تعامل انسان و اطلاعات، جلد۲ شماره۴
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

سبک اِسناد هیجان‌های گروهی از کاربران دانشگاهی در بازیابی اطلاعات بر اساس نظریه انتساب هیجان‌های واینر

حسن بهزادی: استادیار علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد
اعظم صنعت جو: استادیار علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول) *sanatjoo@um.ac.ir*
رحمت الله فتاحی: استاد علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد
جواد صالحی فدردی: دانشیار گروه روانشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۱۷
ویرایش: ۱۳۹۵ /۰۳/۲۴
پذیرش: ۱۳۹۵/۰۳/۳۱

زمینه و هدف: پژوهش حاضر با هدف بررسی سبک اِسناد هیجان‌های کاربران در بازیابی اطلاعات بر اساس نظریه انتساب هیجان‌های واینر صورت گرفته است.

روش پژوهش: روش مورد استفاده، پیمایشی و از نظر نوع پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های علوم انسانی دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) تشکیل می‌دادند که نمونه‌ای هدفمند شامل ۷۲ نفر انتخاب گردید. اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه سبک‌های اِسنادی و دو پرسشنامه‌ی محقق ساخته گردآوری گردید.

یافته‌های پژوهش: یافته‌های پژوهش نشان داد که بیشتر کاربران، موفقیت و شکست خود در بازیابی اطلاعات را به علت‌های درونی نسبت دادند. همچنین طبق نظریه واینر، آنان در هنگام موفقیت عامل تلاش و در هنگام شکست سه عاملِ عدم توانایی و تلاش ناکافی را به عنوان اصلی‌ترین علت شکست خود ذکر نمودند. پژوهش نشان داد که افرادی که هیجان‌های خود را به عوامل درونی نسبت می‌دهند، رضایت بیشتری از جستجوی خود دارند. از سوی دیگر مشخص شد که بین سبک کلی اسناد کاربران و سبک اِسناد آنان در بازیابی اطلاعات، رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه‌گیری: با تعیین سبک کلی اسناد کاربران در بازیابی اطلاعات می‌توان ضمن شناسایی دلایل اسناد کاربران، تلاش نمود تا اسنادهای درست را تقویت و اسنادهای نادرست را از بین برد و به این وسیله زمینه‌ی بازیابی بهتر اطلاعات را فراهم نمود.

کلیدواژه‌ها: سبک اِسناد، تئوری واینر، انتساب هیجان، بازیابی اطلاعات، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

مقدمه

در حال حاضر، موتورهای کاوش تبدیل به پارادایم غالب برای یافتن اطلاعات در محیط وب گردیده‌اند (Sahami & Mittal & Baluja & Rowley, 2004)؛ به گونه‌ای که استفاده از موتورهای کاوش، پس از پست الکترونیک، دومین میزان استفاده در محیط اینترنت را به خود اختصاص داده است (Barclay, 2009). با این وجود هنوز کاربران در بازیابی اطلاعات از محیط وب با مشکلاتی همانند: افزونگی و تکرار نتایج، بازیافت نامرتبط، عدم بازیابی اطلاعات، کیفیت‌های متفاوت و عدم اطمینان به برخی نتایج بازیابی شده، تفاوت در نتایج موتورهای کاوش مختلف، و بازیابی نتایج نامرتبط به دلیل عدم وجود کنترل واژگانی، روبرو هستند. این عوامل می‌تواند نارضایتی کاربران را از نتایج جستجو و ابزار بازیابی اطلاعات در پی داشته باشد و برای آنها تبدیل به تجربه‌ای ناخوشایند در بازیابی اطلاعات گردد.

به منظور فراهم نمودن زمینه‌های موفقیت هر چه بیشتر کاربران در بازیابی اطلاعات و کسب تجارب خوشایندتری از بازیابی اطلاعات، از اواسط دهه ۲۰۰۰ به بعد، ضرورت ایجاد گرایش‌های نو در بازیابی اطلاعات با تغییر و تمرکز بر عاملِ انسانی دنبال شد (Lopatovska, 2009). انگاره بنیادی در این تلاش‌ها این است که بدون داشتن دانشی از چگونگی تعامل کاربران با نظام‌های بازیابی اطلاعات، نمی‌توان به طراحی نظام‌های کارآمد بازیابی اطلاعات پرداخت (Belkin, 1996). تمرکز بر کاربر، دیدگاه جدیدی در رفتار اطلاع‌جویی کاربر در بافت فردی و اجتماعی ایجاد کرد. این رویکرد از مدیریت منابع اطلاعاتی در زندگی واقعی و مطالعات آزمایشگاهی پشتیبانی نمود و باعث آگاهی از مباحث مرتبط با طراحی نظام‌هایی از بازیابی اطلاعات شد که در آنها، کاربر در فرایند بازیابی اطلاعات نقشی محوری را ایفا می‌کند. در این رویکرد، به کاربران امکان داده می‌شود تا نیازهای

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

اطلاعاتی خود را بیان کنند و در نهایت به آنها در تعریف و حل مسأله مورد نظرشان کمک می‌گردد (Ingwersen, 1992).

در رویکرد جدید، طراحان با برنامه‌های وب پایه‌ای روبرو هستند که مستلزم رفع نیازهای گوناگون کاربران است (Chen & Macredie, 2010) تا بدین وسیله نظام‌های اطلاعاتی جدید و کارآمدتری تهیه و تولید گردد؛ چرا که هدف نهایی از تهیه و تولید نرم‌افزارهای مختلف، بکارگیری آنها جهت رفع نیازهای گوناگون کاربران و در نهایت رضایت آنها از کار با این محصولات است. از این رو عوامل انسانی همانند قابلیت‌ها و محدودیت‌های جسمی و ذهنی انسان، به طور فزاینده‌ای به عنوان مسأله‌ای مهم در پژوهش‌های این حوزه مورد توجه قرار گرفته است؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت، در حال حاضر، کاربر محور اصلی و مرکزیِ طراحی نظام محسوب می‌شود و نیازهای کاربر، محرک و پیش‌برنده‌ای هم برای ماهیت محیط رابط کاربر و هم برای طراحی عملکردها بین کاربر و ماشین است (Hudlicka, 2003).

کارکرد بهینه‌ی نظام‌های اطلاعاتی در فرایند بازیابی اطلاعات و در نتیجه تأثیرگذاری مطلوب بر ربط، وابسته به طراحی این نظام‌ها مبتنی بر رفتار اطلاعاتی کاربران و عوامل تأثیرگذار بر رفتار آن‌ها است که می‌تواند این طراحی مطلوب، وسیله‌ای برای تقویت جنبه‌های مثبت در رفتار اطلاعاتی آنها باشند. بنابراین بایستی تمامی جنبه‌های رفتاری و عوامل تأثیرگذار بر نظام شناسایی و مورد مطالعه قرار گیرند. از این رو به تازگی، پژوهش‌ها و نظریه‌های اطلاع‌جویی بر نقش عواطف، هیجان‌ها و احساسات بر رفتار اطلاعاتی متمرکز شده است؛ چرا که هیجان‌ها بخشی از زندگی روزمره افراد را تشکیل می‌دهند. تجارب هیجانی درونی، اطلاعات مهمی را درباره محیط و موقعیت برای فرد فراهم می‌کنند و این اطلاعات، قضاوت، تصمیم‌ها، اولویت‌ها و اعمال آنان را شکل می‌دهد (Greenwood, 2001 نقل شده در: ذراتی، ۱۳۸۴) و بر جنبه‌های مختلف فکری و رفتاری انسان، همانند استدلال، تصمیم‌گیری، انگیزش، توجه و حافظه تأثیر می‌گذارند (برقیان، ۱۳۹۱). پژوهش‌های صورت گرفته نیز نشان داده است که عواطف و هیجان‌ها می‌توانند تأثیری معنادار بر قضاوت‌ها و انتخاب‌های افراد داشته باشند و کیفیت تصمیم‌گیری را تحت تأثیر قرار دهند (Loewenstein & Lerner, 2003).

اهمیت هیجان‌ها در رفتارهای اطلاع‌یابی[1] تا حدود زیادی مورد توجه قرار گرفته است. با نگاهی گذرا به مدل‌های مختلف بازیابی اطلاعات می‌توان دریافت که در برخی از آنها، مفاهیم احساسات، هیجان‌ها و عواطف، مورد اشاره قرار گرفته است. از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان از مدل معنابخشی[2] دروین (موریس، ۱۳۷۵)، مدل رفتار اطلاع‌یابی[3] ویلسون (Wilson, 1999) و مدل فراگرد جستجوی اطلاعات[4] کولثاو (Kuhlthau,1991)، نام برد. بنابراین بر اساس این مدل‌ها، جستجوی اطلاعات تجربه‌ای عاطفی، با احساسات مثبت و منفی است که بر توجه، حافظه، عملکرد و قضاوت‌ها، تأثیر می‌گذارند (Brave & Hutchinson & Nass, 2005).

هیجان‌ها با تأثیرگذاری بر کاربران سبب می‌شوند که آنان در رفتارهای اطلاع‌جویی خود دست به انتخاب‌هایی بزنند که این انتخاب‌ها در رضایت نهایی آنها، نقشی مهم را دارد و حتی این هیجان‌ها می‌توانند رفتارهای آتی کاربران را تحت تأثیر قرار دهد. نقش هیجان‌ها و عواطف به عنوان فرایندِ کنترلی این است که رفتار شناختی و موتور حرکت حسیِ فرد را مشخص می‌نماید، سمت و سوی شناخت و عمل را در فرایندهای اطلاع‌یابی تعیین می‌کند (Sahami, Mittal, Baluja, & Rowley, 2004). حضور هیجان‌ها در فرایند بازیابی اطلاعات، می‌تواند رفتارهای اطلاع‌جویی خاصی را تقویت نماید و سبب تداوم آن رفتار در بازیابی اطلاعات گردد و یا در صورتی که به درستی هدایت نشود، می‌توانند سبب کنارگذاشتن رفتار اطلاعاتی خاصی گردند.

موضوع دیگر در هیجان‌ها، نسبت دادن هیجان‌های تجربه شده از سوی فرد به یک سری عوامل است. این امر در نظریه‌ی انتساب هیجان‌ها[5] توسط برنارد واینر در سال ۱۹۸۶ مورد توجه قرار گرفت. در واقع یکی از فرضیات واینر، این بود که یکی از تأثیرات مهم هیجان‌ها چگونگی ادراک رویدادها و چگونگی تفکر در مورد آن رویدادها است. اهمیت عواطف ایجاد شده‌ی اِسنادها در این است که آنها به عنوان برانگیزاننده‌ی رفتارهای بعدی عمل می‌کنند. به عبارت دیگر علل استنباط شده موفقیت‌ها و شکست‌ها منجر به عواطف خاصی می‌شوند، این عواطف نیز به نوبه خود واکنش‌ها و رفتارهای بعدی فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به دنبال وقوع یک واقعه، ارزیابی اولیه‌ای از پیامد آن واقعه صورت می‌گیرد.

[1] – در این پژوهش منظور هیجان شادی و غم مورد ارزیابی قرار گرفته است که در نتیجه موفقیت و شکست افراد در بازیابی اطلاعات به کاربر دست می‌دهد.

[2] -Dervin sense- making model

[3] - Information behavior model

[4] - Model of the Information Search Process (ISP)

[5] - Emotion-attribution theory

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

با توجه به مطلوب یا نامطلوب بودن پیامد، عواطف عمومی مثبت یا منفی در فرد ایجاد می‌شوند. این عواطف عبارتند از احساس خوشحالی از موفقیت و احساس ناامیدی و اندوه از شکست که تحت عنوان عواطف وابسته به پیامد مستقل از اِسناد نامیده می‌شود. در واقع این عواطف در اثر دسترسی یا عدم دسترسی به هدف مطلوب و نه علل پیامدها ایجاد می‌شود. پس از این استنباط علّی صورت می‌گیرد. این استنباط علّی منجر به عواطف ویژه‌ای جدا از هیجان‌های عمومی اولیه می‌گردد. این هیجان‌ها را هیجان‌های وابسته به اِسناد می‌نامند (چالمه، ۱۳۸۹). این انتساب‌ها در حوزه‌ی رفتارهای اطلاع‌یابی نیز می‌تواند وجود داشته باشد؛ چرا که اطلاع‌جویان نیز دلایل و توجیه‌هایی را برای پیامدهای جستجوی خود در فرایند اطلاع‌یابی بیان می‌کنند که خود این انتساب‌ها می‌تواند هیجان‌های دیگری را برای آنان در پی‌داشته باشد و رفتارهای اطلاع‌یابی آتی کاربران را تحت تأثیر قرار دهد.

ضمن اینکه، بروز هیجان‌ها در طولِ فرایند بازیابی اطلاعات علاوه بر عوامل فردی تا حد زیادی متأثر از چارچوب‌های فرهنگی است و باید در این چارچوب مورد مطالعه قرار گیرد. نتایج پژوهش‌های مختلف (کیتایاما، و دیگران[6]، ۱۹۹۱؛ مارکوس و کیتایاما[7]، ۱۹۹۴؛ استفان[8] و دیگران، ۱۹۹۶، نقل شده در گورمن، ۱۳۸۹) نیز نشان داده است که تفاوت‌های فرهنگی بر بیان هیجان تأثیر می‌گذارند. به عبارت دیگر، بیان هیجان‌ها به طور عمیق، در فرهنگ ریشه دارند و از آنجایی که فرهنگ، تعامل‌های مناسب با دیگران را به ما می‌آموزد، این هیجان‌ها فراگیر می‌شوند. بنابراین باید این موضوع در فرهنگ ایرانی و در چارچوبِ رفتارهای اطلاع‌یابی کاربران ایرانی مورد بررسی قرار گیرد.

بنابراین با توجه به ضرورت و اهمیتِ بررسی مطالب بالا و در راستای انجام پژوهشی در حوزه مطالعه‌ی هیجان‌ها در فرهنگ ایرانی و از آنجایی که مطابق با آمارهای مرکز ملی آمار ایران (۱۳۹۰)، نزدیک به ۶۰ درصد از کاربران اینترنت در ایران (۵۹/۸٪) را افراد دارای تحصیلات عالی دانشگاهی تشکیل می‌دهند، باید مقوله هیجان‌ها و تأثیر آن بر فرایند اطلاع‌یابی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی – به عنوان نمونه‌ای از قشر دانشگاهی که از اصلی‌ترین اقشار استفاده‌کننده از اینترنت هستند– را مورد مطالعه قرار داد تا دریابیم که آنان موفقیت‌ها و شکست‌های خود در بازیابی اطلاعات را به چه عواملی منتسب نموده و این انتساب‌ها خود چه هیجان‌هایی را به دنبال دارند؟ در این راستا، این پژوهش درصدد است تا به سؤال‌های زیر پاسخ دهد:

- در فرایند بازیابی اطلاعات کاربران هیجان‌های خود را به چه عواملی انتساب می‌دهند؟
- آیا بین الگوی انتساب هیجان‌های کاربران و میزان رضایتمندی آنها از نتایج جستجو تفاوت معناداری وجود دارد؟
- آیا بین الگوی کلی انتساب هیجان‌های کاربران و الگوی انتساب هیجان‌های آنان در بازیابی اطلاعات رابطه معناداری وجود دارد؟

با توجه به موضوع پژوهش، پیشینه‌ی موجود در زمینه کاربرد هیجان‌ها در بازیابی اطلاعات و همچنین نظریه‌ی اِسناد به اختصار مورد اشاره قرار گرفته است.

اگر چه به نظر می‌رسد که برای اولین بار پالمر در اواخر دهۀ ۱۹۸۰ به پژوهش در حوزه‌ی رفتار اطلاعاتی می‌پردازد (Wilson, 2000) ولی مدنظر قرار دادن عوامل عاطفی و احساسی در حوزه رفتار اطلاعاتی، نخستین بار در سال ۱۹۹۱ توسط کولثاو صورت گرفته است (Kuhlthau, 1991).

قراین و شواهد بیشتر پیرامون وجود رابطه بین رفتارهای عاطفی، شناختی و فیزیکی در پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه بازیابی اطلاعات توسط نال[9] (Nahl, 2004) قابل ردیابی است. اصطلاح بارِ عاطفی که پیش‌تر توسط نال (۲۰۰۴) تعریف شده بود، در پژوهشی دیگر توسط وی (Nahl, 2005) در فرایند بازیابی اطلاعات دانشجویان، مورد بررسی قرار گرفت و در واقع عملیاتی شد. وی دریافت که افراد دارای مهارت‌های مقابله‌ای عاطفی (خودکارآمدی و خوشبینی) بالا، بهتر از سایرین قادر به عملکرد در موقعیت‌های اطلاعاتی هستند.

مطالعه چگونگی کنترل هیجان‌ها در طول فرایند بازیابی اطلاعات توسط کیم (Kim, 2008) صورت گرفت. همچنین بازخورد عاطفی و مطالعه‌ی نقش هیجان‌ها در فرایند جستجوی اطلاعات توسط آراپاکیس، جوئز و گری (Arapakis & Joes and Gray, 2008) مورد بررسی قرار گرفت. تأثیر خلق و خو[10] بر بازیابی اطلاعات و تغییرات آن در پیش، حین و پس از جستجوی اطلاعات را لوپاتوفسکا (Lopatovska, 2009) مورد ارزیابی قرار داد. جامعه آماری این پژوهش را ۳۰ دانشجوی مقطع کارشناسی تشکیل

[6]- Kitayama, et .al
[7] - Markus & Kitayama
[8] - Stephan
[9] - Nahl
[10] - Mood

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

می‌دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه معناداری بین خلق و خوی افراد پیش و پس از انجام جستجو وجود ندارد. همچنین رابطه معناداری بین خلق و خوی افراد و موضوع جستجو و سختی تکالیف وجود ندارد.

همانند بخشی از پژوهش آراپاکیس و همکاران (۲۰۰۸)، البته با تغییراتی در جامعه و شیوه گردآوری اطلاعات، پودار و راتون (Poddar & Ruthven, 2010) به بررسی تأثیر هیجان‌ها بر وظایف جستجو پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان داد که در تمام وظایف جستجو، قبل از جستجو، به ندرت هیجان‌های منفی مشاهده شد، لیکن به گونه‌ای معنادار، پس از انجام جستجو، هیجان‌های منفی افراد بیشتر گردید. همچنین تفاوت معناداری بین دو گروه از نظر یافته‌ها مشاهده نشد.

در بررسی مجلات تخصصی رشته کتابداری و اطلاع رسانی و همچنین در مطالعات صورت گرفته در داخل کشور به پژوهشی که به صورت مستقیم به بررسی تأثیر هیجان‌ها در بازیابی اطلاعات بپردازد، مشاهده نگردید و تنها در چند پژوهش به جنبه‌های مرتبط با پژوهش حاضر پرداخته شده است که در یکی از این پژوهش‌ها، نارمنجی و نوکاریزی (۱۳۸۹)، به بررسی رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های بیرجند و فردوسی بر اساس الگوی فراگرد جستجوی اطلاعات کولثاو پرداختند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد که به ترتیب احساسات عدم قطعیت، خوش‌بینی، سردرگمی و تردید، کاهش احساس قطعیت، افزایش اطمینان و آسودگی خاطر در مراحل شش‌گانه جستجوی کولثاو مشاهده گردید.

در پژوهشی دیگر، حسینی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه دکتری خود به بررسی دیدگاه کاربران پیرامون تأثیر ویژگی‌های تعاملی رابط کاربر پایگاه‌های اطلاعاتی بر رفتار علمی آنها با تأکید بر نظریه‌ی تجربه دلپذیر، پرداخت. بخشی از یافته‌های این پژوهش موید این نکته بود که تأثیر" تعامل رابط کاربر "بر "تجربه دلپذیر"، و" تجربه دلپذیر "بر"رفتار علمی" معنی‌دار است. خودکارآمدی به عنوان مداخله‌گر، ویژگی مهمی برای ایجاد تعامل با رابط کاربر پایگاه‌های اطلاعاتی و ارتقاء رفتار علمی در افراد است به واسطه دستیابی کاربران به تجربه دلپذیر تأثیر تعامل رابط کاربر پایگاه‌های اطلاعاتی بر رفتار علمی کاربران افزایش می‌یابد.

هیجان‌ها از دیدگاه یک متخصص علوم رایانه، در پایان‌نامه مشفقی (Moshfeghi, 2012) مورد بررسی قرار گرفت. وی تلاش نمود تا هیجان‌ها را به عنوان فاکتور اصلی در نظام نیازهای جستجوگر مورد بررسی قرار دهد تا بدین وسیله امکان درنظر گرفتن هیجان‌ها در الگوریتمهای بازیابی را فراهم نماید.

در زمینه‌ی کاربرد نظریه اِسناد و موضوعات کتابداری و اطلاع‌رسانی، تنها یک مقاله نظری در مورد کاربرد این نظریه در کتابخانه‌های دانشگاهی بازیابی شد. در این مقاله نویسندگان (Gedeon & Rubin, 1999) به نقش و تأثیر نظریه اِسناد در ارزیابی عملکرد کتابخانه‌های دانشگاهی پرداختند. در این مقاله اشاره می‌شود که چگونه سرپرستان کتابخانه ممکن است موفقیت‌ها یا شکست‌های خود را تشریح و توجیه کنند. به عنوان مثال اگر سرپرستی عملکرد کتابدار بخش مرجع در پاسخگویی به سؤالات مرجع را موفقیت‌آمیز ببیند، ممکن است این عملکرد را به: ۱- هوش کتابدار (توانایی)، ۲- سخت‌کوشی کتابدار (تلاش)، ۳- سادگی سؤالات (دشواری تکلیف)، یا ۴- خوش‌شانسی کتابدار در یافتن پاسخ (شانس) نسبت دهد. قطعاً هر یک از این نوع اِسنادها بر برونداد و ارزیابی عملکرد کتابداران تأثیر خواهد گذاشت. در پایان به این نکته اشاره شده است که مدیران کتابخانه‌های دانشگاهی باید از ماهیت و اهمیت نظریه‌ی انتساب برای ارزیابی عملکرد کتابخانه خود، آگاهی کامل پیدا کنند.

در حوزه نظریه اسناد نیز بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته در دو حوزه‌ی تعلیم و تربیت و مدیریت است. به عنوان مثال در جدیدترین پژوهش‌های این حوزه در داخل کشور، احدی، نریمانی، ابولقاسمی و آسیایی (۱۳۸۸)؛ عسگری، حافظی و جمشیدی (۱۳۸۹)؛ یزدان‌پناه نوذری، قاسمی، صیامیان و جوادیان (۱۳۹۰) در پژوهش‌های خود نظریه‌ی انتساب را مورد کاربرد قرار داده‌اند که به دلیل طولانی شدن این بخش، از ذکر آنها خودداری گردید.

مبانی نظری پژوهش مؤید این نکته بود که هیجان‌ها و بازیابی اطلاعات در حوزه‌های مختلفی از جمله علوم کتابداری، رایانه و تعامل انسان و ماشین مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین، این موضوع دارای جنبه‌های گوناگونی است که امکان بررسی همه آنها در یک پژوهش واحد امکان پذیر نیست و بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه در چند سال اخیر صورت گرفته است که این امر نشان از نوپا بودن این حوزه پژوهشی دارد.

همچنین مرور نوشتار نشان داد که در بین پژوهش‌های صورت گرفته در ایران، پژوهشی مشاهده نشد که به بررسی هیجان‌ها در فرایند بازیابی اطلاعات پرداخته باشد. این در حالی است که در پژوهش‌های بسیاری متفاوت بودن شیوه بروز هیجان‌ها در بین فرهنگ‌ها، کشورها، گروه‌ها و قومیت‌های مختلف، مورد تأیید قرار گرفته است. از سوی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

دیگر، بیشترین جامعه‌ی مورد مطالعه در پژوهش‌های ذکر شده، قشر دانشگاهی و به‌ویژه دانشجویان هستند چرا که به دلیل نیازی که آنان به اطلاعات علمی دارند، بازیابی اطلاعات در بین این گروه از جامعه نسبت به سایر اقشار بیشتر است.

مرور نوشتار نشان می‌دهد که پژوهش‌های مورد اشاره در قالب نظریه‌ای خاص انجام نشده است، بلکه به طور کلی به بررسی نقش هیجان‌ها در بازیابی اطلاعات پرداخته‌اند در حالی‌که بر اساس نظریه انتساب، افراد هیجان‌های تجربه شده را به یک‌سری عوامل نسبت می‌دهند و این انتساب‌ها در تبیین پیامدها، خود مولد واکنش‌های هیجانی است؛ این امر تأثیرگذار در هیجان‌ها، تاکنون در پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه‌ی رفتار اطلاع‌یابی، مورد بررسی قرار نگرفته و ضروری است که به عنوان یک عامل مهم مورد بررسی قرار گیرد.

حال با توجه به مطالب ذکر شده در بالا، می‌توان چنین بیان نمود که نقش هیجان‌ها در بازیابی اطلاعات انکارناپذیر است. این در حالی است که با وجود تفاوت در نحوه‌ی بروز هیجان‌ها در فرهنگ‌های مختلف، هنوز این موضوع در ایران به صورت مجزا و در قالب یک کار دانشگاهی منسجم انجام نشده است. پژوهشی که بر مبنای یک نظریه‌ی علمی، ضمن پرداختن به نقش هیجان‌ها در بازیابی اطلاعات کاربران، بتواند هیجان‌های فرعی پس از بازیابی اطلاعات را نیز مورد بررسی قرار دهد؛ زیرا این هیجان‌ها نیز منشأ اقدامات و رفتارهای اطلاع‌یابی بعدی کاربران است.

روش

پژوهش حاضر از منظر نوع روش، تحقیقی توصیفی – پیمایشی و از منظر هدف، تحقیقی کاربردی است. جامعه آماری پژوهش تمامی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) بودند که در زمان اجرای پژوهش، تعداد آنها ۵۳۰ نفر در ۱۱ رشته تحصیلی بود. از آنجایی که در عمل امکان بررسی تمامی جامعه پژوهش وجود نداشت، تلاش شد تا نمونه‌ی آماری مناسبی برای پژوهش تعیین گردد. نمونه‌ی آماری، مجموعه کوچکی از آحاد جامعه آماری است که بیان کننده‌ی کیفیات اصلی جامعه هستند و پژوهشگر با مطالعه آن قادر است تا نتیجه را به کل جامعه تعمیم دهد (دلاور، ۱۳۹۱). حجم نمونه آماریِ جامعه پژوهش حاضر، ۷۲ نفر است که توسط نرم افزار G*power[۱۱] تعیین گردید که با روش نمونه‌گیری غیر احتمالی هدفمند شناسایی شدند؛ چرا که شناسایی و انتخاب ۷۲ آزمودنی که واجد شرایط پژوهش حاضر باشند و از سویی تمایل به همکاری در پژوهش را داشته باشند، با روش‌های معمول نمونه‌گیری تصادفی میسر نبود.

داده‌های مورد نیاز برای پژوهش حاضر از طریق ۳ پرسشنامه گردآوری گردید. نخست پرسشنامه‌ی سبک‌های اسنادی[۱۲] که برای اندازه‌گیری سبک‌های تفکر مثبت یا منفی – یا همان اِسنادهای درونی یا بیرونی– مورد استفاده قرار می‌گیرد. این پرسشنامه‌ی اسنادی، یک ابزار خودگزارشی شامل ۱۲ موقعیت فرضی (شش موقعیت مثبت و شش موقعیت منفی) است. این پرسشنامه در پژوهش رجبی و شهنی ییلاق (۱۳۸۴) نیز استفاده شده است که در آن پژوهش، روایی منطقی آن مورد ارزیابی و تأیید قرار گرفته بود. موحد (۱۳۸۲) نیز پایایی این پرسشنامه را در بین جامعه‌ی دانشجویی، رضایت‌بخش گزارش نمود.

پرسشنامه‌های موفقیت و شکست در بازیابی اطلاعات، دومین ابزار مورد استفاده در پژوهش حاضر بود که این دو پرسشنامه از نظر ساختار و تعداد گویه‌ها با یکدیگر مشابه هستند و تنها تفاوت آنها در نوع بیان دلایل موفقیت یا شکست است که در پرسشنامه موفقیت، جملات به صورت مثبت و در پرسشنامه منفی، جملات به صورت منفی آورده شده‌اند که در واقع این پرسشنامه‌ها برای تعیین سبک اسناد کاربران در بازیابی اطلاعات (بر اساس نظریه اسناد وینر) مورد استفاده قرار گرفت. اگر کاربری موفق می‌شد پاسخ مناسب را برای وظایف جستجوی خود بازیابی کند، پرسشنامه موفقیت و در غیر اینصورت پرسشنامه شکست را تکمیل می‌نمود. هدف از طراحی این پرسشنامه‌ها، شناخت دلایل موفقیت یا شکست کاربران است. در واقع این پرسشنامه‌ها به دنبال گردآوری اطلاعاتی در این خصوص است که کاربران موفقیت یا شکست خود را به چه عواملی نسبت می‌دهند. این دو پرسشنامه بر مبنای ابعاد اِسنادهای درونی و بیرونی و همچنین ابعاد سه گانه نظریه اِنتساب واینر، طراحی شدند. برای اطمینان از پایایی (همبستگی درونی) پرسشنامه، پیش آزمونی بین دانشجویان کارشناسی ارشد انجام شد که آلفای کرونباخ

[۱۱] - این نرم‌افزار مخصوص تعیین حجم نمونه در مطالعات تحلیل آماری است که با توجه به سطح آلفای تعیین شده، نوع آزمون و تعداد گروه‌های آزمودنی، حجم نمونه را تعیین می‌کند.

[12] - Attributional Style Questionnaire (ASQ)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

پرسشنامه‌ها، مورد محاسبه قرار گرفت که به ترتیب برای پرسشنامه موفقیت ضریب ۰/۷۵۲ و برای پرسشنامه شکست، ضریب ۰/۷۶۲ بدست آمد که نشان از پایایی این دو ابزار داشت.

پرسشنامه رضایت از جستجو نیز سومین پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش بود. منظور از رضایت از جستجو در پژوهش حاضر، رضایت کاربران از عواملی همانند: مدت زمان جستجو، میزان تلاش صرف شده، ربط، مانعیت، برونداد، توقع و انتظار کاربر، مفید بودن نتایج و ... است. پرسشنامه رضایت شامل ۱۰ گویه است که توسط پژوهشگر و بر اساس مبانی نظری تهیه و تدوین گردید و روایی آن توسط اساتید گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش پایایی این پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب ۰/۷۸۱ بدست آمد که نشان از پایایی این ابزار دارد. همچنین برای تحلیل داده‌ها نیز از نرم افزار SPSS استفاده گردید.

همچنین، از آنجایی که بخشی از پژوهش حاضر مبتنی بر پاسخگویی به وظایف جستجو بود، تلاش شد تا ۲ سناریو به همراه وظایف جستجویی مربوط به آن که بر واقعیت مبتنی بوده یا به عبارتی برگرفته از نیازهای واقعی باشند، طراحی گردد. به‌این منظور از ۲۵ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد در زمانی که در حال جستجوی اطلاعات در سایت‌های رایانه‌ای دانشگاه بودند، خواسته شد تا ۳ وظیفه‌ی جستجویی که به تازگی انجام داده‌اند یا در حال انجام دادن آن هستند را مشخص نمایند. از میان ۷۵ وظیفه‌ی جستجویی بیان شده توسط دانشجویان، تعداد ۶ وظیفه که دارای ماهیت عمومی بودند و محدود به رشته‌ی خاصی نمی‌شدند، توسط پژوهشگران انتخاب و از نظر ساختارِ سناریوها مبتنی بر مدل بورلند (Borlund, 2000) و از نظر سطح سادگی و پیچیدگی بر اساس دو مدل آنون (Anon, 1974) و بیستروم (Bystrom, 1999) باز طراحی گردیدند. پس از تدوین سناریوها و وظایف جستجویی، این ۶ سناریو به همراه وظایف جستجو به ۴ نفر از اساتید حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی داده شد تا ضمن بررسی وظایف ذکر شده، مناسب‌ترین سناریو و وظایف جستجوی ساده و دشوار را مشخص نمایند. پس از گردآوری نظرات اساتید، ۱ سناریوی ساده و ۱ سناریوی دشوار که توسط اساتید دارای بیشترین توصیه بودند، انتخاب شدند و اصلاحات پیشنهادی آنان در مورد سناریوها و وظایف مربوط به آنها اعمال گردید.

یافته‌ها

در این بخش به تحلیل و بررسی یافته‌های مربوط به سؤالات پژوهش پرداخته می‌شود. بدین منظور در ابتدا هر سؤال به صورت مجزا ارائه می‌شود و سپس آزمون صورت گرفته و نتایج حاصل از آن آزمون، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

سؤال اول: در فرایند بازیابی اطلاعات کاربران هیجان‌های خود را به چه عواملی انتساب می‌دهند؟

همانگونه که پیش‌تر بیان شد، افراد موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به مجموعه‌ای از علت‌ها نسبت می‌دهند که در سبک‌های اِسنادی، این علت‌ها به دو دسته کلی تقسیم شده‌اند: درونی و بیرونی. واینر همچنین اعتقاد دارد که افراد موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به چهار گروه از اِسناد نسبت می‌دهند؛ یعنی: الف. توانایی، ب. تلاش، ج. شانس و د. دشواری تکلیف (ریو، ۱۳۸۷). از سوی دیگر، علت‌های استنباط شده‌ی موفقیت‌ها وشکست‌ها نیز منجر به هیجان‌های خاصی می‌شوند. در پژوهش حاضر تلاش شد تا این مسأله مورد بررسی قرار گیرد و به این پرسش پاسخ داده شود که کاربران چه علت‌هایی را برای موفقیت‌ها و شکست‌های خود در بازیابی اطلاعات بیان می‌کنند؟

- داده‌های مربوط به این سؤال از پاسخ‌های داده شده به پرسشنامه موفقیت / شکست، استخراج گردید. به این صورت که به هر فرد دو وظیفه‌ی جستجو داده شد تا مطالب مرتبط با آن را بازیابی نمایند. کاربران پس از هر جستجو در صورت موفقیت، پرسشنامه موفقیت و در صورت

جدول ۱. سبک کلی اِسناد موفقیت و شکست کاربران در بازیابی اطلاعات

نوع اِسناد	شاخص‌های آماری	سبک کلی اِسناد		جمع کل
		درونی	بیرونی	
موفقیت	تعداد	۴۳	۲۱	۶۴
	درصد	۶۷/۲	۳۲/۸	۱۰۰
شکست	تعداد	۵۶	۲۴	۸۰
	درصد	۷۰	۳۰	۱۰۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

جدول ۲. انتساب‌های هیجان‌های کاربران هنگام موفقیت و شکست در بازیابی اطلاعات بر اساس سبک واینر

نوع اسناد	شاخص‌های آماری	نوع انتساب				جمع کل
		توانایی	تلاش	دشواری	شانس	
موفقیت	تعداد	۵	۳۱	۱۸	۱۰	۶۴
	درصد	۷/۸	۴۸/۴	۲۸/۱	۱۵/۶	۱۰۰
شکست	تعداد	۲۴	۲۵	۱۸	۱۳	۸۰
	درصد	۳۰	۳۱/۲	۲۲/۵	۱۶/۳	۱۰۰

جدول ۳. نتایج آزمون تی برای مقایسه رضایت کاربران با انتساب‌های درونی و بیرونی

متغیر	گروه	فراوانی	میانگین	آزمون لوین		آزمون مقایسه میانگین ها				
				F	Sig	T	df	Sig	حد پایین	حد بالا
رضایت	درونی	۴۳	۳/۲۱	۲/۱۴۲	۰/۱۴۸	۱/۴۹۹	۷۰	۰/۰۰۳	-۰/۰۷۳	۰/۴۱۹
	بیرونی	۲۱	۲/۸۴			۱/۵۰۴	۵۱/۶۱	۰/۰۰۳	-۰/۰۴۳	۰/۳۴۹

شکست، پرسشنامه شکست را دریافت و دلایل موفقیت یا شکست خود را مشخص کردند. هر یک از این پرسشنامه‌ها دارای ۱۹ گویه بود. گویه‌ها به دو گروه علت‌های درونی و بیرونی تقسیم‌بندی شده بودند. همچنین از بین این ۱۹ گویه، گویه‌هایی نیز برای ۴ گروه اسنادی واینر مطرح گردید. به همین دلیل به منظور پاسخگویی به این پرسش، به هر دو نوع اِسناد توجه شد و تلاش گردید تا مشخص شود که کاربران بیشتر علت موفقیت یا شکست خود را به عوامل درونی نسبت می‌دهند یا به عوامل بیرونی؟ یافته‌های مربوط به سبک کلی اِسناد موفقیت و شکست کاربران در جدول ۱ آورده شده است.

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که از بین ۱۴۴ جستجوی انجام شده، ۶۴ جستجو موفقیت‌آمیز و ۸۰ جستجو نیز با شکست مواجه شده بود. همچنین ۶۷/۲ درصد از کاربران در هنگام موفقیت، علت آن را به عوامل درونی نسبت دادندکه این میزان در هنگام شکست نیز ۷۰ درصد است؛ یعنی ۷۰ درصد علت شکست را در خود و عوامل درون خود جستجو نموده و به آن نسبت دادند؛ عواملی همانند نداشتن مهارت کافی در کار با رایانه و اینترنت، ضعف در جستجوی اطلاعات از طریق موتورهای کاوش و .... در ادامه و در جدول شماره ۲ سبک اسناد انتساب کاربران بر اساس عوامل ۴ گانه سبک واینر ارائه شده است.

براساس یافته‌های جدول ۲، نزدیک نیمی از افراد (۴۸/۴ درصد) پس از موفقیت در بازیابی اطلاعات، علت موفقیت را به تلاش صورت گرفته توسط خود و ۲۸/۱ درصد نیز موفقیت خود را مرهون سادگی وظایف جستجو می‌دانستند؛ بنابراین، با توجه به نظریه انتساب هیجان‌های واینر، در اسناد موفقیت، امید هیجان فرعی برتر است. یعنی افراد پس از کسب موفقیت در بازیابی اطلاعات نسبت به کسب موفقیت در بازیابی‌های اطلاعات آتی خود امیدوار می‌شدند. لیکن در نوع اِسناد شکست، سهم عامل تلاش و توانایی تقریباً یکسان بود و افراد معتقد بودند که علت شکست آنها در جستجوهای خواسته شده، عدم توانایی کافی در بازیابی اطلاعات و فقدان تلاش کافی برای کسب نتیجه بهتر است. طبق نظریه اسناد واینر نیز این نوع اسناد، هیجان‌های فرعی گناه و شرم را به دنبال دارد؛ یعنی کاربران از عدم کسب نتیجه لازم شرمسار شده و احساس گناه می‌کنند که چرا تلاش بیشتری را از خود بروز نداده‌اند.

سؤال دوم: آیا بین الگوی انتساب هیجان‌های کاربران و میزان رضایتمندی آنها از نتایج جستجو تفاوت معناداری وجود دارد؟

گردآوری اطلاعات مربوط به بخش رضایتمندی کاربران از نتایج جستجو با استفاده از پرسشنامه رضایت و همانند پرسش اول، اطلاعات سبک انتساب درونی و بیرونی کاربران نیز با استفاده از پرسشنامه موفقیت و شکست صورت گرفت. به دلیل نرمال بودن متغیر رضایت و همچنین نسبی بودن آن از آزمون آماری T-Test برای دو نمونه مستقل جهت مقایسه رضایت کاربران با انتساب‌های درونی و بیرونی استفاده گردید و میزان رضایت کاربرانی که هیجان‌های آنها به عوامل درونی نسبت داده شده بود، با میزان رضایت کاربرانی که هیجان‌های آنها به عوامل بیرونی نسبت داده شده بود، مقایسه می‌شود که یافته‌های آن در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

جدول ۴. الگوی کلی انتساب هیجان‌های کاربران و الگوی انتساب آنان در بازیابی اطلاعات در جستجوی ساده

			الگوی انتساب کلی			آماره کای دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
			درونی	بیرونی	کل			
الگوی انتساب در بازیابی اطلاعات	درونی	تعداد	۳۴	۹	۴۳	۳/۵۰	۱	۰/۰۶۲
		درصد	٪۷۹/۱	٪۲۰/۹	۱۰۰٪			
	بیرونی	تعداد	۱۷	۱۲	۲۹			
		درصد	٪۵۸/۶	٪۴۱/۴	٪۱۰۰			
	کل	تعداد	۵۱	۲۱	۷۲			
		درصد	٪۷۰/۸	٪۲۹/۲	٪۱۰۰			

جدول ۵. الگوی کلی انتساب هیجان‌ها و الگوی انتساب در بازیابی اطلاعات در جستجوی دشوار

			الگوی انتساب کلی			آماره کای دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
			درونی	بیرونی	کل			
الگوی انتساب در بازیابی اطلاعات	درونی	تعداد	۳۹	۱۶	۵۵	۹/۴۱	۱	۰/۰۰۲
		درصد	٪۷۰/۹	٪۲۹/۱	٪۱۰۰			
	بیرونی	تعداد	۵	۱۲	۱۷			
		درصد	٪۲۹/۴	٪۷۰/۶	٪۱۰۰			
	کل	تعداد	۴۴	۲۸	۷۲			
		درصد	٪۶۱/۱	٪۳۸/۹	٪۱۰۰			

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که میانگین رضایت کاربرانی که هیجان خود را به عوامل درونی انتساب دادند با میانگین ۳/۲۱ بیشتر از افرادی است که هیجان خود را به عوامل بیرونی نسبت دادند. همچنین، با استفاده از آزمون لوین برابری واریانس‌های دو گروه القایی، مورد تأیید قرار گرفت که براساس نتایج آزمون T-Test مقدار سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۳ و از ۰/۰۵ کمتر است، بنابراین از نظر رضایت کلی تفاوت معنی‌داری بین دو گروه درونی و بیرونی وجود دارد؛ یعنی افرادی که هیجان‌های خود را به عوامل درونی منتسب کردند، رضایت بیشتری داشتند.

سؤال سوم: آیا بین الگوی کلی انتساب هیجان‌های کاربران و الگوی انتساب هیجان‌های آنان در بازیابی اطلاعات رابطه معناداری وجود دارد؟

به منظور پاسخگویی به این سؤال پژوهش، الگوی کلی انتساب هیجان‌های کاربران از طریق پرسشنامه سبک‌های اِسنادی (ASQ) و اطلاعات مربوط به انتساب هیجان‌ها در بازیابی اطلاعات نیز از طریق پرسشنامه موفقیت / شکست استخراج گردید. سپس به منظور تطابق پاسخ‌های داده شده توسط کاربران در دو ابزار گفته شده از جداول توافقی استفاده شد و کاربرانی که در حالت الگوی کلی انتساب، دارای الگوی درونی و بیرونی بودند و کاربران که هیجان‌های بازیابی اطلاعات خود را به عوامل درونی و بیرونی نسبت داده‌اند با یکدیگر مقایسه شده اند؛ به همین منظور، انتساب‌های کاربران در جستجوی ساده، دشوار و کل (مجموع) به دلیل مستقل، تصادفی و اسمی بودن با استفاده از آزمون کای دو بررسی شدند که نتیجه آن به تفکیک در جداول شماره ۴، ۵ و ۶ ارائه شده است.

براساس نتایج آزمون کای دو برای مقایسه تعداد کاربران درونی و بیرونی در حالت الگوی کلی انتساب و تعداد کاربران درونی و بیرونی در حالت الگوی انتساب، چون مقدار سطح معنی داری برابر با ۰/۰۶۲ و از ۰/۰۵ بیشتر است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت: بین الگوی کلی انتساب هیجانات کاربران و الگوی انتساب هیجانات کاربران در بازیابی اطلاعات در جستجوی ساده، رابطه معناداری وجود ندارد.

بر اساس نتایج آزمون کای دو برای مقایسه تعداد کاربران درونی و بیرونی در حالت الگوی کلی انتساب و تعداد کاربران درونی و بیرونی در حالت الگوی انتساب، چون مقدار سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۲ و از ۰/۰۵ کمتر است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت: بین الگوی کلی انتساب هیجانات کاربران و الگوی انتساب هیجانات کاربران در بازیابی اطلاعات در جستجوی دشوار، رابطه

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

جدول ۶. الگوی کلی انتساب هیجان‌های کاربران و الگوی انتساب آنان در بازیابی اطلاعات در مجموع

			الگوی انتساب کلی			آماره کای دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
			درونی	بیرونی	کل			
الگوی انتساب در بازیابی اطلاعات	درونی	تعداد	۷۳	۲۵	۹۸	۹/۹۱۴	۱	۰/۰۰۱
		درصد	٪۷۴/۵	٪۲۵/۵	٪۱۰۰			
	بیرونی	تعداد	۲۲	۲۴	۴۶			
		درصد	٪۴۷/۸	٪۵۲/۲	٪۱۰۰			
	کل	تعداد	۹۵	۴۹	۱۴۴			
		درصد	٪۶۶	٪۳۴	٪۱۰۰			

معناداری وجود دارد. در جدول شماره ۶ نتایج جدول توافقی برای بررسی وجود رابطه کلی بین دو الگوی انتساب ذکر شده آورده شده است.

یافته‌های مربوط به جدول ۶ نشان می‌دهد که با توجه به سطح معناداری آزمون که برابر با ۰/۰۰۱ است و از ۰/۰۵ کمتر است؛ بنابراین بین الگوی انتساب هیجانات کاربران و الگوی انتساب هیجان‌های آنان در بازیابی اطلاعات رابطه معناداری وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی سبک اِسناد هیجان‌های کاربران در بازیابی اطلاعات بر اساس نظریه انتساب هیجان‌های واینر صورت گرفت؛ مسأله‌ای که تا پیش از این در هیچ یک از پژوهش‌های مورد بررسی توسط پژوهش‌گران، به آن پرداخته نشده بود. یافته‌های پژوهش نشان داد که بیشتر افراد (نزدیک به ۷۰ درصد) جامعه آماری پژوهش، موفقیت یا شکست خود را به عوامل درونی نسبت دادند (جدول ۱). انتساب موفقیت‌ها به عوامل درونی سبب افزایش عزت نفس انسان می‌گردد. چنانچه عزت نفس افراد بهبود یا ارتقا یابد، فرد سعی و تلاش خود را برای غلبه بر شکست‌ها و عدم موفقیت‌ها ادامه می‌دهد. چنین فردی انگیزه زیادی برای تسلط بر اتفاقات و رویدادهای منفی زندگی خود دارد. امکان اینکه چنین فردی تلاش و فعالیت خود را بیشتر کند، زیاد است (وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۹۱). همچنین عکس این مسأله نیز صادق است؛ یعنی در صورتی که عزت نفس فرد صدمه ببیند، تلاش فرد برای موفقیت و تسلط بر زندگی کاهش می‌یابد. چون وی به این باور رسیده است که "ضعیف و ناتوان"، "کم هوش" و " یا "بی استعداد" است. حسینی (۱۳۹۱) نیز عزت نفس را عامل مهمی در رفتار علمی و کسب تجربه دلپذیر می‌داند. پژوهش‌های مختلف صورت گرفته توسط ذراتی (۱۳۸۴)، احدی و همکاران (۱۳۸۸)، برقیان (۱۳۹۱) نیز اشاره نموده‌اند که انتساب موفقیت به عوامل درونی می‌تواند نتایج مثبتی را برای فرد در پی داشته باشد. از سوی دیگر طبق نظریه اسناد واینر نیز مشخص شد که حدود نیمی از آزمودنی‌ها (۴۸/۴ درصد) پس از موفقیت در بازیابی اطلاعات، علت موفقیت را به تلاش صورت گرفته توسط خود و در هنگام شکست علت آن را به عدم تلاش و ناتوانی خود نسبت دادند (جدول ۲). بر اساس این یافته‌ی پژوهش، کاربرانی که شکست خورده‌اند به سبب کسب چنین نتیجه‌ای احساس گناه و شرمساری نموده و این امر سبب می‌شود تا در جستجوهای آتی خود نتوانند عملکرد مناسبی را از خود بروز دهند و این دو هیجان فرعی، خود سبب کاهش عزت نفس کاربران خواهند شد. کاربرانی هم که موفقیت خود را به تلاش خود نسبت داده‌اند، هیجان فرعی امید را تجربه خواهند نمود، هیجانی که خود سبب ایجاد انگیزه برای جستجوهای آتی خواهد شد. در پژوهش‌هایی که پیشتر صورت گرفته بود، موردی یافت نشد که به بررسی و تعیین هیجان‌های فرعی بپردازد؛ هیجان‌های فرعی‌ای که خود می‌توانند زمینه‌ساز رفتارهای آتی کاربران گردند.

همچنین یافته دیگر پژوهش نشان داد که کاربرانی که در هنگام موفقیت، علت را به عوامل درونی نسبت دادند، نسبت به افرادی که علت را به عوامل بیرونی نسبت دادند، دارای رضایت بیشتری هستند (جدول ۳). شاید بتوان دلیل این امر را در کسب عزت نفس بیشتر در کاربران دانست؛ چرا که از قابلیت‌های درونی خود احساس شادکامی نموده و در نتیجه رضایت بیشتری را در وجود خود احساس می‌کنند. در مقابل افرادی که عامل موفقیت خود را به عوامل بیرونی نسبت می‌دهند، چون علت را در خارج از وجود خود می‌دانند، رضایت کمتری را احساس می‌کنند. یکی از سبک‌های اسناد ناسالم همین اسناد موفقیت‌ها به عوامل بیرونی است چرا که در نهایت منجر به احساس درماندگی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

می‌شوند؛ زیرا فرد به این ترتیب یاد می‌گیرد که تلاشی نکند یا تلاش کمتری کند و یا تغییر نگرشی در خود ایجاد نکند و در نتیجه به دنبال تقویت توانایی‌های خود در بازیابی اطلاعات نمی‌روند.

همچنین این پژوهش نشان داد که اگر چه بین الگوی انتساب کلی هیجان‌های افراد و الگوی هیجان کاربران در جستجوی ساده رابطه معناداری وجود نداشت (جدول ۴)؛ لیکن بین الگوی انتساب کلی هیجان‌های افراد و الگوی هیجان کاربران در جستجوی دشوار و بازیابی اطلاعات رابطه معناداری وجود داشت (جداول ۵ و ۶). این یافته می‌تواند نشان‌دهنده‌ی این موضوع باشد که می‌توان با تعیین سبک کلی اسناد کاربران، این سبک را در مقوله‌ی بازیابی اطلاعات نیز تعمیم داد و با این روش ضمن شناسایی دلایل اسناد کاربران، تلاش نمود تا اسنادهای درست را تقویت و اسنادهای نادرست را از بین ببریم و به این وسیله زمینه‌ی بازیابی بهتر اطلاعات را فراهم نماییم.

شناخت دلایل و انتساب‌های هیجان‌های کاربران می‌تواند به سه گروه کمک شایانی نماید: نخست به خود کاربران، در درک و شناخت انتساب‌های درست و در نتیجه دستیابی به تجارب هیجانی مثبت؛ دوم به طراحان نظام‌های بازیابی اطلاعات نیز کمک می‌کند تا ضمن شناخت دلایل انتسابی کاربران، در طراحی بهتر نظام‌های بازیابی اطلاعات این انتساب‌ها و هیجان‌های فرعی را نیز مدنظر قرار دهند و نظام‌های کاربرپسندتری را طراحی و تولید نمایند. سوم کتابداران و اطلاع رسانان که می‌توانند با شناسایی انتساب‌های کاربران در هنگام بازیابی اطلاعات و همچنین دادن آموزش‌های سواد اطلاعاتیِ منطبق بر آن انتساب‌ها، به تصحیح خطاهای اِسنادی آنها کمک کنند و در جهت تجربه‌ی هیجان‌های مثبت در جستجوهای کاربران، گام بردارند. بنابراین ضروری است تا کتابداران به عنوان یکی از گروه‌هایی که سعی در بهبود روش‌های بازیابی اطلاعات دارند، نسبت به تسهیل بازیابی اطلاعات در محمل‌های مختلف، اهتمام ورزیده و به این مقوله‌ی نو، توجه نظری و عملی بیشتری داشته باشند.

References

Ahadi, B., Narimani, M., Abolghasemi, A., Asiaie, M. (2009). Investigate the relationship between emotional intelligence, attribution style and self-efficacy and life satisfaction among employed women. Studies in education and Psychology, 10 (1); 117-127. (Persian)

Anon. (1974). Tietosysteemin rakentaminen [Information system design]. Helsinki: Tietojenkäsittelyliitto. Helsinki, Finland (publ. no. 25 (Finnish)

Arapakis , I.; Jose , J.M. and Gray, P.D. (2008) .Affective feedback: an investigation into the role of emotions in the information seeking process. In: 31st Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information. Retrieved from: http://eprints.gla.ac.uk/4825/

Asghari, P., Hafezi, F.,Jamshidi, S. (2010). Relation of Attribution Style and NEO Five Personality Factors with Marital Satisfaction among Female Nurses in Ilam City. Woman and Culture, 1(3); 17-33. (Persin)

Barclay, Erin (2009). 10 Best Uses of the internet. [Retrieved] October 14, 2012, from: http://www.slideshare.net/erinbarclay/10-best-uses-of-the-internet

Barghian, S.(2012). The effect of the training components of emotional intelligence on attachment styles. M.s Dissertation. Ferdowsi University of Mashhad, Education and psychology faculty, education Department. (Persian)

Belkin, N. J. (1996). Intelligent information retrieval: whose intelligence? Paper presented at the Proceedings of the 5th Conference of the Internationales Symposium fur Informationswissenschaft (ISI, 96), (pp. 25-31).Konstanz: University of Kontsanz.

Borlund, P. (2000). Experimental components for the evaluation of interactive information retrieval systems. Journal of Documentation, 56 (1); 71-90.

Brave, S., Hutchinson, K. & Nass, C. (2005). Computers that care: investigating the effects of orientation of emotion exhibited by an embodied computer agent. International Journal of Human-Computer Studies, 62(2); 161-178.

Byström, K. (1999). Task complexity, information types and information sources. Doctoral Dissertation. Tampere: University of Tampere.

Chalmeh, R.(2012). An overview of the attribution theory. [Retrieved] October 14, 2012, from: http://shirazeducation.blogfa.com/post-aspx25. (Persian)

Chen, S. Y., & Macredie, R. (2010). Web-based interaction: A review of three important human factors. International Journal of Information Management, 30(5), pp. 379-387.

Delavar, A. (2012). Research Methods in Education. Tehran: Virayesh. (Persian)

Gedeon, J. A; Rubin, R. E. (1999). Attribution theory and academic library performance evaluation. The Journal of academic librarianship, 25(1); 18-25.

Gorman, F.(2010). Motivation and Emotion. (translated by Karami). Thehran: Danzheh. (Persian)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

graduate students in Birjand and Ferdowsi universities on the basis of Kuhlthau model of information search process. Journal of Information science and technology, 26 (1); 145-166. (Persian)

Poddar, A; Ruthven, I (2010). The Emotional Impact of Search Tasks. Proceedings of the 3rd Information Interaction in Context Symposium, New York: ACM Press, pp. 35-44. Retrieved from: http://www.cis.strath.ac.uk/cis/research/publications/papers/strath_cis_publication_2460.pdf

Rajabi, G., Shahni Yeylagh, M. (2006). The effects of gender and field of study on the attribution styles among high school students in Ahwaz and Psychometric results. Journal of Social Sciences and Humanities (Shiraz University), No 45; 15-32. (Persian)

Rio, J. M. (2008). Motivation and Emotion. (translated by: Seyyed Mohammadi). Thehran; Virayesh. (Persian)

Sahami, M; Mittal, V; Baluja, S; Rowley, H. (2004). The Happy Searcher: Challenges in Web Information Retrieval. In Zhang, Chengqi; Guesgen, Hans W.; Yeap, Wai K. (Eds.), PRICAI 2004: Trends in Artificial Intelligence, pp. 3-12. Berlin Heidelberg: Springer. [Retrieved] October 14, 2012, from: http://robotics.stanford.edu/users/sahami/papers-dir/PRICAI-2004.pdf

Statistical Centre of Iran (2012). The results of statistics of Internet users - 2011. [Retrieved] October 11, 2012, from: https://www.amar.org.ir/Portals/0/Files/abstract/1389/n_IT_89.pdf (Persian)

Wilson, T.D. (1999) "Models in information behaviour research" Journal of Documentation, 55 (3); 249-270. [Retrieved] December 20, 2014, from: http://informationr.net/tdw/publ/papers/1999JDoc.html

Wilson, T.D. (2000). Human information behavior. Informing Science, 3 (2); 49-56, [Retrieved] June 14, 2015, from: http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf

Yazdanpanah, A., Ghasemi, A., Siamian, H., javadian, M. (2011). The Study of the Attributional Style of the Students Studying in Mazandaran University of Medical Sciences in 2008-2009. Journal of Mazandaran University of Medical Sciences, 21(82); 84-88 (Persian).

Zarati, A. (2005). The relationship between emotional intelligence and attachment styles. M.s Dissertation. Ferdowsi University of Mashhad, Education and psychology faculty, Psychology Department. (Persian).

Hosseini, S.M (2013). The influence of interactivity features of databases on scientific behavior: a user perspective survey based on the flow theory. PhD dissertation Ferdowsi University of Mashhad, Education and psychology faculty, Information and Knowledge Department. (Persian)

Hudlicka, Eva.(2003).To feel or not feel: The role of affect in human-computer interaction. International Journal of Human-Computer Studies, No 59; 1-32.

Ingwersen, P. (1992). Information Retrieval Interaction. London: Taylor Graham.

Kim, Kyung-Sun (2008). Effects of emotion control and task on Web searching behavior. Information Processing and Management, Vol 44; 373–385.

Kuhlthau, C. C. (1991). Inside the search process: information seeking from the user's perspective. Journal of American Society for Information Science, 42 (5); 361–371.

Loewenstein, G; Lerner, J. S. (2003). The role of affect in decision making. In R. Davidson; K. Scherer; H. Goldsmith (Eds.), Handbook of affective Science, pp. 619-642 New York: Oxford University Press.

Lopatovska, Irene (2009). Emotional aspects of the online information retrieval process. A Dissertation submitted for the degree of Doctor of Philosophy, School of Communication, Information and Library Studies, The State University of New Jersey.

Ministry of education (2012). teaching guide of Health Psychology. Tehran: Ministry of education. (Persian)

Morris, R. C.(1996). Toward a User-Centered Information Service. (translated by: Farajpahlo). Journal of National Studies on Librarianship and Information Organization, 7 (2); 71-99. (Persian)

Moshfeghi, Yashar. (2012). Role of emotion in information retrieval. PhD thesis, University of Glasgow, College of Science and Engineering, School of Computing Science.

Movahed, A. (2003). The causal relationship between religious attitudes, optimism, mental health and physical health among students of Chamran University. M.s Dissertation. Chamran University of Ahvaz, Education and psychology faculty, Psychology Department. (Persian)

Nahl, D. (2004). Measuring the affective information environment of web searchers. In Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, 41(1); 191-197.

Nahl, D. (2005). Affective load theory (ALT), in Fisher, K.E; Erdelez, S.E; McKechnie, E.G. (Eds), Theories of Information Behavior, Information Today, Medford, NJ; 39-43.

Narmengi, M., Nowkarizi, M. (2010). An investigation on information seeking behaviors of

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]

Human Information Interaction. Vol. 2, No. 4
http://hii.khu.ac.ir
Original Article

Studying Users' Emotions Attribution Style in Information Retrieval Based on Weiner's Emotion Attribution Theory

Hassan Behzadi, Assistant Professor of Knowledge and Information Sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran. hasanbehzadi@um.ac.ir
Azam sanatjoo, Assistant Professor of Knowledge and Information Sciences, Ferdowsi University, Mashhad, Iran. (Corresponding author) sanatjoo@gmail.com
Rahmatollah Fattahi, Full Professor of Knowledge and Information Sciences, Ferdowsi University, Mashhad
Javad Salehi Fadardi, Associate Professor, Psychology, Ferdowsi University, Mashhad

Abstract
Background and Aim: This research aimed to study emotions attribution style of users in information retrieval based on Weiner's theory.
Methods: The survey method was used in this study. Population consisted of graduate students in humanities at Imam Reza (AS) International University. Sample of 72 students was selected. Data was collected by attribution style questionnaire (ASQ) and two researcher made questionnaires.
Results: Research findings showed that users attributed success and failure in information retrieval to internal causes. Also, consistent with Wiener theory, users attribute success to attempts and failure to inability and insufficient effort. On the other hand, it was found that there is significant relationship between users overall attribution style and information retrieval attribution style.
Conclusion: It can be determined that style of user attribution in information retrieval would strengthen correct attributions and destroys incorrect attributions in information retrieval and thereby provided better information retrieval.

Keywords: Attribution Style, Weiner theory, Emotion attribution, Information retrieval, Imam Reza International University (AS).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.1.4]