

اهمیت توجه به

## رفتارهای برنامه‌ریزی نشده مراجعہ کنندگان

در محیط‌های کتابخانه‌ای

◀ هادی هراتی، دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، مرکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه مرکزی  
[harati-ha@ferdowsi.um.ac.ir](mailto:harati-ha@ferdowsi.um.ac.ir)



### مقدمه

مهم‌ترین هدف از مجموعه‌سازی و سازمان‌دهی منابع و برنامه‌ریزی خدمات در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، اشاعه آن منابع و خدمات است. لذا تنها توجه به گردآوری و سازمان‌دهی منابع و خدمات حتی بر اساس نیاز مراجعہ کنندگان کافی نیست، بلکه کتابخانه‌ها نیازمند کسب اطلاعات دقیق‌تری در خصوص رفتار مراجعین هستند تا با درک نگرش مراجعین 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 مراجعین نسبت به منابع و خدمات از اهمیت بسزایی برخوردار است و کتابخانه‌هایی در رسیدن به هدف نهایی خود موفق خواهند بود که این عوامل را در نظر داشته باشند.



بدیهی است هر جا تقاضا بیشتر باشد رفتار اطلاع‌یابی برای عرضه‌کنندگان و نیز تولیدکنندگان کالا هم بیشتر و حساس‌تر است. این مسئله را ما در فروشگاه‌های بزرگ به‌خوبی مشاهده می‌کنیم و می‌بینیم که شرکت‌ها و سازمان‌ها برای جذب و جلب مشتری تا چه اندازه سرمایه‌گذاری می‌کنند و رفتارهای مخاطبان و مشتریان را با دقت، چه با تصویربرداری و چه با پرس‌وجو و چه با تحقیقات علمی و فرهنگی مورد مطالعه قرار می‌دهند (فدائی، ۱۳۹۴).

### انواع رفتار مراجعه‌کنندگان در کتابخانه‌ها

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<sup>۱</sup> تقسیم شود. همسو با دیدگاه آجنز<sup>۲</sup> (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<sup>۳</sup>، ۱۹۵۰؛ روک<sup>۴</sup>، ۱۹۸۷؛ کیم<sup>۵</sup>، ۲۰۰۳؛ بارنیت<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶)، استفاده برنامه‌ریزی‌شده 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. به‌عبارتی‌دیگر، در شیوه رفتار برنامه‌ریزی‌شده در استفاده از منابع و خدمات، کاربران از قبل تصمیم به استفاده نمی‌گیرند بلکه به‌واسطه محرک‌هایی که در محیط وجود دارد، نسبت به استفاده از منابع یا خدمات تمایل پیدا می‌کنند.

با توجه به آمارهای منتشرشده در ایران در خصوص پایین بودن سرانه مطالعه (سالاری، ۱۳۹۱؛ قاسم و نورمحمدی، ۱۳۹۴) و یا کاهش میزان مراجعه به کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی (عبدالوند و غفاری آشتیانی، ۱۳۸۸؛ محمدزاده و بزرگی، ۱۳۹۱) تمرکز بر شیوه‌های نوین بازاریابی به‌منظور توسعه و گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی و استفاده بیشتر از محیط‌های کتابخانه‌ای می‌تواند از اهمیت بسیاری برخوردار باشد. یکی از این شیوه‌ها، توجه به رفتارهای آنی و برنامه‌ریزی‌شده کاربران است که در حوزه رفتار مصرف‌کننده تحت عناوین خریدهای آنی یا تکانشی<sup>۷</sup> مطرح شده است. بر این پایه، یکی از مسائلی که می‌تواند در حوزه رفتار اطلاع‌یابی مراجعین به کتابخانه‌ها مورد بررسی قرار گیرد رفتار برنامه‌ریزی‌شده آن‌ها است که می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه میزان استفاده از منابع و خدمات در کتابخانه‌ها و یا افزایش فرهنگ استفاده از کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی در درون جوامع به‌ویژه کشورهای در حال توسعه ایفا کند.

1. Impulse Behavior
2. Ajzen
3. Clover
4. Rook
5. Kim
6. Burnett
7. Impulse buying



در خصوص رفتار برنامه‌ریزی‌شده تحت عنوان رفتار اطلاع‌یابی یا رفتار اطلاع‌جویی، پژوهش‌های زیادی در ایران (اعظمی، ۱۳۹۰؛ بیرانوند، ۱۳۹۳؛ منصوریان و سنگری، ۱۳۹۴؛ مسلمی و فرج پور، ۱۳۹۵) و خارج از ایران (راندهاوا و جاتانا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵؛ حقی، رحمان و اسکای<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶؛ حسین و دیگران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷) انجام شده است؛ ولی تاکنون به رفتار برنامه‌ریزی نشده کاربران توجهی نشده است. هرچند 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. متأسفانه علی‌رغم اهمیت رفتار برنامه‌ریزی نشده، این نوع رفتار از سوی پژوهشگران در محیط کتابخانه‌ها مورد توجه قرار نگرفته است.

### عوامل مؤثر بر رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعه‌کنندگان به کتابخانه‌ها

عوامل متعددی رفتار استفاده برنامه‌ریزی نشده مراجعین از منابع اطلاعاتی یا خدمات در کتابخانه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند که در صورت توجه به این عوامل در محیط‌های کتابخانه‌ای می‌توان شرایطی ایجاد کرد که استفاده بیشتری از منابع و خدمات تخصصی و یا عمومی کتابخانه‌ها صورت پذیرد. به عبارت دیگر منابع یا خدماتی در کتابخانه‌ها هستند که در شرایط عادی بدون استفاده یا کم استفاده‌اند ولی می‌شود با راهکارهایی از جمله توجه به عوامل مؤثر بر رفتارهای برنامه‌ریزی نشده مراجعه‌کنندگان، استفاده از این منابع یا خدمات را افزایش داد و از اتلاف هزینه‌ای که صرف تهیه یا ارائه آن‌ها شده است، جلوگیری کرد. این عوامل شامل «عوامل محیطی»، «عوامل مرتبط با فناوری»، «منابع اطلاعاتی»، «خدمات اطلاعاتی»، «منابع انسانی»، «عامل موقعیتی زمان»، «ویژگی‌های فردی»، «عوامل فرهنگی» و «عوامل اجتماعی» هستند.

عوامل محیطی کتابخانه از جمله میزان نور موجود در محیط، دمای محیط، رنگ آمیزی دیوارها و قفسه‌ها، نظام قفسه باز، وجود سالن مطالعه در کتابخانه، رایحه مطبوع و سکوت حاکم بر محیط، چیدمان، ظاهر و محل قرار گرفتن قفسه‌ها، تبلیغات محیطی داخل کتابخانه و معرفی تازه‌های کتابخانه از طریق زمانی که مراجعه‌کنندگان برای ماندن و گشت‌وگذار در محیط کتابخانه صرف می‌کنند منجر به بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه می‌گردند. همچنین، عوامل مرتبط با فناوری از جمله سیمای ظاهری، نوع طراحی و سهولت استفاده از امکانات موجود در وبسایت کتابخانه، پیشنهاد سایر منابع یا خدمات توسط نظام جستجو، تبلیغات تعاملی چندمنظوره در وبسایت یا کانال اجتماعی کتابخانه و مرور و گشت‌وگذار در بسترهای فناوری اطلاعاتی کتابخانه مانند وبسایت، کانال اجتماعی، سیستم‌های جستجو و... نیز از طریق زمانی که مراجعه‌کنندگان برای ماندن و گشت‌وگذار در محیط مجازی و فیزیکی کتابخانه صرف می‌کنند منجر به بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه می‌گردند.

1. Randhawa & Jatana
2. Haque, Rahman, & SK
3. Hossain et al



منابع اطلاعاتی شامل عرضه منابع اطلاعاتی با کیفیت و متنوع، دسترس پذیری آسان به منابع و وجود تسهیلات در استفاده از منابع کتابخانه و خدمات اطلاعاتی شامل عرضه خدمات اطلاعاتی با کیفیت و متنوع در کتابخانه، فعالیت‌های جنبی کتابخانه از جمله دوره‌های آموزشی، ایجاد گروه‌های مباحثه تخصصی و علمی، نمایش فیلم و...، معرفی امکانات و خدمات کتابخانه از طریق ارائه بروشور و افزایش ساعات ارائه خدمات کتابخانه نیز بر بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه مؤثر هستند. همچنین، مؤلفه‌های منابع انسانی از جمله برخورد مناسب کارکنان کتابخانه، اطلاعاتی که کارکنان درباره سایر منابع یا خدمات کتابخانه ارائه و پیشنهاد می‌دهند، و وجود کتابدار راهنما در کتابخانه و کمک و پیشنهادهایی که وی ارائه می‌دهد می‌تواند بر بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه تأثیرگذار باشد. علاوه بر این، 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 و عوامل اجتماعی از جمله معاشرت با همسالان و دوستان در کتابخانه، فاصله کتابخانه تا محل سکونت یا دانشکده، مشاهده رفتار سایر مراجعان در خصوص نحوه یا میزان استفاده از کتابخانه توسط آن‌ها و اختلافات خانوادگی و یا مشکلات موجود در خوابگاه از طریق ویژگی‌های فردی مراجعه‌کنندگان (تصمیم‌گیری آنی و ناگهانی آنها در استفاده از منابع یا خدمات کتابخانه، داشتن احساس مثبت نسبت به کتابخانه و خواندن کتاب و بررسی و تورق منابع اطلاعاتی موجود در کتابخانه، گشت‌وگذار در محیط کتابخانه، و مهارت‌های اطلاع‌یابی و جستجو فردی آنها در یافتن منابع اطلاعاتی)، منجر به بروز رفتار برنامه‌ریزی نشده در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه می‌گردند.

### نتیجه‌گیری

بررسی موضوع رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعین در استفاده از منابع اطلاعاتی یا خدمات، از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است؛ چراکه در کتابخانه‌ها، تعداد قابل توجهی از منابع یا خدمات وجود دارند که هدف نهایی از سازمان‌دهی آن‌ها، استفاده توسط مراجعین است؛ بنابراین کتابخانه‌ها می‌بایست نسبت به عوامل تأثیرگذار بر استفاده از منابع اطلاعاتی و خدمات توسط مراجعین، آگاهی داشته باشند. به نظر می‌رسد در صورتی که کاربران فقط در موقع نیاز از منابع اطلاعاتی یا خدمات کتابخانه‌ها استفاده کنند بسیاری از منابع و خدمات آن‌ها بدون استفاده خواهد ماند و هزینه‌ای که صرف تهیه و گردآوری آن‌ها شده است توجیه‌پذیر نخواهد بود. بنابراین، می‌توان از جنبه رفتار برنامه‌ریزی نشده مراجعین در جهت ترغیب کاربران به استفاده از منابع اطلاعاتی و خدمات کتابخانه‌ای بهره گرفت تا در درازمدت به رفتار غالب و برنامه‌ریزی شده در آن‌ها تبدیل گردد. در چنین شرایطی می‌توان انتظار داشت که در آینده سطح مطالعه مراجعین کتابخانه‌ها یا میزان استفاده آن‌ها از طیف گسترده‌ای از خدمات این مراکز نیز افزایش یابد. بنابراین ضرورت دارد تا کتابخانه‌ها به ادراک مطلوبی از عوامل مؤثر بر استفاده مراجعین به‌ویژه استفاده‌های ناگهانی و برنامه‌ریزی نشده و میزان تأثیر عوامل گوناگون بر این نوع از رفتار رسیده باشند تا بتوانند خط‌مشی‌های مشخصی را برای آن سازمان‌دهی نمایند.



- اعظمی، محمد. (۱۳۹۰). ارزیابی و تحلیل محیط رابط پایگاه‌های اطلاعاتی در پشتیبانی از الگوی رفتار اطلاع‌جویی کاربران از دیدگاه نظریه معنابخشی (پایان‌نامه دکتری). دانشکده فردوسی، دانشگاه دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، مشهد.
- بیرانوند، علی. (۱۳۹۳). بررسی رفتارهای اطلاع‌یابی اعضای هیأت علمی دانشگاه پیام نور جهرم. مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی، ۱(۱)، ۱۰۱-۱۱۰.
- سالاری، محمود. (۱۳۹۱). واکاوی و تبیین عوامل عمده مؤثر بر فرهنگ مطالعه در ایران و ارائه مدلی مناسب برای توسعه آن (پایان‌نامه دکتری). دانشکده فردوسی، دانشگاه دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، مشهد.
- عبدالوند، محمد علی؛ و غفاری آشتیانی، پیمان. (۱۳۸۸). ارائه الگویی برای ارزیابی عوامل مؤثر بر تبلیغات شفاهی مثبت در بازار خدمات (مطالعه موردی: بانک‌های شهرستان اراک). آینده پژوهی مدیریت، ۲۰(۲)، ۳۵-۵۱.
- فدائی، غلامرضا. (۱۳۹۴). رفتار اطلاع‌یابی و اهمیت آن. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۱(۴)، ۴۹۱-۴۹۶.
- قاسم، امیدعلی؛ و نورمحمدی، حمزه علی. (۱۳۹۴). الگوهای سنجش و اندازه‌گیری سرانه مطالعه در ایران. مقاله ارائه شده در هشتمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش، تهران: موسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی.
- 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.
- مسلمی، معصومه؛ و فرج‌پور، محمد. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت اطلاع‌جوئی و اطلاع‌رسانی کتابداران کتابخانه‌های عمومی درباره اطلاعات سلامت (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی). نشریه علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۲(۲)، ۲۸-۴۸.
- منصوریان، یزدان؛ و سنگری، محمود. (۱۳۹۴). بررسی رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه خوارزمی در تدوین پایان‌نامه. مجله تعامل انسان و اطلاعات، ۲(۲)، ۱-۸.
- Ajzen, Icek. (2006). constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations.
- Burnett, Sandy E. (2006, August 29). *Internal and external trigger cues of impulse buying online*. Oregon State University, Corvallis.
- Clover, Vernon T. (1950). Relative Importance of Impulse-Buying in Retail Stores. *Journal of Marketing*, 15(1), 66-70. <https://doi.org/10.2307/1247083>
- Haque, Enamul; Rahman, Azizur; & SK, Ajimuddin. (2016). Information seeking behaviour of Faculty members and research scholar of Agricultural University Libraries in Bangladesh. *Research Journal of Library Sciences*, 4(2), 1-8.



Hossain, Md Uzzal; Hossain, Md Arman; & Islam, Md Shariful. (2017). An assessment of the information needs and information-seeking behaviour of members of parliament (MPs) in Bangladesh. *Information and Learning Science*, 118(1/2), 48-66. <https://doi.org/10.1108/ILS-10-2016-0075>

Kim, Jiyeon. (2003, August). *College students' apparel impulse buying behaviors in relation to visual merchandising*. University of Georgia, Athens.

Randhawa, Sukhwinder; & Jatana, Meena. (2015). Information Seeking Behaviour of Social Scientists of CRRID: A Case Study. *International Journal of Information Dissemination and Technology*, 5(4), 236-239.

Rook, Dennis W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199. <https://doi.org/10.1086/209105>

