تعامل انسان و اطلاعات، جلد۴ شماره ۴
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

بررسی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره و محیط‌های اطلاعاتی ارامنه شهر تهران

زاهد بیگدلی: استاد، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
زهرا پورموسوی: کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی و کتابدار نهاد کتابخانه‌های عمومی، اهواز، ایران (نویسنده مسئول).
Zahrapourmosavi@gmail.com

چکیده

دریافت: ۱۳۹۶/۲/۱۸
پذیرش: ۱۳۹۶/۱۰/۷

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر شناسایی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره، میزان آشنایی و بهره‌گیری از اطلاعات و محیط‌های اطلاعاتی ارامنه تهران بوده است.

روش پژوهش: پژوهش پیمایشی از نوع توصیفی- تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل افراد بالاتر از ۱۵ سال ارامنه‌ی تهران است. تعداد کل جامعه آماری، ۳۰۰۰۰ نفر بود که از این تعداد ۲۰۰۰۰ نفر بیشتر از ۱۵ سال سن داشتند. با استفاده از جدول کرجسی- مورگان، ۳۷۷ نفر به عنوان نمونه تعیین گردید.

یافته‌ها: تحلیل داده‌ها نشان داد که محیط‌های اطلاعاتی و میزان استفاده از این محیطها به ترتیب عبارتند از منزل اقوام و دوستان (۵۵/۵ درصد)، محل کار (۴۷/۸ درصد) و کلیسا (۴۷/۵ درصد). همچنین نتایج پژوهش نشان داد که ارامنه نگرش مثبتی نسبت به اطلاعات و نقش مهم آن در زندگی روزمره دارند. بیشترین استفاده از وب‌سایت‌های فارسی و شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان خارج از کشور و کم‌ترین مورد مربوط به استفاده از برنامه‌های فارسی زبان رسانه‌ی ملی بود. بیشترین میزان کسب اطلاعات از طریق رسانه‌های مختلف مربوط به کتاب، مجله و شبکه‌های ماهواره ای بود. ترجیح دادن ارتباط با هم زبانان خود در شبکه‌های اجتماعی، بی توجه بودن کتابخانه‌های عمومی نسبت به فرهنگ ارامنه و نیافتن اطلاعات مورد نیاز درباره‌ی تاریخ و فرهنگ ارامنه در کتابخانه‌های عمومی از دیگر یافته‌های پژوهش هستند.

نتیجه‌گیری: می‌توان چنین نتیجه گرفت که ارامنه تهران مانند بسیاری از اقوام ایرانی دیگر مورد بی مهری کتابخانه‌های عمومی و رسانه‌های داخلی هستند. ضرورت دارد در این زمینه دولت بازنگری اساسی بنماید.

کلیدواژه‌ها: رفتار اطلاع‌یابی، اطلاع یابی زندگی روزمره، مدل الیس، محیط‌های اطلاعات، اقلیت‌ها، ارامنه

مقدمه

به علت ارزش بالای اطلاعات، عصر کنونی را عصر اطلاعات نامیده‌اند. اطلاع‌یابی برای انسان حیاتی و ضروری است زیرا ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که در آن اهمیت اطلاعات برای حل مشکلات و فائق آمدن بر امور جاری زندگی بر همگان روشن است (ری[1]، ۱۳۷۵، مقدمه). از نظر مارچیونینی[2] فرایند اطلاع‌یابی از زندگی انسان نشأت می‌گیرد. انسان‌ها در دنیایی زندگی می‌کنند که مملو از پدیده‌های ناشناخته است و به منظور افزایش آگاهی خود نسبت به پدیده‌ها و درک جهان پیرامونی نیازمند اطلاعات هستند و برای به دست آوردن اطلاعات ناگزیر از اطلاع‌یابی هستند. بیتس[3] بر این باور است که انسان قابلیت سازگاری با شرایط مختلف محیطی و اجتماعی را دارد. انسان‌ها بسیار اجتماعی هستند و بسیاری از آموخته‌ها و تجاربشان را از تعاملات اجتماعی به دست می‌آورند. برای بسیاری از افراد در بیشتر موارد، رفتار اطلاع‌یابی شامل جذب و استفاده از دانش و اطلاعاتی است که در زندگی روزمره با آن برخورد می‌کنند و ۸۰ درصد از دانش خود را از آگاهی‌های ساده از جامعه و محیط طبیعی به دست می‌آورند. همچنین، افراد تمایل به جستجوی اطلاعاتی دارند که به سهولت در دسترس قرار گرفته و ترجیحاً از منابع بین فردی نظیر دوستان، اقوام و یا همکاران به دست آید. بدین ترتیب، به نظر می‌رسد بخش زیادی از اطلاعاتی که دریافت می‌کنیم در یک بافت یا زمینه‌ی اجتماعی و در قالب تعامل با افراد آشنا، اعضای خانواده و دوستانمان حاصل می‌آید.

بیشتر تحقیقات حوزه‌ی اطلاع‌یابی انسان به اطلاع‌یابی در بستر شغل، پژوهش، تحصیل یا دانشگاه متمرکز است، در حال که بیشتر تلاش‌های انسان به هنگام جست‌وجوی اطلاعات، برای اهداف غیرمرتبط با شغل و غیرمرتبط با تحصیل و

[1] Ray
[2] Marchionini
[3] Bates

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

دانشگاه صرف می‌شود. این نوع اطلاع‌یابی موسوم به اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس)[1]است (ساولینن ۱۹۹۵، اسپینک و کول[3]۲۰۰۱). مدل اطلاع‌یابی در بافت شیوه‌ی زندگی توسط ریجو ساولینن پدید آمد. او نشان داد که محیط اطلاعاتی[4]بستر دسترسی به اطلاعات است و می‌تواند بر چگونگی و میزان دسترسی افراد به اطلاعات اثر تشویق کننده یا بازدارنده داشته باشد. محیط اطلاعاتی عنصر مهمی است که نه تنها در ارتباط با امکانات و لوازم و تجهیزات مورد نیاز برای دستیابی به اطلاعات است، بلکه فضا و اتمسفر موجود در آن نیز بر چگونگی رفتار اطلاع یابی افراد تأثیرگذار است. به همین دلیل در چند دهه‌ی اخیر که موضوع اطلاع‌یابی و رفتار اطلاعاتی به طور کلی مورد توجه و مطالعه جدی‌تر قرار گرفته است توجه پژوهشگران به محیط اطلاعاتی یا همان بافت محیطی نیز افزایش یافته است.

محیط اطلاعاتی مفهومی است که اولین بار توسط فیشر و همکاران[5](۲۰۰۴ و ۲۰۰۵) مطرح شد. پتیگرو[6](فیشر) محیط اطلاعاتی را این گونه تعریف می‌کند: محیط‌های مشترکی که در هنگام تجمع افراد با هدفی خاص به طور گذرا ایجاد می‌شوند، اما پس از مدتی رفتار آن افراد در آن محیط فضایی ایجاد می‌کند که زمینه‌ی اشتراک خود به خودی اطلاعات را فراهم می‌سازد (پتیگرو، ۱۹۹۹). بدیهی است که در جوامع مختلف و با فرهنگ‌های مختلف، محیط اطلاعاتی می‌تواند متفاوت باشد و به نوعی فرهنگ–بسته است.

کشور ایران به واسطه‌ی قدمت تاریخی و شرایط جغرافیایی، محل سکونت و زندگی اقوام مختلفی بوده است. این اقوام مختلف هر کدام دارای آداب، رسوم، باورها، زبان و حتی خط ویژه‌ی خود هستند؛ از سوی دیگر افرادی که دارای آداب، رسوم، آئین‌ها و مناسک خاص خود هستند و به زعم چتمن[7] در جهان کوچک خود زندگی می‌کنند، به واسطه تفاوت‌های بیان شده نیازهای اطلاعاتی متفاوتی از افراد غیرمنسوب به جهان کوچک دارند و ممکن است به گونه‌ای متفاوت با اطلاعات تعامل کنند (زارع، ۱۳۹۱). بنابراین، لزوم توجه به اقلیت‌های قومی و نیازهای اطلاعاتی آنها می‌تواند در شناخت بهتر این اقوام و نیازهای اطلاعاتی‌شان بسیار ضروری باشد و کتابداران بر اساس یافته‌ی پژوهش‌ها می‌توانند گام مؤثری در ارتقای سطح خدمت‌رسانی به آنها بردارند

گروه قومی ارامنه، به عنوان یک اقلیت ملی– مذهبی با زبان، خط، آداب و رسوم و فرهنگ ویژه خود، از قدیمی‌ترین اقوامی هستند که از حدود ۴۰۸ سال پیش به ایران مهاجرت نمودند. ارامنه بدون شک از پیشرفته‌ترین اقلیت‌های مذهبی ایران هستند. اینان در بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی ایران پیش قدم بوده‌اند. از جمله، در زمینه‌های انتشاراتی، اولین روزنامه‌ها و مجله‌های ایران به همت این قوم در ارومیه منتشر شد. به علاوه، سال‌ها پیش از آن ارامنه‌ی ایران نخستین کتب چاپی ایران را عرضه داشتند (رائین، ۱۳۵۶). نداشتن هرگونه اطلاعاتی درباره نیازها، محیط‌های اطلاعاتی، شیوه‌های دسترسی به اطلاعات و به خصوص اطلاعات روزمره ارامنه، و در این مطالعه ارامنه مقیم تهران، موجب می‌شود که نتوان در راستای خدمت رسانی اطلاعاتی به این قوم به نحو کارآمد و مؤثری اقدام نمود.

روش غالب امروزی برای دسترسی به اطلاعات استفاده از فناوری‌های روز و امکانات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی است. نفوذ اینترنت در کشور و شیوع استفاده روزمره از وسایل ارتباطی مانند تلفن همراه و راحتی حضور افراد در محل‌های گوناگون این امکان را پدید آورده است تا مردم علاوه بر استفاده زیاد و همه جانبه از قابلیت‌های این فناوری‌ها، به دلیل سهولت تردد و به مناسبت‌های مختلف و یا ضرورت‌های متنوع در مکان‌های گوناگون حضور داشته باشند و هم به صورت رسمی و هم غیر رسمی به تبادل اطلاعات بپردازند که در زمینه اطلاعات زندگی روزمره معمولا جنبه‌ی غیر رسمی بودن تبادل اطلاعات جنبه‌ی غالب است. با توجه به وجود انواع رسانه‌های مختلف از چاپی گرفته تا الکترونیکی و دیجیتالی، مردم می‌توانند از انواع مجراهای مختلف برای کسب اطلاعات مورد نیاز خود استفاده کنند؛ در این پژوهش تأکید بر مجراها و رسانه‌های مورد استفاده ارامنه تهران برای دسترسی به اطلاعات زندگی روزمره است. بنابراین، لزوم درک نیازهای اطلاعاتی افراد این گروه قومی و توجه به فراهم آوردن مجراهای اطلاعاتی ویژه‌ی آنها، بسیار ضروری می‌نماید. از این رو، پژوهش حاضردر صدد بر آمد تا به این سؤال پاسخ دهد که رفتار اطلاع یابی زندگی روزمره‌ی ارامنه‌ی تهران چگونه است و محیط‌های اطلاعاتی آن‌ها کدام است؟

پرسش‌های پژوهش

---

[1] Everyday Information-Sekking Behavior(ELIS)
[2] .Savolainen
[3] .Spink & Cole
[4] .Information ground(IG)
[5] .Fisher et al
[6] پتیگرو نام پیش از ازدواج کرن فیشر است -Pettigrew
[7] .Chatman

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

۱. ارامنه‌ی تهران ازکدام یک ازمحیط‌های اطلاعاتی و به چه میزان برای دسترسی بـه اطلاعـات زنـدگی روزمـره اسـتفاده می‌کنند؟
۲. نگرش ارامنه‌ی تهران در مورد اطلاعـات زنـدگی روزمـره چیست؟
۳. ارامنه‌ی تهران برای دسترسی به اطلاعات روزمره بـه چـه میزان از رسانه‌های گروهی استفاده می‌کنند؟
۴. ارامنـه‌ی تهـران از رسـانه‌ها و محمل‌هـای اطلاعـاتی بـه زبان‌های فارسی و غیر فارسی به چه میزان استفاده می‌کنند؟
۵. نگرش ارامنه‌ی تهران نسبت به کتابخانـه‌های عمـومی در دسترسی به اطلاعات روزمره چیست؟
۶. نگرش ارامنه‌ی تهران نسـبت بـه محمل‌هـای اطلاعـاتی الکترونیکی در دسترسی به اطلاعات زندگی روزمره چیست؟

پیشینه‌ی پژوهش

این پژوهش دارای دو بعد اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الـیس) و محیط‌هـای اطلاعـاتی اسـت. لـذا در پیشـینه‌ی پـژوهش بـه پژوهش‌های دو حوزه‌ی مورد بحث اشاره شده است.

اگوسـتو[۱] و هیـوز–هاسـل[۲] (۲۰۰۵) رفتـار اطلاع‌یـابی زنـدگی روزمره را در نوجوانان ۱۴ تا ۱۷ سال مورد بررسی قرار دادنـد. نتایج نشان داد که دوستان و خانواده به عنوان منابع ترجیحـی الیس، تلفن‌های همراه به عنوان روش ترجیحی ارتباطـات بـا واسطه و تکالیف مدرسـه و پرسـش‌های مربـوط بـه زمـان، و زندگی اجتماعی به عنوان شایع‌ترین و مهمترین مناطق الـیس هستند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که همـه گروه‌هـای مصاحبه‌شـونده منـابع انسـانی را بـا ترتیـب دوسـتان/خانواده، کارکنان مدرسه و مربیان خدمات مشاوره مدرسـه را بـالاتر از همه منابع اطلاع‌یابی روزمره دیگر ترجیح می‌دادند. رسانه‌های مورد استفاده به ترتیـب تلفـن، تلویزیـون، کـامپیوتر، رادیـو و روزنامه‌ها هستند و موضوعاتی که بیشترین پرس‌وجوها درباره آنها انجام می‌شوند به این ترتیب می‌باشند: موضوعات تکالیف مدرسه، زندگی اجتماعی، فعالیت‌های مربوط به اوقات فراغت، آب و هوا، زندگی روزانه و فرهنگ مردمی.

گری[۳]، سنار[۴] والنس[۵] و زیرو[۶] (۲۰۰۵) رفتـار اطلاع‌یـابی زنـدگی روزمره سالمندان را مطالعه کردند. نتایج نشان داد که سلامتی اولین موضوع مورد علاقه برای جسـتجوی روزمـره اطلاعـات بود و سایر علاقه‌مندی‌ها به ترتیب رخدادهای جـاری، سـفر و سرگرمی‌ها بودند. منبع ترجیحی اولیه برای اطلاعات در مـورد سلامتی، پرستار و پزشـک (۶۰ درصـد)، و بـرای سـرگرمی‌ها روزنامه و مجلـه بـود (۴۰ درصـد). دیگـر منبـع بـزرگ بـرای اطلاعات، روابط چهره به چهره بود. هم‌چنین نتایج نشان دادند که سالمندان ساختارهای شخصی را بـر اسـاس سـرگرمی‌ها، ورزش، فعالیت‌های کلیسـا، امـور داوطلبانـه و خـانواده ایجـاد می‌کنند.

گنایو[۷] (۲۰۱۱) در پایان‌نامه کارشناسی ارشـد خـود بـه بررسـی رفتار اطلاع‌یابی زنـدگی روزمـره، نیازهـا و کانال‌هـای اقلیـت اعضای گروه اوکانیچی ساپونی نیشن پرداخت. نتـایج اینگونـه بود کـه اکثـر پاسـخ‌دهندگان، اطلاع‌یـابی موفـق رخـدادهای زندگی روزمره را در جست‌وجوی پیوسـته اطلاعـات توصـیف کردنـد. کانال‌هـای اطلاعـاتی شـرکت کننـدگان اینترنـت و موتورهای جست و جو، سالمندان و ارتباط چهره به چهـره بـا افـراد و اسـتفاده از کتابخانـه عمـومی عنـوان شـد. هم‌چنـین اینترنت به عنوان منبع اصلی کسب اطلاعات درباره اقلیت‌شان معرفی شد. نتایج پژوهش هم‌چنین نشان داد میـزان موفقیـت افراد در اطلاع‌یابی زندگی روزمره در مقابل اطلاع‌یابی در مورد قبیله متفاوت اسـت و کانال‌هـای بـین فـردی در اطلاع‌یـابی قبیله‌ای اهمیت بسیار زیادی دارد.

ویلیامسون[۸] و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی نقـش رسـانه‌های خبری در فراهم آوردن اطلاعات روزمره بـرای ۳۴ دانشـجوی بین ۱۸ تا ۲۵ سال یکـی از دانشـگاه‌های اسـترالیا را بررسـی نمودند. نتایج پژوهش نشان داد بر خـلاف انتظـار، رسـانه‌های چاپی سنتی هنوز در زندگی افراد جوان نقش دارند و مشـاهده شد که رسانه‌های اجتماعی یک منبـع مهـم بـرای ارتبـاط بـا دوستان خود و نه برای کسب خبر هستند. اطلاع‌یابی هدفمنـد پیوسته بود، اما هم روزنامه های چـاپی و هـم پیوسـته نقـش حتمـی در فـراهم آوردن اطلاعـات زنـدگی روزمـره بـرای دانشجویان داشتند.

نتایج تحقیق سین[۹] و سان کیم[۱۰] (۲۰۱۳) نشـان داد کـه حـدود ۹۷ درصـد از دانشـجویان بـین المللـی بـه طـور مرتـب از شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع‌یابی زنـدگی روزمـره (الـیس) استفاده می‌کردند. نیازهای اطلاعاتی زندگی روزانه دانشجویان شامل تجارت، بهداشت و اخبار کشور محل زندگی خـود بـود. هم‌چنین نتایج نشان داد که شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک

۱. Agosto
۲. Hughes-Hassell
۳. Gray
۴. Snarr
۵. Vallance
۶. Zero
۷. Gneu
۸. Williamson
۹. Sin
۱۰. Sun Kim

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

کانال ارزشمند برای اطلاع‌یابی زندگی روزمره هدفمند خدمت می‌کنند.

درباره‌ی اطلاع‌یابی در زندگی روزمره (الیس) در ایران تنها دو پژوهش انجام شده است. زارع (۱۳۹۱) در پایان نامه دکتری خود رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره مربوط به دو قوم عرب و بختیاری شهرستان اهواز را مورد بررسی قرار داد. نتایج این پژوهش نشان داد که تفاوت‌های فرهنگی و بافت زندگی افراد می‌تواند بر رفتار آنان از جمله رفتار اطلاع‌یابی در بافت زندگی روزمره آنان تأثیرگذار باشد. هم‌چنین استفاده‌ی اندک جامعه‌ی پژوهش از کتابخانه‌های عمومی، رسانه‌های چاپی نظیر کتاب، روزنامه و مجله در بین دو قوم مورد مطالعه یکی از نتایج این پژوهش بود. یافته‌ها هم‌چنین نشان دادکه استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون داخلی در سطحی پایین و استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای به ویژه ماهواره‌های خارجی در حد بالا بود.

نویدی (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره کاربران این نوع شبکه‌ها پرداخت. یافته‌های این پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی نقش‌های مختلفی را در زندگی کاربران ایفا می‌کنند، از جمله سرگرمی، آموزش، ارتباطات و تعاملات، پیگیری اخبار و مطالب مورد علاقه و روزآمد نگه داشتن کاربران. اما آنان با مسائل و چالش‌هایی روبه رو هستند که رفتار اطلاع‌یابی کاربران را تحت تأثیر قرار می‌دهند و کاربران را از جستجوی هدفمند برای کسب اطلاعات مورد نیاز زندگی روزمره‌شان بی نیاز نمی‌کنند.

در مورد محیط اطلاعاتی، این مفهوم از مطالعه‌ی میدانی پتیگرو (۱۹۹۸) در کلینیک پا صورت گرفت. این پژوهش، درباره این که چگونه پرستاران، افراد میانسال و دیگر افراد، اطلاعات انسانی را به اشتراک می‌گذارند به دست آمد. داده‌ها از طریق مشاهده و مصاحبه با ۲۴ پرستار و ۱۰۸ بیمار در ۳۰ کلینیک جمع آوری شد. این مشاهده‌ها نقش کلینیک به عنوان یک زمینه‌ی فیزیکی و اجتماعی که تبادل اطلاعات را ترویج می‌دهد، مورد توجه قرار داد. این پژوهش نشان داد که کلینیک بیماری‌های پا به عنوان محیط اطلاعاتی برای اشتراک غیررسمی اطلاعات در ارتباط با خدمات انسانی عمل می‌کند.

فیشر و همکاران (۲۰۰۴) در پژوهشی قوم نگارانه رفتار اطلاعاتی روزمره ومحیط‌های اطلاعاتی کارگران مزرعه اسپانیایی‌تبار را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که شبکه‌های شخصی سطوح متنوعی از اعتبار را در بین اشخاص دارا می‌باشند و بیشتر از هر منبع اطلاعاتی دیگری مورد استفاده قرار می‌گیرند. همچنین، ۷۱ درصد کاربران نیازهای روزمره خود را ازطریق منابع بین فردی مانند اعضای خانواده، دوستان وآشنایان، ۱۴ درصد ازطریق اینترنت و ۱ درصد توسط کتابخانه مرتفع می کنند. دلایل انتخاب منابع مذکور، قابلیت اعتماد، سهولت دسترسی، آشنایی، سهولت استفاده و برقراری ارتباط، و موانع استفاده از آن‌ها در نداشتن تخصص، بی‌اعتمادی وعدم امکان تعامل رو در رو خلاصه می‌شدند.

فیشر و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهش دیگری عادات اطلاعاتی و محیط‌های اطلاعاتی منطقه ایست کینگ کانتی[1]را مورد مطالعه قرار دادند. یافته‌ها نشان داد که ۳۹/۹ درصد افراد اولین منبع اطلاعاتی خود را اشخاصی می‌دانند که با آنها روابط بسیار صمیمانه‌ای دارند و ۳۹/۴ درصد به اینترنت مراجعه می‌کنند. بیشتر افراد دلیل خود برای انتخاب منبع اطلاعاتی را قابلیت اعتماد و اطمینان منبع اطلاعاتی معرفی کردند. از نظر نوع اطلاعات به دست آمده، توصیه‌های روزمره، سرگرمی ومسافرت ومراقبت‌های بهداشتی بالاترین آمار را به خود اختصاص دادند. متداول‌ترین محیط‌های اطلاعاتی، عبادتگاه‌ها با ۲۴/۴ درصد، محل کار با ۲۲/۳ درصد و باشگاه‌ها وتیم‌ها با ۱۰/۶ درصد شناسایی شدند.

فیشر، لندری[2]و نامر[3](۲۰۰۶) در پژوهشی به ویژگی‌های محیط‌های اطلاعاتی دانشجویان کالج‌های آمریکا با تأکید بر سه عامل اطلاعات، مکان و افراد پرداختند. یافته‌ها نشان دادند که رایج‌ترین محیط‌های اطلاعاتی دانشجویان عبارتند از پردیس دانشگاه (۲۲ درصد) که شامل مناطقی همچون سالن‌ها، استودیوها، محل‌های استراحت، مناطق تمرین نمایش، کلاس درس و مراکز مطالعه می‌باشد. بعد از پردیس دانشگاه، سالن غذاخوری و کافی‌شاپ ۱۷/۵ و گردهمایی‌ها ۱۵/۸ درصد و محل‌های کار ۱۳/۶ درصد، بالاترین آمار رابه خود اختصاص دادند. هم‌چنین دانشجویان بهترین محیط‌های اطلاعاتی خود را رستوران و کافی شاپ، پردیس ومحل کار معرفی کردند.

کاونتس[4]و فیشر (۲۰۰۸) در پژوهشی به بررسی استفاده از خدمات شبکه اجتماعی وسیله-محور به عنوان یک محیط اطلاعاتی پرداختند. این خدمات به کاربران اجازه می‌دهند تا

---

1 East King County
2 Landry
3 Naumer
4 Counts

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

گروه‌های اجتماعی تشکیل دهند و پیام‌های متنی وتصویری به دیگر گروه‌ها بفرستند. نتایج نوع و سودمندی اطلاعات اشتراکی، نقش اطلاعات اشتراکی در زندگی روزمره، سبک سیستم برای تطبیق بین ارتباطات شرکت‌کنندگان و اکو سیستم اجتماعی و سبک‌هایی که درسیستم به عنوان یک محیط اطلاعاتی عمل می‌کنند را به طور برجسته نشان داد. نتایج هم‌چنین نشان دادند که اعضای مورد بررسی، شبکه اجتماعی را به عنوان یک محیط اطلاعاتی قبول دارند و انواع محیط‌های اطلاعاتی ازدیدگاه شرکت‌کنندگان، محیط‌های پیوسته (۲۳/۳ درصد)، گروه‌های اجتماعی (۱۸/۹ درصد) و رستوران‌ها (۱۲ درصد) شناسایی شدند.

در ایران، پژوهش درباره‌ی محیط اطلاعاتی از سابقه‌ی طولانی برخوردار نیست. این نوع مطالعات از دهه‌ی ۱۳۸۰ در قالب پایان نامه آغاز شده است. برای نخستین بار شریفی (۱۳۸۶)درپایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به شناسایی محیط‌های اطلاعاتی کارکنان دانشگاه شهیدچمران اهواز و بررسی رابطه‌ی این عوامل با وضعیت اجتماعی- اقتصادی آن‌ها پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان داد که محیط‌های اطلاعاتی اصلی این کارکنان به ترتیب عبارتند از: دانشگاه یا محل کار، منزل اقوام و دوستان و جشن‌ها. هم‌چنین روش تحلیل عوامل، وجود چهار عامل را برای این محیط‌ها مشخص کرد: ۱. تقویت پایه‌های دانش و تجربه، ۲. تنوع اطلاعات، ۳. غیر رسمی بودن محیط/ سهولت دسترسی به اطلاعات، و ۴. طرح مباحث روز.

شیبانی (۱۳۸۹) درپایان‌نامه کارشناسی ارشد خود، به بررسی و شناسایی محیط‌های اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز و رابطه این محیط‌ها با مهارت‌های سواد اطلاعاتی آنان پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان داد که محیط‌های اطلاعاتی اصلی این دانشجویان عبارتند از: محیط سایت کامپیوتر دانشگاه، کتابخانه و خوابگاه. هم‌چنین پراهمیت‌ترین دلایل دانشجویان جهت استفاده از محیط‌های اطلاعاتی عبارتند از حضور افراد خبره و متخصص در آن محیط، آسان بودن برقراری ارتباط، افزایش دانش و تجربیات شخصی در نتیجه تبادل اطلاعات در آن محیط و امکان بر طرف نمودن مسائل مربوط به تحقیق، پروژه وپایان‌نامه از طریق اطلاعات کسب شده از آن محیط. در خصوص سواد اطلاعاتی دانشجویان، در سطح پنج مهارت تعریف شده، از وضعیت مطلوبی برخوردار نبودند و مهارت‌های سواد اطلاعاتی آنان کم بود.

بررسی پشینه‌ها نشان می‌دهد که علی رغم این که در خارج از کشور اقلیت‌ها از نظر اطلاع‌یابی زندگی روزمره مورد مطالعه قرارگرفته‌اند، در ایران تاکنون هیچ‌گونه پژوهشی در این زمینه صورت نگرفته است. در همین راستا، پژوهش حاضر در صدد بررسی اطلاع‌یابی زندگی روزمره و محیط‌های اطلاعاتی ارامنه مقیم تهران بر آمد.

روش

در این پژوهش، جامعه مورد بررسی تمام افراد بالاتر از ۱۵ سال اقلیت ارامنه‌ی ساکن شهرستان تهران بود. تعداد کل جامعه‌ی آماری، طبق برآورد استانداری تهران، حدود ۳۰۰۰۰ نفر بودند (مصاحبه با محمد علی عرفان منش، مشاور استاندار و مدیر کل امور اجتماعی، فرهنگی استان تهران در تاریخ ۱۳۹۲/۸/۸). از این تعداد ۲۰۰۰۰ نفر بیشتر از ۱۵ سال داشتند. با توجه به بزرگ بودن جامعه‌ی پژوهش، تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی- مورگان ، ۳۷۷ نفر تعیین گردید. دلیل انتخاب سن ۱۶ سالگی به عنوان نقطه آستانه جامعه پژوهش آن است که پانزده سالگی را پایان دوره کودکی و نوجوانی می‌دانند(حجازی، ۱۳۸۷) که پس از این سن، فرد وارد دوران جوانی می‌شود. به عقیده پیاژه (نقل در حجازی، ۱۳۸۷) در این سن است که ساختار ذهنی فرد کامل شده و شخصیت وی شکل می‌گیرد. این مرحله، شروع تفکر تجریدی و استدلال قیاسی فرد است. از این رو به نظر می‌رسد که قبل از شانزده سالگی هنوز شخصیت و ساختارهای ذهنی فرد به گونه‌ای نیست که بتواند تصوری درست و منطقی از هویت و نیز استفاده از اطلاعات داشته باشد.

پرسش‌نامه توسط شورای خلیفه‌گری ارامنه تهران در میان محله‌هایی که دارای بیشترین تراکم جمعیت ارامنه بودند، توزیع و جمع آوری شدند. از ۳۷۷ پرسش‌نامه‌ی توزیع شده، در مجموع ۳۲۵ پرسش‌نامه برگردانده شد که در نهایت ۳۱۰ پرسش‌نامه برای تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

پرسش‌نامه شامل دو قسمت شناسایی محیط‌های اطلاعاتی و شناسایی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره (الیس) بود. از این رو برای شناسایی محیط‌های اطلاعاتی از پرسش‌نامه رساله‌ی کارشناسی ارشد شریفی(۱۳۸۶) استفاده شد. روائی و پایایی آن تأیید شده است و مقدار پایایی آن بالاتر از ۰/۸۰ بود. همچنین برای بررسی رفتار اطلاع‌یابی زندگی روزمره(الیس) از پرسش‌نامه رساله‌ی دکتری زارع (۱۳۹۱) استفاده شد. پرسش‌نامه زارع با استفاده از دو پرسش‌نامه بررسی هویت قومی و ملی توسط تقوی نسب(۱۳۸۶) و نواح و تقوی نسب(۱۳۸۸) تهیه شده است که مقدار پایایی آن برای پرسش‌نامه عرب‌ها ۰/۸۶۲ و برای بختیاری‌ها ۰/۸۶۰ بود. برای نمره گذاری پرسش‌نامه از طیف پنج گزینه ای لیکرت

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

استفاده شده است.

روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ی مورد استفاده در پژوهش حاضر، توسط استادان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و علوم اجتماعی مورد تأیید قرار گرفت.

برای سنجش پایایی پرسش‌نامه، تعداد ۵۰ نسخه از پرسش‌نامه در بین ارامنه‌ای که جزو نمونه‌ی مورد نظر این پژوهش نبودند و فقط جهت پایایی پرسش‌نامه از آنها استفاده شد، توزیع و جمع آوری شد. پایایی پرسش‌نامه با استفاده از نسخه‌ی ۱۶ نرم افزار اس پی اس اس و از طریق فرمول آلفای کرونباخ به دست آمد که مقدار پایایی آن ۰/۸۶ می‌باشد.

یافته‌ها

۱. ارامنه‌ی تهران ازکدام یک ازمحیط‌های اطلاعاتی و به چه میزان برای دسترسی به اطلاعات زندگی روزمره استفاده می‌کنند؟

نتایج نشان داد که بیشترین مقدار مربوط به منزل اقوام و دوستان ۵۵/۵ درصد، محل کار ۴۹/۸ درصد و کلیسا ۴۷/۵ درصد، و کمترین مقدار مربوط به اتاق انتظار پزشک ۱۱/۴ درصد، سالن انتظار راه آن ۱۰/۸ درصد و بازار ۱۰/۵ درصد می‌باشد.

اولین محیطی که ارامنه‌ی تهران به عنوان محیط اطلاعاتی خود معرفی نمودند منزل اقوام و دوستان بود، که با پژوهش انجام شده توسط فیشر و همکاران (۲۰۰۷) در ارتباط با نوجوانان ۹ تا ۱۳ ساله که در آن، نوجوانان، منزل دوستان را به عنوان محیط اول اطلاعاتی خود معرفی کرده بودند، همسو است. همچنین با پژوهش شریفی(۱۳۸۶) نیز که دومین محیط اطلاعاتی افراد مورد پژوهش بعد از محیط کار بود همخوانی دارد.

۲. نگرش ارامنه‌ی تهران در مورد اطلاعات زندگی روزمره چیست؟

ارامنه تهران نگرش مثبتی درباره استفاده از اطلاعات و نقش اطلاعات در زندگی روزمره دارند. نگرش آنان بیشترین موافقت خود را با گزینه‌های جستجوی اطلاعات مورد نیاز درباره سفر در صورت مسافرت با ۵۳/۶ درصد، دشوار بودن زندگی روزمره بدون استفاده از اطلاعات با ۴۶/۱ درصد، و استفاده از اطلاعات گوناگون در زندگی روزمره با ۴۴/۵ درصد بیان کرده‌اند.

همان طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، میان گویه‌های مربوط به نگرش ارامنه در مورد اطلاعات زندگی روزمره تفاوت معنی‌دار وجود دارد ($p< ۰/۰۰۱$ ،χ^2=۸۰/۸۷). یعنی اولویت‌بندی گویه‌ها در نزد آزمودنی‌ها یکسان نیست. همچنین آزمون رتبه ای ویل کاکسون در مورد مقایسه‌های زوجی از جمله گویه‌های استفاده از اطلاعات گوناگون در زندگی روزمره و دشوار بودن زندگی روزمره بدون استفاده از

جدول ۱- نتایج آزمون رتبه‌ای فریدمن در مورد سؤال‌های مربوط به اطلاعات زندگی روزمره

حوزه	میانگین رتبه	تعداد	مجذور کا	P
استفاده از اطلاعات گوناگون در زندگی روزمره	۴/۸۳	۳۰۸	۸۰/۸۷	۰/۰۰
دشوار بودن زندگی روزمره بدون استفاده از اطلاعات	۴/۷۷			
داشتن تصویر روشن از ماهیت اطلاعات مورد نیاز در زندگی روزمره	۴/۴۲			
کسب اطلاعات درباره بیماری، در صورت بیمار شدن	۴/۵۷			
جستجوی اطلاعات مورد نیاز درباره سفر در صورت مسافرت	۵/۰۳			
استفاده از تلفن برای کسب اخبار و اطلاعات مورد نیاز در زندگی روزمره	۳/۷۶			
کسب اخبار و اطلاعات مورد نیاز در رابطه با زندگی روزمره از بزرگان ارامنه	۴/۲۶			

جدول ۲ نتایج آزمون رتبه‌ای تکراری فریدمن در مورد دسترسی به اطلاعات از رسانه‌های مختلف

حوزه	میانگین رتبه	تعداد	مجذور کا	P
کتاب	۵/۲۵	۳۰۸	۱۸۴/۱۸	۰/۰۰
مجله	۵/۰۳			
روزنامه	۴/۹۲			
روزنامه‌ها و مجلات داخلی	۴/۲۲			
برنامه‌های رادیوی داخل کشور	۳/۶۵			
برنامه‌های تلویزیون داخل کشور	۳/۸۵			
برنامه‌های رسانه ملی	۴/۱۰			
شبکه‌های ماهواره‌ای	۴/۹۷			

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

اطلاعات (۱/۷۷- =z، ۰۷۶=p)، اطلاعات گوناگون در زندگی روزمره و داشتن تصویر روشن ازماهیت اطلاعات مورد نیاز در زندگی روزمره (۱۲/۴۴- =z، ۰/۰۰۱ >p) و غیره نشان از معنی‌داری و غیرمعنی‌داری این گویه‌ها است.

همان طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، میان گویه‌های مربوط به دسترسی به رسانه‌های گروهی از نظر شرکت کننده‌ها تفاوت معنی‌دار وجود دارد (۰/۰۰۱ >p، ۱۸۴/۱۸=χ^2). یعنی اولویت بندی گویه‌ها در نزد آزمودنی‌ها یکسان نیست. همچنین آزمون رتبه‌ای ویل کاکسون در مورد مقایسه‌های زوجی از جمله گویه‌های کتاب و مجله (۲/۶۱- =z، ۰/۰۰۹ >p) و کتاب و روزنامه (۳/۰۲- =z، ۰/۰۰۳ >p) نشان از معنی داری این گویه‌ها است. یعنی تفاوت معناداری بین کتاب و مجله از لحاظ دسترسی وجود دارد.

۳. ارامنه‌ی تهران برای دسترسی به اطلاعات روزمره به چه میزان از رسانه‌های گروهی استفاده می‌کنند؟

در پاسخ به سؤال سوم پژوهش آزمودنی‌ها از میان پرسش‌های مربوط به استفاده از اطلاعات از رسانه‌های مختلف، بیشترین موافقت خود را به ترتیب با استفاده از کتاب (۳۸/۸ درصد)، مجله (۳۶/۵ درصد) و شبکه‌های ماهواره‌ای (۳۵/۳ درصد) بیان کرده‌اند. به نظر می‌رسد دلیل این امر به سال‌های پیش برمی‌گردد. همانطور که قبلاً ذکر شد، ارامنه نقش اساسی در چاپ کتاب در ایران داشتند. این جریان شاید علت علاقه این قوم را نسبت به اهمیت کتاب در بین آنها را تبیین می‌نماید. اینکه هنوز هم کتاب در بین ارامنه جایگاه مهمی در کسب خبر و اطلاعات در زندگی روزمره آنها دارد شاید بی ارتباط به پیشینه‌ی آنان در تاریخ نباشد.

همان طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، میان گویه‌های مربوط به رسانه‌ها و محمل‌های اطلاعاتی به زبان‌های فارسی از نظر شرکت‌کننده‌ها تفاوت معنی‌دار وجود دارد (۰/۰۰۱ >p، ۲۰/۵۴=χ^2). یعنی اولویت‌بندی گویه‌ها در نزد آزمودنی‌ها یکسان نیست. همچنین آزمون رتبه‌ای ویل کاکسون در مورد مقایسه‌های زوجی از جمله گویه‌های روزنامه‌ها و مجلات فارسی و برنامه‌های فارسی زبان رسانه ملی (۴/۰۹- =z، ۰/۰۰۱ >p)، روزنامه‌ها و مجلات فارسی و وب‌سایت‌های فارسی (۰/۴۳- =z، ۰/۶۶۴=p) نشان از معنی‌داری و غیرمعنی‌داری این گویه‌ها است.

۴ . ارامنه‌ی تهران از رسانه‌ها و محمل‌های اطلاعاتی به زبان‌های فارسی و غیر فارسی به چه میزان استفاده می‌کنند؟

در پاسخ‌های داده شده به سؤال چهارم معلوم شد که ارامنه‌ی تهران از رسانه‌ها و محمل‌های اطلاعاتی به زبان‌های فارسی و غیر فارسی به ترتیب بیشترین استفاده را برای ارتباط و دوستی با ارمنی زبان‌ها در شبکه‌های اجتماعی با ۴۰/۲ درصد و وب سایت‌های ارمنی زبان خارج از کشور با ۳۱/۸ درصد بیان نموده‌اند.

جدول ۳- نتایج آزمون رتبه ای تکراری فریدمن در مورد استفاده از رسانه‌ها و محمل‌های اطلاعاتی به زبان‌های فارسی

حوزه	میانگین رتبه	تعداد	مجذور کا	p
روزنامه‌ها و مجلات فارسی	۲/۵۷	۳۰۸	۲۰/۵۴	۰/۰۰
برنامه‌های فارسی زبان رسانه ملی	۲/۲۵			
وب‌سایت‌های فارسی	۲/۵۷			
شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان خارج از کشور	۲/۶۱			

جدول ۴- نتایج آزمون رتبه‌ای تکراری فریدمن در مورد میزان استفاده از رسانه‌ها و محمل‌های اطلاعاتی به زبان‌های ارمنی

حوزه	میانگین رتبه	تعداد	مجذور کا	P
برنامه‌های ارمنی زبان رسانه ملی	۲/۷۵	۳۰۸	۲۸/۵۵	۰/۰۰
وب‌سایت‌های ارمنی داخل کشور	۲/۹۳			
وب‌سایت‌های ارمنی زبان خارج از کشور	۳/۰۶			
ارتباط و دوستی با ارمنی زبان‌ها در شبکه‌های اجتماعی	۳/۲۹			
درصورت شنیدن خبر از چندین منبع اعتماد به خبر تنها از منبع ارمنی زبان	۲/۹۸			

جدول ۵- نتایج آزمون رتبه‌ای تکراری فریدمن در مورد دسترسی به اطلاعات روزمره نسبت به کتابخانه‌های عمومی

حوزه	میانگین رتبه	تعداد	مجذور کا	P
استفاده از کتابخانه‌های عمومی برای کسب اخبار و اطلاعات روزمره	۲/۳۳	۳۰۸	۷۷/۸۳	۰/۰۰
یافتن کتاب‌های مورد نیاز در کتابخانه‌های عمومی تهران	۲/۴۱			
یافتن اطلاعات موردنیاز درباره تاریخ و فرهنگ ارامنه در کتابخانه‌های عمومی	۲/۳۱			
بی‌توجه بودن کتابخانه‌های عمومی نسبت به فرهنگ ارامنه	۲/۹۵			

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

جدول ۶- نتایج آزمون رتبه‌ای تکراری فریدمن در مورد دسترسی به اطلاعات زندگی روزمره از طریق محمل‌های اطلاعاتی الکترونیکی

حوزه	میانگین رتبه	تعداد	مجذور کا	P
استفاده از اینترنت برای جستجوی اطلاعات مرتبط با زندگی روزمره	۳/۳۷	۳۰۸	۸۱/۳۳	۰/۰۰
کسب اطلاعات موردنیاز زندگی روزمره از سایت‌های غیرارمنی و غیرایرانی	۲/۸۷			
عضویت در شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و توییتر	۳/۰۷			
استفاده از پست الکترونیکی برای رد وبدل کردن اخبار و اطلاعات	۳/۱۰			
استفاده از گپ اینترنتی برای دسترسی به اطلاعات و اخبار موردنیاز در زندگی روزمره	۲/۵۹			

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، میان گویه‌های مربوط به استفاده از رسانه‌ها و محمل‌های اطلاعاتی از نظر شرکت کننده‌ها تفاوت معنی‌دار وجود دارد ($p< ۰/۰۰۱$، χ^2=۲۸/۵۵). یعنی اولویت‌بندی گویه‌ها در نزد آزمودنی‌ها یکی نیست. همچنین آزمون رتبه‌ای ویل کاکسون در مورد مقایسه‌های زوجی از جمله گویه‌های برنامه‌های ارمنی زبان رسانه ملی و وب‌سایت‌های ارمنی داخل کشور (z= −۱/۵۴، p=۰/۱۲۴) و برنامه‌های ارمنی زبان رسانه ملی و وب‌سایت‌های ارمنی زبان خارج از کشور (z= −۲/۲۲، p<۰/۰۲۶) اولی بیانگر عدم تفاوت بین دو گویه و دومی بیانگر تفاوت معنی‌دار بین دو گویه است.

۵. نگرش ارامنه‌ی تهران نسبت به کتابخانه‌های عمومی در دسترسی به اطلاعات روزمره چیست؟

تحلیل پاسخ‌های داده شده به سؤال پنجم در خصوص نگرش ارامنه در دسترسی به اطلاعات از طریق کتابخانه‌های عمومی، حاکی از آن است که کتابخانه‌های عمومی تهران پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی ارامنه نیستند.

همان گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، میان گویه‌های مربوط به دسترسی به کتابخانه‌های عمومی از نظر شرکت‌کننده‌ها تفاوت معنی‌دار وجود دارد ($p< ۰/۰۰۱$، χ^2=۷۷/۸۳). یعنی اولویت بندی گویه‌ها در نزد آزمودنی‌ها یکسان نیست. همچنین آزمون رتبه‌ای ویل کاکسون در مورد مقایسه‌های زوجی از جمله گویه‌های استفاده از کتابخانه‌های عمومی برای کسب اخبار و اطلاعات روزمره و ۱۲ (z= −۰/۹۲، p=۰/۳۵۴) و استفاده از کتابخانه‌های عمومی برای کسب اخبار و اطلاعات روزمره و یافتن اطلاعات مورد نیاز درباره تاریخ و فرهنگ ارامنه در کتابخانه‌های عمومی (z= −۰/۴۶، p=۰/۶۴۲) نشان از عدم تفاوت در اولویت‌بندی این گویه‌ها است.

۶. نگرش ارامنه‌ی تهران نسبت به محمل‌های اطلاعاتی الکترونیکی در دسترسی به اطلاعات زندگی روزمره چیست؟

پاسخ‌های داده شده به سؤال ششم که درباره‌ی میزان دسترسی به اطلاعات زندگی روزمره از طریق محمل‌های اطلاعاتی الکترونیکی است نشان می‌دهد که ارامنه بیشترین استفاده را از اینترنت برای جستجوی اطلاعات مرتبط با زندگی روزمره با ۴۴/۲ درصد و سپس عضویت در شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و توییتر با ۴۲/۷ درصد به عمل می آورند.

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، میان گویه‌های مربوط به دسترسی به محمل‌های الکترونیکی از نظر شرکت کننده‌ها تفاوت معنی‌دار وجود دارد ($p< ۰/۰۰۱$، χ^2=۸۱/۳۳). یعنی اولویت‌بندی در نزد آزمودنی‌ها یکسان نیست. همچنین آزمون رتبه‌ای ویل کاکسون در مورد مقایسه‌های زوجی از جمله گویه‌های استفاده از اینترنت برای جستجوی اطلاعات مرتبط با زندگی روزمره و کسب اطلاعات مورد نیاز زندگی روزمره از سایت‌های غیر ارمنی و غیر ایرانی (z= −۴/۷۸، $p< ۰/۰۰۱$)، استفاده از اینترنت برای جستجوی اطلاعات مرتبط با زندگی روزمره و عضویت در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک وتویتر (z= −۳/۲۱، $p< ۰/۰۰۱$) نشان از معنی‌داری این گویه‌ها است.

بحث و نتیجه‌گیری

سؤال ۱- شاید علت انتخاب منزل اقوام و دوستان به عنوان محیط اول برای تبادل اطلاعات صرف اوقات بیشتر، سهولت ارتباط در این نوع مکان‌ها، سهولت ارتباط رو در رو با هم‌نوعان خویش و اعتماد به افراد حاضر در این مکان‌ها باشد. افراد یک اقلیت خاص معمولاً ترجیح می‌دهند که اوقات بیشتری را با دوستان و آشنایان خود سپری کنند، آنان در ارتباط با غیر از هم قوم خود به صورت محافظه‌کارانه عمل می‌کنند و سعی می‌کنند حتی الامکان افراد غیر از قوم خود را به خلوت و محافل خود راه ندهند. دومین محیط اطلاعاتی انتخاب شده توسط ارامنه محیط کار بود. این یافته‌ی پژوهش با نتایج پژوهش‌های فیشر و همکاران (۲۰۰۴) و فیشر وهمکاران (۲۰۰۵) و همچنین شریفی (۱۳۸۶) همخوانی دارد. دلیل این امر شاید این باشد که افراد تقریباً در تمام روزهای هفته بیشترین زمان خود را در محیط کار سپری می‌کنند،

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

محیط کار محیطی تقریباً دائمی است که اکثر افراد زمان زیادی از عمرشان را درآن می‌گذرانند؛ برقراری ارتباط با افراد حاضر در آن مکان به آسانی انجام می‌شود و افراد در محیط کار خود علائق و تجربه‌های مشترکی دارند.

کلیسا سومین محیط اطلاعاتی ارامنه بود، این یافته با نتایج پژوهش‌های فیشر و همکاران (۲۰۰۴) که به شناسایی محیط‌های اطلاعاتی کشاورزان اسپانیایی مهاجر در شمال غرب اقیانوس آرام پرداختند و محیط‌های اطلاعاتی آنان را کلیسا، مدرسه و محل کار اعلام کرده‌اند همخوانی دارد. فیشر و همکاران (۲۰۰۵) که در پژوهش دیگری محیط‌های اطلاعاتی منطقه‌ی ایست کینگ کانتی را مورد مطالعه قرار دادند، متداول‌ترین محیط‌های اطلاعاتی آنان را عبادتگاه‌ها، محل کار، و باشگاه‌ها بیان کرده‌اند. شاید دلیل این امر این باشد که ارامنه در ایران جمعیت زیادی را تشکیل نمی‌دهند، کلیسا بهترین مکان برای افزایش اطلاعات و حفظ آداب دینی آنهاست. کلیسای ارمنی تنها حالت دینی ندارد، بلکه جنبه ملی هم دارد، و به نظر می‌رسد رفتن به کلیسا هم باعث تقویت حس اجتماعی بین آنها می شود و همچنین اطلاعات فرهنگی و قومی آنها و به نوعی سرمایه‌ی اجتماعی آنان را افزایش می‌دهد. آنان دغدغه‌های نسبتاً مشترکی دارند، به زبان واحدی تکلم می‌کنند که با زبان اکثریت تفاوت دارد، مکان عبادت آنان با توجه به تفاوت دین‌شان با اکثریت نیز فرق دارد، آنان حضور در عبادتگاه‌های مخصوص به خودشان را نیز ارتباط بیشتر با هم کیشان خود می‌دانند که در آن اطلاعات مشترکی رد و بدل می‌شود.

از سوی دیگر، این یافته‌ی پژوهش با نتایج فیشر، لاندری و نامر (۲۰۰۶)، کاونتس و فیشر (۲۰۰۸) و شیبانی (۱۳۸۹) که محیط‌های اطلاعاتی را پردیس دانشگاه، کافی شاپ‌ها، محیط سایت کامپیوتر، کتابخانه و خوابگاه بیان نموده اند، مغایرت دارد.این امر ممکن است به تفاوت ماهیت جوامع مورد پژوهش بستگی داشته باشد.

سوال ۲- دنیای امروز دنیای اطلاعات است، اطلاعات را مهمترین سرمایه‌های جوامع انسانی و از عوامل قدرت و برتری جویی دولت‌ها دانسته‌اند. به همین دلیل، افراد با توجه به زندگی در عصر اطلاعات نگرش مثبتی نسبت به نقش اطلاعات در زندگی روزمره دارند و برای به دست آوردن اطلاعات وقت می‌گذارند. به دلیل اینکه هیچ کدام از پژوهش‌های قبلی در این حوزه نگرش افراد را نسبت اطلاعات مورد پژوهش قرار نداده‌اند، این یافته با نتایج هیچ کدام از پژوهش‌های قبلی قابل مقایسه نیست و این قسمت از ویژگی‌های منحصر به فرد پژوهش حاضر است.

سوال ۳- ترتیب استفاده ارامنه از کتاب (۳۸/۸ درصد)، مجله (۳۶/۵ درصد) و شبکه‌های ماهواره‌ای (۳۵/۳ درصد) با یافته‌های زارع (۱۳۹۱) همخوانی ندارد، یافته‌های زارع نشان داد که دو قوم عرب و بختیاری از رسانه‌های چاپی نظیر کتاب و مجله کم استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، بالا بودن میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره ای و میزان کم استفاده از رادیوی داخلی با دیگر یافته‌های زارع مطابقت دارد. در این پژوهش مشخص شد که کمترین میانگین مربوط به برنامه‌های رادیوی داخل کشور با ۳/۶۵ درصد می‌باشد که این امر ممکن است ناشی از اختصاص وقت کم به برنامه‌های ارمنی زبان، کیفیت پایین برنامه‌ها و جالب نبودن محتوای برنامه‌ها باشد. اجرای برنامه‌های نیم ساعتی که در سه بخش در بامداد، ظهر و شب پخش می‌شود و شامل اخبار ایران، آهنگ‌های سنتی ارمنی، ایرانگردی و گاهی برنامه‌ی دعا می‌شود، تنها سهم بزرگترین اقلیت ساکن ایران در صدا و سیما می‌باشد. طبیعی است که در عصر اینترنت و ماهواره که برنامه‌های به مراتب جذابتری را می‌توان در آن‌ها یافت، محتوای اینگونه برنامه‌ها نمی تواند ارامنه را به سوی برنامه‌های صدا و سیما جذب نماید.

سوال۴- شاید بتوان علت گرایش، ارتباط و دوستی ارامنه به ارمنی زبان‌ها را در ساده‌ترین شکل ممکن اشتراک زبان دانست. ارامنه تعصب خاصی در حفظ زبان خودشان دارند، آنان معتقدند که اجدادشان برای حفظ و نگهداری از زبانشان تلاش‌های بسیار زیادی کردند و مهاجرت‌های بسیاری در سرتاسر تاریخ به سرزمین‌های گوناگون نمودند، تا زبان ارمنی را از تغییر و نابودی نجات دهند. ارامنه خود را مسئول پاسداری از زبان خویش می‌دانند، چون آنرا میراث گرانبهایی از گذشته می‌دانند. پس گرایش به هم صحبتی با همزبانان خود را امری کاملاً طبیعی می‌دانند. همچنین به نظر می‌رسد افراد این قوم در ارتباط با افراد غیر ارمنی با احتیاط عمل می‌کنند. این یافته‌ی پژوهش با یافته‌ی زارع (۱۳۹۱) که به این نتیجه رسیده بود که عرب‌ها مایل به برقراری ارتباط با افراد هم زبان خویش هستند، همخوانی دارد. این یافته‌ی پژوهش با نتایج هیچ‌کدام از پژوهش‌های قبلی خارج از کشور مطابقت ندارد. تفاوت های عمیق فرهنگی ایران با سایر کشورها می تواند علت این امر باشد. همچنین کمترین مورد مربوط به استفاده از برنامه‌های ارمنی زبان رسانه‌ی ملی با ۲۵/۶ درصد است. این امر به نظر می‌رسد به دلیل فقدان برنامه‌ای خاص ارامنه در رسانه‌ی ملی باشد. رسانه‌ی ملی تنها در هفته نیم ساعت برنامه‌ی رادیویی برای ارمنی زبان‌ها پخش می‌کند که قطعاً نمی‌تواند جوابگوی نیازهای اطلاعاتی آنان باشد. برای اقلیت

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

ارامنه به عنوان بیشترین جمعیت اقلیت‌ها در ایران، هیچ برنامه‌ای در سیمای جمهوری اسلامی ایران تهیه نمی‌شود، پس عدم علاقه به رسانه‌ی ملی امری بدیهی به نظر می‌رسد.

سوال۵- دلیل نگرش منفی ارامنه نسبت به کتابخانه های عمومی شاید این باشد که کتابخانه‌های عمومی نسبت به نیازهای اطلاعاتی این اقلیت بی تفاوت هستند یا به طور کلی اطلاعاتی مستند و روزآمد از نیازهای واقعی این اقلیت ندارند. همچنین سهم انتشارات مربوط به اقلیت ارامنه در صد بسیار کمی در بازار نشر کشور را به خود اختصاص داده‌اند. کتاب‌های مربوط به تاریخ این قوم موجود در کتابخانه‌های عمومی مربوط به ۵۰ تا ۶۰ سال پیش هستند. نبود کتاب‌های جدید درباره این قوم باعث شده است که مردم نسبت به این قوم ضعف اطلاعاتی داشته باشند و حتی قوم ارامنه را مترادف با مسیحی بدانند. این نتیجه ی پژوهش حاضر با نتایج پژوهش زارع (۱۳۹۱) همخوانی دارد که عرب‌ها و بختیاری‌های اهواز تمایلی به استفاده از کتابخانه‌های عمومی برای کسب خبر و اطلاعات روزمره ندارند. بدین ترتیب به نظر می رسددر فرایند مجموعه سازی در کتابخانه‌های عمومی نیازهای اطلاعاتی اقوام ایرانی در مورد توجه کافی قرار نمی‌گیرد.

سوال۶- دلیل اقبال ارامنه از اینترنت و شبکه های اجتماعی را شاید بتوان گستردگی استفاده از اینترنت درجامعه دانست. امروزه استفاده از اینترنت یکی از جلوه‌های آشکار دنیای مدرن و ابزاری برای آگاهی، آموزش و سرگرمی نسل جدید به شمار می‌آید. اینترنت در همه جا حضور دارد؛ در خانه، مدرسه، مراکز خرید و حتی در تلفن‌های همراه. افراد با هزینه‌ی کم و در همه جا می‌توانند به اینترنت دسترسی پیدا کنند. شاید محبوبیت اینترنت از این مسئله ناشی می‌شود. شاید بتوان دلیل دیگر گرایش افراد اقلیت ارامنه به اینترنت را تعداد منابع کم غیرمجازی و نبود کتاب‌های کافی و مناسب درباره ارامنه دانست. از سوی دیگر در اینترنت، ارامنه بیشتر می‌توانند با عناصر فرهنگی خود آشنا شده و نوعی همسانی و اشتراک به خصوص در شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک و توییتر پیدا کنند که در سایر محیطها به علت نامأنوس بودن فرهنگ ارامنه برای سایرین و عدم درک صحیح آنها از این قوم، این همسانی و همدلی احساس نمی‌شود. در حقیقت، اینترنت توانسته است به نوعی بستر مناسبی برای رشد سرمایه ی اجتماعی میان افراد اقوام ایجاد نماید. این یافته‌ها با پژوهش زارع (۱۳۹۱) مطابقت ندارد. زارع به این نتیجه رسید که عرب‌ها تمایل چندانی به حضور در محیط اینترنت و شبکه‌های مجازی ندارند و کمتر ترجیح می‌دهند تا اخبار و اطلاعات مورد نیازشان در زندگی روزمره را از طریق اینترنت و وب سایت‌ها (حتی وب سایت های عربی) کسب کنند. شاید تفاوت های اساسی دو قوم و به ویژه محل سکونت دو جامعه ی مورد پژوهش یا تفاوت سطح سواد رسانه ای این دو قوم علت اصلی این تفاوت باشد.

محدودیت‌های پژوهش

مخالفت شورای خلیفه‌گری استان تهران با توزیع پرسش‌نامه توسط پژوهشگر منجر به این شد که پرسش‌نامه‌ها توسط شورای خلیفه‌گری تهران در میان محله‌هایی که دارای بیشترین تراکم جمعیت ارامنه بودند، توزیع و جمع آوری شوند. محدودیت دوم پژوهش این است که نتایج را نمی‌توان به اقوام دیگر تعمیم داد.

پیشنهادهای پژوهش

با توجه به مطالب گفته شده، پیشنهادهای زیر به منظور بهبود شرایط کنونی ارائه می‌شود:

۱. پایین بودن میزان استفاده از رسانه‌هایی همچون رادیو و تلویزیون داخل کشور، لزوم برنامه‌ریزی مسؤلان متصدی این رسانه‌ها برای تولید برنامه‌هایی با کیفیت‌تر و جذاب‌تر با در نظر گرفتن نیازها و علائق اقلیت‌ها و قومیت‌های مختلف را ایجاب می‌کند.

۲. استفاده‌ی کم از کتابخانه‌های عمومی و نگرش منفی نسبت کتابخانه‌های عمومی به دلیل عدم توجه به فرهنگ و تاریخ اقوام از سوی کتابخانه‌ها، ایجاب می‌کند که مسؤلان نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در سیاست‌گذاری‌های خود برای مجموعه‌سازی کتابخانه‌ها دقت بیشتری نمایند و نیازهای اطلاعاتی تمامی افراد را با توجه به تفاوت‌های فرهنگی و شرایط بومی در نظر بگیرند.

۳. میزان استفاده‌ی زیاد از شبکه‌های ماهواره‌ای نشان از ضعف صدا و سیمای ایران در تولید برنامه‌های جذاب برای جذب مخاطب است. پیشنهاد می‌شود برای تولید برنامه‌ها توجه بیشتری به نیازهای اقلیت‌ها و قومیت‌های مختلف شود و ایده‌های جدیدی برای جذب مخاطب در نظر بگیرند.

۴. با توجه به میزان زیاد استفاده از کتاب در بین ارامنه، لازم است نویسندگان، مترجمان و ناشرین توجه بیشتری به نیازهای فرهنگی، خبری و اطلاعاتی این اقلیت کتاب‌دوست و کتاب‌خوان در بازار نشر کنند.

۵. با توجه به اهمیت اطلاعات در زندگی روزمره ارامنه و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

دشـوار بـودن زنـدگی بـدون اطلاعـات، لازم اسـت تـدابیری اندیشیده شود تا دسترسی به کانال‌ها و رسانه‌ها بـرای کسـب اطلاعات مرتبط به زندگی روزمره آسان شود.

References

Adhami, Azam (2004). What is information-seeking and information-seeking behavior? *Etela Rasani Quarterly*. 19(3 & 4), 31-36

Agosto, D. E., & Hughes-Hassell, S. (2005). People, places, and questions: An investigation of the everyday life information-seeking behaviors of urban young adults. *Library & Information Science Research,* 27(2), 141-163.

Counts, S., & Fisher, K. E. (2008, January). Mobile social networking: An information grounds perspective. In *Hawaii International Conference on System Sciences, Proceedings of the 41st Annual (p. 153).IEEE*.

Erfan Manesh, Mohammad Ali (2013). *Interview with Mohammad Ali Erfan Manesh, Governor General's Consultand and Director General for Tehran Social and Cultural Affairs*; 30 October, 2013.

Fisher, K. E., & Naumer, C. M. (2006). Information grounds: Theoretical basis and empirical findings on information flow in social settings. *New Directions in Human Information Behavior (pp.93-111). Springer Netherlands*.

Fisher, K. E., Marcoux, E., Miller, L. S., Sanchez, A., & Cunningham, E. R. (2004). Information behaviour of migrant Hispanic farm workers and their families in the Pacific Northwest. *Information Research*10(1)

Fisher, K., Naumer, C., Durrance, J., Stromski, L., & Christiansen, T. (2005). Something old, something new: Preliminary findings from an exploratory study about people's information habits and information grounds. *Information Research*, 10(2.(

Gneu, Melanie. R (2011). *The Information Seeking Behaviors, Needs and Channels of Members of the Occaneechi Band of the Saponi Nation*. Available at: http://dc.lib.unc.edu/cdm/ref/collection/s_ papers/id/1420 (Accessed on 20 Dec 2013.(

Gray, Julia, Snarr, Melinda, Vallance, Michelle, & Zero, Stephanie (2005). *Seniors and everyday life information seeking.* Available at: http://faculty.washington.edu/harryb/courses/LIS510/Assign_2/Team_9_Seniors.pdf (Accessed on 25 July 2012.

Hejazi, Banafsheh (2008). *Children literature: features and aspects*. Tehran: Roshangar & Women Studies.

Navidi, Fatemeh (2015). Role of online social networks in users' everyday information seeking behavior. *Human and Information Interaction Quarterly*, 2 (1), 50-59.

Pettigrew, K. E. (1999). Waiting for chiropody: contextual results from an ethnographic study of the information behaviour among attendees at community clinics. *Information Processing & Management*, 35(6), 801-817.

Raeen, Esmaeel (1977). *Armenian Iranians*. Tehran: Amir Kabir.

Ray, Kalin (1996). *School libraries: A guide for teacher-libraians*. Translated by Mehrdad Niknam and Neyyereh Emami. Tehran: Office of Board of Trustees of Public Libraries.

Savolainen, R. (1995). Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of "way of life". *Library & Information Science Research*, 17(3), 259-294.

Shaibani, Behnaz (2010). *Identification of information grounds of postgraduate students of Tabriz University and the relationship of these information grounds with students' information literacy skills.* . A masters thesis in Library & Information Science. Tehran, School of Education & Psychology, Shahid Beheshti University.

Sharifi, Somayeh (2007). *Identification and analysis of dimensions of information grounds of Shahid Chamran University Staff, and the relationship among these dimensions andsocio-economical status of the staff*. A masters thesis in Library & Information Science. Ahvaz, School of Education & Psychology, Shahid Chamran University.

Sin, S. C. J., & Kim, K. S. (2013). International students' everyday life information seeking: The informational value of social networking sites. *Library & Information Science Research*, 35(2), 107-116.

Williamson, K., Qayyum, A., Hider, P., & Liu, Y. H. (2012). Young adults and everyday-life information: The role of news media. *Library & Information Science Research*, 34(4), 258-264.

Zare, Amin (2012). *A survey of everyday- life information seeking process with emphasis on life on the round: a study on populated tribes in Ahvaz*. Unpublished doctoral dissertation in Library & Information Science. Ahvaz: School of Education & Psychology, Shahid Chamran University.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]

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

A survey of Everyday -Life Information Seeking (ELIS) and Information Grounds of Armenians in Tehran

Zahed Bigdeli: PhD, Professor, Department of Knowledge & Information Management, Shahid Chamran University Ahvaz, Iran.
Zahra Pourmosavi: MLS, librarian, Public Libraries Institution, Khuzestan, Ahvaz. Iran (Corresponding author).
Zahrapourmosavi@gmail.com

Abstract

Background and Aim: This study attempted to identify Everyday Life Information Seeking (ELIS) and Information Grounds (IG) of Armenians in Tehran .
Methods: The study is of a cross-sectional survey type. The study sample consisted of individuals older than 15 years. Total population was 30,000, of whom 20,000 were over 15 –year-old individuals. Using the Kerjcie– Morgan table, 377 individuals were selected as sample.
Results: Data analysis showed that the kind and amount of use of the Iinformation Grounds were as follows: the home of rlatives and friends (55.5%), workplace (47.8%) and church (47.5%). The results also showed that the Armenians had a positive attitude towards information and its role in everyday life. Most Armenians used Persian websites and Persian-language satellite networks abroad; but they seldom used National Media's Persian-language programs. Armemians obtained most information from various media including books, magazines and satellite networks. They preferred to communicate with other Armenians throught social networks; and believed that public libraries do not consider Armenian culture, and thus, they can not find information about the history and culture of Armenians in public libraries.
Conclusion: It can be concluded that Armenians in Tehran like many other Iranian minorities are deprived of services by public libraries and national media. It is essential for the government to reconsider the issue.

Keywords: Information-seeking behavior, Everyday -life information seeking, ELIS Model, Information grounds, Minorities, Armenians

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-04]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1396.4.4.1.8]