



تبیین الگوی رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی ایران

جواد کریمی^۱، ابوالفضل بجانی^۲، لیلا بیرامی^۳

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی.
۲. دکتری مدیریت ورزشی؛ دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه گیلان.

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف از این پژوهش تبیین الگوی رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی ایران است. این تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، شامل تمامی دانشجویان مدیریت ورزشی است که ۳۸۵ نفر بر اساس فرمول کوکران به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای دست‌یابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه رفتار اطلاع‌یابی جین و فاین (۲۰۰۳) در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. این پرسشنامه رفتار اطلاع‌یابی را در قالب ۸ اصل (اصل عینیت، اصل کمترین کوشش، اصل انگیزش، اصل اطمینان، اصل سادگی، اصل پیروی از شکل، اصل آشنایی، اصل اشباع) می‌سنجد. روایی صوری و محتوایی آن به تأیید ۹ تن از متخصصین مدیریت ورزشی رسید. پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ ۰/۹۶ محاسبه شد. روایی سازه پرسشنامه در تحلیل عاملی تأیید شد. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله تحلیل عاملی تأییدی و مدلیانی معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزار اسپاس و لیزرل استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد به ترتیب اصول انگیزش، اطمینان، سادگی، پیروی از شکل، اشباع، آشنایی، کمترین کوشش و عینیت بر رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی مؤثر هستند. بنابراین توجه به این عوامل و تدوین سیاست‌های توانمندسازی دانشجویان در این حوزه مهم و ضروری به نظر می‌رسد.

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۱۵

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹

کلیدواژه‌گان:

ایران، دانشجویان،
رفتار اطلاع‌یابی،
الگو،
مدیریت ورزشی

نویسنده مسئول:

جواد کریمی

پست الکترونیکی:

karimi3488@gmail.com

Explaining the pattern of information-seeking behavior of post-graduate students of sports management in Iran

Javad Karimi ¹, Abolfazl bejani ², leila beirami ³

1. PhD in Sports Management, Razi University
2. PHD in sports management; Allameh Tabatabai University of Tehran
3. PhD student of sports management, Gilan University

Abstract

The aim of this study was to elucidate the pattern of information-seeking behavior among postgraduate sports management students in Iran. The study employed a descriptive-correlational research design. The statistical population consisted of all sports management students, from which 385 individuals were selected as the sample using the Cochran formula. To achieve the research objectives, the Information-Seeking Behavior Questionnaire by Jain and Fine (2003), in the form of a Likert-type spectrum with five options, was utilized. The questionnaire measures information-seeking behavior across 8 principles (specificity, minimal effort, motivation, confidence, simplicity, conformity, familiarity, saturation). The formal and content validity of the questionnaire was confirmed by nine sports management experts. Its reliability was also calculated as 0.96 using Cronbach's alpha. The structural validity of the questionnaire was confirmed through confirmatory factor analysis. Descriptive and inferential statistical methods such as confirmatory factor analysis and structural equation modeling were employed in data analysis using SPSS and Lisrel software. The research findings indicated that motivation, confidence, simplicity, conformity, saturation, familiarity, minimal effort, and specificity significantly impact the information-seeking behavior of sports management students, in that order. Therefore, attention to these factors and the development of empowerment policies for students in this field appear to be important and necessary.

Keyword: Iran, Students, Information seeking behavior, Pattern, Sport management

مقدمه

اطلاعات یک منبع حیاتی برای رشد و بقای فرد است. پیشرفت جوامع مدرن و همچنین افراد بستگی زیادی به ارائه نوع مناسب اطلاعات در قالب درست و در زمان مناسب دارد. برای رسیدن به تصمیم درست و همچنین عدم اطمینان، اطلاعات لازم است (علیو و محمد^۱، ۲۰۱۸). مطالعات مختلف، عدم اطمینان را به‌عنوان عوامل تحریک‌کننده برای جستجوی اطلاعات تعریف می‌کند که خود را در قالب عدم قطعیت شناختی در فرایند جستجوی اطلاعات نشان می‌دهد (اعظمی و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین انسان همواره درصدد برآمده است تا با جستجوی اطلاعات و رفع نیازهای اطلاعاتی خود، ضمن افزودن به دانش و آگاهی خویش، زندگی خود را بهتر کند. در این میان آنچه اهمیت دارد، دسترسی سریع به اطلاعات کامل و دقیق بر نیاز واقعی به اطلاعات است (بیگدلی و همکاران، ۲۰۱۵). اطلاعات برای پیشرفت تحصیلی و موفقیت دانشجویان، مهم هستند. آن‌ها برای رفع نیازهای علمی خود، به اطلاعات نیاز دارند. با توجه به حجم بالای اطلاعات و تنوع آن، روش‌های دستیابی به اطلاعات متفاوت است. جهت تأمین نیازهای اطلاعاتی، باید به گزینش منابع و راه‌های مناسب پرداخت (امیرامینی خلفلو و همکاران، ۲۰۱۸). کسانی که نیازهای اطلاعاتی‌شان برای آن‌ها مشخص شده باشد برای استفاده از منابع اطلاعاتی، رفتارهایی را از خودشان بروز می‌دهند (ماسون^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). رفتار اطلاع‌یابی برخاسته از شناخت نیازهای اطلاعاتی است. کیس^۳ (۲۰۰۵) رفتار اطلاع‌یابی را تلاش آگاهانه فرد برای بدست آوردن اطلاعات در پاسخ به نیاز اطلاعاتی وی تعریف می‌کند. رفتار اطلاع‌یابی عبارت است از: اطلاع‌یابی هدفمند در نتیجه نیاز، برای رسیدن به یک هدف.

در فرآیند اطلاع‌یابی فرد ممکن است با نظام‌های دستی مانند روزنامه یا کتابخانه و یا با نظام‌های مبتنی بر رایانه مانند شبکه جهانی وب تعامل داشته باشد (ویلسون^۴، ۲۰۰۰). دانشجویان ممکن است با مراجعه به کتاب، مرور مجلات، مشاوره انتزاعی و فهرست نشریات، مشاوره با همکاران و دوستان اطلاعات موردنیاز خود را پیدا کنند. آن‌ها همچنین به دنبال اطلاعات از اساتید، دانشجویان ارشد و دکتری و مراکز اطلاع‌رسانی هستند. آن‌ها همچنین اطلاعات را از طریق هم‌اندیشی‌ها، اجلاس‌ها، کارگاه‌ها، نشست‌ها، منابع و خدمات کتابخانه‌ای که کاربران آن‌ها هستند جستجو می‌کنند (منجیونات و بابیو^۵، ۲۰۱۸). چنانچه از رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان اطلاع داشته و با آن‌ها در تعامل باشند، و همچنین در اطلاع‌رسانی به موقع به آن‌ها نقش آفرینی کنند، در نحوه ارائه خدمات بازنگری کرده، نظرهای مطلوبی ارائه داده، با مداخله خود در ارائه خدمات، نقش مؤثری را ایفا می‌نمایند (افتخار و ضیایی، ۲۰۱۶). بر اساس پژوهش‌های پیشین، اکثر دانشجویان ایرانی از موتورهای جستجو، بیش‌تر از راهنماهای موضوعی و ابر موتورهای جستجو جهت بازیابی اطلاعات و کسب اطلاعات استفاده می‌کنند. درحالی‌که دانشجویان در استفاده از اینترنت برای رفع نیازهای اطلاعاتی، با مواردی از جمله کمبود منابع، مشکل در دستیابی به اطلاعات از اینترنت، و نیاز به آموزش مواجه هستند (بیگدلی و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین، دانشجویان باید نیازهای خود را درک کنند و بدانند کجا و چگونه

1 Aliyu & Mohammed

2 Mason et al

3 Case

4 Wilson

5 Manjunath & Babu

می‌توان اطلاعات مربوطه را برای برآورده ساختن نیازهایی که به‌عنوان کاتالیزورها برای افزایش یادگیری خود هستند مورد استفاده قرار دهند (پودورا و همکاران^۱، ۲۰۱۸). الگوهای رفتار اطلاع‌یابی به روشی ساده، روابط بین قضایای نظری و فرآیندهای مربوط به شناسایی و پاسخ‌گویی به نیازهای اطلاعاتی ارائه می‌کنند. درک رفتار اطلاع‌یابی در ارائه خدمات بهتر به کاربران و طراحی نظام‌های اطلاعاتی مناسب نقش اساسی دارد (احمدی و یاری، ۲۰۱۵). بررسی رفتار اطلاع‌یابی انسان از مدت‌ها پیش مورد توجه پژوهشگران حوزه اطلاع-رسانی بوده است و صاحب‌نظران متعدد هر یک الگوهای خود را در این زمینه بر مبنای رویکردهای مختلف ارائه داده‌اند. یکی از الگوهای رفتار اطلاع‌یابی، الگوی جین و فاین^۲ است. جین و فاین برخی اصول رفتاری ارتباطات میان گروه‌های انسانی را در یک محیط خدمات اطلاع‌رسانی مبتنی بر مؤلفه‌های اصل اشباع^۳، اصل عینیت^۴ یا واقعی بودن، اصل حداقل مقاومت^۵، اصل آشنایی^۶، اصل انگیزش^۷، اصل اطمینان^۸، اصل سادگی و اصل پیروی از شکل^۹ بیان نموده‌اند. توصیف مؤلفه‌های رفتار اطلاع‌یابی از سوی جین و فاین به شرح ذیل می‌باشند: (۱) اصل اشباع: زمانی که یک کاربر یا مقدار خاصی از اطلاعات اشباع می‌شود، اطلاعات اضافی در تصمیم‌گیری یا حل مسئله به او کمک نخواهد کرد؛ (۲) اصل عینیت یا واقعی بودن: این اصل نشان می‌دهد، انسان در میان فرهنگ‌های متفاوت، چیزهای عینی و واقعی را بیشتر از مفاهیم ذهنی و انتزاعی درک می‌کند؛ (۳) اصل حداقل مقاومت: اگر کاربر با انتخاب میان سهولت دستیابی و مفید بودن اطلاعات مواجه شود متمایل به انتخاب منابعی خواهد شد که به‌آسانی قابل دست‌یابی هستند تا منابع مرتبطی که در دسترس قرار ندارند؛ (۴) اصل آشنایی: کاربران تمایل دارند حتی در زمانی که با مناسب نبودن آن مواجه می‌شوند به پایگاه‌های اطلاعاتی وابسته باشند که با الگوهای ارزشیابی و فناوری‌بازیابی اطلاعات آن‌ها آشنایی دارند. هر چند نیازهای آن‌ها تغییر کرده باشد؛ (۵) اصل انگیزش: انسان ماهیتاً پدیده‌ها و محیط‌های متنوع و بر انگیزاننده را ترجیح می‌دهد، یعنی محیط و پدیده‌ها به هر اندازه متنوع و بر انگیزاننده باشند به همان اندازه برای افراد جذاب می‌شوند؛ (۶) اصل اطمینان: اگر کاربران احساس گمراهی و عدم اطمینان داشته باشند تمایل زیادی به کنترل احساسات و جست‌وجوی مجدد پیدا می‌کنند؛ (۷) اصل سادگی: وقتی که کاربران به جست‌وجوی اطلاعات می‌پردازند، انتظار دارند توصیف‌ها، آموزش‌ها و ساختار آن‌ها روشن، دقیق و ساده باشند؛ (۸) اصل پیروی از شکل: کاربران با پیروی از شکل سؤال به آن‌ها پاسخ می‌دهند و به‌ندرت با توجه به انگیزش و اهداف سؤال‌کننده پاسخ می‌دهند (جین و فاین، ۲۰۰۳). در همین راستا سهیلی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان نقش بازی‌وارسازی در یادگیری مهارت‌های سواد اطلاعاتی دانش‌آموزان نشان داد که استفاده از بازی‌وارسازی در یادگیری مهارت‌های تعریف نیاز اطلاعاتی دانش‌آموزان و یافتن اطلاعات مقطع متوسطه اول شهرستان ایذه

- 1 Pwadura et al
- 2 Jin & Fine
- 3 Saturation principle
- 4 Concreteness principle
- 5 Principle of least effort
- 6 Familiarity principle
- 7 Stimulation principle
- 8 Certainty principle
- 9 Following-form principle

نقش ندارد ولی بر یادگیری مهارت‌های ارزشیابی اطلاعات، سازماندهی اطلاعات و تبادل و اشاعه دانش‌آموزان مقطع متوسطه اول شهرستان ایزده تأثیر معناداری دارد و موجب افزایش این مهارت‌ها است. شعبانی و همکاران (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان "میزان کاربرد مدل جین و فاین در رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور مرکز اهواز" انجام دادند. یافته‌ها نشان دادند که میانگین کلیه مؤلفه‌ها (اصل اشباع، اصل عینیت یا واقعی بودن، اصل کم‌ترین کوشش، اصل آشنایی، اصل انگیزش، اصل اطمینان، اصل سادگی و اصل پیروی از شکل) بیشتر از حد متوسط بود و همچنین دانشجویان زن میزان مؤلفه‌های اصل انگیزش و اصل اطمینان را بیشتر از دانشجویان مرد ارزیابی نمودند. شکوری یادگاری و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان ارائه الگوی رفتار اطلاع‌یابی مصرف‌کننده در تجارت الکترونیک نتیجه‌گیری کردند که بررسی الگوها و مدل‌های رفتاری مصرف‌کننده در تجارت الکترونیک برای موسسات ضروری است و در این راستا بایستی از نتایج مدل این تحقیق و سایر مدل‌های ارائه شده در حوزه مورد مطالعه استفاده کرد تا زمینه‌های پیش‌بینی رفتار مصرف‌کننده ایجاد شود. نادریز و سلیم^۱ (۲۰۱۳) در پژوهش خود با عنوان "نیاز اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان: بررسی مقدماتی" به این نتیجه دست یافتند که اطلاعات درباره ابزارهای توسعه مهم‌ترین اطلاعات موردنیاز دانشجویان جهت انجام و به اتمام رساندن پروژه‌های تحقیقاتی‌شان است.

در جست‌وجوی اطلاعات موردنیاز، دانشجویان بیشترین استفاده را از موتور جست‌وجوی گوگل داشته‌اند. علاوه بر این دانشجویان استفاده از منابع الکترونیکی را بیشتر ترجیح دادند. منجیونات و بابیو^۲ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان "نیازهای اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی پژوهشگران محقق در دانشگاه بنگلور" نشان دادند اکثر پاسخ‌دهندگان از موتور جست‌وجوی گوگل استفاده می‌کنند و دارای آگاهی در منابع اطلاعات الکترونیکی هستند. آن‌ها منابع الکترونیکی را به‌صورت خودآموز با روش آزمون‌وخطا یاد گرفته‌اند. اکثر پاسخ‌دهندگان پاسخ دادند که هدف آن‌ها جست‌وجو در نشریات و نوشتن مقالات است. همچنین اکثر آن‌ها از کمبود اطلاعات موردنیاز در کتابخانه خود می‌گویند و همچنین برخی از آن‌ها در استفاده از برخی از منابع اطلاعاتی کتابخانه‌ای به دلیل قدیمی بودنشان با مشکل مواجه می‌شوند. ابراهیم و پرومال^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "نیازهای اطلاعاتی و رفتارهای اطلاع‌یابی در مورد دانشجویان خارجی در دانشگاه مدرس" بیان کرد که دانشجویان نیاز به اطلاعات در مورد اهداف علمی، زندگی، روزمره و سرگرمی دارند. موجودیت تحصیلی دانشجویان به محصولات و خدمات اصلی همچون کتاب‌ها، نشریات، پایگاه‌های داده برای تلاش‌های دانشگاهی و منابعی همچون روزنامه، مجلات، منابع چندرسانه‌ای و دوستان برای بروز کردن اطلاعات خود بستگی دارد. نتایج نشان داد دانشجویان خارجی از سیستم کتابخانه‌ها، سازمان اطلاعاتی و پاسخگویی به نیازهای اطلاعات مربوطه کتابخانه دانشگاه راضی هستند. دانشجویان گاهی برای یافتن اطلاعات با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند زیرا هرچند فناوری جدید اطلاعات را به اشکال مختلف، عمدتاً الکترونیکی، قابل دسترس ساخته است، و به‌منظور دسترسی و استفاده از این اطلاعات نیاز به مهارت دارند. این وظیفه کتابداران است که دانشجویان را با مهارت‌های اطلاعاتی لازم جهت عملکرد مناسب و مواجه‌شدن با چالش‌های عصر اطلاعات آماده سازند (سمی

1 Nadzir & Salim

2 Manjunath & Babu

3 Ebrahim & Parumal

و دجاگر^۱، ۲۰۰۵). انتقال و آموزش سواد اطلاعاتی در دانشگاه‌ها با مشکلات و چالش‌هایی مواجه است (سهیلی و همکاران، ۱۴۰۲). درزمینه اطلاع‌یابی دانشجویان تاکنون تحقیقات زیادی انجام شده است، اما اکثر آن‌ها مدل‌های مختلف اطلاع‌یابی را بررسی نمودند و تحقیقی تا به حال کاربرد اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی را مورد توجه قرار نداده است. درواقع دانشجویان مدیریت ورزشی به دلیل روحیه پژوهشگری از طریق روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی و استفاده کمتر از پژوهش‌های آزمایشگاهی نیازمند بررسی رفتار اطلاع‌یابی هستند تا بدین صورت توان آن‌ها در این زمینه سنجیده شود و میزان اولویت هر کدام از اصول اطلاع‌یابی بر اساس مدل جین و فاین مشخص گردد تا بر این اساس پیشنهادهایی برای ارتقای رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان ارائه گردد. در مدل جین و فاین ۸ اصل اشباع، اصل عینیت یا واقعی بودن، اصل کم‌ترین کوشش، اصل آشنایی، اصل انگیزش، اصل اطمینان، اصل سادگی و اصل پیروی از شکل که در رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان بسیار اهمیت دارد، بررسی شده است. بنابراین مطالعه رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی بر اساس الگوی جین و فاین می‌تواند به شناخت بیشتر این قشر و آگاهی از نیازها، روش‌ها، انگیزه‌ها و مهارت‌های آنان در اطلاع‌یابی منجر می‌شود و همچنین مشکلات و محدودیت‌های آنان در دسترسی به این اطلاعات را مشخص می‌سازد. در این پژوهش سعی می‌شود میزان کاربرد رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی کشور بر اساس مدل رفتاری جین و فاین مورد بررسی قرار گیرد و درنهایت پیشنهادهایی را در جهت تعیین رفتار اطلاع‌یابی و شناسایی نیازهای اطلاعاتی دانشجویان ارائه نماید. لذا هدف از انجام این پژوهش شناخت ریشه‌های رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی ایران است.

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، شامل تمامی دانشجویان مدیریت ورزشی بود. انتخاب حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. ذکر این نکته لازم است که محققان پرسشنامه را به صورت آنلاین طراحی کرده و لینک آن را از طریق شبکه‌های مجازی در گروه‌های متعددی که دانشجویان مدیریت ورزشی از دانشگاه‌های مختلف سراسر کشور (دانشگاه‌های دولتی، آزاد، پیام نور و غیرانتفاعی) حضور داشتند قرار دادند. از آنجایی که آمار دقیقی از دانشجویان مدیریت ورزشی دانشگاه‌های مختلف به تفکیک نوع دانشگاه وجود نداشت بنابراین از روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده استفاده شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها تعداد ۱۴ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن پاسخ‌ها کنار گذاشته شدند و درنهایت ۳۷۰ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۴۰ سؤالی در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم ۵، موافقم ۴، بی‌نظر ۳، مخالفم ۲، کاملاً مخالفم ۱) استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه رفتار اطلاع‌یابی جین و فاین (۲۰۰۳) در قالب ۸ اصل با ضریب آلفای کرونباخ (اصل عینیت ۰/۹۳، اصل کمترین کوشش ۰/۹۱، اصل انگیزش ۰/۹۲، اصل اطمینان ۰/۸۹، اصل سادگی ۰/۹۳، اصل پیروی از شکل ۰/۹۲، اصل آشنایی ۰/۹۰، اصل اشباع ۰/۹۲) استفاده گردید. با نظر اساتید بومی سازی شد و برخی از سوالات تعدیل شدند و روایی صوری و محتوایی آن به تأیید ۹ تن از متخصصین مدیریت ورزشی رسید. پایایی کلی پرسشنامه نیز با آلفای کرونباخ ۰/۹۶ تأیید شد. برای تحلیل

داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزار اس.پی.اس.اس نسخه ۲۵ و لیزرل نسخه ۸/۸ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی نشان داد از مجموع نمونه آماری ۵۵ درصد مرد و ۴۵ درصد زن هستند. همچنین ۷۶ درصد نمونه آماری دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد و ۱۴ درصد دانشجویان مقطع دکتری مدیریت ورزشی می‌باشند. بیشترین محدوده سنی (۶۳ درصد) دانشجویان در دامنه ۲۵-۳۰ سال قرار دارد و کمترین آن (۷ درصد) در دامنه سنی بالای ۴۰ سال قرار دارد. در ادامه به بررسی یافته‌های توصیفی می‌پردازیم. در این پژوهش برای بررسی پیش‌فرض نرمال بودن تک متغیره و چند متغیره، از ضریب کشیدگی-چولگی استفاده گردید. یافته‌های پژوهش در این بخش در جدول ۱ نمایش داده شده است.

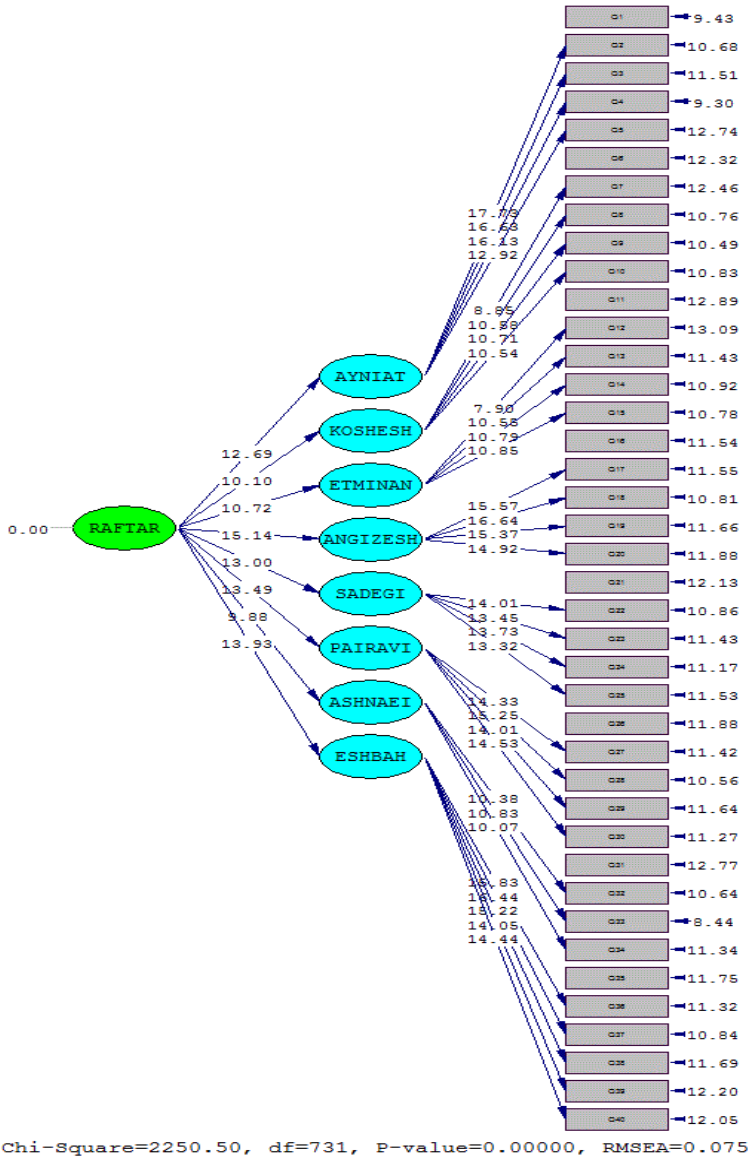
جدول ۱. اطلاعات توصیفی ابزار پژوهش

ردیف	ابعاد	نمونه	میانگین	کشیدگی	چولگی
۱	اصل عینیت	۳۷۰	۳/۹۸	- ۱/۲۵۰	۱/۵۶
۲	اصل کمترین کوشش	۳۷۰	۳/۸۶	- ۰/۶۲۲	۰/۶۴
۳	اصل انگیزش	۳۷۰	۴/۰۳	- ۱/۳۳۶	۲/۵۵
۴	اصل اطمینان	۳۷۰	۴/۱۴	- ۱/۵۲۳	۳/۷۱
۵	اصل سادگی	۳۷۰	۴/۰۸	- ۱/۴۵۰	۲/۸۸
۶	اصل پیروی از شکل	۳۷۰	۴/۰۷	- ۱/۳۸۱	۲/۹۲
۷	اصل آشنایی	۳۷۰	۴/۱۰	- ۱/۱۲۹	۲/۱۹
۸	اصل اشباع	۳۷۰	۴/۱۱	- ۱/۳۱۹	۳/۰۵

نتایج جدول فوق نشان داد که میانگین متغیرهای پژوهش در حد مطلوبی است و توزیع متغیرها با چولگی بین مثبت و منفی ۳ و کشیدگی بین مثبت و منفی ۵ توزیعی نرمال است.

هنگامی که مدل نهایی به وسیله نرم‌افزار مورد آزمون قرار گرفت، باید برای سنجش برازش مدل از معیارهای مختلفی استفاده کرد. در این تحقیق نیز از شاخص‌های متعددی برای تعیین برازش مدل استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۲ نمایان شده است.

همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است و با توجه به خروجی نهایی مدل، تمامی شاخص‌ها مدل مورد تأیید است. به‌طور کلی اگر ارزش GFI , NFI , CFI , RFI بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد مدل از برازش خوبی برخوردار است. همچنین اگر نسبت کای دو به درجه آزادی که مهم‌ترین شاخص آماری در تعیین برازش مدل است کمتر از ۳ باشد مدل از برازش خوبی برخوردار است. مقدار $RMSEA$ نیز اگر کمتر از ۰/۰۸ باشد برازش مدل قابل قبول می‌باشد.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری

جدول ۳. نتایج مدلیانی ساختاری پژوهش

نتیجه	ضریب معنی‌داری	ضریب تأثیر	ابعاد
تأیید	۱۲/۶۹	۰/۷۰	اصل عینیت
تأیید	۱۰/۱۰	۰/۷۷	اصل کمترین کوشش
تأیید	۱۰/۷۲	۰/۹۲	اصل انگیزش
تأیید	۱۵/۱۴	۰/۸۸	اصل اطمینان
تأیید	۱۳/۰۰	۰/۸۵	اصل سادگی
تأیید	۱۳/۴۹	۰/۸۴	اصل پیروی از شکل
تأیید	۰۹/۸۸	۰/۸۲	اصل آشنایی
تأیید	۱۳/۹۳	۰/۸۲	اصل اشباع

رفتار اطلاع‌یابی

بر اساس جدول ۳ تمامی اصول بر رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی مؤثر می‌باشند با این وجود اصل انگیزش بیشترین اثر (۰/۹۲) را بر رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی دارد. همچنین به ترتیب اصول اطمینان، سادگی، پیروی از شکل، اشباع، آشنایی، کمترین کوشش و عینیت بر رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی مؤثر هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف مقاله حاضر شناخت ریشه‌های رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی ایران است. برای این منظور الگوی جین و فان (۲۰۰۳) به‌عنوان مبنای پژوهش انتخاب شد. برازش مدل ساختاری تدوین‌شده که با نرم‌افزار لیزرل آزمون شد، نشان داد که مدل ساختاری تنظیم‌شده مدل مناسبی برای تبیین تغییرات میزان تمایل دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت ورزشی کشور هست. مدل ساختاری برازش شده متشکل از متغیرهای اصل عینیت، اصل حداقل مقاومت، اصل انگیزش، اصل اطمینان، اصل سادگی، اصل پیروی از شکل، اصل آشنایی، اصل اشباع، توانست به‌طور معنی‌دار رفتار اطلاع‌یابی را تبیین کند. نتایج پژوهش نشان داد که اصل عینیت بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. در این رابطه ضریب همبستگی نیز بسیار اهمیت دارد که در این فرضیه برابر ضریب همبستگی برابر با ۰/۷۰ هست که حاکی از ارتباط قوی است. هرچند به نظر می‌رسد اصل عینیت یا واقعی بودن، رتبه آخر را بین متغیرهای موجود کسب کرده است اما از آنجاکه دارای ضریب تأثیر بالایی است مورد توجه قرار می‌گیرد. این اصل به ما می‌گوید که انسان‌های مختلف چیزهای عینی و واقعی را بیشتر از مفاهیم ذهنی و انتزاعی درک می‌کنند و نگاه کردن به تصویر، تأثیر سریع‌تر و قدرتمندتر از کلمات دارد. در رفتار اطلاع‌یابی، نمایش فضایی و سه‌بعدی نقش مهمی در ذهن انسان و تأثیر متقابل اطلاعات بازی می‌کند. بنابراین پیشنهاد می‌شود برای پاسخ‌گویی مناسب به اصل عینیت در رفتار اطلاع‌یابی شایسته از ارائه مفاهیم و اطلاعات انتزاعی و غیرقابل درک تا حد ممکن احتراز شود. زیرا در صورت عینی نبودن محتوی‌های، طبق تعریف موجود کاربر ترجیح می‌دهد به‌طرف مطالب واقعی‌تر و عینی‌تر از قبیل عکس و تصویر و موارد مشابه گرایش داشته باشد.

یافته دیگر پژوهش نشان داد که اصل کمترین کوشش بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. در این رابطه ضریب همبستگی نیز بسیار اهمیت دارد که در این فرضیه برابر با ۰/۷۷ هست که حاکی از ارتباط قوی است. به دلیل اینکه نظام‌ها و رفتارهای اطلاع‌یابی مراحل جستجوی زیادی دارند یا فرمان‌ها آن روشن نیستند یا اینکه موانع زبانی یا فرهنگی در سطح بین‌المللی وجود دارد، دانشجویان از به کار بردن این نظام‌ها اجتناب می‌کنند و به دلیل دربرداشتن اطلاعات کم‌ارتباط و یا ناقص از آن‌ها استفاده نمی‌کنند؛ بنابراین سهولت به‌دست آوردن اطلاعات از ارزش خود اطلاعات مهم‌تر است و باید در مرکز عوامل مؤثر در رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان قرار گیرد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر مدیران فضاهای جست‌وجو باید شرایطی را در نظر بگیرند که کاربران بتوانند به‌راحتی به اطلاعات و محتوی موردنیاز خود دسترسی پیدا کنند، چون در صورت عدم سهولت دسترسی به منابع کاربران ترجیح می‌دهند به منابع موجود اکتفا کنند که این مهم می‌تواند صدمه‌ای جدی برای روند تحقیق و آموزش وارد نماید.

از دیگر یافته‌های پژوهش تأثیر معنادار اصل انگیزش بر رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی دارد. ضریب همبستگی در این فرضیه برابر با ۰/۹۲ هست که حاکی از ارتباط بسیار قوی هست. این یافته با نتایج پژوهش شعبانی و همکاران (۱۳۹۵) همسو هست. بر اساس اصل انگیزش، انسان ماهیتاً پدیده‌ها و محیط‌های متنوع و بر انگیزاننده را ترجیح می‌دهد، یعنی محیط و پدیده‌ها به هر اندازه متنوع و بر انگیزاننده باشند به همان اندازه برای افراد جذاب می‌شوند (جین و فاین، ۲۰۰۳). لذا باید تمامی اقدامات در راستای جذاب سازی رفتار اطلاع‌یابی، تا می‌توان از ابزارهای مختلف در این زمینه برای دانشجویان مدیریت ورزشی بهره برد. با توجه به رتبه نخست اصل انگیزش، که اشاره به برانگیختگی بالا برای کاربران بر اساس جذابیت محیط دارد، به نظر می‌رسد بهتر است وب‌سایت‌های مختلف دانشگاهی در حوزه مدیریت ورزشی نسبت به طراحی زیبا و ایجاد فضای مطلوب برای کاربران خود کوشش کنند. این امر سبب می‌شود که تنوع در امکانات و تجهیزات باعث رغبت دانشجویان برای جستجوی اطلاعات شود.

نتایج دیگر پژوهش نشان داد که اصل اطمینان بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. در این رابطه ضریب همبستگی نیز بسیار اهمیت دارد که در این فرضیه برابر با ۰/۸۸ هست که حاکی از ارتباط قوی هست. عدم اطمینان و تردید اغلب در فرآیند رفتار اطلاع‌یابی در محیط رایانه‌ای به وجود می‌آید. در حقیقت هرچه دانشجویان با اطمینان و کنترل بیشتری به جست‌وجوی اطلاعات بپردازند، اضطراب آن‌ها کمتر خواهد شد و توانایی لازم برای به دست آوردن کنترل مجدد فراهم خواهد آمد. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران وب‌سایت‌های مختلف دانشگاهی تلاش کنند جایی برای تردید و عدم اطمینان برای کاربران در محیط وب‌سایت آن‌ها نماند تا آن‌ها را مجبور به جست‌وجوی مجدد جهت حصول اطمینان نکند.

یافته‌های پژوهش در بخش دیگر نشان داد اصل سادگی بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. ضریب همبستگی در این فرضیه برابر با ۰/۸۵ هست که حاکی از ارتباط قوی است. بر اساس این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت هر مفهوم پیچیده‌ای می‌تواند به‌طور ساده بیان شود. اطلاعات دقیق‌تر و توصیفات طویل و آموزش‌های خاص بعضی‌اوقات برای فهمیدن ساختار، شکل و وظایف رفتار اطلاع‌یابی به‌ویژه برای دانشجویان جدید یا برای دانشجویان مجرب یک نظام ناآشنا را به کار می‌برند، ضروری است. این آموزش‌ها باید در حد امکان ساده و آسان باشند تا دانشجویان فوراً جزئیات جست‌وجویی خاص را پیدا کنند. اگر این مسئله رعایت

شود درک دانشجویان بالا خواهد رفت و نظام اطلاع‌یابی وسیله‌ای ساده خواهد شد. بدین منظور، شایسته است طراحان و مدیران محیط‌های جست‌وجوی دانشگاهی، از آشفته، شلوغ و پیچیده کردن این محیط‌ها به شدت اجتناب کنند و همواره سادگی محیط و فرایندهای جست‌وجو را مدنظر داشته باشند.

همچنین یافته‌ها نشان داد که اصل پیروی از شکل بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. در این رابطه ضریب همبستگی نیز بسیار اهمیت دارد که در این فرضیه برابر با $0/84$ هست که حاکی از ارتباط قوی است. دانشجویان در رفتار اطلاع‌یابی انتظار دارند که نظام در پاسخ‌گویی به سؤالات از شکل سؤال پیروی کند، در صورتی که نظام به ندرت با توجه به انگیزش و اهداف دانشجویان پاسخ می‌دهد. از آنجاکه گفتگو میان دانشجویان یک وسیله‌ی مهم برای نظام اطلاع‌یابی است تا بتواند از طریق آن اطلاعات دقیق و مرتبط با سؤال را به دست آورد، فهمیدن این اصول برای طراحی دقیق رابط بسیار مفید است. از این جهت و با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر پیشنهاد می‌شود حتماً در طراحی محتوی‌های موجود در فضاهای جست‌وجو تلاش شود شکل و ظاهر مطالب ارتباط معنی‌داری با محتوی داشته باشد، چراکه طبق مبنای و پیشینه و همچنین نتایج این تحقیق، شکل و ظاهر مطالب تأثیر زیادی بر عکس‌العمل و تصمیم‌گیری دانشجویان دارد.

نتایج دیگر نشان داد که اصل آشنایی بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. در این رابطه ضریب همبستگی نیز بسیار اهمیت دارد که در این فرضیه برابر با $0/82$ هست که حاکی از ارتباط قوی است. دانشجویان تمایل دارند به آن گروه از پایگاه‌های داده‌ای وابسته باشند که با الگوهای ارزشیابی اطلاع‌یابی و فناوری آن‌ها آشنایی دارند حتی اگر نیازهای آن‌ها تغییر کرده باشد. از این جهت شایسته است تا حد امکان تلاش شود محیط‌های جست‌وجو شبیه دیگر فضاهای موجود که به صورت عمومی یا اختصاصی مورد استفاده دانشجویان مدیریت ورزشی قرار می‌گیرد، طراحی شود، چراکه طبق نتایج حاصل از این تحقیق اصل آشنایی تأثیر بالایی بر رفتار اطلاع‌یابی این افراد دارد. از این جهت به نظر می‌رسد تلاش برای متفاوت سازی فضاهای جست‌وجوی از موتورهای وبسایت‌های غالب و معروف جست‌وجو، احتمالاً باعث ایجاد سردرگمی برای کاربران خواهد شد.

بر مبنای یافته‌های پژوهش اصل آشنایی بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. در این رابطه ضریب همبستگی نیز بسیار اهمیت دارد که در این فرضیه برابر با $0/82$ هست که حاکی از ارتباط قوی است. بر اساس اصل آشنایی، کاربران تمایل دارند حتی در زمانی که با مناسب نبودن آن مواجه می‌شوند به پایگاه‌های اطلاعاتی وابسته باشند که با الگوهای ارزشیابی و فناوری بازیابی اطلاعات آن‌ها آشنایی دارند. هر چند نیازهای آن‌ها تغییر کرده باشد (جین و فاین، ۲۰۰۳). لذا از این جهت باید آموزش‌هایی برای دانشجویان در نظر گرفته شود تا آن‌ها نسبت به پایگاه‌ها و مراکز اطلاعاتی اطلاعات خوبی داشته باشند و به عنوان دارای آشنایی با این نوع پایگاه‌ها باشند. این احساس باعث می‌شود از دغدغه آن‌ها کاسته شود و عواملی نظیر عدم شناخت و سردرگمی در مواجهه با این ابزار کاهش یابد.

همچنین نتایج نشان داد که اصل اشباع بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر معناداری دارد. ضریب همبستگی در این فرضیه برابر با $0/82$ هست که حاکی از ارتباط قوی است. دانشجویان دارای توانایی‌های متفاوتی برای سازگاری با محیط دستگاه‌ها هستند همان‌طور که توانایی‌ها و نیازمندی‌های متفاوتی برای جذب اطلاعات دارند. بعضی اوقات سیستم به آسانی دانشجویان را اشباع می‌کند و جذب اطلاعات بازیابی شده را برای او مشکل می‌سازد. برای پوشش این اصل لازم است مدیران فضاهای جست‌وجو و وبسایت‌های دانشگاهی توانایی این

تصمیم‌گیری را داشته باشند که چقدر دانش و اطلاعات در زمینه مد نظر برای جست‌وجوگر کافی است و از ارائه مطالب بیشتری که صرفاً باعث تردید و سردرگمی کاربر می‌شود پرهیز کنند. اما در طرف دیگر قضیه، این موضوع نباید به‌جایی برسد که اطلاعات و دانش به‌اندازه‌ای تحدید شود که ناقص و یا ناکافی به نظر برسد. چون طبق همین اصل پیش‌بینی می‌شود که اگر کاربر از نظراتی اشباع‌نشده باشد، به لحاظ روانشناسی احساس کمبود اطلاعات می‌کند و تمایل می‌یابد به‌اندازه ظرفیت خود اطلاعات جذب نماید. پس می‌توان نتیجه گرفت که حد ارائه حد بهینه اطلاعات و مفاهیم یکی از ضروریات برای پاسخ‌گویی مناسب به اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی هست.

بر اساس نتایج حاصل از تحقیق ترتیب اثر متغیرهای مدل بر رفتار اطلاع‌یابی به این شرح هست: اصل انگیزش، اصل اطمینان، اصل سادگی، اصل پیروی از شکل، اصل آشنایی، اصل اشباع، اصل کمترین کوشش و اصل عینیت. همچنین، بررسی تطبیقی نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق حاضر با نظریه‌ها و تحقیقات داخلی و خارجی نشان از همسویی و سازگاری بالا دارد. بدین‌صورت که نتایج پژوهش‌های شعبانی و همکاران (۲۰۱۶)، نادریز و سلیم (۲۰۱۳)، منجیونات و بابیو (۲۰۱۸) و ابراهیم و پرومال (۲۰۱۸)، نیز که هر کدام جداگانه بر روی جامعه آماری متفاوت و با رویکردهای مختلف در مفهوم رفتار اطلاع‌یابی به انجام رسیده است، به‌نوعی با نتایج تحقیق حاضر هم‌راستا هست. این می‌تواند بدین معنی باشد که محققان مدیریت ورزشی نیز در بحث اطلاع‌یابی مانند محققان سایر رشته‌ها عمل می‌کنند. این نکته از این جهت حائز اهمیت است که مسئولین وب‌سایت‌های دانشگاهی، نشریات علمی و پژوهشی، کتابخانه‌های دیجیتال و به‌طور اعم تمام مراکز ارائه‌دهنده خدمات اطلاعاتی آنلاین باید به ضرورت‌ها و بایسته‌های متغیر اطلاع‌یابی توجه گسترده‌ای داشته باشند تا هم در کسب بازدیدکننده موفق عمل کنند و هم نیازهای اطلاعاتی بازدیدکنندگان را به مفیدترین شکل ممکن ارضا کنند.

لذا بر مبنای یافته‌های پژوهش پیشنهادهایی ارائه می‌گردد که توجه به آن‌ها خالی از لطف نیست و می‌تواند رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان مدیریت ورزشی را تقویت بخشد و به این نحو باعث شود که دانشجویان دارای توان بیشتری در اطلاع‌یابی باشند. در ابتدا باید شرایط به‌گونه‌ای تسهیل گردد که محیط شرایط ظاهری مناسبی برای اطلاع‌یابی دانشجویان داشته باشد. به‌گونه‌ای که با توجه به نمادها و اشکال و تصاویر بتوانند نیازهای اطلاعاتی خود را به دست آورند. لذا باید محیط به‌گونه‌ای طراحی گردد که این نیاز به نحو مطلوب ارضا گردد. همچنین با توجه به اصل کمترین کوشش باید شرایطی مهیا شود که دانشجویان به‌آسانی و با کمترین پیچیدگی در روند اطلاع‌یابی بتوانند به مواردی که به دنبال آن هستند برسند و آن‌ها را به‌آسانی در اختیار داشته باشند. همچنین انگیزش دانشجویان باید به‌وسیله زیبا سازی محیط ترغیب شود. از این طریق می‌توان دانشجویان را برای مدت بیشتری به جستجوی اطلاعات تشویق نمود. انگیزش به همراه یکپارچگی و آموزش کافی برای استفاده از دستگاه‌های جستجو و عدم برخورد با مسائل و چالش‌های جستجو می‌تواند بر میزان جستجوگری دانشجویان بیفزاید و آن‌ها را در مسیری قرار دهد که بدون تردید به دنبال موضوعات موردنظر باشند. لذا تا می‌توان باید از الگوهای ساده برای جستجو استفاده نمود و مقدار پیچیدگی در فرایند اطلاع‌یابی را کاهش داد. لذا درنهایت باید اشاره نمود که دسترسی به منابع مختلف دانشی و اطلاعاتی می‌تواند از اهم برنامه‌های دانشگاه‌ها در جهت تسهیل رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان باشد.

References

1. Ahmadi, H., & Yari, Sh. (2015). A review of the texts of information behavior in Iran. *Information Processing and Management Research*. 3(1): 173-198. (Persian)
2. Aliyu, M., & Mohammed, A. (2018). Information Needs and Seeking Behavior of Physically Challenged Students in Adamawa State, Nigeria. *Indian Journal of Information Sources and Services*. 8(1): 83-88.
3. Amiramini Khalflu, M., Bayat, P., & Vakili, N. (2018). Knowledge behavior of applied science and technology students of Bushehr Jihad Agriculture Training Center and providing solutions for its improvement. *Agricultural Education Administration Research*. 44: 42-54. (Persian).
4. Azami, M., Amini, M., Sadatmoosavi, A., & Ahmadi, N. S. (2018). Evaluation and analysis of uncertainty in the information seeking behavior of medical post-graduate students. *Journal of Research in Medical and Dental Sciences*. 6(3): 24-32.
5. Bigdeli, Z., Shahini, Sh., Shah karami, N., & Chalik, Z. (2015). The Process of Informing Graduate Students of Shahid Chamran University and Their Uses of Electronic Information Resources, Printed and human. *Human interaction and information*. 2(2): 43-53. (Persian)
6. Case, D. O., Andrews, J. E. & Johnson, J. D. (2005). Avoiding versus seeking: The relationship of information seeking to avoidance, blunting, coping, dissonance, and related concepts. *Journal of the Medical Library Association*. 93(3): 353-362.
7. Ebrahim, D. M., & Parumal, A. (2018). Information needs and information seeking behaviors of foreign students in University of Madras. *International Journal of Next Generation Library and Technologies*. 4(3): 1-14.
8. Eftekhari, Z., & Ziaie, S. (2016). Information Recognition and Information Resources Management: The Subjective Process of Selecting a Subject and Identifying Information Needs (Case study of the Three Sectarian Sector

- Fields in Shiraz, 2014-2015). Iranian Research Institute of Information Science and Technology. 31(4): 981-1007. (Persian)
9. Jin, Zh., & Fine, S. (2003). Effect of human behavior on interface design in information retrieval system. Translation by Ali Moradmand. Quarterly book. 12(2): 124-132. (Persian)
 10. Manjunath, N., & Babu, K. S. (2018). Information Needs and Information Seeking Behavior of Research Scholars in Bangalore University: A Survey. *International Journal of Library and Information Studies*. 8(1): 332-342.
 11. Mason, L., Boldrin, A., & Ariasi, N. (2010). Epistemic metacognition in context: evaluating and learning online information. *Metacognition and Learning*. 5(1): 67-90.
 12. Nadzir, M. M., & Salim, J. (2013). Information seeking behavior factors: S measurement model. Paper presented at The 3rd International Conference on Research and Innovation in Information Systems. 168-173, Selangor: Malaysia.
 13. Pwadura, J. A., Plockey, F. D., & Yebowaa, F. A. (2018). Examining the information seeking behavior of undergraduate students of Navrongo campus of the University for Development studies. *Library Philosophy and Practice*. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1742>
 14. Shabani, A., Soleymani, N., & Amani, M. (2016). The Application of Jane & Fine Model in the Information Behavior of Postgraduate Students at Payame noor University in Ahwaz. *Quarterly Journal of Information Systems and Services*. 19/20(3/4): 43-53. (Persian)
 15. Shakouri yadegari S, Hosseini M H, Khademi S M, forouzandeh L.(2023). Presenting the model of consumer behavior in e-commerce with an exploratory approach. *Human Information Interaction*. 10 (1). (Persian).
 16. Soheili, F., AliMahmoodi, M., & Arezi, S. (2023). Role of Gamification on Learning Information Literacy Skills of Students. *Library and Information Science Research*, 13(1), 80-102. doi: 10.22067/infosci.2023.79041.1139. (Persian).
 17. Somi, N. G., & dejager, K. (2005).The role of academic libraries in the enhancement of information literacy: A study of Fort Hare library. *South African Journal of Libraries and Information Science*. 71(3): 259-267.
 18. Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Information Science Research (special issue)*. 3(2): 49-55.