

## واکاوی مفهوم فرهنگ اطلاعاتی و بررسی وضعیت آن در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد

حسن محمودی: دانشجوی علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

رحمت الله فتاحی: استاد علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول) fattahirahmat@gmail.com

محسن نوکاریزی: دانشیار علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

محمدحسین دیانی: استاد علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

### چکیده

دریافت: ۹۵/۱۰/۲۴  
ویرایش: ۹۶/۰۴/۰۷  
پذیرش: ۹۶/۰۴/۱۹

**زمینه و هدف:** فرهنگ اطلاعاتی مفهوم جدیدی است که بیانگر نوع نگاه سازمان‌ها به اطلاعات، همچنین ارزش‌ها و هنجارهایی است که بر رفتار اطلاعاتی افراد در سازمان اثر می‌گذارد. هدف پژوهش حاضر واکاوی مفهوم فرهنگ اطلاعاتی و بررسی وضعیت آن در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد است.

**روش پژوهش:** این پژوهش از نوع کاربردی است که به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد ۲۵۰ نفر به‌عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند. برای سنجش فرهنگ اطلاعاتی از پرسشنامه‌ای مبتنی بر مدل چو و همکاران (۲۰۰۸) استفاده شد که فرهنگ اطلاعاتی را به شش بعد درستی اطلاعات، رسمیت اطلاعات، کنترل اطلاعات، شفافیت اطلاعات، اشتراک اطلاعات، و استفاده فعالانه از اطلاعات دسته‌بندی می‌کند. قبل از گردآوری داده‌ها روایی و پایایی این پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت.

**یافته‌ها:** از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد، فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در این دانشگاه از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست. از میان ابعاد فرهنگ اطلاعاتی بیشترین میانگین مربوط به اشتراک اطلاعات و کمترین میانگین مربوط به شفافیت اطلاعات است. طبق نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد، الگوی فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر دانشگاه فرهنگ اطلاعاتی رابطه‌محور است. همچنین، بررسی رابطه بین متغیرهای جمعیت‌شناختی و فرهنگ اطلاعاتی نیز نشان داد که بین متغیرهای جنسیت و حوزه تحصیلی با برخی از ابعاد فرهنگ اطلاعاتی رابطه معنادار وجود دارد.

**نتیجه‌گیری:** به دلیل نقش و اهمیت فراوان اطلاعات در سازمان‌های امروزی، پرداختن به فرهنگ اطلاعاتی به عنوان یک متغیر توانمندساز که بر رفتارهای اطلاعاتی در سازمان بویژه تولید و استفاده از اطلاعات اثرگذار می‌باشد، ضروری است. از طرفی، فرهنگ اطلاعاتی موضوع جدیدی است که پرداختن به آن افق پژوهشی جدیدی را به‌ویژه در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایجاد می‌کند و می‌تواند مبنایی برای پژوهش‌های بیشتر باشد.

**کلیدواژه‌ها:** فرهنگ اطلاعاتی، رفتارهای اطلاعاتی، دانشگاه فردوسی مشهد، اعضای هیئت علمی

### مقدمه

اسلاتر<sup>۶</sup> (۱۹۹۰) مطرح شد به ادراک بازار به شرط مبنا قرار دادن نیازهای مشتری به عنوان کانون فعالیت‌های سازمانی تاکید دارد. اما پیتر دراگر<sup>۷</sup> (۱۹۹۳) آینده منحصربه‌فردی از اقتصاد بازار را پیش بینی کرد و آن‌هم سازماندهی فعالیت‌های اقتصادی حول محور اطلاعات بود. بر این اساس، در سال ۱۹۸۸ اصطلاح "سازمان‌های اطلاعات‌محور"<sup>۸</sup> توسط پیتر دراگر مطرح شد و آن مرحله‌ای است که سازمان‌ها بتوانند بطور موثر و کارآمد از اطلاعات استفاده کنند و اطلاعات را محور فعالیت‌های خود قرار دهند.

در سال‌های نه چندان دور، مشتری محوری<sup>۱</sup>، رقیب محوری<sup>۲</sup> و بازار محوری<sup>۳</sup> پارادایم‌های رایج در متون مدیریت و سازمان بودند. تاکید مشتری محوری بر استخراج تصمیمات سازمانی بر اساس نیازهای مشتری است (گولتی و اولدرویڈ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵). تاکید رقیب محوری یا رقابتی بودن بر عمل متقابل بر اساس مشاهده رفتار سازمان‌های رقیب می‌باشد (پورتر<sup>۵</sup>، ۱۹۸۵). پارادایم بازار محوری نیز که اولین بار توسط نارور و

1. Customer Orientation

2. Competitor Orientation

3. Market Orientation

4. Gulati and Oldroyd

5. Porter

6. Narver and Slater

7. Drucker

8. Information Based Organization

هستیم که اطلاعات بیش از هر زمان دیگری برای سازمان‌ها مهم شده است. وی همچنین فرهنگ اطلاعاتی سالم را عامل پیشرفت و موفقیت در عصر اطلاعات می‌داند. در این راستا، مارچند، کتینگر و رولینز<sup>۱۱</sup> (۲۰۱۱) نیز اذعان می‌دارند، رشد اطلاعات جهانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله اینترنت و وب، اهمیت اطلاعات را در اقتصاد بیشتر کرده است. از دیدگاه آنها استفاده موثر از اطلاعات در سازمان عامل اصلی توسعه کارایی سازمان است. از این رو، آنها توجه به عوامل موثر بر استفاده از اطلاعات در سازمان به ویژه فرهنگ اطلاعاتی را امری مهم می‌دانند. در اندک پژوهش‌های دیگری که در زمینه فرهنگ اطلاعاتی انجام شده است نیز به نقش آن در توسعه دیگر متغیرهای سازمانی اشاره شده است. به‌عنوان مثال، کاری و مور<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۳) فرهنگ اطلاعاتی را عامل مهمی در بهبود فرایند تصمیم‌گیری در سازمان می‌دانند. از نظر چو و همکاران<sup>۱۳</sup> (۲۰۰۶، ۲۰۰۸) فرهنگ اطلاعاتی مهمترین عامل مؤثر بر رفتار استفاده از اطلاعات در سازمان است. تین و چائو<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۲) در پژوهش خود نشان دادند، فرهنگ اطلاعاتی نقش زیادی بر توسعه خلاقیت و نوآوری سازمانی دارد. همه این موارد لزوم توجه به فرهنگ اطلاعاتی را نشان می‌دهد.

به‌طور کلی، از آنجا که فرهنگ اطلاعاتی مفهوم جدیدی است، از این جهت مطالعات بسیار اندکی در رابطه با آن تنها در خارج از کشور انجام شده است. باوجود جستجوهای فراوان در داخل کشور مقاله یا مطلبی درباره آن مشاهده نشد. از این رو، با توجه به تأثیر بالای این متغیر بر دیگر متغیرهای سازمانی از جمله متغیرهای مرتبط با اطلاعات و همچنین خلاء پژوهشی این حوزه، بررسی مفهوم، ویژگی‌ها و ابعاد این متغیر مورد توجه پژوهش حاضر قرار گرفت. از سویی، با توجه به اینکه دانشگاه‌ها از مهمترین سازمان‌هایی هستند که عمده فعالیت‌های آنها مبتنی بر اطلاعات و فرایندهای اطلاعاتی است، تلاش شد تا وضعیت این متغیر در دانشگاه فردوسی مشهد به‌عنوان یکی از بزرگترین دانشگاه‌های کشور بررسی شود. نتایج و یافته‌های این پژوهش می‌تواند ضمن پر کردن خلاء پژوهشی این حوزه، مبنایی برای پژوهش‌های بیشتر در این حوزه به‌ویژه در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی باشد.

البته کمی پیشتر از او، نوناکا و تاکه اوچی<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) نیز اصطلاح "سازمان دانش‌آفرین"<sup>۲</sup> را مطرح کردند که اشاره به سازمان‌هایی دارد که در تبدیل اطلاعات به دانش قابل استفاده و نوآوری خوب عمل می‌کنند. همچنین داوینپورت<sup>۳</sup> (۱۹۹۷) نیز "اکولوژی اطلاعات"<sup>۴</sup> را در سازمان مطرح کرد که به مدیریت و استفاده موثر از اطلاعات در همه ابعاد سازمانی برای توسعه عملکرد سازمان و ایجاد تغییرات در سازمان اشاره دارد. در این راستا، "سازمان داننده یا آگاهی‌ساز"<sup>۵</sup> نیز اصطلاحی است که توسط چو<sup>۶</sup> (۱۹۹۸) پیشنهاد شد که به توانایی‌های سازمان در ترکیب، معنابخشی<sup>۷</sup>، تولید دانش و تصمیم‌گیری موثر اشاره دارد.

موارد یاد شده نشان‌دهنده تغییر رویکرد سازمان‌ها نسبت به منابع و ظرفیت‌های خود و افزایش روز افزون اهمیت اطلاعات و دانش در سازمان‌هاست. این تغییر در نگاه و رویکرد باعث شد، سازمان‌ها به اطلاعات و دانش به‌عنوان منبع اصلی قدرت و کسب مزیت رقابتی نگاه کنند. در این رابطه، لی و تسای<sup>۸</sup> (۲۰۰۵) نیز در مطالعه‌ای که انجام دادند، تأکید کردند که مهمترین عامل در برتری عملکرد سازمان توان سازمان در استفاده استراتژیک از اطلاعات و تصمیم‌گیری اثربخش بر مبنای اطلاعات است. بر این اساس، در سال‌های اخیر اصلاح دیگری نیز تحت عنوان "فرهنگ اطلاعاتی"<sup>۹</sup> در ارتباط با اطلاعات در سازمان مطرح شد که نشان‌دهنده نوع نگاه سازمان‌ها به اطلاعات و رفتاری است که سازمان‌ها در قبال اطلاعات از خود نشان می‌دهند. در حقیقت، همانطور که فرهنگ سازمانی به‌عنوان یک متغیر توانمندساز سازمانی بر دیگر متغیرهای سازمانی و همچنین رفتارهای کارکنان سازمان اثرگذار است و به آنها جهت می‌دهد، فرهنگ اطلاعاتی نیز در سازمان بر رفتارهای اطلاعاتی (کلیه رفتارهای کارکنان در ارتباط با اطلاعات) اثر می‌گذارد و به آنها جهت می‌دهد. به این دلیل است که داوینپورت<sup>۱۰</sup> (۱۹۹۷) فرهنگ اطلاعاتی را بخشی از فرهنگ سازمانی می‌داند که بر رفتارهای اطلاعاتی کارکنان تأثیر می‌گذارد. وی توجه به فرهنگ اطلاعاتی در سازمان را امری ضروری می‌داند، به ویژه آنکه در حال حاضر در دورانی

1. Nonaka and Takeuchi

2. Knowledge-Creating Company

3. Davenport

4. Information Ecology

5. Knowing Organization

6. Choo

7. Sense Making

8. Lee and Tsai

9. Information Culture

10. Davenport

11. Marchand, Kettinger and Rollins

12. Curry and Moore

13. Choo

14. Tien and Chao

## مروری بر مبانی نظری

## تاریخچه و مفهوم فرهنگ اطلاعاتی

اطلاعاتی تعریف می‌کند. از دیدگاه وی این ارزش‌ها و نگرش‌ها از طریق تعامل بین لایه‌های مختلف فرهنگ سازمانی، ملی، و حرفه‌ای شکل می‌گیرد. کاری و مور<sup>۱۴</sup> (۲۰۰۳) نیز فرهنگ اطلاعاتی را به عنوان فرهنگی تعریف کردند که در آن ارزش و استفاده از اطلاعات در دستیابی به موفقیت‌های عملیاتی و استراتژیک به رسمیت شناخته شده است، به طوری که اطلاعات اساس تصمیم‌گیری‌های سازمانی را شکل می‌دهد. از نظر چو و همکاران (۲۰۰۶) نیز، فرهنگ اطلاعاتی ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهایی هستند که بر دریافت، تولید و استفاده از اطلاعات تأثیر می‌گذارد. در این راستا، در مطالعه دیگری که چو و همکاران (۲۰۰۸) انجام دادند تعریف دیگری از فرهنگ اطلاعاتی بیان نمودند. از دیدگاه آنها فرهنگ اطلاعاتی عبارت است از الگوهای مشترک اجتماعی از رفتارها، هنجارها و ارزش‌هایی که میزان اهمیت و استفاده از اطلاعات را در سازمان مشخص می‌کنند. ارزش‌ها به معنی اعتقادات پذیرفته شده‌ای درباره نقش و اهمیت اطلاعات در جامعه (سازمان) هستند. هنجارها، قواعد یا استانداردهای اجتماعی پذیرفته شده‌ای هستند که مشخص می‌کنند چه نوع رفتارهای اطلاعاتی نرمال هستند یا در جامعه پذیرفته شده‌اند. ارزش‌ها و هنجارها با هم رفتارهای اطلاعاتی افراد را در جامعه (مثلاً یک سازمان) شکل می‌دهند. از آنجا که رفتارهای اطلاعاتی توسط ساختار اجتماعی از نقش‌ها، قواعد و احکام شکل می‌گیرند، آنها جلوه‌ای از هنجارها و ارزش‌های فرهنگی هستند. بر این اساس، رفتارهای اطلاعاتی نیز الگوهای ثابت کاری و به هم وابسته‌ای هستند که بین افراد، اطلاعات و فناوری در بافت اجتماعی سازمان ارتباط برقرار می‌کنند.

همانطور که نشان داده شد، تعریف‌هایی که از فرهنگ اطلاعاتی توسط صاحب‌نظران مختلف بیان شده‌اند تا حدی مشابه هم هستند. به طور کلی می‌توان گفت آن دسته از معیارها و عواملی (هنجارها، ارزش‌ها و رفتارها) که بر نحوه جستجو، تولید و استفاده از اطلاعات در یک سازمان یا گروه تأثیر دارند فرهنگ اطلاعاتی نامیده می‌شود. به عبارتی در سطح سازمانی، نحوه جستجو و بازیابی اطلاعات، نحوه استفاده و به کارگیری اطلاعات در سازمان، نحوه تبادل و انتقال اطلاعات در سازمان، فضای اطلاعاتی حاکم بر سازمان، جریان اطلاعات در سازمان و مانند آنها از جمله

اصطلاح فرهنگ اطلاعاتی اولین بار در سال ۱۹۸۸ توسط گینمن<sup>۱</sup> (۱۹۸۸) مطرح شد. وی فرهنگ اطلاعاتی را به عنوان فرهنگی تعریف می‌کند که در چارچوب آن، تغییر شکل منابع فکری در کنار تغییر شکل منابع مادی صورت می‌گیرد. منابع اصلی برای چنین تغییری انواع متنوعی از اطلاعات و دانش هستند. بعدها داوینپورت<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) در بخشی از کتاب معروف خود با عنوان "اکولوژی اطلاعات"<sup>۳</sup> ضمن بررسی جایگاه و اهمیت اطلاعات و دانش در سازمان‌ها، به بررسی مفهوم فرهنگ اطلاعاتی و رفتار اطلاعاتی پرداخته است. از نظر داوینپورت، رفتار اطلاعاتی، به رویکرد افراد به اطلاعات، نحوه استفاده از اطلاعات و نحوه به دست آوردن اطلاعات اشاره دارد. از دیدگاه وی رفتار اطلاعاتی شامل جستجو، استفاده، اصلاح<sup>۴</sup>، اشتراک، گردآوری و حتی نادیده گرفتن<sup>۵</sup> اطلاعات می‌شود. به گفته وی، هدف از مدیریت رفتار اطلاعاتی، بهبود اثربخشی کلی محیط اطلاعاتی سازمان<sup>۶</sup> بوسیله اقدامات هماهنگ است. در حالی که رفتار اشاره به اعمال و اقدامات فردی دارد، فرهنگ به سازمان‌ها یا گروه‌ها، بویژه ارزش‌ها و هنجارهای گروه اشاره دارد. بر این اساس، از نظر وی، فرهنگ اطلاعاتی به معنای الگویی از رفتارها و نگرش‌هایی است که نشان دهنده نوع جهت‌گیری سازمان<sup>۷</sup> به اطلاعات است. از دیدگاه وی، فرهنگ اطلاعاتی می‌تواند باز یا بسته<sup>۸</sup>، حقیقت‌گرا یا شایعه محور<sup>۹</sup>، مبتنی بر شهود<sup>۱۰</sup>، متمرکز بر درون یا بیرون<sup>۱۱</sup>، کنترل‌کننده یا توانمندساز<sup>۱۲</sup>، باشد. فرهنگ اطلاعاتی سازمان همچنین می‌تواند شامل اولویت‌های سازمانی در انتخاب نوع کانال‌ها یا رسانه‌های اطلاعاتی باشد، به عنوان مثال، ارتباطات چهره به چهره در مقابل ارتباطات تلفنی یا از راه دور. در تعریفی دیگر، اولیور<sup>۱۳</sup> (۲۰۰۳) میزان ارزش داده شده به اطلاعات و نوع نگرش افراد به اطلاعات را فرهنگ

1. Ginman

2. Davenport

3. Information Ecology: Mastering The Information and Knowledge Environment

4. Modifying

5. Information Ignoring

6. Organization's Information Environment

7. Organization's Orientation

8. Open Or Closed

9. Factually Oriented Or Rumor

10. Intuition-Based

11. Internally Or Externally Focused

12. Controlling Or Empowering

13. Oliver

14. Curry and Moor

مواردی هستند که در سازمان تحت تأثیر فرهنگ اطلاعاتی قرار دارند.

### ابعاد فرهنگ اطلاعاتی

پژوهشگران مختلف با توجه به تعریف و ویژگی‌هایی که برای فرهنگ اطلاعاتی بیان کردند، ابعاد گوناگونی برای آن نام برده‌اند. در این بخش برای آشنایی بیشتر با مفهوم و ویژگی‌های فرهنگ اطلاعاتی به تعدادی از ابعاد مطرح شده اشاره می‌شود.

از دیدگاه داونپورت (۱۹۹۷) که یکی از متخصصانی است که پیش از دیگران به بررسی مفهوم فرهنگ اطلاعاتی پرداخته است، چنانچه سازمان‌ها بخواهند فرهنگ اطلاعاتی سالمی داشته باشند، کارکنانشان باید این سه فعالیت اصلی را انجام دهند: (۱) اشتراک اطلاعات<sup>۱</sup> (۲) کنترل اضافه بار اطلاعاتی<sup>۲</sup> و (۳) برخورد مشترک با معانی متعدد<sup>۳</sup>. از نظر وی، این سه بعد بیشترین نقش را در بهبود فرهنگ اطلاعاتی سازمان دارند.

(۱) **اشتراک اطلاعات**: داونپورت اشتراک اطلاعات را عمل داوطلبانه در دسترس قرار دادن اطلاعات خود برای دیگران تعریف می‌کند (داونپورت، ۱۹۹۷) البته در سطح سازمانی باید بین اشتراک با گزارش دهی<sup>۴</sup> تمایز قائل شد، چرا که گزارش دهی امری اجباری و غیرداوطلبانه است که کارکنان موظفند اطلاعات لازم را به صورت روزمره و بر اساس یک ساختار خاص در اختیار سازمان قرار دهند. در حالی که ویژگی اصلی اشتراک اطلاعات، داوطلبانه بودن آن است. گزارش دهی معمولاً بصورت عمودی، از پایین به بالا و در یک ساختار سلسه مراتبی است ولی اشتراک معمولاً بصورت افقی و بین کارکنان و همکاران یک بخش است.

(۲) **کنترل اضافه بار اطلاعاتی**: اضافه بار اطلاعاتی به مفهوم حجم زیادی از اطلاعاتی است که در یک مدت زمان کوتاه ارائه می‌شود و توانایی تفسیر، درک و حل آن مشکل است. در واقع هرگاه با حجم زیادی از اطلاعات به‌ویژه اطلاعات غیرقطعی، مبهم، جدید، پیچیده یا فشرده مواجه شویم، اضافه بار اطلاعاتی رخ می‌دهد (باودن و رابینسون<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹). اگر در گذشته، اطلاعات کمیاب بود و به دست آوردن اطلاعات بیشتر یک حسن محسوب می‌شد، امروزه، به مدد رشد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، اینترنت، انواع پایگاه‌ها و منابع اطلاعاتی و مانند آنها سازمان‌ها با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه‌اند که در این میان بخش زیادی

از این اطلاعات، اطلاعات بی‌ارزش و کم محتوا است. در چنین شرایطی این حجم عظیم اطلاعات یا به عبارتی اضافه بار اطلاعاتی می‌تواند باعث اختلال در برنامه‌ریزی‌های سازمانی شود. بر این اساس، سازمان‌ها باید برنامه‌ای برای مدیریت اطلاعات و اضافه بار اطلاعاتی داشته باشند. در حقیقت، سازمان‌ها باید تلاش کنند تا با کنترل اضافه بار اطلاعاتی و به دست آوردن اطلاعات مفید، مرتبط و کاربردی به تصمیم‌گیری‌های سازمانی کمک نمایند. از این رو است که داونپورت (۱۹۹۷) کنترل اضافه بار اطلاعاتی را عامل مهمی در بهبود فرهنگ اطلاعاتی می‌داند چرا که نقش مهمی بر دستیابی، تولید و استفاده از اطلاعات در سازمان دارد.

(۳) **برخورد مشترک با معانی متعدد**: یکی از قدیمی‌ترین مشکلات استفاده از اطلاعات، وجود معانی متعدد برای یک واحد اطلاعاتی است. یک واحد اطلاعاتی ممکن است برای افراد مختلف معانی مختلفی داشته باشد. بر این اساس درک، تفسیر، استفاده، جستجو و سازماندهی آن نیز برای افراد مختلف متفاوت خواهد بود. برای نمونه، واژه مشتری ممکن است در سازمان‌های مختلف معانی متفاوتی داشته باشد و هر سازمان با توجه به نوع مشتریانی که دارد این واژه را تفسیر کند. بر این اساس، در هر سازمان باید هر مفهوم و موضوعی که بار اطلاعاتی دارد دارای معنی مشترکی در بین همه افراد باشد. بسیاری از طرح‌های موضوعی و رده بندی نیز برای ایجاد این درک مشترک به وجود آمده‌اند. بر این اساس، به گفته داونپورت (۱۹۹۷) برخورد مشترک با معانی متعدد بر نحوه درک و استفاده از اطلاعات یا به عبارتی بر فرهنگ اطلاعاتی سازمان تأثیر دارد.

کاری و مور (۲۰۰۳) نیز مدل دیگری از فرهنگ اطلاعاتی را ارائه دادند. از نظر آنها، ترکیب فرهنگ اطلاعاتی و فرهنگ سازمانی امری ضروری در سازمان‌های دانش‌بنیاد است. مدلی که آنها ارائه دادند نیز بیشتر برای سازمان‌های دانش‌بنیاد است. این مدل از هفت بعد تشکیل شده است که به شرح زیر است:

(۱) **هدف‌ها و استراتژی**<sup>۶</sup>: این بعد شامل دیدگاه‌های کلان سازمان نسبت به اطلاعات، مدیریت اطلاعات و ویژگی‌های مدیر و رهبری سازمان در این رابطه است.

(۲) **اهمیت اطلاعات**<sup>۷</sup>: در این بعد میزان اهمیت اطلاعات در سازمان و در بین کارکنان، و توجه به فرایندهای

<sup>۱</sup> . Information Sharing

<sup>۲</sup> . Handling Information Overload

<sup>۳</sup> . Dealing With Multiple Meanings

<sup>۴</sup> . Reporting

<sup>۵</sup> . Bawden and Robinson

6 . Strategy and Objectives

7 . Information Importance

۱) **درستی اطلاعات**<sup>۶</sup>: استفاده از اطلاعات به شیوه‌ای اخلاقی، قابل اعتماد و مطمئن.

درستی اطلاعات یک ارزش سازمانی است که نقش مهمی در استفاده موثر از اطلاعات در محیط سازمانی دارد. درستی اطلاعات در سازمان بر اساس نوع رفتار کارکنان و مدیران در استفاده از اطلاعات برای تصمیم‌گیری‌های سازمانی به نمایش گذاشته می‌شود. بر این اساس، برای اینکه اطلاعات در فرایند تصمیم‌گیری دارای ارزش باشد، نخست، باید عاری از هر گونه تحریف و سوگیری باشد به طوری که رویدادها، حوادث، بافت و اقدامات را همانگونه که هستند منعکس کند. دوم، اطلاعات می‌تواند مبنای تصمیم‌گیری‌های سازمانی باشد اگر استفاده از آن تنها برای توجیه تصمیم‌گیری‌ها نباشد بلکه قبل از هر گونه تصمیم‌گیری نیز مورد استفاده قرار گیرد. سوم، تصمیم‌گیری کارآمد سازمانی مستلزم این است که همه اطلاعات مورد نیاز قبل از تصمیم‌گیری قابل دسترس باشد. چهارم، درستی اطلاعات باید مانع استفاده از اطلاعات سازمانی برای منافع شخصی شود (مارچند و همکاران، ۲۰۰۱).

درستی اطلاعات در حقیقت قابلیت اعتماد و اطمینان به اطلاعات است. به طور خاص، این مفهوم به دقت، ثبات و قابلیت اطمینان از محتوای اطلاعات، فرایندهای اطلاعاتی و سیستم‌های اطلاعاتی اشاره دارد. درستی اطلاعات پیش نیاز همه فعالیت‌های مرتبط با مدیریت اطلاعات است. اگر اطلاعات مورد استفاده به اندازه کافی از درستی و اعتبار برخوردار نباشد، موفقیت همه برنامه‌های سازمانی متکی بر اطلاعات با مشکل مواجه خواهد شد.

۲) **رسمیت اطلاعات**<sup>۷</sup>: میزان تمایل به استفاده و اعتماد به اطلاعات رسمی<sup>۸</sup> در مقابل منابع غیررسمی اطلاعات<sup>۹</sup>. اطلاعات موجود در سازمان می‌تواند در قالب‌های رسمی یا غیررسمی جریان یابد. بنا به عقیده پژوهشگران هر دو نوع استفاده از اطلاعات چه رسمی و چه غیررسمی برای سازمان‌ها ضروری‌اند. رسمیت اطلاعات به این معنا است که سازمان‌ها فرایندهای رسمی و سازوکارهای لازم را برای توسعه جریان اطلاعات در سازمان مهیا سازند تا ضمن ارائه اطلاعات لازم همه بخش‌ها کنترل‌های لازم را نیز به عمل آورند. اطلاعات رسمی سازمانی معمولاً در قالب گزارش‌های سازمانی، اطلاعات موجود در اسناد و مدارک سازمانی و این

تصمیم‌گیری در سازمان و نقش اطلاعات در این تصمیم‌گیری‌ها لحاظ شده‌اند.

۳) **محیط سازمانی**<sup>۱</sup>: تاکید این بعد بر برخی از ویژگی‌های محیطی سازمان از جمله فرهنگ سازمانی حمایت‌کننده از اطلاعات و مدیریت اطلاعات است.

۴) **انجمن‌های حرفه‌ای**<sup>۲</sup>: بررسی میزان فعالیت‌های حرفه‌ای در سازمان، میزان فعالیت و نفوذ متخصصان در سازمان و روابط بین آن‌ها در این بعد مورد توجه قرار گرفته است.

۵) **سیستم‌های اطلاعاتی**<sup>۳</sup>: این بعد سیستم‌های اطلاعاتی موجود در سازمان را بررسی می‌نماید. همچنین میزان توجه مدیران سازمان به سیستم‌های مدیریت اطلاعات و توسعه آن در سازمان را مورد توجه قرار می‌دهد.

۶) **روابط**<sup>۴</sup>: این بعد نشان دهنده روابط صمیمانه و مبتنی بر اعتماد بین کارکنان و متخصصان، میزان همکاری‌ها، مشارکت‌ها و اشتراک دانش و اطلاعات بین کارکنان است.

۷) **ارتباطات**<sup>۵</sup>: در این بعد میزان ارتباطات سازمانی، نوع جریان ارتباطات در سازمان، راه‌های برقراری ارتباط بین کارکنان بویژه ارتباطات بین بخشی مورد توجه قرار گرفته است.

از نظر کاری و مور (۲۰۰۳) هر چه وضعیت این ۷ بعد در سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های دانش‌بنیاد بهتر باشد نشان‌دهنده فرهنگ اطلاعاتی غنی آن‌ها است که این امر تا حد زیادی بر عملکرد و اثربخشی سازمان تأثیر مثبت می‌گذارد.

اما یکی دیگر از مدل‌هایی که برای فرهنگ اطلاعاتی ارائه شده است، مدلی است که توسط چو و همکاران (۲۰۰۸) مطرح شده است. آن‌ها در این مدل شش نوع رفتار اطلاعاتی و ارزش مرتبط با اطلاعات را به عنوان شاخص‌هایی برای توصیف فرهنگ اطلاعاتی سازمان مشخص نموده‌اند. بایسته یادآوری است که در پژوهش حاضر نیز از این ابعاد برای بررسی وضعیت فرهنگ اطلاعاتی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد استفاده شده است. از این رو، سعی شده است به‌طور کامل‌تر به این مدل پرداخته شود. ابعاد این مدل عبارتند از:

1. Organization Environment

2. Professional Associations

3. Information Systems

4. Relationships

5. Communications

6. Information Integrity

7. Information Formality

8. Formal Information

9. Informal Sources

قبیل جریان دارد. اطلاعات غیررسمی نیز اطلاعاتی است خارج از منابع سازمانی که بصورت ارتباطات غیررسمی بین کارکنان جریان دارد، مثل تبادل اطلاعات در گفتگوهای دوستانه بین کارکنان.

**۳) کنترل اطلاعات:** اینکه تا چه حد اطلاعات برای مدیریت و کنترل عملکرد به کار می‌رود.

امروزه معیارهای مالی و غیر مالی فراوانی برای سنجش عملکرد سازمان‌ها به وجود آمده‌اند. بر این اساس، در سازمان‌های مختلف نیز ممکن است بخش‌های مختلفی وجود داشته باشند که عملکرد سازمان را از جنبه‌های مختلفی چون وضعیت مالی، مشتریان، کارکنان، بازار و ... بسنجند. هر یک از این بخش‌ها از اطلاعات برای سنجش عملکرد واحدهای مختلف استفاده می‌کنند. در حقیقت اطلاعات موجود در سازمان مبنایی است برای سنجش عملکرد سازمان چراکه هم سنججهایی که برای ارزیابی عملکرد سازمان به کار می‌روند وابسته به اطلاعات اند و هم عملکرد کارکنان وابسته به اطلاعات است. از این رو، مهم است که اطلاعات مربوط به عملکرد سازمان باید پیوسته در اختیار کارکنان قرار گیرد تا بر عملکرد فردی و گروهی آنها تاثیر گذارد. افزون بر آن، کارکنان سازمان نیز باید تشویق شوند تا از اطلاعات تهیه شده درباره عملکرد سازمان به منظور بهبود عملکرد خود استفاده نمایند.

**۴) شفافیت اطلاعات:** میزان باز بودن فضا و آزاد بودن افراد در گزارش اشتباه‌ها، خطاها و شکست‌ها.

شفافیت به عنوان یک ارزش مدیریتی و سازمانی به تمایل و توان شنیدن و تحمل اخبار بد و ناخوشایند در کنار اخبار خوب اشاره دارد. در خیلی از سازمان‌ها اخبار خوب مانند اخبار مربوط به موفقیت‌ها در سازمان جریان پیدا می‌کند، اما اخبار مربوط به ضعف‌ها و شکست‌ها، خطاها گزارش نمی‌شود، چنین سازمان‌هایی را می‌توان گفت سازمان‌هایی هستند که شفافیت اطلاعات در آنها وجود ندارد. شفافیت با چهار ویژگی مرتبط است، ۱) برخورد منصفانه و بدون سوگیری با افکار و عقاید دیگران، ۲) برخورد منصفانه، صادقانه و بی‌غرض با تصمیمات و موقعیت‌ها ۳) اعتماد به دیگران ۴) دیدگاه باز یا گشودگی<sup>۳</sup> نسبت به افکار و عقاید دیگران به خصوص وقتی که مطابق میل ما نیستند (مارچند و همکاران، ۲۰۰۱؛ چو و همکاران، ۲۰۰۸).

از دیدگاه مارچند و همکاران (مارچند و همکاران، ۲۰۰۱) شفافیت اطلاعات درباره اشتباهات، خطاها، شکست‌ها و غفلت‌ها به سه دلیل برای سازمان‌ها لازم است. نخست، بهبود فرایندها و محصولات در سازمان به شناسایی و رفع خطاها و نقص‌ها در سازمان وابسته است. بدون شناسایی خطاها، اشتباه‌ها، ضعف‌ها و ... کارکنان و مدیران قادر نخواهند بود به بهبود سازمان کمک کنند. از این رو، لازم است فضای اطلاعاتی سازمان اجازه بحث و انتقال اطلاعات در این مورد را داشته باشد. دلیل دوم برای شفافیت اطلاعات در سازمان این است که شفافیت اطلاعات مبنای اصلی یادگیری سازمانی است. در حال حاضر مدیران و کارکنان سازمان با تغییرات متعددی در محیط درونی و بیرونی سازمان مواجه هستند، چالشی که وجود دارد این است که مدیران و کارکنان سازمان چگونه با این چالش مقابله کنند و خود را آماده تغییرات نمایند. ارگریس و شان<sup>۴</sup> (۱۹۷۸) بحث یادگیری تک حلقه‌ای<sup>۵</sup> را چاره کار می‌دانند. از دیدگاه آنان در وهله اول کارکنان و مدیران باید خطاها، مشکلات و شکست‌های موجود در سازمان را شناسایی و دلایل احتمالی آن را مشخص سازند. سپس باید تلاش نمایند مشکلات شناسایی شده را حل و برطرف سازند و تجربه‌های به دست آمده از این کار استراتژی‌ها و برنامه خود را مجدد تدوین نمایند و اینگونه خود را آماده مقابله با تغییرات جدید نمایند. این مرحله از کار از دیدگاه ارگریس و شان (۱۹۷۸) یادگیری دو حلقه‌ای<sup>۶</sup> نام دارد. برای این منظور، مدیران و اعضای سازمان نه تنها باید در اشتراک اطلاعات درباره خطاها، شکست‌ها و اشتباه‌های سازمان به یکدیگر اعتماد کنند بلکه باید از ایجاد فضای باز برای استفاده موثر از اطلاعات در جهت بهبود عملکرد سازمان و تدوین استراتژی‌های لازم استقبال نمایند و این مسأله را تشویق نمایند. باز بودن آماده بودن برای یادگیری درباره تغییر شرایط سازمانی مستلزم شفافیت در بین مدیران و کارکنان سازمان است تا یادگیری سازمانی (تک حلقه‌ای و دو حلقه‌ای) شکل گیرد. سومین دلیل برای اهمیت شفافیت اطلاعات در سازمان، عدم اطمینان<sup>۷</sup> است که امروزه سازمان‌ها با آن مواجه هستند. شرایط در حال تغییر سازمان، مشتریان، بازار و خدمات اهمیت دسترسی به اطلاعات درست را بیش از پیش مهم می‌سازد. در این شرایط شفافیت اطلاعات برای کاهش میزان

<sup>۴</sup> . Argyris and Schon

<sup>۵</sup> . Single Loop Learning

<sup>۶</sup> . Double Loop Learning

<sup>۷</sup> . Uncertainty

<sup>۱</sup> . Information Control

<sup>۲</sup> . Information Transparency

<sup>۳</sup> . Openness

نااطمینانی از اهمیت زیادی برخوردار است. هرچه اطلاعات با شفافیت بیشتری در دسترس قرار گیرد نااطمینانی کاهش پیدا می کند به تبع آن تصمیم‌گیری‌های سازمانی بهتر انجام می‌شود.

۵) **اشتراک اطلاعات**<sup>۱</sup>: میزان تمایل افراد به اشتراک و ارائه اطلاعات به دیگران.

اشتراک اطلاعات فرایند تبادل داوطلبانه اطلاعات بین افراد یک گروه یا سازمان است. به عقیده مارچند و همکاران (۲۰۰۱) مهمترین پیش شرط‌های اشتراک اطلاعات عبارتند از: ۱) وجود زبان و معانی مشترک بین اعضای سازمان. ۲) وجود رابطه بین افراد سازمانی که هر چه قدر این ارتباطات بیشتر باشد، اشتراک اطلاعات بیشتر صورت می‌گیرد. البته نوع و میزان ارتباطات بر نوع، میزان، کیفیت و کمیت اطلاعاتی که به اشتراک گذاشته می‌شود تاثیر دارد. ۳) میزان اعتماد ادراک شده اعضای سازمان نسبت به هم. ۴) میزان نیازها و هدف‌های مشترک بین اعضای سازمان. ۵) و در نهایت اینکه اشتراک اطلاعات باید بخشی از فرهنگ سازمان باشد، یا به عبارت دیگر، فرهنگ حاکم بر سازمان باید از اشتراک اطلاعات حمایت نماید. اشتراک اطلاعات در سازمان می‌تواند از طریق مجراهای رسمی یا غیر رسمی مانند جلسات، گزارش‌ها، پست الکترونیک، مکالمات و گفتگوهای دوستانه و ... انجام شود.

۶) **رفتار فعالانه**<sup>۲</sup> (استفاده فعالانه از اطلاعات)<sup>۳</sup>: استفاده فعالانه از اطلاعات جدید برای نوآوری و پاسخگویی سریع به تغییرات.

استفاده فعالانه از اطلاعات شامل تفکر و یادگیری درباره نحوه استفاده افراد از اطلاعات به منظور ایجاد یا توسعه محصولات و خدمات، جستجوی فعالانه اطلاعات درباره شرایط سازمانی و کسب و کار، استفاده از اطلاعات برای آزمون ایده‌های جدید، و ایجاد شرایط مناسب برای پاسخ سریع به اطلاعات جدید می‌باشد (مارچند و همکاران، ۲۰۰۱).

**الگوی‌های فرهنگ اطلاعاتی**

همانطور که در قسمت قبل گفته شد صاحب‌نظران مختلف ابعاد و ویژگی‌های مختلفی را برای فرهنگ اطلاعاتی مطرح کرده‌اند. در این راستا، برخی اندیشمندان مانند چو<sup>۴</sup> (۲۰۱۳) تلاش کرده‌اند با توجه به وضعیت و چگونگی هر یک از ابعاد

فرهنگ اطلاعاتی و همچنین دیگر عناصر مرتبط با آن، الگوهای را برای فرهنگ اطلاعاتی مطرح کند. از دیدگاه چو شناخت الگوی فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر سازمان می‌تواند مدیران را در پیشبرد برنامه‌ها و فعالیت‌های مرتبط با اطلاعات در سازمان یاری نماید. وی با بررسی متون و منابع مختلف حوزه فرهنگ، مدیریت و علم اطلاعات چهار نوع الگوی فرهنگ اطلاعاتی، ۱) فرهنگ نتیجه‌گرا<sup>۵</sup> ۲) فرهنگ قانون‌گرا<sup>۶</sup> ۳) فرهنگ رابطه محور<sup>۷</sup> ۴) فرهنگ ریسک‌پذیر<sup>۸</sup> را برای سازمان‌ها برشمرده است. هر کدام از این چهار نوع فرهنگ اطلاعاتی با توجه به مجموعه‌ای از صفات از جمله، هدف‌های اولیه مدیریت اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارهای اطلاعاتی، رفتارهای اطلاعاتی شامل نیازهای اطلاعاتی، جستجوی اطلاعات و استفاده از اطلاعات شناخته می‌شود. از نظر چو هر سازمانی درجه‌ای از هنجارها و رفتارها را از هر یک از انواع این چهار نوع فرهنگ دارد اما یکی از این نوع فرهنگ‌ها در آن سازمان فرهنگ غالب است. وی استدلال کرده است که فرهنگ اطلاعاتی با چشم انداز و راهبردهای سازمان ارتباط دارد و هر چه این ارتباط و هماهنگی بیشتر باشد، فرهنگ اطلاعاتی تاثیر بیشتری بر عملکرد و اثربخشی سازمان خواهد داشت. همچنین از دیدگاه وی، فرهنگ اطلاعاتی تا حد زیادی به مراحل رشد سازمان نیز بستگی دارد. در مراحل اولیه رشد سازمان فرهنگ ریسک‌پذیر غالبتر است و هرچه بیشتر رشد کند به سمت فرهنگ رابطه محور، فرهنگ قانون‌گرا و نتیجه‌گرا می‌رود.

**فرهنگ اطلاعاتی نتیجه‌گرا**: در این نوع فرهنگ، هدف از مدیریت اطلاعات توانمندسازی سازمان در رقابت و موفقیت در ارائه خدمات است. ارزش‌ها و هنجارها بر کنترل و درستی اطلاعات تاکید دارند. در این نوع فرهنگ تاکید بر اطلاعات بیرونی است. سازمان‌ها اطلاعات مرتبط با مشتریان، رقبا، بازار و همچنین اطلاعاتی درباره عملکرد خود را جستجو می‌کنند. بر این اساس منابع مهم کسب اطلاعات شامل مشتریان، الگوهای بازار، پژوهش‌های بازار، منابع صنعتی و دولت است و عموماً اطلاعات برای درک و تجزیه و تحلیل مشتریان، رقبا و ارزیابی عملکرد به کار می‌رود.

**فرهنگ اطلاعاتی قانون‌گرا**: در این نوع فرهنگ هدف از مدیریت اطلاعات کنترل عملکردهای درونی و بهبود قوانین و خط‌مشی‌های سازمانی است. هنجارها و ارزش‌های

<sup>5</sup>. Result Oriented Culture

<sup>6</sup>. Rule-Following Culture

<sup>7</sup>. Relationship-Based Culture

<sup>8</sup>. Risk-Taking Culture

<sup>1</sup>. Information Sharing

<sup>2</sup>. Information Proactiveness

<sup>3</sup>. Proactive Use Of Information

<sup>4</sup>. Choo

مهمترین مدل‌ها و ابزارها، روش‌های رایج پژوهش، دستاوردهای نو و موضوعات جدید را نمایان می‌سازد. از این رو، در ادامه به تعدادی از پژوهش‌های این حوزه اشاره می‌شود.

از جمله اولین پژوهش‌هایی که در حوزه فرهنگ اطلاعاتی انجام شده است پژوهشی است که کاری و مور (۲۰۰۳) به منظور بررسی وضعیت فرهنگ اطلاعاتی در سازمان‌های حوزه سلامت انجام دادند. آن‌ها برای سنجش فرهنگ اطلاعاتی، با بررسی متون مختلف مدل مفهومی را شامل ابعاد (۱) اهداف و استراتژی (۲) اطلاعات (۳) محیط (۴) انجمن‌های حرفه‌ای (۵) سیستم‌های اطلاعاتی (۶) روابط (۷) ارتباطات تدوین نمودند. نتایج نشان داد، در اهداف و استراتژی‌های سازمانی تا حدی به اطلاعات و اهمیت آن توجه شده است. اهمیت اطلاعات در سازمان به خوبی درک شده است و کارکنان به نقش مهم سازمان در فرایند تصمیم‌گیری پی برده‌اند. فعالیت‌هایی در راستای توسعه سیستم مدیریت اطلاعات در سازمان صورت گرفته که البته نیازمند توسعه بیشتر است. کارکنان سازمان رضایت چندانی از محیط سازمان ندارند و کنترل و امنیت بیشتر از اعتماد بر سازمان سایه افکنده است. در بعد ارتباطات و انجمن‌های حرفه‌ای نیز بررسی نشان داد، وضعیت مطلوبی در سازمان برقرار است. در پژوهشی دیگر، چو و همکاران (۲۰۰۶) تأثیر فرهنگ اطلاعاتی و مدیریت اطلاعات را بر رفتار استفاده از اطلاعات در یکی از سازمان‌های بزرگ کانادا انجام دادند. نتایج آن‌ها نشان داد، از میان ابعاد فرهنگ سازمانی ابعاد اشتراک اطلاعات و استفاده فعالانه از اطلاعات میانگین بیشتری به دست آوردند یا به عبارت دیگر، بیشتر از سایر ابعاد معرف فرهنگ اطلاعاتی جامعه مورد بررسی بودند. رابطه مثبت و معنادار بین فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن با رفتار استفاده از اطلاعات وجود دارد که نتایج رگرسیون نشان می‌دهد، فرهنگ اطلاعاتی ۳۸ درصد از تغییرات رفتار استفاده از اطلاعات را تبیین می‌کند. در این راستا، چو و همکاران (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای دیگر به بررسی تأثیر فرهنگ اطلاعاتی بر برونداد استفاده از اطلاعات در سه سازمان مجزا پرداختند. یافته‌های آن‌ها نشان داد، فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر سازمان بر رفتار استفاده از اطلاعات تأثیر دارد به طوری که در هر یک از سازمان‌ها فرهنگ اطلاعاتی حداقل ۳۰ تا ۵۰ درصد واریانس جامعه را تبیین می‌کند. همچنین نتایج نشان داد، هر یک از سه سازمان مورد بررسی فرهنگ اطلاعاتی متفاوتی دارند و میزان و شدت هر یک از ابعاد فرهنگ اطلاعاتی به طور معناداری در سازمان‌ها متفاوت است.

اطلاعاتی بر کنترل و درستی تأکید دارد. اطلاعات معتبر و درست به منظور کنترل و مستندسازی فرایندها، بهبود عملکرد به کار گرفته می‌شود. در این نوع فرهنگ تأکید بر اطلاعات درونی است. سازمان‌ها اطلاعات مرتبط با فرایندهای درونی، جریان‌های کاری و همچنین اطلاعاتی درباره تجهیزات لازم رو جستجو می‌کنند. بر این اساس منابع مهم کسب اطلاعات شامل مدارک و اسناد، اطلاعات به دست آمده از عملکردها، و کارشناسان سازمان است و اطلاعات برای بهبود فرایندها، عملگرها و قوانین به کار می‌رود.

**فرهنگ اطلاعاتی رابطه محور:** در این نوع فرهنگ هدف از مدیریت اطلاعات تشویق ارتباطات، همکاری‌ها و احساس هویت است. در این نوع فرهنگ ارزش‌ها و هنجارهای اطلاعاتی بر اشتراک اطلاعات و استفاده فعالانه از اطلاعات تأکید دارد. این هنجارها همکاری، مشارکت و تمایل به خلاقیت و ابتکار عمل در استفاده و اشاعه اطلاعات را در سازمان افزایش می‌دهند. در این نوع فرهنگ تأکید بر اطلاعات درونی است. افراد اطلاعات مرتبط با همکاران، پروژه‌های گروهی، گروه‌های اجتماعی و همچنین اطلاعات مربوط به توسعه خود و گروه را جستجو می‌کنند. منابع مهم کسب اطلاعات ارتباطات بین فردی، دوستان، گروه‌های کاری و منابع انسانی است و اطلاعات برای بهبود ارتباطات و تعاملات بین فردی و افزایش تعامل و تعهد افراد به کار می‌رود.

**فرهنگ اطلاعاتی ریسک‌پذیر:** در این نوع فرهنگ هدف از مدیریت اطلاعات تشویق خلاقیت، نوآوری و کشف ایده‌های جدید است. در این نوع فرهنگ ارزش‌ها و هنجارهای اطلاعاتی بر اشتراک اطلاعات و استفاده فعالانه از اطلاعات تأکید دارد. این هنجارها از خلاقیت، نوآوری و توسعه ظرفیت‌ها و محصولات جدید حمایت می‌کنند. در این نوع فرهنگ تأکید بر اطلاعات بیرونی است. سازمان به دنبال اطلاعات مرتبط با بازار جدید، محصولات جدید، تغییرات محیطی و علایق و نیازهای جدید می‌گردد. منابع مهم کسب اطلاعات افراد خلاق، کارشناسان و خبرگان بازار و فناوری، و منابع دولتی و صنعت است و اطلاعات برای شناسایی فرصت‌ها و تشویق کارآفرینی و ریسک‌پذیری به کار می‌رود.

### پیشینه پژوهش

در بررسی هر متغیر علاوه بر مطالعه مبانی نظری آن باید پژوهش‌های مرتبط با آن نیز مورد کنکاش قرار گیرند. مطالعه پژوهش‌های هر حوزه ضمن شناسایی خلاء پژوهشی،



ناگانو و پوپادیوک<sup>۴</sup> (۲۰۱۵) مطالعه‌ای را به منظور بررسی تأثیر نوع فرهنگ اطلاعاتی بر تولید دانش در تعدادی از سازمان‌های پروژه محور انجام دادند. برای تعیین نوع فرهنگ اطلاعاتی در این پژوهش از مدل توسعه یافته توسط (چو، ۲۰۱۳) استفاده شده است که چهار نوع فرهنگ اطلاعاتی نتیجه گرا، قانون گرا، رابطه محور و ریسک پذیر را معرفی می‌کند. برای بررسی وضعیت تولید دانش نیز از مدل (نوناکو و تاکه‌اوجی، ۱۹۹۵) شامل چهار بعد ترکیب دانش، برونی‌سازی دانش، درونی‌سازی دانش و اجتماعی سازی دانش استفاده شد. نتایج آن‌ها نشان داد، از میان سازمان‌های مورد بررسی بیشتر سازمان‌ها دارای فرهنگ اطلاعاتی قانون گرا بودند. بررسی فرضیه‌های رابطه نیز حاکی از وجود رابطه معنادار بین فرهنگ اطلاعاتی ریسک‌پذیر با برونی‌سازی دانش، فرهنگ اطلاعاتی قانون گرا با ترکیب دانش، فرهنگ اطلاعاتی نتیجه‌گرا با درونی‌سازی دانش، و فرهنگ اطلاعاتی رابطه محور با اجتماعی‌سازی دانش است. به‌طور کلی، با توجه به جدید بودن مفهوم فرهنگ اطلاعاتی، پژوهش‌های بسیار اندکی در زمینه آن انجام شده است. عمده این پژوهش‌ها به بررسی وضعیت و زیرساخت‌های فرهنگ اطلاعاتی پرداخته‌اند و تعداد اندکی نیز تأثیر آن را بر متغیرهایی که به‌نوعی با اطلاعات و دانش در ارتباط‌اند مانند رفتار استفاده از اطلاعات، نوآوری سازمانی، تولید دانش و این قبیل سنجیده‌اند. با بررسی‌های انجام شده، در داخل کشور پژوهشی در حوزه فرهنگ اطلاعاتی مشاهده نشد که این مساله لزوم توجه به این موضوع را در داخل کشور آشکار می‌سازد. پژوهش حاضر می‌تواند مبنایی برای انجام پژوهش‌های بیشتر در این زمینه در داخل کشور باشد.

## روش

این پژوهش از نوع کاربردی است که به روش پیمایشی انجام شده است. از نظر خاکی (۲۰۱۰) پیمایش روشی در تحقیق است که فراتر از یک فن خاص در گردآوری اطلاعات است و هدف آن اکتشافی، توصیفی و یا تبیینی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد (حدود ۸۰۰ نفر) بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و مطابق با فرمول نمونه‌گیری کوکران تعداد ۲۵۰ نفر به‌عنوان اعضای نمونه

اولیور<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) نیز پژوهشی را به منظور بررسی وضعیت فرهنگ اطلاعاتی و عوامل مؤثر بر آن در سه سازمان آلمانی، استرالیایی و هنگ کونگی انجام داد. برپایه یافته‌های وی، مهمترین عوامل مؤثر بر فرهنگ اطلاعاتی در سازمان‌های مورد بررسی این موارد بودند: ۱) شناخت و پذیرش الزامات اجتماعی برای مدیریت اطلاعات ۲) شناخت و پذیرش الزامات سازمانی برای مدیریت اطلاعات ۳) نگرش‌ها به اشتراک اطلاعات ۴) بهره‌گیری از فناوری اطلاعات ۵) اعتماد به اسناد و مدارک مکتوب ۶) اولویت‌ها در ارتباطات. همچنین نتایج مقایسه مورد مطالعه در سه کشور نشان داد که وضعیت و میزان تأثیرگذاری هر یک از این عوامل در این سه کشور متفاوت است. دیگر پژوهشی که در این حوزه انجام شده است، پژوهش تین و چائو<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) است، آن‌ها در این پژوهش تأثیر فرهنگ اطلاعاتی و رضایت کارکنان را بر نوآوری سازمانی مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش نشان داد، فرهنگ اطلاعاتی و رضایت کارکنان بر نوآوری سازمانی (نوآوری فنی و نوآوری مدیریتی) تأثیر دارند. سبک رهبری سازمانی نیز رابطه بین فرهنگ اطلاعاتی، رضایت کارکنان و نوآوری سازمانی را تعدیل می‌کند. همچنین نتایج مربوط به تأثیر هر یک از ابعاد فرهنگ اطلاعاتی بر نوآوری سازمانی نیز نشان داد که تقریباً همه ابعاد آن تأثیر مثبتی بر نوآوری‌های سازمانی دارند. در مطالعه‌ای دیگر، سوارد<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) به بررسی انواع فرهنگ اطلاعاتی و تأثیر آن بر فرایندهای خلق، گردآوری، سازمان‌دهی و مدیریت مدارک عمومی در سازمانی در بلژیک پرداخت. وی در این پژوهش فرهنگ اطلاعاتی را در سه سطح بررسی کرد. سطح نخست با لایه بنیادی فرهنگ سازمانی در ارتباط است و بیشتر نوع نگاه افراد به اطلاعات را با مؤلفه‌هایی چون تمایل به اشتراک اطلاعات، اعتماد به اطلاعات می‌سنجد. لایه دوم، مهارت، تجربه و دانش کارکنان را در فرایندهای مدیریت اطلاعات می‌سنجد. لایه سوم نیز مشروعیت و اعتماد به اطلاعات را در سیستم اطلاعاتی سازمانی اندازه‌گیری می‌کند. نتایج نشان داد، وضعیت فرهنگ اطلاعاتی در هر یک از سطوح مورد بررسی چندان مطلوب نیست اما یافته‌ها این را تأیید کردند که نوع فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر سازمان بر نحوه مدیریت منابع و سیستم اطلاعاتی سازمان اثرگذار است. در این راستا، ویک،

<sup>۱</sup> . Oliver

<sup>۲</sup> . Tien and Chao

<sup>۳</sup> . Svård

<sup>۴</sup> . Vick, Nagano and Popadiuk

جدول ۱. توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت شناختی اعضای جامعه دانشگاه		متغیر	
فردوسی			
فراوانی درصد		جنسیت	کل
۱۷۶	۱۰۰		
۱۲۸	۷۲/۷۳		مرد
۴۸	۲۷/۲۷		زن
۱۴	۷/۹۵	مدرک تحصیلی	کارشناسی ارشد
۱۶۲	۹۲/۰۵		دکتری
۱۴	۷/۹۵	مرتبه علمی	مربی
۱۰۱	۵۷/۳۹		استادیار
۳۸	۲۱/۶		دانشیار
۲۳	۱۳/۰۶		استاد تمام
۸۲	۴۶/۶	حوزه تحصیلی	علوم انسانی و اجتماعی
۳۹	۲۲/۱۵		علوم پایه
۲۴	۱۳/۶۳		فنی مهندسی
۳۱	۱۷/۶۲		کشاورزی

مطابق با داده های جدول ۱، تعداد اعضای هیئت علمی مرد در دانشگاه فردوسی با ۷۲/۷۳ درصد به مراتب بیشتر از تعداد اعضای هیئت علمی زن است. مدرک تحصیلی جامعه پژوهش نشان می‌دهد، تنها ۷/۹۵ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد هستند و مابقی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مدرک دکتری دارند. بررسی مرتبه علمی اعضای هیئت علمی نشان داد، بیشتر اعضاء یعنی ۵۷/۳۹ درصد استادیار هستند، دانشیار، استاد تمام و مربی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. حوزه تحصیلی جامعه مورد بررسی نیز نشان داد، بیشترین تعداد افراد از حوزه تحصیلی علوم انسانی و اجتماعی بودند که با ۴۶/۶ درصد تقریباً نیمی از جامعه پژوهش را شامل می‌شوند که با توجه به اینکه از میان دانشکده‌های دانشگاه فردوسی بیش از نیمی از دانشکده‌ها یعنی ۷ دانشکده مرتبط با این حوزه هستند این مساله توجیه‌پذیر است. حوزه‌های علوم پایه، کشاورزی و فنی مهندسی نیز در رتبه‌های بعدی بودند.

### پرسش ۱: از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشاهد، وضعیت فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در این دانشگاه چگونه است؟

همانطور که پیشتر گفته شد، فرهنگ اطلاعاتی در این پژوهش مطابق با مدل چو و همکاران (۲۰۰۸) سنجیده شده که شامل شش بعد، درستی اطلاعات، رسمیت اطلاعات، کنترل اطلاعات، شفافیت اطلاعات، اشتراک اطلاعات، استفاده فعالانه از اطلاعات می‌باشد. جدول ۲ وضعیت هر یک از این متغیرها را در دانشگاه فردوسی مشاهد از دیدگاه اعضای هیئت علمی نشان می‌دهد.

انتخاب شدند. پس از پیگیری‌های فراوان ۱۷۶ نفر معادل ۷۰/۴ درصد اعضای نمونه به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند. برای سنجش فرهنگ اطلاعاتی پرسشنامه چو و همکاران (۲۰۰۸) مبنای کار قرار گرفت که متناسب با ویژگی‌های جامعه پژوهش و ابعاد مورد بررسی گویه‌های دیگری نیز به پرسشنامه اضافه گردید. مطابق با مدل چو و همکاران، فرهنگ اطلاعاتی شامل شش بعد، درستی اطلاعات، رسمیت اطلاعات، کنترل اطلاعات، شفافیت اطلاعات، اشتراک اطلاعات، استفاده فعالانه از اطلاعات است. لازم به ذکر است که در بخش مقدماتی ابزار به‌منظور پی بردن به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه پژوهش، متغیرهای جنسیت، مدرک تحصیلی، مرتبه علمی و حوزه تحصیلی نیز مورد سوال قرار گرفت. برای تعیین روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و مشورت با تعدادی از متخصصان این حوزه استفاده شد. برای بررسی پایایی ابزار نیز در مرحله پیش‌آزمون تعداد ۳۰ پرسشنامه بین اعضای هیئت علمی توزیع گردید و آلفای کرونباخ آن محاسبه شد. آلفای کرونباخ پرسشنامه مورد بررسی ۰/۹۱۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی بالا و ثبات درونی سوال‌های این پرسشنامه است. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر نمونه‌گیری صورت گرفته است برای استفاده درست از آزمون‌های آماری و تعمیم نتایج، نرمال بودن داده‌ها نیز بررسی شد. بدین ترتیب نتایج آزمون گلموگروف اسمیرنوف برای سنجش نرمال بودن داده‌ها نشان داد، همه متغیرها و ابعاد مورد بررسی دارای توزیع نرمال هستند.

### پرسش‌های پژوهش

۱. از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشاهد، وضعیت فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در این دانشگاه چگونه است؟
۲. از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی، الگوی فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر این دانشگاه کدام است؟
۳. آیا بین متغیرهای جمعیت‌شناختی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی (جنسیت، مدرک تحصیلی، مرتبه علمی، حوزه تحصیلی) با فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن رابطه یا تفاوتی وجود دارد؟

### یافته‌ها

در این پژوهش چهار متغیر جمعیت شناختی جنسیت، مدرک تحصیلی، مرتبه علمی و حوزه تحصیلی مورد بررسی قرار گرفت. داده‌های مربوط به متغیرهای جمعیت شناختی در جدول ۱ قابل مشاهده است.

دارد. به عبارتی می‌توان گفت وضعیت فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در سطح دانشگاه فردوسی در سطح متوسط است.

### پرسش دوم: از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی الگوی فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر دانشگاه فردوسی مشهود کدام است؟

برای تعیین نوع فرهنگ اطلاعاتی در این پژوهش از مدل توسعه یافته توسط (چو، ۲۰۱۳) استفاده شده است که چهار نوع الگوی فرهنگ اطلاعاتی نتیجه‌گرا، قانون‌گرا، رابطه‌محور و ریسک‌پذیر را معرفی می‌کند. از دیدگاه وی سازمان‌هایی که از میان ابعاد فرهنگ اطلاعاتی، توجه بیشتری به ارزش‌های کنترل و درستی اطلاعات دارند فرهنگ حاکم بر آن‌ها فرهنگ اطلاعاتی نتیجه‌گرا یا قانون‌گرا است. در این بین اگر بیشتر به عملکرد سازمان و مشتریان توجه کنند فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر آن‌ها نتیجه‌گرا است و اگر بیشتر به قانون‌مندی و بهبود فرایندها توجه نمایند فرهنگ حاکم بر آن‌ها از نوع قانون‌گرا است. همچنین از نظر وی، در سازمان‌هایی که دو ارزش اطلاعاتی "اشتراک اطلاعات" و "استفاده فعالانه از اطلاعات" در آنها از وضعیت بهتری برخوردار است یا به عبارتی توجه بیشتری به آن‌ها می‌شود، فرهنگ اطلاعاتی رابطه‌محور و ریسک‌پذیر دارند. در این بین هرچه توجه به اشتراک اطلاعات، همکاری‌های گروهی،

همانطور که داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد، میانگین فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در حد متوسط می‌باشد که نشان دهنده وضعیت نه چندان مطلوب این متغیر در دانشگاه فردوسی مشهود است. از میان ابعاد فرهنگ اطلاعاتی، اشتراک اطلاعات و استفاده فعالانه از اطلاعات اگر چه در حد متوسط هستند ولی نسبت به سایر ابعاد میانگین بالاتری دارند. از میان ابعاد، شفافیت اطلاعات کمترین میانگین را به خود اختصاص داد که این مهم نشان می‌دهد شفافیت اطلاعات که با مولفه‌هایی چون فضای باز اطلاعات، فضای آزاد نقد و انتقاد و چنین مولفه‌هایی سنجد شده وضعیت مطلوبی ندارند.

اما با توجه به اینکه در این پژوهش نمونه‌گیری صورت گرفته است برای تعمیم نتایج به دست آمده از نمونه به کل جامعه باید از آزمون آماری استفاده نمود. برای این منظور از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج به دست آمده از این آزمون در جدول ۳ نمایان است.

مطابق با داده‌های جدول ۳ از میان ابعاد فرهنگ اطلاعاتی، در همه ابعاد مورد بررسی به جزء بعد رسمیت اطلاعات سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است. در نتیجه می‌توان گفت در فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن به جزء بعد رسمیت اطلاعات نتیجه به دست آمده از نمونه با جامعه پژوهش همخوانی

جدول ۲. وضعیت فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهود

ردیف	متغیر	میانگین	انحراف معیار
۱	فرهنگ اطلاعاتی	۳/۲۶	۰/۴۷۸
۲	درستی اطلاعات	۳/۲۱	۰/۶۲۲
۳	رسمیت اطلاعات	۳/۰۹	۰/۸۳۳
۴	کنترل اطلاعات	۳/۳۷	۰/۵۱۶
۵	شفافیت اطلاعات	۲/۹۹	۰/۷۱۶
۶	اشتراک اطلاعات	۳/۴۳	۰/۶۷۴
۷	استفاده فعالانه از اطلاعات	۳/۴۲	۰/۵۹۰

جدول ۳. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای متغیر فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن

ردیف	متغیر	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
۱	فرهنگ اطلاعاتی	۳/۷۳۱	۱۷۵	۰/۰۰۱	قبول
۲	درستی اطلاعات	۲/۴۰۲	۱۷۵	۰/۰۲	قبول
۳	رسمیت اطلاعات	۰/۷۴۴	۱۷۵	۰/۳۳۵	رد
۴	کنترل اطلاعات	۴/۹۹۴	۱۷۵	۰/۰۰	قبول
۵	شفافیت اطلاعات	۲/۱۸۱	۱۷۵	۰/۰۴	قبول
۶	اشتراک اطلاعات	۴/۴۳۴	۱۷۵	۰/۰۰	قبول
۷	استفاده فعالانه از اطلاعات	۴/۸۹۴	۱۷۵	۰/۰۰	قبول

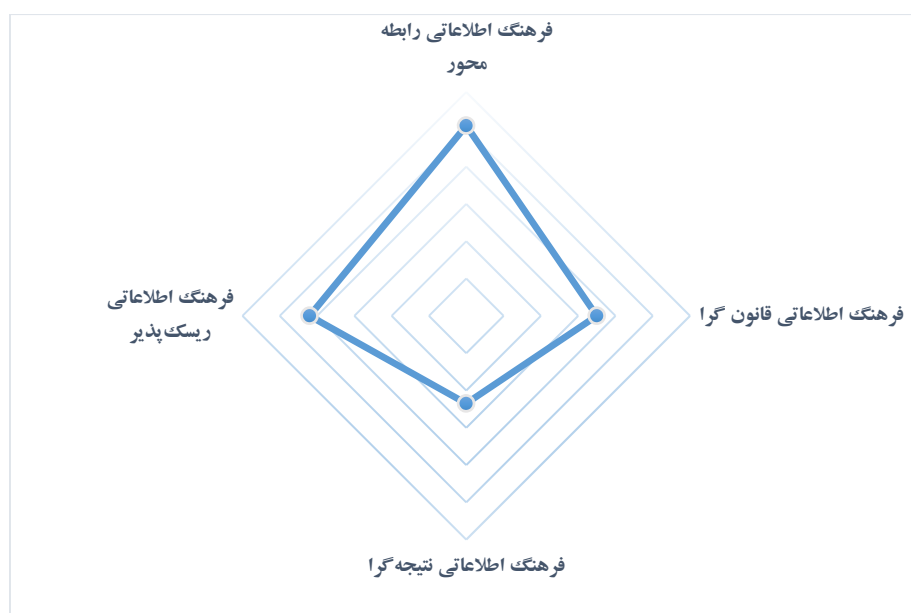
اشتراک اطلاعات و استفاده فعالانه از اطلاعات که به گفته چو (۲۰۱۳) و ویک، ناگانو و پوپادیک (۲۰۱۵) مهمترین ارزش‌های اطلاعاتی مطرح در فرهنگ اطلاعاتی رابطه‌محور هستند میانگین بیشتری در این دانشگاه نسبت به سایر ابعاد دارند. از طرفی، دو بعد شفافیت اطلاعات و رسمیت اطلاعات که به نوعی رابطه معکوس با اشتراک اطلاعات، روابط گروهی، روابط غیررسمی دارند (ویک، ناگانو و پوپادیک، ۲۰۱۵) در این دانشگاه کمترین میانگین را دارا هستند. البته این نکته را نیز نباید نادیده گرفت که مطابق با گفته چو (۲۰۱۳) در هر سازمان همواره درجاتی از هر یک از این چهار نوع فرهنگ اطلاعاتی وجود دارد. به عبارتی، اینگونه نیست که تنها یک نوع فرهنگ حاکم باشد بلکه ممکن است گرایش به یک نوع فرهنگ بیشتر از دیگر الگوها باشد. نمودار زیر نمایش بهتری از الگوی فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر دانشگاه فردوسی مشهد را ارائه می‌دهد. همانطور که نمودار ۱ نیز نشان می‌دهد فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر دانشگاه بیشتر گرایش به فرهنگ اطلاعاتی رابطه محور دارد.

### پرسش سوم: آیا بین متغیرهای جمعیت‌شناختی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد (جنسیت، مدرک تحصیلی، مرتبه علمی، حوزه تحصیلی) با فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن رابطه یا تفاوتی وجود دارد؟

هدف این پرسش آنست که مشخص شود آیا تفاوتی در دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد بر اساس هر یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی مورد بررسی

ارتباطات و تعاملات بین افراد بیشتر باشد فرهنگ اطلاعاتی بیشتر رابطه‌محور است و هرچه به فرصت‌سازی و کارآفرینی در سازمان بیشتر توجه شود، نشان دهنده فرهنگ اطلاعاتی ریسک‌پذیر است (ویک، ناگانو و پوپادیک، ۲۰۱۵). دیگر ابعاد فرهنگ اطلاعاتی، یعنی دو بعد رسمیت اطلاعات و شفافیت اطلاعات نیز در تعیین نوع فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر سازمان مهم هستند. همانطور که مارچند و همکاران (۲۰۰۱) و چو و همکاران (۲۰۰۸) بیان می‌کنند، در سازمان‌هایی که رسمیت اطلاعات در آن‌ها بالاست، افراد بیشتر از بسترهای رسمی برای کسب اطلاعات یا توزیع آن استفاده می‌کنند. به عبارتی، در این سازمان‌ها ارتباطات غیر رسمی مانند تعاملات دوستانه، و روابط گروهی کمتر است. بر عکس، این مسأله نیز صادق است هرچه رسمیت اطلاعات کمتر باشد، نقطه مقابل آن یعنی تعاملات غیر رسمی بیشتر است. به نظر می‌رسد بعد شفافیت اطلاعات نیز تا حد زیادی با رسمیت اطلاعات رابطه دارد چرا که در سازمان‌هایی که فضای شفاف اطلاعاتی وجود ندارد افراد کمتر به اطلاعات رسمی منتشر شده از سوی سازمان اعتماد می‌کنند و بیشتر ترجیح می‌دهند اطلاعات را از مجاری غیررسمی دریافت کنند که این به نوعی در نوع روابط غیر رسمی بین کارکنان در سازمان تأثیر خواهد گذاشت.

بطور کلی، با توجه به آنچه گفته شد و همچنین مقایسه میانگین هر یک از ابعاد فرهنگ اطلاعاتی در جدول (۲) می‌توان گفت فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر دانشگاه فردوسی مشهد، بیشتر گرایش به فرهنگ اطلاعاتی رابطه‌محور دارد. این نتیجه به دو دلیل قابل توجیه است. نخست اینکه دو بعد



نمودار ۱. فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر دانشگاه فردوسی مشهد

**جنسیت**

برای بررسی رابطه بین فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن با متغیر جنسیت از آزمون تی مستقل استفاده شد. این آزمون برای مواردی به کار می‌رود که بخواهیم وضعیت یک یا چند متغیر را در دو گروه مستقل (مرد و زن) بررسی کنیم. جدول ۴ نتیجه این آزمون را نشان می‌دهد.

برپایه داده‌های جدول ۴، در متغیر فرهنگ اطلاعاتی چون سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرض پژوهش تأیید می‌گردد. به عبارتی، بین دیدگاه زنان و مردان درباره فرهنگ اطلاعاتی تفاوت معنی‌دار وجود دارد. مقایسه میانگین زنان و مردان نیز این تفاوت را نشان می‌دهد که میانگین ۳/۳۳ در مردان بیشتر از میانگین ۲/۸۳ در زنان است. مقایسه ابعاد فرهنگ اطلاعاتی بین زنان و مردان نیز نشان می‌دهد، در ابعاد رسمیت اطلاعات، کنترل اطلاعات و اشتراک اطلاعات با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه بین زنان و مردان تفاوت معنی‌دار وجود دارد. مقایسه میانگین‌ها در این ابعاد نشان می‌دهد در همه این موارد میانگین مردان بیشتر از زنان است. به عبارتی از دیدگاه مردان فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در دانشگاه فردوسی وضعیت بهتری دارد.

(جنسیت، مدرک تحصیلی، مرتبه علمی و حوزه تحصیلی) وجود دارد یا خیر؟ همانطور که در مبانی نظری گفته شد، فرهنگ اطلاعاتی ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌هایی هستند که افراد نسبت به اطلاعات دارند که بر رفتار اطلاعاتی آن‌ها به‌ویژه رفتار استفاده از اطلاعات آن‌ها اثر می‌گذارد. با توجه به اینکه متغیرهای جمعیت‌شناختی مورد بررسی از نوع صفات و ویژگی‌هایی هستند می‌توانند بر علایق و سلیق، ارزش‌ها، طرز تفکر یا رفتار افراد اثرگذار باشند، به‌عنوان مثال، در خیلی از زمینه‌ها بین زن و مرد تفاوت دیدگاه وجود دارد، یا افراد با پست یا مدرک تحصیلی بالاتر نگاه متفاوت‌تری به برخی موضوعات و مسائل دارند. از این جهت، انتظار می‌رود بین برخی از این متغیرهای جمعیت‌شناختی و فرهنگ اطلاعاتی رابطه وجود داشته باشد.

اما با توجه به اینکه این پرسش از چند بخش تشکیل می‌شود، بررسی رابطه یا تفاوت موجود در هر یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی در قالب یک فرضیه بررسی می‌شود. در ادامه نتیجه بررسی هر یک از متغیرها آورده شده است. نتایج این پرسش می‌تواند مبنایی نظری و پژوهشی برای دیگر پژوهشگران علاقمند به این حوزه برای کنکاش دقیق‌تر این موضوع فراهم سازد.

جدول ۴. نتایج آزمون تی مستقل برای مقایسه فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد بر اساس جنسیت

متغیرها	میانگین		آماره t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری آزمون P-value	نتیجه آزمون
	مرد	زن				
فرهنگ اطلاعاتی	۳/۳۳	۲/۸۳	۲/۷۴۶	۱۷۴	۰/۰۰۹	قبول
درستی اطلاعات	۳/۲۴	۳/۰۷	۰/۶۷۴	۱۷۴	۰/۱۵	رد
رسمیت اطلاعات	۳/۲۴	۲/۲۱	۰/۵۷۲	۱۷۴	۰/۰۰۲	قبول
کنترل اطلاعات	۳/۴۵	۲/۹	۰/۵۵۹	۱۷۴	۰/۰۱	قبول
شفافیت اطلاعات	۳/۰۵	۲/۶۲	۰/۶۴۸	۱۷۴	۰/۱۶۸	رد
اشتراک اطلاعات	۳/۵۲	۲/۹۲	۰/۱۵۷	۱۷۴	۰/۰۰۵	قبول
استفاده فعالانه از اطلاعات	۳/۴۶	۳/۱۷	۰/۶۶۰	۱۷۴	۰/۲۵	رد

جدول ۵. نتیجه آزمون همبستگی اسپیرمن جهت بررسی رابطه فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن با مدرک تحصیلی

متغیرها	میانگین		ضریب همبستگی اسپیرمن	مدرک تحصیلی سطح معنی‌داری p-value	نتیجه آزمون
	کارشناسی ارشد	دکتری			
فرهنگ اطلاعاتی	۳/۳۹	۳/۲۵	۰/۹۷	۰/۱۵	رد
درستی اطلاعات	۳/۰۳	۳/۲۲	۰/۱۱۰	۰/۴۶	رد
رسمیت اطلاعات	۳/۱۲	۳/۰۸	۰/۱۶	۰/۹	رد
کنترل اطلاعات	۳/۴۱	۳/۳۷	۰/۰۸	۰/۵۸	رد
شفافیت اطلاعات	۳/۳	۲/۹۷	۰/۱۰۱	۰/۴	رد
اشتراک اطلاعات	۳/۸۷	۳/۳۷	۰/۱۱۷	۰/۴۳	رد
استفاده فعالانه از اطلاعات	۳/۶	۳/۴۱	۰/۶۷	۰/۶	رد

**مدرک تحصیلی**

فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن متغیر کمی و فاصله‌ای و متغیر مدرک تحصیلی اسمی ترتیبی است. از این رو، برای تعیین رابطه بین آن‌ها باید از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شود. نتایج مربوط به این آزمون در جدول ۵ قابل مشاهده است.

همانگونه که در جدول ۵ دیده می‌شود، در همه موارد سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵ است. در نتیجه، فرض پژوهش مبنی بر وجود رابطه بین مدرک تحصیلی و فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن رد می‌شود. به عبارتی، رابطه معنی‌دار بین این متغیرها وجود ندارد. مقایسه میانگین‌ها نیز نشان می‌دهد اختلاف میانگین‌ها ناچیز است.

**مرتبۀ علمی**

در این بخش نیز برای بررسی رابطه بین فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن با مرتبۀ علمی اعضای هیئت علمی از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج مربوط به این آزمون در جدول ۶ قابل مشاهده است.

مطابق با داده‌های جدول ۶، با توجه به اینکه برای متغیر استفاده فعالانه از اطلاعات سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است. در نتیجه، می‌توان گفت بین مرتبۀ علمی اعضای هیئت علمی و استفاده فعالانه از اطلاعات رابطه مثبت و

معنی‌دار وجود دارد. به عبارتی، هرچه مرتبۀ علمی بیشتر شود استفاده فعالانه از اطلاعات نیز افزایش می‌یابد. برای سایر ابعاد چون سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵ است فرض پژوهش مبنی بر وجود رابطه رد می‌گردد. برای مقایسه بهتر یافته‌ها، جدول ۷ میانگین فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن را برحسب مدرک مرتبۀ علمی اعضای هیئت علمی نشان می‌دهد.

همانطور که در جدول ۷ نمایان است برای متغیر استفاده فعالانه از اطلاعات، مرتبۀ های علمی بالاتر به نسبت میانگین بالاتری دارند. برای سایر متغیرها این تفاوت‌ها ناچیز است.

**حوزه تحصیلی**

برای بررسی رابطه‌ای بین متغیر فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن با مدرک تحصیلی از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. آزمون تحلیل واریانس یک آمار استنباطی است که تعیین می‌کند آیا بین میانگین‌های سه نمونه یا بیشتر تفاوت معنی‌دار آماری وجود دارد (آذر و مومنی، ۲۰۱۶). جدول ۸ نتیجه این آزمون را نشان می‌دهد.

همانگونه که در جدول ۸ نمایان است، با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آزمون برای متغیر فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد درستی اطلاعات، رسمیت اطلاعات و اشتراک اطلاعات

جدول ۶ نتیجه آزمون همبستگی اسپیرمن جهت بررسی رابطه فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن با مرتبۀ علمی

متغیر	ضریب همبستگی اسپیرمن	مرتبۀ علمی	
		سطح معنی‌داری	نتیجۀ آزمون
		<i>p-value</i>	
فرهنگ اطلاعاتی	۰/۱۸۳	۰/۷۵	رد
درستی اطلاعات	۰/۱۳۳	۰/۳۵	رد
رسمیت اطلاعات	۰/۰۳۴	۰/۸	رد
کنترل اطلاعات	۰/۱۵	۰/۷۹	رد
شفافیت اطلاعات	۰/۱۳۸	۰/۲۸	رد
اشتراک اطلاعات	۰/۱۶۸	۰/۲۵	رد
استفاده فعالانه از اطلاعات	۰/۶۸۷	۰/۰۳	قبول

جدول ۷ میانگین فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد بر اساس متغیر مرتبۀ علمی

متغیرها	میانگین		
	مربی	استادیار	دانشیار
فرهنگ اطلاعاتی	۳/۴۷	۳/۲۴	۳/۵۱
درستی اطلاعات	۳/۵	۳/۱۹	۳/۵۱
رسمیت اطلاعات	۳/۲	۳/۰۵	۲/۸۷
کنترل اطلاعات	۳/۴۶	۳/۳۵	۳/۳۳
شفافیت اطلاعات	۳/۴	۲/۹۵	۳/۶
اشتراک اطلاعات	۳/۶۵	۳/۴۷	۳/۵
استفاده فعالانه از اطلاعات	۳/۶	۳/۲	۳/۳۸

جدول ۸. نتایج آزمون مقایسه ای تحلیل واریانس برای مقایسه فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن بر اساس حوزه تحصیلی

متغیر	سطح معنی داری آزمون همگنی واریانسها	آماره F	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
<i>p-value</i>				
فرهنگ اطلاعاتی	۰/۴۵۷	۳/۰۹۱	۰/۰۳	قبول
درستی اطلاعات	۰/۲۸۷	۳/۱۸۳	۰/۰۳	قبول
رسمیت اطلاعات	۰/۴۵۵	۰/۷۵۲	۰/۰۵	قبول
کنترل اطلاعات	۰/۷۳۳	۰/۶۱۰	۰/۰۶	رد
شفافیت اطلاعات	۰/۳۳۹	۲/۲۹۸	۰/۰۹	رد
اشتراک اطلاعات	۰/۴۸۷	۰/۸۳۸	۰/۰۱	قبول
استفاده فعالانه از اطلاعات	۰/۵۲۶	۲/۴۸۵	۰/۰۷	رد

جدول ۹. آزمون توکی برای سنجش تفاوت معناداری فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن در حوزه های مختلف تحصیلی

متغیرها	گروه های مورد مقایسه	تفاوت میانگینها	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
فرهنگ اطلاعاتی	علوم پایه - فنی مهندسی	۱/۲۸۱	۰/۰۳	قبول
درستی اطلاعات	علوم پایه - علوم انسانی و اجتماعی	۱/۲۳	۰/۰۲۸	قبول
رسمیت اطلاعات	علوم پایه - مهندسی	۱/۲۷	۰/۰۳۵	قبول
اشتراک اطلاعات	علوم پایه - مهندسی	۱/۶۲	۰/۰۵	قبول
اشتراک اطلاعات	علوم پایه - مهندسی	۱/۵۰	۰/۰۱۶	قبول

### بحث و نتیجه گیری

امروزه رویکرد سازمانها نسبت به منابع و ظرفیت‌هایشان تغییر کرده است به طوری که اطلاعات و دانش به عنوان منبع اصلی قدرت و کسب مزیت رقابتی در سازمان شناخته می‌شود. صاحب‌نظران مختلف نیز بر این مسأله تأکید کردند که مهمترین عامل مؤثر بر بهبود عملکرد سازمان توان سازمان در استفاده استراتژیک از اطلاعات و تصمیم‌گیری اثربخش بر مبنای اطلاعات است (دوانپورت، ۱۹۹۷؛ کاری و مور، ۲۰۰۳؛ لی و تسای، ۲۰۰۵). از طرفی، با افزایش اطلاعات جهانی و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش اطلاعات در اقتصاد و توسعه کارایی سازمانها بیش از پیش شده است. این مهم سبب شده است که در سال‌های اخیر اصطلاحات و مفاهیم جدیدی در رابطه با نقش و اهمیت اطلاعات در سازمانها مطرح شوند. سازمان اطلاعات محور، سازمان دانش‌مدار، اکولوژی اطلاعات، سازمان آگاهی‌ساز و از این قبیل مفاهیم، اصطلاحاتی است که توسط صاحب‌نظران و بزرگان حوزه سازمان و مدیریت مطرح شده‌اند. در حقیقت همه این مفاهیم ضمن آنکه نشان‌دهنده افزایش نقش اطلاعات در سازمانها هستند هشدار و نقطه عطفی برای سازمانها نیز هست که از این مهم غافل نشوند. در پیوند با این مفاهیم یکی دیگر از اصلاحات جدیدی که در این باره مطرح شده، مفهوم فرهنگ اطلاعاتی است. فرهنگ اطلاعاتی ارزشها، هنجارها و رفتارهایی هستند که بر دریافت، تولید و استفاده از اطلاعات در سازمان تأثیر

کمتراز ۰/۰۵ است در نتیجه در این موارد فرض پژوهش مبنی بر وجود تفاوت معنی‌دار بین میانگین این متغیرها بر حسب حوزه تحصیلی تأیید می‌گردد. برای سایر متغیرها با توجه به اینکه سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵ است تفاوت معنی‌دار نیست.

اما در مواردی که تفاوت بین میانگین متغیرها معنی‌دار است برای آنکه بدانیم تفاوت بین کدام گروه‌ها است می‌بایست از آزمون‌های تعقیبی استفاده نمود. برای این منظور از آزمون کمترین تفاوت معناداری توکی<sup>۱</sup> استفاده شد. این آزمون یکی از آزمون‌های تعقیبی است که برای مقایسه زوجی تفاوت بین گروه‌های مختلف به کار می‌رود (آذر و مؤمنی، ۲۰۱۶). نتایج این آزمون در جدول ۹ نمایان است. در این جدول به منظور جلوگیری از طولانی شدن مطلب نتایج آزمون توکی فقط برای متغیرهایی آورده شده که تفاوت بین آنها معنادار است. مطابق با داده‌های جدول ۹، بین حوزه‌های علوم پایه و مهندسی در متغیرهای فرهنگ اطلاعاتی، درستی اطلاعات، رسمیت اطلاعات و اشتراک اطلاعات تفاوت معنی‌دار بین میانگینها وجود دارد. در متغیر درستی اطلاعات نیز تفاوت معنی‌داری بین میانگین حوزه تحصیلی علوم پایه و علوم انسانی و اجتماعی وجود دارد.

<sup>۱</sup>. Tukey

می‌گذارند. نوع نگاه سازمان‌ها به اطلاعات یا به عبارتی جهت‌گیری سازمان به اطلاعات را نشان می‌دهد. اگرچه در زمینه فرهنگ اطلاعاتی پژوهش‌های بسیار کمی انجام شده است اما نتایج این پژوهش‌های اندک نشان می‌دهد فرهنگ اطلاعاتی تأثیر زیادی بر متغیرهای مختلف سازمانی از جمله عملکرد سازمان، کارایی و اثربخشی سازمان، بهبود فرایند تصمیم‌گیری، توسعه خلاقیت و نوآوری در سازمان، سازماندهی و مدیریت اطلاعات و مدارک سازمانی، تولید و اشتراک دانش در سازمان، دارد (مارچند و همکاران، ۲۰۰۱؛ کاری و مور، ۲۰۰۳؛ تین و چائو، ۲۰۱۲، اسوارد، ۲۰۱۴؛ ویک، ناگانو و پوپادیک، ۲۰۱۵) بر پایه آنچه گفته شد و همچنین خلاء پژوهشی این حوزه به‌ویژه در داخل کشور، واکاوی مفهوم فرهنگ اطلاعاتی و بررسی وضعیت آن در دانشگاه فردوسی مشهد مورد توجه پژوهش حاضر قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش نشان داد، وضعیت فرهنگ اطلاعاتی در دانشگاه فردوسی مشهد کمتر از حد مطلوب و در سطح متوسط قرار دارد. از میان ابعاد فرهنگ اطلاعاتی بیشترین میانگین مربوط به اشتراک اطلاعات بود. اشتراک اطلاعات به معنای وجود فضای مناسب تبادل اطلاعات بین کارکنان و همچنین تمایل کارکنان به اشتراک اطلاعات خود با دیگران است. کمترین میانگین نیز مربوط به بعد شفافیت اطلاعات بود. شفافیت اطلاعات به مفهوم میزان باز بودن فضای اطلاعاتی، اعتماد به اطلاعات و منابع اطلاعاتی سازمانی، آزاد بودن افراد در گزارش اشتباه‌ها، خطاها و شکست‌ها و همچنین وجود فضای نقد و انتقاد در سازمان است. چو و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهش خود بیان می‌کنند که شفافیت اطلاعات از مسائلی است که در بسیاری از سازمان‌ها مورد بحث است و کارکنان از وضعیت آن رضایت ندارند. در این راستا، سوارد (۲۰۱۴) نیز به نامطلوب بودن فضای اطلاعاتی به‌ویژه نبود اعتماد به اطلاعات سازمانی و همچنین عدم گردش آزاد اطلاعات در جامعه پژوهش خود اشاره کرده است. وضعیت پایین این متغیر در دانشگاه فردوسی مشهد نشان می‌دهد که این متغیر وضعیت خوب و مطلوبی ندارد که این مهم نیازمند توجه بیشتر مسئولان دانشگاه می‌باشد. دیگر ابعاد فرهنگ اطلاعاتی نیز میانگینی در حد متوسط دارند که نشان‌دهنده وضعیت نه چندان مطلوب آن‌هاست. بررسی الگوی فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر دانشگاه فردوسی مشهد نیز نشان داد، فرهنگ اطلاعاتی دانشگاه بیشتر گرایش به فرهنگ اطلاعاتی رابطه‌محور دارد. به گفته چو (۲۰۱۳) در این نوع فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای اطلاعاتی بر اشتراک اطلاعات و

استفاده فعالانه از اطلاعات تاکید دارد. این هنجارها همکاری، مشارکت و تمایل به خلاقیت و ابتکار عمل در استفاده و اشاعه اطلاعات را در سازمان افزایش می‌دهند. دانشگاه می‌تواند از این ظرفیت برای توسعه همکاری‌ها بین اعضای هیئت علمی و توسعه اشتراک دانش بهره‌برد. در این رابطه، نتایج مطالعه ویک، ناگانو و پوپادیک (۲۰۱۵) نیز نشان می‌دهد، فرهنگ اطلاعاتی رابطه‌محور رابطه معنی‌دار بالایی با اجتماعی‌سازی دانش دارد و سازمان‌هایی که فرهنگ غالب در آنها رابطه‌محور است ظرفیت بیشتری برای تولید و اشتراک دانش دارند. البته ناگفته نماند که در هر سازمان درجاتی از انواع الگوهای فرهنگ اطلاعاتی وجود دارد منتهی ممکن است گرایش به یک نوع فرهنگ بیشتر باشد. بررسی رابطه بین متغیرهای جمعیت‌شناختی و فرهنگ اطلاعاتی نیز نشان داد، در ابعاد رسمیت اطلاعات، کنترل اطلاعات و اشتراک اطلاعات بین میانگین زنان و مردان تفاوت معنی‌دار وجود دارد که در همه این موارد میانگین مردان بیشتر از زنان است. مرتبه علمی اعضای هیئت علمی فقط با بعد استفاده فعالانه از اطلاعات رابطه مثبت و معنی‌دار دارد. به عبارتی، هرچه مرتبه علمی بیشتر باشد استفاده فعالانه از اطلاعات نیز افزایش می‌یابد. مقایسه وضعیت فرهنگ اطلاعاتی در حوزه‌های تحصیلی مختلف نیز نشان داد، بین حوزه‌های علوم پایه و مهندسی در متغیرهای فرهنگ اطلاعاتی، درستی اطلاعات، رسمیت اطلاعات و اشتراک اطلاعات تفاوت معنی‌دار وجود دارد که در همه این متغیرها حوزه علوم پایه میانگین بیشتری را دارد. به‌طور کلی می‌توان گفت فرهنگ اطلاعاتی یک متغیر توانمندساز است که بر متغیرهای مختلف سازمانی به‌ویژه متغیرهای مرتبط با اطلاعات و رفتارهای اطلاعاتی تأثیر دارد. از این جهت، توجه به آن در سازمان ضروری است. از طرفی، با توجه به آنکه در عصر حاضر همه فعالیت‌های سازمانی به نوعی با اطلاعات، دانش و سیستم‌های اطلاعاتی گره خورده‌اند، توجه به اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارهای اطلاعاتی، و همچنین متغیرها و مفاهیم مرتبط با اطلاعات در سطح سازمان امری مهم و بایسته است و پی‌بردن به وضعیت آن در سازمان به برنامه‌ریزی و اجرای بهتر برنامه‌های اطلاعاتی سازمان کمک می‌نماید. در پایان با توجه به اینکه به نظر می‌رسد در داخل کشور پژوهشی در زمینه فرهنگ اطلاعاتی صورت نگرفته است، موضوع‌های زیر برای انجام پژوهش بیشتر در این زمینه پیشنهاد می‌گردد:



- Technology. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Davenport, T. H. (1997). *Information Ecology: Mastering the information and Knowledge Environment*. New York: Oxford University Press.
- Drucker, P.E. (1993). *Post-capitalist Society*. New York: Harper Business.
- Ginman, M. (1988). Information culture and business performance. *IATUL Quarterly*, 2(2), 93-106.
- Grant, R.M. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, 2(1), 16-29.
- Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal* (17), 109-122.
- Gulati, R.; Oldroyd, J.B. (2005). The quest for customer focus, *Harvard Business Review*. New York: Harper Business.
- Khaki, G. (2010). *Research method in management*. Tehran: Fozhan. (Persian)
- Lee, T. S.; Tsai, H. J. (2005). The effects of business operation mode on market orientation, learning orientation and innovativeness. *Industrial Management and Data Systems*, 105(3), 325-348.
- Marchand, D.; Kettinger, W.; Rollins, J. (2001). *Information orientation: The link to business performance*. New York: Oxford University Press.
- Narver, J.C.; Slater, S.F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-34.
- Nonaka, I.; Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation?* New York: Oxford University Press.
- Oliver, G. (2003). Cultural dimensions of information management. *Journal of Information & Knowledge Management*, 2(1), 53-61.
- Oliver, G. (2008). Information culture: exploration of differing values and attitudes to information in organizations. *Journal of Documentation*, 64 (3), 363-385.
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press.
- Schien, E.H. (1983). The role of the founder in correcting organizational culture. *Organizational Dynamics*, 12 (1), 112- 132.
- Spender, J. C. (1996b). Organizational knowledge, learning and memory: Three concepts in search of a theory. *Journal of Organizational Change Management*, 9 (1), 63-78.
- Svärd, P. (2014). The impact of information culture on information/records management. *Records Management*, 24 (1), 5 - 21.
- Tien, L. C.; Chao, H. S. (2012). Effects of information culture and job satisfaction on the organizational innovation – a study of different leader-  
- بررسی وضعیت فرهنگ اطلاعاتی و عوامل مؤثر بر آن در سازمان‌های مختلف به‌ویژه سازمان‌های اطلاعات‌محور و دانش‌بنیان  
- بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و فرهنگ اطلاعاتی در سطح سازمان  
- شناسایی الگوی فرهنگ اطلاعاتی حاکم بر سازمان‌های مختلف  
- بررسی تأثیر فرهنگ اطلاعاتی بر رفتارهای اطلاعاتی کارکنان در سازمان‌های گوناگون  
بررسی تأثیر فرهنگ اطلاعاتی و ابعاد آن بر متغیرهای مختلف سازمانی از جمله، عملکرد سازمانی، اثربخشی سازمان، نوآوری و خلاقیت سازمانی و این قبیل.  
(این مقاله برگرفته از پایان‌نامه دکتری است).

## References

- Argyris, C.; Schön, D.A. (1978). *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Azar, A.; Momeny, M. (2016). *Statistics and its application in management*. Tehran: Samt. (Persian)
- Bawden, D.; Robinson, L. (2009). The dark side of information: Overload, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of Information Science*, 35(2), 180-191.
- Choo, C. W.; Bergeron, P.; Detlor, B. D.; Heaton, L. (2008). Information Culture and Information Use: An Exploratory Study of Three Organizations. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59 (5), 792-804.
- Choo, C. W. (2013). Information culture and organizational effectiveness. *International Journal of Information Management*, 33, 775- 779.
- Choo, C. W. (1998). *The knowing Organization: How Organizations Use Information to Construct Meaning, Create Knowledge, and Make Decisions*. New York: Oxford University Press.
- Choo, C. W.; Furness, C.; Paquette, S.; van den Berg, H.; Detlor, B.; Bergeron, P. (2006). Working with information: Information management and culture in a professional services organization. *Journal of Information Science*, 32 (6), 491-510.
- Curry, A., Moore, C. (2003). Assessing information culture: An exploratory model. *International Journal of Information Management*, 23(2), 91-110.
- Davenport, Thomas H. (1993). *Process Improvement: Reengineering Work through Information*

gaged in collaborative innovation projects. International Journal of Information Management, 35, 292-298.

ship styles as a moderator. Advances in Management & Applied Economics, 2 (3), 83-110.  
Vick, T.E.; Nagano, M.S.; Popadiuk, S. (2015). Information culture and its influences in knowledge creation: Evidence from university teams en-



## **Analysis of the Concept of Information Culture and a Survey of Its Status among Faculty Members of Ferdowsi University of Mashhad**

**Hasan Mahmoudi:** PhD student of Knowledge and Information Sciences, Ferdowsi University of Mashhad

**Rahmatolah Fatahi:** Professor, Department of Knowledge & Information Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Iran (Corresponding author) [fattahirahmat@gmail.com](mailto:fattahirahmat@gmail.com)

**Mohsen Nowkarizi:** Associate Professor of Knowledge and Information Sciences, Ferdowsi University of Mashhad.

**Mohamadhosein Dayani:** Professor of Knowledge and Information Sciences, Ferdowsi University of Mashhad

### ***Abstract***

**Background and Aim:** This study aims to explore the concept of information culture, and survey its status among the faculty members of Ferdowsi University of Mashhad.

**Methods:** This research is applied research that conducted via survey research. Population included faculty members of Ferdowsi university of Mashhad that 250 of them were selected via random sampling. A questionnaire based on (Choo et al., 2008) model were used for data collection. This questionnaire including six dimensions: information integrity, information formality, information control, information transparency, information sharing, and proactive use of information. Before collecting data, validity and reliability of the questionnaire was confirmed.

**Results:** The results showed that, from the perspective of faculty members of Ferdowsi University of Mashhad, information culture and its dimensions are not desirable at the university. Among the dimensions of information culture information sharing has highest average and information transparency has the lowest average. Also the results show information culture pattern of the Ferdowsi University of Mashhad is Relationship-Based Culture. The relationship between demographic variables and information culture also showed that there is a significant relationship between gender and field of study with some dimensions of information culture.

**Conclusion.** survey the information culture as an empowerment variable that influence information behaviors and programs in organizations is essential, Because of the important role of information in organizations. Moreover, information culture is a new subject that addressing the new research area for further research, especially in the field of knowledge and information science.

**Keywords:** Information Culture, Information Behavior, Ferdowsi University of Mashhad, Faculty Members