



新闻传播学前沿丛书

主 编 丁柏铨

副主编 杜骏飞

email

巢乃鹏 著

网络受众 心理行为研究

——一种信息查寻的研究范式



新 华 出 版 社

网络受众心理行为研究

——一种信息查寻的研究范式

巢乃鹏 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络受众心理行为研究/巢乃鹏著. - 北京: 新华出版社, 2002.12

(新闻传播学前沿丛书)

ISBN 7-5011-5969-6

I. 网… II. 巢… III. 计算机网络—大众传播—应用心理学—研究 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 087847 号

网络受众心理行为研究

——一种信息查寻的研究范式

巢乃鹏 著

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路 8 号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://xhcbbs.126.com>

中国新闻书店: (010) 63072012

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 9.625 印张 241 千字

2002 年 12 月第一版 2002 年 12 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-5969-6/G·2185 定价: 21.00 元

若有印装质量问题, 请与印刷厂联系: (010) 65895562 65897685

总 序

作为一种古老而又崭新的知识系统，新闻传播学研究在近100年间得到了飞速的发展。尽管新闻学与传播学存在着学科属性上的差异，但它们在知识上同步增长的关连性仍然极为显著，这即是它们在全球范围内通常被指称为同一学科的原因。

在中国，自1834年《东西洋考每月统记传》发表《新闻纸略论》以来，新闻学研究即开始了它漫长而曲折的历程：最初的学科启蒙，马列思想的传播，苏联研究模式的盛行，“文革”，“文革”后的恢复，西方学说的介绍和学术研究的中国本土化。至于传播学，尽管自20世纪50年代“Mass Communication”的概念即已被引入国内，但真正意义上的探索传播学理论，则仍然迟至“文革”后才得以开始。

约20年来，中国的新闻传播学研究——包括实务研究、理论研究及方法论的探讨，包括介绍西方学说与自我学术发明，包括报刊研究、电子媒体研究与新媒体研究，包括分项课题与跨学科、边缘学科课题……均已取得了可观的成绩。但显而易见的是，学科发展的速度，仍然远远跟不上新闻传播实践与新闻传播学教育事业发展的一日千里。其中，最为典型的表征即是：对大量国内外前沿性知识课题始终缺乏某些必要的知识整理与学术建构。这种现状，无论是对于当代新闻传播学人才的培养，还是对于学科本身的成长，都是一种不应有的缺憾与妨害。

网络受众心理行为研究

本着上述观念，本丛书在此着力推出一系列有关新闻传播学的前沿性课题成果，力求在理论的“出新、补缺、深化、整合”上下功夫，为学界及广大新闻传播学读者着意营造新意迭出的学术氛围，并殷切期待着学者专家们的批评指正。

《新闻传播学前沿丛书》编委会

2001年10月于南京大学

目 录

总序	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 研究缘起	(1)
第二节 研究架构	(4)
第三节 研究方法	(7)
第二章 受众心理行为研究进展	(10)
第一节 受众研究	(10)
第二节 受众心理研究行为模式评析	(37)
第三节 网络受众心理行为研究的兴起	(62)
第三章 受众心理行为研究——一种信息查寻的范式	(80)
第一节 信息查寻行为研究范式	(80)
第二节 相关概念辨析及其影响因素分析	(98)
第三节 信息查寻行为：研究文献述评	(117)
第四章 基于认知心理学的信息查寻行为研究	(127)
第一节 认知心理学及其在信息查寻行为 研究中的引入	(127)

网络受众心理行为研究

第二节	基于认知心理学的信息查寻行为	
	研究模式	(131)
第三节	对基于认知心理学的信息查寻行为	
	研究的评述	(147)
第五章	基于社会心理学的信息查寻行为研究	(151)
第一节	社会心理学及其在信息查寻行为	
	研究中的引入	(151)
第二节	基于社会心理学的信息查寻行为	
	研究模式	(155)
第三节	对基于社会心理学的信息查寻行为	
	研究的评述	(164)
第六章	网络受众信息查寻行为研究进展	(166)
第一节	互联网浏览行为	(166)
第二节	网络受众信息查寻行为研究	(174)
第三节	网络受众信息查寻行为的影响因素分析	(188)
第七章	网络受众信息查寻行为实证研究之一:	
	研究设计	(195)
第一节	研究方法	(195)
第二节	研究设计	(211)
第八章	网络受众信息查寻行为实证研究之二:	
	调查结果分析与讨论	(216)
第一节	个体特征与情景因素	(216)
第二节	网络受众信息查寻行为	(221)
第三节	相关性分析	(233)

第九章 网络受众信息查寻行为实证研究之三:	
综合讨论	(248)
第一节 网络受众信息查寻行为的模型构建	(248)
第二节 研究假设验证	(255)
第十章 结语	(259)
第一节 研究结论	(259)
第二节 研究不足与建议	(262)
注释	(265)
后记	(297)

第一章 绪论

第一节 研究缘起

半个世纪以来，传播学蓬勃的发展，使得传播学术的研究也深受各方面的重视。传播学者总是不断地从受众接受的角度尝试追寻一个完美的理论以解释大众传播的效果。因而以受众心理行为作为研究中心的价值取向成为了传播学领域中的一个重要分支，一般都认为这一研究属于受众研究和传播效果研究的交叉领域。50余年来以受众心理行为为中心的大众传播效果的理论模式不断地被提出，从早期的受众被视为无反应的只能被动接受信息的魔弹理论，到大众传播的有限效果理论，再到以使用与满足理论为代表的中度效果理论等，受众的心理行为研究取得丰富的研究成果。

虽然对受众信息查寻行为的研究在其他学科中，例如图书馆学情报学中，早已有所开展，但在传播学中，受众心理行为研究的信息查寻范式最早却是在1959年由威斯特利（Bruce Westley）和巴罗（Lionel C. Barrow）才提出，该范式将研究重点放在个人对信息查寻时的心理行为与确认决定行为的因素上。他们把“信息查寻”当做因变量，试图找出其影响因素，主张不同于早期模

式中对受众信息需求及主动查寻信息行为的忽略^①。但是这一研究视角同样也具有它的弊端：由于过分注重受众行为层面的分析，相对的忽视了传播学研究中十分重视的传播效果的讨论；另外早期对信息查寻行为模式进行研究的学者们还缺乏对信息查寻行为这一模式深入的理论探讨，无法让人们认可信息查寻行为模式具有基本的理论内涵。因此很自然的，大家的目光很快的聚集到了对信息查寻行为理论具有包容性的，同时又比信息查寻行为理论更有说服力的使用与满足理论上。

然而笔者以为，这并不说明受众心理行为研究的信息查寻范式已经失去了它所存在的理论与社会基础，相反无论是从“传播”这一传播学的最基本的概念来看，还是从当前数字环境日益发展的社会现实来看，受众的信息查寻行为研究范式非但有其存在的基础，而且更有着美好的发展前景。从国际传播学研究发展的趋势看，对受众信息查寻行为的研究虽然没有进入主流的研究圈中，但在一些更适用的研究领域中却一直都处在发展中，而且随着近年来网络信息环境的发展，受众信息查寻行为的研究更有很好的发展趋势，正逐渐成为当前传播学研究的一个热点。例如英国牛津大学出版社出版的著名的传播学期刊《人类传播研究》（《Human Communication Research》）2002年3月份，第28卷第2期就专门出版了一期针对受众信息查寻行为进行探讨的专集。同时，在国内也有一些研究者注意到了网络信息环境中受众信息查寻行为的研究价值。例如，陈力丹指出，从传播学的发展历史来看，即使到了现在，传播学也并不是一个严密而完整的体系，相当庞杂，且学派繁多。在面对互联网这一新的信息传播平台时，原来以传播效果研究为中心的传播理论的研究格局也面临着进一步的发展改变，而在这里至少有两个平行的重点研究方向：一个是受众作为选择和接收信息者时的情形；另一个是受众发布信息和发表意见以影响他人时的情形。其中在第一个受众选择信息和

接收信息的研究方向上,由于互联网提供了一种不同于传统信息环境的虚拟信息环境,因此也就不再有本来意义的受众,研究网络受众自然就成为了传播学的研究重点之一。陈力丹进一步谈到:“传统的讨论受众寻找、处理所需信息的复杂过程(心理的、程序的和策略的)的‘信息查寻模式’(model of information seeking)理论,对于分析在互联网上查寻信息时的受众状况就有重要参考价值。”^②

然而到目前为止,在传播学研究中关于受众信息查寻行为的研究成果仍远少于其他研究领域,特别是根据笔者的调研,发现在传播学研究中专门针对受众信息查寻行为研究的综合讨论还几乎没有,这使得众多的研究者由于缺乏对受众信息查寻行为研究领域的深入了解,他们的研究更多的是处于一种独自摸索的过程中,这种现象十分不利于受众研究的信息查寻行为范式的真正建立。另外,笔者在研究过程中也发现,由于受众信息查寻行为研究是一个多学科交叉的研究领域,在传播学的许多相关学科,例如图书情报学、心理学等学科中,也都有针对信息查寻行为研究的成果存在。

本书正是基于这样一种实际状况,一方面是快速发展的信息环境呼唤着受众信息查寻行为范式的建立;另一方面,在这个领域的研究中还缺乏一个整体性的思考和回顾。因此笔者尝试对受众研究的信息查寻范式进行全面的审视,特别是由于早期的信息查寻行为研究还缺乏足够深入的论述,因此笔者也对传播学受众研究的信息查寻行为范式建立的可能性进行了相应的分析,从“传播”的定义以及相关性的角度来讨论受众信息查寻行为范式的理论基础;并针对网络信息环境以及网络新闻媒体的本质特征的角度来探讨了信息查寻行为范式建立与发展的现实需要。而由于早期传播学领域中的信息查寻行为研究缺乏相应的理论与实际研究的支持,因此笔者大量借鉴了其他相关学科(图书情报学、

心理学等) 中的研究结果, 对受众的信息查寻行为研究进行了全面的综合讨论, 在此理论探讨的基础上, 笔者进一步将研究的视点集中到网络受众的信息查寻行为上。因为随着互联网的兴起, 原有的媒介环境(信息环境) 发生了重大的变化, 在数字化信息环境中, 受众的心理行为与传统环境中肯定有着相当的不同, 受众在网上将以其独有的心理模式进行信息活动。对受众在网络环境中的信息查寻行为的研究有着其独特的研究意义, 因此笔者在本书的后半部分利用网上问卷调查方法完成了我国内地第一例针对网络受众信息查寻行为的实证研究, 而更主要的是, 笔者也希望通过这项实证研究来证明受众信息查寻研究范式在传播学研究领域中的重要作用。

第二节 研究架构

本书共分为三大部分, 在第一部分中, 我们首先对新闻传播学中受众心理行为研究进行了综合分析, 对有关受众心理行为研究的各种理论模式, 例如使用与满足理论、和谐与不和谐理论、康姆斯托克(Cornstock) 的电视效果对个人行为的心理学模式以及罗杰斯(Rogers) 与舒梅克(Shoemaker) 的创新扩散模式等进行了归纳评述, 并对网络环境中受众的特征以及网络受众行为研究进行了讨论; 其次我们在第三章中着重讨论传播学受众研究的信息查寻行为范式建立的可能性, 分别从“传播”的定义以及相关性的角度来讨论受众信息查寻行为范式的理论基础; 并针对网络环境中受众的信息需求以及网络新闻媒体的本质特征的角度来探讨信息查寻行为范式建立与发展的现实需要。除此之外, 在我们认可了受众研究的信息查寻行为范式之后, 我们继续对信息查寻行为的相关概念及其影响因素进行了探讨; 而作为一项学术研

究，我们当然还需要对本研究课题做一个文献方面的评述。

本研究的第二部分是关于信息查寻行为研究的一个综合讨论，由于在新闻传播学中，关于受众信息查寻行为的研究开展得并不十分充分，并且也受到研究资料方面的限制，因此笔者将研究的视角集中在传播学的相关学科上面，特别是与传播学相近的图书情报学上（根据笔者的调研，在国外有许多的传播学院系是与图书情报学的院系合为一体的，这也充分说明了这两个学科之间的相关与联系）。情报学的发展在上个世纪 70 年代末经历了系统观向认知观的转变，其中转变的一个最明显的标志就是对受众信息查寻行为的研究成为众多研究者关注的重点，研究者分别从不同的角度，借鉴不同的理论来探讨受众的信息查寻行为，并尝试将认知心理学、社会心理学以及科学哲学等其它学科的观点引入信息查寻行为的研究中，取得了一系列重大的突破。我们将在第四章与第五章中考察图书情报学领域中信息查寻行为研究的基本情况。从笔者所进行的文献调研情况看，虽然美国情报科学与技术协会所出版的《情报科学与技术年度评论》（Annual Review of Information Science and Technology）在过去 30 年里，以信息需求为题发表了一系列的研究报告，但在这些早期的研究报告中，研究者并未能从认知科学的角度来考察受众的信息需求及相关行为，特别是在上世纪 70 年代以来，在信息查寻行为的研究上出现了一系列具有重要价值的理论模型，对这些理论模型进行概括和总结，并进一步揭示出这些模型的理论来源是一件十分有意义的事，有助于研究者深刻理解现有的这些信息查寻行为模型的优缺点，进而加以修正改进。有鉴于此，笔者在本书的第二部分对既有的信息查寻行为研究的各种重要的理论和模型逐一进行了归纳总结，并尝试从认知科学的构成学科——认知心理学和社会心理学的角度对这些理论研究模型给予归类分析。但是需要指出的是，由于认知科学的研究本身也正处在不断发展的过程中，同样

心理学的研究也处在前进的过程中,对于认知心理学与社会心理学而言,它们并不存在孰优孰劣的问题,仅仅是因为两者研究的重点有所区别,认知心理学更关注个体认知的形成过程,社会心理学则更关注社会情景与个体认知的交互关系,实际上,两者之间存在许多相通之处,许多的基础理论也是共同的。正是由于存在这样的一种交叉关系,所以作为一种研究探索,在本书中笔者将信息查寻行为的相关研究作了基于认知心理学和基于社会心理学的分类,当然这种分类是否正确,也还需要得到进一步的论证,但不管怎样,本书毕竟迈出了第一步。

与人类所处的其它环境相比,互联网还是一个崭新的领域。我们可以从心理学的角度去了解它是如何影响我们的。尽管该领域正在迅速引起很多学科研究者的注意,但是针对实际的网络行为的研究仍不过是零星的。在互联网心理学方面我们还有很多问题,其中很少会有固定的答案,但我们还是可以通过研究对人们的行为给予指导,即使互联网是一个移动的目标。我们人类一旦进入某个新环境之后就会逐渐产生预见能力,随着对互联网作用的社会研究逐渐增加,我们对它的了解也会越来越深入。到目前为止,我们对以下这点至少可以是肯定的:随着互联网的兴起,人们原有的信息环境发生了重大的变化。受众在网络环境中的信息活动,受众与计算机网络系统的交互、对网络环境中信息查寻进程的判断等各个方面都与传统信息世界有着相当的差异。因此关于受众在网络环境中的信息查寻行为的研究正逐步受到研究者的关注。因此在本书的第三部分,笔者首先分别从针对搜索引擎的研究、针对不同群体的网络受众信息查寻行为的研究、针对新手与熟练者的研究等三个方面对网络受众信息查寻行为的研究进行了归纳总结,并进一步探讨了网络受众信息查寻行为的影响因素。其次,虽然目前国外已有不少针对网络受众信息查寻行为的调查研究成果,但由于人的心理及行为变化与其社会文化背景紧

密相关，所以我们显然不能照搬国外已有的研究成果。而国内虽也有一些网站作过有关网络受众行为的调查研究，例如中国互联网中心每年的调查报告中都有相应的对网络受众的调查，但这些调查由于目标并不是专门针对网络受众信息查寻行为的，研究价值并不理想。所以总的来说，目前国内还没有关于网络受众信息查寻行为的深层次的研究，尤其缺乏相关的调查数据。因此笔者针对当前国内这项研究空白，设计并成功完成了第一例专门针对中国内地网络受众信息查寻行为的网上问卷调查，共计获得有效样本 2649 份。笔者通过对这些数据的统计分析，构建了我国网络受众信息查寻行为的模型，该模型包括三个部分：受众的具体查寻行动表现、查寻阶段的划分、受众在网上查寻信息时的心理感觉变化。其中受众的信息查寻阶段被划分为开始、选择/区分、串联、综合、结束五个阶段。然后，笔者根据实验假设逐一验证，得出影响我国网络受众信息查寻行为的基本因素。

第三节 研究方法

本研究主要采取理论结合实证的研究方法，力求准确的阐释有关受众信息查寻行为研究的基础理论以及具体进展，并进而具体研究网络环境下受众的信息查寻行为。具体的研究方法包括以下几种：

1. 文献研究

虽然关于受众信息查寻行为的研究在传播学中并没有受到足够的重视，但在其他相关学科中，特别是在图书情报学中却一直是研究的显学，尤其是在近 20 余年来，更是如此。因此相关的调查结果及理论研究数量十分庞大。文献分析法是一个十分重要的研究方法，本研究立足于受众信息查寻行为研究近 20 余年来

的主要研究结果,通过利用 LISA 等文献检索工具和引文追踪等方法,查阅并参考了国内外有关信息查寻行为研究的相关专著 10 余部,论文 300 余篇,通过对它们的分析研究和消化吸收,引用了其中许多有价值的内容,并针对已有研究的不足展开了自己的论述。

2. 网络资源的收集与研究

互联网正成为学术研究的一个重要的空间,本研究在对传统文献收集和研究的基础上,进一步利用 Google, Yahoo, Altavista 等搜索引擎查找与受众信息查寻行为有关的网上信息,由于该领域的研究成果集中在美国和英国,因此笔者重点追踪了美国 and 英国相关的网站,了解本领域最新的研究进展情况。

3. 比较分析

比较法一直都是科学研究中的一个重要方法,笔者在本研究中也采取了这种方法,对基于认知心理学的受众信息查寻行为研究与基于社会心理学的受众信息查寻行为研究进行了比较分析。

4. 问卷调查

在学术研究中,为了寻求基本数据的支持,研究人员通常会采取实验方法或调查方法。为了能充分揭示我国网络受众的信息查寻行为,笔者从 2001 年 3 月份开始进行网上问卷调查的研究设计,历时达半年之久,终于成功地完成了国内首例网络受众信息查寻行为的网上问卷调查,共回收有效问卷 2649 余份。这些数据为本文的研究提供了重要的支持。

5. 统计分析

在收集到相关的数据后,本文进一步利用社会科学统计分析软件 (SPSS10.0) 对这些数据进行了统计分析。统计分析的结果用于对研究假设的论证。

6. 建模法

模型的建构有着两种基本的类型：一种是基于描述性、说明性的目的而建构的模型，这种模型的结构比较简单，其建构的目的也只是为了介绍系统建设者早期的工作，描述系统的一些属性；另一种则是标准的模型建构，这种类型的模型建构功能较为强大，用这种方法建构出的模型可以对模型的活动实施预控制。笔者限于自身能力的限制，只能尝试构建了第一种基于描述性的网络受众信息查寻行为的模型。