

# Prediction of Information Seeking Behavior of Shiraz University Graduate Students Based on the Dimensions of Goal Orientations and Creativity

Saeideh Ebrahimi<sup>1</sup> | Zeinab Fereshteh Hekmat<sup>2</sup> |  
AbdolRasoul Jowkar<sup>3</sup>

1. [Corresponding Author] PhD in Knowledge and Information Science; Assistant Professor; Shiraz University  
sebrahimi.shirazu@gmail.com
2. MA in Knowledge and Information Science; Shiraz University  
rahtushe66@yahoo.com
3. PhD in Knowledge and Information Science; Professor; Shiraz University  
ajowkar2003@yahoo.com

Iranian Journal of  
**Information  
Processing &  
Management**

**Abstract:** The present study has been done with the goal to assessing the possibility of prediction of information seeking behavior of graduate students based on the dimensions of goal orientations and creativity. Study sample consisted of 221 graduate students from Shiraz University (134 girls and 87 boys) were selected with cluster sampling method. Gathering data tool consists of information seeking behavior questionnaires (Khosrowgerdy, Olumy, Naghshine & Mohseny, 1388), goal orientation questionnaire designed by the researcher, and also multiple choice paper and pencil test (MPPT) questionnaire for measuring creativity ((Abedy, 1372) that were completed by students. To determine reliability of measures, Cronbach Alpha Coefficient and to examine validity, factor analysis methods were used. The test results asserted acceptable validity and reliability of instruments. Research data analyzed with Multiple Regressions Test. Results of simultaneous multiple regressions showed that, a) all dimension of goal orientation was positive predictor of relevance judgment dimension of information seeking behavior. b) avoidance goal orientation dimension and elaboration dimension of creativity was positive and fluency dimension of creativity was negative predictor of time as a motivated factor

Iranian Research Institute  
for Information Science and Technology  
(IranDoc)

ISSN 2251-8223

eISSN 2251-8231

Indexed by SCOPUS, ISC, & LISTA

Vol. 30 | No. 4 | pp. 965-995

Summer 2015

<https://doi.org/10.35050/JIPM010.2015.016>



dimension of information seeking behavior. c) learning goal orientation and avoidance goal orientation dimensions was positive predictor of confirm previous knowledge dimension of information seeking behavior. d) learning goal orientation dimension and originality dimension of creativity was positive predictor of creating new ideas dimension of information seeking behavior. e) Trying to search for information dimension of information seeking behavior only through learning goal orientation dimension is predicted as positive and significant.

To attention on existence of positive and meaningful relationship between goal orientations, dimensions of creativity with information seeking behavior and possibility of prediction of information seeking behavior of graduate students by aforesaid psychological variants, can explain that success or un success in information seeking behavior of students and access to information and optimum work on researching functions are not only productive of students specially skills but also are impressible of psychological issues like goal orientations and creativity.

**Keywords:** Information Seeking Behavior; Goal Orientations; Creativity; Graduate Students; Shiraz University

# پیش بینی رفتار اطلاع جویی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز بر مبنای ابعاد جهت گیری هدف و خلاقیت

سعیده ابراهیمی<sup>۱</sup> | زینب فرشته حکمت<sup>۲</sup> | عبدالرسول جوکار<sup>۳</sup>

۱. [پدیدآور رابط] دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ استادیار؛ دانشگاه شیراز  
sebrahimi.shirazu@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ دانشگاه شیراز  
rahtushe66@yahoo.com

۳. دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ استادیار؛ دانشگاه شیراز  
ajowkar2003@yahoo.com

## مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۳/۰۵/۲۷

پذیرش: ۱۳۹۳/۱۰/۲۲

## فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه شیراز

فصلنامه علمی پژوهشی

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

(ایرانداک)

شاپا (چاپی) ۸۲۳۳-۲۲۵۱

شاپا (الکترونیکی) ۸۲۳۱-۲۲۵۱

نمایه در SCOPUS، ISI، و LISTA

ijpm.irandoc.ac.ir

دوره ۳۰ | شماره ۴ | صص ۹۶۵-۹۹۶

تابستان ۱۳۹۴

<https://doi.org/10.35050/IJPM010.2015.016>

**چکیده:** پژوهش حاضر با هدف سنجش امکان پیش‌بینی رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان تحصیلات تکمیلی بر مبنای جهت‌گیری‌های هدف و ابعاد خلاقیت انجام شده است. از بین جامعه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز، نمونه‌ای مشتمل بر ۲۲۱ نفر (۱۳۴ دختر و ۸۷ پسر) به شیوه‌ی نمونه‌گیری طبقه‌ای خوشه‌ای انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه‌های رفتار اطلاع‌جویی<sup>۱</sup> (خسروجردی و دیگران ۱۳۸۸)، جهت‌گیری هدف به شیوه محقق ساخته<sup>۲</sup> و پرسشنامه پرسشنامه مدادی کاغذی چندگزینه‌ای سنجش خلاقیت<sup>۳</sup> (عابدی ۱۳۷۲) بود که توسط دانشجویان تکمیل شد. پایایی پرسشنامه‌ها به روش آلفای کرونباخ و روایی آن‌ها به شیوه تحلیل گویه، تعیین شد. نتایج آزمون‌ها بیانگر روایی و پایایی مطلوب پرسشنامه‌ها بود. داده‌های پژوهش با استفاده از آزمون رگرسیون چندگانه مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌های حاصل از رگرسیون چندگانه نشان داد که الف) همه‌ی ابعاد جهت‌گیری‌های هدف پیش‌بینی‌کننده‌ی مثبت برای بعد قضاوت ربط رفتار اطلاع‌جویی می‌باشند. ب) بعد جهت‌گیری پرهیز از شکست و بعد بسط خلاقیت پیش‌بینی‌کننده‌های مثبت و بعد سیالی خلاقیت، پیش‌بینی‌کننده‌ی منفی برای بعد زمان به‌عنوان عامل انگیزاننده می‌باشند. ج) بعد جهت‌گیری معطوف به یادگیری و جهت‌گیری پرهیز از شکست پیش‌بینی‌کننده‌های مثبت برای بعد تایید دانش پیشین

1 Information seeking behavior questionnaire

2 Goal orientation questionnaire

3 Multiple choice paper and pencil test for measuring creativity(MPPT)



رفتار اطلاع‌جویی می‌باشند. (د) بعد جهت‌گیری معطوف به یادگیری و بعد ابتکار خلاقیت پیش‌بینی‌کننده‌های مثبت برای بعد خلق اندیشه‌های نو رفتار اطلاع‌جویی می‌باشند. (ه) بعد تلاش برای جست‌وجوی اطلاعات در رفتار اطلاع‌جویی تنها از طریق بعد جهت‌گیری معطوف به یادگیری به صورت مثبت و معنادار قابل پیش‌بینی است. با توجه به وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین ابعاد جهت‌گیری هدف و خلاقیت با رفتار اطلاع‌جویی و امکان پیش‌بینی رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان از طریق متغیرهای روان‌شناختی فوق، می‌توان بیان نمود که موفقیت یا عدم موفقیت دانشجویان در اطلاع‌جویی و دسترسی به اطلاعات و همچنین عملکرد بهینه در فعالیت‌های پژوهشی نه تنها محصول مهارت‌های تخصصی آنها بلکه برگرفته از مسائل روان‌شناختی همچون ابعاد جهت‌گیری هدف و خلاقیت می‌باشد.

**کلیدواژه‌ها:** رفتار اطلاع‌جویی؛ ابعاد جهت‌گیری هدف؛ خلاقیت؛ پیش‌بینی؛ دانشجویان تحصیلات تکمیلی؛ دانشگاه شیراز

#### ۱. مقدمه

شتاب روزافزون تحول علوم در زمینه‌های گوناگون و گسترش اطلاعات و ارتباطات، ضرورت پرورش نیروی انسانی کارآمد، خلاق و باانگیزه را که بتواند همپای این تحولات حرکت نماید، صدچندان کرده است. امروزه، نیروی انسانی کارآمد به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه یک سازمان محسوب می‌شود و به همین دلیل تحقیقات بسیار گسترده‌ای با هدف ارتقای کارآمدی نیروی انسانی انجام گرفته است.

فرایند جستجوی اطلاعات از مهم‌ترین مقوله‌هایی است که با نیروی انسانی کارآمد در ارتباط است. بر مبنای تحقیقات، جست‌وجوی اطلاعات امری قابل پیش‌بینی و مکانیکی نیست، بلکه فرایندی پویا و متغیر است که به موقعیت فرد و تا حد زیادی به خود فرد و همچنین به رفتار اطلاع‌یابی او بستگی دارد. بنابراین، برای شناخت همه‌جانبه فرایند جست‌وجوی اطلاعات و رفتار اطلاع‌جویی فرد و در نهایت، افزایش کارآمدی، می‌بایست تمرکز را از شخص به سمت فرایندهای روانی وی گسترش داد (Heinstrom 2005).

امروزه، با ورود فناوری‌های اطلاعاتی، رفتار اطلاع‌جویی انسان‌ها به شدت تحت تأثیر قرار گرفته است، به طوری که افراد در فرایند جست‌وجوی اطلاعات و برای رفع نیازهای اطلاعاتی خود تنها به محمول‌های سنتی اطلاعات (مثل کتاب و نشریات ادواری

و...) اکتفا نکرده، بلکه برای رفع این نیازها به سراغ رایانه، اینترنت و سایر فناوری‌های اطلاعاتی رفته و از این فناوری‌ها در بُعد وسیعی استفاده می‌کنند (ادهمی ۱۳۸۳). گرچه انتخاب نوع رفتاری که افراد برای جست‌وجوی اطلاعات از خود نشان می‌دهند تا حدودی به عادت‌های آنها بستگی دارد، اما انگیزه، نوع تفکر و شخصیت افراد نیز بر این فرایند اثرگذار خواهد بود (همان). تحقیقات گذشته همچنین، بیانگر آن است که رفتار اطلاع‌جویی افراد تحت تأثیر متغیرهای متنوع روان‌شناختی مثل شخصیت، باورهای روان‌شناختی، قضاوت انعکاسی، تفکر انتقادی و دیگر متغیرها قرار دارد. در ارتباط با عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌جویی پژوهش‌هایی صورت گرفته است. به‌طور مثال، Heinström (2000) نقش شخصیت و رویکردهای یادگیری و Sridhar (2007) نقش خلاقیت را در ارتباط با رفتار اطلاع‌جویی مورد بررسی قرار داده‌اند. در زمینه جهت‌گیری‌های هدف و خلاقیت نیز تحقیقات بسیار زیادی انجام شده است، اما شواهد پژوهشی پیرامون رابطه این دو سازه روان‌شناختی (جهت‌گیری هدف و خلاقیت) با رفتار اطلاع‌جویی در دسترس نیست.

جهت‌گیری هدف از جمله متغیرهایی است که بر مبنای پیشینه نظری می‌تواند رفتار اطلاعاتی را تحت تأثیر قرار دهد. جهت‌گیری هدف طبق نظریه لاک و لاتهام در هر فرایندی می‌تواند به بهبود عملکرد بینجامد (Locke and Latham 2002)؛ چرا که هدف‌ها توجه فرد را به سمت تکلیف در دست انجام هدایت می‌کنند، تلاش را به خدمت می‌گیرند، استقامت و پشتکار را بیشتر می‌کنند و مشوقی برای گسترش‌های راهبردی هستند. به‌عبارت دیگر، هدف‌ها ایجاد تدابیر جدید برای بهبود عملکرد را تشویق می‌کنند. در همین راستا، به نظر می‌رسد که جهت‌گیری هدف بتواند رفتار اطلاعاتی موفق را به‌همراه داشته باشد.

خلاقیت، متغیر دیگری است که معمولاً موجب خودباروری و تکامل شخص در امور مختلف می‌شود. گیلفورد اعتقاد دارد که خلاقیت همان اندیشه و اگر است که هنگام رویارویی با مسئله، ذهن به سوی پاسخی نامعین و در جهات مختلف سیر می‌کند، در حالی که تفکر هم‌گرا زمانی به کار می‌رود که راه‌حل مشخصی برای مسئله وجود داشته باشد (Guilford 1950). طبق نظر تورنس، خلاقیت عبارت است از حساسیت نسبت به مسایل، کمبودها، مشکلات و خطاهای موجود در دانش، حدس‌زدن، تشکیل فرضیه‌هایی درباره

این کمبودها، ارزشیابی و آزمایش این حدس‌ها و فرضیه‌ها و احتمالاً اصلاح و آزمون مجدد آنها و در نهایت، نتیجه‌گیری (Torrance (1973). بر این اساس، می‌توان به این فرض رسید که فرد خلاق بتواند با اندیشه‌ و اگر و به کارگیری مهارت‌های سیالی، ابتکار، انعطاف‌پذیری و بسط حین جستجوی اطلاعات، عملکرد موفق‌تری داشته باشد. وایزبرگ<sup>۱</sup> نیز معتقد است که خلاقیت در همه وجود دارد و خلاقیت ممکن است بر رفتار اطلاع‌جویی اثر بگذارد (نقل در Heinstrom 2000).

حال این سؤال اساسی مطرح می‌شود که آیا از طریق متغیرهای جهت‌گیری هدف و خلاقیت می‌توان موفقیت رفتار اطلاع‌جویی را پیش‌بینی کرد؟ پژوهش حاضر تلاش کرده است که میزان تأثیر دو متغیر جهت‌گیری هدف و خلاقیت را با متغیر رفتارهای اطلاع‌جویی مورد بررسی قرار دهد.

یافته‌های این پژوهش از بعد نظری می‌تواند به تبیین روشن‌تر متغیرهای مرتبط با رفتار اطلاع‌جویی بپردازد و درک عمیق‌تری را نسبت به این فرایند به وجود آورد تا در نهایت، مقوله رفتار اطلاع‌جویی از منظر روان‌شناختی بتواند تحت یک مدل نظری جامع مورد بررسی قرار گیرد. از بعد عملی نیز یافته‌های پژوهش می‌تواند راهکارهای عملیاتی در زمینه نیاز به شیوه‌های ارتقای کارآمدی رفتار اطلاع‌جویی کاربران از طریق دست‌کاری متغیرهای اثرگذار بر آن مثل جهت‌گیری هدف و خلاقیت و همچنین ارتقای نظام‌های بازیابی اطلاعات در راستای مرتفع کردن این مسئله را پیش رو قرار دهد.

## ۲. رفتار اطلاع‌جویی

وجود و تولید حجم زیادی از اطلاعات در زمینه‌های گوناگون، دوران کنونی را به عصر اطلاعات تبدیل کرده و پدیده‌ای به نام انفجار اطلاعات را به وجود آورده است. در این دوران، یکی از مسائل مهم، توزیع اطلاعات بر اساس نیاز واقعی استفاده‌کنندگان است. شناسایی نیازهای اطلاعاتی کاربران از طریق مطالعه رفتار و الگوی اطلاع‌یابی یکی از موضوعات پژوهشی مهم در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی است که همراه با تغییرات محیط اطلاعاتی و فناوری اطلاعاتی، رفتار و الگوی اطلاع‌یابی انسان‌ها نیز تغییر می‌کند (یمین فیروز و داورپناه ۱۳۸۴). اطلاع‌جویی رفتاری است که نشانه کاملاً

1. Wiesberg

مشهود نیازهای اطلاعاتی است و تنها بر مبنای آن، درباره‌ی ماهیت نیاز و برآورده شدن آن، قضاوت صورت می‌گیرد (نوشین فرد ۱۳۸۸). ویلسون الگویی را برای رفتار اطلاع‌جویی ارائه کرده که شامل ویژگی‌های روان‌شناختی است (Wilson 2000). وی فرایند اطلاع‌یابی را اولین بار در سال ۱۹۸۳ به عنوان یک الگوی حل مسئله برای پژوهش‌ها به کار برد و پس از بررسی رفتارهای اطلاع‌یابی متخصصان بازاریابی، علوم اجتماعی و روان‌شناسی الگویی را برای رفتار اطلاع‌یابی ارائه داد که به‌خوبی نقش عوامل روان‌شناختی را در رفتار جستجوگران نشان می‌داد. وی در الگوی خود اذعان می‌دارد که عوامل روان‌شناختی، جمعیت‌شناسی، محیطی و منبع‌مدار بر رفتار اطلاع‌یابی تأثیر می‌گذارد و در بسیاری از موارد آن را تغییر می‌دهد (نقل در Heinstrom 2000). لذا در هر موقعیتی، انتخاب و استفاده از منبع، تحت تأثیر عوامل گوناگونی همچون میزان زمان و تلاشی که صرف دستیابی به منبع و تعامل برای اطلاع‌یابی از آن می‌شود، قرار دارد (ادهمی ۱۳۸۳).

ویلسون چهار نوع رفتار (رفتار اطلاعاتی، رفتار اطلاع‌جویی، رفتار اطلاع‌یابی و رفتار استفاده از اطلاعات) را از یکدیگر متمایز می‌سازد (Wilson 2000). رفتار اطلاعاتی<sup>۱</sup> عبارت است از کل رفتار انسان در ارتباط با منابع و مجراهای اطلاعاتی شامل اطلاع‌یابی فعال و غیرفعال و کاربرد اطلاعات. رفتار اطلاع‌جویی<sup>۲</sup> عبارت است از جست‌وجوی هدفمند اطلاعات به منظور ارضای هدفی خاص. رفتار اطلاع‌یابی<sup>۳</sup> سطح جزئی‌تر رفتار به کار گرفته شده از سوی جست‌وجوگر در تعامل با نظام‌های اطلاع‌رسانی است. رفتار استفاده از اطلاعات<sup>۴</sup> متشکل از اعمال فیزیکی و ذهنی مبتنی بر اطلاعات راه‌یافته به درون پایگاه معرفتی شخص است. این چهار مفهوم در حالی که تفاوت‌هایی با هم دارند، اما هر چهار مفهوم در زمینه جست‌وجوی اطلاعات می‌باشند و منفک از یکدیگر نیستند. در بحث رفتار اطلاع‌جویی، عوامل انگیزشی، ملاحظات رفتاری، توسعه فکری و تیپ‌های شخصیتی از عوامل تأثیرگذار می‌باشند (عباسی ۱۳۸۹). تردید شناختی که در موقعیت‌های ناآشنا و هنگام رویارویی با مسائل ناملموس رخ می‌دهد، ناشی از قضاوت‌های عقلانی و فکری فرد از سطح دانش لازم در روند پیشرفت کارها و تردید عاطفی ناشی از بدبینی و

- 
1. information behavior
  2. information seeking behavior
  3. information searching behavior
  4. information using behavior

نگرانی است. بنابراین، فرایند جست‌وجو و دستیابی به اطلاعات باید پیرو رفتار صحیح و نظام‌مند باشد (خسروجردی ۱۳۸۷).

رفتار اطلاع‌جویی را (Heinstom (2000 شامل پنج بُعد می‌داند که عبارت‌اند از: داوری ربط (داوری دربارهٔ مربوط بودن اطلاعات به دست آمده از طریق جست‌وجو در منبع اطلاعات)، زمان به عنوان عاملی انگیزاننده (اضطرابی که هنگام جست‌وجو در منبع اطلاعاتی بر فرد تحمیل می‌شود، واکنشی که فرد نسبت به این متغیر بر حسب زمان نشان می‌دهد)، تأیید دانش پیشین (اتکا به دانش پیشین و فقدان نوآوری و جست‌وجوگری فرد) خلق اندیشه‌های نو (منظور نوآوری فرد در حوزهٔ فعالیت خویش است. این بُعد از رفتار اطلاع‌جویی اشاره به خلاقیت دارد و اتکای صرف به دانش پیشین را مردود می‌شمارد) و تلاش برای جست‌وجوی اطلاعات (تلاشی که فرد در تعامل با منبع اطلاعات، برای به دست آوردن اطلاعات مورد نیازش انجام می‌دهد) (نقل در خسروجردی ۱۳۸۸).

کریکلاس<sup>۱</sup> مراحل جست‌وجوی اطلاعات را احساس نیاز، کاوش، یافتن اطلاعات و استفاده از آن می‌داند (نقل در Weiler (2005).

### ۳. جهت‌گیری هدف

اصطلاح انگیزش، همان‌طور که از معنای آن برمی‌آید، به علت یا چرایی رفتار اشاره دارد (اژه‌ای ۱۳۹۰). از نظر پینتریچ و شانک انگیزش، عامل فعال‌ساز رفتار انسان است (Pintrich and Schunk 2002). انگیزش را می‌توان عامل نیرودهنده، نگهدارنده و هدایت‌کنندهٔ رفتار به سوی هدف تعریف کرد. باورهای انگیزشی دسته‌ای از معیارهای شخصی و اجتماعی هستند که افراد برای انجام دادن یا پرهیز از یک عمل به آنها مراجعه می‌کنند (رضایی و سیف ۱۳۸۴). در اغلب نظریه‌های انگیزش در مورد دو سازهٔ اصلی یعنی «انتظار» و «ارزش» صحبت شده است. هر کدام از این سازه‌ها خود دارای اجزای فرعی هستند. یکی از اجزای فرعی سازهٔ ارزش، جهت‌گیری هدف<sup>۲</sup> می‌باشد. سازهٔ جهت‌گیری از نظر نظریه پردازانی مانند (Elliot and Church (1997 و Elliot and McGregor (2001) یک سازهٔ انگیزشی است. ایمز جهت‌گیری هدف را به صورت الگوی منسجمی از

1. Krikelas  
2. goal orientaion



باورها، استنادها و هیجان‌های فرد تعریف می‌کند که مقاصد رفتاری وی را تعیین کرده و سبب می‌گردد که او نسبت به برخی موقعیت‌ها گرایش بیشتری داشته باشد و در آن موقعیت‌ها به گونه‌ای خاص عمل نماید (Ames 1992).

در روان‌شناسی تربیتی معاصر، نظریهٔ جهت‌گیری هدف از مؤثرترین رویکردها در انگیزش است و تلویحات انگیزشی مهمی در یادگیری و عملکرد دارد. در ارتباط با جهت‌گیری هدف یکی از تقسیم‌بندی‌های متداول عبارت است از جهت‌گیری معطوف به یادگیری و جهت‌گیری معطوف به عملکرد (جوکار و لطیفیان ۱۳۸۵). این رویکرد منجر به تقسیم‌بندی‌هایی گردید که در آنها ابعاد جهت‌گیری هدف مورد تجزیه و تحلیل بیشتر قرار گرفت. بر اساس مدل‌های جدید، این طبقه‌بندی نمی‌تواند تبیین کاملی از انواع جهت‌گیری باشد. لذا، در راستای الگوی فوق، (Elliot and Harackiewicz 1996) با ترکیب نظریهٔ شناخت اجتماعی هدف و نظریهٔ انگیزش پیشرفت، جهت‌گیری هدف را به جهت‌گیری معطوف به یادگیری، جهت‌گیری عملکرد گرایش و جهت‌گیری عملکرد پرهیزی تقسیم نمودند (نقل در جوکار و لطیفیان ۱۳۸۵).

در پژوهش حاضر، از الگویی که خادمی و نوشادی در پژوهش خود به کار برده‌اند، استفاده شده است. این الگو، جهت‌گیری هدف را دارای سه بعد می‌داند که عبارت است از: جهت‌گیری هدف یادگیری<sup>۱</sup> (تسلط)، جهت‌گیری هدف عملکرد<sup>۲</sup> و جهت‌گیری هدف پرهیز از شکست<sup>۳</sup>. طبق این الگو، در جهت‌گیری هدف تسلط یا یادگیری، دانشجویان در صدد افزایش تسلط بر موضوعات جدیدند و بر فهم موضوعات تأکید دارند. این گونه افراد مسئولیت‌پذیرند و چنانچه در انجام کاری شکست بخورند، مسئولیت خودشان را انکار نمی‌کنند. در جهت‌گیری هدف عملکرد، دانشجویان تلاش می‌کنند توانایی‌هایشان را با دیگران مقایسه کنند و بر این نکته تأکید دارند که دیگران دربارهٔ آنها چگونه داوری می‌کنند. آنها تلاش می‌کنند که خود را باهوش جلوه دهند و نه بی‌کفایت و نالایق. بنابراین، از وظایف چالشی پرهیز می‌کنند و زمانی که با وظایف دشوار روبه‌رو می‌شوند، پشتکار کمتری از خود نشان می‌دهند. در جهت‌گیری پرهیز از شکست، هدف

- 
1. Learning goal orientation
  2. Performance goal orientation
  3. avoidance goal orientation

فرد صرفاً این است که در درس و تحصیل شکست نخورد (خادمی و نوشادی ۱۳۸۵).

#### ۴. خلاقیت

انقلاب اطلاعاتی و الکترونیکی و انفجار دانش امکان پیش‌بینی دانش‌های لازم برای برخورد مؤثر با شرایط محیطی را با مشکل مواجه ساخته است، لذا اندیشمندان و محققان راه چاره را در توجه به خلاقیت‌ها و توانمندی‌های فکری بشر دانسته‌اند. توین‌بی<sup>۱</sup> مورخ معروف، سال‌ها پیش عدم خلاقیت را به‌منزله زوال و حیات یک جامعه می‌دانست و اعتقاد داشت که اگر جامعه نتواند از موهبت خلاقیت حداکثر استفاده را ببرد و بدتر از این اگر این توانایی را سرکوب کند، انسان دیگر از حق ذاتی خود، یعنی اشرف مخلوقات بودن محروم می‌شود. به همین دلیل کافی است تا جامعه برای تعلیم و تربیت خلاق، اولویت قائل شود (حسینی ۱۳۸۶).

خلاقیت واژه‌ای است مبهم که ارائه تعریف دقیق از آن دشوار می‌باشد. محققان اغلب به جای تعریف آن، خصوصیات افراد خلاق را ترسیم کرده‌اند. ریشه واژه خلاقیت از عبارت لاتین «create» گرفته شده است که در فرهنگ واژگان به گونه‌ای متفاوت تعریف می‌گردد. Wilson (1956) و Cruchfield (1962) معتقدند که خلاقیت نقطه مقابل «هم‌نویی» است و به نظر آنها خلاقیت، عقاید اصیل، نظریات متفاوت و نحوه متفاوت نگریستن به مسائل است (نقل در باباپور خیرالدین ۱۳۷۸). گیلفورد اعتقاد دارد که خلاقیت همان اندیشه و اگر است. وی بیان می‌کند که در تفکر و اگر هنگام رویارویی با مسئله، ذهن به سوی پاسخی نامعین و در جهات مختلف سیر می‌کند، در حالی که تفکر هم‌گرا زمانی به کار می‌رود که راه حل مشخص برای مسئله وجود داشته باشد Guilford (1950). طبق نظر تورنس خلاقیت عبارت است از حساسیت به مسایل، کمبودها، مشکلات و خطاهای موجود در دانش، حدس زدن، تشکیل فرضیه‌هایی درباره این کمبودها، ارزشیابی و آزمایش این حدس‌ها و فرضیه‌ها و احتمالاً اصلاح و آزمون مجدد آنها و در نهایت، نتیجه‌گیری (Torrance 1973).

خلاقیت دارای سه عنصر اساسی قلمرو مهارت‌ها، قلمرو تخصص و قلمرو انگیزه می‌باشد. قلمرو مهارت به‌منزله استعداد در یک حوزه خاص بوده و تا حدودی ذاتی است.

1. Toynbee

قلمرو تخصص اشاره به این مطلب دارد که فرد هر اندازه دارای استعداد باشد، بدون برخورداری از تخصص کافی قادر به ایجاد آثار خلاقانه نخواهد بود. تحقیقات نشان داده است که افزون بر استعداد و تخصص، افراد خلاق دارای یک مجموعه از ویژگی‌های انگیزشی نیز می‌باشند. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از تمایل شدید به موفقیت و تعهد نسبت به حوزه‌ای که برای کار خود انتخاب کرده‌اند. فرد برخورداری از انگیزه درونی با میل و رغبت فزاینده‌ای، ساعت‌های پی‌درپی بر روی یک اثر کار می‌کند (شیخ‌الاسلامی و رضویه ۱۳۸۴).

از سوی دیگر طبق نظر آمابیل، یکی از عناصر اساسی در خلاقیت، مسائل انگیزشی است. از نظر او، به این دلیل که کار خلاقانه نیاز به صرف انرژی دارد، علاقه‌مند بودن، اصرار و پافشاری به‌رغم مواجهه شدن با مشکلات، و داشتن انگیزش برای شکوفایی خلاقیت مسئله‌ای بسیار مهم است (Amabile 1990). از طرفی ایجاد رابطه بین خلاقیت و جست‌وجوی اطلاعات برای ارائه دیدگاهی متفاوت از جست‌وجوی اطلاعات مهم است و منجر به راه‌های احتمالی و جدید برای بهبود توسعه نظام‌ها و رابط‌های کاربر برای پشتیبانی جست‌وجوی اطلاعات می‌شود (Lee, Theng, and Goh 2005). خلاقیت عبارت است از توانایی بررسی یک مسئله از زوایای دید متفاوت و جدید. خلاقیت می‌تواند دانش ما درباره موضوع را در هم بریزد و از نو سازماندهی کند تا بینش جدیدی درباره ماهیت آن موضوع به دست آوریم (خسروی‌پور و عسگریان دهکردی ۱۳۸۹).

در این پژوهش، خلاقیت بر اساس الگوی تورنس که تحت تأثیر چارچوب نظری گیلفورد است، تبیین می‌شود. تورنس خلاقیت را مرکب از چهار عامل اصلی می‌داند که عبارت‌اند از سیالی (توانایی تولید تعداد بی‌شمار ایده در قالب تصویر با فرض پاسخ و عقیده در مورد آن)، ابتکار (توانایی تولید ایده‌هایی که از ایده‌های عادی و رایج متفاوت است)، انعطاف‌پذیری (توانایی تولید انواع گوناگون و متنوع ایده‌ها در قالب تصویر و ارائه راه‌حل‌های نو)، بسط (توانایی اضافه کردن جزئیات یا تکمیل ایده‌های تصویر) (نقل در رضوانی ۱۳۸۸).

##### ۵. پیشینه

در بخش‌های پیشین تلاش شد تا تبیین نسبتاً روشنی از متغیرهای مورد بررسی در این

پژوهش ارائه شود. اما پرسش مهم این است که چه ارتباطی میان این سه سازه وجود دارد و در صورت وجود ارتباط میان این سه متغیر، جهت گیری هدف و خلاقیت، رفتار اطلاع جویی را به چه شکل پیش بینی می کنند.

نگاهی به ادبیات تحقیقاتی موجود بیانگر آن است که در پاسخ به پرسش های مذکور پاسخ روشنی ارائه نشده است. به طور کلی، تحقیقات و نظریات موجود به شکل های مختلف به مسئله نگریسته اند. در برخی از تحقیقات رفتار اطلاع جویی را تنها در جامعه ای خاص مورد بررسی قرار داده اند و به عوامل احتمالی تأثیرگذار بر این سازه توجه نکرده اند. پژوهش های زیر گویای همین مطلب می باشد. مالیاری، کروبیلی و زاپونیدو در پژوهشی تحت عنوان «کشف رفتار اطلاع جویی دانشجویان تحصیلات تکمیلی یونانی: مطالعه موردی در دانشگاه مقدونیه» به این نتیجه رسیدند که دانشجویان این دانشگاه تمایل دارند که از ساده ترین تکنیک های جست و جو استفاده کنند و این مسئله در میان رشته های مختلف تفاوتی نداشته است (Malliaris, Korobili, and Zapounidou 2011). درزی نیز در تحقیق خود با نام بررسی «رفتار اطلاع یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه مازندران در استفاده از منابع اطلاعاتی پیوسته» به بررسی رفتار اطلاع یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پرداخت. نتایج این تحقیق نشان داد که اکثر دانشجویان توانمندی استفاده از منابع اطلاعاتی پیوسته را ندارند. همچنین، وی بیان کرد که ۶ پایگاه Elsevier بیشتر از پایگاه های دیگر مورد استفاده قرار گرفته اند (درزی ۱۳۹۰).

در گروهی دیگر از تحقیقات، جهت گیری هدف و خلاقیت، در ارتباط با هم و یا هر یک به طور جداگانه با عوامل روان شناسی دیگر مورد بررسی و پژوهش قرار گرفته اند. از جمله این گروه، می توان به پژوهش های (Maehr (2001)، Wolters (2004)، (2004)، Zweig & Webster (2001)، O'Hara & Strenberg (2001)، حسینی و لطیفیان (۱۳۸۸) در زمینه جهت گیری هدف و (Yang & Lin (2004)، Zhang & Zhu (2011)، همتی (۱۳۸۶) در زمینه خلاقیت و شیخ الاسلامی و رضویه (۱۳۸۴) و به پژوه، افروز، ساداتی و ملتفت (۱۳۸۹) در زمینه ارتباط خلاقیت و جهت گیری هدف اشاره کرد.

در گروه سوم، در برخی از پژوهش ها، حوزه علم اطلاعات و دانش شناسی با حوزه روان شناسی تلفیق شده و به بررسی برخی عوامل روان شناسی مرتبط با جست و جوی اطلاعات و رفتار اطلاع جویی پرداخته شده است. در این زمینه، هینستروم در تحقیقی تأثیر

شخصیت و رویکردهای یادگیری بر رفتار اطلاع جویی دانشجویان را مورد آزمون قرار داد (Heinstrom 2000). وی همچنین، در پژوهشی دیگر در سال ۲۰۰۳، به بررسی پنج بعد شخصیت و تأثیر آن بر رفتار اطلاع جویی پرداخت و به این نتیجه رسید که رفتار اطلاع جویی دانشجویان با تمام ابعاد شخصیت (برون گرایی، دلپذیر بودن، باوجدان بودن، انعطاف پذیری در تجربه و روان نژند گرایی) ارتباط دارد (Heinstrom 2003). بی و هوانگک نیز در پژوهش خود تحت عنوان «پیش بینی استفاده از سیستم های اطلاعاتی وب مدار: خود کار آمدی، سرگرمی، جهت گیری هدف یادگیری و مدل پذیرش فناوری» بیان داشتند که با رشد تکیه بر نظام های رایانه ای و سرعت فزاینده معرفی فناوری های جدید، کاربر پذیری فناوری همچنان به عنوان موضوعی مهم تلقی می شود. طراحی بر اساس یافته های اخیر در زمینه نظام های اطلاعاتی، تعامل انسان و رایانه و روان شناسی اجتماعی، تحقیق حاضر را به سوی توسعه مدل پذیرش فناوری بر اساس ترکیب متغیرهای انگیزشی خود کار آمدی، سرگرمی و جهت گیری یادگیری سوق داده است تا از این طریق به پیش بینی استفاده از نظام های اطلاعاتی وب مدار بینجامد. نتایج تأکید بر نقش خود کار آمدی، سرگرمی و جهت گیری هدف یادگیری در تعیین استفاده واقعی را نشان داد (Yi and Hwang 2003). در همین رابطه ویتمیر به بررسی رابطه بین باورهای معرفت شناختی، قضاوت انعکاسی و رفتار اطلاع جویی دانشجویان پرداخت و دریافت که بین این سه مؤلفه رابطه وجود دارد (Whitmir 2004). ویلر نیز در پژوهشی تحت عنوان «رفتار اطلاع جویی دانشجویان گونه «Y»: انگیزش، تفکر انتقادی و نظریه یادگیری» به این نتیجه رسید که اطلاع جویی یک فرایند بسیار ذهنی است و دانشجویان از طریق دانش قبلی، نظرات تثبیت شده خود و سطوح رشد شناختی به دنبال برآوردن نیازهای خود هستند (Weiler 2005). اسریدر در زمینه رابطه خلاقیت و رفتار اطلاع جویی، در پژوهشی تحت عنوان «خلاقیت و اطلاعات» به بررسی افراد خلاق و رفتار اطلاع جویی آنها پرداخت و به این نتیجه رسید که افراد خلاق می دانند که چگونه با حجم زیاد اطلاعات روبه رو شوند و به وضوح رفتار اطلاع یابی آنها با دیگران متفاوت است (Sridhar 2007).

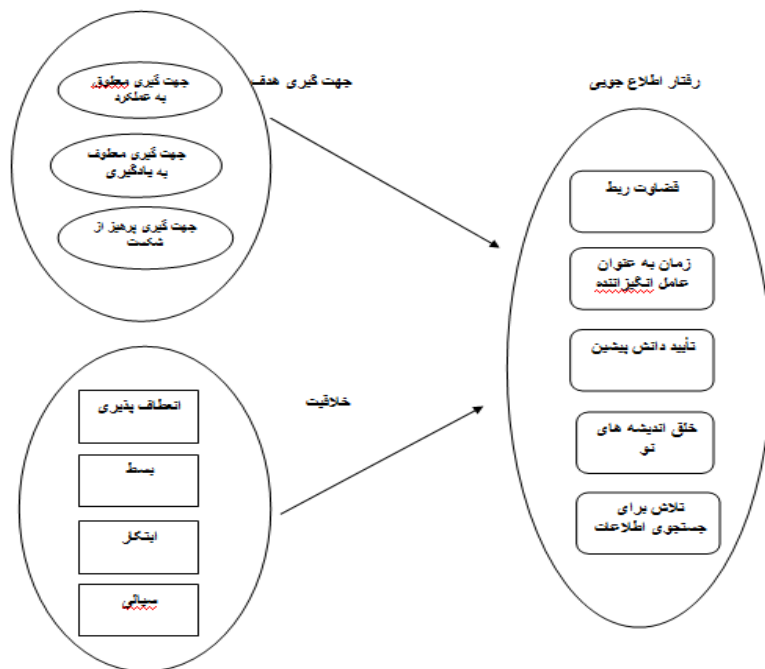
در ایران نیز خسرو جردی و قربان جهرمی در تحقیق خود با عنوان «بررسی رابطه تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی ارشد با رفتار اطلاع جویی آنها» به این نتیجه دست یافتند که بین تفکر انتقادی و رفتار اطلاع جویی دانشجویان رابطه وجود دارد (۱۳۸۶). آنها

همچنین متذکر شدند که نتایج پژوهش مذکور به همراه پژوهش‌های موازی که توسط پژوهشگران حاضر در موضوع تأثیرپذیری رفتار اطلاع‌جویی از شخصیت، تفکر انتقادی و باورهای معرفت‌شناختی انجام گرفته است، حاکی از آن است که می‌توان عامل تفکر انتقادی را به علت همبستگی بالایی که با رفتار اطلاع‌جویی دارد، در بستر مدل‌های اطلاع‌جویی وارد کرد و به ارائه مدل جدیدی برای رفتار اطلاع‌جویی پرداخت که متغیرهای مربوط به یادگیری، تفکر انتقادی، باورهای معرفت‌شناختی و قضاوت انعکاسی نیز در آن وارد شده باشند. خسروجردی، علمی، نقشینه و محسنی همچنین، در پژوهشی دیگر نقش ابعاد شخصیت در رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۸۶-۱۳۵۸ را مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاکی از آن بود که بین برون‌گرایی دانشجویان و قضاوت ربط، خلق اندیشه‌های نوین، زمان به‌عنوان عامل انگیزش، و تلاش برای جستجوی اطلاعات رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. بین گشودگی به تجربه و نیز وظیفه‌شناسی با زمان اختصاص داده شده به جستجوی اطلاعات نیز رابطه‌ای مثبت و معنادار مشاهده شد. به‌طور کلی، نتایج نشان داد که بین ابعاد شخصیت با ابعاد رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان کارشناسی ارشد رابطه معناداری وجود دارد (۱۳۸۸).

پیشینه نظری و تحقیقاتی پژوهش، بیانگر آن بود که بررسی مقوله رفتار اطلاع‌جویی از بعد روان‌شناختی مسئله‌ای بسیار مهم بوده و جبهه پژوهشی نوینی را با توجه به ورود فناوری‌های نوین اطلاعاتی به وجود آورده است. تحقیقات، همچنین مبین آن است که متغیرهای روان‌شناختی متنوعی در ارتباط با رفتار اطلاع‌جویی مورد بررسی قرار گرفته و یا در تحقیقات، به‌طور ضمنی ارتباط این متغیرها با مقوله رفتار اطلاع‌جویی مطرح شده است که از آن جمله می‌توان به متغیرهای شخصیت، تفکر انتقادی، باورهای معرفت‌شناختی و قضاوت انعکاسی اشاره نمود. آنچه که از جمع‌بندی پیشینه نظری تحقیقات در ارتباط با نقش دو متغیر جهت‌گیری هدف و خلاقیت به‌عنوان دو متغیر مهم روان‌شناختی مرتبط با رفتارهای اطلاع‌جویی حاصل می‌شود، آن است که اولاً این دو متغیر به‌عنوان دو متغیر بهبوددهنده امور و فرایندهای انسانی می‌توانند نقش مهمی در موفقیت رفتار اطلاع‌جویی نیز داشته باشند و دوم اینکه، امکان پیش‌بینی رفتار اطلاع‌جویی بر مبنای این دو متغیر انتظار می‌رود.

بر همین اساس، مدلی مفهومی قابل ارائه است که بتواند در این پژوهش مورد آزمون

قرار گیرد. همان‌گونه که در شکل ۱ قابل مشاهده است، سازه‌ی خلاقیت در چهار بعد سیالی، ابتکار، بسط و انعطاف‌پذیری می‌تواند ابعاد پنج‌گانه‌ی رفتار اطلاع‌جویی را پیش‌بینی نماید. همچنین، ابعاد رفتار اطلاع‌جویی از طریق سه بعد جهت‌گیری هدف قابل پیش‌بینی است.



شکل ۱. مدل مفهومی پیش‌بینی رفتار اطلاع‌جویی بر مبنای ابعاد جهت‌گیری هدف و خلاقیت

در همین راستا، پژوهش حاضر قصد دارد که فرضیات زیر را بر مبنای مدل مفهومی ارائه‌شده مورد آزمون قرار دهد:

۱. متغیر جهت‌گیری هدف، ابعاد رفتار اطلاع‌جویی را پیش‌بینی می‌کند.
۲. متغیر خلاقیت، ابعاد رفتار اطلاع‌جویی را پیش‌بینی می‌کند.

## ۶. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است. گروه نمونه این پژوهش، شامل ۲۲۱ نفر (۱۳۴ دختر و ۸۷ پسر) از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شیراز (روزانه و شبانه) بودند. در این پژوهش، نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای خوشه‌ای انجام شد. بدین صورت که از میان ۱۵ دانشکده موجود در دانشگاه شیراز، ۸ دانشکده به تصادف انتخاب و سپس از هر دانشکده، به نسبت تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی آن دانشکده، کلاس‌هایی در نظر گرفته شد و کلیه دانشجویان حاضر در کلاس‌های مذکور مورد ارزیابی قرار گرفتند.

جدول ۱. فراوانی و درصد فراوانی افراد شرکت‌کننده در پژوهش به تفکیک جنسیت

جنسیت	تعداد	درصد
پسر	۸۷	۳۹/۴
دختر	۱۳۴	۶۰/۶
کل	۲۲۱	۱۰۰

برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه مدادی کاغذی چندگزینه‌ای سنجش خلاقیت (عابدی ۱۳۷۲)، پرسشنامه رفتار اطلاع‌جویی (خسروجردی و دیگران ۱۳۸۸) و پرسشنامه جهت‌گیری هدف با روش محقق ساخته استفاده شده است.

پرسشنامه مدادی کاغذی چندگزینه‌ای سنجش خلاقیت بر اساس نظریه تورنس تهیه شده است (عابدی ۱۳۷۲). این آزمون ۶۰ سؤال سه‌گزینه‌ای دارد که ۲۲ سؤال به بعد سیالی<sup>۱</sup>، ۱۱ سؤال به بعد بسط<sup>۲</sup>، ۱۶ سؤال به بعد ابتکار<sup>۳</sup> و ۱۱ سؤال به بعد انعطاف‌پذیری<sup>۴</sup> اختصاص داده شده است. فرم نهایی پرسشنامه مدادی کاغذی چندگزینه‌ای سنجش خلاقیت که در سال ۱۹۹۲ تنظیم شده و در پژوهش نادر (۱۳۸۸) به کار گرفته شده، در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. عابدی، پایایی این آزمون را با استفاده از روش

1. fluency  
2. elaboration  
3. originality  
4. flexibility



آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار داد که ضرایب به دست آمده برای چهار بعد سیالی، ابتکار، انعطاف پذیری و بسط به ترتیب برابر ۰/۷۵، ۰/۶۷، ۰/۶۱ و ۰/۶۸ بودند (۱۳۷۲). همچنین، وی با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی<sup>۱</sup> نشان داد که این پرسشنامه از روایی سازه‌ای برخوردار است. در پژوهش حاضر، روایی پرسشنامه مدادی کاغذی چندگزینه‌ای سنجش خلاقیت عابدی (۱۳۷۲) به شیوه همبستگی بین نمرات هر بعد با گویه‌های تشکیل دهنده آن مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاکی از آن بود که ضریب همبستگی بین نمرات بعد سیالی با گویه‌های مربوط از ۰/۲۸ تا ۰/۵۷، ضریب همبستگی بین نمرات بعد بسط با گویه‌های مربوط از ۰/۳۵ تا ۰/۶۱، ضریب همبستگی بین نمرات بعد ابتکار با گویه‌های مربوط از ۰/۳۶ تا ۰/۶۱ و ضریب همبستگی بین نمرات بعد انعطاف پذیری با گویه‌های مربوط از ۰/۳۳ تا ۰/۶۱ نوسان داشت ( $P \leq 0/0001$ ) که نشانگر روایی نمرات حاصل از مؤلفه‌های این ابزار بود. همچنین، برای تعیین پایایی پرسشنامه خلاقیت، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که ضرایب برای بعد سیالی، ابتکار، بسط و انعطاف پذیری، به ترتیب ۰/۷۷، ۰/۶۵، ۰/۷۹ و ۰/۷۳ بود.

جهت گیری هدف، با ابزاری محقق ساخته که بر مبنای مقیاس جهت گیری هدف، ساخته نوحادی (۱۳۸۰) (متناسب با کلاس ریاضی) طراحی و چارچوب اطلاع‌یابی برای آن در نظر گرفته شده، اندازه گیری شد. مقیاس اصلی، رفتار جهت گیری هدف را در انجام تکالیف درسی در سه بعد جهت گیری معطوف به یادگیری<sup>۲</sup>، جهت گیری معطوف به عملکرد<sup>۳</sup> و جهت گیری پرهیز از شکست<sup>۴</sup> می‌سنجد. این پرسشنامه شامل ۲۴ گویه است که سه بعد را تشکیل می‌دهد. نمره گذاری مقیاس بر اساس طیف پنج بخشی لیکرت انجام می‌گیرد. نوحادی (۱۳۸۰) روایی ابزار خود را که برگرفته از پرسشنامه میدلتون و همکاران (۲۰۰۳) بود، از طریق تحلیل عاملی مورد بررسی قرار داده است. نتایج تحلیل عاملی مؤید وجود سه عامل در میان سؤالات بود که بر اساس ارزش ویژه‌ای که داشتند، ۴۶ درصد از واریانس کل پرسشنامه را پیش‌بینی می‌کردند. همچنین، وی در تحقیق خود، پایایی مقیاس جهت گیری هدف را از طریق آلفای کرونباخ و برای هر یک از ابعاد مذکور به ترتیب

1. confirmatory factor analysis
2. learning goal orientation
3. performance goal orientation
4. avoidance goal orientation

۰/۸۳، ۰/۷۲، ۰/۸۵ گزارش کرده است. در پژوهش حاضر، از نظر احراز روایی سازه‌ای، ضرایب همبستگی بین نمرات هر مؤلفه (خرده‌مقیاس) با گویه‌های تشکیل دهنده آن مورد بررسی قرار گرفت. طبق نتایج به دست آمده، ضریب همبستگی بین نمرات بعد جهت گیری معطوف به یادگیری با گویه‌های مربوط از ۰/۶۴ تا ۰/۶۹، ضریب همبستگی بین نمرات بعد جهت گیری معطوف به عملکرد با گویه‌های مربوط از ۰/۳۰ تا ۰/۷۵ و ضریب همبستگی بین نمرات بعد جهت گیری معطوف به پرهیز از شکست با گویه‌های مربوط از ۰/۴۰ تا ۰/۷۴ نوسان داشت ( $p < ۰/۰۰۰۱$ ) که نشانگر روایی نمرات حاصل از مؤلفه‌های این ابزار بود. همچنین، جهت تعیین پایایی مقیاس، آلفای کرونباخ آن محاسبه شد. ضرایب به دست آمده برای بعد جهت گیری معطوف به یادگیری ۰/۸۶، بعد جهت گیری معطوف به عملکرد ۰/۶۳ و بعد جهت گیری پرهیز از شکست ۰/۷۴ بود.

در این پژوهش برای سنجش رفتار اطلاع‌جویی از پرسشنامه‌ای که خسروجردی و دیگران (۱۳۸۸) طراحی کردند، به عنوان مبنای ساخت پرسشنامه تحقیق در حوزه اطلاع‌جویی استفاده شده است. طراحی این پرسشنامه بر اساس مقیاس رفتار اطلاع‌جویی هینستروم (۲۰۰۰) صورت گرفته است. این پرسشنامه دارای ۱۷ گویه است که پنج بعد رفتار اطلاع‌جویی شامل قضاوت ربط، زمان به عنوان عامل انگیزاننده، تأیید دانش پیشین، خلق اندیشه‌های نو و تلاش برای جست‌وجوی اطلاعات را می‌آزماید. نمره گذاری پرسشنامه بر اساس طیف پنج‌بخشی لیکرت انجام گرفته است. لازم به ذکر است که فرم اصلی پرسشنامه رفتار اطلاع‌جویی (Heinstrom 2000) دارای ۷۰ گویه است. در پژوهش حاضر، به منظور احراز روایی، ضرایب همبستگی بین نمرات هر بعد با گویه‌های تشکیل دهنده آن مورد بررسی قرار گرفت. طبق نتایج به دست آمده، ضریب همبستگی بین نمرات بعد قضاوت ربط با گویه‌های مربوط از ۰/۳۷ تا ۰/۵۶، ضریب همبستگی بین نمرات بعد زمان به عنوان عامل انگیزاننده با گویه‌های مربوط از ۰/۸۰ تا ۰/۸۰، ضریب همبستگی بین نمرات بعد تأیید دانش پیشین با گویه‌های مربوط از ۰/۷۶ تا ۰/۸۱، ضریب همبستگی بین نمرات بعد خلق اندیشه‌های نو با گویه‌های مربوط از ۰/۷۴ تا ۰/۷۸ و ضریب همبستگی بین نمرات بعد تلاش برای جست‌وجوی اطلاعات با گویه‌های مربوط از ۰/۵۳ تا ۰/۶۹ نوسان داشت ( $p < ۰/۰۰۰۱$ ) که نشانگر روایی نمرات حاصل از مؤلفه‌های این ابزار بود. خسروجردی و دیگران (۱۳۸۸) پایایی این پرسشنامه را با استفاده از روش آماری

آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار دادند و ضریب  $0/83$  را برای کل پرسشنامه گزارش کرده‌اند. در پژوهش حاضر نیز، برای تعیین پایایی پرسشنامه جهت‌گیری هدف، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که ضرایب برای بعد قضاوت ربط، زمان، تأیید دانش پیشین، خلق اندیشه‌های نو و تلاش برای جست‌وجوی اطلاعات به ترتیب  $0/64$ ،  $0/83$ ،  $0/65$ ،  $0/79$ ،  $0/65$  می‌باشد.

روش اجرای پژوهش به این صورت بود که با مراجعه به کلاس‌های تعیین‌شده، پرسشنامه‌های مربوطه در میان دانشجویان توزیع گردید. روش آماری تحلیل داده‌ها تحلیل رگرسیون چندگانه بوده است. به‌طوری که گروه اول متغیرها شامل جهت‌گیری‌های هدف و ابعاد خلاقیت به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین و گروه دوم متغیرها شامل ابعاد رفتار اطلاع‌جویی به‌عنوان متغیر ملاک بوده است. از آنجا که رفتار اطلاع‌جویی در پنج بعد مطرح شده، بنابراین برای بررسی موضوع، پنج تحلیل رگرسیون به‌طور مستقل انجام گرفته است.

## ۲. یافته‌های پژوهش

به‌منظور بررسی ارتباط میان ابعاد جهت‌گیری هدف و خلاقیت با رفتار اطلاع‌جویی، ابتدا همبستگی میان این ابعاد محاسبه گردید. نتایج در جدول ۲ آورده شده است. همان‌طور که در این جدول قابل مشاهده است، بین غالب متغیرها همبستگی معنادار وجود دارد. تنها دو متغیر قضاوت ربط و تأیید دانش پیشین در رفتار اطلاع‌جویی با ابعاد خلاقیت رابطه معناداری ندارند.

جدول ۲. ضرایب همبستگی میان جهت گیری های هدف، ابعاد خلاقیت با ابعاد رفتار اطلاع جویی

متغیرهای مستقل	متغیر ملاک			
	قضاوت ربط	زمان به عنوان عامل انگیزاننده	تأیید دانش پیشین	تلاش برای اندیشه های نو جستجوی اطلاعات
جهت گیری معطوف به عملکرد	۰/۳۴**	۰/۲۶**	۰/۱۶*	-۰/۰۱
جهت گیری معطوف به یادگیری	۰/۰۶	-۰/۲۴**	۰/۱۵*	۰/۳۰**
جهت گیری پرهیز از شکست	۰/۲۸**	۰/۳۵**	۰/۲۶**	-۰/۱۶*
انعطاف پذیری	-۰/۰۰۴	-۰/۲۲**	۰/۰۲	۰/۲۷**
بسط	-۰/۰۱	-۰/۱۲	-۰/۰۹	۰/۱۳*
ابتکار	۰/۰۲	-۰/۲۶**	-۰/۰۸	۰/۲۳**
سیالی	۰/۰۳	-۰/۳۲**	۰/۰۴	۰/۲۶**

\*  $p < 0/05$

\*\*  $p < 0/01$

به منظور بررسی قدرت پیش بینی هر یک از ابعاد جهت گیری هدف و خلاقیت در ارتباط با ابعاد رفتار اطلاع جویی از آزمون رگرسیون چندگانه استفاده شد. به این صورت که در هر معادله، ابعاد خلاقیت و جهت گیری های هدف به عنوان متغیرهای پیش بین و یکی از ابعاد رفتار اطلاع جویی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد. جداول ۳، ۴ و ۵ نتایج این آزمون ها را نشان می دهند.

جدول ۳. ضرایب رگرسیون در دو بعد قضاوت ربط و زمان به عنوان عامل انگیزاننده

متغیر ملاک: زمان به عنوان عامل انگیزاننده				متغیر ملاک: قضاوت ربط				متغیرهای پیش بین
p	$\beta$	R <sup>2</sup>	R	p	$\beta$	R <sup>2</sup>	R	
NS <sup>۱</sup>	-۰/۰۴۷		۰/۰۲۶	۰/۱۶			جهت گیری معطوف به یادگیری	
NS	۰/۱۲		۰/۰۰۴	۰/۲۲			جهت گیری معطوف به عملکرد	
۰/۰۳۱	۰/۱۸		۰/۰۰۲	۰/۲۷			جهت گیری پرهیز از شکست	
		۰/۲۰	۰/۴۴			۰/۱۷	۰/۴۱	
NS	-۰/۰۰۸			NS	۰/۰۵		انعطاف پذیری	
۰/۰۳۷	۰/۱۸			NS	-۰/۰۸		بسط	
NS	-۰/۱۶۲			NS	۰/۱۲		ابتکار	
۰/۰۱۰	-۰/۲۲			NS	-۰/۰۰۲		سیالی	

همان گونه که نتایج جدول ۳ نشان می دهد، بعد قضاوت ربط تنها از طریق ابعاد جهت گیری هدف به صورت مثبت قابل پیش بینی می باشد و هیچ یک از ابعاد خلاقیت توانایی پیش بینی بعد قضاوت ربط را ندارند. ابعاد جهت گیری هدف ۱۷ درصد از واریانس تغییرات بعد قضاوت ربط در رفتار اطلاع جویی را پیش بینی می کنند. به بیان دیگر ۱۷ درصد از تغییرات متغیر قضاوت ربط تحت تأثیر ابعاد جهت گیری هدف قرار دارد.

در مورد بعد زمان به عنوان عامل انگیزاننده، از ابعاد رفتار اطلاع جویی، تنها بعد جهت گیری پرهیز از شکست از ابعاد جهت گیری هدف، توان پیش بینی این متغیر را در جهت مثبت دارد. از بین ابعاد خلاقیت، تنها دو بعد سیالی و بسط توان پیش بینی زمان به عنوان عامل انگیزاننده را دارند. بعد سیالی به گونه ای منفی، و بعد بسط به گونه ای مثبت این بعد را پیش بینی می کنند. این سه متغیر جمعاً ۲۰ درصد از تغییرات بعد زمان را تعیین می کنند.

1. nonsignificant

جدول ۴. ضرایب رگرسیون در دو بعد تأیید دانش پیشین و خلق اندیشه‌های نو

متغیر ملاک: تأیید دانش پیشین				متغیر ملاک: خلق اندیشه‌های نو			
R <sup>2</sup>	β	p<	R	R <sup>2</sup>	β	p<	R
۰/۳۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۲۵	۰/۰۰۱	۰/۲۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
NS	NS	NS	NS	NS	۰/۰۹۱	NS	NS
۰/۴۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۰/۰۹۲	NS	NS
۰/۱۸	۰/۰۱۳	NS	۰/۴۴	۰/۱۹	۰/۰۱۹	NS	NS
NS	NS	NS	NS	NS	۰/۰۰۳	NS	NS
NS	NS	NS	NS	NS	۰/۰۰۸	NS	NS
۰/۱۴	NS	NS	NS	NS	۰/۰۲۲	NS	NS

نتایج جدول ۴ در مورد پیش‌بینی بعد تأیید دانش پیشین از ابعاد رفتار اطلاع‌جویی، بیانگر آن است که از بین سه بعد جهت‌گیری هدف، دو بعد جهت‌گیری معطوف به یادگیری و جهت‌گیری پرهیز از شکست توان پیش‌بینی این متغیر را دارند. از بین ابعاد خلاقیت، هیچ‌یک از ابعاد توانایی پیش‌بینی این متغیر را ندارند. در ارتباط با بعد خلق اندیشه‌های نو از رفتار اطلاع‌جویی، تنها از طریق دو بعد جهت‌گیری معطوف به یادگیری از ابعاد جهت‌گیری هدف و ابتکار از ابعاد خلاقیت توان پیش‌بینی این بعد را دارند.

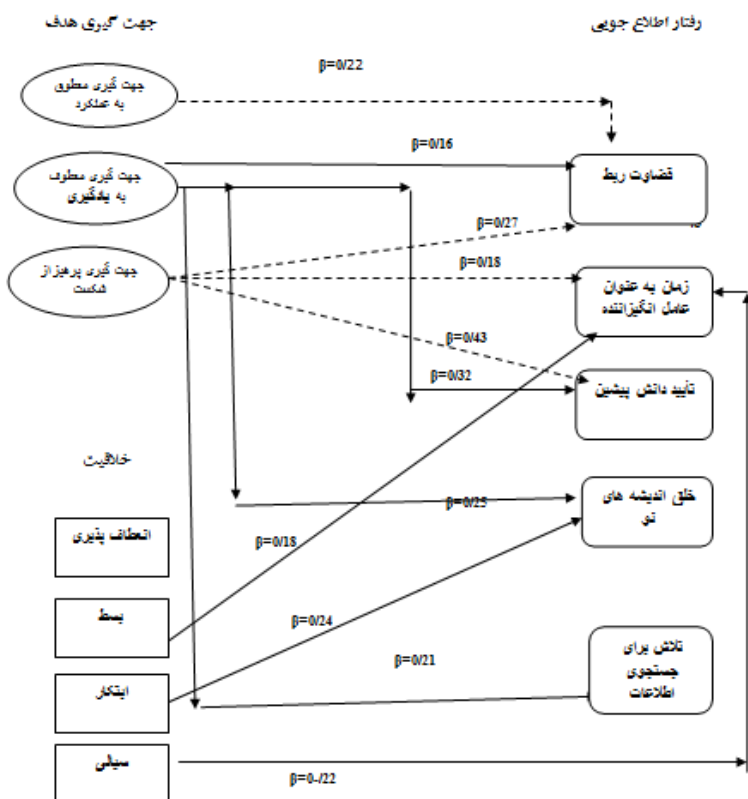
جدول ۵. ضرایب رگرسیون در بعد تلاش برای جستجوی اطلاعات

متغیر ملاک: تلاش برای جستجوی اطلاعات				متغیرهای پیش بین
p<	$\beta$	R <sup>2</sup>	R	
۰/۰۰۷	۰/۲۱	۰/۱۴	۰/۳۸	جهت گیری معطوف به یادگیری
NS	۰/۰۳۲			جهت گیری معطوف به عملکرد
NS	۰/۰۲۱			جهت گیری پرهیز از شکست
NS	۰/۱۳			انعطاف پذیری
NS	-۰/۱۱			بسط
NS	۰/۱۵			ابتکار
NS	۰/۰۹۴			سیالی

جدول ۵ نیز نشان می دهد که آخرین بعد رفتار اطلاع جویی (بعد تلاش برای جستجوی اطلاعات) تنها از طریق بعد جهت گیری معطوف به یادگیری با ضریب تعیین ۱۴ درصد، به صورت مثبت قابل پیش بینی است و هیچ یک از ابعاد خلاقیت توان پیش بینی این متغیر را ندارند.

#### ۸. بحث

در این پژوهش، رابطه میان رفتار اطلاع جویی با ابعاد جهت گیری هدف و خلاقیت مورد بررسی قرار گرفت. در مجموع، یافته های حاصل از آزمون همستگی حکایت از آن داشت که بین این سه سازه ارتباط معنادار وجود دارد و به این ترتیب، فرضیه های اول و دوم پژوهش مبنی بر وجود ارتباط معنادار بین این متغیرها تأیید می شود. همچنین، یافته های مبتنی بر آزمون های رگرسیون بیانگر آن بود که هر یک از ابعاد رفتار اطلاع جویی به وسیله ابعاد خاصی از جهت گیری های هدف و خلاقیت پیش بینی می شوند (شکل ۲).



شکل ۲. مدل برازش شده پیش بینی رفتار اطلاع جویی بر مبنای ابعاد جهت گیری هدف و خلاقیت

همان گونه که مدل برازش شده پژوهش نشان می دهد، کلیه ابعاد سازه جهت گیری هدف با ابعاد رفتار اطلاع جویی در ارتباط بوده و پیش بینی کننده ابعادی از رفتار اطلاع جویی هستند. این یافته ها مبین آن است که فرضیه سوم پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است.

همان طور که پیش تر نیز اشاره شد، رفتار اطلاع جویی جست و جوی هدفمند اطلاعات به منظور ارضای هدفی خاص است (Wilson 2000) و بر طبق نظر کریکلاس، مراحل جست و جوی اطلاعات شامل احساس نیاز، کاوش، یافتن اطلاعات و استفاده از آن



می باشد (نقل در Weiler 200). به این ترتیب، اساس جست و جوی اطلاعات یک نیاز است و نیاز مفهومی است که با انگیزش ارتباطی نزدیک دارد. انگیزه ها، چراهای رفتار هستند و موجب آغاز و ادامه فعالیت می شوند و جهت کلی رفتار هر فرد را معین می سازند (رضایان ۱۳۸۶). از سوی دیگر Elliot and Church (1997) و Elliot and McGregor (2001) معتقدند که جهت گیری هدف یک سازه انگیزشی است و به همین دلیل این متغیر در رفتار اطلاع جویی که مبتنی بر احساس نیاز به اطلاعات است، می تواند به عنوان عاملی پیش بین نقشی مؤثر داشته باشد.

یافته ها نشان می دهند که از بین سه بعد جهت گیری هدف، بعد جهت گیری معطوف به یادگیری، قابلیت پیش بینی ۴ بعد از ابعاد ۵ گانه رفتار اطلاع جویی را دارد (ابعاد قضاوت ربط، تأیید دانش پیشین، خلق اندیشه های نو و تلاش برای جستجوی اطلاعات) و این در حالی است که بعد جهت گیری پرهیز از شکست پیش بینی کننده ۳ بعد از ابعاد رفتار اطلاع جویی (قضاوت ربط، زمان به عنوان عامل انگیزاننده و تأیید دانش پیشین) و بعد جهت گیری معطوف به عملکرد فقط پیش بینی کننده یک بعد از آن است (بعد قضاوت ربط). به بیان دیگر، رفتار اطلاع جویی در درجه اول متأثر از جهت گیری معطوف به یادگیری و بعد از آن به ترتیب، متأثر از جهت گیری پرهیز از شکست و جهت گیری معطوف به عملکرد است. همان طور که پیشتر نیز اشاره شد، جهت گیری هدف معطوف به یادگیری بر اساس انگیزه افزایش تسلط بر موضوعات جدید و فهم مطالب و مفاهیم شکل می گیرد. لذا، به نظر می رسد که در فرایندهای ۵ گانه رفتار اطلاع جویی، دانشجویان غالباً انگیزه یادگیری را دنبال می کنند. به بیان دیگر، عنصر یادگیری که مثبت ترین جلوه جستجوی اطلاعات است، مهم ترین عامل تعیین کننده رفتار اطلاعاتی محسوب می شود. نتایج پژوهش Yi and Hwang (2003) نیز بیانگر آن بود که میزان استفاده از نظام های اطلاعاتی و بمدار متأثر از عنصر جهت گیری مبتنی بر یادگیری است. Heinstrom (2000) نیز در پژوهش خود تأثیر رویکردهای یادگیری بر رفتارهای اطلاع جویی را نشان داد.

از سوی دیگر جهت گیری پرهیز از شکست که از نظر نقش مؤثر بر پیش بینی رفتار اطلاع جویی دانشجویان در مرتبه دوم اهمیت قرار دارد، صرفاً بر مبنای جلوگیری از شکست در درس و تحصیل شکل می گیرد. این امر نشان می دهد که بخش دوم انگیزه های دانشجویان از اطلاع جویی، دنبال کردن مسائل مرتبط با تکالیف و پروژه های درسی است و

با هدف موفق بودن در این امور و جلوگیری از شکست در این فرایندها صورت می‌گیرد. انگیزه مبتنی بر ارتقای توانایی‌ها با هدف ایجاد نمود مثبت از نظر هوش و عملکرد در نظر دیگران که مصداق‌های جهت‌گیری مبتنی بر عملکرد است، کمترین اهمیت را در پیش‌بینی رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان داشته است. این امر نشان می‌دهد که رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان غالباً بر مبنای نیازهای واقعی و مثبت شکل گرفته است تا نیازهای سطحی و غیرواقعی.

یافته‌های پژوهش مبین آن بود که از بین ابعاد ۵ گانه رفتار اطلاع‌جویی، تنها بعد قضاوت ربط تحت تأثیر همه ابعاد جهت‌گیری هدف قرار دارد. این بدان معنی است که قضاوت ربط از مهم‌ترین ابعاد رفتار اطلاع‌جویی است و دانشجویان هم با هدف یادگیری، هم با هدف جلوگیری و پرهیز از شکست در انجام فرایندهای درسی و تحصیلی و هم با هدف ایجاد تصویری موفق از خود در مقایسه با دیگران در فرایند اطلاع‌جویی به قضاوت ربط می‌پردازند. به بیان دیگر، قضاوت ربط یکی از ملزومات اطلاع‌جویی موفق است. اطلاعات غیر مرتبط نمی‌تواند اهداف فرد از جستجوی اطلاعات را تأمین نماید. لذا فرد اطلاعات را مورد قضاوت قرار می‌دهد تا بتواند اطلاعات مرتبط را بازیابی نماید. فرد با هر انگیزه و هدفی که به اطلاع‌جویی بپردازد، فقط با دسترسی به اطلاعات مرتبط می‌تواند فرایند موفق اطلاع‌جویی را به اتمام برساند، به همین دلیل هر سه بعد جهت‌گیری هدف بر قضاوت ربط تأثیر دارند.

هارتر<sup>۱</sup> نیز قضاوت ربط را به‌عنوان یک فرایند روانی شرح می‌دهد و استدلال می‌کند که افراد در انجام امور، همواره به دنبال هدفی هستند که این امور می‌تواند جست‌وجوی اطلاعات و یا دستیابی به اطلاعات مطلوب و مورد نظر شخص باشد که در این صورت شخص در فرایند اطلاع‌جویی برای رسیدن به هدف خاص خود می‌بایست به قضاوت در مورد ربط اطلاعات بپردازد (نقل در Weiler 2005).

بخش دیگر یافته‌های پژوهش بیانگر آن بود که بین ابعاد سازه خلاقیت با ابعاد رفتار اطلاع‌جویی رابطه معنی‌دار وجود داشته و این ابعاد می‌توانند پیش‌بینی‌کننده ابعاد رفتار اطلاع‌جویی باشند. بدین ترتیب، فرضیه چهارم پژوهش نیز تأیید می‌شود.

1. Harter

تورنس خلاقىت را مركب از چهار عامل اصلى سىالى، ابتكار، انعطاف پذىرى و بسط مى داند (نقل در رمضانى ۱۳۸۸). یافته‌هاى پژوهش بىانگر آن بود كه از چهار عامل اصلى خلاقىت، فقط سه بعد سىالى، ابتكار و بسط توان پش بئى رفتارهاى اطالاع جوبى را دارند؛ حال آنكه، بعد انعطاف پذىرى نمى تواند در پش بئى ابعاد رفتار اطالاع جوبى دانشجوبان نقش مؤثرى داشته باشد. البته اىن پش بئى چندان قوى نىست چرا كه هر يك از اىن سه فقط يك بعد از رفتار اطالاع جوبى را پش بئى مى كند.

گىلفورد اعتقاد دارد كه خلاقىت همان اندىشه و اگراست. وى بىان مى كند كه در تفكر واگرا هنگام روىاروبى با مسئله، ذهن به سوبى پاسخى نامعنى و در جهات مختلف سىر مى كند؛ در حالى كه تفكر هم گرا زمانى به كار مى رود كه راه حل مشخص براى مسئله وجود داشته باشد (Guilford 1950). در رفتار اطالاع جوبى و تكنىك‌هاى مرتبط با آن معمولاً راه حل‌هاى كاملاً مشخص وجود ندارد. با توجه به تنوع نظام‌هاى اطالاعى و تنوع فناورى‌ها و همچنىن تغىرات سرىع و مداوم در چنىن نظام‌هاى اطالاعى و از سوبى دىگر، تفاوت بارز در شىوه‌هاى دسترسى به نظام‌هاى جدىد و نوپىد، در غالب موارد، خلاقىت و استفاده از آزمون و خطا مى تواند فرد را در فرآىند اطالاع جوبى هداىت نماىد تا بدون افت انگىزش، با استفاده از به كارگىرى روىكردها و روش‌هاى خلاقانه اىن فرآىند به سرانجام موفق برسد.

در همىن راستا فرد خلاق مى تواند بدون احساس يأس و ناامىدى در فرآىندهاى متنوع و بىچىده نظام‌هاى اطالاعى با معمارى‌ها و رابط كاربرهاى بىچىده، با استفاده از عنصر خلاقىت، فرآىند اطالاع جوبى را به گونه‌اى نظام مند هداىت نموده و به اطالاعات مورد نىاز دسترسى پىدا كند. در تأىىد اىن مطالب، تورنس نىز خلاقىت را حساسىت به مسائل، كمبودها و مشكلات و خطاهاى موجود در دانش، حدس زدن، تشكيل فرضىه براى كمبودها، ارزشىابى و آزمونى حدس‌ها و اصلاح و آزمون مجدد و در نهاىت، نىجه گىرى تعرىف مى كند (Torrence 1973). بر اىن اساس، كاربر اطالاعى در مواجهه با كمبودها، مشكلات و خطاهاى نظام‌هاى اطالاعى پش رو مى تواند با حدس زدن و اىجاد فرضىه ذهنى و با الهام از خلاقىت‌هاى ذهنى راهكارهاى را پىدا نموده و به آزمون آنها پردازد.

ویزبرگ<sup>۱</sup> نیز اظهار می‌دارد که خلاقیت می‌تواند با اطلاع‌جویی ارتباط داشته باشد. از این رو، به لحاظ منطقی می‌توان استنباط کرد که میزان خلاقیت فرد بر رفتار اطلاع‌جویی وی اثر می‌گذارد (نقل در Heinstrom 2000) و افراد خلاق به‌وضوح در رفتار اطلاع‌جویی خود با دیگران متفاوت‌اند (Sridhar 2007). اسریدر نیز در پژوهشی تحت عنوان «خلاقیت و اطلاعات» به بررسی افراد خلاق و رفتار اطلاع‌جویی آنها پرداخت و به این نتیجه رسید که افراد خلاق می‌دانند که چگونه با حجم زیاد اطلاعات روبه‌رو شوند و به‌وضوح رفتار اطلاع‌یابی آنها با دیگران متفاوت است (۲۰۰۷) و این یافته‌ها تأییدی بر نتایج تحقیق حاضر است.

یافته‌های پژوهش نشان داد که از پنج بعد رفتار اطلاع‌جویی فقط دو بعد آن توسط سه بعد خلاقیت قابل پیش‌بینی است. زمان به‌عنوان عامل انگیزاننده توسط ابعاد بسط به‌صورت مثبت و سیالی به‌صورت منفی و بعد خلق اندیشه‌های نو توسط بعد ابتکار قابل پیش‌بینی است.

هینستروم بعد زمان به‌عنوان عاملی انگیزاننده را اضطرابی می‌داند که هنگام جست‌وجو در منبع اطلاعاتی بر فرد تحمیل می‌شود و واکنشی که فرد نسبت به این متغیر بر حسب زمان نشان می‌دهد (Heinstrom 2000). با توجه به اینکه بعد بسط در سازه خلاقیت بیانگر میزان توجه فرد به جزئیات است، زمانی که فرد با اطلاعات و نظام‌های اطلاعاتی رودررو شده و به جزئیات توجه زیادی نشان می‌دهد، این مسئله می‌تواند موجبات افزونگی اطلاعات را در ذهن فرد فراهم نماید و به اضطراب بیشتر بینجامد. لذا، متغیر بسط به‌گونه‌ای مثبت، متغیر زمان به‌عنوان عامل انگیزاننده را پیش‌بینی می‌کند. در مقابل، بعد سیالی بیانگر خلق ایده‌های نو است و چون خلق ایده‌های نو در شرایط مبهم و ناشناخته می‌تواند موجب حل مسائل مرتبط با نظام اطلاعاتی شود و برای مسائل رودرروی کاربر جواب‌ها و راه‌حل‌های بی‌شمار در ذهن فرد خلق گردد، این مسئله می‌تواند به کاهش اضطراب کاربر منتهی شود. از این رو، بین متغیر سیالی و متغیر زمان رابطه معنادار منفی وجود دارد.

1. Weisberg

## ۹. نتیجه گیری

رفتارهای اطلاع جویی کاربران از حوزه های بین رشته ای علم اطلاعات و روان شناسی است که از یک طرف با اطلاعات به عنوان سازه های منطقی و از طرف دیگر با انسان ها و رفتارهای آنان سروکار دارد. شناخت و تبیین رفتارهای اطلاع جویی کاربران از طریق مطالعه متغیرهای تعیین کننده رفتارهای اطلاعاتی و در راستای تأثیر گذاری مثبت بر این فرایند، از نیازهای ضروری این حیطه از علم است. یافته های این پژوهش مبین قدرت پیش بینی کنندگی متغیرهای روان شناختی جهت گیری هدف و خلاقیت در امر اطلاع جویی است. از جنبه نظری، درک بهتر و عمیق تر از متغیرهای مؤثر بر رفتار اطلاع جویی کاربران و تبیین رفتار آنان در چارچوب مدل ها و الگوهای روان شناختی به منظور زمینه سازی برای رشد نظریه پردازی در این حوزه از علم اطلاعات، از موارد پراهمیت در این پژوهش و پژوهش های مشابه است. از جنبه کاربردی، زمینه سازی برای ارتقای کارکرد نظام های اطلاعاتی بر مبنای نیازهای کاربران و لحاظ نمودن متغیرهای روان شناختی در فضاهای حاکم بر جریان اطلاعات و اطلاع جویی از مسائل مهم برگرفته و مورد تأکید این پژوهش است. بهبود عملکرد کاربران در فرایند اطلاع جویی از طریق بهبود عناصر جهت گیری هدف و خلاقیت از دیگر جنبه های کاربردی مورد نظر در این پژوهش می باشد.

در همین راستا، پیشنهاد می شود که در طراحی نظام های جستجو و بازیابی اطلاعات، مسائل روان شناختی کاربران از جمله شیوه جهت گیری هدف و خلاقیت مد نظر قرار گیرد؛ همان طور که تاکنون نظریه های روان شناختی همچون نظریه های باز شناختی و نظریه گشتالت در معماری پایگاه های اطلاعاتی به کار گرفته شده است. همچنین، پیشنهاد می شود در راستای ارتقای سواد اطلاعاتی کاربران، علاوه بر آموزش نظام ها و تکنیک های جستجو، آموزش روان شناختی از قبیل پرورش استعداد هدف گذاری در امور و خلاقیت در راستای ارتقای مهارت های مرتبط با اطلاع جویی مد نظر قرار گیرد.

## فهرست منابع

- ادهمی، اعظم. ۱۳۸۳. اطلاع یابی و رفتار اطلاع یابی چیست؟ فصلنامه علوم اطلاع رسانی ۱۹ (۳ و ۴): ۳۶-۳۱.  
 اژه ای، جواد، مختار ویسانی، سمیه السادات سیادت، و همین خضر آذر. ۱۳۹۰. انگیزش تحصیلی و اضطراب آمار: بررسی نقش میانجی های راهبردهای یادگیری. مجله روانشناسی ۵۸، ۱۵ (۲): ۱۲۸-۱۱۰.

بابا پورخیرالدین، جلیل. ۱۳۷۸. خلاقیت: توصیف؛ محدودیت‌ها و روش‌های ایجاد خلاقیت. پیوند. ۲۴۱:

۳۷-۴۵.

به‌پژوه، احمد، غلامعلی افروز، سمیه ساداتی، و قوام ملتفت. ۱۳۸۹. رابطه ابعاد جهت‌گیری هدف با خلاقیت در دانش‌آموزان دبیرستانی شاغل به تحصیل در مدارس استعداد‌های درخشان. مجله مطالعاتی آموزش و یادگیری ۲(۱): ۶۷-۴۹.

جوکار، بهرام، و مرتضی لطیفیان. ۱۳۸۵. رابطه ابعاد هویت و جهت‌گیری هدف در گروهی از دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی شهرستان شیراز و یاسوج. مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز ۲۵(۴): ۴۶-۲۷. حسینی، فریده‌السادات، و مرتضی لطیفیان. ۱۳۸۸. پیش‌بینی جهت‌گیری هدف با استفاده از پنج عامل بزرگ شخصیت در میان دانشجویان دانشگاه شیراز: مطالعات روان‌شناختی ۵(۱): ۹۴-۷۳.

حقیقت، شهربانو. ۱۳۷۷. بررسی ویژگی‌های تحصیلی دانش‌آموزان خلاق. شیراز: طرح مصوب شورای تحقیقات آموزش و پرورش استان فارس.

خادمی، محسن، و ناصر نوشادی. ۱۳۸۵. بررسی رابطه بین جهت‌گیری هدف با خودتنظیمی یادگیری و پیشرفت تحصیلی در دانش‌آموزان دوره پیش‌دانشگاهی. مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز ۲۵(۴): ۷۸-۶۳.

خسروجردی، محمود. ۱۳۸۷. معرفت‌شناسی و رفتار اطلاع‌جویی: نتایج یک پژوهش کمی. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات ۲۴(۲): ۴۸-۲۹.

\_\_\_\_\_، طاهره علومی، نادر نقشینه، و نیک‌چهره محسنی. ۱۳۸۸. نقش ابعاد شخصیت در رفتار اطلاع‌جویی دانشجویان کارشناسی ارشد

دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۸۶-۱۳۸۵. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات ۲۴(۳): ۵۷-۳۵.

\_\_\_\_\_، و رضا قربان جهرمی. ۱۳۸۶. بررسی رابطه تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی ارشد با رفتار اطلاع‌جویی آنها. اطلاع‌شناسی ۱۷ و ۱۸: ۱۵۰-۱۳۵.

خسروی‌پور، بهمن، و فاطمه عسگریان دهکردی. ۱۳۸۹. بررسی تجارب مدیریتی لوزم ایجاد خلاقیت و انگیزه برای بهره‌وری از منابع انسانی با تأکید بر اصلاح الگوی مصرف. کار و جامعه، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی ۱۱۸ و ۱۱۹: ۲۵-۱۳.

درزی، صغری. ۱۳۹۰. بررسی رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه مازندران در استفاده از منابع اطلاعاتی پیوسته. فصلنامه دانش‌شناسی (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات) ۳(۱۲): ۲۵-۱۷.

رضایی، اکبر، و علی‌اکبر سیف. ۱۳۸۴. نقش باورهای انگیزشی، راهبردهای یادگیری و جنسیت در عملکرد تحصیلی. *تعلیم و تربیت (آموزش و پرورش)* ۸۴: ۸۶-۴۳.

رضاییان، علی. ۱۳۸۶. انگیزه. *میانی مدیریت رفتار سازمانی*. قابل دسترس در: [www.wikipg.com](http://www.wikipg.com) (دسترسی در ۱۳۹۱/۴/۱۰)

رضایانی، عباس. ۱۳۸۸. بررسی خلاقیت دانش‌آموزان با نگرش‌های فرزندپروری والدین در مدارس مقطع راهنمایی پسرانه و دخترانه استعدادهای درخشان شهر ارومیه. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه ارومیه*.

شیخ‌الاسلامی، راضیه، و اصغر رضویه. ۱۳۸۴. پیش‌بینی خلاقیت دانشجویان دانشگاه شیراز با توجه به متغیرهای انگیزش بیرونی، انگیزش درونی و جنسیت. *مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز* ۲۲ (۴): ۱۰۳-۹۴.

عابدی، جمال. ۱۳۷۲. خلاقیت و شیوه‌ای نو در اندازه‌گیری آن. *پژوهش‌های روان‌شناختی* ۲ (۱ و ۲): ۴۶-۵۴.

عباسی، زهره. ۱۳۸۸-۸۹. رفتار اطلاع‌یابی از دیدگاه معرفت‌شناختی و روان‌شناختی با تأکید بر مدل اطلاع‌جویی کولثا. *ماهنامه الکترونیکی ارتباط علمی* ۱۳ (۳): ۶-۱. دستیابی از طریق:

[http://ejournal.irandoc.ac.ir/browse.php?a\\_code=A-10-25-1&slc\\_lang=fa&sid=1&sw](http://ejournal.irandoc.ac.ir/browse.php?a_code=A-10-25-1&slc_lang=fa&sid=1&sw) (دسترسی در ۱۳۹۱/۴/۱۵)

کھولت، نعیمه. ۱۳۸۸. پیش‌بینی شادمانی بر اساس سبک‌های هویت، ابعاد هویت و جهت‌گیری هدف. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شیراز*.

نادر، مجید. ۱۳۸۸. رابطه پنج عامل شخصیت و خلاقیت در میان دانش‌آموزان دبیرستان‌های استعدادها درخشان. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شیراز*.

نوشادی، ناصر. ۱۳۸۰. بررسی رابطه جهت‌گیری هدف با خودتنظیمی یادگیری پیشرفت تحصیلی و رضایت از تحصیل در دانش‌آموزان دختر و پسر دوره پیش‌دانشگاهی شهر شیراز. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شیراز*.

نوشین‌فرد، فاطمه. ۱۳۸۸. نظریه‌های رفتار اطلاعاتی. *کتاب ماه (کلیات)* ۱۳ (۲): ۳۵-۳۲.

همتی، امیر. ۱۳۸۶. بررسی تطبیق موانع شخصی خلاقیت از دیدگاه دبیران مرد و زن ناحیه ۲ شهر ارومیه. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه ارومیه*.

یمین فیروز، موسی، و محمدرضا داورپناه. ۱۳۸۴. نیاز اطلاعاتی، رفتار و الگوی اطلاع‌یابی. *فصلنامه کتاب* ۶۳: ۱۳۲-۱۲۳.

- Amabile, T. M. 1990. Within You, Without You: The Social Psychology of Creativity, and Beyond. In *Theories of Creativity*, edited by Mark A. Runco and Robert S. Albert. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Ames, C. 1992a. Classrooms: Goal structures and student motivation. *Journal of Educational Psychology* 84 (1992): 261-271.
- \_\_\_\_\_. 1992b. *Achievements Goals and the Classroom Motivation Climate*. In: H. Schminck & J. Meece (Eds), students perceptions in the classroom, 327-348.
- Elliot, A. J., and M. A. Church. 1997. A hierarchical model of approach and avoidance achievement motivation. *The American Psychological Association* 72 (1): 218-232.
- \_\_\_\_\_, and H. A. McGregor. 2001. Achievement goal framework. *Jpers Soc Psychol* 80 (3): 501-519.
- Guilford, J. p. 1950. creativity. *The American Psychologist* 5: 444-454.
- Heinstrom, J. 2000. The impact of personality and approach to learning on information behavior. *Information Research* 5 (3): 78-120. <http://informationr.net/ir/5-3/paper78.html> (accessed ۹۱/۳/۱۵)
- \_\_\_\_\_. 2005. Fast surfing, broad scanning and deep diving: The influence of personality and study approach on students' information seeking behavior. *Journal of Documentation* 61 (2): 228-229.
- Janssen, O., and J. Prins. 2007. Goal orientation and the seeking of different types of feedback information. *Journal of Educational Occupational and Organizational Psychology* 80 (2): 235-249.
- Kuhlthau, C. C. 1993. *Seeking Meaning: a Process Approach to Library and Information Services*. Norwood, NJ: Ablex.
- Lee, S. S., Y. L. Theng, and H. L. D Goh. 2005. Creative information seeking part I: a conceptual framework. *Aslib Proceedings: New Information Perspective* 57 (5): 640 – 475. [http://www3.ntu.edu.sg/home/sfoo/publications/2004/2004APCHI\\_fmt.pdf](http://www3.ntu.edu.sg/home/sfoo/publications/2004/2004APCHI_fmt.pdf) (accessed ۹۱/۳/۱۵)
- Locke, E. A., and G. p. Latham. 2002. Building a practically useful theory of goal setting and task motivation. *American Psychologist* 57 (9): 705-717.
- Maehr, M. L. 2001. Goal theory is not dead, not yet, anyway: a reflection on the special issue. *Educational Psychology* 13: 177-185.
- Malliari, A., Korobili, S., Zapounidou, S. 2011. Exploring the information seeking behavior of Greek graduate students: a case study set in the university of Macedonia. *The international information & library review*, 43: 79-91.
- Middelton, M., A. Kaplan, and C. Midgley. 2003. The change in middle school students, achievement goals in mathematics over time. *Social Psychology of*



- Education* 45: 1-30.
- Mulyadi, S. 2011. Intellectual giftedness and relative personality development through learning with process approach in E-learning programme. *International Journal of Business and Social Science* 2 (3): 67-76.
- O'Hara, L. A., and R. J. Sternberg. 2001. It doesn't hurt to ask: Effects of instructions to be creative, practical, or analytical on essay- writing performance and their interact on with students' thinking styles. *Creativity Research Journal* 13: 197-210.
- Pintrich, P. R., and D. H. Schunk. 2002. *Motivation in Education, Theory Research and Application* (2<sup>nd</sup> ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Sridhar, M. S. 2007. Creativity and information. *Deccan Herald* (60): 336.  
:http://eprints.rclis.org/handle/10760/10854?mode=full&submit\_simple=Show+full+item+record (accessed ۹۱/۳/۱۵)
- Torrence, E. P. 1973. Can we teach children to think creatively? *Journal of Creativity Behavior* 4: 114-143.
- Weiler, A. 2005. Information seeking behavior in generation Y student: motivation, critical thinking and learning theory. *The Journal of Librarianship* 31 (1): 46-53.
- Whitmir, E. 2004. The relationship between undergraduate epistemological beliefs, reflective judgment, and their information seeking behavior. *Information Processing and Management* 40: 97-111.
- Wilson, T. D. 2000. Human information behavior. *Informing Science* 3 (2): 49-50
- Wolters, C. 2004. Advancing achievement goal theory: Using goal structure and goal orientation to predict students' motivation, cognition, and achievement. *Journal of Educational Psychology* 96: 236-250.
- Yang, S. C., and W. C. Lin. 2004. The relationship among creative, critical thinking and thinking styles in Taiwan high school students. *Journal of Instructional Psychology* 31 (1): 33-45.
- Yi, M. Y., and Y. Hwang. 2003. Predicting the use of web – based information systems: Self – efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model. *International Journal of Human- Computer Studies* 59: 431-449.
- Zhang, L. E., and C. Zhu. 2011. Thinking styles and conception of creativity among university students. *Educational psychology* 31 (3): 361-375.
- Zwein, D., and J. Webster. 2004. What are we examining? An examination of the relationship between the big- five personality traits, goal orientation, and performance intention. *Personality and Individual Differences* 36: 1693-1708.