

Identifying the Factors Influencing the Serendipitous Acquisition of Information: A Systematic Review

Saba Siamaki¹, Shahnaz Khademizadeh², Mansoor Koohi Rostami³, Bahram Peymannia⁴

- ¹. Ph.D. Student, Department of Knowledge and Information Science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran; saba.siamaki@gmail.com
- ². Associate Professor, Department of Knowledge and Information Science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran (Corresponding Author); sh_khademizadeh@yahoo.com
- ³. Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran; rostami.mk@gmail.com
- ⁴. Assistant Professor, Department of Psychology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran; b.peymannia@scu.ac.ir

Abstract

Purpose: Information behavior includes intentional and unintentional behaviors. One of the unintentional information behaviors is the serendipitous acquisition of information. This type of behavior, which complements the inquiry, has an important role in the learning behaviors and everyday information acquisition by researchers. The occurrence of this type of behavior is influenced by the factors that the present study was conducted to identify.

Method: This systematic review employs the eight-step process of the Okoli review method. The research population includes English articles indexed in the Web of Science (WOS), Scopus, and Persian articles indexed in the Islamic World Science Citation Database (ISC), Scientific Information Database (SID), MagIran, Normagz, and Ensani. After applying the search strategy, the retrieved articles were imported to the EndNote 20 software and duplicate articles were removed. Then, based on the inclusion and exclusion criteria, 40 related articles were studied in order to identify the factors affecting serendipitous acquisition of information.

Results The history of the study of the serendipitous acquisition of information goes back more than three decades. The serendipitous acquisition of information is influenced by internal factors, external factors, and environmental characteristics. Internal factors are influenced by person's psychological and personality characteristics and can be created or managed by the person her/himself. Internal factors include information need, topical knowledge, Sagacity, curiosity, sensitivity, conscientiousness, extroversion, emotions, self-confidence, information literacy, enjoyment of the search process, and education. External factors such as time, status, and place are separate from psychological and personality characteristics of the person and can facilitate serendipity. Some environmental characteristics enables exploration and discovery, ease of access, connectivity, stimulus-richness, enables connections, trigger rich, highlights triggers, variety, contrasts, incompleteness, multi-reachability, and slowability cultivate serendipity. Despite the importance of serendipity in information seeking, it has not attracted the attention of Iranian researchers

Conclusion: Recent advances in information technology and the emergence of Web2 have created new horizons in the ways of obtaining information and have caused an increase in unintentional acquisition of information. Therefore, the way that such behavior occurs, and its effects and results should be investigated. Recognition and control of factors affecting successful acquisition of information could help the search process.

Keywords: Unintentional Acquisition of Information, Serendipity, Serendipitous Acquisition of Information, Unexpected Information, Systematic Review

Article Type: Research Article

Article history: Received: 24 May. 2022; Received in revised form: 08 August. 2022; Accepted: 09 August. 2022

Citation:

Siamaki, S., Khademizadeh, SH., Koohi Rostami, M. & Peyman Nia, B. (2022). Identifying the factors influencing the serendipitous acquisition of information: A systematic review. *Librarianship and Information Organization Studies*, 33(3): 52-75. Doi: [10.30484/NASTINFO.2022.3233.2160](https://doi.org/10.30484/NASTINFO.2022.3233.2160)



شناسایی عوامل مؤثر در کسب خوش اقبالانه اطلاعات: مرور نظام‌مند

صبا سیامکی^۱ ID، شهناز خادمی‌زاده^۲ ID، منصور کوهی‌رستمی^۳ ID، بهرام پیمان‌نیا^۴ ID

^۱ دانشجوی دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران؛ saba.siamaki@gmail.com

^۲ دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول)؛ sh_khademizadeh@yahoo.com

^۳ استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران؛ rostami.mk@gmail.com

^۴ استادیار، گروه روان‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران؛ b.peymannia@scu.ac.ir

چکیده

هدف: رفتار اطلاعاتی شامل رفتارهای عمدی و غیرعمدی است. کسب خوش اقبالانه اطلاعات یکی از نمودهای رفتارهای اطلاعاتی غیرعمدی است. این رفتار به‌منزله یکی از رویکردهای رفتار اطلاعاتی، که مکمل پرس‌وجوست، نقش مهمی در یادگیری و کسب اطلاعات روزمره افراد دارد. بروز این نوع رفتار، تحت تأثیر عواملی است که پژوهش حاضر با هدف شناسایی آن‌ها انجام شده است.

روش: این مطالعه با روش مرور نظام‌مند و با بهره‌گیری از فرایند هشت مرحله‌ای اُکلی انجام شده است. جامعه پژوهش را مقالات انگلیسی نمایه‌شده در پایگاه‌های اطلاعاتی وبگاه علوم و اسکوپوس و مقالات فارسی نمایه‌شده در پایگاه‌های استنادی علوم جهان اسلام، اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، مگ‌ایران، نورمگز و پرتال جامع علوم انسانی تشکیل می‌دهد. پس از حذف مقالات تکراری، براساس معیارهای ورود و خروج تعیین شده، ۴۰ مقاله مرتبط به‌منظور شناسایی عوامل مؤثر در کسب خوش اقبالانه اطلاعات مطالعه شدند.

یافته‌ها: تحلیل مقالات بازبای شده نشان داد که پیشینه مطالعه کسب خوش اقبالانه اطلاعات به بیش از سه دهه می‌رسد. کسب خوش اقبالانه اطلاعات تحت تأثیر عوامل درونی، عوامل بیرونی و ویژگی‌های محیطی قرار دارد. عوامل درونی تحت تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی فرد است و به‌دست خود فرد خلق یا مدیریت می‌شود. عوامل درونی شامل نیاز اطلاعاتی، دانش موضوعی، هوشمندی، کنجکاوی، حساسیت، وظیفه‌شناسی، برون‌گرایی، احساسات، اعتمادبه‌نفس، سواد اطلاعاتی، لذت‌بردن از فرایند جست‌وجو و تحصیلات است. این درحالی است که عوامل بیرونی همانند زمان، وضعیت و مکان جدای از ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی فرد است و سبب تسهیل خوش اقبالی می‌شود. برخی ویژگی‌های محیطی از جمله قابلیت جست‌وجو و اکتشاف، سهولت دسترسی، قابلیت اتصال، غنی از محرک، محرک‌های برجسته، تنوع، تضادها، ناقص‌بودن، دسترسی چندگانه، توقف‌پذیری خوش اقبالی را پرورش می‌دهند. همچنین به‌رغم اهمیت مقوله خوش اقبالی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی، به‌منزله یکی از روش‌های کسب اطلاعات، این حوزه مورد توجه پژوهشگران داخل کشور واقع نشده است و فقر پژوهشی در این زمینه وجود دارد.

نتیجه‌گیری: پیشرفت‌های اخیر در فناوری اطلاعات و ظهور وب ۲ سبب افزایش رفتارهای کسب غیرعمدی اطلاعات شده است؛ بنابراین چگونگی بروز این رفتارها و آثار و نتایج آن‌ها باید بررسی شود. پژوهش‌های انجام‌شده گویای این حقیقت است که جست‌وجوگران براساس عوامل گوناگون، رفتارهای اطلاعاتی متفاوتی بروز می‌دهند. این امر درمورد کسب خوش اقبالانه اطلاعات به‌منزله یکی از انواع رفتارهای اطلاعاتی نیز صدق می‌کند. با شناسایی مناسب و کنترل عوامل مؤثر در کسب خوش اقبالانه اطلاعات کمک شایان توجهی به روند صحیح جست‌وجو به‌دست افراد و یافتن اطلاعات مورد نیاز آن‌ها و توسعه علمی پژوهشگران و استفاده بهینه از اینترنت خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: کسب غیرعمدی اطلاعات، خوش اقبالی، کسب خوش اقبالانه اطلاعات، اطلاعات غیرمنتظره، مرور نظام‌مند

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۱؛ دریافت آخرین اصلاحات: ۱۴۰۱/۰۵/۱۷؛ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸

استناد:

سیامکی، صبا، خادمی‌زاده، شهناز، کوهی رستمی، منصور و پیمان‌نیا، بهرام (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر کسب خوش اقبالانه اطلاعات:

مرور نظام‌مند. *مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۳۳(۳): ۵۲-۷۵. Doi: 10.30484/NASTINFO.2022.3233.2160

مقدمه

مطالعات رفتار اطلاعاتی قلمروی پژوهشی میان‌رشته‌ای است که زمینه‌ای برای بررسی تعاملات فناوری، انسان و اطلاعات پدید می‌آورد. در گذر زمان، انسان با اشکال مختلف زیرساخت‌های فناوری از گوتنبرگ تا دنیای شبکه‌ای مواجه بوده که رفتار اطلاعاتی‌اش را دچار دگرگونی کرده است. ضرب‌بالای نفوذ اینترنت در جوامع گوناگون و افزایش تعداد کاربران اینترنت، گسترش شبکه‌ها و شاهراه‌های اطلاعاتی، ظهور و بروز نسل‌های متکامل و پیشرفته اینترنت همراه، پیدایش شبکه‌های اجتماعی، تکامل نسل‌های متفاوت وب و امثال آن، همگی شواهد محکمی هستند که نشان می‌دهند سه‌گانه فناوری، انسان و اطلاعات یکی از موضوعات مهم و اساسی در پژوهش‌های عصر حاضر است. ابداع وب ۲ به‌دست آریلی^۱ در سال ۲۰۰۴، نقطه عطفی در چشم‌انداز وب بود که به تکامل و اجتماعی‌شدن آن کمک کرد (O'Reilly, 2005)؛ به‌گونه‌ای که اکنون وب‌سایت‌ها یا خدمات آنلاین جزئی از اجزای اجتماعی وب هستند. حرکت از وب به وب اجتماعی با توسعه مداوم اینترنت، پایگاه‌های اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی متنوع عمومی، دانشگاهی و تخصصی سرعت گرفته و بسیاری از جنبه‌های فعالیت‌ها و ارتباطات پژوهشی را تغییر داده است. امروزه پژوهشگران می‌توانند به‌آسانی ایده‌هایشان را در شبکه‌های اجتماعی ارائه دهند، پرسش‌هایشان را مطرح کنند و به پرسش‌های دیگران پاسخ دهند، درباره پژوهش‌هایشان با همکاران به بحث و تبادل نظر بپردازند و آثارشان را به اشتراک بگذارند تا دیگران به سهولت از آن استفاده کنند؛ به‌عبارتی اکوسیستم بسته پژوهش به اکوسیستمی باز تبدیل شده است که نه‌فقط پژوهشگران، بلکه افراد دیگر و با اهداف آموزشی، فرهنگی، اجتماعی و همانند آن می‌توانند درباره پژوهش‌ها بحث کنند و اکتشافات و نوآوری‌های تازه‌ای را به مخاطبان گسترده‌تری ارائه دهند (Erdelez & Makri, 2020).

تمامی این تحولات سبب تغییرات در رفتارهای اطلاعاتی انسان شده است. اگر تعریف ویلسون^۲ (۲۰۰۰) درباره رفتار اطلاعاتی درحکم کلیت رفتار انسان در ارتباط با منابع و مجراهای اطلاعاتی را بپذیریم که دربردارنده اطلاع‌یابی فعال و غیرفعال و کاربرد اطلاعات است، می‌توان گفت که در سایه پیشرفت‌های رخ‌داده در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، احتمال برخورد با اطلاعاتی که منجر به نتایج تصادفی می‌شوند تسهیل (Bjorneborn, 2017) و در عمل، جست‌وجوی غیرفعال (بدون قصد قبلی) گسترش یافته است. درواقع گاهی اطلاعات بدون جست‌وجو یافت می‌شوند و امکان انتقال غیرارادی آن‌ها وجود دارد. یکی از رایج‌ترین و نزدیک‌ترین مفاهیم برای توصیف این پدیده، خوش‌اقبال^۳ در کسب اطلاعات است (Case & Given, 2016) که از اواسط دهه ۱۹۰۰ مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت (Lutz et al, 2017).

توجه به ابعاد مفهومی و کاربردی مفهوم خوش‌اقبال^۴ در متون پژوهشی قدمت زیادی دارد. از زمانی که هوراس والپول^۵، سیاستمدار و نویسنده انگلیسی در سال ۱۷۵۴ تاکنون، اصطلاح خوش‌اقبال^۶ را ابداع کرد (Lu et al, 2012, as cited in Fine & Deegan, 1996) اصطلاحات و تعاریف متعددی برای اشاره به مفهوم و پدیده کشف تصادفی اطلاعات^۵ ارائه شده است، اصطلاحاتی مانند رویارویی اطلاعات^۱، کسب تصادفی اطلاعات^۱، خوش‌اقبال^۱، کسب خوش‌اقبالانه (غیرمترقبانه) اطلاعات^۲ یا

1. O'Reilly

2. Wilson

3. Serendipity

4. Horace Walpole

5. Accidental Discovery of Information (ADI)

6. Information Encountering

مرور اطلاعات^۳ که به‌رغم تفاوت‌های شکلی، از نظر مفهومی بسیار به هم نزدیک‌اند (Lu et al, 2012). اگرچه خوش‌اقبالی اغلب با تصادف و شانس همراه است، اما مفهوم گسترده‌تری دارد و شامل مجموعه‌ای از عوامل داخلی و خارجی است که به وقوع این پدیده منجر می‌شود. **ماکری و بلاندفورد^۴ (۲۰۱۲)** سه عنصر اصلی را در طی مواجهه‌ای خوش‌اقبالانه، یعنی «غیرمنتظره‌بودن»، «بینش فرد» و «ارزش اطلاعات کسب‌شده» مطرح کردند. آن‌ها استدلال کردند که سناریوی کشف تصادفی با «برقراری ارتباط جدید» آغاز می‌شود که ترکیبی از غیرمنتظره‌بودن و بینش است و چنین ارتباطی این پتانسیل را دارد که به نتیجه‌ای ارزشمند منجر شود. این پدیده تجربه‌ای است با یک جرقه در رابطه با ایده‌ها، اطلاعات یا پدیده‌هایی مشخص شده است که فرد را از مسیر اصلی متوقف می‌کند و به برقراری ارتباطاتی سوق می‌دهد که ممکن است برای وی پیامدهای شخصی، سازمانی، اجتماعی و یا جهانی داشته باشد. نکته حائز اهمیت در کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات، توانایی برقراری ارتباط است که عمدتاً به میزان عقلانیت/ ادراک‌پذیری مخاطب اطلاعات بستگی دارد. به همین علت است که مواجهه ناگهانی با اطلاعات برای اشخاصی که توانایی جست‌وجو و تحلیل بالاتری دارند به مراتب بیشتر اتفاق می‌افتد.

مرور پژوهش‌های نظری و عملی در سال‌های اخیر نشان می‌دهد که نقش اساسی خوش‌اقبالی در نحوه یافتن، کشف و یادگیری در همه مسیرها و مشاغل زندگی اثرگذار بوده است (Bandura, 1982). زمینه‌های پژوهشی همانند حوادث زندگی روزمره (Bogers & Björneborn, 2013)، بازی و خلاقیت (André et al, 2009 ; Anderson, 2013)، خواندن و لذت (Ross, 1999)، یادگیری خودجوش (Gopnik, 2011)، بداهه‌نوازی جاز (McBirnie, 2008)، نوآوری (Johnson, 2010)، کارآفرینی (Dew, 2009)، ارتباطات راهبردی (Knudsen & Lemmergaard, 2014)، پژوهش‌های بنیادی (Handelsman, 2015)، پژوهش‌های میان‌رشته‌ای (Darbellay et al, 2014) و بسیاری از زمینه‌ها و منابع دیگر بوده است. در حوزه رفتار اطلاعاتی نیز خوش‌اقبالی با تقویت ارتباطات میان پاره‌های اطلاعاتی پیش‌بینی‌نشده و چارچوب‌های جدید، از تفکر خلاق پشتیبانی کرده (Nutefall, & Ryder, 2010) و جزء اصلی پژوهش‌های جست‌وجوی اطلاعات بوده است (Erdelez & Makri, 2020).

افزایش آگاهی از تأثیر خوش‌اقبالی در گسترش افق‌های اطلاعاتی و مطالعاتی پژوهشگران و علاقه‌مندان خوش‌اقبالی تأثیرگذار بوده است و توجه آن‌ها را به این مسئله جلب کرده است که چگونه می‌توانند چارچوب‌ها و مدل‌های نظری را برای تشریح ابعاد مختلف پدیده خوش‌اقبالی در محیط‌های فیزیکی و دیجیتالی طراحی و آزمون کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که این تلاش‌ها به طراحی چارچوب‌های نظری برای طبقه‌بندی تجربه‌های خوش‌اقبالانه و مدل‌های مبتنی بر آزمایش‌های تجربی با هدف توصیف ماهیت و فرایند خوش‌اقبالی منجر شده است (Erdelez, 1995; Lawley & Tompkins, 2008; McCay-Peet & Toms, 2015; Rubin et al., 2011; Sun et al., 2011; Makri & Blandford, 2012; Zhou et al., 2018). آنچه مسلم است این است که در سایه پیشرفت‌های رخ داده در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، نوع جدیدی از ارتباطات شکل گرفته است؛ به گونه‌ای که کاربران دیگر صرفاً استفاده‌کننده اطلاعات نیستند و خود نیز به تولید محتوا در وب می‌پردازند. این امر موجب افزایش

1. Incidental Information Acquisition
2. Serendipitous Information Acquisition
3. Information Scanning
4. Makri & Blandford

دسترسی و استفاده از انبوه اطلاعات از طریق وبسایت‌های خبری، وبلاگ‌ها، پایگاه‌های اطلاعاتی، شبکه‌های اجتماعی، موتورهای جست‌وجو و بسیاری از خدمات آنلاین دیگر شده است. به همین سبب، احتمال برخورد با اطلاعاتی که منجر به نتایج تصادفی می‌شوند تسهیل یافته است (Bjorneborn, 2017) و خوش‌اقبالی جزء مهمی برای همه علوم به‌ویژه خلاق‌ترین و مهم‌ترین آن‌ها شده است (Friedel, 2001)؛ به‌گونه‌ای که نیوتفول و رایدن (۲۰۱۰) آن را کلید دانش و پژوهش خلاق دانسته‌اند. با توجه به اهمیت کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات به‌منزله یکی از رویکردهای رفتار اطلاعاتی و نقش مهم این پدیده در رفتارهای یادگیری و کسب اطلاعات روزمره افراد و به‌ویژه پژوهشگران در دنیای امروزی، شناسایی بهتر این حوزه از رفتار اطلاعاتی اهمیت ویژه‌ای دارد. همچنین بروز این نوع رفتار اطلاعاتی به عوامل متعددی بستگی دارد که سبب افزایش یا کاهش کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات می‌شود. بنابراین، پژوهش حاضر در نظر دارد با شناسایی عوامل مؤثر در کشف خوش‌اقبالانه اطلاعات به‌منزله بخش جدایی‌ناپذیر رفتار اطلاعاتی و راهی برای دستیابی به اطلاعات، به ارائه تصویر روشن‌تری از عوامل مؤثر در ظهور و بروز این پدیده و پیامدهای آن کمک کند و همچنین فقر پژوهشی و شکاف موجود در این زمینه را پر کند.

روش پژوهش

مطالعه حاضر با استفاده از روش مرور نظام‌مند و فرایند هشت‌مرحله‌ای اُکلی^۱ (۲۰۱۵) انجام شده است. مرور نظام‌مند جامع شکاف‌های پژوهشی را، که به مطالعه تجربی بیشتر یا توسعه مفاهیم نظری جدید احتیاج دارند، شناسایی می‌کند. این روش جامع، بی‌طرفانه، شفاف و تکرارشدنی است (Dixon-Woods et al, 2006). همچنین تعداد درخور ملاحظه‌ای از پژوهش‌های کتابداری و علم اطلاعات با استفاده از روش مرور نظام‌مند انجام شده است (Ullah & Ameen, 2018). پژوهشگران در فرایند اُکلی با ارائه تصویری کامل از مراحل متعدد پژوهش تلاش می‌کنند راهنمایی عملی در اختیار پژوهشگران دیگر قرار دهند و به آن‌ها در گردآوری جامع اطلاعات کمک کنند. همچنین سبب کاهش سوگیری و افزایش قابلیت اعتماد به نتایج پژوهش می‌شوند. مراحل هشت‌گانه فرایند اُکلی عبارت‌اند از:

۱. مشخص کردن هدف^۲: این پژوهش با انجام روش مرور نظام‌مند درصدد پاسخ‌گویی به این پرسش است که عوامل تأثیرگذار در کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات کدام‌اند؟
۲. پیش‌نویس پروتکل (قرارداد ابتدایی) و آموزش گروه بررسی‌کننده^۳: پس از مشخص شدن هدف، قراردادی مبنی بر تعیین بازه زمانی، ابزارهای جست‌وجو، کلیدواژه‌ها، معیارهای ورود و خروج مطالعات و نحوه استخراج داده میان اعضای گروه پژوهشی (سه عضو هیئت علمی دانشگاه و یک دانشجوی دکتری) تنظیم شد.
۳. غربالگری برای ورود^۴: در این مطالعه، چهار محدودیت ورود و خروج برای محدود کردن مطالب بی‌ربط اتخاذ شده است: الف. اولین معیار غربالگری زبان انتشار سند است. اسناد انگلیسی در پایگاه‌های خارجی و اسناد فارسی در پایگاه‌های داخلی که در دسترس بودند در مرور گنجانده، و سایر زبان‌ها برای جلوگیری از سردرگمی و پیچیدگی ترجمه حذف شدند.

1. Okoli

2. Identify the purpose

3. Draft protocol and train the team

4. Apply practical screen

ب. دومین معیار ورود نوع سند است که به ماهیت منابع پذیرفته شده اشاره دارد. فقط اسناد و مدارک منتشر شده در قالب مقالات اصیل پژوهشی و مروری بررسی شدند.

پ. سومین معیار غربالگری دامنه است، یعنی حوزه موضوعی در نظر گرفته شده برای مطالعه. از آن دسته از اسنادی که در رابطه با ابعاد خوش اقبالی و عوامل تأثیرگذار در کسب خوش اقبالی اطلاعات بودند استفاده شد.

ت. آخرین معیار نیز در دسترس بودن متن کامل مقالات است.

به منظور حفظ جامعیت کار، بازه زمانی در نظر گرفته نشد و همه منابع منتشر شده تا جولای ۲۰۲۱ بررسی شد.

۴. جست و جوی منابع^۱: برای جست و جوی منابع لاتین از دو پایگاه وب آوساینس^۲ و اسکوپوس^۳ استفاده شد. وب آوساینس سرویس نمایه سازی استنادی علمی است که عمل جست و جوی استنادی جامعی را فراهم می کند. تا زمان انجام پژوهش در این پایگاه بیش از ۷۰ میلیون مدرک نمایه شده است. پوشش موضوعی این پایگاه در تمامی علوم به ویژه پژوهش های بین رشته ای و بازه های زمانی دلیل دیگری برای انتخاب این پایگاه است. پایگاه داده دیگری که در این بررسی استفاده می شود اسکوپوس است. این پایگاه با بیش از ۷۵ میلیون رکورد و ۲۴۶۰۰ عنوان از ۵ هزار ناشر در سراسر جهان، یکی از بزرگترین مخازن چکیده ها و پایگاه های استنادی است. این دو پایگاه داده نمایه شده به دلیل برجسته بودن و اطمینان از کیفیت مقالات آن ها بررسی شدند. به منظور جست و جوی منابع فارسی، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID)، مگیران، نورمگز، پرتال جامع علوم انسانی و پایگاه استنادی علوم جهان اسلام استفاده خواهد شد.

پس از تعیین پایگاه های داخلی و خارجی، نخست با استفاده از اصطلاحنامه موضوعی لیستا و نیز مرور متون کلیدواژه ها شناسایی شدند و برای ترکیب آن ها، از عملگرهای بولی «و»^۴ و «یا»^۵ استفاده شد. به منظور بازیابی حداکثری مقالات، پس از تدوین راهبرد جست و جو، پژوهش حاضر در اختیار یکی از متخصصان علم اطلاعات و دانش شناسی فعال در حوزه مرور نظام مند قرار گرفت. در پایان، پس از اعمال نظریات اصلاحی، راهبرد نهایی برای جست و جوی منابع تدوین شد (جدول های ۱ و ۲).

جدول ۱- کلیدواژه های جست و جوی منابع لاتین

عملگرهای بولی	OR
AND	serendipit*, unpredict*, unexpect*, opportunistic*, chance, «happy chance», accident*, «happy accident», luck, «good luck», fluke, «good fortune», fortuity*, possib*, probab*, likeli*, coincidence, «happy coincidence», incident*
	«information behavior», «information behaviour», «information seeking», «information browsing», «information retrieval behaviour», «information retrieval behavior», «information discover*», «information Acquisition», «information encounter*», «information exposure», «information searching»

1. Search for literature
2. Web of Science (WoS)
3. Scopus
4. AND
5. OR

جدول ۲- کلیدواژه‌های جست‌وجوی منابع فارسی

عملگرهای بولی	یا
و	خوش‌اقبال*، پیش‌بینی‌نشده*، غیرمنتظره، فرصت‌طلب*، شانس، «شانس خوش»، تصادف*، «تصادف خوش»، اقبال، «اقبال خوب»، اتفاق، «شانس خوب»، بخت*، امکان*، احتمال*، حادثه*
	«رفتار اطلاعاتی»، «جست‌وجوی اطلاعات»، «مرور اطلاعات»، «رفتار بازیابی اطلاعات»، «کشف اطلاعات*»، «کسب اطلاعات»، «برخورد اطلاعات*»، «قرارگرفتن در معرض اطلاعات»، «جست‌وجوی اطلاعات»، «مواجهه اطلاعات»

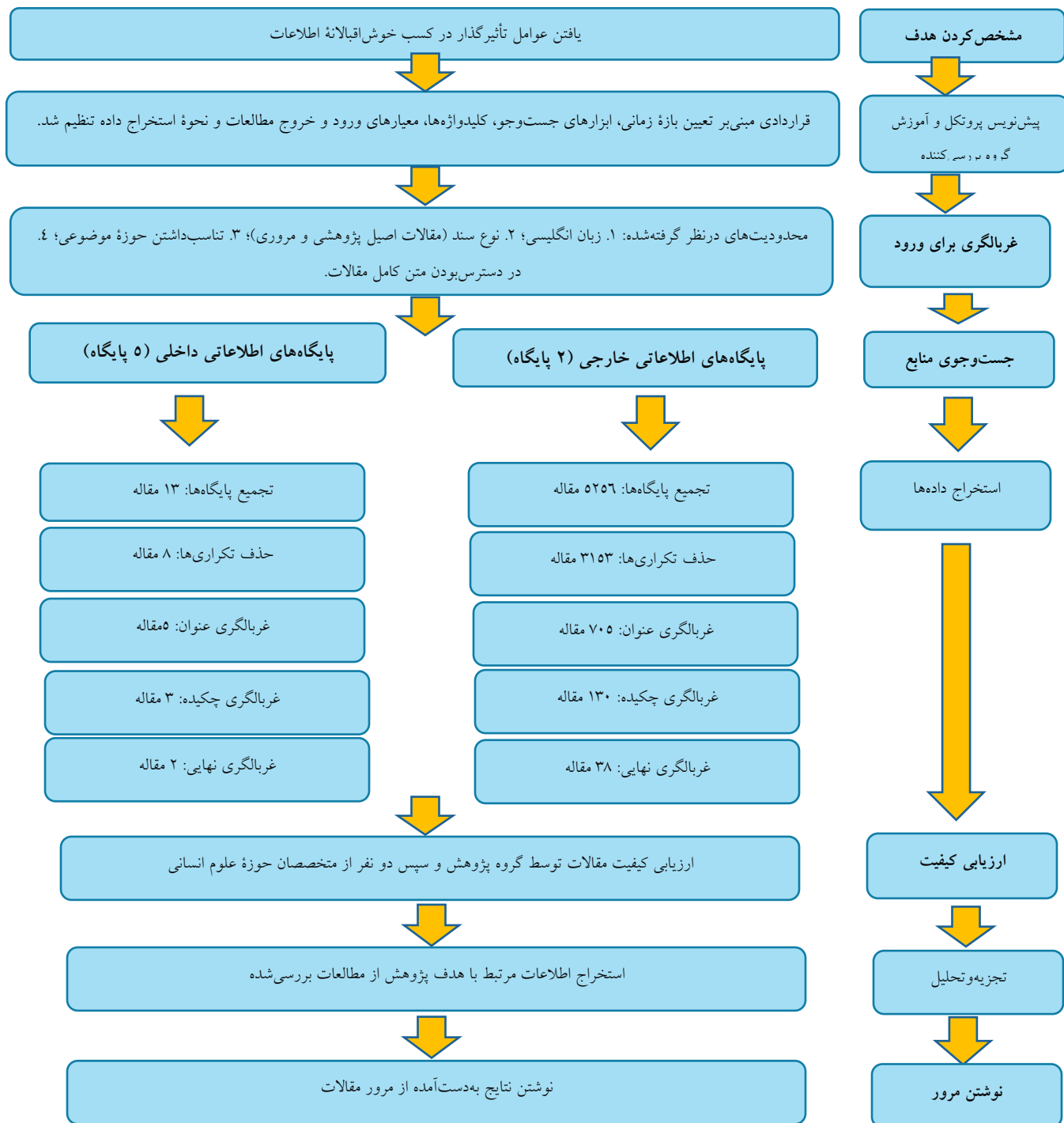
به‌منظور جست‌وجوی پژوهش‌های انجام‌شده، راهبردهای جست‌وجو در پایگاه‌های لاتین به‌صورت زیر اعمال شد:

جدول ۳- راهبرد جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی لاتین

پایگاه اطلاعاتی	راهبرد جست‌وجو
Scopus	TITLE-ABS-KEY (serendipit* OR unpredict* OR unexpect* OR opportunistic* OR chance OR «happy chance» OR accident* OR «happy accident» OR luck OR «good luck» OR fluke OR «good fortune» OR fortuity* OR possib* OR probab* OR likeli* OR coincidence OR «happy coincidence» OR incident*) AND TITLE-ABS-KEY(«information behavior» OR «information behaviour» OR «information seeking» OR «information browsing» OR «information retrieval behaviour» OR «information retrieval behavior» OR «information discover*» OR «information Acquisition» OR «information encounter*» OR «information exposure» OR «information searching»)
Web of Science (WOS)	TS= (serendipit* OR unpredict* OR unexpect* OR opportunistic* OR chance OR "happy chance» OR accident* OR «happy accident» OR luck OR «good luck» OR fluke OR «good fortune» OR fortuity* OR possib* OR probab* OR likeli* OR coincidence OR «happy coincidence» OR incident*) AND TS=(«information behavior» OR «information behaviour» OR «information seeking» OR «information browsing» OR «information retrieval behaviour» OR «information retrieval behavior» OR «information discover*» OR «information Acquisition» OR «information encounter*» OR information exposure» OR «information searching»)

درخصوص پایگاه‌های فارسی، به دلیل نبود راهبرد مشخص و یکسان در پایگاه‌ها، تمامی کلیدواژه‌ها با ترکیب عملگرهای بولی «و» و «یا» در عنوان و موضوع در بخش جست‌وجوی پیشرفته پایگاه‌ها بررسی شد.

۵. استخراج داده‌ها: پس از شناسایی همه مطالعاتی که باید در بررسی قرار گیرند، مرورگران با استفاده از سیاه‌های، اطلاعات قابل استفاده از هر منبع را به‌طور سیستماتیک استخراج کردند.
۶. ارزیابی کیفیت: پس از اینکه گروه پژوهشی کیفیت مقالات بررسی شده را ارزیابی کردند، از نظریات دو متخصص خارج از گروه پژوهش برای ارزیابی مجدد منابع گزینش شده استفاده شد.
۷. مطالعات آمیخته: این مرحله، که به‌منزله تجزیه و تحلیل نیز شناخته می‌شود، شامل تلفیق حقایق استخراج شده از مطالعات با استفاده از تکنیک‌های مناسب، کمی، کیفی یا هر دو است.
۸. نوشتن مرور: علاوه بر اصول استاندارد که در نگارش مقالات پژوهشی رعایت می‌شود، روند مرور نظام‌مند باید با جزئیات کافی گزارش شود؛ به‌طوری که سایر پژوهشگران بتوانند به‌طور مستقل نتایج مروری را مجدداً تولید کنند. پس از ارزیابی اطلاعات، با بررسی مقالات ارزیابی شده و در نظر گرفتن موارد ذکر شده در روش ا کلی، ۴۰ مقاله (۳۸ مقاله انگلیسی و ۲ مقاله فارسی) برای تجزیه و تحلیل نهایی مطالعه شد (نمودار ۱).



نمودار ۱- مراحل مرور نظام‌مند

یافته‌ها

مطالعه دقیق منابع بازیابی شده نشان داد که شروع مطالعات مربوط به عوامل مؤثر در کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات به سال ۱۹۹۵ و پژوهش اردلز برمی‌گردد پس از آن پژوهشگران متعددی به این حوزه پرداخته‌اند. در ادامه به شناسایی، دسته‌بندی و تحلیل این عوامل پرداخته شده است (جدول ۳).

جدول ۳- عوامل مؤثر در کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات

عامل اصلی	متغیر	پژوهشگران
عوامل درونی	نیاز اطلاعاتی	اردلز (۱۹۹۵)، هاینستروم ^۱ (۲۰۰۶)، پالسدوتر ^۲ (۲۰۱۱)، دانتونیو ^۳ و همکاران (۲۰۱۲)، بوگر و بیورنسون ^۴ (۲۰۱۳)، بیسیک و اردلز ^۵ (۲۰۱۵)، جیانگ ^۶ و همکاران (۲۰۱۵)، فان و نیو ^۷ (۲۰۱۸)، ژو ^۸ و همکاران (۲۰۱۸)، اردلز و ماکری (۲۰۲۰)، هراتی (۱۳۹۷)
	دانش موضوعی	اردلز (۲۰۰۴)، طباطبایی و شوره ^۹ (۲۰۰۵)، هاینستروم (۲۰۰۶)، پالسدوتر (۲۰۱۱)، مک‌کی پیت و تامز ^{۱۰} (۲۰۱۵)، ورکمن ^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۴)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۵)، اوهار ^{۱۲} و اردلز (۲۰۱۷)، کانرد و مولر ^{۱۳} (۲۰۱۸)، ژو و همکاران (۲۰۱۸)، برد-میر ^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۹)، ویکز ^{۱۵} و همکاران (۲۰۱۷)، هراتی (۱۳۹۷)
	هوشمندی	اردلز (۲۰۰۴)، هاینستروم (۲۰۰۶)، مک بیرنی ^{۱۶} (۲۰۰۸)، نیوتفول و رایدر ^{۱۷} (۲۰۱۰)، رابین ^{۱۸} و همکاران (۲۰۱۱)، ماکری و بلاندفورد (۲۰۱۲)، ماکری ^{۱۹} و همکاران (۲۰۱۴)، بیسیک و اردلز (۲۰۱۵)، مک‌کی پیت و تامز (۲۰۱۵)، لوتز ^{۲۰} و همکاران (۲۰۱۷)، مک‌کی و همکاران (۲۰۱۹)، بیوکانن ^{۲۱} و همکاران (۲۰۱۸)، ژو و همکاران (۲۰۱۸)

1. Heinström
2. Pálsdóttir
3. Dantonio
4. Bogers & Björneborn
5. Basic & Erdelez
6. Jiang
7. Fan & Nio
8. Zhou
9. Tabatabai & Shore
10. McCay-Peet & Toms
11. Workman
12. O'Hare
13. Conrad & Moeller
14. Bird-Meyer
15. Weeks
16. McBirmie
17. Nutefall & Ryder
18. Rubin
19. Makri
20. Lutz
21. Buchanan

عامل اصلی	متغیر	پژوهشگران
عوامل پژوهشی	کنجکاوی	اردلز (۲۰۰۴)، هاینستروم (۲۰۰۶)، ماکری و بلاندفورد (۲۰۱۲)، آکرستروم ^۱ (۲۰۱۳)، بیسیک و اردلز (۲۰۱۵)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۵)، مک‌کی پیت و تامز (۲۰۱۵)، بیورنبرون ^۲ (۲۰۱۷)، فان و نیو (۲۰۱۸)، لو و چنگ ^۳ (۲۰۲۰)، هراتی (۱۳۹۷)
	حساسیت	اردلز (۱۹۹۵)، بیورنبرون (۲۰۰۸)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۵)
	وظیفه‌شناسی	فاستر و فورد ^۴ (۲۰۰۳)، هاینستروم (۲۰۰۶)، نیوتفول و رایدر (۲۰۱۰)، ماکری و بلاندفورد (۲۰۱۲)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۵)
	برون‌گرایی	هاینستروم (۲۰۰۶)، بیورنبرون (۲۰۰۸)، مک بیرنی (۲۰۰۸)، مک‌کی پیت و تامز (۲۰۱۵)
	احساسات	فاستر و فورد (۲۰۰۳)، هاینستروم (۲۰۰۶)، ماکری و بلاندفورد (۲۰۱۲)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۵)، ژو و همکاران (۲۰۱۸)، هراتی (۱۳۹۷)
	اعتماد به نفس	هاینستروم (۲۰۰۶)
	سواد اطلاعاتی	استوارت ^۵ و بیسیک (۲۰۱۴)، بیسیک و اردلز (۲۰۱۵)، مارتین و کوان‌هانس ^۶ (۲۰۱۶)، لوتز و همکاران (۲۰۱۷)
	لذت بردن از فرایند جست‌وجو	طباطبایی و شوره (۲۰۰۵)، هاینستروم (۲۰۰۶)، مک بیرنی (۲۰۰۸)
	تحصیلات	هراتی (۱۳۹۷)
	عوامل پژوهشی	زمان
وضعیت		مک بیرنی (۲۰۰۸)، یادامسورن ^۸ و اردلز (۲۰۱۰)، پالسدوتر (۲۰۱۱)، دانتونیو و همکاران (۲۰۱۲)، ژو و همکاران (۲۰۱۸)، مک‌کی و همکاران (۲۰۱۹)، میچلستاین و همکاران ^۹ (۲۰۲۰)، اردلز و ماکری (۲۰۲۰)، هراتی (۱۳۹۷)
نوع مکان		مک بیرنی (۲۰۰۸)، سان ^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۱)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۵)، مک‌کی پیت و تامز (۲۰۱۵)، کفالیدو و شارپلز (۲۰۱۶)، مارتین و کوان‌هانس (۲۰۱۶)، ژو و همکاران (۲۰۱۸)، بیوکائن و همکاران (۲۰۱۸)، بیگدلی و غفقیان (۱۳۹۶)

1. Åkerström
2. Björneborn
3. Lu & Cheng
4. Foster & Ford
5. Stewart
6. Martin and Quan-Haase
7. Kefalidou & Sharples
8. Yadamsuren
9. Mitchelstein
10. Sun

عامل اصلی	متغیر	پژوهشگران
فرضیه‌ها	قابلیت جست‌وجو و اکتشاف	بیورنبورن (۲۰۰۸)، ریس (۲۰۱۲)، مارتین و کوان‌هانس (۲۰۱۶)، رویگلیو ^۱ (۲۰۱۹)، هراتی (۱۳۹۷)
	سهولت دسترسی	بیورنبورن (۲۰۰۸)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۵)، مارتین و کوان‌هانس (۲۰۱۶)، بیورنبورن (۲۰۱۷)، هراتی (۱۳۹۷)
	قابلیت اتصال	ریس ^۲ (۲۰۱۲)، ماکری و همکاران (۲۰۱۴)، مک‌کی‌پیت و تامز (۲۰۱۵)، رویگلیو (۲۰۱۹)، لو و چنگ (۲۰۲۰)
	غنی از محرک	بیورنبورن (۲۰۰۸)، مک‌کی‌پیت و تامز (۲۰۱۵)، بیورنبورن (۲۰۱۷)، میچلستاین و همکاران (۲۰۲۰)
	محرک‌های برجسته	بیورنبورن (۲۰۰۸)، مک‌کی‌پیت و تامز (۲۰۱۵)، مارتین و کوان‌هانس (۲۰۱۶)، مک‌کی و همکاران (۲۰۱۹)، لو و چنگ (۲۰۲۰)
	تنوع	بیورنبورن (۲۰۰۸)، ماکری و همکاران (۲۰۱۴)، بیورنبورن (۲۰۱۷)، رویگلیو (۲۰۱۹)، لو و چنگ (۲۰۲۰)، هراتی (۱۳۹۷)
	تضادها	بیورنبورن (۲۰۰۸)، مک‌کی‌پیت و تامز (۲۰۱۵)، بیورنبورن (۲۰۱۷)
	ناقص بودن	بیورنبورن (۲۰۰۸)، مک‌کی‌پیت و تامز (۲۰۱۵)
	دسترسی چندگانه	بیورنبورن (۲۰۰۸)، مک‌کی‌پیت و تامز (۲۰۱۵)، بیورنبورن (۲۰۱۷)، رویگلیو (۲۰۱۹)
	توقف‌پذیری	بیورنبورن (۲۰۰۸)، مک‌کی‌پیت و تامز (۲۰۱۵)

بررسی مقالات نشان می‌دهد که کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات به عوامل گوناگون بستگی دارد. این عوامل به سه دسته عوامل درونی، عوامل بیرونی و ویژگی‌های محیط تقسیم می‌شوند. در ادامه به بررسی این عوامل می‌پردازیم:

الف. عوامل درونی اثرگذار بر کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات

پرورش خوش‌اقبال به ویژگی‌های درونی فرد بستگی دارد. ویژگی‌ها و صفاتی در شخص وجود دارد که به او اجازه می‌دهد خوش‌اقبال را تجربه کند و شخص را مستعد خوش‌اقبال می‌سازد (Merton & Barber, 2004). در ابتدای امر، ممکن است خود فرد این عوامل را ایجاد یا مدیریت کنند. این عوامل عبارت‌اند از:

نیاز اطلاعاتی: از دیدگاه شناختی، نخستین محرک جست‌وجوی اطلاعات در درون افراد ریشه دارد. نیاز اطلاعاتی همان موقعیت شناختی است که فرد در هنگام استفاده از نظام اطلاعاتی در آن قرار دارد (داورپناه، ۱۳۸۸، ص ۸۱). بوگرز و بیورنبورن (۲۰۱۳)

1. Reviglio

2. Race

برای اشاره به نیاز اطلاعاتی به دو نوع پرسش‌های پیش‌رو^۱ و پیشین^۲ اشاره می‌کنند. آن‌ها بر این باورند که پرسش‌های پیش‌رو در واقع نیاز اطلاعاتی مشخصی است که پیش از تعامل فرد با اطلاعات شکل گرفته است. در اینجا قصد و نیت جست‌وجوی اطلاعات مشخص است، اما تعامل با اطلاعات و دست‌یافتن به اطلاعات مکمل پیش‌بینی نشده ممکن است شخص را به مسیرهای غیرمنتظره‌ای سوق دهد و باعث تغییر نگرش وی به نیاز اطلاعاتی‌اش شود؛ مثلاً ممکن است شخص با هدف یافتن کتابی در موضوعی خاص به کتابخانه مراجعه کند، اما به‌صورت غیرمنتظره با کتابی مرتبط و ارزشمند برخورد کند. پرسش‌های پیشین دغدغه‌هایی هستند که در شخص انگیزه‌ای برای جست‌وجو ایجاد نمی‌کنند، اما به‌هرحال وجود دارند و طی برخوردی خوش‌اقبالانه آشکار می‌شوند.

دانش موضوعی^۳: میزان دانش موضوعی مورد نیاز برای خلق لحظه^۴ «یافتم! ... یافتم!» افراد در پاسخ به رویدادهای غیرمنتظره تابع تفاوت‌های فردی، حوزه‌های موضوعی و شرایط تعامل است. دانش موضوعی مبین این است که فردی می‌تواند ارزش اطلاعات کسب‌شده خوش‌اقبالانه را دریابد که صاحب دانش و تجربه در آن زمینه باشد. ادیسون نخستین کسی نبود که ایده لامپ به ذهنش رسید، اما مخترع آن شد؛ زیرا برای تبدیل ایده به محصول از دانش کافی برخوردار بود. باید به این نکته توجه کرد که علاوه بر اهمیت دانش موضوعی در یک رشته یا حوزه مشخص برای پرورش و رشد خوش‌اقبالی، دانش بین‌رشته‌ای نیز حائز اهمیت است (Race & Makri, 2016). جانسون (۲۰۱۰) در پیوند خوش‌اقبالی و نوآوری، به اهمیت گرده‌افشانی متقابل^۵ اشاره می‌کند. گرده‌افشانی متقابل به معنای پیوند ایده‌های بین‌رشته‌ای است. برقراری پیوند بین ایده‌ها و نظریات در دامنه‌های موضوعی مختلف - خواه نتیجه کسب خوش‌اقبالانه باشد یا تلاشی منظم و یکپارچه - می‌تواند به دانشی خلاقانه منتج شود. باید به این نکته توجه کرد که لازمه تشخیص ارزشمندی برخورد خوش‌اقبالانه با اطلاعات توسط فرد، داشتن دانش و تجربه پیشین است؛ در غیر این صورت ممکن است ارزش اطلاعات را درک نکند و آن را تصادف محض و برخوردی اتفاقی در نظر گیرد و به‌سادگی از آن بگذرد.

هوشمندی^۶: افراد هر روز با انبوهی از اطلاعات مواجه می‌شوند که برای پیشبرد اهدافشان باید از میان آن‌ها دست به انتخاب بزنند؛ بنابراین اگر شخص هوشیار باشد، می‌تواند به اطلاعات بالقوه مفید توجه کند. مدل پنیر سوئیسی^۶ مگری و بلاندفورد (۲۰۱۲الف) نشان داد که خوش‌اقبالی به احتمال زیاد در محیطی فیزیکی و رسانه بدون فشار زمانی رخ می‌دهد، جایی که فرد (آگاهانه یا ناآگاهانه) از نیاز اطلاع و ذهنی باز و پذیرا دارد. اگرچه غیرمنتظره بودن و شرایط ناگهانی دو مؤلفه ضروری برای رخداد تعامل خوش‌اقبالانه هستند، با این حال هوشمندی، توجه یا ادراک نیز در هنگام برقراری چنین تعاملاتی لازم است. هاینستروم (۲۰۰۶) و روبین و همکاران (۲۰۱۱) به نقش توجه - به‌منزله توانایی تغییر تمرکز از فعالیت اصلی به سرنخ‌ها و نشانه‌های موجود در محیط - در جست‌وجوی اطلاعات تأکید داشته و آن را از عناصر اصلی کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات دانستند. ژو و همکاران (۲۰۱۸) نیز خوش‌اقبالی را «دیدن و توجه به ترکیبات معنی‌دار در جایی که دیگران به آن‌ها توجه نمی‌کنند» دانسته و به نقش هوشمندی افراد در کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات اشاره کردند. همچنین افرادی که سطح هوشیاری بالاتری دارند، دائم با اطلاعات روبه‌رو می‌شوند

1. foreground question
2. background question
3. topical knowledge
4. cross-pollination
5. Sagacity
6. Swiss Cheese Model

(اردلز، ۱۹۹۵) و ذهن‌آماده‌تری دارند، در مقایسه با دیگران هنگام مواجهه با اطلاعات کمتر شگفت‌زده می‌شوند و بیشتر در پی کسب فعالانه یا فرصت‌طلبانه اطلاعات‌اند.

اگرچه دانش کافی برای تشخیص اهمیت یک کشف تصادفی و بهره‌مندی موفقیت‌آمیز از لحظه برخورد با اطلاعات شرط لازم برای کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات است، اما شرط کافی نیست. در واقع هوشمندی - هوشیاری در قضاوت ذهنی - با ایجاد پیوندهای مفید بین دانش موجود و شرایط غیرمنتظره، فرصت کسب خوش‌اقبالانه بالقوه را افزایش می‌دهد (Heinstrom, 2006; Makri et al., 2014).

کنجکاوی^۱: بسیاری از نظریه‌پردازان کنجکاوی (Berlyne, 1966; Loewenstein, 1994; Noseworthy et al., 2014) معتقدند کنجکاوی محرکی انگیزشی است که تحت تأثیر برانگیختگی فیزیولوژیکی قرار دارد و تحریک آن عاملی برای جست‌وجو و کسب اطلاعات گم‌شده^۲ است (Loewenstein, 1994). خوش‌اقبالی متکی بر کنجکاوی است و پژوهشگری که فاقد کنجکاوی است ممکن است به سرعت داده‌های غیرعادی یا پرت را، که می‌تواند محرکی برای کشف تصادفی اطلاعات باشد، نادیده بگیرد. افراد فاقد کنجکاوی، صرفاً از اطلاعات بازیابی‌شده استفاده می‌کنند و توجهی به سرخ‌ها یا نشانه‌های کلیدی کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات همانند تجزیه و تحلیل اطلاعات بازیابی‌شده و ارتباط آن با سایر منابع اطلاعاتی، برقراری ارتباط میان اطلاعات بازیابی‌شده با دانش پیشین و غیره نمی‌کند. آکستروم^۳ (۲۰۱۳) ضمن اشاره به ارتباط میان کنجکاوی و خوش‌اقبالی، معتقد است که بدون کنجکاوی، مشاهدات هرگز به «یافته‌ها» تبدیل نمی‌شوند. نگرش کنجکاوانه و پرسش مداوم درباره دانسته‌ها فضایی برای وقوع خوش‌اقبالی فراهم می‌آورد.

کنجکاوی اولین عامل شخصی تأثیرگذار در خوش‌اقبالی (بیورنبرن، ۲۰۰۸) و از ویژگی‌های کاشفان خوش‌اقبال است (اردلز، ۱۹۹۵). همچنین ریس (۲۰۱۲) بر اهمیت تحریک کنجکاوی و تشویق اکتشاف در جست‌وجوی دانش تأکید کرده و از کنجکاوی به‌منزله یکی از عوامل درونی خوش‌اقبالی نام برده است. وی معتقد است که کنجکاوی راهی برای شکستن مرزهای محدودکننده دانش و ایجاد زمینه‌های احتمالی برای کشف تصادفی است. کنجکاوی به توانایی فرد در پذیرش ناشناخته‌ها و غیرمنتظره‌ها و خروج از محدوده راحتی شخصی و تهیه محتوا با اطلاعات غنی و متنوع موجود در رسانه دیجیتال بستگی دارد.

حساسیت^۴: حساسیت به توانایی‌های حسی فرد پرداخته و به وی اجازه می‌دهد محیط را احساس و تجربه کند. حساسیت افراد به اطلاعات متفاوت است و افراد حساس‌تر بیشتر با اطلاعات مواجه می‌شوند و بر همین اساس، محرک‌های خوش‌اقبالانه را بیشتر شناسایی و مشاهده می‌کنند (Björneborn, 2017). رویاروی‌شوندگان عالی^۵ اطلاعات (اردلز، ۱۹۹۵) افرادی هستند که توانایی پاسخ‌گویی مؤثر به محرک‌های اطلاعاتی را دارند و در مواجهه با اطلاعات از همه حواس خود بهره می‌برند.

وظیفه‌شناسی^۶: فرد وظیفه‌شناس مطمئن، سخت‌کوش، کارآمد و دقیق است (Heinström, 2006, as cited in Costa &

McCrae, 1992). افراد وظیفه‌شناس مایل‌اند در کار خود تلاش کنند. پشتکار از ویژگی‌های فرعی وظیفه‌شناسی عامل مهمی در کشفیات علمی خوش‌اقبالانه است (Foster & Ford; 2003; Makri & Blandford, 2012). پژوهشگران با کار سخت و مداوم «شانس خود را می‌سازند» (Foster & Ford, 2003). به احتمال زیاد، خوش‌اقبالی به دنبال جست‌وجوی کامل اطلاعات و صرف

1. curiosity

2. missing information

3. Åkerström

4. sensivity

5. super encounteres

6. conscientiousness

زمان در فرایند جست‌وجو رخ می‌دهد (Dantonio et al., 2012) که فرایندی معمولی برای افراد وظیفه‌شناس است (Heinström, 2006). درواقع، وظیفه‌شناسی رابطه‌ مثبتی با تجربه خوش‌اقبالی دارد. همچنین احساس تنبلی یا بی‌تفاوتی تضعیف‌کننده تمایل به جست‌وجوی یافته‌هاست (Jiang et al; 2015). افراد وظیفه‌شناس منظم، شجاع، قوی، باراده، مصمم و بی‌پروا، دقیق و مطمئن‌اند و این ویژگی‌ها جست‌وجوی اطلاعات را تسهیل می‌کند.

برون‌گرایی^۱: برون‌گراها افرادی اجتماعی، مدعی، فعال و پرمحتوا، شادمان، پرنرزی و خوش‌بین‌اند (Heinström, 2006, as cited in Costa & McCrae, 1992). افراد برون‌گرا در بیان نیازهای اطلاعاتی هدف‌مندترند و تلاش فراوانی برای جست‌وجوی اطلاعات می‌کنند. آن‌ها فعالانه و به میزان زیادی از اطلاعات استفاده می‌کنند و آن را به اشتراک می‌گذارند. آن‌ها در جست‌وجوی اطلاعات متنوع و گسترده‌ترند و از بیشتر منابع (رسمی و غیررسمی) دردسترس برای جست‌وجوی اطلاعاتی استفاده می‌کنند (Heinström, 2006).

درحالی که رابطه بین برون‌گرایی و خوش‌اقبالی به طور کلی تأیید شده است (Heinström, 2006; McCay-Peet et al., 2015; McBirnie, 2008)، اما رابطه میان آن‌ها در محیط‌های دیجیتال ضعیف است. شاید به این علت که فناوری فرصت یکسانی برای کسب خوش‌اقبالانه در محیط‌های دیجیتال در اختیار درون‌گراها و برون‌گراها قرار داده است. علاوه‌بر تعامل افراد با یک‌دیگر در محیط‌های دیجیتالی، امکان تعامل با اطلاعات و ایده‌های ارائه‌شده دیگران بدون تعامل مستقیم و شخصی با تولیدکنندگان اطلاعات نیز وجود دارد؛ مثلاً پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تویتر به دلیل نبود روابط متقابل ممکن است شبکه‌ای اطلاعاتی توصیف شود و نه شبکه‌ای اجتماعی. برون‌گراها اجتماعی، فعال، مثبت و تکانشی هستند. همه این ویژگی‌ها با خوش‌اقبالی ظاهر می‌شوند. افراد برون‌گرا شبکه‌های ارتباطی بزرگی دارند که از طریق آن، به احتمال زیاد اطلاعات جالبی را به‌طور غیرمنتظره دریافت می‌کنند (Heinström, 2006; McCay-Peet et al., 2015).

احساسات^۲: تأملی بر متون نشان می‌دهد که خوش‌اقبالی اغلب زمانی رخ می‌دهد که فرد در آرامش یا در خلق‌وخوی خوب قرار دارد (Heinström, 2006; McBirnie, 2008; Dantonio et al., 2012; Makri & Blandford, 2012; Zhou et al., 2018). خلق‌وخوی آرام ذهن افراد را آماده و پذیرا می‌سازد و باعث افزایش توجه آن‌ها به منابع اطلاعاتی غیرمنتظره می‌شود (Sun et al., 2011). علاوه‌براین، خلق‌وخوی مثبت با تفکر واگرا و تفکر واگرا با جست‌وجوی انعطاف‌پذیر اطلاعات و افزایش پذیرش کشفیات غیرمنتظره مرتبط است (Foster & Ford, 2003). احساسات منفی یا گرایش‌های عصبی می‌تواند مانعی برای جست‌وجوی موفق اطلاعات باشد. هرچه فرد کنترل بیشتری بر عواطف خود داشته و کمتر عصبی شود، بهتر می‌تواند موانع موجود بر سر راه جست‌وجوی اطلاعات را برطرف و نیازهای اطلاعاتی خود را برآورده سازد. (Heinström, 2006).

اعتمادبه‌نفس: هاینستروم (۲۰۰۶) معتقد است افراد با اعتمادبه‌نفس بالا، در جست‌وجو موفق‌تر عمل می‌کنند و در نتیجه این امر منجر به کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات می‌شود.

سواد اطلاعاتی: مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که بهره‌مندی از مهارت سواد اطلاعات می‌تواند سبب خودکارآمدی افراد در استفاده از منابع اطلاعاتی عمومی و تخصصی شود و احتمال کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات را افزایش دهد (Stewart & Basic, 2014; Martin & Quan-Haase, 2016).

1. extraversion

2. emotionality

لذت بردن از فرایند جست و جو: لذت بردن از فرایند جست و جو سبب طولانی تر شدن فرایند جست و جو و به تبع کسب خوش اقبالانه اطلاعات خواهد شد (Tabatabaei & Shore, 2005; Heinstrom, 2006; McBirnie, 2008).

تحصیلات: هرچه میزان تحصیلات فرد بالاتر باشد، احتمال کسب خوش اقبالانه اطلاعات برای وی بیشتر خواهد شد (هراتی، ۱۳۹۷).

ب. عوامل بیرونی اثرگذار بر کسب خوش اقبالانه اطلاعات

پرورش خوش اقبالی علاوه بر عوامل درونی، به عوامل بیرونی نیز بستگی دارد. عوامل بیرونی را چیزی خارج از کنترل فرد ایجاد کرده است. این عوامل عبارتند از:

زمان: پژوهشگران با دو رویکرد به بررسی زمان به منزله عامل مهمی در بروز پدیده خوش اقبالی پرداخته‌اند. نخست رویکردی است که نقش جست و جو در ساعات مختلف شبانه روز (صبح، ظهر، عصر و شب) بر پدیده خوش اقبالی را بررسی کرده است. بدیهی است که دوره‌های زمانی مختلف در طول شبانه روز در شکل‌گیری تجربیات کسب خوش اقبالی نقش دارند (Zhou et al., 2018). پژوهش سان و همکاران (۲۰۱۱) بیانگر این است که فعالیت در زمان‌های مختلف شبانه روز می‌تواند در عملکرد انسان و حتی کارآیی شناختی و ارزشی وی تأثیر بگذارد. در رویکرد دوم، محدودیت زمانی بررسی می‌شود. زمان آزاد یا برنامه‌ریزی آزادانه می‌تواند چارچوبی برای خوش اقبالی ترسیم کند (Johnson, 2010; Dantonio et al., 2012; Jiang et al., 2015). هرچه زمان جست و جو بیشتر باشد، شانس رویارویی فرد با اطلاعات غیرمنتظره بیشتر خواهد شد. داشتن فرصت کافی این آسودگی را به جست و جوگر می‌دهد که با آرامش بیشتری به دنبال کشف اطلاعات برود (Yadamsuren & Erdelez, 2010; Kefalidou & Sharples, 2016).

وضعیت: به تعهد فرد به برخی فعالیت‌های خاص در حال انجام اشاره دارد. در مطالعات مرور شده به انواع وضعیت شخصی مختلف اشاره شده است:

- **اوقات فراغت:** فرد در وضعیتی نسبتاً آرام و آزاد مانند مسافرت، بازی کردن، تورق کتاب‌های جالب و یا مرور اطلاعات آنلاین و غیره قرار دارد. این وضعیتی است که شرکت‌کننده در زمان شخصی خود در حال پرداختن به علایقش است.
- **سمینار:** فرد به عنوان شرکت‌کننده یا سخنران در سمینار حضور دارد.
- **کار/ مطالعه:** فرد در حال انجام فعالیت‌های کاری، پژوهشی و مطالعاتی است.
- **تعاملات اجتماعی:** هنگام بحث در مورد نقش و جایگاه بافت، جامعه‌پذیری همیشه عاملی مهم در نظر گرفته شده است (Foster & Ford, 2003). کشف تصادفی غالباً هنگام معاشرت با افراد مختلف، از آشنایان (هم‌کلاسی‌ها، همکاران و دوستان، مافوق و غیره) گرفته تا افراد غریبه صورت می‌گیرد.

مکان: به دو نوع مکان فیزیکی و دیجیتال اشاره دارد که کسب خوش اقبالانه اطلاعات در آن‌ها رخ می‌دهد. برخی مکان‌های فیزیکی (همانند کتابخانه) به نسبت سایر مکان‌ها (همانند سالن غذاخوری) از نظر منابع غنی‌تر و در بروز خوش اقبالی مؤثرترند. مکان‌های فیزیکی شامل محیط کار، کتابخانه، آزمایشگاه و همانند آن است. محیط دیجیتال به بانک‌های اطلاعاتی، رسانه‌های اجتماعی، موتورهای جست و جو، وبسایت‌ها یا اینترنت‌ها به منزله محیط‌های اطلاعاتی اشاره دارد. ویژگی‌های تعاملی محیط‌های دیجیتال آن‌ها را به مکانی برای بروز خوش اقبالی تبدیل کرده است. این محیط‌ها کسب خوش اقبالانه را تشویق می‌کند و پرورش می‌دهند (McCay-Peet & Toms, 2015).

پ. ویژگی‌های محیطی اثرگذار بر کسب خوش اقبالانه اطلاعات

جنبه‌های مؤثر در رابطه با محیط عبارت‌اند از:

قابلیت جست‌وجو و اکتشاف: به میزان پشتیبانی محیط دیجیتال از اکتشاف و بررسی اطلاعات، ایده‌ها یا منابع اشاره دارد. محیط‌های دیجیتالی، که تسهیلگر اکتشاف‌اند، فرصت جست‌وجوی اطلاعات و ایده‌هایی را برای افراد فراهم می‌آورند که دسترسی به آن‌ها از طریق شیوه‌های دیگر امکان‌پذیر نیست. محیط دیجیتالی، که امکان اکتشاف را فراهم می‌آورد، از دسترسی کوتاه و مستقیم، متوقف‌کردن، اکتشاف‌پذیری و قابلیت دسترسی چندمنظوره پشتیبانی می‌کند (Martin & Quan-Haase, Björneborn, 2008; 2016). خوش‌اقبالانی ممکن است در شرایطی اتفاق بیفتند که محیط‌های فیزیکی و دیجیتالی ما را به «جابه‌جایی، نگاه‌کردن به اطراف، اکتشاف و مرور» دعوت می‌کنند (Björneborn, 2008).

سهولت دسترسی: دسترسی بدون مانع و مستقیم کاربران به منابع اطلاعاتی - اعم از انسانی، فیزیکی یا دیجیتال - محرک بسیار مهمی برای کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات است. دسترسی با این مسئله سروکار دارد که چگونه توپولوژی یک محیط فیزیکی یا دیجیتال دسترسی مستقیم به نقاط و منابع خاص را فراهم می‌آورد. خوش‌اقبالانی زمانی اتفاق می‌افتد که دسترسی به منابع اطلاعاتی جذاب و بالقوه تسهیل یابد (Björneborn, 2008).

قابلیت اتصال: یکی دیگر از عناصر اصلی فرایند کسب خوش‌اقبالانه و به معنای شناسایی رابطه بین محرک و دانش و تجربه فرد است (McCay-Peet & Toms, 2015). استفاده از ابزارهای بصری یا قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در محیط جست‌وجوی اطلاعات می‌تواند زمینه‌ساز ارتباط میان افراد با ایده‌ها و اطلاعات جالب شود و شانس کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات را افزایش دهد (Martin & Quan-Haase, 2016). همچنین نظام‌های اطلاعاتی می‌توانند از طریق پیوند منابع اطلاعاتی متنوع و درعین حال مرتبط با یکدیگر، توجه کاربر را به اطلاعاتی فراموش شده جلب کند.

غنی از محرک: محرک یکی از اصلی‌ترین عناصر فرایند کسب خوش‌اقبالانه است (McCay-Peet & Toms, 2015). محرک نشانه‌ای کلامی، متنی یا تصویری است که آغازگر یا برانگیزاننده کشف تصادفی است. اطلاعاتی که در محیط‌های مختلف با آن روبه‌رو می‌شویم باید حاوی محرک‌های جالب و مفید باشند تا بتوانند پتانسیلی برای کسب خوش‌اقبالانه باشند. همان‌گونه که «مرور به توانایی یک متن برای تشخیص و بررسی بستگی دارد» (McCay-Peet & Toms, 2015) و آن امکانات متنی درک‌شده است، کسب خوش‌اقبالانه به تعامل فرد با متن متکی است که می‌تواند به‌منزله محرکی از کسب خوش‌اقبالانه ناشی از ارتباط با علائق یا نیازهای خود، یا درحکم آنچه فضای مورد علاقه یا مشکل شخصی مورد مراجعه است عمل کند (Björneborn, 2008; Martin & Quan-Haase, 2016).

محرک‌های برجسته: ارتباط چهره‌به‌چهره، حساسیت بینایی، صدا و محرک‌های برجسته هیجانی باعث دقت و تمرکز به اطلاعات، ایده‌ها یا پدیده‌هایی می‌شود که در غیر این صورت ممکن بود متوجه آن‌ها نشویم (McCay-Peet & Toms, 2015). برای مثال دقت بصری متأثر از اندازه، رنگ، حرکت و جهت‌گیری مشخص است؛ بنابراین، استفاده از این ویژگی‌ها در محرک‌های بالقوه کسب خوش‌اقبالانه ممکن است توجه کاربر به آن‌ها را افزایش دهد. محرک برجسته از طریق نشانه‌های کنجکاوانه، تضادهای قابل توجه و نشانگرها (Björneborn, 2008) موجب برانگیختن رفتار واگرایانه در محیط و تحریک کسب خوش‌اقبالانه می‌شود (Martin & Quan-Haase, 2016).

تنوع: یکی دیگر از جنبه‌های مهم کسب خوش‌اقبالانه میزان تنوع مباحث، ژانرها، منابع و فعالیت‌هایی است که کاربر هنگام قرارگرفتن در محیط با آن‌ها روبه‌رو می‌شود (Björneborn, 2017). تنوع‌پذیری یعنی چگونه محیط اجازه ارائه مطالب متنوع را می‌دهد. محیط‌های مختلف شامل درجات متفاوتی از تنوع‌اند (Martin & Quan-Haase, 2016). هرچه تنوع و ناهمگنی محتوا

و منابع محیطی بیشتر باشد، افراد فرصت بیشتری برای مواجهه با اطلاعات جدید و جالبی دارند که از قبل برای آن برنامه‌ریزی نکرده یا از آن مطلع نبودند. اینترنت و وب محیط‌های دیجیتالی سرشار از تنوع‌اند. تنوع اطلاعاتی وب متضمن مخزنی بی‌پایان از اطلاعات شگفت‌آور است که همگان درگیر آن‌اند (McCay-Peet & Toms, 2015).

تضاد: ظرفیت یک محیط برای برجسته‌ساختن چیزی یا بخشی به نسبت سایر چیزها یا بخش‌ها و از شیوه‌هایی است که می‌تواند حواس را تحریک کند. تنوع و نمایش تنها ویژگی‌های محیطی مؤثر در کسب خوش‌اقبالانه نیستند و نیاز به مکمل دارند. لازمه توجه به مضامین و منابع متنوع، وجود تضاد و تمایز چشم‌نواز است. بنابراین وجود تضادهای روشنایی، رنگی و غیره در نمایش منابع اطلاعاتی برای برانگیختن حواس کاربران حائز اهمیت بوده و می‌تواند منتج به برداشتهای مختلف شود. لامپ‌های ساده ممکن است چنین تنوع و تمایز حسی را در مناطق شهری، مغازه‌ها، کتابخانه و غیره ایجاد کنند. تضاد بین «مناطق ساکن» که حواس ما را بمباران نمی‌کنند و «مناطق نمایش» که نیاز به تمرکز بیشتری دارند می‌تواند حواس ما را برانگیزد (McCay-Peet & Toms, 2015).

ناقص بودن: محیط‌هایی با ویژگی‌های ناقص، متناقض و نامشخص فرصت‌هایی برای کسب خوش‌اقبالانه در اختیار افراد قرار می‌دهد. زمانی که اطلاعات به صورت ناقص در دسترس افراد قرار می‌گیرد، ناخودآگاه کنجکاوی وی برانگیخته می‌شود و احتمال کسب خوش‌اقبالانه را افزایش می‌دهد.

دسترسی چندگانه: دستیابی چندگانه با این موضوع سروکار دارد که به چه میزان توپولوژی یک محیط معین می‌تواند به فرد اجازه دهد تا از راه‌های دسترسی مختلف، از نقطه‌ای به نقطه دیگر برود. دسترسی چندگانه در آزادی حرکت و احتمال خوش‌اقبالی تأثیر می‌گذارد. هرچه مسیرهای دستیابی متنوع بیشتری در اختیار کاربران باشد، امکان تحریک آن‌ها و بروز خوش‌اقبالی بیشتر خواهد بود. (Björneborn, 2008)؛ مثلاً پیوندهای دیجیتالی می‌توانند چندین مسیر را از طریق رابط‌های کتابخانه‌ای دیجیتالی فراهم کنند. همچنین دستیابی چندگانه در آزادی جابه‌جایی و امکاناتی برای حفظ امنیت تأثیر می‌گذارد.

توقف‌پذیری: به این معناست که تا چه میزان توپولوژی محیطی مشخص، فرد را به آهستگی، توقف، نگاه نزدیک‌تر و بررسی منابع جذابی که با آن‌ها روبه‌رو شده ترغیب می‌کند. **بیورنبرون (۲۰۰۸)** این عامل را توقف‌پذیری نامید و آن را مکمل اکتشاف‌پذیری دانست. احتمال بروز خوش‌اقبالی در محیط‌هایی که از سرعت کمتر، مکث و رویکردی بازتابنده پشتیبانی می‌کنند، بیشتر است تا در محیط‌های دارای اصطکاک و بی‌نظمی؛ همانند زمانی که کارگران مشغول کار در جاده‌ها هستند و همین امر باعث کندی در حرکت و توجه بیشتر به جزئیات کنار جاده می‌شود یا زمان انتظار در صف و شنیدن ناخواسته مکالمه تلفنی شخصی غریبه (McCay-Peet & Toms, 2015).

افزایش آگاهی از تأثیر خوش‌اقبالی در گسترش افق‌های اطلاعاتی و مطالعاتی پژوهشگران و علاقه‌مندان خوش‌اقبالی تأثیرگذار بوده است و خوش‌اقبالی به جزء مهمی برای همه علوم تبدیل شده است؛ به گونه‌ای که **نیوتفول و رایدن (۲۰۱۰)** آن را کلید دانش و پژوهش خلاق دانسته‌اند. این نوع رفتار اطلاعاتی تابع عواملی است که ممکن است سبب تحریک کسب اطلاعات یا مانع از انجام آن شوند. این عوامل به سه دسته عوامل درونی، عوامل بیرونی و ویژگی‌های محیطی تقسیم‌بندی شدند و پژوهشگران آن‌ها را تأیید و بررسی کردند. با توجه به نقش مهم کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات در رفتارهای یادگیری و کسب اطلاعات روزمره پژوهشگران، پژوهشگران علم اطلاعات باید عوامل مؤثر در بروز این رفتار را شناسایی کنند. با کنترل عوامل مؤثر در کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات، کمک چشمگیری به روند صحیح جست‌وجوی افراد و یافتن اطلاعات مورد نیازشان و توسعه علمی پژوهشگران و استفاده بهینه از اینترنت خواهد شد.

نتیجه‌گیری

مطالعات انجام‌شده نشان داد که پدیده خوش‌اقبالی مفهومی میان‌رشته‌ای است که پژوهشگران حوزه‌های مختلف به آن پرداخته‌اند. اگرچه پیشینه مطالعات خوش‌اقبالی و کشف تصادفی به بیش از سه دهه گذشته برمی‌گردد (Erdelez et al, 2016)، اما پژوهشگران داخل کشور توجه چندانی به آن نکرده‌اند. بروس (۲۰۰۵) معتقد است که اطلاعات نقش مهمی در زندگی حرفه‌ای و شخصی افراد دارند و آن‌ها همواره با چالش دائمی جست‌وجوی اطلاعات موردنیاز برای کار، سرگرمی و تصمیمات و وظایف روزمره خود مواجه‌اند. اگرچه در عصر دیجیتال، پژوهش درخصوص رفتار جست‌وجوی اطلاعات کاربران اهمیت بیشتری در سراسر جهان یافته است، اما در این میان آنچه حائز اهمیت است دسترسی سریع‌تر و آسان‌تر به اطلاعات مورد نیاز است. همان‌طور که در متن مقاله نیز اشاره شد، زمینه‌سازی و فراهم‌آوردن شرایط لازم برای بروز کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات می‌تواند راهی برای تسهیل دستیابی به اطلاعات در محیط فیزیکی و دیجیتال همانند اینترنت، پایگاه‌های اطلاعاتی، شبکه‌های اجتماعی و همانند این‌ها باشد.

با وجود اهمیت اینترنت در حکم مرجع یافتن اطلاعات برای افراد، متون پژوهشی علم اطلاعات فقط بر یک یا تعداد اندکی از ابزارهای اجتماعی از میان ویکی‌ها، وبلاگ‌ها و سایت‌های شبکه‌سازی اجتماعی (برای مثال فیسبوک) تمرکز کرده‌اند که به درک چگونگی عملکرد آن‌ها برای به‌کارگیری در ارتقای خدمات کتابخانه محدود می‌شوند. همان‌طور که ابزارهای اجتماعی اهمیت بیشتر و بیشتری برای کاربران اینترنت در جهان امروز می‌یابند، نیاز است که پژوهشگران رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی تلاش بیشتری را صرف کشف پتانسیل اینترنت در حمایت از کشف و جست‌وجوی اطلاعات به‌منظور شناسایی رفتارهای کاربران کنند؛ بنابراین با توجه به روند رو به رشد ظهور این وب ۲ و گرایش روزافزون استفاده از ابزارهای آن‌ها به‌ویژه برای پژوهشگران، در حکم پدیده اجتماعی، چنان بدیهی است که لزوم انجام پژوهش‌هایی جامع در این حوزه را توجیه می‌کند.

با انجام پژوهش‌های مختلف درخصوص میزان تأثیرگذاری عوامل اثرگذار بر کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات از جمله ویژگی‌های محیطی، می‌توان به برنامه‌ریزی مفید درخصوص طراحی بهتر پایگاه‌ها و مراکز اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی به‌منظور کسب بهتر اطلاعات کمک کرد. همچنین ماهیت اینترنت به‌گونه‌ای است که کاربران آن مدام در حال گشت‌وگذارند و گاهی از قبل برای استفاده از سایت‌هایی خاص تصمیم نمی‌گیرند؛ بلکه به‌واسطه جست‌وجوهای مکرر و وجود محرک‌هایی که در محیط است، در برابر استفاده از منابع یا پایگاه‌های اطلاعاتی تمایل می‌یابند؛ بنابراین با شناسایی این عوامل و تقویت این محرک‌ها به همت کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی می‌توان به افزایش میزان استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی و کسب اطلاعات مفید امید داشت.

کنراد و مولر (۲۰۱۷) نیز نشان دادند که ترکیبی از آموزش کاربران، سهولت دسترسی به مقالات، هشدار به کاربران، ارتباط میان استادها در پایگاه سیج^۱ به دلیل نمایش بیشتر اطلاعات سبب اعتماد کاربران به پایگاه و بهره‌گیری بیشتر از آن شد.

آموزش سواد اطلاعاتی نیز از جمله افزایش مهارت جست‌وجو، شناسایی منابع اطلاعاتی مفید و نیز پیوند دادن اطلاعات یافت‌شده با دانش پیشین، می‌تواند موجب پرورش کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات و درنهایت رضایتمندی کاربر از محیط اطلاعاتی شود.

^۱. SAGE

بنابراین با توجه به افزایش محبوبیت اینترنت و همچنین توسعه قوی فناوری شبکه و استفاده مکرر پژوهشگران از این بستر، برنامه‌ریزان حوزه آموزش و پژوهش کشور باید به این مقوله به منزله یکی از ضروری‌ترین مسائل بپردازند. بررسی پژوهش‌های انجام‌شده درخصوص عوامل مؤثر در کسب خوش‌اقبالانه اطلاعات حاکی از اهمیت این مقوله در تمامی حوزه‌ها بود. به دلیل میان‌رشته‌ای بودن و ویژگی روان‌شناختی بودن برخی عوامل، حضور روان‌شناسان و جامعه‌شناسان در اجرای پژوهش‌ها پیشنهاد می‌شود.

منابع

داورپناه، محمدرضا (۱۳۸۲). جستجوی اطلاعات علمی و پژوهشی در منابع چاپی و الکترونیکی. تهران: چاپار، دبیرش. هراتی، هادی، نوشین‌فرد، فاطمه، اسفندیاری مقدم، علیرضا، باب‌الحوائجی، فهیمه، حریری، نجلا (۱۳۹۷). تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر رفتار برنامه‌ریزی‌نشده کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی. *تعامل اطلاعات انسانی*، ۵(۲): ۱-۱۴.

References

- Agarwal, N. K. (2015). Towards a definition of serendipity in information behaviour. *Information Research*, 20(3), 675. Available at: <http://InformationR.net/ir/20-3/pape5674.html>
- Åkerström, M. (2013). Curiosity and Serendipity in Qualitative Research. *Qualitative Sociology Review IX*, 9(2), 10-18. <https://doi.org/10.18778/1733-8077.09.2.02>.
- André, P. (2009). schraefel, mc Teevan, J. and Dumais, ST (2009). Discovery is never by chance: designing for (un) serendipity. In *Proceedings of the seventh ACM conference on Creativity and cognition* (pp. 305-314).
- Anderson, T. D. (2013). The 4Ps of Innovation Culture: Conceptions of Creatively Engaging with Information. *Information Research: An International Electronic Journal*, 18(3), n3. available at: <http://InformationR.net/ir/18-3/colis/paperC28.html> (accessed May 20, 2020).
- Bandura, A. (1982). The psychology of chance encounters and life paths. *American Psychologist*, 37(7), 747-755. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.37.7.747>.
- Basic, J., & Erdelez, S. (2015). The role of risky behaviors and health education in college students' health information acquisition on the internet. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-10. <http://doi.org.10.1002/ptra.2015.145052010049>.
- Bates, M. J. (1989). The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface. *Online Review*, 13, 407-424. <https://doi.org/10.1108/eb024320>
- Berlyne, D. E. (1966). Curiosity and Exploration: Animals spend much of their time seeking stimuli whose significance raises problems for psychology. *Science*, 153(3731), 25-33. <http://doi.org/10.1126/SCIENCE.153.3731.25>
- Bigdeli, Z., & Afifian, F. (2018). Accidental iscovery of Information in Using of Social Networks and Online Communication, A Case Study: Shiraz University Students. *Iranian Journal of Information processing and Management*, 33(2), 687-706. <http://jipm.irandoc.ac.ir/article-1-3344-fa.html>. [In Persian]
- Bird-Meyer, M., Erdelez, S., & Bossaller, J. (2019). The role of serendipity in the story ideation process of print media journalists. *Journal of Documentation*, 75(5), 995-1012. <http://doi.org/10.1108/jd-11-2018-0186>.
- Bogers, T., & Björneborn, L. (2013, February). *Micro-serendipity: meaningful coincidences in everyday life shared on Twitter*. Fort Worth in iConference (pp. 196-208). <http://doi.org/10.9776/13175>.
- Bjorneborn, L. (2008). Serendipity dimensions and users' information behaviour in the physical library interface. *Information Research-an International Electronic Journal*, 13(4). Retrieved from <Go to ISI>:// WOS:000262139300018.

- Bjorneborn, L. (2017). Three key affordances for serendipity Toward a framework connecting environmental and personal factors in serendipitous encounters. *Journal of Documentation*, 73(5), 1053-1081. <http://doi.org/10.1108/jd-07-2016-0097>.
- Bruce, H. (2005). Personal, anticipated information need. *Information Research: An International Electronic Journal*, 10(3), n3.
- Buchanan, S. A., Bossaller, S., & Erdelez, S. (2018). Information encountering by an art historian: A methodological case study. *Information Science and Technology*, 55(1), 762-764. <http://doi.org/10.1002/pra2.2018.14505501106>.
- Case, D. O., & Given, L. M. (2016). Looking for information: a survey of research on information seeking, needs, and behavior, 4th edition. *Journal of the Medical Library Association*, 91(2), 259. <http://doi.org/10.1002/asi.23778>
- Chang, P.-C., & Quiroga, L. (2010). Using Wikipedia's content for cross-website page recommendations that consider serendipity. In *international technologies and applications of artificial intelligence conference* (pp. 293-298). <http://doi.org/10.1109/TAAL.2010.55>
- Conrad, L. Y., & Moeller, P. D. (2017). Search, Serendipity, and the Researcher Experience. *Serials Librarian*, 72(1-4), 190-193. <http://doi.org/10.1080/0361526X.2017.1292744>.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). The Five-Factor Model of Personality and Its Relevance to Personality Disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343-359. <http://doi:10.1521/pedi.1992.6.4.343>
- Dantonio, L., Makri, S., & Blandford, A. (2012). Coming across academic social media content serendipitously. *Proceedings of the ASIST Annual Meeting*, 49(1). <http://doi.org/10.1002/meet.14504901002>.
- Darbellay, F., Moody, Z., Sedooka, A., & Steffen, G. (2014). Interdisciplinary research boosted by serendipity. *Creativity Research Journal*, 26(1), 1-10. <https://doi.org/10.1080/10400419.2014.873653>.
- Davrpanah, M. R. (2012). *Scientific information seeking in printed and electronic resources*. Tehran: Chapar, Dabizesh. [In Persian]
- Dew, N. (2009). Serendipity in entrepreneurship. *Organization Studies*, 30(7), 735-753. <https://doi.org/10.1177/0170840609104815>.
- Dixon-Woods, M., Bonas, S., Booth, A., Jones, D. R., Miller, T., Sutton, A. J., ... Young, B. (2006). How can systematic reviews incorporate qualitative research? A critical perspective. *Qualitative Research*, 6(1), 27-44. <https://doi.org/10.1177/1468794106058867>.
- Erdelez, S. (1995). *Information encountering: An exploration beyond information seeking*. Syracuse University.
- Erdelez, S. (2004). Investigation of information encountering in the controlled research environment. *Information Processing and Management*, 40(6), 1013-1025. <http://doi.org/10.1016/j.ipm.2004.02>.
- Erdelez, S., Toms, E. G., Rioux, K., & Miwa, M. (2002). Opportunistic acquisition of information: The new frontier for information user studies. In *Proceedings of Asist Annual Meeting*, 1(39), 521-522. Washington DC. <https://doi.org/10.1002/meet.1450390194>.
- Erdelez, S., Heinström, J., Makri, S., Björneborn, L., Beheshti, J., Toms, E., & Agarwal, N. K. (2016). Research perspectives on serendipity and information encountering. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology (ASIS&T)*, 53, 1-5. <http://doi.org/10.1002/pra2.2016.14505301011>. 53.
- Erdelez, S., & Makri, S. (2020). Information encountering re-encountered: A conceptual re-examination of serendipity in the context of information acquisition. *Journal of Documentation*, 76(3), 731-751. <http://doi.org.10.1108/JD-08-2019-0151>.
- Fan, X. Y., & Niu, X. (2018). Implementing and Evaluating Serendipity in Delivering Personalized Health Information. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 9(2). <http://doi.org/10.1145/3205849>.
- Fine, G. A., & Deegan, J. G. (1996). Three principles of Serendip: insight, chance, and discovery in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 9(4), 434-447. <http://doi:10.1080/0951839960090405>

- Foster, A., & Ford, N. (2003). Serendipity and information seeking: An empirical study. *Journal of Documentation*, 59(3), 321-340. <http://doi.org/10.1108/00220410310472518>.
- Friedel, R. (2001). Serendipity is no accident. *The Kenyon Review*, 23(2): 36–46.
- Gopnik, A. (2011). Why preschool shouldn't be like school. Slate, November 16, available at: www.slate.com/articles/double_x/doublex/2011/03/why_preschool_shouldnt_be_like_school.html
- Handelsman, J. (2015). The value of basic research, *The White House*, June 2. <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2015/06/02/value-basic-research>.
- Harati, H., Nooshinfard, F., Isfandyari-Moghaddam, A., Babalhavaeji, F., & Hariri, N. (2018). Measuring the Factors Affecting the Unplanned Behavior of Users to Use Academic Libraries Resources and Services. *Human Information Interaction*, 5(2), 1-14. [In Persian]
- Heinström, J. (2006). Psychological factors behind incidental information acquisition. *Library and Information Science Research*, 28(4), 579-594. <http://doi.org/10.1016/j.lisr.2006.03.022>.
- Heinström, J., & Sormunen, E. (2001). Serendipity as chaos or discovery - exploring the role of personality and sense of coherence. *Information Research-an International Electronic Journal*, 25(4). <http://doi.org/10.47989/irisic2001>.
- Jiang, T., Liu, F., & Chi, Y. (2015). Online information encountering: modeling the process and influencing factors. *Journal of Documentation*, 71(6), 1135-1157. <http://doi.org/10.1108/JD-07-2014-0100>.
- Johnson, S. (2010). *Where good ideas come from: The natural history of innovation*. New York: Penguin Group. <https://doi.org/10.1037/e609342010-001>.
- Kefalidou, G., & Sharples, S. (2016). Encouraging serendipity in research: Designing technologies to support connection-making. *International Journal of HumanComputer Studies*, 89, 1–23. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2016.01.003>.
- Knudsen, G. H., & Lemmergaard, J. (2014). Strategic serendipity: How one organization planned for and took advantage of unexpected communicative opportunities. *Culture and Organization*, 20(5), 392-409. <http://doi.org/10.1080/14759551.2014.948440>.
- Lawley, J., & Tompkins, P. (2008). Maximising serendipity: the art of recognising and fostering potential. Paper presented at the Developing Group. http://www.academia.edu/1836363/Maximising_Serendipity_The_art_of_recognising_and_fostering_potential (Archived by WebCite® at <http://www.webcitation.org/6Z0D8frM2>)
- Loewenstein, G. (1994). The Psychology of Curiosity: A Review and Reinterpretation. *Psychological bulletin*, 116 (1), 75-98. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.116.1.75>.
- Lu, Q., Chen, T., Zhang, W., Yang, D., & Yu, Y. (2012). Serendipitous personalized ranking for top-n recommendation. In *2012 IEEE/WIC/ACM International Conferences on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology* (Vol. 1, pp. 258-265). IEEE. <http://doi.org/10.1109/WI-IAT.2012.135.41>.
- Lu, H. P., & Cheng, Y. H. (2020). Sustainability in Online Video Hosting Services: The Effects of Serendipity and Flow Experience on Prolonged Usage Time. *Sustainability*, 12(3), 1271. <http://doi.org/10.3390/su12031271>.
- Lutz, C., Hoffmann, C. P., & Meckel, M. (2017). Online Serendipity: A Contextual Differentiation of Antecedents and Outcomes. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(7), 1698-1710. <http://doi.org/10.1002/asi.23771>.
- Makri, S., & Blandford, A. (2012). Coming across information serendipitously – Part 1: A process model. *Journal of Documentation*, 68(5), 684-705. <http://doi.org/10.1108/00220411211256030>.
- Makri, S., Blandford, A., Woods, M., Sharples, S., & Maxwell, D. (2014). “Making my own luck”: Serendipity strategies and how to support them in digital information environments. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), 2179-2194. <http://doi.org/10.1002/asi.23200>.
- Martin, K., & Quan-Haase, A. (2016). The role of agency in historians' experiences of serendipity in physical and digital information environments. *Journal of Documentation*, 72(6), 1008-1026. <http://doi.org/10.1108/JD-11-2015-0144>.

- Merton, R.K., & Barber, E.G. (2004). *The Travels and Adventures of Serendipity: A Study in Historical Semantics and the Sociology of Science*. Princeton University Press, Princeton, NJ.
- McBirnie, A. (2008). Seeking serendipity: the paradox of control. *Aslib Proceedings*, 60(6), 600-618. <https://doi.org/10.1108/00012530810924294>.
- McCay-Peet, L., & Toms, E. (2011). Measuring the dimensions of serendipity in digital environments. *Information Research*, 16(3), 483. Available from <http://InformationR.net/ir/16-3/paper483.html>.
- McCay-Peet, L., & Toms, E. G. (2015). Investigating serendipity: How it unfolds and what may influence it. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(7), 1463-1476. <http://doi.org/10.1002/asi.23273>.
- McKay, D., Chang, S., Smith, W., & Buchanan, G. (2019). The Things We Talk About When We Talk About Browsing: An Empirical Typology of Library Browsing Behavior. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 70(12), 1383-1394. <http://doi.org/10.1002/asi.24200>.
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P. J., Tenenboim-Weinblatt, K., Hayashi, K., Villi, M., & Kligler-Vilenchik, N. (2020). Incidentalness on a continuum: A comparative conceptualization of incidental news consumption. *Journalism*, 21(8), 1136-1153. <http://doi.org/10.1177/1464884920915355>.
- Noseworthy, T. J., Di Muro, F., & Murray, K. B. (2014). The role of arousal in congruity-based product evaluation. *Journal of Consumer Research*, 41(4), 1108-1126.
- Nutefall, J. E., & Ryder, P. M. (2010). The Serendipitous Research Process. *Journal of Academic Librarianship*, 36(3), 228-234. <http://doi.org/10.1016/j.acalib.2010.03.005>.
- Okoli, C. (2015). A guide to conducting a standalone systematic literature review. *Communications of the Association for Information Systems*, 37(1), 43. Available at: <http://aisel.aisnet.org/cais/vol37/iss1/43>.
- O'Hare, S., & Erdelez, S. (2017). Legal information acquisition by the public: The role of personal and environmental factors. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 54(1), 298-307. <http://doi.org/10.1002/pra2.2017.14505401033>.
- O'reilly, T. (2005). What Is Web 2.0-Design Pattern and Business Models for the Next Generation Software. <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228>. from <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Pálsdóttir, A. (2011). Opportunistic discovery of information by elderly Icelanders and their relatives. *Information Research*, 16(3). <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-80053042729&partnerID=40&md5=97db20c4e070c818e3a9495e220bd6ff>.
- Race, T. M. (2012). Resource Discovery Tools: Supporting Serendipity Planning and Implementing Resource Discovery Tools in Academic Libraries. *DLTS Faculty Publications*, Paper 22. Retrieved from http://digitalcommons.wku.edu/dlts_fac_pub/22/.
- Race, T. M., & Makri, S. (Eds.). (2016). *Accidental information discovery: Cultivating serendipity in the digital age*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-1-84334-750-7.00001-7>.
- Reviglio, U. (2019). Serendipity as an emerging design principle of the infosphere: challenges and opportunities. *Ethics and Information Technology*, 21(2), 151-166. <http://doi:10.1007/s10676-018-9494-9>.
- Ross, C.S. (1999). Finding without seeking: the information encounter in the context of reading for pleasure. *Information Processing and Management*, 35(6): 783-799. [http://doi.org/10.1016/S0306-4573\(99\)00026-6](http://doi.org/10.1016/S0306-4573(99)00026-6).
- Rubin, V. L., Burkell, J., & Quan-Haase, A. (2011). Facets of serendipity in everyday chance encounters: a grounded theory approach to blog analysis. *Information Research*, 16(3). <http://informationr.net/ir/16-3/paper488.html>.
- Stewart, K. N., & Basic, J. (2014). Information encountering and management in information literacy instruction of undergraduate students. *International Journal of Information Management*, 34(2), 74-79. <http://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.10.007>.
- Sun, X., Sharples, S., & Makri, S. (2011). A user-centred mobile diary study approach to understanding serendipity in information research. *Information Research*, 16(3) paper 492. Available at: <http://InformationR.net/ir/16-3/paper492.html>.

- Tabatabai, D., & Shore, B. M. (2005). How experts and novices search the Web. *Library and Information Science Research*, 27(2), 222-248. <http://doi.org/10.1016/j.lisr.2005.01.005>.
- Ullah, A., & Ameen, K. (2018). Account of methodologies and methods applied in LIS research: A systematic review. *Library and Information Science Research*, 40(1), 53- 60. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2018.03.002>.
- Weeks, B. E., Lane, D. S., Kim, D. H., Lee, S. S., & Kwak, N. (2017). Incidental Exposure, Selective Exposure, and Political Information Sharing: Integrating Online Exposure Patterns and Expression on Social Media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(6), 363-379. <http://doi.org/10.1111/jcc4.12199>.
- Williamson, K. (1998). Discovered by chance: The role of incidental information acquisition in an ecological model of information use. *Library and Information Science Research*, 20(1), 23-40. [http://doi.org/10.1016/S0740-8188\(98\)90004-4](http://doi.org/10.1016/S0740-8188(98)90004-4).
- Wilson, T. D. (2000). Human Information Behavior. *Informing Science*, 3(2), 49– 55. <https://doi.org/10.28945/576>.
- Workman, T. E., Fiszman, M., & Rindfleisch, T. C. (2014). Framing serendipitous information-seeking behavior for facilitating literature-based discovery: A proposed model. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(3), 501-512. <http://doi.org/10.1002/asi.22999>.
- Yadamsuren, B., & Erdelez, S. (2010). Incidental exposure to online news. Proceedings of the ASIST Annual Meeting, 47. <https://doi.org/10.1002/meet.14504701237>.
- Zhou, X., Sun, X., Wang, Q., & Sharples, S. (2018). A context-based study of serendipity in information research among Chinese scholars. *Journal of Documentation*, 74(3), 526-551. <https://doi.org/10.1108/JD-05-2017-0079>.