

## احساس و اطلاع‌یابی: چگونه احساس در رفتار اطلاع‌یابی تظاهر می‌کند؟

\*سعیده خلیلیان: دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول). Skhalilian71@gmail.com  
احمد شعبانی: استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. shabania@edu.ui.ac.ir

### چکیده

دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۱۶

پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۰۳

**زمینه و هدف:** اطلاع‌یابی زمانی به وقوع می‌پیوندد که فرد در دانش خود خلأیی احساس می‌کند و او را بر می‌انگیزاند تا اطلاعات جدید به دست آورد. نکته مهم در تبیین رفتار اطلاع‌یابی این است که عوامل بسیاری در بروز آن تاثیرگذار هستند که احساسات به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار در بروز رفتار اطلاع‌یابی انسان در نظر گرفته می‌شود. همچنین جستجوی اطلاعات یک تجربه عاطفی با احساسات مثبت و منفی است؛ این پژوهش با هدف مرور نقش احساس در فرآیند رفتار اطلاع‌یابی انجام شد.

**روش پژوهش:** مطالعه حاضر با استفاده از روش کتابخانه‌ای به بررسی مبانی نظری و مفهومی احساسات در ارتباط با نیاز اطلاعاتی و مفاهیم مرتبط با آن پرداخته است.

**یافته‌ها:** با مطالعه مفهومی مدل‌های فرآیند رفتار اطلاع‌یابی کولتو و نال در این مطالعه دریافت شد که عوامل عاطفی و احساسی در جستجوی اطلاعات اهمیت به سزایی دارند و رفتار اطلاع‌یابی تحت تاثیر احساسات منفی (ابهام، ترس، و عصبانیت) و احساسات مثبت (خوشحالی، اطمینان، و رضایتمندی) صورت می‌پذیرد. احساسات منفی در شروع کار افزایش می‌یابد و با گذشت زمان و در روند جستجوی اطلاعات احساسات منفی کاهش و احساسات مثبت تقویت می‌شود.

**نتیجه‌گیری:** برای رفع نیاز اطلاعاتی و دستیابی به پاسخ مناسب و مطلوب لازم است این گونه احساسات از طرف کاربر و هم‌نظام‌های اطلاعاتی به خوبی شناسایی و درک شود تا هرچه بهتر بتوان آن را کنترل کرد تا بتوان نیاز اطلاعاتی شناسایی شده را به درستی پاسخ دهند.

**کلیدواژه‌ها:** احساسات منفی، احساسات مثبت، رفتار اطلاع‌یابی، مدل فرآیند جستجوی اطلاعات کارول کولتو، مدل فناوری اطلاعات اجتماعی-بیولوژیکی نال.

تعارض منافع: گزارش نشده است.  
منع حمایت‌کننده: حامی مالی نداشته است.

**شیوه استناد به این مقاله**

APA: Khalilian, s., Shabani, A. (2020). Emotions and information seeking: how does emotion manifest in information seeking behavior? *Human Information Interaction*. 6(4); 65-77 (Persian)

Vancouver: Khalilian S, Shabani A. Emotions and information seeking: how does emotion manifest in information seeking behavior? *Human Information Interaction*. 2020; 6(4): 65-77 (Persian)



انتشار مجله تعامل انسان و اطلاعات با حمایت مالی دانشگاه فوارزمی انجام می‌شود.

انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با 3.0 CC BY-NC-SA صورت گرفته است.

## Emotions and information seeking: how does emotion manifest in information seeking behavior?

\*Saiede khalilian: PhD candidate of Knowledge & Information Science, University of Isfahan, Isfahan, Iran (Corresponding author). Skhalilian71@gmail.com

Ahmad shabani: Professor, Department of Knowledge & Information Science, University of Isfahan, Isfahan, Iran,

Received: 07/11/2019

Accepted: 24/11/2019

### Abstract

**Background and Aim:** Information seeking behavior arises when one feels a void in his/her knowledge which inspires one to acquire new information. The central point in explaining behavior is the fact that many features influence its occurrence, and emotions are considered to be a major element involved in human information behavior. Also, Information seeking is a positive and negative emotional experience. The aim was to survey the role of emotions in information behavior.

**Method:** Library research method was applied to study theoretical foundations and conceptual relationships of emotions in relation to information needs and related concepts.

**Results:** By conceptual studies of the models process of information retrieval behavior of Kuhlthau and Nahl, it was found that emotional factors are very important in information retrieval and information-seeking behavior, which is influenced by negative (uncertainty, fear, anger) and positive emotions (happy, confident, satisfied). Negative emotions increase at the beginning and over time and in the process of searching for information, decreases, while positive emotions intensifies. Also, these results indicate that positive emotions may help individuals acquire information to resolve an existing problem, whereas negative emotions may aid individuals acquire information when there is no apparent problem.

**Conclusion:** In order to solve information need and to attain appropriate desirable feedback, it is necessary that emotions be well identified and understood by both the user and the information systems, so they could be better controlled.

**Keywords:** Negative Emotions, Positive Emotions, Information Behavior, the Information Search Process Model developed by Kuhlthau, Social-Biological Information Technology Model (Elaborated by Nahl).

*Conflicts of Interest:* None

*Funding:* None.

### How to cite this article

**APA:** Khalilian, s., Shabani, A. (2020). Emotions and information seeking: how does emotion manifest in information seeking behavior? *Human Information Interaction*. 6(4); 65-77 (Persian)

**Vancouver:** Khalilian S, Shabani A. Emotions and information seeking: how does emotion manifest in information seeking behavior? *Human Information Interaction*. 2020; 6(4): 65-77 (Persian)



متغیر است و به بستر و تا اندازه زیادی به فردی بستگی دارد که در جستجوی اطلاعات است (خسروجردی و همکاران، ۱۳۸۸). محققان تأکید کردند که نیازها، خواسته‌ها، احساس استرس، تردیدها، ناامیدی، اضطراب، ناامنی، توانایی، شیوه شناختی و غیره، واسطه و تعدیل کننده ماهیت رفتار جستجوی اطلاعات در افراد هستند (Halder, Roy, and Chakraborty, 2010). نوروزی چاکلی (۱۳۸۵) عامل‌های شخصیتی و شناختی را از مهمترین مؤلفه‌های تأثیر گذار بر رفتار اطلاع یابی جستجوگران می‌داند. به تازگی، پژوهش‌ها و نظریه‌های اطلاع جویی بر نقش عواطف، هیجان‌ها، و احساسات بر رفتار اطلاعاتی متمرکز شده است؛ چرا که هیجان‌ها بخشی از زندگی روزمره افراد را تشکیل می‌دهند. تجارب هیجان درونی، اطلاعات مهمی را درباره محیط و موقعیت برای فرد فراهم می‌سازد، و این اطلاعات، قضاوت، تصمیم‌ها، اولویت‌ها، و اعمال آنان را شکل می‌دهد (Greenwood, 2001 نقل شده در: ذراتی، ۱۳۸۴). با این حال هیجان‌ها و احساسات حایز اهمیت بوده، زیرا همواره با عوامل شناختی و موقعیتی بر شیوه‌های فراهم آوری اطلاعات و نحوه تفسیر آنها تأثیر می‌گذارد (Savolainen, 2015 a). هدف از پژوهش حاضر این است که به مطالعه رابطه بین احساس و اطلاع‌یابی بپردازد و نشان دهد که چگونه احساس در رفتار اطلاع‌یابی قابلیت ظهور دارد.

### احساس و نظریه‌های مرتبط

رویکردهای متفاوتی برای تعریف پدیده‌های عاطفی وجود دارد و در مورد ماهیت آن هیچ توافقی وجود ندارد به گونه‌ای که برای نشان دادن آن از اصطلاحات مختلفی مانند: تاثیر<sup>۵</sup>، عواطف<sup>۶</sup>، احساسات<sup>۷</sup>، ترجیح<sup>۸</sup>، نگرش احساسی<sup>۹</sup>، و خلق و خو<sup>۱۰</sup> استفاده می‌شود (Mulligan and Scherer, 2012). دیویدسون<sup>۱۱</sup> و همکارانش (۲۰۰۳) توصیف کلی مفیدی از عوامل یا پدیده‌های عاطفی ارائه می‌دهند. آنها شش پدیده مهم عاطفی را به شرح زیر شناسایی می‌کنند:

- عواطف<sup>۱۲</sup> به یک قسمت نسبتاً کوتاه از تغییرات ذهنی، خودمختار و رفتاری هماهنگ اشاره دارد که پاسخ به یک رویداد خارجی یا درونی مهم برای ارگانیزم را تسهیل می‌کند.
- احساس<sup>۱</sup> یک نمایش ذهنی از عواطف است. احساسات می‌تواند منعکس کننده هر یک یا تمام اجزای تشکیل دهنده عواطف باشد.

<sup>5</sup> affect  
<sup>6</sup> emotion  
<sup>7</sup> feeling  
<sup>8</sup> preference  
<sup>9</sup> emotional attitude  
<sup>10</sup> mood  
<sup>11</sup> Davidson  
<sup>12</sup> Emotion

### مقدمه و بیان مسئله

رفتارهای انسان از انگیزه‌ها و نیازهای او سرچشمه می‌گیرند. انسان همواره نیازهای گوناگونی دارد و برای برآوردن نیازهایی که در زندگی او اهمیت بیشتری دارند، تلاش می‌کند. نیازهای اطلاعاتی نیز از رشد جسمی و ذهنی، شرایط محیطی و تحصیلی و ذائقه‌های انسانی مختلف نشأت می‌گیرد (داورپناه، ۱۳۸۱). رفتارهای اطلاعاتی می‌توانند در برگیرنده این مطلب باشند که افراد چگونه اطلاعات موردنیاز را جستجو، مدیریت، دریافت، و از آن استفاده می‌کنند (نظریه‌های رفتار اطلاعاتی، ۱۳۸۸). تیلور<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) رفتار اطلاع‌یابی را مجموعه فرآیندهایی می‌داند که در نهایت به اطلاعات سودمند منجر می‌شود، همچنین کریکلاس<sup>۲</sup> (۱۹۸۳) هر گونه اقدام فرعی برای شناسایی پیام در پیوند با نیاز ادراک شده را رفتار اطلاعاتی می‌داند (نقل در رابین<sup>۳</sup>، ۱۳۸۳، ۳۶). رکن اساسی رفتار اطلاعاتی، نیاز اطلاعاتی است؛ یعنی پرسش در ذهن، فرد را برای دریافت پاسخ به تکاپو و می‌دارد و موجب می‌شود فرد در روند پاسخگویی به نیاز درونی، رفتاری را از خود بروز دهد که به آن رفتار اطلاع‌یابی می‌گویند (داورپناه، ۱۳۸۱). بنابراین می‌توان بیان کرد که زیر بنای نیاز اطلاعاتی، تشخیص موقعیت مشکل ساز<sup>۴</sup> از سوی فرد است. یعنی کاربری با هر هدفی تلاش می‌کند مسأله‌ایی را حل کند، ناکافی و نامناسب بودن وضعیت دانش خود را تشخیص می‌دهد؛ بنابراین کسب اطلاعات را وسیله مناسبی برای حل مشکل خود می‌داند (Belkin, Oddy, & Brooks, 1982). رفتار اطلاع‌یابی مانند هر رفتار دیگری متأثر از عوامل زیاد و حاصل تعاملات پیچیده‌ای است، داورپناه (۱۳۸۶) به معرفی عوامل موثر بر رفتار اطلاع جویی پرداخته که عبارتند از:

۱. عوامل فردی: دانش، تجربه، سواد اطلاعاتی و رایانه‌ای، نیاز اطلاعاتی، سطح انتظار، جنسیت، هوش، ویژگی‌های فردی، شخصیتی، شناختی، و انگیزشی؛
  ۲. عوامل مربوط به قابلیت نظام: رابط کاربر، قابلیت و امکانات جستجو، روش‌های نمایه‌سازی و چکیده‌نویسی، نحوه برجسته‌سازی و نمایش اطلاعات؛
  ۳. عوامل اجتماعی و محیطی: گروه‌های اجتماعی، عوامل فرهنگی و اقتصادی، قوانین و مقررات حاکم بر جریان اطلاعات، شغل و جو سازمانی؛
  ۴. عوامل مرتبط با اطلاعات: نوع مدرک، نوع و اندازه فایل، ساختار فایل، و چگونگی دسترسی به اطلاعات.
- رفتار اطلاع‌یابی فرآیندی پیچیده بوده و از چند مفهوم تشکیل شده است (Wilson, 1997). در بیشتر مواقع فرآیند اطلاع‌یابی پویا و

<sup>1</sup> Taylor  
<sup>2</sup> Krikelas  
<sup>3</sup> Robin  
<sup>4</sup> Problematic Situation

هوش عاطفی زیاد قادرند سریع‌تر خود را با تغییرات ناگهانی و شرایط مبهم هماهنگ کنند، و در نتیجه انعطاف‌پذیری مناسبی دارند (Wang, 2009). می‌توان اذعان کرد درصد والایی از اعمال ما احساسی و تنها درصد نا چیزی از اعمال براساس تفکر و منطق صورت می‌پذیرد (Golman, 1998). افراد ممکن است احساسات را به عنوان مانعی برای دستیابی به دستاوردهای مثبت در نظر بگیرند، اما واقعیت این است احساسات مثبت می‌توانند برای ایجاد محیط و جوی مثبت برای دستیابی به نتایج مطلوب استفاده شوند؛ احساسات مثبت مانند شادی، لذت، و پذیرش باعث افزایش قدرت تصمیم‌گیری و حل خلاقانهٔ مسائل می‌شود. در مقابل، احساسات منفی فرد مانند خشم، ترس، و انزجار منجر به ناکامی در دستیابی به اهداف شوند (Shapiro, 2006).

مفهوم احساس در رابطه با دیدگاه حسی-حرکتی و شناختی به خوبی درک شده است، اما در علم اطلاعات و دانش‌شناسی<sup>۶</sup> تعریف مشخصی ندارد (Lopatovska, 2009). از آنجا که در رفتار واقعی انسان انگیزه و عواطف تأثیر عمده‌ای در روند رفتار شناختی دارند، نظریهٔ کلی تفکر و حل مسئله باید از چنین تأثیراتی استفاده کند (Nahl, 2007 a) سیمون<sup>۷</sup> را می‌توان یکی از اصلی‌ترین معماران انقلاب عاطفی در علوم شناختی دانست. چهارده سال پس از او، دونالد نورمن<sup>۸</sup> (۱۹۸۱) احساسات را به عنوان یکی از ۱۲ موضوع علوم شناختی شناسایی کرد، اندیشمندان علم اطلاعات از دههٔ ۱۹۸۰ اهمیت عوامل عاطفی را تایید کردند. ویلسون<sup>۹</sup> (۱۹۸۱) عوامل عاطفی را به عنوان یکی از محرک‌های اطلاع‌یابی در نظر گرفت و دروین (۱۹۸۳) نقش احساسات و هیجانات را در معنابخشی مطرح کرد (یاری، فهیم‌نیا، ۱۳۹۷). در مدل‌سازی رفتار اطلاعاتی، محققان به طور سنتی تأکید اصلی را بر ابعاد شناختی آن می‌گذارند در حالی که نقش عوامل عاطفی مانند عواطف و احساسات در درجهٔ دوم باقی مانده است (Case, 2012, pp.133-162) احساسات نقش بالقوه‌ای در فرایند رفتار اطلاع‌یابی بازی می‌کند و در درجه‌ی نخست بر مؤلفه‌های شناختی متکی است (Kumar, 2016).

نکتهٔ مهم در تبیین رفتار اطلاع‌یابی این است که عوامل بسیاری در بروز آن تأثیرگذار است؛ احساسات می‌تواند به عنوان یک عامل تأثیرگذار در بروز رفتار اطلاع‌یابی انسان در نظر گرفته شود. جستجوی اطلاعات یک تجربهٔ عاطفی است با احساسات مثبت و منفی که تحت تأثیر توجه، حافظه، عملکرد، و قضاوت قرار دارد

- خلق و خو<sup>۱</sup> به طور معمول به حالت عاطفی پراکنده‌ای اشاره دارد که غالباً دارای شدت کمتری نسبت به عواطف است اما مدت آن بطور قابل توجهی طولانی‌تر است.
- نگرش‌ها<sup>۲</sup> نسبتاً پایدار هستند. اعتقادات، تمایلات و استعدادها نسبتاً زیاد نسبت به اشیا و اشخاص است.
- سبک عاطفی<sup>۳</sup> به حالات نسبتاً پایداری گفته می‌شود که فرد نسبت به درک و پاسخگویی به مردم و اشیا با کیفیت خاص عواطف، بعد احساسی یا خلقی سوگیری نشان می‌دهد.
- مزاج<sup>۴</sup> به سبک‌های احساسی خاصی گفته می‌شود که در اوایل زندگی آشکار است، بنابراین ممکن است از طریق عوامل ژنتیکی مشخص شود (Savolainen, 2015 a).

در واژه‌نامهٔ آکسفورد، Emotion به معنای عاطفه، احساسات، برانگیختن و هیجان، تعریف شده است. هیجان به معنای واکنش شدید و کوتاه ارگانیسم به یک موقعیت غیر منتظره همراه با یک حالت عاطفی خوشایند یا ناخوشایند است؛ هیجان عاملی است که ارگانیسم را به حرکت در می‌آورد (خائف الهی و دوستار، ۱۳۸۲). احساسات بخش جدایی‌ناپذیر وجود ماست، آنها می‌توانند ما را تحریک کنند، مطیع سازند، منبعی برای درد و لذت باشند، و یا اطلاعات مربوط به موقعیت و روابطی باشند که در آن قرار می‌گیریم (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۳). احساس یک نیروی کنترل‌پذیر و قابل مدیریت است که ماهیتی تعاملی دارد و بر اساس تناسب وجودی با موقعیت‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. انسان تناسب یک احساس را نه به شکل انتزاعی، بلکه با مقایسهٔ احساس و موقعیت ارزیابی می‌کند (کیانپور، ۱۳۹۰). احساس یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در ارتباطات بشری به شمار می‌آید و به عنوان یکی از عمده‌ترین تفاوت‌ها در ارتباط میان انسان و ماشین اهمیت ویژه‌ای دارد، بنابراین احساسات نقش بسیار مهمی در رفتار انسان-ها ایفا می‌کند (Kumar, 2016). ذهن انسان از سه طریق شناخت، احساس، و انگیزش عمل می‌کند. حوزه شناخت شامل اعمالی از قبیل حافظه، استدلال، قضاوت و به طور کلی تفکر انسان است. حوزه احساس شامل عواطف، حالات روحی، ارزشیابی‌ها، و دیگر جنبه‌های احساسی است. سرانجام، حوزهٔ انگیزش که همان حوزهٔ شخصیت است، انگیزهٔ زیستی یا رفتار هدف‌گرای قابل یادگیری را در بر می‌گیرد. حوزه‌های شناخت و احساس تشکیل دهندهٔ هوش عاطفی بوده و می‌توان گفت هوش عاطفی همان استفادهٔ آگاهانه از عواطف و احساسات است (ساریخانی، ۱۳۹۳). هوش عاطفی زیاد موجب بروز نوآوری در افراد می‌شود، افراد با

<sup>۶</sup> در مطالعه حاضر واژه احساس، هیجان، و عاطفه

تقریباً به صورت معادل در نظر گرفته شده است.

<sup>۷</sup> Simon

<sup>۸</sup> Donald Norman

<sup>۹</sup> Wilson

<sup>۱</sup> Feeling

<sup>۲</sup> Mood

<sup>۳</sup> Attitudes

<sup>۴</sup> Affective style

<sup>۵</sup> Temperament

عاطفی ناشی از بدبینی و نگرانی است. بنابراین فرآیند جستجو و دستیابی به اطلاعات باید پیرو رفتار صحیح نظام مند باشد (خسروجردی، ۱۳۸۷). در واقع احساس، فرآیند ادراکی است که دربردارنده مجموعه ای از انگیزه‌هاست که افراد را به شناسایی حالات خاص توانا می‌سازد (Consoli, 2010). احساس ممکن است به دلایل مختلفی در فرد بروز پیدا کند. ممکن است بارها این شرایط را تجربه کنیم که در هنگام جستجوی اطلاعات منابعی را به دست می‌آوریم که مطابق با نیاز اطلاعاتی ماست، اما از لحاظ روانی ارضا نشده و منابع اطلاعاتی دیگری را جستجو می‌کنیم. در واقع تصمیمات افراد در هنگام جستجوی اطلاعات با دو نوع نیاز هدایت خواهد شد: نیازهای وظیفه‌ای که از سوی وظایف و کارکرد منابع ارضاء می‌شود، و نیازهای احساسی که با جنبه‌های روانشناختی پیوند خورده است. بنابراین منابع بازبایی شده احساسات انسانی را نیز ارضاء خواهد کرد (Jordan, 2001) به نقل از بن ثاجب، (۱۳۹۶).

احساسات تأثیر قابل توجهی در رفتار اطلاع‌جویی دارند. اکثر مطالعات اولیه انجام شده در زمینه کتابخانه، ارتباط معنی‌داری بین احساسات و رفتار اطلاع‌یابی کاربران را نشان داده است. یک مطالعه اولیه از سوی ملون<sup>۲</sup> (۱۹۸۸) نشان داد که احساسات منفی مانع یادگیری و جستجوی موثر اطلاعات می‌شوند. مطالعات زیادی برای ارزیابی تأثیر احساسات بر رفتار اطلاع‌یابی کاربران انجام شده است و می‌توان بیان کرد که عوامل عاطفی بر جنبه‌های مختلف رفتار اطلاع‌یابی کاربران تأثیرگذار است مانند: استراتژی‌ها و عملکرد جستجو، نتایج جستجو، انگیزه، و رضایت از جستجو (Lopatovska, 2009).

طی دهه‌های گذشته بسیاری از مدل‌های جستجوی اطلاعات تولید شده‌اند. این مدل‌ها بر جنبه‌های مختلف جستجوی اطلاعات، از جمله عوامل انگیزشی، روند، سبک و کانال‌های جستجوی اطلاعات تمرکز داشتند؛ این مدل‌ها از نظر زمینه متفاوت از هم هستند و عمدتاً بر بعد شناختی متمرکز شده‌اند، و به ندرت شامل تأثیر به عنوان یک بعد اصلی است. با وجود برخی تلاش‌های اولیه برای حمایت از نقش تأثیر در جستجوی اطلاعات، "تأثیر به عنوان یک لنز برای درک رفتار اطلاعات بیشتر مورد توجه بوده است". اما در بررسی‌های انجام گرفته در این پژوهش دو مدل در علم اطلاعات مشخص شد که به اندازه کافی تأثیر را به عنوان بعد اصلی جستجوی اطلاعات در نظر گرفته‌اند: مدل فرآیند جستجوی اطلاعات کارول کولثاو و مدل فناوری اطلاعات اجتماعی - نال (Gao, 2019). مطالعه حاضر بر روی این دو مدل تمرکز دارد. مدل کولثاو یکی از چارچوب‌های کلاسیک رفتار

(Brave, Hutchinson, and Nass 2005). مطالعات مختلف نشان می‌دهد عواطف/ احساسات مثبت در فرآیندهای شناختی متنوع از قبیل پردازش اطلاعات، فرآیند ارتباط، فرآیند گفتگو، فرآیند تصمیم‌گیری، و حتی فرآیند حل مسئله خلاقانه نقشی اساسی دارد (Loptoska and Cool 2008). فیشر و لاندردی<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) بیان می‌کنند: "عوامل عاطفی به عنوان درگاهی برای درک رفتار اطلاعاتی افراد است" (Savolainen, 2015 b). پژوهش‌ها نشان می‌دهند عواطف و هیجانات تأثیری معنادار بر قضاوت‌ها و انتخاب‌های افراد دارند و کیفیت تصمیم‌گیری آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Loewenstein and Lerner, 2003).

از دید الیس بین شناخت، عواطف، و رفتار، تعامل سه جانبه برقرار است و الگوی ABCD بر این مبنا ارائه شده است که در این رویکرد اگر A را حادثه یا رویدادی در نظر گرفته که در طی زندگی اتفاق می‌افتد، B برداشت و نوع تفکر و نگاه فرد یا تفسیر و معنایی است که فرد از آن رویداد در ذهن خود دارد، C پیامد عاطفی یا عکس‌العمل فرد در مواجهه با B است. پس A به عنوان رویداد خود به خودی موجب C یا عکس‌العمل نمی‌شود، بلکه در این میان B که نوع برداشت و تفکر فرد است، عکس‌العمل یا پاسخ را مشخص می‌کند. در این صورت اگر افراد افکار و باورهای منطقی داشته باشند، می‌توانند تفسیری منطقی و واقعی از وقایع و رویدادهای زندگی ارائه کنند و تحت تأثیر هیجانات زودگذر قرار نگیرند، دچار آشفتگی نشوند و از توانمندی‌های خود به خوبی استفاده کنند، همچنین افکار و باورها از طریق آموزش، قابلیت تغییر و جایگزینی دارند (Ogbuanyan and etc., 2017). موجود زنده به طور طبیعی تمایل دارد به حالات لذت و شادی دست یابد، اما اگر به هردلیلی در دستیابی به اهداف خود دچار ناکامی شود احساس محرومیت در آنها به وجود می‌آید. در واقع احساس اندوه واکنش به محرومیت از یک نیاز است که فرد احساس می‌کند نمی‌تواند بر آن کنترل داشته باشد. انسان و حیوانات به طور طبیعی لذت‌جو هستند، دستیابی به لذت‌ها آنها را شادمان و خوشحال کرده و موجب انگیزش بیشتر می‌شود، در چنین حالتی نیرو و انرژی بدنی و حتی ذهنی در حد بهینه قرار گرفته و عملکردهای فرد افزایش می‌یابد، و از فعالیتهای جنسی تا اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ بر این قرار هیجان شادی را معمولاً مفید، نیروبخش، و هدایت کننده دانسته‌اند (Watson & Clark, 1997). تردید شناختی که در موقعیت‌های ناآشنا و هنگام رویارویی با مسائل ناملموس رخ می‌دهد، ناشی از قضاوت‌های عقلانی و فکری فرد از سطح دانش لازم در روند پیشرفت کارها و تردیدهای

<sup>2</sup> Mellon<sup>1</sup> Fisher and Landry

ناسازگار برخورد می‌کند و احساس ابهام، سردرگمی<sup>۹</sup>، محرومیت<sup>۱۰</sup>، و تردید بیشتر می‌شود. در این سه مرحله فرد از لحاظ شناختی در حالت ابهام به سر می‌برد؛ در مرحله فرمول‌بندی درک متمرکزی شکل گرفته و حالت تردید کاهش یافته و شفافیت<sup>۱۱</sup> فراهم می‌آید. در گام بعدی فرد احساس جهت‌یابی<sup>۱۲</sup> و اطمینان<sup>۱۳</sup> دارد، سپس اطلاعات گردآوری شده موجب می‌شود تا علاقه و درگیری با مطلب عمیق‌تر شود. در گام نهایی ممکن است دو حالت فراهم آید، نخست جستجوی فرد با فهم جدیدی پایان می‌یابد و او را قادر می‌سازد تا یادگیری خود را به کار برد، در این صورت احساس رضایت دارد. در حالت دوم، ممکن است فرد شکست خورده و احساس ناامیدی کند (Kuhlthau, 2004). اهمیت پژوهش کولثاو در این است که کاربر، شرکت‌کننده فعال در فرایند جستجوی اطلاعات است. دانش کاربر در تعامل با اطلاعات رشد می‌کند و مهم‌تر اینکه فرآیندهای شناختی در اطلاع‌یابی دخیل هستند. در این راستا تأکید شده همگام با پیشرفت جستجوی اطلاعات، احساسات عاطفی نظیر دلواپسی، تردید، سردرگمی، اضطراب، خوش‌بینی و اعتماد، به ایفای نقش مبادرت ورزند (Hayden, 2003). در جدول ۱. مدل جستجوی اطلاعات کولثاو ارائه شده است.

اطلاع‌یابی است (Case, 2012, pp. 145-146) و مدل نال که کمتر هم شناخته شده است عمدتاً به تعامل عوامل احساسی و شناختی در زمینه بازیابی اطلاعات و جستجوی وب نزدیک شده است (Savolainen, 2015 a).

• مدل فرآیند جستجوی اطلاعات کارول کولثاو

توجه به عوامل عاطفی و احساسی در حوزه رفتار اطلاعاتی، نخستین بار در سال ۱۹۹۱ از سوی کولثاو صورت گرفت. او بر جنبه‌های فردی جستجوگران تأکید می‌کند و در الگوی فرایند اطلاع‌جویی اظهار می‌دارد که افراد در تجارب اطلاع‌یابی به طور کلی درگیر می‌شوند؛ و این تجربه دارای سه عنصر عاطفی (احساسات)، شناختی (افکار)، و عملی (اقدامات) هستند. وی فرایند جستجوی اطلاعات را تابع مراحل شش گانه شروع، انتخاب، اکتشاف<sup>۳</sup>، فرمول‌بندی<sup>۴</sup>، گردآوری<sup>۵</sup>، و ارائه<sup>۶</sup> می‌داند. در مرحله آغازین فرد از نبود دانش و فهم آگاه می‌شود. در این مرحله احساس ابهام<sup>۷</sup> و دلهره معمول است. در مرحله انتخاب موضوع، مشکل خاصی را تشخیص می‌دهد و احساس خوش‌بینی<sup>۸</sup> هر چند ناچیز و بی مقدار ایجاد می‌شود، و آمادگی برای شروع اطلاع‌جویی را موجب می‌شود. در مرحله اکتشاف، فرد با اطلاعات متناقض و

جدول ۱. مدل فرآیند جستجوی اطلاعات کارول کولثاو (Kuhlthau, 2004)

اقدام مناسب بنا بر مدل کولثاو	کنش مشترک در هر مرحله	اندیشه مشترک در هر مرحله	احساس مشترک در هر مرحله	مراحل فرایند اطلاع‌جویی
بازشناسی	جستن اطلاعات زمینه‌ای	کلی، مبهم	عدم قطعیت	۱. درگیر شدن
شناسایی			خوش‌بینی	۲. گزینش
جستن اطلاعات با ربط			سردرگمی / آشفتگی	۳. کشف
فرمول‌بندی	دقت / روشن‌تر		وضوح	۴. فرمول‌بندی
گردآوردن اطلاعات با ربط یا خاص	جستن	علاقه فزاینده	حس جهت‌داری / اعتماد و اطمینان	۵. گردآوری
اتمام		روشن‌تر یا دقیق‌تر	آرامش / رضایتمندی یا سرخوردگی	۶. ارائه

<sup>1</sup> initiation  
<sup>2</sup> selection  
<sup>3</sup> exploration  
<sup>4</sup> formulation  
<sup>5</sup> collection  
<sup>6</sup> presentation  
<sup>7</sup> uncertainty  
<sup>8</sup> optimism

<sup>9</sup> confusion  
<sup>10</sup> frustration  
<sup>11</sup> clarity  
<sup>12</sup> sense of direction  
<sup>13</sup> confidence

۴. رفتار کاربر در شرایط خاص، رویکردهای کاربر نسبت به پژوهش‌های در دست انجام چگونه است و این که هر جستجویی تحت تأثیر چه شرایط خاص، رفتار و رویکردهایی صورت می‌پذیرد، به‌عنوان بخشی از مواردی که تحت تأثیر این عوامل قرار دارند، به‌شمار می‌رود. برخی از کاربران در شرایط خاص به کشف اطلاعات و یافته‌های جدید و گسترده تمایل دارند، در حالی که کاربرانی دیگر نتیجه‌هایی که آنها را به پایان کار نزدیک‌تر کند، ترجیح می‌دهند. بنابراین، شرایط هر یک از کاربران در روند تحقیق به طور دائم رو به تغییر است.

۵. تأکید بر گزینش و انتخاب‌های کاربر بدین ترتیب، کاربر در روند تحقیق و براساس پیش‌بینی‌ها یا انتظارهایی که از منابع، اطلاعات و استراتژی‌ها دارد، مجموعه انتخاب‌هایی را صورت می‌دهد که عمدتاً واحد و شخصی‌اند.

۶. میزان علاقه کاربر و سطح هدفمندی او در روند تحقیق. کولثاو علاوه بر عدم قطعیت، به مفهوم "علاقه شخصی" توجه ویژه داشته است و علاقه شخصی را هم به عنوان یکی از انواع احساسات تجربه شده در نظر می‌گیرد و هم به عنوان یکی از رویکردهای زمینه‌ای در جستجوی اطلاعات محسوب می‌نماید، در واقع کاربر بر اساس علاقه شخصی خود اطلاعات را می‌سنجد؛ یعنی علاقه به عنوان یکی از معیارهای سنجش ربط به کاربرده می‌شود. از طرف دیگر علاقه شخصی را هم می‌توان به عنوان یک عامل عاطفی-شناختی در نظر گرفت که عناصر انگیزشی را در بر می‌گیرد. به گفته کولثاو (۲۰۰۴) علاقه شخصی عامل مهمی در انتخاب‌های انجام شده، به ویژه در انتخاب موضوع و تنظیم کانونی است. اما باید بیان کرد که در این مدل ارتباطات به طور کامل مشخص نشده است و به صورت کلی به آن اشاره شده است مثلاً در هیچ جای این فرایند به میزان علاقه اشاره‌ای نشده است.

پژوهش کولثاو از این نظر که ملاحظات عاطفی را در فرایند جستجو مورد توجه قرار می‌دهد، منحصر به فرد است. در پژوهش وی، به چگونگی احساس جستجوگر در مراحل مختلف فرایند جستجوی اطلاعات و نیز آنچه جستجوگر به آن می‌اندیشد و عمل می‌کند، پرداخته می‌شود. فرایند پژوهش او چندین مرحله دارد که ویژگی هر کدام احساسات، تفکر و کنش‌های خاصی دارد و فرایندهای شناختی در اطلاعاتیابی دخیل هستند. در طول این فرایند کاربران راهبردهای شناختی نظیر کنکاش، تأمل، پیش‌بینی، مشاوره، مطالعه، گزینش، شناسایی، تعریف و تأیید هستند. به هر حال، در این مدل تأکید می‌شود که همگام با پیشرفت جستجوی اطلاعات، احساسات عاطفی نظیر دلواپسی، نبود اطمینان، سردرگمی، اضطراب، پیش‌بینی، تردید، خوش‌بینی و اعتماد، ایفای نقش می‌کنند (نوکاریزی و داورپناه، ۱۳۸۵). مدل

همانطور که در جدول ۱ مشخص است، برای کولثاو «عدم قطعیت» جایگاهی ویژه دارد و از دوجنبه به آن توجه کرده است:

۱. عدم قطعیت به عنوان یکی از انواع احساسات تجربه شده به خصوص در مرحله یک (شروع جستجو)؛

۲. عدم قطعیت به منزله وضعیت شناختی که موجب بروز علائم عاطفی مانند اضطراب یا عدم اعتماد به نفس می‌شود.

عدم قطعیت وضعیتی شناختی است که معمولاً موجب نشانه‌های عاطفی اضطراب و بی‌اعتمادی می‌شود. عدم قطعیت و اضطراب، می‌تواند در مراحل آغازین فرایند جستجوی اطلاعات مورد انتظار باشد. نشانه‌های عاطفی ابهام، سردرگمی و ناامیدی همراه با اندیشه‌های مبهم و نه چندان روشن درباره‌ی یک موضوع یا پرسش مرتبط است. زمانی که وضعیت دانش فرد به اندیشه‌های متمرکزتر تغییر می‌کند، تغییری موازی در احساسات او در راستای افزایش اطمینان رخ می‌دهد. شرایط عاطفی، تحت نفوذ وحدت و تکرار اطلاعاتی که در جریان تحقیق با آن مواجه می‌شویم، قرار دارد و درگیری شخصی با فرایند تحقیق موجب افزایش احساسات مثبت می‌شود. برای کولثاو، وضعیت انفعالی کاربر در طول تحقیق نکته اصلی است (اکبری، نوکاریزی و مقیمی، ۱۳۹۹). هر چند کولثاو در مطالعه‌هایش بر نقش عواملی همچون اغتشاش ذهنی، خوش‌بینی، ناکامی، احساس آرامش و رضایت‌مندی در رفتار اطلاعاتیابی کاربران که به عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های جنبه‌های فردی رفتار آنها محسوب می‌شود تأکید دارد، اما به نتیجه‌های ارزشمندی در خصوص نقش جنبه‌های اجتماعی رفتارهای اطلاعاتیابی و این که چطور با جمع‌بندی ویژگی‌های مربوط به جنبه‌های اجتماعی می‌توان مدل و زمینه‌های مشترکی را برای رفتار اطلاعاتیابی جستجوگران ترسیم کرد نیز دست یافت. بر همین اساس، کولثاو در خصوص روند اطلاعاتیابی کاربران، شش نظریه ارائه داد که عبارتند از:

۱. فرایند جستجوی اطلاعات به درک درست ساختار و معنا وابسته است و کاربر با این درک، از تردید و ابهام به یقین می‌رسد.

۲. تأکید بر شکل‌دهی و به قاعده درآوردن ایده یا دیدگاهی که در روند تحقیق به کار می‌رود. در این مرحله، بسیاری از کاربران برای به قاعده درآوردن و شکل‌دهی فرایند جستجوی خود اقدامی همزمان انجام نمی‌دهند.

۳. منحصر به فرد بودن اطلاعات؛ اطلاعات برای اشخاصی که نیازهای اطلاعاتی مشابهی نیز دارند دارای ارزش‌های متفاوتی است، البته کاربران در بسیاری از موارد از این مسئله که کدام اطلاعات مرتبط و کدام غیرمرتبط است آگاهی دارند و به‌همین دلیل نیز این عامل در سنجش میزان ربط اطلاعات به دست آمده، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین معیارها به‌شمار می‌رود.

۳. دامنه حسی - حرکتی (نال) - اقدامات (کولثاو)<sup>۵</sup> (Savolainen, 2015 a).

این مدل، رفتار اطلاعاتی را به دو عملکرد خاص بیولوژیکی سیستم عاطفی انسان متصل می‌کند: دریافت اطلاعات و استفاده از اطلاعات. از این میان، دریافت اطلاعات فرآیندهای جستجو در اطلاعات را نشان می‌دهد، از جمله اطلاعاتی که به طور اتفاقی با آن روبرو می‌شوند. این مدل نشان می‌دهد که رفتار اطلاعاتی شامل یک جریان پویا و مداوم از روش‌های بیولوژیکی فردی در تلاش برای سازگاری و کنار آمدن در یک زمینه است (Nahl, 2007a). به همین منظور، افراد رویه‌های حسی، حرکتی و شناختی را انجام می‌دهند. صفت اجتماعی<sup>۶</sup> در مدل SBIT به دلیل تنظیمات اجتماعی استفاده می‌شود که محتوای اطلاعات از نظر فرهنگی و هنجارها ارزیابی می‌شود؛ علاوه بر این، از صفت بیولوژیکی استفاده شده است به این دلیل که اقدام‌های بیولوژیکی قادر به تعامل با دستگاه‌های فن آوری از طریق سیستم حسی-حرکتی (چشم، دست، صدا، و گوش) هستند. این گونه ارگان‌ها می‌توانند از طریق سیستم شناختی (ارزیابی یا برنامه ریزی) اطلاعاتی را که تحت هدایت سیستم عاطفی است (ارزیابی، قصد و تلاش برای دستیابی به اهداف) را پردازش کنند. سرانجام این فناوری سیستم‌هایی را نشان می‌دهد، که اطلاعات را نمایش می‌دهند و از طریق رابطی که برای تعاملات همزیستی با قابلیت‌های بیولوژیکی کاربر طراحی شده است، از کاربر دستورات دریافت می‌کنند. از سه مولفه معرفی شده چارچوب و سیستم بیولوژیکی ثابت است در حالی که سیستم‌های اجتماعی و فناوری با قابلیت‌های بیولوژیکی انسان سازگار هستند. عوامل عاطفی در ارتقاء اعتماد به نفس و رضایت جستجوگر اطلاعات نقش دارد و کیفیت فرآیند جستجو را تعیین می‌کند. از جمله ویژگی‌های عاطفی می‌توان به استقامت، امید، ناامیدی، هیجان و ناباوری اشاره کرد (Savolainen, 2015 a). مدل SBIT در شکل ۲ در زیر نشان داده شده است:

کولثاو از فرایند جستجوی اطلاعات در دهه ۱۹۸۰ توسعه یافته و در دهه ۱۹۹۰ اصلاح شد. از زمان مفهوم‌سازی و توسعه، این مدل به عنوان یک چارچوب و ابزار تشخیصی برای درک تجربه جستجوی اطلاعات افراد در انواع کتابخانه‌ها و تنظیمات اطلاعات استفاده شده است. اما با توجه به تحولات موجود در محیط اطلاعات تا به امروز، سؤالاتی در مورد سودمندی فعلی مدل مطرح است.

• مدل فناوری اطلاعات اجتماعی-بیولوژیکی دایان نال

قراین و شواهد بیشتر پیرامون وجود رابطه بین رفتارهای عاطفی، شناختی و فیزیکی در پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه بازبانی اطلاعات از سوی «دایان نال» قابل ردیابی است. او به بررسی و اندازه‌گیری اطلاعات عاطفی جستجوگران وب پرداخت و در پژوهش خود تعاریفی کاربردی از متغیرهای عاطفی گوناگون ارائه داد و آنها را قابل سنجش کرد. یافته‌های پژوهش او نشان داد که بین متغیرهای عاطفی در آغاز و پایان جستجوی کاربران رابطه وجود دارد (Nahl, 2004). مفهوم جدید «بار عاطفی» برای نخستین بار از سوی نال ارائه و تعریف شد. نال به طور قابل توجهی در مطالعه عوامل موثر در جستجوی اطلاعات مشارکت داشت. در اوایل دهه ۱۹۹۰، وی یک مدل سه بعدی از یادگیری ساختار اطلاعات ایجاد کرد. این مدل پیشنهاد داد که هر مهارت اطلاعاتی از رفتارهای احساسی، شناختی و حسی-حرکتی (ACS)<sup>۱</sup> ساخته می‌شود که با هم به عنوان یک واحد در یک سیستم رفتاری سلسله مراتبی عمل می‌کنند. پس از آن، ایده‌های رفتارهای ACS در یک الگوی منسجم فناوری اطلاعات اجتماعی - بیولوژیکی<sup>۲</sup> شرح داده شد (Nahl, 2007 b). برای اختصار، از این به بعد از مدل او به عنوان مدل SBIT یاد می‌شود. بنابراین نال متفاوت از کولثاو، مدل خود را بر اساس نظریه‌های خاصی بنا نکرده است.

هدف اصلی مدل SBIT این است که چگونه حوزه‌های شناختی و عاطفی انسان در پردازش و استفاده از اطلاعات به طور ارگانیک به هم وابسته‌اند (همان). مدل SBIT متفاوت از مدل کولثاو، از رویکرد طبقه‌بندی در جستجو و استفاده از اطلاعات استفاده می‌کند. برای این منظور، نال حوزه‌های رفتار عاطفی، شناختی و حسی-حرکتی را تعریف می‌کند. به طور کلی، این دامنه‌ها با سه قلمرو مدل کولثاو مطابقت دارند:

۱. حوزه احساسی - عاطفی (نال) - (خلق و خوی) (کولثاو)<sup>۳</sup>
۲. حوزه شناختی - افکار (نال) - (خلق و خوی) (کولثاو)<sup>۴</sup>

<sup>1</sup> affective, cognitive and sensorimotor (ACS)  
<sup>2</sup> Social-Biological Information Technology (SBIT)  
<sup>3</sup> affective domain (Nahl) - feelings, (mood) (Kuhlthau)  
<sup>4</sup> cognitive domain (Nahl) - thoughts, (mood) (Kuhlthau)

<sup>5</sup> sensorimotor domain (Nahl) - actions (Kuhlthau)  
<sup>6</sup> social



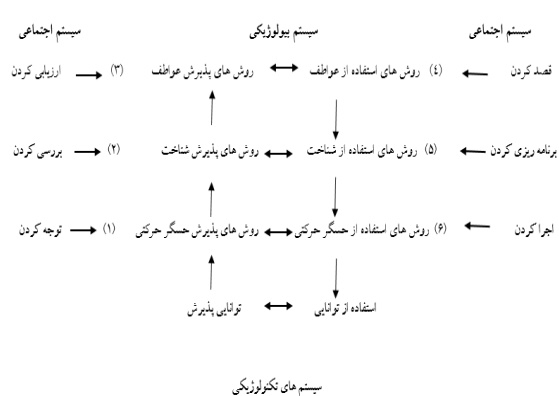
اطلاعات وصل می‌کنند، نقطه پایانی دریافت اطلاعات (یا جستجوی اطلاعات) است. مدل SBIT نشان می‌دهد که حوزه شناختی از نظر عملکردی به عاطفه وابسته است، اگرچه ارزیابی شناختی مقدم بر ارزیابی عاطفی اطلاعات است. رویه‌های احساسی از بین گزینه‌های شناختی موجود اولویت‌بندی و انتخاب می‌شود. علاوه بر این، تمام ارزیابی عاطفی اطلاعات با استفاده از روش‌های پذیرش عاطفی در مقیاس‌های دو قطبی مانند خوب - بد، خیلی زیاد - خیلی کم، سرگرم کننده - خسته کننده، مرتبط - غیر مرتبط، مفید - غیر مفید انجام می‌شود، که می‌توان درجه شدت را در چنین ارزیابی نشان داد. هنگامی که ارزش عاطفی به اطلاعات متصل شد (به عنوان مثال، احساس رضایت یا ناامیدی) فرآیند دریافت یا جستجوی اطلاعات کامل می‌شود و روند استفاده از اطلاعات می‌تواند آغاز شود (مرحله ۴). در حقیقت، استفاده از اطلاعات "به صورت پله پله" ادامه می‌یابد تا جستجو اطلاعات به پایان رسد. انتقال از مرحله ۳ به ۴ تسهیل می‌شود زیرا هر دو جستجوی اطلاعات و همچنین روش‌های استفاده از اطلاعات بر اساس ارزیابی عاطفی است. در مرحله اولیه استفاده از اطلاعات (مرحله ۴)، ارزیابی عاطفی از طریق احساسات و اهداف فرد انجام می‌شود. بنابراین، این مرحله به عنوان "قصد انجام"<sup>۱</sup> نامیده می‌شود. احساسات هدف شروع و هدایت به مرحله بعدی استفاده از اطلاعات (مرحله ۵) است که تحت عنوان "استفاده شناختی"<sup>۲</sup> شناخته می‌شود. انتقال از مرحله ۴ به ۵ نشان دهنده نقطه‌ای است که در آن تعامل بین عوامل شناختی و عاطفی در استفاده از اطلاعات اتفاق می‌افتد. به گفته نال استفاده شناختی مبتنی بر "شیوه‌های برنامه‌ریزی"<sup>۳</sup> است زیرا تمایل دارد از الگوهای آموخته شده استدلال پیروی کند که به وسیله احساس هدف، انسجام و جهت دهی می‌شود. به عنوان مثال، افراد ممکن است با فکر کردن روی کلماتی که می‌دانند در موضوع مورد نظر قرار دارند، یک پرسمان را برنامه‌ریزی کنند. توالی افکار برنامه‌ریزی (عامل شناختی) از سوی عامل عاطفی محدود می‌شود، یعنی قصد عاطفی<sup>۴</sup> از آنچه فرد می‌خواهد یا آنچه که فرد قصد دارد این تفکر را محقق کند توسط قصد عاطفی رقابتی مهار می‌شود، پس حل مسئله متوقف می‌شود یا جهت را تغییر می‌دهد تا با هدف جدید همسو شود. وقتی قصد عاطفی تغییر می‌کند، برنامه‌ریزی متناسب با آن تغییر می‌یابد. وقتی هدف متوقف می‌شود، برنامه‌ریزی متوقف می‌شود. سرانجام در استفاده از اطلاعات روش‌های عملی وجود دارد (مرحله ۶) (Nahl, 2007b). نال (۲۰۰۵) همچنین تعامل بین عوامل عاطفی و شناختی را در زمینه تئوری بار عاطفی

<sup>1</sup> intending practices

<sup>2</sup> cognitive use

<sup>3</sup> planning practices

<sup>4</sup> affective intentionality



Acti

نمودار ۱. مدل فن آوری اطلاعات اجتماعی - بیولوژیکی نال (Nahl, 2007a).

شکل ۱. نمونه ساده شده مدل SBIT است در مدل اصلی از کد-های فنی مانند  $A^R$  که نشان دهنده روش‌های پذیرش عاطفی است استفاده کرده است شکل 1 نشان می‌دهد که عملکردهای رفتار اطلاعاتی با استفاده از رویه‌های حسی، حرکتی و شناختی در زمینه سیستم‌های اجتماعی، بیولوژیکی و فناوری انجام می‌شود، به عنوان مثال سیستم‌های فن آوری، موتورهای جستجوگر را دریافت و یا استفاده از امکانات مالی در اختیار جویندگان اطلاعات قرار می‌دهند. آنها دسترسی به منابع اطلاعاتی مانند وبسایت‌ها را فعال می‌کنند و به عنوان مثال امکان استفاده از آنها را با استفاده از مرورگرها فراهم می‌سازند (Savolainen, 2015 a).

مدل SBIT نشان می‌دهد که رفتار جستجوی اطلاعات از سه روش متوالی تشکیل شده است: رویه‌های حسی-حرکتی، شناختی، و عاطفی (مراحل ۱-۳ در شکل ۲ بالا): اول، سیستم حسی - حرکتی سیگنال فیزیکی پیچیده را به یک احساس منسجم و قابل تشخیص تبدیل می‌کند که ممکن است آن را "مشاهده چیزی" بنامیم؛ هنگامی که متوجه برخی اطلاعات شدیم، بلافاصله تلاش می‌کنیم تا آن را درک کنیم (مرحله ۱). دوم، با استفاده از یک روش شناختی، اطلاعاتی که به این ترتیب مشاهده می‌شود برای درک آن ارزیابی می‌شود (مرحله ۲). از این فعالیت به عنوان "ارزیابی" اطلاعات دریافتی یاد می‌شود. هنگامی که ارزیابی شناختی اطلاعات به پایان رسید، معنا به اطلاعات از جمله زمینه یا پیامدهای آن اختصاص می‌یابد. مرحله سوم شامل ارزیابی عاطفی اطلاعات است. به گفته نال سازگاری بیولوژیکی با محیط اطلاعات نیاز به ارتباطی بین روش‌های شناختی که به عنوان بررسی و رویه‌های احساسی که به عنوان ارزیابی محسوب می‌شوند. انتقال از مرحله ۲ به ۳ نقطه‌ای را نشان می‌دهد که در آن تعامل بین عوامل شناختی و عاطفی در جستجوی اطلاعات اتفاق می‌افتد. در مرحله ۳، ارزیابی از طریق یک رویه عاطفی انجام می‌شود: سیستم عاطفی اجازه می‌دهد تا ارزیابی انجام شده از نظر شناختی بررسی شود. احساسات و عواطف کاملی که مردم را به

توصیف می‌کند. این نظریه ممکن است به عنوان مولفه‌ای از مدل SBIT تصور شود که به ویژه مربوط به مرحله ۲ و ۳ جستجوی اطلاعات است. همچنین او بیان می‌کند که فرایندهای شناختی نمی‌توانند مستقل از رویه‌های احساسی عمل کنند. برای اینکه یک عمل شناختی اتفاق بیفتد، باید در تعامل با یک رویه احساسی باشد. مفهوم "بار" در واژه بار عاطفی به محدودیت‌های بیولوژیکی در سازگاری زیست محیطی و مقابله با نیاز برای اطلاعات دریافتی اشاره دارد. بار عاطفی از نظر عملیاتی به عنوان ابهام ضربدر فشار زمان احساس شده تعریف می‌شود (Nahl, 2005). ابهام به عنوان درجات ترکیبی تحریک، ناامیدی، اضطراب، و عصبانیت تعریف می‌شود. طبق گفته نال (۲۰۰۵) وقتی افراد با رفتارهای شناختی ناکارآمد عمل می‌کنند، بار عاطفی زیاد است. به عنوان مثال ابهام شناختی، تردید، یا اطلاعات بیش از حد رفتارهای احساسی را جذب می‌کند که منفی و ضد تولید<sup>۲</sup> برای هدف جستجوگر هستند. ویژگی‌های زمینه‌ای چنین رفتارهایی در این است که استراتژی‌های مقابله‌ای عاطفی از عادات فرهنگی آموخته شده استفاده می‌کنند. آنها را می‌توان هنجارهای عاطفی آموخته شده (LAN) (Nahl, 2005). هنجارهای عاطفی منفی استراتژی‌های شناختی را مختل می‌کنند، جستجو را قطع می‌کنند و اغلب آن را زودرس خاتمه می‌دهند، در حالی که هنجارهای عاطفی مثبت ماندگاری و ادغام در استراتژی‌های شناختی را فراهم می‌کنند. در این راستا ساختار هنجارهای عاطفی مثبت شباهتهایی با مفهوم کولتاو در مورد حالت‌های خلق و خو وجود دارد از این جهت که هر دو عامل در خدمت تقویت تمرکز جستجوی اطلاعات هستند و هنجارهای عاطفی منفی در دو مدل موازی‌اند، زیرا هر دو عامل ممکن است منجر به اتمام زودرس جستجوی اطلاعات شود (Savolainen, 2015 a).

جستجوی اطلاعات است. به طور کلی مزیت اصلی مدل کولتاو این است که در طی یک فرآیند نسبتاً پیچیده و متمرکز با تلفیق عوامل شناختی و عاطفی عوامل مؤثر در جستجوی اطلاعات را ارائه می‌دهد و به صورت توصیفی به مفهوم احساسات نزدیک می‌شود. لازم است برای انجام تحقیقات آینده زمینه‌های زیر در نظر گرفته شود:

۱. تحقیقات باید نشان دهد که آیا مدل ISP و اصل عدم قطعیت در جستجوی اطلاعات در وب قابلیت سنجش دارد؟
۲. باید درک عمیق تری از حالات احساسی در جستجوی اطلاعات انجام گیرد.

در صورتی که مدل نال نظریه‌ای است که از ترکیب ایده‌ها در زمینه‌های متنوع مانند روانشناسی، علوم شناختی، و تعامل انسان و رایانه به دست آمده است و بیشتر در محیط وب و جستجوی اطلاعات استفاده می‌شود. نال در مدل خود عادات پنهان تفکر و احساس افراد را هنگامی که مشغول فعالیت رفتار اطلاعاتی هستند، شناسایی می‌کند و جزئیات بازایی اطلاعات را از دیدگاه کاربر به تصویر می‌کشد. نال جستجوی اطلاعات را فرآیندی می‌داند که شامل چندین رفتار شناختی است که هر یک از این رفتارها به یک وضعیت عاطفی مرتبط است که می‌تواند جستجو را تقویت یا مختل نماید. به طور کلی این مدل بیان می‌کند موفقیت در دستیابی به اطلاعات بستگی به احساسات مثبت از خود و فناوری‌های مورد استفاده دارد. جدول ۲ مقایسه‌ای از مدل‌های ISP و SBIT است.

جدول ۲. مقایسه مدل ISP و مدل SBIT

SBIT	ISP
زیر مجموعه سیستم بیولوژیکی	عامل فردی
ارزیابی شناختی اطلاعات (صریح)	انجام وظایف کاری (به صورت ضمنی)
در اولین و آخرین مرحله جستجو	در کل مراحل جستجو
رویکرد زمینه‌ای و فرآیندی	رویکرد فرآیندی
احساسات در زمینه عملکرد. های عاطفی توصیف می‌شود. هیچ فرضی در مورد پیشرفت احساسات مطرح نشده است.	عدم اطمینان ایجاد احساس منفی افکار مثبت ایجاد احساس مثبت

### «مقایسه مدل‌های رفتار اطلاع‌یابی کولتاو و نال»

مدل کولتاو به عنوان «رویکرد شناختی - عاطفی» توصیف می‌شود و نقطه قوت اصلی آن چگونگی جستجو و استفاده افراد از اطلاعات در زمینه‌های مربوط به وظایف کاری نهفته است. او ویژگی‌های فرایندهای شناختی، عاطفی و رفتاری را در حین جستجوی اطلاعات نشان می‌دهد، اما نمودارش ماهیت روابط را مشخص نمی‌کند (Gao, 2019). همچنین می‌توان بیان کرد که مدل او یک مدل روانشناختی است که بیشتر در محیط‌های سنتی کاربرد دارد؛ مدل کولتاو بیشتر رویکرد توصیفی دارد و مجموعه‌ای از احساسات تجربه شده توسط کاربران را فراهم می‌کند. توجه اصلی این مدل به تغییر احساسات در مراحل مختلف

<sup>1</sup> uncertainty multiplied by felt time pressure

<sup>2</sup> counter-productive

<sup>3</sup> learned affective norms (LANs)

به منظور توصیف بیشتر نقش انگیزشی عوامل احساسی در ارتباط با جستجوی اطلاعات، هم تحقیقات مفهومی و هم تجربی مورد نیاز است. تجزیه و تحلیل مفهومی می تواند بر پتانسیل مدل های موجود رفتار اطلاعاتی و جستجوی اطلاعات متمرکز شود. به عنوان مثال، مقایسه مدل ISP کولثاو و مدل SBIT نال ممکن است ایده های جدیدی در مورد راه های تحریک و ایجاد انگیزه در جستجوی اطلاعات توسط عوامل احساسی و عاطفی ارائه دهند. شرح عوامل احساسی و عاطفی حائز اهمیت است، زیرا یافته های تحقیق می تواند درک ما را در مورد اینکه چرا افراد در موقعیت های خاص مایل به شروع، گسترش یا خاتمه جستجوی اطلاعات هستند و اینکه چرا گاهی اوقات تصمیم می گیرند به اطلاعات دسترسی پیدا نکنند و حالات احساسی دیگر را بیشتر نماید؛ بیشتر تحقیقات صورت گرفته به صورت مفهومی به این مسأله نزدیک شده اند در صورتی که پژوهش های بسیار کمی به خصوص در داخل کشور در زمینه استفاده از داده های احساسی در جهت بهبود نتایج بازیابی اطلاعات انجام شده است، بنابراین در این زمینه با شکاف هایی مواجه هستیم. به این ترتیب با بررسی ابعاد مختلف هیجان و احساسات در استفاده از نظام های بازیابی اطلاعات می توان زمینه ای مطالعاتی جدیدی را پیش روی محققان گشاید.

### تعارض منافع

گزارش نشده است.

### منبع حمایت کننده

گزارش نشده است.

## References

- Abbaszadeh, M., Talebpour, A., Panahshahi, M. (2014). Emotional Management: A Step toward the Development of the Sociology of Emotions. *Sociology studies*, 7(24): 7- 33. (Persian)
- Akbari, A., Nowkarizi, M., Moghimi, M. (2020). Investigating the Stress Levels of Mental Health Professionals in the Process of Diagnosis and Treatment of Mental Disorders Based on the Kuhlthau's Model. *Applied Psychological Research Quarterly*. 2020, 11(2), 43-60. (Persian)
- Belkin, N. J., Oddy, R., & Brooks, H. (1982). ASK for information retrieval. *Journal of Documentation*, 38(2), 61-71.
- Bensajeb, A. (2017). Examining and understanding the emotions and excitement of customers before and after entering luxury store. Master Thesis OF Business Management. Islamic azad university MARVDASHT. (Persian)
- Brave, S., K. Hutchinson, C. N. (2005). Computers that care: investigating the effects of orientation of emotion exhibited by an embodied computer

همانطور که در جدول ۲ نشان داده شد نال در اولین گام متفاوت از کولثاو عمل نموده زیرا کولثاو به حالات احساسی از نگاه فردی نگریسته در صورتی که نال حالات احساسی رو زیر مجموعه از سیستم در نظر گرفته است. مدل نال ماهیت عوامل عاطفی و شناختی را در یک فرایند شش مرحله ای جستجو و استفاده از اطلاعات که بطور معمول در طی یک جلسه جستجو انجام می شود، مشخص می کند. مدل ISP جستجوی اطلاعات را در یک فرایند شش مرحله ای توصیف می کند و به استفاده از اطلاعات به صورت علنی نپرداخته بلکه به صورت ضمنی در کل فرآیند به آن اشاره کرده است.

## بحث و نتیجه گیری

مطالعه حاضر نشان داد، احساسات می توانند به طور قابل ملاحظه ای تلاش افراد را برای جستجوی اطلاعات تشویق یا دلسرد کنند، بنابراین احساسات نقش بالقوه ای در فرایند رفتار اطلاعاتی بازی می کند. احساسات به عنوان یک فریم هستند که پردازش اطلاعات را تحت تاثیر قرار می دهند که همین عامل در دسترسی به اطلاعات، شکل گیری نگرش و تصمیم گیری حائز اهمیت است. احساسات می تواند در چگونگی ارتباط با موضوعات، اطلاعات مورد نظر و به نوبه خود انتخاب های رفتاری آنها تاثیر داشته باشد (De los Santos and Nabi, 2019). این یافته ها با مدل فرآیند جستجوی اطلاعات کارول کولثاو و مدل فناوری اطلاعات اجتماعی-بیولوژیکی دایان نال سازگار است و به طور کلی می توان چنین بیان کرد که در این دو مدل، احساسات به عنوان یک عامل هدایت کننده در امر جستجوی اطلاعات و پردازش آن در نظر گرفته می شود.

agent. *International Journal of HumanComputer Studies*, 62 (2): 161-178.

Case, D.O (2012), Looking for Information. A Survey of Research on Information Seeking, Needs and Behavior (3rd ed.), Bingley, UK: Emerald.

Consoli. D. (2010). A New Concept of Marketing: The Emotional Marketing, *Bussiness Research*, 58, 302.

Davarpanah, M.R. (2002). Scientific information seeking in printed and electronic resources. Tehran: Dabish. (Persian)

Davarpanah, M.R. (2007). Scientific Communication: Information Need and Information Behavior. Tehran: Dabish. (Persian)

De los Santos, T., and Nabi, R. I. (2019). Emotionally Charged: Exploring the Role of Emotion in Online News Information Seeking and Processing, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63:1, 39-58, DOI: 10.1080/08838151.2019.1566861

- Gao, J.(2019). Health anxiety and online health information seeking: an experimental study. Thesis submitted for the degree of Doctor of Information Studies. The University of Texas at Austin
- Golman, D. (1998). Working with emotional intelligence. Bantam. New York: bantam Books.
- Halder, S; Roy, A & Chakraborty, P.K. (2010). The Influence of Personality Traits on Information Seeking Behaviour of Students. *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 15(1), 41-53.
- Hayden, K. A. (2003). Information seeking models. Available at: <http://www.ucatgary.ca/~ahayden/seeking.html>. (accessed April 4, 2020)
- Khafel Elahi, A.A., Dostar, M. (2003). Dimensions of emotional intelligence. *Management and Development*, 18, 27- 39.
- Khowsrojerdi, M. (2008). Epistemology and Information Seeking Behaviour: Outcome of a Quantitative Research. *Information Processing and Management*, 24(2): 29-48. (Persian)
- Kianpour, M.(2012). Experiences of Emotion Management in Medical Care (Case Study: Toronto). *Applied sociology*, 23(4):25-52. (Persian)
- Kuhlthau, C. C. (1991). Inside the search process: information seeking from the user's perspective. *American Society for Information Science*, 42 (5); 361-371.
- Kuhlthau, C. C. (2004). Searching meaning: A process approach to library and information services. Westport: libraries unlimited.
- Kumar, J. (2016). Affective Modelling of Users in HCI Using EEG. *Procedia Computer Science*. 84, 107-114.
- Loewenstein, G., Lerner, J. S. (2003). The role of affect in decision making. In *Handbook of affective Science*, 619-642. New York: Oxford University Press.
- Lopatovska, I. (2009). Emotional aspects of the online information retrieval process. Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy, School of Communication, Information and Library Studies, The State University of New Jersey.
- Lopatovska, I., Cool, C. (2008). Online Search: Uncovering Affective Characteristics of Information Retrieval Experience. Presented at the 2008 ALISE Annual Conference, Philadelphia, PA, Jan. 8, 2008.
- Mellon, C. A. (1988). 'Attitudes: the forgotten dimension in library instruction.' *Library Journal* ,113(14): 137-139.
- Mulligan, K. and Scherer, K.R. (2012), "Toward a working definition of emotion", *Emotion Review*, 4(4), 345-57.
- Nahl, D. (2004), "Measuring the affective information environment of Web searchers", in ASIST 2004. Proceedings of the 677h ASIST Annual Meeting, Information Today, Inc., Medford, NJ, 191-97.
- Nahl, D. (2005a). Affective load", in Fisher, K.E., Erdelez, S. and McKechnie, L. (Eds), *Theories of Information Behavior*, Information Today, Inc., Medford, NJ, 39-43.
- Nahl, D. (2007 a). Social-Biological Information Technology: An Integrated Conceptual Framework. *Journal of the American society for information science and technology*, 58(13):2021-2046.
- Nahl, D. (2007b), "Social-biological information technology: an integrated conceptual framework", *Journal for the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2021-46.
- Ogbuanya, T.C., Eseadi, C., Orji, C.T., Anyanwu, J.I., Ede MO, B.J. (2017). Effect of Rational Emotive Behavior Therapy on Negative Career Thoughts of Students in Technical Colleges in Nigeria. *Psychological Reports*.
- Rubin, R. (2004). Foundations of library and information science. Translated by Mehdi Khademian.: mashhad: Computer Library Publications. (Persian)
- Sarikhani, A. (2015). The impact of employee empowerment and emotional intelligence on service quality Case Study: sina bank. Master Thesis OF governmental management. Allameh Tabataba'i University. (Persian)
- Savolainen, R. (2015 a). The interplay of affective and cognitive factors in information seeking and use: comparing Kuhlthau's and Nahl's models. *Journal of Documentation*, 71(1), 175-197.
- Savolainen, R. (2015 b). Approaching the affective factors of information seeking: the viewpoint of the Information search process model. In Proceedings of ISIC, the Information Behaviour Conference, 20(1).
- Shapiro, D. L. (2006). Untapped power: Emotions in negotiation. *The negotiator's fieldbook*, 263-269.
- Wang, L. (2009). To show or not to show: Intrapersonal effects of emotion suppression in dy-

- adic negotiation. University of Illinois at UrbanaChampaign.
- Watson, D., Clark, LA. (1997). Extraversion and its positive emotional core. In: Hogan R, Johnson J, Briggs S, editors. Handbook of personality psychology. San Diego: Academic Publication.
- Wilson, P. (1997). Information behavior: An interdisciplinary perspective. Information seeking in context. London: Taylor Graham.
- Yari, sh., Fahimnia, F. (2018). Effect of self-efficacy of postgraduate students in Razi University of Kermanshah on their emotions after information retrieval. Library and information science, 21(3): 154- 174. (Persian)
- Zarati, A. (2005). The relationship between emotional intelligence and attachment styles. M.s Dissertation. Ferdowsi University of Mashhad, Education and psychology faculty, Psychology Department. (Persian).