

مبانی نیازسنجی اطلاعات

اطلاع رسانی دوره ۱۲ شماره ۴ - تابستان ۱۳۷۶

نوشته: محمود بابایی

عضو هیئت علمی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

کلیدواژه‌ها: نیازسنجی، نیازهای اطلاعاتی، نیازسنجی اطلاعات، چکیده:

نیازسنجی ابزاری است که به وسیله آن می‌توان اطلاعاتی را درباره کاربران و مصرف‌کنندگان تولید کرد. یکی از کاربردهای مهم این ابزار در مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌ها است. کسب مهارت در سنجش نیازهای اطلاعاتی و به کار گرفتن آن، مقدم بر کلیه اقداماتی است که در زمینه طراحی، مجموعه‌سازی و عرضه خدمات اطلاعاتی از سوی اطلاع‌رسانان و کتابداران صورت می‌گیرد. نیازسنجی اطلاعات مستلزم به کارگیری روش‌های علمی خاص و فنونی است که متناسب با شرایط و اهداف گوناگون نیازسنجی، کاربرد خاص خود را می‌یابد. آنچه در قدم نخست اهمیت دارد توجیه ضرورت نیازسنجی در حوزه اطلاع‌رسانی و به کارگیری نتایج آن در عرضه اشاعه اطلاعات است. سالانه حجم انبوهی از مدارک و اطلاعات با صرف هزینه‌های سنگین گردآوری، آماده‌سازی، سازماندهی و در مخازن دستی و ماشینی ذخیره می‌شود. برای تهیه این مدارک و اطلاعات هزینه‌های ریالی و ارزی معتنا بهی صرف شده و هزینه‌های مضاعفی نیز برای نگهداری و حفاظت از آنها منظور می‌شود؛ اما تاکنون مطالعه علمی و دقیقی درباره نیازهای اطلاعاتی "واقعی" استفاده‌کنندگان صورت نگرفته است. به همین دلیل وضعیت اشاعه اطلاعات در کشور ما کاملاً مبهم است و معلوم نیست اطلاعات بر اساس چه مستنداتی و برای کدام مخاطب باید ارائه گردد. ما هنوز یک روش مدیریتی صحیح، کارآمد و مؤثر برای ارزیابی و اطمینان از این که سیستم اطلاعاتی فراهم شده برای کاربران مفید است یا خیر، در پیش نگرفته‌ایم؛ هیچگاه قدرت سیستم‌های اطلاعاتی در پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران را ارزیابی نکرده‌ایم و از نقاط ضعف و قوت آنها بی‌خبریم؛ همان‌گونه که از نیازهای اطلاعاتی کاربران نیز بی‌اطلاع یا کم‌اطلاع هستیم. از این رو هیچ‌گاه درصد بازنگری و بهبود سیستم‌های اطلاع‌رسانی ایجاد شده بر نمی‌آییم. ولی تهیه و خریداری مدارک و اطلاعات، فرصت هر نوع بازنگری در فعالیت‌ها را از مجموعه‌سازان سلب نموده و نهایتاً زنجیره ارتباط بین منابع اطلاعات و استفاده‌کنندگان را گسسته تر خواهد کرد. حتی با فرض مجموعه‌سازی دقیق و منطبق با برخی از نیازهای کاربران، عرضه مداوم اطلاعات "مناسب" موقوف به شناخت نیازهای پویای آنان است. به تعبیر دیگر، قدرت بقای یک نظام اطلاع‌رسانی پویا در گرو شناخت استفاده‌کنندگان و نیازهای (پویای) آنها است. با گسترش پدیده نوظهور "کاربر نهایی" و تهدید جدی نقش کلیدی کتابداران و اطلاع‌رسانان در عرصه اطلاع‌رسانی، انتظار می‌رود شاهد تحریک جدی متخصصان اطلاع‌رسانی و کتابداران حرفه‌ای در مطالعه علمی نیازهای اطلاعاتی استفاده‌کنندگان باشیم.

نیاز چیست؟

هر ارگانیسم زنده نیازهایی دارد که ارضای این نیازها، شرط بقای ارگانیسم و تکامل آن است. این موضوع درباره انسان نیز صدق می‌کند. هر نوع فعالیت آگاهانه در نهایت به سوی ارضای نیازها هدایت می‌شود و تبیین و تفسیر نیازها در قلمرو علوم مختلف، با جهت‌گیریهای گوناگونی همراه بوده است.

روانشناسان نیاز را پدیده‌ای روانی می‌دانند که منشأ آن در درون انسان است. از نظر روانشناسان، نیاز که در پاره‌ای از نوشته‌ها آن را با انگیزه، خواست، تمایل، و آرزو مترادف دانسته‌اند. به نیروی ذهنی اطلاق می‌شود که موجب انگیزش و سرزدن رفتار خاصی از آدمی می‌گردد تا به ارضای نیاز پدید آمده بینجامد.^(۱)

پویایی نیازها نیز تابع قانونمندی و قواعد خاصی است. مازلو (MASLOW) درباره نیازها و پویایی آن‌ها موضوعاتی را مطرح کرد که موجب مباحث گسترده‌ای در علم مدیریت و رفتار سازمانی گردید. نظریات مازلو درباره سلسله مراتب نیازها از مطرح‌ترین نظریات ارائه شده در زمینه تبیین نیازها است.

جامعه‌شناسان "نیازها" را از نظر پیوستگی و ارتباط فرد با جامعه و محیط پیرامون او مورد مطالعه قرار می‌دهند. در این نوع نگرش، نیازهای جمعی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ نیازهایی که زاینده روابط فرد یا گروه اجتماع است. در این حوزه نیز با تأکید بر جنبه اجتماعی نیازها، نظریه‌هایی برای تبیین آنها ارائه شده است. یافته‌های جامعه‌شناسان در زمینه نیازهای انسان در حوزه خدمات اجتماعی، کنترل بحران‌های سیاسی، اقتصاد و تجارت کاربردهای وسیعی دارد.

بنابراین شناخت و تحلیل نیازها با انگیزه‌های مختلفی همراه است و هر جامعه مجبور است برای ادامه حیات و ثبات خویش، نیازهای موجود را شناسایی و بر اساس آنها برنامه‌ریزی کند. از این‌رو از نظر عملی دو سؤال مطرح است:

۱. چگونه می‌توان نیازهای جامعه را شناخت؟
۲. چگونه می‌توان این نیازها را مبنای برنامه‌ریزی قرار داد؟^(۲)

نیازسنجی چیست؟

نیازسنجی یعنی به کار بردن شیوه‌هایی که بتوان الگوی نیازها و خواسته‌های فرد، گروه و جامعه را تعیین کرد. اولین هدف نیازسنجی تولید اطلاعات درباره نیازهای مردم، سازمان‌ها و جامعه است تا از این طریق، مشارکت مسئولان کاربران (مصرف‌کنندگان) در طراحی، ایجاد، استقرار و تداوم نظام‌ها تأمین شود. نیازسنجی را از ملزومات اولیه جامعه‌ای که به مشارکت مردم در اداره نظام به عنوان یک اصل جدی نظر دارد، به شمار آورده‌اند.^(۳)

در نیازسنجی هیچ چیز به اندازه هدف اهمیت ندارد. سیاستگذاری در گردآوری اطلاعات، تعیین جامعه آماری و به کارگیری روش و فنون مناسب، متأثر از هدف یا اهداف مرتب بر نیازسنجی است.

فرض‌هایی رابه عنوان فلسفه عملی در تصمیم‌گیری برای روش‌شناسی مناسب در نیازسنجی می‌توان طرح کرد:

۱. نیازسنجی یک موضوع چند بعدی است که می‌توان با چندین هدف آن را طرح و اجرا کرد. برنامه نیازسنجی ممکن است به اصلاح سیستم ارتباطی درون سازمان (هدف اول)، برون سازمانی (هدف دوم)، جلب رضایت مراجعه‌کنندگان (هدف سوم)، و تصحیح اطلاعات موجود (هدف چهارم)، و... منجر گردد.

۲. نیازسنجی نیازمند یک روش مطالعه ترکیبی است. نیاز به روش‌های چندگانه، همچنین نیاز به ابزارهای متعدد برای نیازسنجی، از آن‌رو پدید می‌آید که روش‌های علوم اجتماعی به تمام معنا کامل و بی‌نقص نیستند؛ لذا استفاده از روش‌هایی که روش‌های دیگر را کامل کند، گزیر ناپذیر است.

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

۴. نقاط ثقل اطلاعات در جامعه آماری مورد توجه قرار می‌گیرد. این نقاط ثقل ممکن است سازمان‌های حرفه‌ای یا مشاوره‌ای، افراد بسیار مطلع و نظایر آنها باشد.

۵. نیازسنجی اساساً یک مکانیسم ارتباطی است که فاصله بین منابع و کاربران (تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان) را می‌کاهد و روابط آن‌ها را بهبود می‌بخشد.

۶. در فرآیند نیازسنجی، به کاربرانی که اطلاعات از آن‌ها دریافت می‌شود در یک سطح برابر و مساوی نگریسته می‌شود؛ مثلاً در صورتی که موضوع نیازسنجی، بررسی نیازهای اطلاعاتی کارگران صنایع ماشین‌سازی باشد، نظرات کلیه کارگران ماشین‌سازی، از نظر امتیاز و ارزش اطلاعات در یک سطح است.

۷. نیازسنجی یک فرآیند پویا و قابل برنامه‌ریزی دوره‌ای است. اساساً ارزش و اعتبار داده‌های حاصل از نیازسنجی بستگی کامل به دقت و "به هنگام" بودن آن‌ها دارد و این مهم در گرو اجرای نیازسنجی به صورت دوره‌ای است؛ چرا که در جامعه پویا و در حال تغییر و تحول، تنها اطلاعات روزآمد می‌تواند کارساز باشد. (۴)

در راهبرد نیازسنجی باید ملاحظاتی نیز مورد توجه قرار گیرد و مجریان طرح‌های نیازسنجی درباره آن‌ها کاملاً توجیه شده باشند:

الف. مجری یا مجریان مطالعه نیازسنجی - اعم از افراد و سازمان‌ها - چه کسانی هستند؟ آیا صلاحیت آنها اثبات شده است؟ اعتبار اطلاعات حاصل از نیازسنجی بر اساس صلاحیت علمی و اخلاقی مجریان و با توجه به جهان‌بینی، آگاهی، فرهنگ و بینش علمی آنان تعیین می‌گردد.

ب: هدف‌های نیازسنجی چیست؟ تعیین هدف اساسی‌ترین مسئله است و هیچ چیز به اندازه تعیین هدف در نیازسنجی مهم نیست. اگرچه هر نیازسنجی ممکن است ماسئل و مقاصد جنبی داشته باشد، اما هدف‌های اصلی آن باید کاملاً شفاف و به دور از آمیختگی با مسائل جنبی باشد.

ج: در مطالعه نیازسنجی، نیاز چه کسانی سنجیده می‌شود؟ جامعه آماری مورد نظر، با توجه به هدف‌های نیازسنجی، باید کاملاً تعریف شده باشد تا فرایند نیازسنجی، خواسته یا ناخواسته، به سمت و سویی دیگر گرایش پیدا نکند و روایی (Validity) آن حفظ شود.

د. چه نوع سؤالاتی و با چه کیفیتی مطرح می‌گردد؟ دقت در طرح تک تک سؤالات و مطلوب بودن مجموعه آنها باید به گونه‌ای باشد که کلیه مقوله‌های مورد نظر سنجیده شود و پاسخگو با آگاهی کامل، اطلاعات مورد نظر مجریان نیازسنجی را ارائه نماید.

ه. چه منابعی برای نیازسنجی در دسترس هستند؟ این منابع شامل بودجه، نیروی انسانی، زمان، سازمان و تشکیلات است. چون نیازسنجی یک مکانیسم مشارکتی است، مستلزم همکاری جدی بین کاربران (استفاده‌کنندگان)، سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و مجریان و مشارکت مسئولان آنها در کلیه مراحل است.

نیازهای اطلاعاتی

یکی از مهمترین نیازهای انسان به عنوان یک ارگانیسم زنده و پیچیده، "نیازهای اطلاعاتی" است. این اطلاعات دو محور دارد:

- اطلاعات درباره خود انسان
- اطلاعات درباره محیط پیرامون و پدیده‌های مختلف

انسان برای بالا بردن شأنش بقای خود و سازگاری و انطباق با محیط و شرایط درونی و بیرونی، ناگزیر از کسب چندین اطلاعاتی است. مغز انسان به مثابه برترین عضو مراقب در تطابق رفتاری با محیط، اساساً بر مبنای پردازش اطلاعات موجود و داده‌های کسب شده فعالیت می‌کند. دو مجرا برای دریافت این اطلاعات وجود دارد: نخست دریافت اطلاعات از راه اندوخته بشری و آنچه به نام "دانش، ذخیره علمی و اطلاعاتی" یا "میراث علمی" وجود دارد؛ دوم از طریق تولید اطلاعات برای رفع نیازهای اطلاعاتی خاص. راه دوم به آن حوزه فعالیت بشر که عنوان "علم" دارد مربوط می‌شود. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که هدف از "فعالیت علمی" برآوردن "نیازهای اطلاعاتی" است. نیاز به "کارآیی فعالیت‌ها" در برآوردن نیازهای اطلاعاتی سبب موجودیت یافتن یک حوزه مستقل یا شاخه علمی به نام "علوم اطلاع‌سانی" گردیده است. موضوع این شاخه علمی، مطالعه نیازهای اطلاعاتی و روش‌های برآوردن آن است. پیش از موجودیت رسمی "علم اطلاع‌سانی" رسانی، نیازهای اطلاعاتی توسط روانشناسان مورد مطالعه قرار می‌گرفت. آنان به این نکته توجه کردند که "نیازهای اطلاعاتی" یک حالت روانشناسانه فردی است که به شکل یک نوع "نارضایتی" یا "رنج و مشقت" در حواس متجلی می‌گردد. آنان نیازهای اطلاعاتی را پدیده‌ای پویا می‌شناختند؛ پدیده‌ای که به طور متوالی ظاهر می‌شود.

سابقه مطالعه نیازهای اطلاعاتی

"کتاب سال (۱۹۷۳) FID" از حدود ۱۴۴ عنوان منبع اطلاعاتی نام می‌برد که به مطالعه درباره نیازهای اطلاعاتی پرداخته و هم‌گی تنها در دوره زمانی ۷۶ - ۱۹۷۳ منتشر شده بودند. به موجب یک بررسی که در سال ۱۹۷۹ انجام گرفت، طی سال‌های ۷۸ - ۱۹۷۲ تعداد عناوینی که به مطالعه نیازهای اطلاعاتی پرداخته بودند به ۱۱۷ عنوان رسید.

تا نیمه دوم سال ۱۹۹۶، بنابر مستندات LISA¹ 676 عنوان مطالعه که اختصاصاً به بررسی نیازهای اطلاعاتی پرداخته، انجام گرفته است. در بیش از ۲۰۰۰ عنوان از اطلاعات گردآوری شده در LISA تا تاریخ ۱۹۹۶ یکی از محورهای بررسی‌ها، نیازهای اطلاعاتی بوده است و در بیش از ۷۰۰۰ رکورد، به طور مستقیم یا غیرمستقیم به "نیازهای اطلاعاتی" اشاره شده است. (۵)

تعریف نیازهای اطلاعاتی

تأکید فراوان بر ضرورت تعریف نیازهای اطلاعاتی، در حالی که حتی در تعریف واژه کلیدی "اطلاعات" نظرات و برداشت‌های گوناگونی وجود دارد، مانع از مطالعه و تفهیم "نیاز اطلاعاتی" نیست. بنابراین در این بحث مفهوم نیازهای اطلاعاتی، به عنوان نقطه ثقل و به منزله یک مفهوم اساسی که حالت روانشناختی انسان را - در مصادیق فردی - تعیین می‌کند، مورد توجه قرار می‌گیرد. بدیهی است محدوده، محتوا، و مضمون همه عوامل مؤثر بر "نیازهای اطلاعاتی"، به دلیل تبعیت از زمان و مکان، عملاً نمی‌تواند تعریف دقیقی داشته باشد.

منابع موجود در تعریف "نیازهای اطلاعاتی" تنها به بیان این نکته بسنده نکرده‌اند که "نیازهای اطلاعاتی" نیازهایی هستند که از طریق خدمات اطلاع‌رسانی و مواد کتابخانه‌ای ارضا می‌شوند.

انواع نیازهای اطلاعاتی

در یک طبقه‌بندی بر اساس ماهیت نیازهای اطلاعاتی، این نیازها را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم کرد: (۶)

۱. نیازهای اطلاعاتی عینی
 ۲. نیازهای اطلاعاتی مسئله‌گرا
- در نیاز اطلاعاتی عینی، حد و مرز نیاز اطلاعاتی به خوبی روشن است و به همین لحاظ پاسخگویی کامل و دقیق به این نوع نیازها و ارضای آنها به دلیل سهولت انتقال و شفاف بودن سؤال امکان‌پذیر است و هر استفاده‌کننده، دقیقاً به پاسخ مورد نظر دسترسی پیدا می‌کند. مثال‌های زیر، نمونه نیازهای اطلاعاتی عینی هستند:
- چند نشریه در ماه گذشته وارد کتابخانه شده است؟
 - در شرایط استاندارد، درجه حرارت ذوب مس چه میزان است؟
 - بالاترین مبلغ شهریه در مدارس غیرانتفاعی شهر تهران چقدر است؟
 - سود سپرده‌های کوتاه مدت در بانک کشاورزی چقدر است؟
- در نیاز اطلاعاتی مسئله‌گرا، با توجه به عدم تدقیق مضمون، چه بسا پاسخگویی به نیاز موجب واکنش‌های متفاوت در افراد شود؛ چرا که نیاز اطلاعاتی ممکن است با پاسخ‌های مختلفی که نتیجتاً تفسیرهای مختلفی دارد ارضا شود. مثال‌های زیر، نمونه نیازهای اطلاعاتی مسئله‌گرا هستند:
- آیا ترجمه هوشمند متون فارسی امکان‌پذیر است؟
 - چگونه می‌توان نیازهای اطلاعاتی را ارضا نمود؟
 - کاربرد روش‌های آماری در پژوهش‌های اطلاع‌رسانی چگونه است؟
 - چگونه می‌توان غده‌های بدخیم را درمان کرد؟
- خصوصیات این دو نوع نیاز اطلاعاتی را می‌توان بدین گونه توصیف کرد: (۷)

نیازهای اطلاعاتی عینی نیاز اطلاعاتی مسئله‌گرا

| | |
|---|--|
| موضوع و مضمون کاملاً تحدید شده و روشن است. درخواست اطلاعات، با بیانی روشن و واژه‌هایی دقیق، اظهار می‌شود. سرعت ارضای نیاز اطلاعاتی بستگی به سرعت ارائه مدرک دارد. با دریافت اطلاعات، نیاز کاملاً مرتفع می‌گردد. | حدود موضوع و مضمون به وضوح تعریف و تدقیق نشده است. درخواست اطلاعات لزوماً با نیاز منطبق نیست. نیاز اطلاعاتی در هر شرایط به طور کامل ارضا نمی‌گردد. محدوده و مضمون نیاز اطلاعاتی ممکن است هنگام دریافت اطلاعات یا دریافت مدارک دستخوش تغییر گردد و حتی گسترش یابد. برای مدت طولانی همچنان باقی می‌ماند. |
|---|--|

نیازسنجی اطلاعات

زبان طبیعی به عنوان ابزار انتقال نیازهای اطلاعاتی، نارسا و فاقد کفایت لازم است و نمی‌تواند به طور جامع، کامل و دقیق، "خواسته‌های درونی را به مخاطب انتقال دهد. افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها نیز همیشه در تشخیص و انتقال نیازهای خود موفق نیستند؛ خصوصاً آن که متغیرهای زیادی بر تشخیص و انتقال نیازها اثر می‌گذارند که شاخص‌ترین آنها "تبلیغات" است. به دلیل این نارسایی‌ها، در ارضای نیازهای مشکلاتی پدید می‌آید. نیازهای ذهنی (Felt Needs) که مبتنی بر احساس و درک فرد، گروه یا سازمان است و ممکن است با نیازهای واقعی (Real Needs) کاملاً مغایر باشند، عنان امور را به دست می‌گیرند و مسیر تأمین نیازها اطلاعاتی واقعی را به انحراف می‌کشاند. از این رو "نیازسنجی اطلاعات" به کمک روش‌های علمی و معتبر قدم به میدان می‌گذارد و ضرورت "نیازسنجی اطلاعات" را قبل از هر گونه عملیات در زمینه طراحی، مجموعه‌سازی (سازماندهی و ذخیره) و اشاعه اطلاعات مطرح می‌سازد.

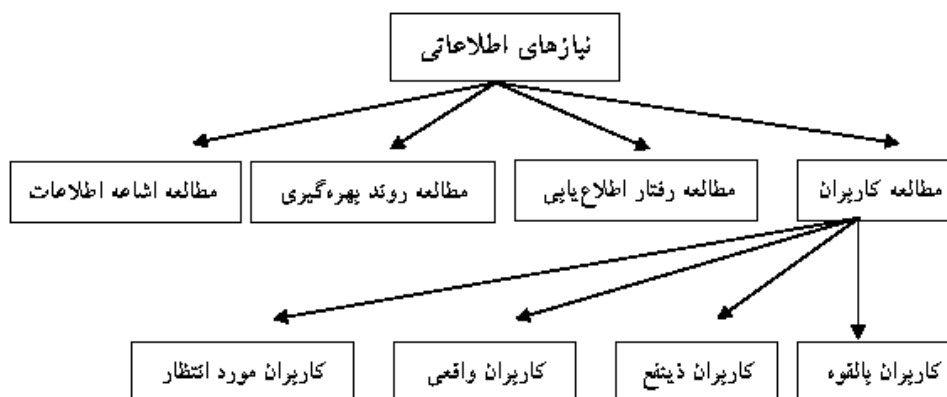
- نیازسنجی اطلاعات فرآیند پیچیده‌ای است و برخی عوامل به این پیچیدگی می‌افزایند؛ مثلاً:
- محققان هنگام دسترسی به اطلاعات نیاز به مدارک اصلی دارند، در حالی که برنامه‌ریزان به چکیده نقطه‌نظرات نیازمندند. (این نیازها از نظر نوع منابع اطلاعاتی که برای تأمین آنها مورد نیاز است متفاوت‌اند).
 - استفاده از اطلاعات به روش‌های گوناگون و با نگرش‌های مختلف انجام می‌پذیرد.
 - دسترسی به یک مجموعه با شکل خاص و در یک زمان خاص، برای تأمین نیاز ضرورت دارد.
 - جنبه‌های اطلاعات و کانال ارتباطات، پیچیده هستند.
 - جنبه‌های گوناگون در رفتار اطلاع‌یابی و توانایی‌های فردی در دسترسی به اطلاعات، ابعاد این فعالیت را گسترش می‌دهند.
 - اخلاقیات فردی در بیان نیازهای اطلاعاتی، نظیر تظاهر به روشنفکر مآبی در اعلام نیازهای اطلاعاتی، ممکن است موجب شود نیازها به گونه‌ای غیرواقعی جلوه نماید.

روش‌های نیازسنجی اطلاعات

- یونسکو برای تعیین نیازهای اطلاعاتی سه روش مطالعه را توصیه می‌کند:
- خودکاوی کاربران؛ در این روش بر اساس یک الگوی داده شده، کاربران نیازهای اطلاعاتی خود را که مرتبط با وظایف محوله شغلی و حرفه‌ای‌شان است، گزارش می‌کنند.
 - پرسش و مصاحبه؛ در این روش نتایج حاصل از مذاکره و ارتباط متخصصان اطلاع‌رسانی و کاربران مورد توجه قرار می‌گیرد.
 - سفارش‌های اطلاعاتی کاربران؛ سوابق سفارش اطلاعات توسط کاربران منجر به تهیه یک الگو از نیازهای آنان می‌گردد.

بررسی‌های دیگر نیز، با مقوله‌بندی حوزه نیازسنجی، سعی در دستیابی به اصولی پایدار برای انجام نیازسنجی اطلاعات نموده‌اند. در یک تقسیم‌بندی کلی، نیازهای اطلاعاتی را در قالب چهار گروه از مفاهیم می‌توان بررسی نمود:

۱. مطالعه درباره اشاعه و توزیع اطلاعات؛
۲. مطالعه کاربران؛
۳. مطالعه رفتار اطلاع‌یابی کاربران و علل بروز یک رفتار اطلاعاتی؛
۴. مطالعه روند بهره‌گیری و کاربرد اطلاعات از طریق سنجش و اندازه‌گیری. (۸)



برای انجام نیازسنجی به تناسب حوزه فعالیت، اهداف، کاربردها و وسعت دامنه فعالیت، روش‌های مختلفی پیشنهاد شده است. نیازسنجی در یک بیان کلی می‌تواند محدود به مطالعه موضوعات، مطالعه سازمان و پیرامون آن، مطالعه محیط کاربران و مطالعه خود کاربران باشد. اما روش‌های مطالعه دیگری نیز هستند که در موارد خاص، کاربرد مؤثری در نیازسنجی اطلاعات می‌یابند. این روش‌ها که عمدتاً از علوم اقتصادی و علوم اجتماعی سرچشمه گرفته‌اند، به طور اجمال در جدول زیر خلاصه شده‌اند. در ادامه توضیح مختصری نیز درباره هر یک از ستون‌های افقی و عمودی جدول ارائه می‌شود.

کاربرد روش‌شناسی تحقیق در انواع مطالعه نیازسنجی اطلاعات (۹)

| نوع مطالعه | روش شناسی تحقیق | مطالعه نیاز ضروری | مطالعه نیاز بالقوه | مطالعه خواسته‌ها | مطالعه هدف‌گرا | مطالعه جمعیتی | مطالعه کاربران | مطالعه شیوه زندگی | مطالعه خروجی مورد نیاز | مطالعه اثربخشی |
|----------------|-----------------|-------------------|--------------------|------------------|----------------|---------------|----------------|-------------------|------------------------|----------------|
| پرسشنامه‌ای | | | | * | * | * | * | * | | * |
| تحلیل آماری | | | | * | | | * | | | * |
| تکنیک میزگرد | | * | | * | | | * | | | * |
| بحث گروهی | | | | * | * | | * | | | |
| روش سیستمی | | | | * | * | | * | | * | * |
| مشاهده‌ای | | | | * | * | | * | | | |
| حدس و تخمین | | * | * | | | | * | | | |
| تحلیل استنادی | | | | * | * | | * | | * | |
| تحلیل محتوا | | | | * | * | | * | | | |
| بیان افکار | | | | * | * | | * | | | |
| آزمون | | | | * | * | | * | | * | |
| مصاحبه | | | | * | * | * | * | * | | * |
| یادداشت روزانه | | | | * | * | | * | | | |

انواع نیازسنجی اطلاعاتی

۱. **مطالعه نیازهای ضروری:** نیاز قطعی و ضروری ارباب رجوع (کاربران) چیست؟ چه نوع اطلاعاتی برای سازگاری اولیه فرد با محیط و جامعه ضروری است؟ یک شهروند فریخته از چه دانش و اطلاعاتی باید برخوردار باشد؟
۲. **مطالعه نیازهای بالقوه:** با مطالعه وضعیت کنونی کاربران می‌توان شدت و میزان نیازهای بالقوه آتی را بررسی کرد و با تحلیل این نیازها، بنیان و شالوده سیاست گردآوری اطلاعات را پی‌ریزی نمود. این مطالعه در حوزه‌هایی اجرا می‌شود که مجموعه‌سازان ناگزیر از گردآوری بی‌هدف و سیری‌ناپذیر اطلاعات هستند. تعریف جامع و مانع نیازهای اطلاعاتی بالقوه می‌تواند سیاست‌گذاری گردآوری را سامان بخشد.
۳. **مطالعه خواسته‌ها:** کاربران در "درخواست"‌های چه امکانات و تسهیلات اطلاعاتی را طلب می‌کنند؟ تصور آنها از نیازهای اطلاعاتی شان چیست؟
۴. **مطالعه هدف‌گرا:** مطالعه هدف‌گرا با این فرض انجام می‌گیرد که کاربران برای نیل به اهداف خود، درخواست اطلاعات می‌کنند؛ لذا اطلاع‌رسانان و کتابداران باید با توجه به هدف‌های کاربران شناخت آنها، نیازهای آنان را تبیین کنند. این مهم می‌تواند از طریق دسته‌بندی کاربران در گروه‌های تخصصی یا دیگر طبقه‌بندی‌های مورد نیاز، عملی گردد.
۵. **مطالعه جمعیتی:** تبیین ویژگی‌ها و تحلیل شاخص‌های جمعیتی به منظور ایجاد ارتباط بین گروه‌ها و لایه‌های گوناگون جمعیتی با منابع اطلاعاتی صورت می‌گیرد.
۶. **مطالعه کاربران:** مطالعه رفتار اطلاع‌یابی کاربران برای تعیین مدل‌های جستجوی آنها در منابع است، تا مشخص گردد چه اطلاعاتی، به چه شکل و با چه شیوه دسترسی در اختیار کاربران قرار گیرد.
۷. **مطالعه شیوه زندگی:** در مطالعه شیوه زندگی و درک عادات زندگی روزمره، تلاش بر این است که تصویری کامل از سبک و عادات زندگی کاربران، اعم از این که از امکانات و منابع اطلاعاتی استفاده بکنند یا نکنند، به دست آید. نتایج این مطالعه می‌تواند در پیش‌بینی نیازهای اطلاعاتی و مجموعه‌سازی مورد استفاده قرار گیرد.
۸. **مطالعه خروجی ضروری:** این مطالعه با این نگرش انجام می‌گیرد که هر سیستم دارای خروجی‌هایی است که می‌تواند ورودی سیستم‌های دیگر قلمداد گردد. مطالعه این خروجی‌ها که سیستم‌ها را سلسله‌وار به یکدیگر مرتبط می‌سازد، نیازهای اطلاعاتی سیستم‌ها را تعیین می‌کنند.
۹. **مطالعه اثربخشی:** در این مطالعه سعی بر این است که مشخص گردد کاربران و سیستم‌ها چگونه با اطلاعات برخورد می‌کنند و اطلاعات، در بهبود و اثربخشی چه جایگاهی دارد؛ آیا اطلاعات به گونه‌ای به سیستم منتقل می‌شود که اثربخشی سیستم را افزایش دهد؟ نیازهای اطلاعاتی برای افزایش اثربخشی کدام‌اند؟

روش‌های تحقیق [۱۴]

۱. **پرسشنامه‌ای:** در روش پرسشنامه‌ای، محقق با هدف گردآوری داده‌ها درباره مسئله مورد بررسی، سؤالاتی را در قالب نوشتار طرح می‌کند و در اختیار فرد یا افرادی که در جامعه آماری تعریف شده‌اند می‌گذارد و سپس پاسخ‌ها را گردآوری، تدوین، تحلیل و تبیین می‌نماید.
۲. **تحلیل آماری:** روش تحلیل آماری به هر نوع علمیات بر روی داده‌های موجود اطلاق می‌شود که منجر به "استنباط خاصی" از جامعه آماری گردد.
۳. **تکنیک میزگرد:** پژوهشگر با فراخوانی صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران موضوع مورد نظر، با برنامه‌ریزی منظم و مرحله‌ای و تعیین جایگاه هر کدام از شرکت‌کنندگان در میزگرد، زمینه بحث و بررسی درباره موضوع را فراهم می‌سازد.
۴. **بحث گروهی:** در این روش، اعضای جامعه آماری مورد بررسی در شرایطی قرار می‌گیرند که با گفتگو درباره موضوع‌های مورد نظر پژوهشگر، وی را در دستیابی به داده‌ها یاری دهند و پژوهشگر تنها نقش هدایتگری و راهنمایی مباحثات را به عهده دارد.
۵. **روش سیستمی:** در روش سیستمی، پژوهشگر همه اجزای تشکیل‌دهنده سیستم را در کلیت خود و با توجه به محیط بیرونی، درونی، بازخوردها، روابط، نیروی انسانی، و... مورد ملاحظه قرار می‌دهد و با چنین نگرشی، پدیده یا موقعیت مورد نظر را بررسی می‌کند.^(۱۰)
۶. **مشاهده‌ای:** در روش مشاهده‌ای افراد متخصص و آزموده، با هدف مشخص، از طریق مشاهده پدیده‌ها یا موقعیت‌های خاص، اقدام به گردآوری داده‌ها و ثبت ویژگی‌های آنها، به همان صورتی که هست، می‌کنند.
۷. **حدس و تخمین:** اطلاعاتی درباره یک پدیده یا موقعیت خاص همواره در دسترس یا سهل‌الوصول نیست و بنا به ضرورت، پژوهشگر با استفاده از پیشینه‌های ذهنی و تجارب خود و ظواهر موجود می‌تواند فرض‌هایی را مطرح سازد و عملیات خود را بر مبنای آن‌ها دنبال کند. حدس و تخمین باید متکی به شواهد و توجیه‌پذیر باشد.
۸. **تحلیل استنادی:** یکی از روش‌های مهم در تحلیل نیازهای اطلاعاتی، تحلیل استنادی است. در این روش پژوهشگر به تحلیل منابعی می‌پردازد که کاربران در آثار مکتوب علمی به آنها استناد یا مراجعه نموده‌اند.
۹. **تحلیل محتوا:** تحلیل محتوا یک روش نقد و ارزیابی متون برای تعیین بسامد ظهور اطلاعاتی مربوط به یک واژه، کلمه و تعبیر در متن است. این روش در مطالعات مربوط به ارتباطات و رسانه‌ها کاربرد وسیعی دارد.
۱۰. **بیان افکار:** در این روش پژوهشگر با استفاده از شیوه‌های خاص، کاربر را در موقعیتی قرار می‌دهد که بتواند ذهنیات خود را بدون منابع بر زبان جاری سازد.
۱۱. **آزمون:** آزمون به فونونی اطلاق می‌شود که با کمک آن یک پرسش، مسئله یا کار در برابر پاسخگو و در سطح ضمیر خودآگاه وی طرح می‌شود و درستی پاسخ‌های او یا اثر عملکردش به لحاظ دانش و مهارت لازم برای انجام آن کار مورد آزمون قرار می‌گیرد. این فنون شامل آزمون‌های عینی، پرسش کتبی از پاسخگو، و آزمون نحوه عملکرد است. در آزمون نحوه عملکرد، پژوهشگر آزمودنی‌ها را در شرایط ویژه‌ای قرار می‌دهد و معمولاً از ابزار مکانیکی و الکترونیکی استفاده می‌کند.^(۱۱)
۱۲. **مصاحبه:** در این روش پژوهشگر برای دسترسی به داده‌ها به گفتگوی مستقیم حضوری یا غیرحضوری با کاربران می‌پردازد و مطابق طرح از قبل تعیین شده، سؤالات مورد نظر خود را طرح و پاسخ‌های دریافتی را ثبت می‌کند. تعامل پژوهشگر و پاسخگو در این روش بسیار مهم است.
۱۳. **یادداشت روزانه:** برخی کاربران به دلیل موقعیت‌های خاص خود، مسائل، مشکلات، بن‌بست‌ها و نتایج کارهای خود را در طی فعالیت روزانه یادداشت می‌کنند.

پی‌نوشت‌ها

[1]. Library and Information Science Abstracts (LISA)

[2]. Concrete Information Needs

[3]. Problem - Oriented Information Needs

[۴] هر کدام از روش‌های تحقیق که به آنها اشاره شده خود نیازمند توضیحات مفصل و جداگانه‌ای است که درباره آنها کتابها و مقالات بسیار زیادی انتشار یافته و در این بحث نیز صرفاً به ارائه تعریفی موجز از آنها اکتفا شده است.

منابع

- رحیم نیک، اعظم. تئوری نیازها و انگیزش. دانشگاه آزاد اسلامی. تهران، ۱۳۷۴. ص ۹
رفیع پور، فرامرز. جامعه روستایی ایران و نیازهای آن. شرکت سهامی انتشار. تهران، ۱۳۶۴. ص ۴۵
3. Summers, Gene F. et al. **Needs Assessment**. Iowa State University Press. 1987.p.9
 4. Neuber, A.Keith. **Needs Assessment. A Model for Community Planning**. Sage Publications. 1980.p.24
 5. Bowker Saur. **LISA : Library and Information Science Abstracts**. Spring 1996
 6. **"The Needs for Information and Some Aspects of Information Retrieval Systems Construction"**. ASIS No.39(2). 1988. pp.86-91
 7. Devadson, Francis and Lingam, P.Pandla. **"A Methodology for Identification of Information Needs of Users"**. IFLA Journal. No.23.1997. p.42
 8. UNESCO. **Function and Organization of National Documentation Center in a Development Country**. France. 1975 pp.447-450
 9. Hill H., Kathrine. "Methods of Analysis of Information Needs". Texas Woman's. 1987. p.22
 10. Stoner J.A.F.; R.E. Freeman; D.R. Gilbert. **Management**. Prentice-Hall Internationl. 1995.pp. 46-48
۱۱. کریشان کومار. روش‌های پژوهش در کتابداری و اطلاع‌رسانی. ترجمه فاطمه رهادوست. کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۷۴. ص ۲۸۰