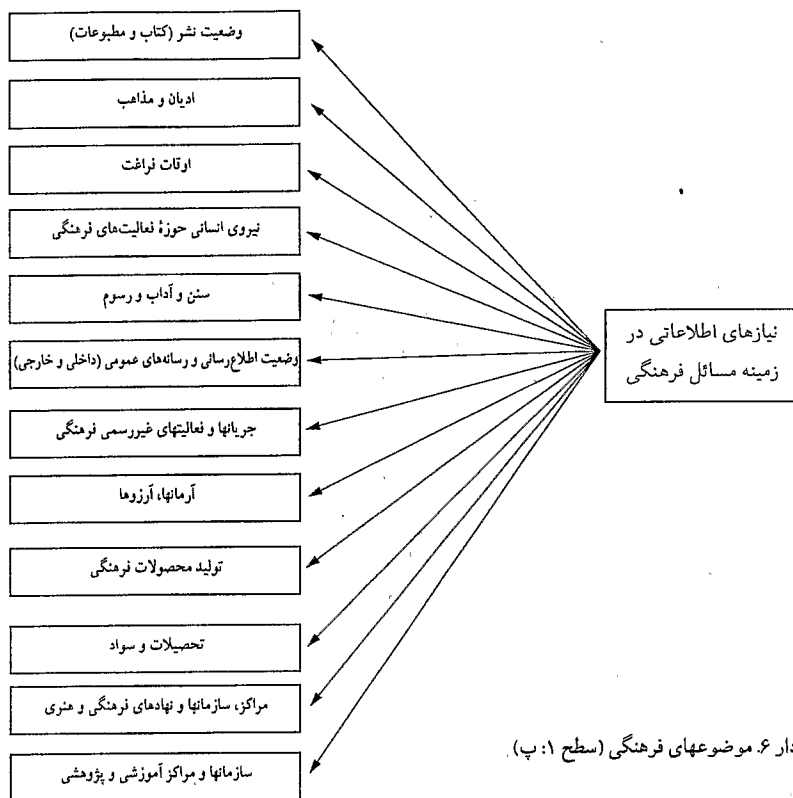
نمودار ۳.۳. موضوعهای اقتصادی (سطح ۲، الف)



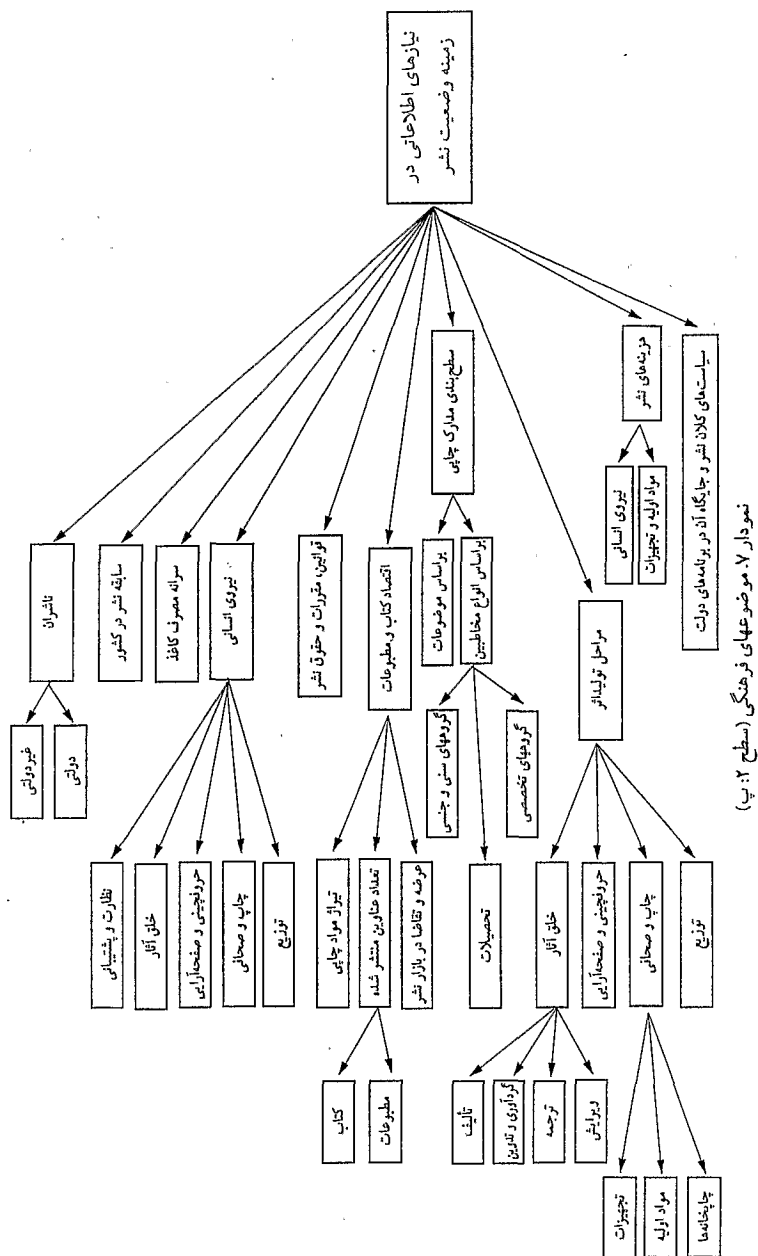
نمودار ۴. موضوعهای اجتماعی (سطح ۱: ب)

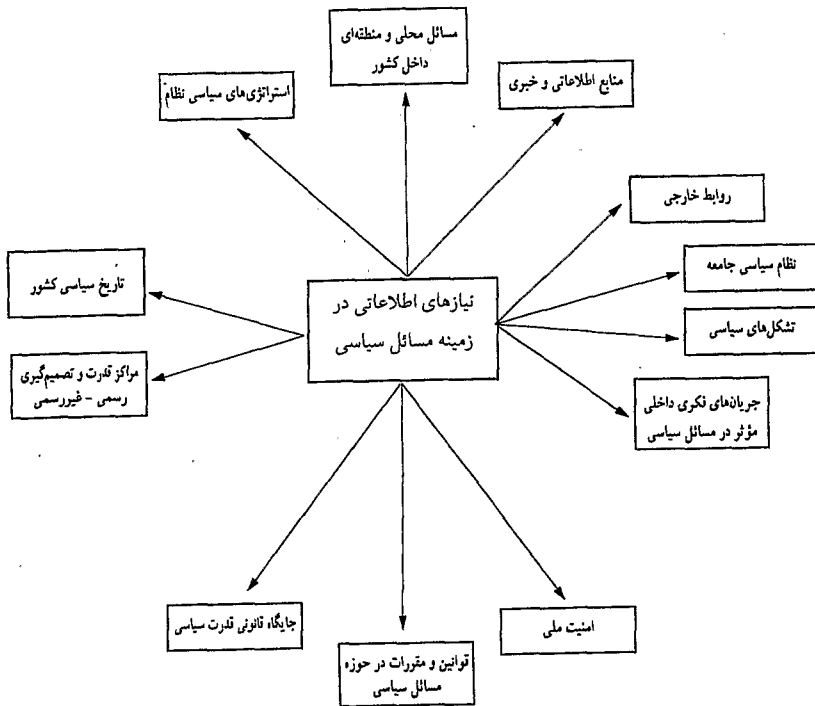


نمودار ده موضوعهای اجتماعی (سطح ۲: ب)

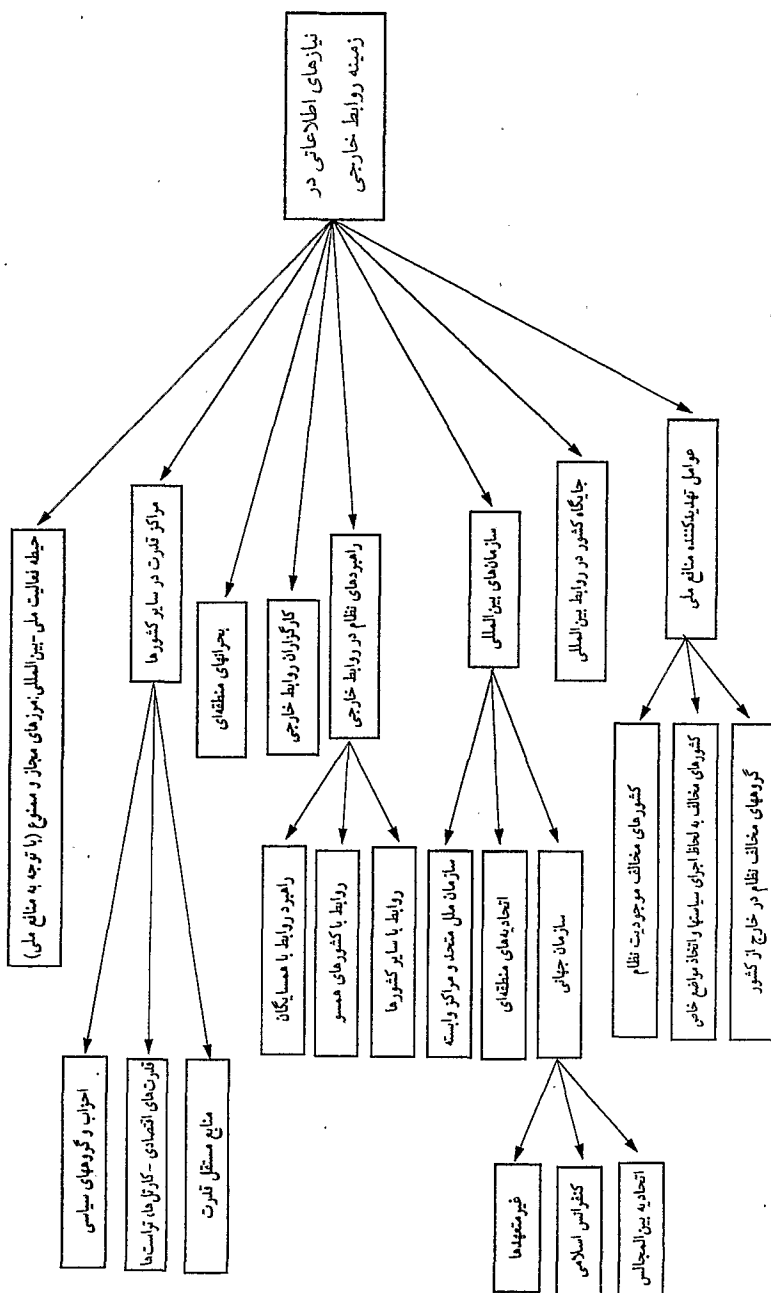


نمودار ۶. موضوعهای فرهنگی (سطح ۱: پ).

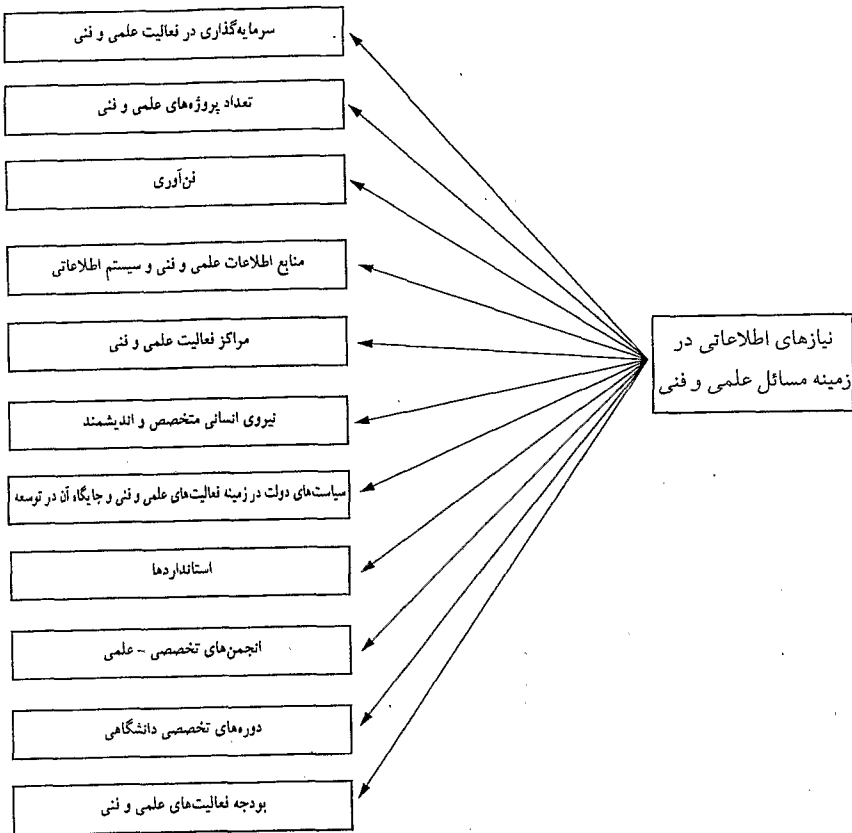




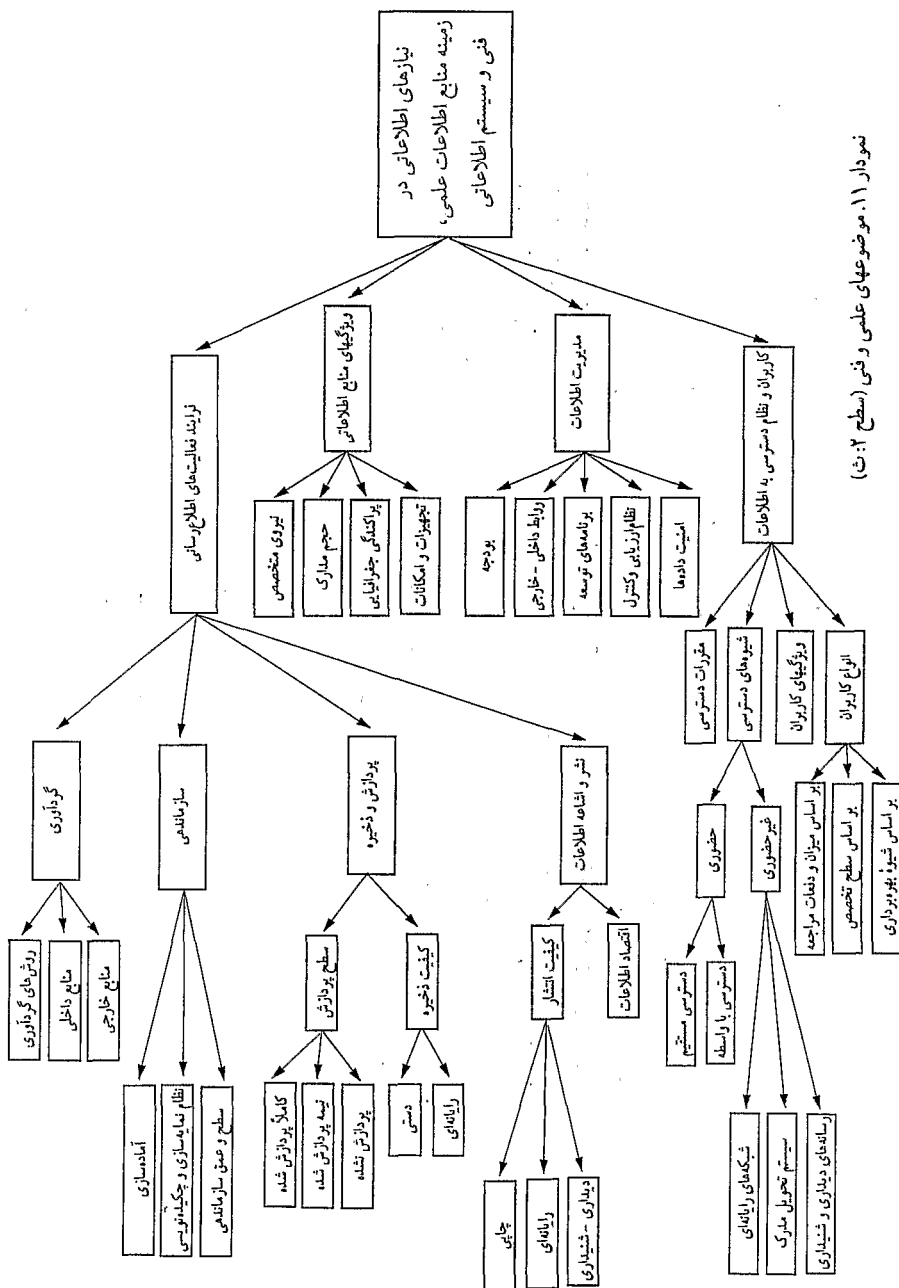
نمودار ۸. موضوعهای سیاسی (سطح ۱: ت)

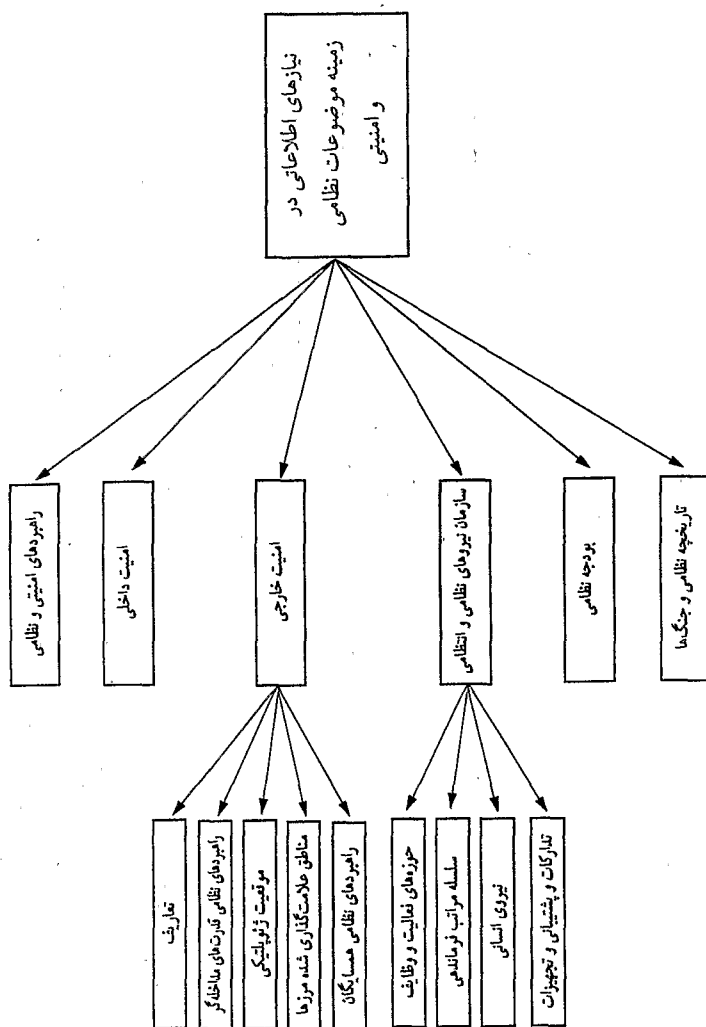


نمودار ۹. موضوعهای سیاسی (سطح ۲: ت)

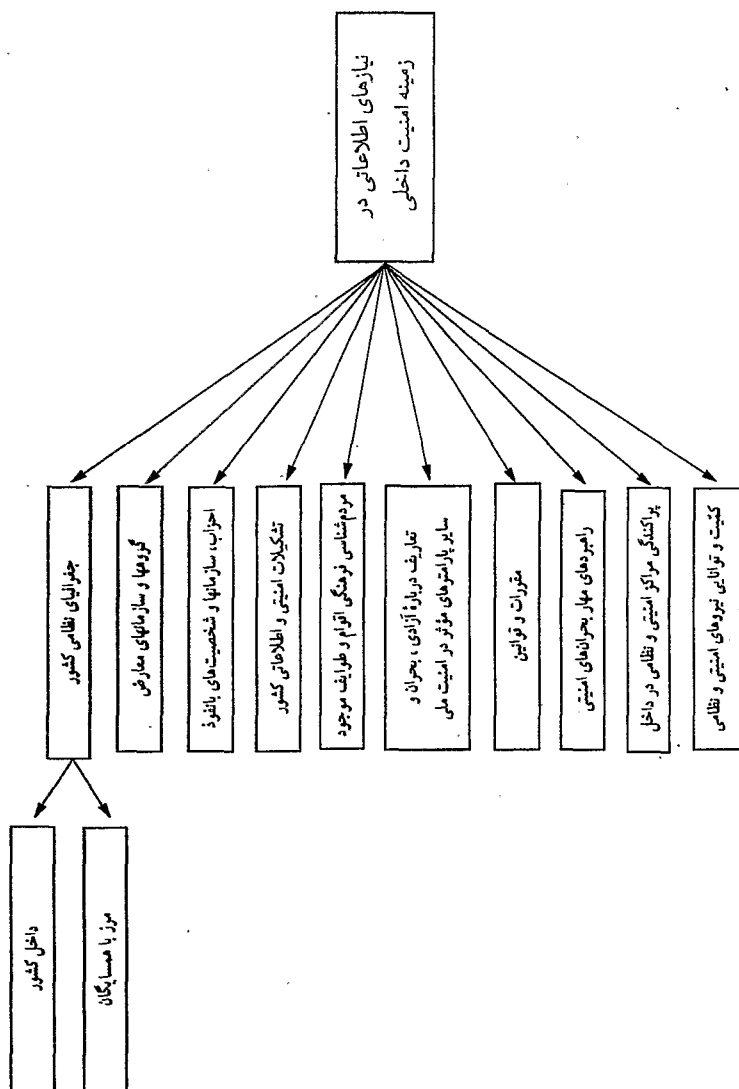


نمودار ۱۰. موضوعهای علمی و فنی (سطح ۱: ث)





نمودار ۱۲. موضوعهای نظامی و امنیتی (سطح ۱: ج)



نمودار ۱۳. موضوعهای نظامی و امنیتی (سطح ۱: ج)

فهرست منابع

«منابع فارسی»

- ۱ - آرتتون، پاولین (۱۳۷۳). مبانی نظامها و خدمات اطلاعاتی، گروه مترجمان، «نظامها و خدمات اطلاع‌رسانی»، ترجمه مهرانگیز حریری. تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- ۲ - پواسون، جان ام. (۱۳۷۲). برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمانهای دولتی و غیرانتفاعی، ترجمه عباس منوریان. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ۳ - حمیدی زاده، محمدرضا (۱۳۷۲). روش‌شناسی مدل‌سازی در اقتصاد مدیریت. بی‌جا، بی‌نا.
- ۴ - خلیلی شورینی، سیاوش (۱۳۷۵). روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات یادواره کتاب.
- ۵ - ذاکری، بتول (۱۳۷۵). روشهای ساخت‌یافته تجزیه و تحلیل سیستمهای اطلاعاتی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- ۶ - رایبیز، استیفن بی (۱۳۷۴). مدیریت رفتار سازمانی، ج. ۳، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- ۷ - رحیمی نیک، اعظم (۱۳۷۴). تئوریهای نیاز و انگیزش. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- ۸ - رفیع پور، فرامرز (۱۳۶۴). جامعه‌روستایی و نیازهای آن. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ۹ - سیف، علی اکبر (۱۳۷۵). روان‌شناسی پرورشی. تهران: انتشارات آگاه.
- ۱۰ - سیف‌نراقی، مریم و نادری، عزت‌الله (۱۳۷۵). روشهای تحقیق در علوم انسانی با تاکید بر علوم تربیتی. تهران: بی‌نا.
- ۱۱ - سینق، موه‌ر (۱۳۷۳). مدیریت کتابخانه و نظام اطلاع‌رسانی (نظریه و عمل)، ترجمه

- غلامرضا فدایی عراقی، دبیرخانه هیأت امنای کتابخانه‌های عمومی کشور، تهران.
- ۱۲- شیلر، هربرت (۱۳۷۵). اطلاعات و اقتصاد بحران، ترجمه یونس شکرخواه. تهران: کانون نشر و ترجمه آفتاب.
- ۱۳- کومار، کریشان (۱۳۷۴). روشهای پژوهش در کتابداری و اطلاع‌رسانی، ترجمه فاطمه رهادوست و فریبرز خسروی. تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- ۱۴- کیوی، ریمون و وان کامپنهود، لوک (۱۳۷۵). روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نشر توتیا.
- ۱۵- گرت، اف؛ شونیس، الیزابت و شونیس، کارل (۱۳۵۱). مصاحبه در خدمات اجتماعی و مشاهده و راهنمایی. تهران: مؤسسه مطبوعاتی عطایی.
- ۱۶- مور، نیک (۱۳۷۴). چگونه پژوهش کنیم، ترجمه فاطمه رهادوست. تهران سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- ۱۷- ویسمان، هرمان (۱۳۷۳). سیستمها و خدمات اطلاع‌رسانی کامپیوتر، ترجمه جعفر مهرداد. شیراز: انتشارات نوید شیراز.
- ۱۸- ین، رابرت ک. (۱۳۷۶). تحقیق موردی، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. دفتر پژوهشهای فرهنگی.

«منابع انگلیسی»

- 1- Atanalsiu, P. (1972). "Studies of Information Science", in *Problems of Information*, Moscow: FID 478.
- 2- Berkowitz, Susan (1996). "Mixed-Method Approaches", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebeccu Reviere et al. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 3- Berkowitz, Susan (1996). "Talking the Sample Survey Approach", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebeccu Reviere et al. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 4- Berkowitz, Susan (1996). "Creating the Research Design for a Needs Assessment", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*, Edited by Rebeccu Reviere et al. USA: Taylor & Francis Publisher Science.

- 5- Biblarz, Dora; Bosch, Stephen; Sugnet, Chris (2001). *Collection Management and Development Guides*, No.11. "Guide to Library Users Needs Assessment for Integrated Information Resouece Management and Collection Development" USA: The Scarecrow Press.
- 6- Bowker Suar (Spring 1996). *LISA: Library and information Science Abstracts*.
- 7- Butler, Lorna Micheal & Butler, Robert O. (1987). "Guidelines", in *Needs Assessment: Theory and Methods*, Edited by D.E. Johnson et al. USA: Iowa university press.
- 7- Chen, Ching Chih (1982). "Citizen Information needs - A Regional Investigation" in *Information Needs of the 80's*, Vol. 15, USA: JAI Press.
- 8- Cornin, Blise (1981). "Assessing User Needs", *Aslib Proceedings*, Vol.32, No. 2, February.
- 9- Craford, Susan (1978). "Information Needs and Uses", *Annual Review of Information Science and Technology*, No. 3.
- 10- Dervin, Brenda & Nilan, Micheal (1986). "Information Needs and Uses", *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)*, Vol. 21.
- 11- Devadason, Francis & Lingam, Pandula P. (1997). "A Methodology for the Identification of Information Needs of Users", *IFLA Journal*, No. 23.
- 12- Durance, Joan C. (Spring 1989). "Information Needs: Old Song, New Tune", *School Library Media Quarterly*.
- 13- *Encyclopedia of Library and Information Science* (1997). Vol. 59, Supplement 22, Marcel Dekker, INC.
- 14- Frants, Valery I. & Brush, Carig B. (1998). "The Need for Information and some Aspects of Information Retrieval systems construction", *Journal of American Society for Information Science*, Vol.39, No.2.
- 15- Green, Andrew (1990). "What do We Mean by User Needs." *British Journal of Academic Librarianship*. Vol. 5 No.2.

- 16- Harvey, Maylor (1996). *Project Management*, Pitman Publishing.
- 17- Hill, Hellen Katherine (1987). "Methods of Analysis of Information Needs", M.A diss. Texas Woman's University.
- 18- Hobbs, Darly (1987). "Strategy for Needs Assessments", in *Needs Assessment: Theory and Methods*, Edited by D.E. Johnson, et al. (USA : Iowa University Press.
- 19- Jahoda, G. (1965). "Information Needs of Science and Technology-Background Review", in *FID Proceedings of the 1965 Congress, FID*.
- 20- Kaposi, Angas & Myers, Margaret (1994). *System, Models and Measures*, London: Springer-Verleg.
- 21- Karl, Kalseth & Bjorn, Bjornstad Ove (1996). "Executive Information Systems (EIS) and Information Quality", in *New Roles and Challenge for Information Professional in the Business Environment*, FID Occasional Paper No. 12.
- 22- Line, M. (1972). "Information Needs of Social Science", in *FID Proceedings*, No. 500, UK: FID.
- 23- Line, Maurice (1969). "Information Requirements in the Social Science: Some Considerations", *Journal of Librarianship*, Vol. 1, No. 1.
- 24- Line, Maurice B. (1969). "Draft Definitions: Information and Library Needs, Wants, Demand and Uses", in *Aslib Proceedings*, No. 26.
- 25- Nehnevajsa, Jiri (1965). "Information Needs of Society : Future Patterns", in *Proceeding of the 1965 Congress FID, USA: National Academy of Science*.
- 26- Neuber, Keith A. & Associates (1985). *Needs Assessment : A Model for Community Planning*, England: Sage Publications.
- 27- Nicholas, David (1996). *Assessing Information Needs: Tools and Techniques*, London: Aslib.
- 28- Reviere, Rebeccu (1996). "Setting the Stage", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists*. Edited by Rebeccu

- Reviere et al. USA: Taylor & Francis Publisher Science.
- 29- Reviere, Rebeccu (1996). "Introduction: Setting the Stage", in *Needs Assessment: A Creative and Practical Guide for social Scientists*. Washington D.C.: Taylor & Francis.
 - 30- Rothman, Jack & Gant, Larry M. (1987). *Needs Assessment: Approaches and models for community intervation*. U.S.A: Iowa State University Press.
 - 31- Rowley, Jenny E. & Rowley, Peter J. (1981). *Operations Research: A Tool for Library Management*, ALA.
 - 32- Schraf, M. K. & Ward, J. (1986). "A library Research Application of Focus Group Interviews", D. A. Nitecki (Ed.), in *Energies for Transition: Proceedings of College and Research Libraries*, Chicago: ALA.
 - 33- Shinbourne (1980). "User Needs, the New Technology and Traditional Approaches to Library Services", *Journal of Information science*, No. 2.
 - 34- SilverPlatter. *ISA: Information Science Abstracts*, September, 1996.
 - 35- Singh, S. N. (Jan. 1997) "Assessing Information Needs and Uses", *Herald of Library Science*, Vol. 18, No. 1-2.
 - 36- Soper, M. E. et al (1990). *THE Librarian Thesaurus*. Edited by Mary Ellen Soper, ALA.
 - 37- Summers, Gene F. (1987). "Democratic Governance", in *Needs Assessment: Theory and Method*. Edited by D.E. Johnson et al. USA: Iowa University Press.
 - 38- Van Hee, K. M. (1994). *Information System Engineering*, Cambridge University Press.
 - 39- Veryard, R. (Dec. 1988). *Modeling of Information Needs*, *Information Software Technology*, Vol. 30, No. 10.
 - 40- Wilson, T. D. (March 1981). "On User Studies and Information Needs", *Journal of Documentation*, Vol. 37, No. 1.
 - 41- FID (1972). *Problem of Information Science*. FID No. 478, Moscow.
 - 42- Goggin, Knox Margaret (1982). "Meeting Personal Needs". in *Information Needs of the 80s*, Vol. 15, JAI Press INC.
 - 43- Hall, Homer J. (MArch 1981). *Pattern in the Use of Information: The*

Right to be Different, Journal of the American Society for Information Science.

- 44- Saracevic, Tefko (1979). *Information Choices and Policies: Information Needs of Less Development Countries, in Proceedings of the ASIS Meeting, Vol 16. USA: ASIS.*
- 45- Stone, James; Fernan, R. Edward & Gilbert, Danial R. (1995). *Management, Prantice-Hall International, INC.*
- 46- UNESCO (1975). *Function and Organization of a National Documentation Center in a Development Country. France.*
- 47- UNIDO (1991). *Industry and Environment: A Guide to Sources of Information.*

برخی منابع اینترنتی برای مطالعه بیشتر

The Brown University Library User Needs Team

A site that describes the activities of this group

[Http://www.brown.edu/Facilities/university_Library/MODEL/lunt/index.html](http://www.brown.edu/Facilities/university_Library/MODEL/lunt/index.html)

Campbell Development Surveys Homepage

Campbell Development Surveys form an integrated battery of measurement instruments designed to provide diagnostic information about individuals, work groups, and organizations.

[Http://www.Ncs.com/assessments/tests/campbell.htm](http://www.Ncs.com/assessments/tests/campbell.htm)

Columbia s Online Books Evaluation Project

This project employed a wide variety of tools __ including server data; a variety of online, mailed, and hand distributed surveys; and individual and group interviews__ that are described in detail in the project research plan and final report.

[Http://www.columbia.edu/cu/libraries/digital/texts/about.html](http://www.columbia.edu/cu/libraries/digital/texts/about.html)

Community Needs Assessment Study

A how-to site that describes approaches to conducting community needs assessments for public libraries.

[Http://www.lib.az.us/cdt/commneeds.htm](http://www.lib.az.us/cdt/commneeds.htm)

Graphics , Visualization , and Usability Center at Georgia Tech

Samples of online web surveys.

[Http://www.cc.gatech.edu/gun/user_surveys](http://www.cc.gatech.edu/gun/user_surveys)

Hyperlib Deliverable 1.2

In-depth survey of OPAC-usage hypertext interfaces to library information systems. University of Antwerp-University of Loughborough.

[Http://www.ua.ac.be/MAN/WP12/root.html](http://www.ua.ac.be/MAN/WP12/root.html)

International Coalition Of Library Consortia (ICOLC)

Guidelines for statistical measures of usage of Web-based, indexed, abstracted, and full-text resources. Describes a set of guidelines for statistical measures for assessing use of electronic resources.

[Http://www.library.yale.edu/consortia/webstats.html](http://www.library.yale.edu/consortia/webstats.html)

Mail List Discussion-Surveying User Needs: Do We Really Want to Know?

CRISTAL-ED (Coalition on Reinventing Information Science, Technology and Library Education). Funding by Kellogg; University of Michigan School of Information.

<http://www.si.umich.edu/cristaled/postings/V35.html>

Needs Assessment Program

Describes the needs assessment program conducted at the University of Tennessee-Knoxville Libraries, 1993-1994.

<http://www.Lib.utk.edu/~plan/needs/index.html>

Research Methods Knowledge Base

According to site developer William M. Trochim , the Research Methods knowledge Base is a comprehensive Web-based textbook that addresses all of the topics in a typical introductory undergraduate or graduate course in social research methods.

<http://trochim.human.cornell.edu/kb/>

The Survey Center

The Survey Center provides business-to-business marketing research services. It has the ability to manage research projects from conception to completion and offers project support services.

<http://www.thesurveycenter.com>

SURVEYNET

Progressive Computer Services-online, interactive, user-program-mable survey engines capable of collecting a wide variety of information and demographics.

<http://www.suruey.net>

UIUC Library User Survey & Needs Assessment Spring 1998 Summary
Summary of a user survey conducted at the University of Illinois Library in the spring of 1998.

<http://www.library.uiuc.edu/collections/a-suruey.htm>

University of Iowa Libraries User Needs Assessment Group

A summary of the surveys conducted by this group in 1998.

<http://www.lib.uiowa.edu/lib/unag>

User Needs Assessment Berkeley Digital Library Project

A brief overview of Berkeley project Nancy A. Van House and links to related papers.

<http://elib.cs.berkeley.edu/user-needs.html>

User-Study Related Material

A selection of links to documents on the web, retrieved by using some of its major search tools. Target groups: Librarians, students, and researchers in the field of library and information science. Sections: Theory and background, methodology, surveys, and e-conferences.

[Http://www.ub2.lu.se/~biblutb/proj4/Userstrukt.html#Theory](http://www.ub2.lu.se/~biblutb/proj4/Userstrukt.html#Theory)

Vancouver Island Regional Library Market Survey 1996

Purpose, methods, and results of a survey of Vancouver Island Regional Library users.

<Http://www.virl.bc.ca/graphics/about/suruey.htm>

فهرست موضوعی

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| آگاهی رسانی جاری ۴۵-۴۶ | بار اضافه اطلاعات ۷۵ |
| اجرای پروژه ۲۲-۲۴ | بررسی اجتماعی ۱۸ |
| شرایط ۲۲ | برنامه ریزی ۸۱-۸۲ |
| ضرورت ۲۹ | بسته بندی اطلاعات ۶۵-۶۷ |
| منابع ۸۶،۲۳ | پردازش اطلاعات ۶۳-۶۵ |
| ارزیابی ۹۳-۹۴ | پیشینه مطالعه ۱۲-۱۳، ۲۰، ۳۰-۳۳ |
| اریک (ERIC) ← مرکز اطلاعات | تبلیغات ۹۲-۹۳ |
| منابع علوم تربیتی | تحلیل آماری ۱۴۴ |
| افراد ذینفع ۸۸-۸۹ | تحلیل استنادی ۵۶، ۱۴۰-۱۴۲ |
| اقتصاد اطلاعات ۷۴-۷۵ | انواع ۱۴۱-۱۴۲ |
| اندازه گیری ۱۳۸-۱۳۹ | تحلیل موضوع ۳۹-۴۳، ۱۴۱ |
| انگیزه ها ۱۴، ۱۵ | موانع ۴۱-۴۳ |
| اقتصادی ۱۴، ۱۵ | تعامل اجتماعی ۶-۷ |
| بشردوستانه ۱۴، ۱۵ | توانایی کاربران ۴۹-۵۰ |
| سیاسی ۱۴، ۱۵ | توانایی زبان شناختی ۶۱-۶۳ |

- تولید اطلاعات ۲۸،۱۱ فن آوری ۸۴
- تیم تحقیق ۸۷-۸۸ فید (FID) فدراسیون بین المللی
- جامعه آماری ۲۴،۲۱،۱۸ دکومانتاسیون
- چکیده نامه علوم اطلاع رسانی و قدمت اطلاعات ۵۸
- کتابداری ۳۰ قوانین و مقررات ۸۴
- داده‌های آماری ۱۲۰،۸۲،۱۹ کاربرد اطلاعات ۳۸-۳۶
- داده‌های ثانویه ۲۰-۱۹ کتابداران و اطلاع رسانی ۵۷-۵۵
- دسترسی ۶۲-۵۷ جایگاه ۵۷-۵۵
- زمان ۶۰-۵۷ گرایشها ۶۹-۶۸
- مکان ۶۲-۶۰ کتابداری و اطلاع رسانی ۲۹-۲۸
- هزینه ۵۴،۴۵-۴۴ پیدایش ۲۸
- راهبردها ۲۱ کمیت اطلاعات ۵۵-۵۳
- رسانه ۶۶-۶۵ کیفیت اطلاعات ۵۵،۴۸
- رفتار اطلاع یابی ۱۱۶-۱۱۴ گرایش کاربران ۵۳-۵۰
- روش‌شناسی ۱۰۱-۹۹،۳۱،۱۶-۱۲ سیاسی ۵۲
- روشهای علوم اجتماعی ۱۶ فکری ۵۱
- سلسله مراتب نیازها ۹-۸،۵-۳ گردآوری اطلاعات ۱۲۲-۱۱۸،۱۷
- شاخصهای اجتماعی ۸۵-۸۳،۲۰-۱۹ روش‌شناسی ۱۶۲،۱۲۲
- شرایط اقتصادی ۸۴ لیزا (LISA) ← چکیده نامه علوم
- فدراسیون بین المللی دکومانتاسیون ۳۰ اطلاع رسانی و کتابداری
- فرهنگ سازمانی ۸۶-۸۵ ماهیت اطلاعات ۴۸

- | | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| مدلسازی ۱۷۶، ۱۴۷ | ویژگیها ۶۷، ۳۹ |
| انواع ۱۷۹، ۱۷۸ | نظریه‌ها ۶-۲ |
| ضرورت ۱۷۷ | جامعه‌شناسی ۶ |
| ویژگیها ۱۷۷ | روان‌شناسی ۶-۲ |
| مشارکت کاربران ۱۲-۱۱ | مرکز اطلاعات منابع علوم تربیتی ۵۰، ۳۱ |
| مطالعه سازمان ۱۶۱-۱۶۰ | نیازهای اجتماعی ۸-۶، ۷ |
| منابع خبری ۱۹ | اظهار شده ۸ |
| نیاز اطلاعاتی | تجویزی ۷ |
| انواع ۴۴، ۳۶-۳۴ | تطبیقی ۸ |
| تعریف ۳۳-۳۱ | ذهنی ۸ |
| پیشینه ۳۲-۳۰ | نیازهای فردی ۵-۳ |
| عوامل مؤثر ۶۸-۶۷ | هدف عالی ۹۰-۸۹ |
| کارکرد ۴۸-۴۳ | هدف عملیاتی ۹۰-۸۹ |
| موانع تامین ۶۹-۶۸ | هدفگذاری ۳۹، ۲۱ |

Information Needs Assessment

By: Mahmoud Babaie

Editor: Ali Hosein Ghasemi

Publisher: Iranian Information & Documentation Center (IRANDOC)

P.O.Box: 13185-1371, Tehran, Iran

Date: 2003

Price: 13000 Rials

ISBN: 964-91798-1-X

Information Needs Assessment

Mahmoud Babaie



Iranian Information and Documentation (IRANDOC)

Tehran - 2003