



## 2. MOODUL – Infokasutajate infovajadused ja ootused, informatsioon veebilehtedel ja siseveebides

### 3. teema: Infootsinguline käitumine

Nii nagu pole üheselt defineeritav inimese infovajadus, pole seda ka tema infootsinguline käitumine.

Inimeste infokäitumist mõjutab suur hulk asjaolusid: kogemus ja varasemad teadmised andud valdkonnas, otsingukogemused, kognitiivne stiil<sup>1</sup>, iseloomujooned jms.

<sup>1</sup> Kognitiivne stiil on inimeste võime tajuda ja organiseerida ümbritsevast maailmast laekuvat informatsiooni. Seda käsitletakse omadusena, mis jääb vaimsete võimete ja isikuseomaduste vahepeale. Kuna psüühiliste protsesside puhul pole võimalik kindlaid piire seada, kirjeldatakse ka kognitiivseid stiile dihhotoomiate, vastandlike paarismõistete abil. Enimviidatud kognitiivsete stiilide hulka kuuluvad:

a) **kontekstist sõltuv** vs. **kontekstist sõltumatu** – (kontekstist sõltuva mõtlemisstiiliga inimesed kalduvad omandama teadmisi-oskusi konkreetsetes seostes ja olukorras, aga neil võib olla keeruline rakendada sama informatsiooni (teadmisi) mõnes muus valdkonnas. Kontekstist sõltumatu stiiliga inimesele ei valmista probleeme relevantse info ülesleidmine ka erinevatest allikatest. Kontekstist sõltuva kognitiivse stiiliga inimesed soovivad millegi omandamiseks näiteks hästi struktureeritud teabematerjale, kontekstist sõltumatu stiiliga inimestele võib pakkuda palju erinevaid materjale.

b) **järjestikuline** vs. **terviklik** – nn. tervikliku kognitiivse stiiliga inimesed eelistavad keerulise informatsiooni omandamisel luua ülevaatlikku hierarhilist mudelit, kasutades üldistavaid kirjeldusi ja seostades kõike kõigega. „Järjestikulise” stiiliga inimesed eelistavad „materjali läbitöötamist” samm-sammult, keskendudes detailidele ja protseduuridele.

c) **impulsiivne** vs. **refleksiivne** – impulsiivsed inimesed reageerivad küsimustele ja probleemidele kiiresti, tehes sagedamini vigu, leppides esimeste lahendustega. Nn. reflektiivsed inimesed kalduvad analüüsima informatsiooni põhjalikumalt ja kaaluma mitmeid alternatiivseid valikuvariante.

d) **verbaalne** vs. **visuaalne** – osa inimesi saavad paremini aru tekstilisest materjalist, teisi aitab arusaamiseni jõuda pigem visuaalselt esitatud teave – diagrammid, pildid, animatsioonid jms.. Otsene järeldus infodisaini osas oleks nii teksti kui visuaalsete illustatsioonide olemasolu.

## 1. Teadmised ja kogemused teema- või probleemvaldkonnas

Suuremate kogemustega töötajad suudavad leida õigemaid otsisõnu, hinnata leitud teabe relevantsust.

## 2. Otsingukogemus

Kasutajad, kes teavad otsisüsteemide võimalusi, oskavad kasutada erinevaid teid selle leidmiseks, seejuures ei ole määravaks mitte niivõrd infotehnoloogilised eelteadmised, kui just valdkonnapädevus.

## 3. Kognitiivne stiil

Kasutajate käitumist mõjutab see, kuidas nad omandavad uut informatsiooni. Infootsingut mõjutavad erinevused, mis tulenevad analüütilise mõtlemise stiilidest - deduktiivsest või induktiivsest mõtlemisest. Kognitiivse stiili ja infootsingulise käitumise uurimisega on selgitatud välja seaduspärasusi<sup>2</sup> nn. globaalse ja analüütilise kognitiivsete stiilide mõjust infootsingulisele käitumisele. Seejuures nn. globaalse mõtlemisega isikud üritavad jõuda arusaamani kõigist seotud teemavaldkondadest, nn. analüütilised mõtlejad pöörduvad ühe teema poole, mis aitab neil spetsiifilist probleemi lahendada. Enamus inimesi jääb nende kahe äärmuse vahele.

## 4. Eesmärgi iseloom

A. Broder<sup>3</sup> on üldistanud otsingueesmärgid kolme suurde rühma:

- Navigeerimisotsingute eesmärgiks on leida mingi teabe paiknemine (näiteks mõne organisatsiooni veebileht);
- Infootsingu eesmärgiks on leida vajalik teave, informatsioon (Broderi väitel moodustavad sellised ca 50% kõigist otsingutest);
- Transaktsiooniliste otsingute eesmärgiks on teostada mingi veebis vahendatud tegevus.

## 5. Otsimise viis

Otsimise viis sõltub sellest, kuivõrd kasutajad teadvustavad endale, mida otsivad. See võib kõikuda olenevalt konkreetsest teemast, mille puhul inimesed teavad, mida otsivad ja oskavad seda ka kirjeldada kuni otsinguteni, mille puhul on kasutajatel vaid ebamäärane ettekujutus teemavaldkonnast või isegi terminitest, mida selles kasutatakse. Otsingu käigus võib saada lisateadmisi, mis omakorda täpsustavad otsingueesmäärke. Nn.

<sup>2</sup> Ford, N.J., Wilson, T.D. Information seeking and mediated searching. Part 4. Cognitive styles in information seeking analysis. In N.J. Ford, T.D. Wilson Uncertainty in information seeking, by Professor Tom Wilson, Dr. David Ellis, Nigel Ford, and Allen Foster. Library and Information Commission Research Report 59 ISBN 1 902394 31 3 ISSN 1466-2949 Grant number LIC/RE/019 . Arvutivõrgus: <http://informationr.net/tdw/publ/unis/app7.4.html>

<sup>3</sup> Broder, A. A taxonomy of web search. Arvutivõrgus: <http://www.sigir.org/forum/F2002/broder.pdf>

marjakorjamiselaadse otsingumudeli on avanud Marcia Bates oma paljutsiteeritud artiklis<sup>4</sup>, millest selguvad erinevused traditsioonilise raamatukogus läbiviidava otsinguga:

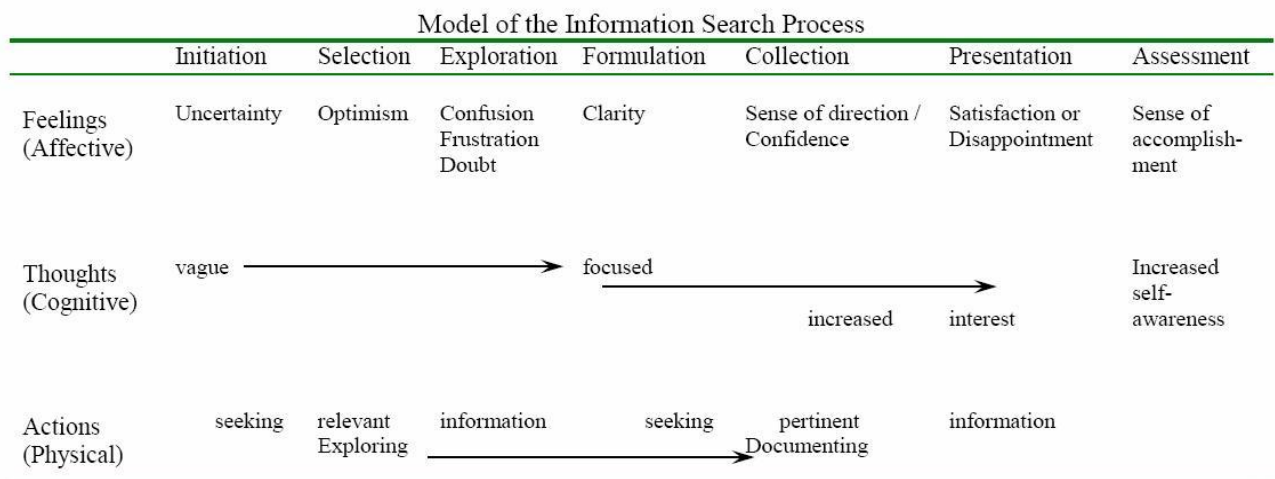
Tüüpilised päringud sidusotsingul pole staatilised, vaid arenevad ja muutuvad; otsijad koguvad informatsiooni tükk-tüki haaval, killustatult, mitte ühe tervikuna; otsijad kasutavad paljusid erinevaid otsitehnikaid ning väga erinevaid allikaid.

## 6. Situatsiooniline idiosünkroonsus

Otsikäitumine muutub ühe ja sama inimese puhul ühe ja sama ülesande täitmisel, sest mõjutavad teineteisest sõltumatult välistingimused (töökeskond, stress, väsimus, huvitatus jms).

Infootsingu kognitiivsetest aspektidest ning sellest lähtuva infosüsteemide projekteerimisest ja hindamisest annab põhjaliku ülevaate Peter Ingwerseni klassikaks kujunenud monograafia „*Information Retrieval Interaction*” (1992) ning koos Kalervo Järveliniga kirjutatud „*The Turn: Integration of Information Seeking and Retrieval in Context*”

C.Kuhlthau poolt esitatud infootsingulise käitumise mudel<sup>5</sup>:



Rosenfeld ja Morville toovad välja neli põhieeldust, millest veebikasutaja oma otsingul lähtub<sup>6</sup>:

- teatud teema (informatsiooni) otsing (kasutaja infovajadused) on selgelt määratletud ja neile on ühesed vastused;

<sup>4</sup> Bates, M.J. The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface. Arvutivõrgus: <http://gseis.ucla.edu/faculty/bates/berrypicking.html>

<sup>5</sup> Kuhlthau, C. Information Search Process  
[http://comminfo.rutgers.edu/~kuhlthau/information\\_search\\_process.htm](http://comminfo.rutgers.edu/~kuhlthau/information_search_process.htm)

<sup>6</sup> Rosenfeld, L. Morville, P. Information Architecture for the World Wide Web.

- leidumuse otsing (kasutaja üldiselt teab, mida otsib, aga ei oska päringut sõnastada või ei tea, kas sellist informatsiooni üldse leidub);
- uuriv, avastav otsing (kasutaja oskab vormistada päringut, aga ei kujuta ette, milline oleks vajatav vastus, seega otsib laiemalt);
- kõikehõlmav, põhjalik otsing (kasutaja soovib teada saada kõike, mis antud teemaga seostub).



Loe läbi : Hearst, M.A. Search user interfaces, peatükk 3: Models of the information seeking process – tekst Moodle`s.

Arutle loetu üle, püüdes vastata küsimustele,  
milliste aspektide poolest kirjeldatud infootsingu mudelid erinevad,  
mille poolest erinevad veebikasutajate otsingumudelid traditsioonilisematest  
infovajaduse ja –otsingu käsitlustest?