

## Studiul utilizatorilor de informații

lect. univ. Rodica Mandea

### Rezumat

Studiile privind utilizatorii de informații, din ce în ce mai des monitorizate de organismele de informare și documentare, au ca obiectiv identificarea categoriilor de utilizatori și a nevoilor lor specifice de informare. Acest demers este îngreunat de diversitatea modalităților de abordare, de ambiguitatea conceptelor și multitudinea metodelor de investigare folosite. Articolul reprezintă o încercare de trecere în revistă, fără pretenția de exhaustivitate, a diferitelor categorii de studii care se referă la consumatorii de informație, a câtorva exemple privind clasificări ale utilizatorilor și a unor posibile definiții ale conceptelor: "nevoi de informare", "comportamente" și "atitudini" ale utilizatorului, în contextul activităților desfășurate de un serviciu de informare.

### Abstract

The users studies, largely developed over the world by information centers, are aiming to identify the users categories and theirs specific information needs. This application is becoming more difficult as the diversity of the approach modalities, concepts ambiguity and multiplicity of the investigation methods to be used. The article is an attempt to review, without exhaustivity, the various studies conducted to classify users groups and to define concepts as information needs and behaviors, in the context of information services.

**Keywords:** Information Users Studies. Development. Users Categories. Information Needs. Users Behaviors. Information Services

Studiile vizând utilizatorii de informații, comportamentul și nevoile lor specifice sunt larg răspândite în toată lumea, fiind reflexia

dificultăților profunde care există atunci când dorim să ne informăm sau să informăm. Aceste dificultăți sunt provocate de trei factori principali:

- producția de informații, în continuă creștere, ceea ce are drept consecință fenomenul numit „explozia informațiilor”;

- adoptarea, de către sistemele de informare, a unor tehnologii din ce în ce mai sofisticate;

- dezorientarea utilizatorului în fața celor două fenomene amintite.

Acești factori au determinat introducerea în sistemele de informare a unor noi metode de gestiune care să permită maximalizarea schimburilor între serviciile de informare și diferitele categorii de consumatori de informații.

Realizarea studiilor privind utilizatorii de informații ridică însă probleme de abordare, datorate pe de o parte, diversității cadrului în care sunt realizate iar pe de altă parte, ambiguității conceptelor cu care operează.

## **1. Diversitatea studiilor, a utilizatorilor și a nevoilor de informații ale acestora**

Studiile privind consumatorii de informații, nevoile lor, comportamentul și atitudinile acestora, începute în anii '50, s-au dezvoltat considerabil în ultimile două decenii. Multe dintre aceste studii au fost desfășurate de profesioniști în știința informării, de către cercetători în științele sociale și mai recent de cercetători din alte sfere științifice. De asemenea, majoritatea studiilor sunt de origine anglo-saxonă, specialiștii din țările anglofone fiind la originea celor mai importante inovări înregistrate în domeniu, în perioada la care ne referim.

Studiile tratează atât aspectele calitative cât și cele cantitative privind informația și utilizarea acesteia.

*1.1. Studiile care au o abordare istorică* trec în revistă toate fațetele unui sistem de informare în evoluția lor temporală: obiective, gestiune, resurse, metode. În privința utilizatorilor, studiile pleacă de la postulatul că atitudinea acestora față de informație, indiferent că vizează formele sau practicile de folosire, emană din cultura istorică a utilizatorului.

*1.2. Studiile care se înscriu în cadrul statisticii descriptive sau analitice* încearcă definirea utilizatorilor, a comportamentelor și nevoilor acestora, prin cifre: număr de vizite făcute centrelor de informare, număr de cereri adresate, etc. Aplicarea metodelor statistice științei informării a

fost îmbogățită prin utilizarea metodelor bibliometrice care permit nu numai descrierea și analizarea situației ci și evidențierea tendințelor de dezvoltare a fenomenelor studiate în timp și spațiu.

1.3. *Studiile care consideră utilizarea informației ca un fenomen social:* descrierea profilurilor socio-culturale ale utilizatorilor, tipologia și categoriile acestora precum și actul propriu-zis de utilizare a informației - miza pe care acest act îl are pentru diferitele categorii de utilizatori.

1.4. *Studiile care se înscriu în cadrul psihologiei informației* se referă din ce în ce mai mult la psihologia creativității științifice. Sunt analizate comportamentul, atitudinile, motivațiile și practicile utilizatorului în spațiul organismului de informare. Aceste studii includ aspecte privind introducerea noilor tehnologii și impactul acestora asupra practicilor informaționale ale utilizatorilor, întrebarea fundamentală în acest caz fiind dacă noile tehnologii constituie surse reale de modificare a comportamentului utilizatorilor și a gradului de satisfacere a nevoilor acestora. Tot în acest cadru sunt tratate anumite aspecte privind inițierea utilizatorilor în noile tehnologii și efortul depus pentru a se familiariza cu aceste tehnologii, condiție *sine qua non* pentru utilizarea lor eficientă.

1.5. *Studiile care se consacră analizei costurilor și consecințelor* introducerii noilor tehnologii asupra sistemelor de informare sunt cele mai recente. Multiplicarea serviciilor oferite utilizatorilor, conjugată cu dezvoltările tehnologiilor informației, pun centrelor de informare problema costurilor angajate în diferitele operații de prelucrare și difuzare a informației. Acest lucru a determinat elaborarea unor studii de evaluare a performanțelor realizate de centrele de informare, respectiv de produsele de informare care au drept consecință stabilirea unor politici tarifare.

Tendința de aprecia gradul de satisfacție a utilizatorului a fost întărită de dezvoltarea rețelelor automatizate. Acestea au avut un rol deloc neglijabil în apariția și dezvoltarea unei discipline și anume *economia informației*. Cheltuielile mari implicate de investiția și funcționarea acestor rețele au constrâns managerii sistemelor de informare să facă evaluări comparate ale costurilor și ale rezultatelor așteptate și obținute. Două din întrebările la care se ajunge la sfârșitul evaluărilor și la care trebuie să se răspundă sunt următoarele: "noile tehnologii sunt surse de noi cheltuieli?" și "cum se poate face față acestei situații?"

În ciuda numeroaselor studii realizate în fiecare an, în diverse țări, în diverse discipline, sunt puține cele care oferă reguli comune pentru utilizarea

informației. Acestei diversități de contexte în care se înscriu cercetările privind utilizatorii i se adaugă și ambiguitatea conceptelor folosite.

## 2. Ambiguitatea conceptuală

### 2.1 Utilizatorii

Conceptele utilizate pentru a desemna consumatorii de informații și pentru a determina nevoile lor de informare sunt multiple și fac situația mult mai complexă.

Se vorbește despre “cititori”, “beneficiari”, “utilizatori” pentru a desemna *consumatorul de informații*. Acest ultim concept rămâne cel mai la modă în lumea profesioniștilor în informare și documentare iar printr-o convenție ne referim la “cititor” ca la un consumator de servicii și de suporturi tradiționale, în timp ce conceptul “utilizator” desemnează pe consumatorul serviciilor și suporturilor moderne. Noțiunea de consumator de informații poate fi definită fie ca *subiect al activității de informare* - persoană care dorește să-și mențină sau să-și mărească gradul de cunoaștere a unui subiect sau domeniu, în funcție de ultima evoluție a acestuia - fie ca *obiect al activității de informare* - persoană al cărui grad de cunoaștere, respectiv capacitate de informare trebuie asigurate de către un centru de informare, în funcție de ultimele evoluții ale domeniului respectiv.

Pe de alta parte, posibilitățile de acces ale consumatorilor la informații, precum și gradul de interes pe care îl manifestă, sunt variabile, de unde și o distincție larg răspândită între:

- *utilizatori reali*, adică grupuri sau persoane individuale din rândul consumatorilor de informații care știu unde să găsească informația și o folosesc în mod real;

- *utilizatori potențiali*, grupuri sau indivizi din comunitatea consumatorilor de informații care sunt interesați de informație dar nu știu unde să o găsească și, în consecință, nu o utilizează;

- *utilizatori estimați*, grupuri sau indivizi din comunitatea consumatorilor de informații care sunt interesați de informație, știu unde să o găsească dar nu o utilizează, și în fine;

- *non-utilizatorii*, excluși din circuitele informației în motive impuse, de ordin economic, politic sau social.

O altă distincție este cea care repartizează utilizatorii de informații în trei categorii:

- *cercetătorii*

- *practicienii*
- *cadrele de conducere.*

În afară de faptul că este limitativă, această repartitie permite constatarea că nu există frontiere distincte între cele trei categorii, un practician putând fi în același timp și conducător și/sau cercetator.

Mai completă și deci mai funcțională, este tipologia care plecând de la existența în toate societățile, a numeroaselor grupuri de utilizatori efectivi, reali sau potențiali, distinge, în macrosistemul cunoștințelor, patru mari categorii de subsisteme:

- *subsistemul cercetării*
- *subsistemul dezvoltării*
- *subsistemul practicii sau al activităților practice*
- *subsistemul consumului*

În cadrul acestor subsisteme sunt identificate grupe specifice. Astfel, de exemplu, în subsistemul practicii se includ profesiunile cu caracter aplicativ, organizațiile de producție și cele prestatoare de servicii. Caracteristica acestei tipologii este că poate fi aplicată în orice sector economic.

O altă clasificare a utilizatorilor este constituită de:

- *categorii socio-profesionale* - cercetători, ingineri, profesori, studenți, etc.;
- *grupuri de lucru* - laboratoare, catedre, centre de inovare, ateliere de producție ;
- *utilizatori "izolați"* - cei care prin funcția lor socială sau prin preocupările științifice sau tehnice sunt interesați de informație.

O ultimă clasificare pe care o trecem în revistă este cea care consideră utilizatorul ca "*un sistem psihologic*" definit de vârstă, sex, etc. integrat într-un ansamblu de sisteme normalizate, lingvistice, politico-economice. Comportamentul acestui sistem psihologic este influențat, direct sau indirect, de: organizația din care face parte (întreprindere productivă, institut de cercetare, școală ), situația socială, profesiune, sau de alte grupuri cărora le aparține *de facto*.

Plecând de la categoriile exemplificate mai sus, este evident că nevoile de informare sunt diferite. De asemenea, deoarece există o mare întrepătrundere în interiorul fiecărei categorii de utilizatori, aceasta va opera și la nivelul comportamentelor și nevoilor de informare. De exemplu, nevoile vor fi diferite dacă utilizatorii sunt în două categorii mari, diferite și anume: cercetarea și producția. Dar, chiar în cadrul activității de cercetare, există nevoi de informare diferite, în funcție de zona în care lucrează

cercetatorului: cercetare fundamentală, aplicată sau experimentală sau de faptul ca el se ocupă de administrație sau de luarea deciziilor.

## 2.2 Nevoile de informare, comportamentul și atitudinea utilizatorilor

Aceleași ambiguități se evidențiază și când analizăm conceptul “nevoie” care are o semnificație destul de vagă, deoarece are o multitudine de sensuri (lipsă, dorință, cerere etc.).

S-a constatat, de asemenea, că acest concept este influențat de o serie de factori legați de utilizator:

- factori obiectivi, corespunzând realității, cum ar fi caracteristicile socio-profesionale sau comportamentale;
- psihologia individuală care cuprinde motivațiile, atitudinile și opiniile;
- aspirațiile, ca rezultat al întrepătrunderii factorilor mai sus enumerați, și anume așteptările, nevoile, cererile.

Ambiguitatea conceptului “nevoie” a provocat în special economiștii și sociologii să elaboreze mai multe clasificări pentru a schița o ordine de priorități.

Asfel, economiștii au încercat o distincție între:

- *nevoile primare*, reale, fundamentale pentru existența fizică - hrană, îngrijire, securitate -
- și
- *nevoile secundare*, legate de produsele care ne ușurează viața sau de nevoile apărute ca efect al publicității.

Distincția făcută de sociologi se referă tot la două categorii de nevoi:

- *nevoile - obligație* care cuprind nevoile legate de cadrul de viață și a căror satisfacere este vitală (nevoile economice, de securitate și de stabilitate, de exemplu)
- *nevoile - aspirație* care corespund nevoilor ce pot fi satisfăcute într-un viitor mai mult sau mai puțin apropiat și care permit individului să se ridice deasupra condiției sale prezente (nevoile de educație și de informare, de exemplu).

Această clasificare este interesantă datorită dinamicii pe care o sesizează și anume trecerea de la o categorie la alta, facilitată de evoluția socială: nevoia de automatizare a proceselor dintr-o bibliotecă, definită ca o nevoie - aspirație într-o țară în curs de dezvoltare, a trecut în categoria nevoilor - obligație în țările industrializate.

Sociologii au dat și altă interpretare acestei clasificări și anume faptul că ea reflectă mai degrabă o ordine de prioritate bazată pe criterii sociale și politice decât științifice, nevoile existând doar în raport cu obiecte pre-existente.

În cazul particular al *nevoii de informare* se poate spune că existența informațiilor propuse utilizatorilor determină sentimentul de "lipsă" și crearea disponibilităților psihice, intelectuale și economice pentru a investi în informație. Considerând nevoia ca o lipsă subiectivă, anumite bunuri considerate secundare, cum ar fi informația, pot fi apreciate ca esențiale de către anumite categorii de utilizatori sau în anumite societăți, cu grad de dezvoltare mai înalt.

Pe de altă parte, specialiștii în știința informării afirmă că este important să se facă o distincție între *nevoile de informare* (numite și nevoi latente) și *cererile de informare* (definite ca nevoi recunoscute și exprimate). Este evident că nevoile de informare sunt mai numeroase deoarece nu toate se transformă în cereri de informare.

Transformarea unei nevoi de informare în cerere de informare este influențată de o mulțime extrem de complexă de variabile, interdependente, care derivă din rolul de interfața pe care și-l asumă un centru de informare între universul resurselor de informare și populația utilizatorilor. Multe dintre aceste variabile, cum ar fi cele referitoare la resursele de informare (creșterea literaturii în domeniul acoperit de respectivul centru și costul literaturii) sau cele privind utilizatorii care urmează să beneficieze de serviciile acestuia (numărul lor și nivelul educațional) nu sunt sub controlul centrului de informare.

Acești factori trebuie însă recunoscuți și considerați ca având un efect semnificativ asupra factorilor de sistem (accesibilitatea și costul serviciului, viteza de furnizare a informațiilor etc.), aflați sub controlul managerilor respectivului centru.

Este puțin probabil ca un centru de informare să influențeze direct nevoile de informare ale propriilor utilizatori dar în mod sigur poate influența *cererile* prin:

- evaluarea continuă a măsurii în care cererile reflectă în mod complet și univoc nevoile de informare, punctul cheie al acestei rezolvări constituindu-l interacțiunea dintre utilizator și sistemul de informare;
- verificarea periodică a eficienței activităților desfășurate, respectiv a modului în care serviciile oferite satisfac, prompt și precis, cererile de informare înaintate de către utilizator centrului.

Aceste exemple atestă faptul că nevoile își schimbă forma și conținutul în funcție de evoluția istorică a structurilor societăților unde apar și că, indiferent de metodologia propusă, nu putem determina într-un studiu privind nevoile de informare ale utilizatorilor decât cererea care este explicită, respectiv nevoile subiective, recunoscute și exprimate.

O alta sursă de ambiguități o reprezintă *comportamentul utilizatorului* de informații, care este adesea asimilat cu reacția sau *atitudinea* acestuia.

Dupa Van Slype, comportamentul în domeniul informării și documentării se definește prin “caracteristicile dinamice care permit aprecierea unui individ”. Din acest motiv în anchetele efectuate pentru studiile utilizatorului de informații sunt incluse elemente care determină comportamentul acestora:

- informațiile utilizate (cantitate, calitate, formă etc.);
- timpul consumat pentru a se informa ;
- sursele de informare utilizate (canale conventionale, colegii invizibile, frecvența etc.);
- modalități de utilizare a informației (efectivă, imediată, diferită, simpl);
- importanța documentației personale;
- etc.

*Atitudinea* semnifică “predispozițiile personale, cronice sau durabile, care orientează percepția, judecata și reacția, deci puncte de vedere permanente sau stabile, pe care se situează un subiect pentru a judeca conținuturi perceptivă ocazionale“. Aceste elemente care sunt proprii fiecărui utilizator de informații și printre care se numără curiozitatea, tenacitatea, dinamismul, spiritul de echipă sau individualismul, autoritatea, creativitatea, dau studiilor privind utilizatorii o dimensiune particulară.

În sfârșit, comportamentul depinde de motivații, opinii, așteptări, care la rândul lor sunt constituite din numeroase elemente și incluse în studiul utilizatorilor. Se introduce, astfel, o anumită confuzie între semnificațiile proprii comportamentului și cele proprii atitudinii, opiniei sau așteptării a ceea ce își imaginează utilizatorii că le poate oferi un serviciu de informare.

### 3. Concluzii

Există o multitudine de studii privind utilizatorii, derivată din maniera de abordare a acestora: istorică, stastică, socială, psihologică sau economică.



Încercarea de a oferi reguli comune pentru utilizarea informației se izbește, pe lângă diversitatea contextelor în care sunt analizați utilizatorii, de ambiguitatea conceptelor folosite pentru a-i defini / clasifica, pentru a le recunoaște nevoile de informare și comportamentul specific, în dinamica acestora.

Managerii sistemelor de informare trebuie să conștientizeze aceste dificultăți pentru a-și evalua continuu modul în care performanțele serviciilor oferite răspund cererilor și mai ales nevoilor de informare ale propriilor utilizatori.

### Bibliografie selectivă

1. **Atanasiu, Pia**, *Metode și tehnici de lucru pentru sisteme de informare științifică*. București, Editura Didactică și Pedagogică, 1976, 176 pag.
2. **Atherton, P.**, *Manuel pour les systemes et services d'information*. Paris, UNESCO, 1977, 67 pag.
3. **Banciu, Doina**, *Sisteme automatizate de informare și documentare*. București, Editura Tehnica, 1997, 140 pag.
4. **Chaumier, J.**, *Les techniques documentaires*, 6-e ed. Paris, PUF, 1992, 127 pag.
5. **Coover, R. W.**, *User and their Effect on Information Center Administration*. In: "Spec. Libr," 60, nr. 7, 1969, p. 446-456.
6. **Federation des ingenieurs**. *Approche methodologique pour identifier les besoins en information des ingenieurs*, Paris, UNESCO, 1984, 70 pag.
7. **Herring, C.**, *Critics Reviews: The Users's Point of View*. In: "J. Chem Doc." 8 nr. 4, 1968, p. 232-236.
8. **Laine, C.**, *Vers de nouveaux systemes d'information prenant en compte le profil des utilisateurs*. In: Documentaliste. Science d'Information, 31, 1994, p. 142-143.
9. **Manolescu-Chivu, Maria, Lazarescu, Georgeta**, *Metode și sisteme moderne de informare tehnico-științifică*, București, Editura tehnică, 1972, 263 p.
10. **Van Slype, G.**, *Conception et gestion des systemes documentaires*, Paris, Editions d'Organisation, 1979, 134 pag.
11. **Stoica, I.**, *Structuri și relații informaționale în dezvoltarea învățământului și a cercetării românești*. București, Editura Alternative, 1997, 143 pag.
12. **Sutter, E.**, *Service d'information et qualite: comment satisfaire les utilisateurs*. Paris, ADBS, 1992, 153 pag.
13. **Wiesenberger, I.**, *Vytvareni profilu uzivatelu odbornych informaci*. Praga, UVTEI, 1974, 56 pag.
14. \*\*\* *Meeting the information*. In: NORDINFO-NYTT, Helsingfors, 16, nr. 1993, p. 32-39.