

نیاز به شناخت و تأثیر آن بر رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبائی

کبریا بابائی: دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، (نویسنده مسئول) babaei.lib@gmail.com
زاهد بیگدلی: پرفسور و عضو هیأت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز

چکیده

زمینه و هدف: نیاز به شناخت به میزان درگیری فرد در فعالیتهای فکری، به سنجش تفاوت‌های فردی در انگیزش برای پردازش اطلاعات، به تفاوت‌های فردی در گرایش افراد به درگیر شدن و لذت بردن از تفکر پرتلاش و بالاخره به پردازش مستدل پیام‌ها اشاره دارد. هدف این تحقیق بررسی تأثیر نیاز به شناخت دانشجویان بر رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی آنان است.

روش: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پیمایشی تحلیلی است. از ۳۴۰ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد ورودی سال ۹۴-۱۳۹۳ دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبائی تعداد ۱۸۱ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند و سنجه نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی را تکمیل کردند.

یافته‌ها: یافته‌ها حاکی از تفاوت معنادار میزان نیاز به شناخت آزمودنی‌ها بر حسب جنسیت و رشته تحصیلی آنان بود. بین نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان نیز رابطه معنادار مشاهده شد. رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان بر حسب سطح نیاز به شناخت آنان تفاوت معناداری داشت.

نتیجه‌گیری: نیاز به شناخت بر رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان مؤثر است.

کلیدواژه‌ها: نیاز به شناخت، رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی، دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی

دریافت: ۹۴/۰۱/۰۶
ویرایش: ۹۴/۰۴/۰۴
پذیرش: ۹۴/۰۴/۱۶

مقدمه

بر اساس تعریف کاسیوپو، پتی و کائو (Cacioppo, Petty & Kao, 1984) نیاز به شناخت، تفاوت افراد در ارزش‌گذاری برای پردازش اطلاعات است. کاسیوپو (۱۹۹۶) معتقد است که علی‌رغم اینکه همه افراد مایل به دستیابی اطلاعات در محیط خود هستند، اما افرادی که نیاز فراوانی به شناخت دارند، رغبت و تلاش بیشتری از خود نشان می‌دهند تا بدین وسیله بتوانند بهتر از عهده درک محیط اطراف و وقایع موجود برآیند. در مقابل، افرادی که نیاز کمتری به شناخت احساس می‌کنند، در کسب دانش به افراد دیگر تکیه می‌کنند و بیشتر به دانسته‌های موجود، اعتماد می‌کنند؛ به عبارتی ترجیح می‌دهند که در کسب اطلاعات زحمتی به خود ندهند (ایوانز، کیربی و فابریگار (Evans, Kirby & Fabrigar, 2003)؛ به نقل از پورشهریار، احمدی و تنها، ۱۳۹۲).

افرادی که نیاز به شناخت بالاتری را تجربه می‌کنند:

- در راستای درک محیط اطراف و وقایع آن، رغبت و تلاش بیشتری نیز از خود نشان می‌دهند؛
- در موقعیت‌های چالش برانگیز تحلیل‌گران خوبی از اطلاعات هستند و معانی بهتری از آن استخراج

شناخت به معنای «اندیشیدن، دانستن، ادراک و مفهوم‌سازی» است. شناخت بر فعالیتهای ذهنی مربوط به دانش آندوزی، فهم و یادگیری اشاره دارد و پردازش‌های ذهنی سطح بالا، از جمله اندیشیدن، ادراک، آگاهی، استدلال، تجسم، توجه، حل مسأله، تصمیم‌گیری، خلاقیت، هوش، زبان‌آموزی، حافظه، کسب، پردازش و سازماندهی اطلاعات را در بر می‌گیرد (مختاری، داورپناه، ۱۳۹۱).

روان‌شناسان اجتماعی از اصول روان‌شناسی شناختی برای توصیف رفتار افراد در موقعیت‌های اجتماعی بهره می‌برند و یکی از اصطلاحات مورد استفاده آنان نیاز به شناخت است. نیاز به شناخت به صورت یکی از متغیرهای مرتبط با خود-شکوفایی مطرح است. این اصطلاح به افرادی اشاره می‌کند که ذهن‌های فعال اکتشافی دارند و با کمک هوش خود، تجارب را از محیط می‌گیرند. در اینجا نیاز در واقع به معنای تمایل است و نه نیاز فیزیولوژیک. یکی از مشخصه‌های این افراد، تمایل به کسب دانش و درگیر شدن در فعالیتهای شناختی و لذت بردن از آنهاست (غلامحسین زاده، عرفان منش، ۱۳۹۳)

الیس (Ellis, 1997)، ویلسون، لکی و همکارانش (Leckie, 1996) اشاره نمود و این درحالی است که همکاری و مشارکت، اساس بسیاری از پیشرفت‌های امروزی در عرصه‌های مختلف علمی، فرهنگی و اجتماعی به شمار می‌رود. اهمیت عنصر مشارکت در بافت‌های سازمانی، آموزشی و علمی سبب شده که محققان علم اطلاعات نیز توجه ویژه‌ای به رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی داشته باشند (Reddy, 2010).

رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی، همچون چتری سایر مفاهیم مانند اطلاع‌جویی مشارکتی، بازیابی مشارکتی اطلاعات و معنابخشی مشارکتی را تحت پوشش قرار می‌دهد. یکی از اولین تعاریفی که به جنبه مشارکتی رفتارهای اطلاعاتی توجه داشت توسط محققان دانشگاه واشنگتن ارائه شده است. آنها رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی را به عنوان مجموعه فعالیت‌هایی که گروهی از افراد به منظور تشخیص، حل و یا اشتراک یک نیاز اطلاعاتی انجام می‌دهند تعریف کردند. رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی عبارت است از «تمام رفتارهایی که افراد به صورت مشارکتی و به منظور تشخیص نیاز اطلاعاتی، جستجو، بازیابی، اشتراک اطلاعات، ارزیابی، تحلیل، معنا بخشی به اطلاعات بازیابی شده و استفاده از اطلاعات به دست آمده انجام می‌دهند» (Karunakaran, 2010؛ به نقل از زینالی و مهدوی، ۱۳۹۳)

باوجود نقش مهم مشارکت در فعالیت‌های علمی و سازمانی، از یکسو و اهمیت توجه به نیاز به شناخت و بررسی آن در رفتارهای اطلاعاتی از سوی دیگر، انجام پژوهشی که به بررسی نیاز به شناخت و تأثیر آن بر رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی بپردازد، ضروری به نظر می‌رسد. هدف اصلی این تحقیق، بررسی تأثیر نیاز به شناخت دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبائی بر رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی آنان است. بر این اساس فرضیه‌های پژوهش نیز عبارتند از:

- نیاز به شناخت دانشجویان برحسب جنسیت و رشته تحصیلی آنان متفاوت است. (به عبارت دیگر هدف از ارائه این فرضیه، بررسی میزان گرایش و تمایل دانشجویان هر رشته تحصیلی به امور شناختی و اندیشمندانه در مقایسه با دیگر رشته‌هاست).
- بین نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان دارای نیاز

- می‌کنند؛
- این افراد از تفکر و درگیری با تکالیف پیچیده لذت می‌برند؛
- در فرایند پردازش اطلاعات با یک جهت‌گیری عمیق و معنایی درگیر می‌شوند؛
- اطلاعات را به خوبی تحلیل کرده و معانی بهتری از آن استخراج می‌کنند؛
- نسبت به بررسی افکار مختلف بردبار هستند؛
- مباحثه را راهی سازنده از ارتباط و یادگیری دانسته و از این رو تمایل بیشتری به مشارکت در موقعیت‌های بحث برانگیز نشان می‌دهند.

افرادی که نیاز کمتری به شناخت احساس می‌کنند:

- در رویارویی با موقعیتها و مسائل ترجیح می‌دهند که به جای مواجه شدن با مسئله و دقت در تحلیل آن، به متغیرهای سطحی بسنده کنند؛
- از درگیر شدن در موقعیت‌های شناختی اجتناب می‌کنند؛
- پردازشگران فعالی نیستند و از اطلاعات به نحو مطلوب بهره نمی‌گیرند؛
- برای پرداختن به مسائل شناختی، باید بسیار برانگیخته شوند یا اینکه انگیزه زیادی برایشان ایجاد شود. (کاسیوو و دیگران، ۱۹۹۶)

بدین ترتیب تفاوت بین آنهایی که نیاز به شناخت بالا و یا پائینی دارند در نحوه معنی دادن به دنیاست. آنهایی که نیاز به شناخت بالایی دارند، اطلاعات را جستجو می‌کنند، در موردشان فکر می‌کنند و به آن‌ها واکنش نشان می‌دهند تا به آن معنی بدهند؛ در مقابل افرادی که نیاز به شناخت کمی دارند، از دیگران و یا میانبرهای شناختی در جهت ساخت معنا استفاده می‌کنند (رحیمی و همکارانش، ۱۳۹۱).

این گونه است که ویلسون (Wilson, 2000) نیاز به شناخت را در حکم سازه‌ای روانشناختی مستحق بررسی در بین کاربران اطلاعات می‌داند و آن را در مطالعات رفتار اطلاعاتی توصیه می‌کند.

رفتارهای اطلاعاتی سالهاست که مورد مطالعه قرار گرفته و تعاریف و مدل‌های مختلفی برای آنها ارائه شده است ولی در اکثر این مطالعات، تأکید بر نیازها و رفتارهای فردی بوده است (Reddy, 2010؛ به نقل از زینالی، مهدوی، ۱۳۹۳). از جمله پژوهش‌هایی که به ارائه مدلی برای رفتار اطلاع‌یابی فردی پرداختند می‌توان به کولثاو (Kuhlthau, 1991)،

به شناخت سطح بالا متفاوت از رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان دارای نیاز به شناخت سطح پایین است.

پیشینه پژوهش

رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی یکی از حوزه‌های مهم و در حال رشد، در مطالعات مربوط به رفتارهای اطلاعاتی است که در سالهای اخیر مورد توجه بسیاری از محققان و پژوهشگران علم اطلاعات قرار گرفته است، البته در خصوص نیاز به شناخت و تأثیر آن بر رفتارهای اطلاعاتی مشارکتی تحقیقی صورت نگرفته ولی به طور کلی و در برخی ابعاد به رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی توجه شده است که از جمله آنها می‌توان به این موارد اشاره نمود:

موریس (Morris, 2008) در پژوهشی به بررسی رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشکاران پرداخته است که اکثریت آنان خواستار همکاری و مشارکت در فعالیتهای پژوهشی بودند و معتقد بودند که همکاری عامل بسیار حیاتی در موفقیت آنان به شمار می‌آید.

یو و هی (Yu & He, 2008) به بررسی رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی در یک تیم جستجوی اکتشافی پرداختند. آنها به سه عامل اساسی: ارتباطات مکرر میان اعضای تیم، تقسیم کار و آگاهی اعضای تیم در رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی اشاره نمودند.

شاه (Shah, 2013) در پژوهشی دیگر به بررسی تأثیر آگاهی مشارکت کنندگان از فعالیت یکدیگر، بر میزان موفقیت اطلاع جویی مشارکتی پرداخته است. نتایج پژوهش شاه حاکی از آن است که تیم‌هایی که از نظام‌های فاقد امکانات آگاهی‌رسانی مشارکتی استفاده می‌کردند نیاز به زمان بیشتری برای بازیابی اطلاعات داشتند، بنابراین وی نتیجه می‌گیرد که ایجاد امکانات آگاهی‌رسانی مشارکتی مناسب، برای نظام‌های بازیابی مشارکتی اطلاعات ضروری است (به نقل از زینالی و مهدوی، ۱۳۹۳).

پورشهریار، احمدی و تنها (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی دیگر به شناسایی نقش برخی از عوامل مربوط به تفاوت‌های فردی در میزان گرایش افراد به مباحثه، به پیش‌بینی مباحثه طلبی بر پایه باورهای معرفت‌شناختی، نیاز به شناخت و برون‌گردی پرداختند. تحلیل داده‌ها نشان دادند که برون‌گردی، نیاز به شناخت و یادگیری سریع از بین باورهای معرفت‌شناختی، پیش‌بینی کننده مباحثه طلبی در افراد هستند.

زینالی و مهدوی (۱۳۹۳) در پژوهش خود به بررسی عوامل

انگیزاننده و بازدارنده رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی در دستیاران تخصص و فوق تخصص پزشکی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی پرداختند. یافته‌ها نشان داد که عوامل محدودیت زمانی، نداشتن تخصص کافی، پیچیدگی نیاز اطلاعاتی، عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی و پراکندگی منابع اطلاعاتی باعث بروز رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی در بافت مورد مطالعه می‌شوند. از طرفی پنج دسته مانع اعم از موانع فنی و تکنولوژیکی، موانع فردی، موانع کارگروهی، موانع مربوط به ساختار آموزشی و موانع فرهنگی نیز به عنوان عوامل بازدارنده رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی شناسایی شدند.

در مجموع این مطالعات بیانگر توافق و اجماع دیدگاه‌های پژوهشگران در خصوص اهمیت رفتارهای اطلاعاتی مشارکتی است.

روش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی ورودی سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ است. تعداد کل این افراد طبق آمار مدیریت آموزش این دانشکده، در سال تحصیلی مذکور ۳۴۰ نفر بود. از آنجا که نمونه گیری احتمالاتی قدرت تعمیم دهی بیشتری دارد و احتمال انجام آن در پژوهش حاضر فراهم بوده است، از روش نمونه گیری تصادفی استفاده و با استفاده از جدول مورگان، حجم نمونه ۱۸۱ نفر انتخاب شدند.

به منظور اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش از دو پرسشنامه نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی استفاده شد.

پرسشنامه نیاز به شناخت^۱ (کاسیوپو، پتی و کائو ۱۹۸۴؛ مختاری، ۱۳۹۰) این سیاهه مشتمل بر ۱۸ ماده (۹ ماده منفی و ۹ ماده مثبت) است که در مقیاس پنج درجه ای لیکرت از یک (کاملاً مخالفم) تا پنج (کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. نمره بالاتر در این مقیاس نمایان‌گر نیاز به شناخت بیشتر است. بنابراین، بیشترین و کمترین نمره هر آزمودنی به ترتیب ۱۸ و ۹۰ و نقطه وسط آن ۵۴ است. آزمودنی‌هایی که نمره‌های بالاتر و پایین‌تر از این نقطه وسط به دست آورند، به ترتیب دارای نیاز به شناخت سطح بالا و سطح پایین هستند. این مقیاس به استناد مطالعات مختلف ویژگی‌های روانسنجی خوبی نشان می‌دهد، پایایی این سنجه طبق آلفای کرونباخ در پژوهش (مختاری، حیدر؛ داورپناه،

1. Need for Cognition Scale

برحسب جنسیت و رشته تحصیلی آنان متفاوت است"، ابتدا توصیفی از وضعیت نیاز به شناخت دانشجویان بر اساس این متغیرها ارائه می‌شود. همانطور که جدول ۱ نشان می‌دهد میانگین نمره نیاز به شناخت زنان (۶۰/۵) اندکی بیشتر از مردان (۵۹/۳) است. میانگین نیاز به شناخت بر حسب رشته‌های تحصیلی نیز متفاوت است. نیاز به شناخت دانشجویان رشته روانسنجی (۶۵/۰۱) و مدیریت برنامه‌ریزی ۶۴/۲، علم اطلاعات و دانش‌شناسی ۶۱/۶۵، علوم تربیتی ۶۰/۹ و بالاخره رشته مشاوره برابر با ۶۰/۴۴ است.

برای آزمون فرضیه اول از تحلیل واریانس یک‌راهه (آنووا) استفاده شد. طبق نتایج این آزمون در جدول ۲ تفاوت معناداری بین نیاز به شناخت دانشجویان بر حسب جنسیت ($P=0/629 > 0/05$) وجود ندارد.

اما نیاز به شناخت افراد مورد مطالعه بر حسب رشته تحصیلی آنان ($P=0/005 < 0/05$) با یکدیگر متفاوت است.

برای آزمون فرضیه دوم، "بین نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد". ابتدا به منظور بررسی شرط نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف^۲ استفاده شد که نتیجه آن ($P=0/07 > 0/05$) بود که شرط معنادار نشدن آن محقق شد. سپس پس از اطمینان از نرمال بودن داده‌ها برای نشان دادن ارتباط میان دو متغیر نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی از آزمون معناداری ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

نتایج حاصل از این آزمون مطابق با جدول ۳. نشان داد که مقدار این آماره کمتر از ۵ درصد است و چنین استنباط می‌شود که ضریب همبستگی معنی دار است. پس با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان به وجود رابطه بین دو متغیر نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی اذعان نمود. اثبات این فرضیه، به نوعی ویژگی‌های مطرح شده از اشخاص نیاز به شناخت و رفتار اطلاعاتی آنان را مرتبط بیان می‌کند. اکنون با معنی دار شدن این ارتباط برای بررسی رابطه علت و معلولی این دو متغیر و برآورد شدت تأثیر یک متغیر بر متغیر دیگر نیز، از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴. نشان داده شده است.

معادله این رگرسیون از طریق نتایج مندرج در جدول ۴. در ستون مربوط به مقادیر ضریب استاندارد نشده B قابل استخراج است:

محمدرضا، (۱۳۹۱) برابر ۰/۸۵، در پژوهش (Amichai-Hamburger, Kaynar and Fine) برابر با ۰/۷۹۵، در پژوهش (Kaynar and Amichai-Hamburger) برابر با ۰/۷۴ بوده است. (به نقل از مختاری، حیدر؛ داورپناه، محمدرضا، ۱۳۹۱) و در این تحقیق برابر با ۰/۸۱ بود.

مقیاس رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی

پرسشنامه رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی نیز از سوی پژوهشگران تدوین شد. بیشتر مطالعات انجام شده در حوزه رفتار اطلاعات مشارکتی به منظور پاسخ به سؤالات ذیل بوده است:

۱. استفاده کنندگان اطلاعات (کاربران اطلاعات) برای نیازهای اطلاعاتی خود با یکدیگر، چگونه ارتباط برقرار می‌کنند؟

۲. کاربران اطلاعات در فرآیند اطلاع‌جویی و اطلاع‌یابی با یکدیگر چگونه مشارکت دارند؟

۳. کاربران اطلاعات از چه ابزارهایی برای اشتراک و بازیابی اطلاعات استفاده می‌کنند؟

۴. در چه مواقعی افراد در فرآیند اطلاع‌جویی با یکدیگر مشارکت دارند؟

بر همین اساس پژوهشگران با توجه به سؤالات فوق و اساس قرارداد تعریف کاران (۲۰۱۰) از رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی «تمام رفتارهایی که افراد به صورت مشارکتی و به منظور تشخیص نیاز اطلاعاتی، جستجو، بازیابی، اشتراک اطلاعات، ارزیابی، تحلیل، معنابخشی به اطلاعات بازیابی شده و استفاده از اطلاعات به دست آمده انجام می‌دهند»

اقدام به تدوین پرسشنامه‌ای محقق ساخته نمودند و برای تعیین روایی محتوا، این پرسشنامه را در اختیار گروهی از متخصصان دانشگاهی حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی قرار دادند تا ضمن بررسی کلی آن، وجود تناسب هر یک از پرسش‌های مذکور را در آن ردیابی کنند. در نهایت، پرسشنامه‌ای ۲۵ گویه‌ای در طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً موافق = ۵ تا کاملاً مخالف = ۱) تهیه شد. بیشترین و کمترین نمره هر آزمودنی در این پرسشنامه به ترتیب برابر ۱۲۵ (۲۵ ضربدر ۵) و ۲۵ (۲۵ ضربدر ۱) بود. در ادامه، پایایی این پرسشنامه نیز در پیش‌آزمونی از بیست نفر آزمودنی بالقوه با ترکیب جمعیت شناختی متناسب با جمعیت آماری با ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۵ به دست آمد.

یافته‌ها

برای بررسی فرضیه اول "نیاز به شناخت دانشجویان

2. Kolmogorov-Smirnov test

۱/۶۲۵ + (نمره نیاز به شناخت * ۰/۴۶) = نمره پیش‌بینی رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی از روی نمره نیاز به شناخت.
اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان دارای نیاز به شناخت سطح پایین است "ابتدا باید سطوح نیاز به شناخت و میانگین نمره

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار نمره های نیاز به شناخت دانشجویان بر حسب جنسیت و رشته تحصیلی.

متغیرها	نیاز به شناخت
متغیر	میانگین نمرات
جنسیت	۱۱/۵۴ ± ۵۹/۳
رشته تحصیلی	۱۱/۳۹ ± ۶۰/۵
مرد	۷/۰۸ ± ۶۴/۲
زن	۷/۳۳ ± ۶۵/۰۱
مدیریت برنامه‌ریزی	۱/۰۶ ± ۶۰/۹
روانشنجی	۱/۲۴ ± ۶۱/۶۵
علوم تربیتی	۱/۴۸ ± ۶۰/۴۴
علم اطلاعات	۵/۶۸ ± ۶۱/۳۱
مشاوره	
جمع کل	

جدول ۲. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه (آنووا) برای بررسی تفاوت نیاز به شناخت دانشجویان بر حسب متغیرهای جنسیت و رشته تحصیلی آنان.

فکتورها	نیاز به شناخت	منبع تغییر	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	F	P
جنسیت	بین گروهی	۷/۷۴۸	۳۴	۰/۲۲۸	۰/۶۲۹		
	درون گروهی	۳۷/۲۰۳	۱۴۷	۰/۲۵۳			
	کل	۴۴/۹۵۱	۱۸۱				
رشته تحصیلی	بین گروهی	۱۱۲/۰۱۵	۳۴	۳/۲۹۵	۰/۰۰۵ *	۱/۸۸۵	
	درون گروهی	۲۵۶/۹۸۰	۱۴۷	۱/۷۴۸			
	کل	۳۶۸/۹۹۵	۱۸۱				

* معناداری در سطح ۰/۰۵

جدول ۳. همبستگی بین نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان.

متغیر (ملاک)	ضریب همبستگی	خطای استاندارد برآورد	Approx sig.
رفتار اطلاع‌یابی <td>۰/۹۵۶ <td>۰/۰۰۶ <td>۰/۰۰۰</td> </td></td>	۰/۹۵۶ <td>۰/۰۰۶ <td>۰/۰۰۰</td> </td>	۰/۰۰۶ <td>۰/۰۰۰</td>	۰/۰۰۰
(متغیر پیش بین)			
نیاز به شناخت			

* معناداری در سطح ۰/۰۵

جدول ۴. ضرایب رگرسیون مربوط به تاثیر نیاز به شناخت آزمودنی ها بر رفتار اطلاعاتی آنان.

متغیر پیش بین	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد شده	آماره t	P
(ثابت)	۰/۶۴۸	۰/۹۵۶	۲/۵۰۸	۰/۰۱۳
نیاز به شناخت	۰/۴۶۱	۰/۰۱۱	۴۲/۴۷۰	۰/۰۰۰

* معناداری در سطح ۰/۰۵

مقادیر استاندارد شده بتا نیز در جدول ۴ نشان می‌دهد که یک واحد انحراف معیار در نیاز به شناخت باعث تغییر در رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی به میزان ۰/۹۵ می‌شود. نتایج حاصل از این رگرسیون نیز طبق جدول ۴ (P < ۰/۰۵) نشان از شدت همبستگی دو متغیر نیاز به شناخت و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی در دانشجویان است.

برای آزمون فرضیه سوم، "رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان دارای نیاز به شناخت سطح بالا متفاوت از رفتار

های رفتار اطلاعاتی آزمودنی ها مشخص شود. فراوانی و درصد آزمودنی‌ها بر حسب سطح نیاز به شناخت آنان در جدول ۵ آمده است.

طبق جدول ۵، ۱۱۳ نفر از آزمودنی‌ها نیاز به شناخت سطح بالا (۶۲/۰۴) و ۶۸ نفر هم (۳۷/۶) نیاز به شناخت پایین داشته‌اند. میانگین نمره‌های رفتار اطلاعاتی آنان در دو سطح بالا و پایین نیز به ترتیب برابر ۶۶/۸۵ و ۴۹/۱۸ بوده است. از آزمون تفاوت میانگین‌ها برای آزمون این فرضیه استفاده

طراحی تمرین‌هایی که دانشجویان را به جستجو در انواع منابع اطلاعاتی نماید، می‌توان به ارتقای سطح نیاز به شناخت فراگیران در هر رشته تحصیلی امید داشت (به نقل از مختاری و داورپناه، ۱۳۹۱).

افرادی که نیاز به شناخت بالاتری را تجربه می‌کنند، مباحثه را راهی سازنده از ارتباط و یادگیری دانسته و از این رو تمایل بیشتری به مشارکت در موقعیت‌های بحث برانگیز نشان می‌دهند. همانگونه که پورشهریار و همکارانش (۱۳۹۲) نیز نشان دادند که برون‌گردی، نیاز به شناخت و یادگیری سریع از بین‌باورهای معرفت‌شناختی، پیش‌بینی‌کننده مباحثه طلبی در افراد هستند.

این مباحثه و مشارکت می‌تواند در بستر شبکه‌های اطلاعاتی و اجتماعی همچون (وایبر^۳، واتس‌آپ^۴، وی‌چت^۵ و لاین^۶...) صورت پذیرد. اکنون که همگام با توسعه‌ی روزافزون اینترنت و شبکه‌های اطلاعاتی و دسترسی مستقیم استفاده‌کنندگان نهایی به اطلاعات، فناوریهای وب ۲ و شبکه‌های اجتماعی شاهد تحولی عظیم در رفتارهای اطلاعاتی کاربران اطلاعات هستیم؛ از یکسو با فرهنگ سازی و استفاده صحیح از این ابزارهای ارتباطی ارزان و در دسترس می‌توان دانش‌آموزان و دانشجویان را در امر مشارکت و افزایش روحیه کار مشارکتی در کسب دانش، درگیرشدن در فعالیتهای شناختی و حس مسئولیت‌پذیری سوق داد و از سوی دیگر، با بازنگری در نظام ارزشیابی تحصیلی و توجه به ارزشیابی گروهی به جای فردی نیز می‌توان بر موانع فرهنگی اطلاع‌یابی مشارکتی غلبه نمود. موانعی که زینالی (۱۳۹۳) نیز در تحقیق خود به آن‌ها اشاره می‌نماید که ریشه در فرهنگ و نگرش‌های افراد دارد، عواملی همچون نبود روحیه مشارکت، مسئولیت‌پذیری و عامل حسادت به پیشرفت‌های اطرافیان و همچنین موانع مربوط به ساختار نظام آموزش و برآیند شیوه‌ها، اصول و قوانینی که در طی دوره آموزشی افراد بر شکل‌گیری شخصیت علمی آنها تأثیر می‌گذارد.

بر اساس نتایج این پژوهش و نتیجه‌گیری مختاری و داورپناه (۱۳۹۱)، تفاوت معناداری در رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دارندگان نیاز به شناخت سطح بالا با دارندگان نیاز به شناخت سطح پایین وجود داشت؛ بدین معنا که این افراد در تشخیص نیاز اطلاعاتی، جستجو، بازیابی، اشتراک اطلاعات، ارزیابی، تحلیل و معنا بخشی به اطلاعات بازیابی شده و استفاده از

شد. نظر به نرمال بودن توزیع و برابری واریانس‌ها، طبق آزمون تی مستقل (مندرج در جدول ۵)، رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی آزمودنی‌ها بر حسب سطح نیاز به شناخت آنان متفاوت است. ($t(179) = 11/89, P < 0/05$)؛ بنابراین فرضیه سوم تأیید می‌شود و رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان دارای نیاز به شناخت بالا متفاوت از رفتار اطلاع‌یابی مشارکتی دانشجویان دارای نیاز به شناخت پایین است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد که نیاز به شناخت دانشجویان رشته‌های تحصیلی مدیریت برنامه‌ریزی، روانسنجی و علم اطلاعات و دانش‌شناسی کمی بیشتر از رشته‌های علوم تربیتی و مشاوره است. به عبارت دیگر تفاوت این افراد در ارزش‌گذاری برای پردازش اطلاعات است. این افراد رغبت و تلاش بیشتری از خود نشان می‌دهند تا به اطلاعات بیشتری دست یابند و در موقعیت‌های چالش برانگیز تحلیل‌گران خوبی از اطلاعات هستند و معانی بهتری از آن استخراج می‌کنند. شاید این امر به دلیل ماهیت برنامه‌های درسی این گروه‌ها باشد که بیشتر با آمار و تجزیه و تحلیل اطلاعات سر و کار دارند و لزوم داشتن اطلاعات دقیق و درست در تصمیم‌گیری‌های حرفه‌ای آنان امری مهم و ضروری است. از سوی دیگر، افرادی که نیاز کمتری به شناخت احساس می‌کنند، در کسب دانش به افراد دیگر تکیه می‌کنند و بیشتر به دانسته‌های موجود، اعتماد می‌کنند. این در حالیست که گروه‌های علوم تربیتی و مشاوره که با فکر و ذهن انسان‌ها و مسائل آموزشی و تربیتی سر و کار دارند نیازمند تلاش بیشتری در کسب اطلاعات درست و مناسب هستند. بنابراین لزوم فعالیت‌های تیمی که منجر به تشخیص، حل و یا به اشتراک گذاری اطلاعات صحیح شود، به گونه‌ای که بتوانند اطلاعات را به خوبی تحلیل کرده و معانی بهتری از آن استخراج کنند، ضروری به نظر می‌رسد. همچنانکه موریس (Morris, 2008) نیز همکاری و مشارکت در فعالیتهای پژوهشی را عامل بسیار حیاتی در موفقیت دانشکاران به شمار می‌آورد.

آن‌گونه که دویر (Dwyer, 2008) نیز می‌گوید، دانشجویان با آموزش و انجام مکرر پژوهش، به یادگیری، اطلاع‌جویی، دانش‌اندوزی و تفکر درباب مسائل رغبت و تمایل بیشتری پیدا می‌کنند. از این رو، با ارتقای کیفیت آموزش دانشگاهی، به ویژه طرح مسائل نیازمند تأمل و

3. Viber
4. WhatsApp
5. Wechat
6. Line

- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., and Kao C. F. (1984). The efficient assessment of need for cognition. *Journal of Personality Assessment*, 48, 306-307
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Feinstein, J. A., & Jarvis, W. B. (1996). Dispositional differences in cognitive motivation: The life and times of individuals varying in need for cognition. *Psychological Bulletin*, 119, 197-253.
- Dwyer, M. (2008). Need for cognition, life satisfaction, and academic achievement. *EPISTIMI: Capital University's Undergraduate Research Journal*, 3, 13-14. Retrieved Feb. 10, 2011 from: <http://www.capital.edu/23614.pdf>.
- Ellis, D; Haugan, M. (1997). Modeling the information seeking patterns of engineers and research scientists in an Industrial Environment. *The journal of Documentation*, 53(4), 384-403.
- Evans, C. J., Kirby, J. R., & Fabrigar, L. R. (2003). Approaches to learning, need for cognition, and strategic flexibility among university students. *British Journal of Educational Psychology*, 73, 507-528.
- Kaynar, O., and Amichai-Hamburger, Y. (2008). The effects of need for cognition on Internet use. Revisited. *Computers in Human Behavior*, 24, 361-371.
- Kuhlthau, C.C. (1991). Inside the search process: information seeking from the user's perspective. *Journal of the American society for information science*, 42(5), 361-371.
- Karunakaran, A; Spence, P; Reddy, M. (2010). Towards a model of collaborative information behavior. In C. Shah, M. Reddy & M. Twidale workshop on collaborative retrieval. ACM conference on computer supported cooperative work (CSCW 2010). Savannah, GA. New York, NY: ACM press.
- Leckie, G.J; Pettigrew, KE; Sylvain, C. (1996). Modeling the information seeking of professionals: A general model derived from research on engineers, Health care professionals and lawyers. *The library Quaterly*, 66(2), 161-193.
- Morris, M. R. (2008). A survey of collaborative web search practices. In *Proceedings of ACM SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 1657-1660, Florence, Italy.
- Reddy, MC; Jansen, BJ; Spence, PR. (2010). Exploring collaboration and coordination during information seeking and retrieval activities. In: Foster,
- Reddy, MC; Jansen, BJ. (2008). A model for understanding collaborative information behavior in context: A study of two healthcare teams. *Information Processing and Management*, 44, 256- 273.
- Shah, CH. (2013). Collaborative information seeking. *Journal of the American Society for*

اطلاعات به صورت گروهی تبحر لازم را داشتند. اما دارندگان نیاز به شناخت سطح پایین، بدون هر گونه تلاش فکری در برداشت درست از محتوای اطلاعات، تنها به دسترس بودن و آسان بودن شیوه اخذ اطلاعات توجه می نمودند. چنین گرایشی در عصر کنونی که اطلاعات مختلف و متناقضی، به ویژه در قالب اینترنت و منابع اطلاعات الکترونیکی احاطه مان ساخته، خطری است که بالقوه در کمین فراگیران دارای نیاز به شناخت سطح پایین است. اینجاست که کتابداران می توانند وارد عرصه شده و معیارهای ارزیابی منابع را به دانشجویان آموزش دهند تا آن ها بتوانند به سهولت، منابع مورد نظر خود را چه به صورت چاپی و چه الکترونیکی ارزیابی کنند. این امر سبب می شود تا کاربران بتوانند از میان انواع منابع اطلاعاتی، آنهایی را انتخاب کنند که محتوای دانش بیش تری دارند.

این انتقال دانش می تواند به صورت آموزش های مستقیم یا کاربرد آن ها در نظام ها و پایگاه های اطلاع رسانی باشد. بنابراین، طراحی رابط های کاربری مناسبی که نیازهای این دو گروه را در نظر گیرند، نیز در بهینه سازی و تقویت رفتار اطلاع یابی مشارکتی آنان سودمند است.

منابع

منابع فارسی

- پورشریاری، حسین؛ احمدی، سمیه؛ تنها، زهرا (۱۳۹۲). مباحثه طلبی: نقش برون گردی، باورهای معرفت شناسی و نیاز به شناخت. *روان شناسی تحولی: روان شناسان ایرانی*. ۹ (۶۳)، ۴۰۱-۴۱۰
- رحیمی، مهدی؛ زارع، مریم؛ یوسفی پور، محمدصادق (۱۳۹۱). نیاز به شناخت، ساختار و یقین به عنوان تفاوت های فردی در تفکر روشنفکرانه. *مجله شخصیت و تفاوت های فردی دانشگاه خلیج فارس بوشهر*، ۱(۱)، ۳۳-۵۱
- زینالی، وحیده؛ سادات مهدوی، مهتاب (۱۳۹۳). بررسی عوامل انگیزاننده و بازدارنده رفتار اطلاع یابی مشارکتی در دستیاران تخصص و فوق تخصص پزشکی. *تعامل انسان و اطلاعات*، ۲(۱)، ۱۰۵-۱۱۷
- غلامحسین زاده، زهره، عرفانمنش، محمدامین (۱۳۹۳). رفتار اطلاع جویی مشارکتی: مفاهیم و نظریه ها. *تعامل انسان و اطلاعات*، ۲(۱)، ۱۲۵-۱۳۶
- مختاری، حیدر؛ داورپناه، محمدرضا (۱۳۹۱). نیاز به شناخت و تأثیر آن بر رفتار اطلاعاتی دانشجویان. *پژوهش نامه کتابداری و اطلاع رسانی*. ۲ (۱)، ۳۳-۵۴

منابع لاتین

- Amichai-Hamburger, Y., Kaynar, O., and Fine, A. (2007). The effects of need for cognition on Internet use. *Computers in Human Behavior*, 23, 880-891.

- Documentation, 37(1), 3-15.
doi:10.1108/eb026702
- Wilson, T.D. (2000). Human information behavior. *Informing Science*, 3 (2), 49-56.
- Yue, Z; He, D. (2008). A model for understanding collaborative information behavior in EDiscovery. Paper presented at the seventeenth Text retrieval conference.
- information science and Technology, 65(2), 215-236.
- Shah, Ch. (2010). Collaborative Information Seeking: A Literature Review. *Exploring the digital frontier Advances in librarianship*, 32, 1-33
- Wilson, T. D. (1981). On User Studies and Information Needs. *The Journal of*



The Need for Cognition on Collaborative Information Behavior of MA Students of Psychology and Educational Sciences in Allameh Tabatabai University

Kobra Babaei, PhD Student of Knowledge and Information Sciences, Chamran University, Ahvaz, Iran.
(Corresponding author) babaei.lib@gmail.com

ZAhed Bigdeli, Professor of Knowledge and Information Sciences, Chamran University, Ahvaz, Iran.

Abstract

Background and Aim: The need for cognition to the extent of involvement of the individual in intellectual activities, to assess individual differences in motivation for information processing, individual differences in the tendency of people to engage in and enjoy effortful thinking and, finally, refers to the processing of sound messages. The purpose of this study was to investigate the effect of need for cognition on students' collaborative information behavior.

Method: This study is applied research .Among 340 students graduate from the Faculty of Psychology and Educational Sciences in Allameh Tabatabai University, 181 students were selected randomly and measures need to recognize the information behavior participatory out the questionnaires.

Results: The research findings indicate the need to recognize significant differences by gender and field of study participants were women. Students seeking a partnership relationship between need for cognition and behavior were observed. Information seeking behavior in terms of the need to know their students significant difference was found and thus the need to know the information seeking behavior of effective student participation.

Conclusion: the need for cognition is effective on Students' collaborative information behavior (CIB).

Keywords: Need for Cognition, Collaborative Information Behavior, Students of Allameh Tabatabai University.