

تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر رفتار برنامه‌ریزی نشده کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی

هادی هراتی^۱، فاطمه نوشین فرد^۲، علیرضا اسفندیاری مقدم^۳، فهیمه باب‌الحوائجی^۴، و نجلا حریری^۵

چکیده

هدف پژوهش حاضر، سنجش تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر رفتار برنامه‌ریزی نشده کاربران در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی است که با روش پیمایشی-تحلیلی انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود. جامعه پژوهش شامل دانشجویان عضو کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های فردوسی مشهد، شهید چمران اهواز، تبریز، شیراز و پردیس دانشگاه تهران بودند. پس از تعیین روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه و در داخل هر طبقه به صورت تصادفی، تعداد ۷۰۰ پرسشنامه توزیع و ۶۵۴ پرسشنامه مبنای تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مسیر و نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. نتایج نشان داد، عوامل فرهنگی با ضریب تأثیر ۰/۴۹، و عوامل اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۸۶، از طریق ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی تأثیرگذار هستند. همچنین ویژگی‌های فردی کاربران با ضریب مسیر ۰/۹۴ تأثیر مستقیم مثبت و معنی‌داری بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی دارد. بنابراین، با توجه به ضرایب مسیر به دست آمده، تأثیر عوامل اجتماعی بر بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعین در استفاده از منابع یا خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی بیشتر از عوامل فرهنگی بود. براین پایه، کتابخانه‌های دانشگاهی باید به منظور استفاده بهینه از منابع و خدمات خود به عوامل فرهنگی و اجتماعی و ویژگی‌های فردی مؤثر بر رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعان، توجه ویژه‌ای داشته باشند. نتیجه این توجه، استفاده بیشتر از منابع و خدمات کتابخانه‌ها، جذب مخاطب و افزایش سطح آگاهی و اطلاعات مراجعان خواهد بود.

کلیدواژه‌ها: عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی، رفتار اطلاع‌یابی، رفتار برنامه‌ریزی نشده، کتابخانه دانشگاهی

^۱ . دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

hadiharati^{۷۷}@gmail.com

^۲ . دانشیار گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

nooshinfard@srbiau.ac.ir

^۳ . دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران. ali.isfandyari@gmail.com

^۴ . دانشیار گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

f.babalhavaeji@srbiau.ac.ir

^۵ . استاد گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. n-hariri@srbiau.ac.ir

The impact of cultural and social factors on the unplanned behavior of academic libraries users

Hadi Harati¹, Fatemeh Nooshinfard², Alireza Isfandyari-Moghaddam³, Fahimeh Babalhavaeji⁴, Nadjla Hariri⁵

Abstract

The present study was performed to measure the impact of cultural and social factors on the unplanned behavior of academic libraries users. The study is done by survey-analytical method. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. The research population included the students of the central libraries of Ferdowsi University of Mashhad, Shahid Chamran of Ahvaz, Tehran, Tabriz and Shiraz. After determining the validity and reliability of the questionnaire, a total of 400 questionnaires were distributed and 304 questionnaires were analyzed by using stratified sampling method proportional to the size of population. The path analysis and LISREL software were used to analyze the data. The results indicated that the cultural factors with impact factor 0.49 and social factors with impact factor 0.86 affect the unplanned behavior of users to use the resources and services of academic libraries through their individual characteristics. As well as individual characteristics with impact factor 0.94 affect the unplanned behavior of users to use the resources and services of academic libraries. Therefore, considering the path coefficients obtained, the effect of social factors on the incidence of unplanned behaviors in the use of academic library resources and services was higher than cultural factors. The academic libraries must, in order to optimize use of their resources and services pay special attention to be effective cultural and social factors and individual characteristics on the unplanned behavior of users. The result of this attention will be the further use of library resources, attracting audience and increased awareness and information of the users.

Keywords: Cultural factors, Social factors, Information seeking behavior, Unplanned behavior, Academic library

¹ . PhD student of Knowledge and Information Science, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: hadiharati^{YY}@gmail.com

² . Associate Professor of Department of Communication and Knowledge Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: nooshinfard@srbiau.ac.ir (Corresponding Author)

³ . Associate Professor of Department of Knowledge and Information Science, Hamadan Branch, Islamic Azad University, Hamadan, Iran. Email: ali.isfandyari@gmail.com

⁴ . Associate Professor of Department of Communication and Knowledge Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: f.babalhavaeji@srbiau.ac.ir

⁵ . Professor of Department of Communication and Knowledge Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: n-hariri@srbiau.ac.ir

مقدمه

مهم‌ترین هدف از مجموعه‌سازی^۱ و سازمان‌دهی^۲ منابع و برنامه‌ریزی خدمات در یک مرکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه دانشگاهی، اشاعه^۳ آن منابع و خدمات است. لذا تنها توجه به گردآوری و سازمان‌دهی منابع و خدمات حتی بر اساس نیاز مراجعه‌کنندگان کافی نیست، بلکه کتابخانه‌ها نیازمند کسب اطلاعات دقیق‌تری در خصوص رفتار مراجعان هستند تا با درک نگرش مراجعان بتوانند زمینه مطلوب‌تری برای ارائه خدمات و استفاده بهتر از منابع خود فراهم سازند و به هدف نهایی خود یعنی اشاعه اطلاعات دست یابند. توجه به عوامل مؤثر بر استفاده از منابع و خدمات و نوع برخورد و نگرش مراجعان نسبت به منابع و خدمات از اهمیت بسزایی برخوردار است و مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌هایی که این عوامل را در نظر داشته باشند، در رسیدن به هدف نهایی خود موفق خواهند بود.

به‌طور کلی، رفتار استفاده فرد از منابع یا خدمات اطلاعاتی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی می‌تواند به دو دسته کلی شامل رفتار برنامه‌ریزی‌شده و رفتار برنامه‌ریزی نشده^۴ تقسیم شود. همسو با دیدگاه آجزن^۵ (۲۰۰۶) رفتار برنامه‌ریزی‌شده کاربران در محیط‌هایی مانند کتابخانه‌ها می‌تواند شامل فرایند هدفمند جستجوی منابع اطلاعاتی در نظام‌های جستجو، قفسه‌ها و یا بخش‌های مختلف کتابخانه به‌منظور استفاده از خدمات کتابخانه‌ای در راستای قصد از پیش تعیین‌شده با تصمیم‌گیری عقلانی باشد. با در نظر گرفتن تعریف‌های مطرح‌شده در حوزه بازاریابی (کلور^۶، ۱۹۵۰؛ روک^۷، ۱۹۸۷؛ کیم^۸، ۲۰۰۳؛ بارنیت^۹، ۲۰۰۶)، استفاده برنامه‌ریزی نشده^{۱۰} کاربران از منابع اطلاعاتی یا خدمات کتابخانه‌ای نیز می‌تواند اشاره به تصمیم‌آنی و سریع فرد در جهت استفاده از خدماتی باشد که از قبل برای آن برنامه‌ریزی نشده است. این‌گونه از رفتارها در لحظه رخ می‌دهد و می‌تواند با نیازهای اولیه شخص نیز مرتبط نباشد.

با توجه به آمارهای منتشرشده در ایران در خصوص پایین بودن سرانه مطالعه (سالاری، ۱۳۹۱؛ قاسم و نورمحمدی، ۱۳۹۴؛ واعظی^{۱۱}، ۲۰۱۳) و یا کاهش میزان مراجعه به کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی دانشگاهی یا مراکز مشابه آن

-
- ۱ . Collecting
 - ۲ . Organization
 - ۳ . Dissemination
 - ۴ . Unplanned Behavior
 - ۵ . Ajzen
 - ۶ . Clover
 - ۷ . Rook
 - ۸ . Kim
 - ۹ . Burnett
 - ۱۰ . Impulsive
 - ۱۱ . Vaezi

(عبدالوند و غفاری آشتیانی، ۱۳۸۸؛ محمدزاده و بزرگی، ۱۳۹۱)، توسعه و گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی و استفاده بیشتر از محیط‌های کتابخانه‌ای می‌تواند از اهمیت بسیاری برخوردار باشد. یکی از روش‌های برطرف نمودن این مسئله، ایجاد شرایطی است که از تمامی منابع و خدمات تخصصی و یا عمومی کتابخانه‌ها استفاده شود. به عبارت دیگر منابع یا خدماتی در کتابخانه‌ها هستند که در شرایط عادی بدون استفاده یا کم استفاده‌اند ولی می‌شود با راهکارهایی استفاده از آن‌ها را افزایش داد و از اتلاف هزینه‌ای که صرف تهیه یا ارائه آن‌ها شده است، جلوگیری کرد.

مراجعه‌کنندگان اغلب با انگیزه و برنامه‌ریزی قبلی نسبت به استفاده از منابع یا خدمات خاصی به کتابخانه مراجعه می‌کنند ولی همین افراد در هنگام مراجعه و قرار گرفتن در محیط کتابخانه، ممکن است با محرک‌هایی روبرو شوند که آن‌ها را به سمت استفاده از منابع یا خدماتی سوق دهد که از قبل برای آن منابع یا خدمات برنامه و نیتی نداشته‌اند. عوامل متعددی رفتار استفاده برنامه‌ریزی نشده مراجعین از منابع اطلاعاتی یا خدمات در کتابخانه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. متأسفانه علی‌رغم اهمیت رفتار برنامه‌ریزی نشده، این نوع رفتار از سوی پژوهشگران در محیط کتابخانه‌ها مورد توجه قرار نگرفته است.

هدف پژوهش

با توجه به اهمیت رفتارهای برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات و قابلیت برنامه‌ریزی برای این نوع از رفتارها توسط مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های دانشگاهی، این پژوهش در پی آن است که تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر رفتار برنامه‌ریزی نشده کاربران در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی را مورد بررسی قرار دهد.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مرتبط با رفتار مراجعان در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی بر رفتار اطلاع‌یابی^۱ و یا رفتار برنامه‌ریزی شده کاربران در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه تأکید کرده‌اند؛ لذا می‌توان گفت موضوع رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌ها موضوعی جدیدی است که تاکنون پژوهشگران از آن غافل شده‌اند. اکثر پژوهش‌های رفتار برنامه‌ریزی نشده، مرتبط با حوزه بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده با عناوین خریدهای آنی، تصادفی و بدون برنامه هستند؛ لذا در ادامه ضمن اشاره به پیشینه پژوهش رفتار اطلاع‌یابی و رفتار برنامه‌ریزی شده، بر این حوزه تأکید شده است.

^۱ . Information seeking behavior

در حوزه رفتار اطلاع‌یابی، بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده در ایران (نارمنجی و نوکاریزی، ۱۳۸۹؛ قاضی دزفولی و بیگدلی، ۱۳۹۱؛ حریری و یاری زنگنه، ۱۳۹۳؛ اسدی و حریری، ۱۳۹۴؛ بیگدلی، حیاتی، حیدری، و جوکار، ۱۳۹۵؛ آقازاده اصل، قاسمی، بیگدلی، و ساکی مالچی، ۱۳۹۶) و خارج از ایران (تیوانت^۱، ۲۰۰۵؛ هاگلند و اولسون^۲، ۲۰۰۸؛ یونگر^۳، ۲۰۱۰؛ کومار و دیگران^۴، ۲۰۱۴؛ نجوزی و دیگران^۵، ۲۰۱۵؛ حقی، رحمان و اس کای^۶، ۲۰۱۶؛ خان، احمد و خان^۷، ۲۰۱۷؛ سوپيرو، کانامان، جاکو و ایستمبر^۸، ۲۰۱۸) به بررسی رفتار و الگوی اطلاع‌یابی یا هدف و انگیزه جامعه مورد مطالعه از جستجوی اطلاعات و منابع و روش‌های کسب اطلاعات توسط آنها در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی و یا محیط‌های الکترونیکی پرداخته‌اند.

برخی از پژوهش‌های این حوزه علاوه بر شناسایی منابع کسب اطلاعات و نیاز اطلاعاتی کاربران، به بررسی عوامل مرتبط با رفتار اطلاع‌یابی نیز پرداخته‌اند. از جمله نوشین فرد (۱۳۸۴) عوامل فردی، محیطی، فرهنگی و اجتماعی را به‌عنوان عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی شناسایی کرد. کشوری، سلطانی و احمدی (۱۳۹۳) نشان دادند که احساس نیاز به اطلاعات، عوامل اقتصادی، داشتن رایانامه، عضویت در شبکه‌های اجتماعی از متغیرهای تأثیرگذار در رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان هستند. یافته‌های پژوهش السالم^۹ (۱۹۸۹) بیانگر نقش بسیار مهم آموزش و پرورش و تحصیلات در رفتار اطلاع‌یابی بود. پالمر^{۱۰} (۱۹۹۱) نشان داد که نوع کار، رشته تخصصی، تجربه، سابقه کار و جنسیت از مهم‌ترین عوامل مرتبط با رفتار اطلاع‌یابی پژوهشگران کشاورزی محسوب می‌شود. همچنین المومن، موریس و ماینارد^{۱۱} (۲۰۱۲) آگاهی کتابخانه، سواد اطلاعاتی، مسائل سازمانی و محیطی، ویژگی‌های منبع و ویژگی‌های جمعیت شناختی (به‌طور خاص جنسیت و ملیت) را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان شناسایی نمودند.

درهمین راستا، پژوهش‌هایی تأثیر عوامل فرهنگی (سبزواری، نیکبخت نصرآبادی، و نگاهبان بنایی، ۱۳۹۳؛ سلیمی فر و جمالی مهمویی، ۱۳۹۵؛ طباطبائی شهرآباد، ۱۳۹۵)؛ عوامل اجتماعی (عاصمی، زمانی، و میرزایی، ۱۳۹۱؛ سبزواری و

^۱ . Thivant

^۲ . Haglund & Olsson

^۳ . Younger

^۴ . Kumar et al.

^۵ . Ngozi et al.

^۶ . Haque, Rahman, & SK

^۷ . Khan, Ahmad, & Khan

^۸ . Superio, Canaman, Jaco, & Estember

^۹ . Al-Salem

^{۱۰} . Palmer

^{۱۱} . Al-Muomen, Morris, & Maynard

دیگران، ۱۳۹۳؛ طباطبائی شهرآباد، ۱۳۹۵) و ویژگی‌های فردی (عاصمی و دیگران، ۱۳۹۱؛ میرزابیگی، ۱۳۹۲) بر رفتار اطلاعاتی کاربران را تأیید نمودند.

در حوزه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، اکثر پژوهش‌های انجام‌شده بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده^۱ آجزن^۲ بناشده‌اند، بناشده‌اند، به عبارتی این نظریه پایه و اساس پژوهش‌های متعددی در این حوزه شده است. بر پایه نظریه برنامه‌ریزی‌شده آجزن (۲۰۰۶)، مهم‌ترین عامل شکل‌دهنده یک رفتار، نیت یا قصد فرد برای انجام آن رفتار است؛ همچنین عوامل نگرشی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده منجر به تمایل‌های رفتاری شده و این تمایل‌ها، بر رفتار فرد تأثیر می‌گذارند. پژوهش‌های حوزه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، نشان از تأیید عوامل مؤثر در نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن بر رفتار افراد در ادراک و استفاده از منابع یا خدمات اطلاعاتی کتابخانه‌ها یا رفتار اطلاع‌یابی آن‌ها (لگزیان، حدادیان، کفاشان، و آسمان‌دره، ۱۳۹۲؛ زره‌ساز، فتاحی، و صنعت جو، ۱۳۹۴؛ کفاشان و دیگران، ۱۳۹۵؛ چنگ، لین، کهن، و چین^۳، ۲۰۰۹؛ کلوباس و کلاید^۴، ۲۰۱۰) یا اشتراک دانش آن‌ها (سو و بوللوجو، ۲۰۰۵) دارد.

سومین حوزه موردبررسی، حوزه رفتار برنامه‌ریزی نشده^۵ است که بر مبنای پیش‌گفته، پژوهش‌های این حوزه تحت عناوین خریدهای آنی، تصادفی و بدون برنامه و مرتبط با رفتار مصرف‌کننده هستند. پژوهش‌های رفتار برنامه‌ریزی نشده داخل ایران، تأثیر ویژگی‌های فردی (نظری و قادری‌عابد، ۱۳۹۰؛ طاهری کیا و نخبه زعیب، ۱۳۹۱؛ جلالی محمدآبادی، ۱۳۹۲؛ عابدی و دیگران، ۱۳۹۴؛ اسماعیل‌زاده و دیگران، ۱۳۹۶) و عوامل اجتماعی (جلالی محمدآبادی، ۱۳۹۲) بر خرید آنی و رفتار برنامه‌ریزی نشده را مورد تأیید قرار دادند. هم‌راستا با پژوهش‌های داخلی این حوزه، پژوهش‌های خارجی (یون و فابر^۶، ۲۰۰۰؛ ترمبلی^۷، ۲۰۰۵؛ پارک، کیم و فورنی^۸، ۲۰۰۶؛ ویروایلایت، سالادین و بگدونیت^۹، ۲۰۰۹؛ میهیک و کورسان^{۱۰}، ۲۰۱۰؛ شارما، سیواکوماران و مارشال^{۱۱}، ۲۰۱۴؛ اوزر و گالتکین^۱، ۲۰۱۵؛ شیانگ، زهینگ، لی و زهو^۲، ۲۰۱۶؛ صوفی و ناچار^۳، ۲۰۱۸) نیز بر اهمیت ویژگی‌های فردی در رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعان تأکید کردند.

^۱ . Theory of Planned Behaviour

^۲ . Ajzen

^۳ . Chang ،Lin ،Chen & Chin

^۴ . Klobas & Clyde

^۵ . Unplanned Behaviour

^۶ . Youn & Faber

^۷ . Tremblay

^۸ . Park, Kim, & Forney

^۹ . Virvilaitė, Saladienė, & Bagdonaitė

^{۱۰} . Mihić & Kursan

^{۱۱} . Sharma, Sivakumaran, & Marshall

روش‌شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی است که با روش پیمایشی-تحلیلی انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی صوری و محتوایی استفاده شد و به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه، تعداد ۳۰ عدد پرسشنامه بین جامعه آماری توزیع شد و مقدار آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار SPSS محاسبه گردید که نتایج به‌دست‌آمده برای متغیرهای حاصل از پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بود، لذا پایایی پرسشنامه تأیید گردید. برای تحلیل داده‌ها از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری با نرم‌افزار لیزرل ۸/۵ استفاده شد.

جامعه آماری پژوهش حاضر، دانشجویان عضو کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های فردوسی مشهد، تبریز، شیراز، شهید چمران اهواز و پردیس دانشگاه تهران، در تمام مقاطع و حوزه‌های تحصیلی شامل ۶۹۳۵۱ نفر بودند. به‌طور کلی حجم نمونه در روش‌شناسی مدل‌یابی معادلات ساختاری می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده (نمونه) به ازای هر متغیر مشاهده‌شده (گویه‌های پرسشنامه) تعیین شود. بنابراین خواهیم داشت: $5q \leq n \leq 15q$ که در آن q تعداد متغیرهای مشاهده‌شده (گویه‌های پرسشنامه) و n حجم نمونه است (عبدالوند و غفاری آشتیانی، ۱۳۸۸). به‌منظور کاهش واریانس خطای نمونه‌گیری و افزایش معرف بودن نمونه و به دلیل استفاده از روش تحلیل مسیر، با توجه به پرسشنامه ۴۲ گویه‌ای پژوهش، با در نظر گرفتن ۱۵ مشاهده برای هر گویه، تعداد ۶۳۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه تعیین گردید. جهت گردآوری اطلاعات از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه و در داخل هر طبقه به‌صورت تصادفی استفاده شد.

با توجه به الگوی مفهومی پژوهش حاضر (شکل ۱)، که بر پایه عوامل فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذار بر رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعان و پیشینه‌های پژوهشی مرتبط در این خصوص، شکل گرفت، فرضیه‌های پژوهش عبارت‌اند از:

فرضیه ۱: عوامل فرهنگی از طریق ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد.

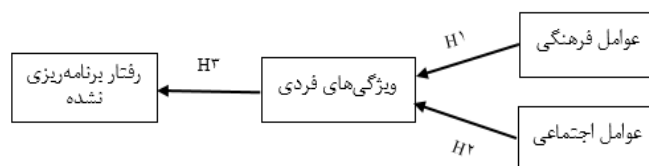
فرضیه ۲: عوامل اجتماعی از طریق ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد.

فرضیه ۳: ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد.

^۱ . Ozer & Gultekin

^۲ . Xiang, Zheng, Lee, & Zhao

^۳ . Sofi & Najjar

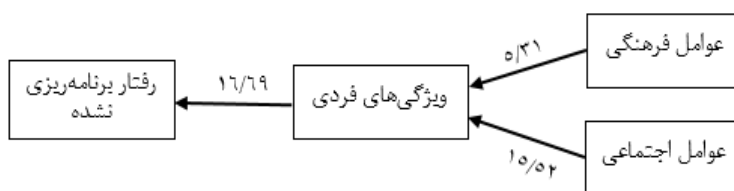


شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش

یافته‌ها

از مجموع ۶۳۰ نفر مشارکت‌کننده در این پژوهش ۳۱۶ نفر مرد و ۳۱۴ نفر زن بودند. از نظر رده سنی بیشترین مشارکت‌کنندگان (۴۸۶ نفر) در بازه سنی ۱۸ تا ۳۰ بودند. همچنین، از نظر دانشگاه محل تحصیل ۲۰۳ نفر در دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۱۸ نفر در دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۰ نفر در دانشگاه شیراز، ۷۵ نفر در دانشگاه تبریز و ۱۰۴ نفر در پردیس دانشگاه تهران مشغول به تحصیل بودند. بر مبنای حوزه تحصیلی نیز ۲۰۲ مشارکت‌کننده در رشته‌های علوم انسانی، ۱۵۰ نفر در علوم پایه، ۱۸۴ نفر در رشته‌های فنی و مهندسی و ۷۲ نفر در رشته‌های کشاورزی، منابع طبیعی و دامپزشکی و ۲۲ نفر در رشته‌های هنر در حال تحصیل بودند که از این تعداد، ۳۲۷ نفر دانشجوی کارشناسی، ۱۹۰ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۱۱۳ نفر دانشجوی دکتری بودند.

بر پایه الگوی مفهومی، پژوهش حاضر شامل سه فرضیه است. مقادیر آماره t مربوط به الگوی پژوهش، در شکل ۲ ارائه شده است. در این شکل، مسیرهایی که مقدار آماره t (ت) آنها بیشتر از ۱/۹۶ باشد، معنادار هستند.



شکل ۲: مقادیر آماره t برای الگوی پژوهش

فرضیه اول: عوامل فرهنگی از طریق ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها تأثیر مستقیم و

معنی‌داری دارد.

همان طور که در شکل ۲ و جدول ۱ مشاهده می‌شود، متغیر مستقل «عوامل فرهنگی» بر متغیر میانجی «ویژگی‌های فردی» با ضریب مسیر ۰/۵۲ و مقدار آماره تی (t) برابر ۵/۳۱ تأثیر مثبت و معناداری دارد و متغیر میانجی «ویژگی‌های فردی» بر متغیر وابسته «رفتار برنامه‌ریزی نشده» با ضریب مسیر ۰/۹۴ و مقدار آماره تی (t) برابر ۱۶/۶۹ تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین مقدار هر دو آماره تی (t) به‌دست‌آمده بیشتر از ۱/۹۶ است. همچنین، ضریب مسیر رابطه‌ی متغیر مستقل «عوامل فرهنگی» و متغیر وابسته «رفتار برنامه‌ریزی نشده»، از طریق متغیر میانجی «ویژگی‌های فردی» به‌صورت زیر محاسبه می‌شود: $0/49 = 0/94 \times 0/52$

بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه‌ی معنادار و مثبت بین عوامل فرهنگی و رفتار برنامه‌ریزی نشده از طریق ویژگی‌های فردی کاربران تأیید می‌شود؛ لذا می‌توان گفت عوامل فرهنگی از طریق ویژگی‌های فردی کاربران تأثیر مستقیم و معنی‌داری بر بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌دارد. بنابراین فرضیه اول پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول ۱: نتایج آزمون فرضیه اول

رابطه‌ی مورد آزمون	ضریب مسیر	آماره تی (t)	نتیجه
عوامل فرهنگی ← ویژگی‌های فردی ← رفتار برنامه‌ریزی نشده	$0/49 = 0/94 \times 0/52$	۵/۳۱ و ۱۶/۶۹	معنادار است

فرضیه دوم: عوامل اجتماعی از طریق ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد.

با توجه شکل ۲ و جدول ۲، متغیر مستقل «عوامل اجتماعی» بر متغیر میانجی «ویژگی‌های فردی» با ضریب مسیر ۰/۹۲ و مقدار آماره تی (t) برابر ۱۵/۵۲ تأثیر مثبت و معناداری دارد و متغیر میانجی «ویژگی‌های فردی» بر متغیر وابسته «رفتار برنامه‌ریزی نشده» با ضریب مسیر ۰/۹۴ و مقدار آماره تی (t) برابر ۱۶/۶۹ تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین مقدار هر دو آماره تی (t) به‌دست‌آمده بیشتر از ۱/۹۶ است. همچنین، ضریب مسیر رابطه‌ی متغیر مستقل «عوامل اجتماعی» و متغیر وابسته «رفتار برنامه‌ریزی نشده» از طریق متغیر میانجی «ویژگی‌های فردی»، به‌صورت زیر محاسبه می‌شود: $0/86 = 0/94 \times 0/92$

بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه‌ی معنادار و مثبت بین عوامل اجتماعی و رفتار برنامه‌ریزی نشده از طریق ویژگی‌های فردی کاربران تأیید می‌شود؛

لذا می‌توان گفت عوامل اجتماعی از طریق ویژگی‌های فردی تأثیر مستقیم و معنی‌داری بر رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌دارد و فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول ۲: نتایج آزمون فرضیه دوم

نتیجه	آماره تی (t)	ضریب مسیر	رابطه‌ی مورد آزمون
معنادار است	۱۶/۶۹ و ۱۵/۵۲	$0.92 \times 0.94 = 0.86$	عوامل اجتماعی ← ویژگی‌های فردی ← رفتار برنامه‌ریزی نشده

فرضیه سوم: ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد.

بر اساس نتایج حاصل در شکل ۲ و جدول ۳، مقدار آماره تی (t) بین ویژگی‌های فردی کاربران و بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده برابر ۱۶/۶۹ است که بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد. همچنین، ضریب مسیر بین این دو متغیر، برابر با ۰/۹۴ و مقداری مثبت است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه‌ی معنادار و مثبت بین ویژگی‌های فردی کاربران و رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها تأیید می‌شود؛ لذا می‌توان گفت ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد. بنابراین فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول ۳: نتایج آزمون فرضیه سوم

نتیجه	آماره تی (t)	ضریب مسیر	رابطه‌ی مورد آزمون
معنادار است	۱۶/۶۹	۰/۹۴	ویژگی‌های فردی ← رفتار برنامه‌ریزی نشده

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت اشاعه اطلاعات در کتابخانه‌های دانشگاهی، در پژوهش حاضر به بررسی و سنجش عوامل فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعان در استفاده از منابع و خدمات این مراکز پرداخته شد. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها نشان داد، هر سه فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. بر این پایه، عوامل فرهنگی و عوامل اجتماعی از طریق ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد. همچنین، ویژگی‌های فردی کاربران تأثیر مستقیم مثبت و معنی‌داری بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی دارد.

بر اساس نتایج حاصل از فرضیه اول، عوامل فرهنگی از جمله جو فرهنگی کتاب‌خوانی و عادت به مطالعه در محیط دانشگاه، اعتبار و ارزش کتابخانه در جامعه و فضای فرهنگی حاکم بر خانواده در رابطه با کتاب‌خوانی از طریق ویژگی‌های فردی مراجعه‌کنندگان از جمله تصمیم‌گیری آنی و ناگهانی آنها در استفاده از منابع یا خدمات کتابخانه، داشتن احساس مثبت نسبت به کتابخانه و خواندن کتاب و بررسی و ترقق منابع اطلاعاتی موجود در کتابخانه، گشت‌وگذار در محیط کتابخانه، و مهارت‌های اطلاع‌یابی و جستجو فردی آنها در یافتن منابع اطلاعاتی، منجر به رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه می‌گردد.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه دوم، عوامل اجتماعی از جمله معاشرت با همسالان و دوستان در کتابخانه و توجه به پیشنهاد‌های آنها در راستای استفاده از منابع و خدمات، فاصله کتابخانه تا محل سکونت یا دانشکده، مشاهده رفتار سایر دانشجویان در خصوص نحوه یا میزان استفاده از کتابخانه توسط آنها و اختلافات خانوادگی و یا مشکلات موجود در خوابگاه از طریق ویژگی‌های پیش‌گفته فردی مراجعه‌کنندگان به کتابخانه منجر به رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه می‌گردد.

به نظر می‌رسد علت تأثیر عوامل فرهنگی و عوامل اجتماعی بر ویژگی‌ها فردی مراجعه‌کنندگان به کتابخانه و در نهایت تأثیر این عوامل بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها این است که عوامل فرهنگی و اجتماعی به‌عنوان بستر و عواملی زمینه‌ای بر جامعه و خانواده تأثیر گذاشته و مراجعه‌کنندگان به کتابخانه‌های دانشگاهی نیز به‌عنوان افراد جامعه متأثر از شرایط فرهنگی و اجتماعی حاکم بر جامعه و خانواده بوده و در نتیجه ویژگی‌ها فردی آنها تحت تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی قرار می‌گیرد. بنابراین هر چه به عوامل فرهنگی و اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی، بیشتر توجه گردد، استفاده مراجعه‌کنندگان از منابع و خدمات کتابخانه به‌صورت برنامه‌ریزی نشده و آنی بیشتر شده و کتابخانه‌های دانشگاهی منابع و خدمات خود را بهتر و مؤثرتر اشاعه خواهند داد و هزینه‌ای را که صرف تهیه، مجموعه‌سازی و سازماندهی آنها کرده‌اند، توجیه‌پذیرتر خواهد بود.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه سوم، ویژگی‌های فردی مراجعه‌کنندگان به کتابخانه از جمله خصوصیت آنی‌گری و تصمیم‌های ناگهانی آنها در استفاده از منابع یا خدمات کتابخانه، داشتن احساس مثبت نسبت به کتابخانه، گشت‌وگذار در محیط کتابخانه، و مهارت‌های اطلاع‌یابی آنها در یافتن منابع اطلاعاتی، منجر به بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه می‌گردد.

به نظر می‌رسد از جمله دلایل تأثیر ویژگی‌های فردی کاربران بر رفتار برنامه‌ریزی نشده آنها این باشد که شخصیت‌هایی که تصمیم‌های ناگهانی می‌گیرند، در محیط کتابخانه هم بیشتر به استفاده از منابع و یا خدماتی که قبلاً برای آن برنامه‌ای نداشته‌اند، تمایل پیدا می‌کنند. همچنین هر چه میزان علاقه و احساس مثبت آنها نسبت به کتابخانه بیشتر باشد، احتمالاً بیشتر در محیط کتابخانه به گشت‌وگذار پرداخته و در نتیجه به استفاده برنامه‌ریزی نشده از منابع و خدمات ترغیب می‌شوند. لذا کتابخانه‌های دانشگاهی باید ضمن توجه به ویژگی‌های فردی مراجعه‌کنندگان، امکانات و خدمات ویژه‌ای برای آنها در جهت افزایش علاقه و احساس مثبت آنها نسبت به کتابخانه و افزایش مهارت‌های اطلاع‌یابی آنها برای جستجوی منابع، فراهم نمایند. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به افزایش جذابیت‌های محیطی، فراهم نمودن امکانات رفاهی، انجام خدمات پژوهشی دانشجویی، برگزاری دوره‌های مهارت‌های اطلاع‌یابی، معرفی منابع و خدمات کتابخانه و ... اشاره کرد.

همسو با پژوهش حاضر، پژوهش‌های پیشین در ایران، برخی از عوامل شناسایی شده مؤثر بر رفتار کاربران در این پژوهش از جمله ویژگی‌های فردی (نوشین فرد، ۱۳۸۴؛ نظری و قادری‌عابد، ۱۳۹۰؛ عاصمی و دیگران، ۱۳۹۱؛ میرزاییگی، ۱۳۹۲؛ عابدی و دیگران، ۱۳۹۴؛ اسماعیل‌زاده و دیگران، ۱۳۹۶)، عوامل فرهنگی (سبزواری و دیگران، ۱۳۹۳؛ سلیمی فر و جمالی مهمویی، ۱۳۹۵؛ طباطبائی شهرآباد، ۱۳۹۵) و عوامل اجتماعی (عاصمی و دیگران، ۱۳۹۱؛ جلالی محمدآبادی، ۱۳۹۲؛ سبزواری و دیگران، ۱۳۹۳؛ طباطبائی شهرآباد، ۱۳۹۵) را تأیید کردند. همچنین برخی پژوهش‌های خارج از ایران (یون و فابر^۱، ۲۰۰۰؛ ترمبلی^۲، ۲۰۰۵؛ پارک و دیگران^۳، ۲۰۰۶؛ ویروایلیت و دیگران^۴، ۲۰۰۹؛ میهیک و کورسان^۵، ۲۰۱۰؛ شارما و دیگران^۶، ۲۰۱۴؛ اوزر و گالتکین^۷، ۲۰۱۵؛ شیانگ و دیگران^۸، ۲۰۱۶؛ صوفی و ناجار^۹، ۲۰۱۸) نیز ویژگی‌های فردی را به‌عنوان عوامل مؤثر بر رفتار کاربران شناسایی نمودند؛ هرچند در همه این پژوهش‌ها بر رفتار اطلاع‌یابی، رفتارهای برنامه‌ریزی شده و یا رفتار آنی مصرف‌کننده در هنگام خرید تأکید شده است و توجهی به رفتارهای برنامه‌ریزی نشده کاربران در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه‌ها نشده است.

-
- ^۱ . Youn & Faber
 - ^۲ . Tremblay
 - ^۳ . Park et al.
 - ^۴ . Virvilaité et al.
 - ^۵ . Mihić & Kursan
 - ^۶ . Sharma et al.
 - ^۷ . Ozer & Gultekin
 - ^۸ . Xiang et al.
 - ^۹ . Sofi & Najar

در نهایت، کتابخانه‌ها باید به منظور استفاده بهینه و مؤثر از منابع و خدمات خود به عوامل مؤثر بر رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعان به خصوص عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی و عوامل فردی توجه ویژه‌ای داشته باشند. نتیجه توجه به این عوامل، استفاده بیشتر از منابع و خدمات کتابخانه‌ها، جذب مخاطب و افزایش سطح آگاهی و اطلاعات عمومی مراجعان خواهد بود.

پیشنهادها

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهادهای زیر در جهت بهبود فرایند اشاعه و استفاده مؤثر از منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی، توصیه می‌شود:

- پیشنهاد می‌شود کتابخانه‌های دانشگاهی عوامل فرهنگی از جمله جو فرهنگی کتاب‌خوانی و عادت به مطالعه در محیط دانشگاه، اعتبار و ارزش کتابخانه در جامعه و فضای فرهنگی حاکم بر خانواده در رابطه با کتاب‌خوانی را مورد توجه قرار دهند؛ زیرا نتایج این پژوهش نشان داد که توجه به این عوامل و بهبود آنها می‌تواند ویژگی‌های فردی مراجعه‌کنندگان در خصوص استفاده برنامه‌ریزی نشده از منابع و خدمات کتابخانه را تحت تأثیر قرار دهد. لذا در صورتی که کتابخانه‌ها بتوانند از طریق عوامل فرهنگی بر ویژگی فردی مراجعه‌کنندگان تأثیرگذار باشند، ویژگی فردی مراجعه‌کنندگان - همان‌طور که نتایج این پژوهش نشان داد- منجر به استفاده بیشتر از منابع و خدمات کتابخانه به صورت برنامه‌ریزی نشده و آنی می‌گردد.

- پیشنهاد می‌شود کتابخانه‌های دانشگاهی جهت فراهم نمودن برخی از عوامل اجتماعی مرتبط با مراجعه‌کنندگان از جمله معاشرت آنها با همسالان و دوستان در کتابخانه و فراهم نمودن شرایط مشاهده رفتار سایر دانشجویان در خصوص نحوه یا میزان استفاده از کتابخانه را مورد توجه قرار دهند؛ زیرا نتایج این پژوهش نشان داد که توجه به این عوامل و بهبود آنها می‌تواند ویژگی‌های فردی مراجعه‌کنندگان در خصوص استفاده برنامه‌ریزی نشده از منابع و خدمات کتابخانه را تحت تأثیر قرار دهد. لذا در صورتی که کتابخانه‌ها بتوانند از طریق عوامل اجتماعی بر ویژگی فردی مراجعه‌کنندگان تأثیرگذار باشند، ویژگی فردی مراجعه‌کنندگان - همان‌طور که نتایج این پژوهش نشان داد- منجر به استفاده بیشتر از منابع و خدمات کتابخانه به صورت برنامه‌ریزی نشده و آنی می‌گردد.

- همچنین، پیشنهاد می‌شود کتابخانه‌های دانشگاهی به ویژگی‌های فردی مراجعه‌کنندگان از جمله خصوصیت آنی‌گری و تصمیم‌های ناگهانی آنها در استفاده از منابع یا خدمات کتابخانه، داشتن احساس مثبت نسبت به کتابخانه،

گشت‌وگذار در محیط کتابخانه، و مهارت‌های اطلاع‌یابی آنها در یافتن منابع اطلاعاتی، توجه ویژه‌ای داشته باشند زیرا نتایج این پژوهش نشان داد که توجه به ویژگی‌های فردی باعث می‌شود مراجعه‌کنندگان به استفاده بیشتر از منابع و خدمات کتابخانه به صورت برنامه‌ریزی نشده و آنی ترغیب شوند.

منابع

- آقازاده اصل، ابراهیم؛ قاسمی، علی حسین؛ بیگدلی، زاهد؛ و ساکی مالچی، امل. (۱۳۹۶). رفتار اطلاع‌یابی پرستاران در بازیابی اطلاعات از پایگاه اطلاعاتی Up-To-Date. تصویر سلامت، ۸(۲)، ۱۱۱-۱۱۸.
- اسدی، مریم؛ و حریری، نجلا. (۱۳۹۴). استفاده از روش پژوهش ترکیبی در تحلیل رفتار جستجوی اطلاعات پژوهشگران ایرانی در محیط وب و ارائه الگوی موجود. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۳۱(۱) (پیاپی ۸۳)، ۲۹-۶۰.
- اسماعیل‌زاده، علی؛ امرایی، حافظ؛ قلی‌پور، سارا؛ و مقدم، آرش. (۱۳۹۶). تأثیر جو و طراحی چیدمان فروشگاه‌های اینترنتی، بر رفتار خرید آنی آنلاین مشتریان. فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت بازرگانی، ۹(۲)، ۲۱۳-۲۳۲.
- بیگدلی، زاهد؛ حیاتی، زهیر؛ حیدری، غلامرضا؛ و جوکار، طاهره. (۱۳۹۵). بررسی جایگاه اینترنت در رفتار اطلاع‌یابی سلامت: مطالعه جوانان کاربر اینترنت در شهر شیراز. مجله تعامل انسان و اطلاعات، ۳(۱)، ۶۷-۷۸.
- جلالی محمدآبادی، مریم. (۱۳۹۲). شناسایی و طراحی مدل فرآیند خرید بی‌برنامه با استفاده از تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری (مورد مطالعه: شهروندان یزدی و تهرانی) (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). (سیدحبیب‌اله میرغفوری و میثم شفیعی رودپشتی). موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی و غیردولتی جهاد دانشگاهی استان یزد - دانشکده مدیریت، یزد.
- حریری، نجلا؛ و یاری زنگنه، مرضیه. (۱۳۹۳). شناخت راهبردهای اطلاع‌یابی کاربران سامانه مجلات بر اساس تحلیل تراکنش‌های سامانه مدیریت نشریات دانشگاه آزاد اسلامی. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۷(۴) (پیاپی ۶۸)، ۸۱-۱۰۸.
- زره‌ساز، محمد؛ فتاحی، رحمت‌الله؛ و صنعت جو، اعظم. (۱۳۹۴). رفتار راهنمایابی کاربران کتابخانه دیجیتال: عوامل روان‌شناختی تأثیرگذار بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده. مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۶(۴)، ۱۳-۲۸.
- سالاری، محمود. (۱۳۹۱). واکاوی و تبیین عوامل عمده مؤثر بر فرهنگ مطالعه در ایران و ارائه مدلی مناسب برای توسعه آن (پایان‌نامه دکتری (محمدحسین دیانی). دانشکده فردوسی، دانشگاه دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، مشهد.
- سبزواری، سکینه؛ نیکبخت نصرآبادی، علیرضا؛ و نگاهبان بنایی، طیبه. (۱۳۹۳). منابع جستجوی اطلاعات سلامت زنان: یک مطالعه کیفی. تحقیقات کیفی در علوم سلامت، ۳(۴)، ۳۴۹-۳۶۲.

- سلیمی فر، ژاله؛ و جمالی مهمویی، حمیدرضا. (۱۳۹۵). مروری بر تأثیر فرهنگ به‌عنوان یک عامل بافتی بر رفتار اطلاعاتی. *پژوهش‌های نظری و کاربردی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی*، ۶(۲)، ۴۱-۶۰.
- طاهری کیا، فریبرز؛ و نخبه زعیم، نوید. (۱۳۹۱). بررسی برخی از عوامل اثرگذار بر تمایل به خرید تفتنی. *فصلنامه مدیریت توسعه و تحول*، ۱۳۹۱(۹)، ۵۹-۶۶.
- طباطبائی شهرآباد، سیده زهرا. (۱۳۹۵). *بررسی میزان استفاده نوجوانان از خدمات کتابخانه‌های عمومی سبزوار و رابطه آن با پیشرفت تحصیلی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)*. دانشگاه فردوسی مشهد - دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، مشهد.
- عابدی، بابک؛ عسگری، ناصر؛ صفری، حسین؛ اسدزاده، احمد؛ و رهنما، افشین. (۱۳۹۴). نقش عوامل فردی، محیطی و مدرک‌گرای در تسهیل خرید آنی. *مدیریت بازرگانی*، ۱(۷)، ۱۲۷-۱۴۴.
- عاصمی، عاصفه؛ زمانی، بی‌بی عشرت؛ و میرزایی، امین. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر نیازهای اطلاعاتی کاربران دبیرستانی کتابخانه‌های عمومی شهر مشهد. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۱(۳)، ۴۲۷-۴۴۷.
- عبدالوند، محمدعلی؛ و غفاری آشتیانی، پیمان. (۱۳۸۸). ارائه الگویی برای ارزیابی عوامل مؤثر بر تبلیغات شفاهی مثبت در بازار خدمات (مطالعه موردی: بانک‌های شهرستان اراک). *آینده‌پژوهی مدیریت*، ۲۰(۲)، ۳۵-۵۱.
- قاسم، امیدعلی؛ و نورمحمدی، حمزه علی. (۱۳۹۴). *الگوهای سنجش و اندازه‌گیری سرانه مطالعه در ایران*. مقاله ارائه‌شده در هشتمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش، تهران: موسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی.
- قاضی دزفولی، قاضی؛ و بیگدلی، زاهد. (۱۳۹۱). بررسی رفتار اطلاع‌یابی از اینترنت توسط دانشجویان فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول و مقایسه‌ی آن با مدل جستجوی اطلاعات کولثاو. *دانش‌شناسی*، ۵(۱۸)، ۵۱-۶۸.
- کشوری، مهرداد؛ سلطانی، شهره؛ و احمدی، سروه. (۱۳۹۳). مطالعه رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان علمی- کاربردی مرکز آموزش جهاد کشاورزی شهید زمانپور تهران. کنفرانس بین‌المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش‌ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط‌زیست و گردشگری. تبریز: دبیرخانه دائمی کنفرانس بین‌المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش‌ها.
- کفاشان، مجتبی؛ آسمان‌دره، یاسر؛ لگزبان، محمد؛ غلامشاهی، تورج؛ نیکوکار، مریم؛ و محمدیان، نازنین زهرا. (۱۳۹۵). بررسی ادراک اعضاء هیأت علمی در استفاده از خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی از دیدگاه نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن. *پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۶(۱)، ۱۶۷-۱۸۵.
- لگزبان، محمد؛ حدادیان، علیرضا؛ کفاشان، مجتبی؛ و آسمان‌دره، یاسر. (۱۳۹۲). بررسی ادراک دانشجویان از خدمات الکترونیکی کتابخانه‌های دانشگاهی: «پژوهشی بر مبنای نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن». *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۲۹(۲)، ۳۳۳-۳۵۰.

- محمدزاده، هاجر؛ و بزرگی، اشرف‌السادات. (۱۳۹۱). استفاده‌کنندگان از کتابخانه ملی ایران و شیوه‌های بهره‌گیری آنان از منابع و خدمات کتابخانه ملی: همخوان یا ناهمخوان با اساسنامه. *فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۳(۴)، ۲۲-۳۹.
- میرزاییگی، مهدیه. (۱۳۹۲). مدل ذهنی در پژوهش‌های رفتار اطلاع‌جویی: پژوهشی در متون. *تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی*، ۴۷(۳)، ۳۰۳-۳۲۳.
- نارنجی، مهدی؛ و نوکاریزی، محسن. (۱۳۸۹). بررسی رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های بیرجند و فردوسی بر اساس الگوی فراگرد جست‌وجوی اطلاعات کولثا. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۲۶(۱)، ۱۴۵-۱۶۶.
- نظری، محسن؛ و قادری‌عابد، امیرحسین. (۱۳۹۰). ارائه مدلی جهت بررسی عوامل مؤثر بر رفتار خرید ناگهانی - مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. - *مدیریت بازرگانی*، ۱(۳)، ۱۲۷-۱۴۱.
- نوشین فرد، فاطمه. (۱۳۸۴). بررسی عوامل مرتبط با رفتار اطلاع‌یابی اعضای هیات علمی. *مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۱۶(۳)، ۳۹-۵۲.
- Ajzen, Icek. (۲۰۰۶). Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations.
- Al-Muomen, Nujoud; Morris, Anne; & Maynard, Sally. (۲۰۱۲). Modelling information-seeking behaviour of graduate students at Kuwait University. *Journal of Documentation*, ۶۸(۴), ۴۳۰-۴۵۹. <https://doi.org/10.1108/00220411211239057>
- Al-Salem, Salem Muhammed. (۱۹۸۹). *An investigation of the relationship between academic role and the information-seeking behavior of adult education faculty members*. University of Wisconsin-Madison, Madison.
- Burnett, Sandy E. (۲۰۰۶, August ۲۹). *Internal and external trigger cues of impulse buying online*. Oregon State University, Corvallis.
- Chang, Chiao-Chen; Lin, Chia-Yen; Chen, Yu-Chin; & Chin, Yang-Chieh. (۲۰۰۹). Predicting information-seeking intention in academic digital libraries. *The Electronic Library*, ۲۷(۳), ۴۴۸-۴۶۰. <https://doi.org/10.1108/02640470910966899>
- Clover, Vernon T. (۱۹۵۰). Relative Importance of Impulse-Buying in Retail Stores. *Journal of Marketing*, ۱۵(۱), ۶۶-۷۰. <https://doi.org/10.2307/1247083>
- Haglund, Lotta; & Olsson, Per. (۲۰۰۸). The Impact on University Libraries of Changes in Information Behavior Among Academic Researchers: A Multiple Case Study. *The Journal of Academic Librarianship*, ۳۴(۱), ۵۲-۵۹. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2007.11.010>

- Haque, Enamul; Rahman, Azizur; & SK, Ajimuddin. (۲۰۱۶). Information seeking behaviour of Faculty members and research scholar of Agricultural University Libraries in Bangladesh. *Research Journal of Library Sciences*, ۴(۲), ۱-۸.
- Khan, Fauz Dar; Ahmad, Sajjad; & Khan, Asad. (۲۰۱۷). Information Seeking Behaviour (ISB) of Teaching Staff and Students using Central Library of the University of Peshawar. *PUTAJ - Humanities and Social Sciences*, ۲۵(۱), ۱۴۵-۱۶۰.
- Kim, Jiyeon. (۲۰۰۳, August). *College students' apparel impulse buying behaviors in relation to visual merchandising*. University of Georgia, Athens.
- Klobas, Jane E.; & Clyde, Laurel A. (۲۰۱۰). Beliefs, attitudes and perceptions about research and practice in a professional field. *Library & Information Science Research*, ۳۲(۴), ۲۳۷-۲۴۵. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2010.07.004>
- Kumar, Anil; Salmani, Nasima; & Baweja, Sukhleen. (۲۰۱۴). Information Seeking Behaviour by the Research Scholars and Faculty Members: A Survey Study of Kurukshetra University Kurukshetra in the Disciplines of Life Science. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(6), 119-138. <https://doi.org/10.9790/0837-1964119138>
- Mihić, Mirela; & Kursan, Ivana. (۲۰۱۰). Influence of demographic and individual difference factors on impulse buying. *Tržište/Market*, ۲۲(۱), ۷-۲۸.
- Ngozi, O. V.; Uche, E. U.; & Ejiro, A. K. (۲۰۱۵). Information seeking behaviour of faculty members in a Nigerian university. *International Journal of Academic Research and Reflection*, ۳(۴), ۹۵-۱۰۲.
- Ozer, Leyla; & Gultekin, Beyza. (۲۰۱۵). Pre- and post-purchase stage in impulse buying: The role of mood and satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, ۲۲, ۷۱-۷۶. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.10.004>
- Palmer, Judith. (۱۹۹۱). SCIENTISTS AND INFORMATION: II. PERSONAL FACTORS IN INFORMATION BEHAVIOUR. *Journal of Documentation*, ۴۷(۳), ۲۵۴-۲۷۵. <https://doi.org/10.1108/eb.20688>
- Park, Eun Joo; Kim, Eun Young; & Forney, Judith Cardona. (۲۰۰۶). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 10(4), ۴۳۳-۴۴۶. <https://doi.org/10.1108/13612200610701965>

- Reneker, Maxine H. (1993). A Qualitative Study of Information Seeking among Members of an Academic Community: Methodological Issues and Problems. *The Library Quarterly*, 63(4), 487-507. <https://doi.org/10.1086/1602623>
- Rook, Dennis W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199. <https://doi.org/10.1086/209105>
- Sharma, Piyush; Sivakumaran, Bharadhwaj; & Marshall, Roger. (2014). Exploring impulse buying in services: toward an integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 42(2), 154-170. <https://doi.org/10.1007/s11747-013-0346-5>
- So, Johnny C.F.; & Bolloju, Narasimha. (2005). Explaining the intentions to share and reuse knowledge in the context of IT service operations. *Journal of Knowledge Management*, 9(6), 30-41. <https://doi.org/10.1108/13673270510629945>
- Sofi, Shakeel Ahmad; & Najjar, Shabir Ahmad. (2018). Impact of personality influencers on psychological paradigms: An empirical-discourse of big five framework and impulsive buying behaviour. *European Research on Management and Business Economics*, 24(2), 71-81. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.12.002>
- Superio, Daryl L.; Canaman, Jessica B.; Jaco, Janet P.; & Estember, Melda L. (2018). The information-seeking behavior of aquaculture researchers at the Southeast Asian Fisheries Development Center. *Information Development*, 34(1), 1-16. <https://doi.org/10.1177/02666669177054127>
- Thivant, Eric. (2005). Information seeking and use behaviour of economists and business analysts. *Information Research*, 10(4), Paper 234.
- Tremblay, Amelie J. (2005). *Impulse buying behavior: Impulse buying behavior among college students in the borderlands*. ETD Collection for University of Texas, El Paso.
- Vaezi, Mansour. (2013, October 2). Per Capita Book Reading Low. (A. Rezvan-Nia, tran.), *Irاندaily*, p. 7.
- Virvilaitė, Regina; Saladienė, Violeta; & Bagdonaitė, Rita. (2009). Peculiarities of impulsive purchasing in the market of consumer goods. *Engineering Economics*, 62(2), 101-108.
- Xiang, Li; Zheng, Xiabing; Lee, Matthew K. O.; & Zhao, Dingtao. (2016). Exploring consumers' impulse buying behavior on social commerce platform: The role of

parasocial interaction. *International Journal of Information Management*, 29(3), 333-347. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.002>

- Youn, Seounmi; & Faber, Ronald J. (2008). Impulse Buying: Its Relation to Personality Traits and Cues. *Advances in Consumer Research*, 27, 179-185.
- Younger, Paula. (2010). Internet-based information-seeking behaviour amongst doctors and nurses: a short review of the literature. *Health Information & Libraries Journal*, 27(1), 2-10. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2010.00883.x>