

媒体艺术与技术丛书

网络用户习惯对  
艺术消费的影响研究

张若琦 著

红旗出版社  
中国传媒大学出版社

媒体艺术与技术丛书



张若琦 著

红旗出版社

中国传媒大学出版社

·北京·

## 图书在版编目(CIP)数据

网络用户习惯对艺术消费的影响研究 / 张若琦著.

--北京: 红旗出版社, 2019. 12

ISBN 978-7-5051-5094-2

I. ①网… II. ①张… III. ①互联网络—用户—影响—艺术—消费—研究

IV. ①J114

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第290980号

**书 名** 网络用户习惯对艺术消费的影响研究

**著 者** 张若琦

**出 品 人** 唐中祥

**总 监 制** 褚定华

**选题策划** 盘黎明 刘险涛

**责任编辑** 毛传兵

**封面设计** 风得信设计·阿东  
FondesyDesign

**出版发行** 红旗出版社 中国传媒大学出版社

**邮政编码** 100727

**E-mail** hongqi1608@126.com

**发 行 部** 010-57270296 010-65450528

**印 刷** 北京玺诚印务有限公司

**开 本** 710毫米×1000毫米

**字 数** 133千字

**版 次** 2019年12月北京第1版

**ISBN** 978-7-5051-5094-2

**地 址** 北京市沙滩北街2号

**编 辑 部** 010-57274526

1/16

**印 张** 11

**印 次** 2019年12月北京第1次印刷

**定 价** 56.00元

欢迎品牌畅销图书项目合作 联系电话:010-57274627

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,本社发行部负责调换

# 目 录

## 绪 论 / 1

### 第一节 社会背景与研究缘起 / 1

### 第二节 国内外研究现状综述 / 3

### 第三节 研究意义、基本思路与方法 / 36

## 第一章 网络用户习惯与艺术消费现状 / 39

### 第一节 信息消费与信息消费行为及习惯 / 39

### 第二节 网络用户的信息消费习惯 / 48

### 第三节 艺术消费的发展现状 / 59

## 第二章 网络用户习惯——互联网时代艺术消费发展的风向标 / 65

### 第一节 网络用户习惯与科技发展的关系 / 65

### 第二节 网络用户习惯与社会变迁的关系 / 76

### 第三节 网络用户习惯——艺术消费发展趋势的风向标 / 111

### 第三章 网络用户习惯的成因与特点 / 121

#### 第一节 网络用户习惯形成的影响因素 / 121

#### 第二节 网络用户习惯的特点 / 135

### 第四章 适应与培养——利用网络用户习惯正向带动艺术消费的策略 / 140

#### 第一节 适应网络用户习惯,实现艺术消费的正向发展 / 140

#### 第二节 培养网络用户习惯,带动艺术消费正向发展 / 144

### 结 语 / 150

#### 第一节 研究发现 / 151

#### 第二节 研究启示 / 156

### 参考文献 / 160

# 绪论

## 第一节 社会背景与研究缘起

随着社会经济的快速发展,人们的物质生活水平得到了极大的改善,大家所关注的重点也逐渐由温饱问题转向了更高层次的精神需求。作为一种能够满足精神需求的消费形式,艺术消费近年来逐渐升温,成为人们精神生活的重要组成部分,并在社会消费结构中占据越来越大的比重。

互联网技术的飞速发展将人类社会带入了一个以网络为核心的信息时代,网络已在潜移默化中影响着人们日常生活的方方面面,成为满足人们信息消费需求的主要媒介。据国际电信联盟(ITU)2018年发布的《衡量信息社会发展报告》显示,“截至2018年年底,全世界51.2%的个人,即39亿人都在使用互联网”。<sup>①</sup>中国则是目前全球互

---

<sup>①</sup> International Telecommunication Union, Measuring the information society report 2018 [R/OL]. (2018-12-07)[2019-01-23]. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR-2018-Vol-1-E.pdf>.

联网络用户最多的国家。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第43次中国互联网络发展状况统计报告》显示,“截至2018年12月,我国网民规模达8.29亿,全年共计新增网民5653万人,互联网普及率为59.6%,较2017年年底提升了3.8个百分点”。<sup>①</sup>互联网的普及不仅为广大用户带来了海量的信息资源,也为他们提供了全新的信息消费平台。据实力传播(ZenithOptimedia)于2019年6月发布的最新媒体消费预测报告显示,“2019年全球人均使用移动互联网的时间是800小时,2021年这个数目将达到930小时。预计2021年,移动互联网的使用量将占全球媒体总消费量的31%,高于2019年的27%。传统媒体方面,2014年至2019年间,消费者日均读报时间由17分钟下降至11分钟,读杂志时间由8分钟降至4分钟,看电视时间则从171分钟降至167分钟,2021年,消费者日均看电视时间还将进一步降至165分钟,并且电视所占有的媒体消费量比率也将从2019年的35%下降到2021年的33%”。<sup>②</sup>越来越多的消费者逐渐将信息消费的重点从报刊、电视等传统媒体转移到了互联网。

移动互联网和智能手机、平板电脑等移动终端的普及,打破了信息消费的时间限制与空间障碍,人们可以随时随地开展信息消费活动。各大主流网络媒体、门户网站和视频网站的建立与发展,各种应用软件、客户端的研发,以及微博、微信等自媒体的迅速崛起,不但拓展了人们的信息消费平台,而且丰富了他们的信息消费内容。“上微博看新闻,用微信访亲友”的信息消费方式成为时尚,在线支付、网络

① 中国互联网络信息中心. 第43次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2019-02-28) [2019-03-11]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201902/P020190318523029756345.pdf>.

② ZenithOptimedia. Consumers will spend 800 hours using mobile internet devices this year [EB/OL]. (2019-06-10) [2019-08-09]. <http://www.zenithmedia.com/consumers-will-spend-800-hours-using-mobile-internet-devices-this-year/>.

社交、电子商务、在线服务等数据业务也渐渐成为消费者账单中的主角。人们的信息消费习惯已在潜移默化中发生了变化,并逐渐形成新的信息消费习惯。

随着自身热度的不断升温,艺术消费受到了社会的广泛关注,成为拥有庞大潜在市场以及广阔发展空间的消费潮流。艺术消费的过程既是物质交换的过程,也是艺术作品所蕴含信息传播的过程,因此,艺术消费实际上也是一种特殊的信息消费。随着市场经济体制的确立,以消费者为中心的生产消费模式日益兴起。在当前互联网高速发展的大背景下,网络用户的信息消费习惯逐渐成为信息消费发展趋势的重要风向标。对网络用户的信息消费习惯进行广泛深入地了解,将有助于掌握艺术消费的潮流走向,进而制定出具有针对性的行动措施,带动艺术消费的正向发展。

基于上述现状,本文围绕网络用户习惯对艺术消费的影响展开研究。这里所说的习惯具体指的是网络用户的信息消费习惯,通过结合文献理论与现实状况,建立起对网络用户习惯的全面认识,了解其特点以及所具有的社会影响力,进一步探索网络用户习惯的形成原因,并通过分析艺术消费的现状找出其当前的发展特点与存在的问题,深入探讨如何利用网络用户习惯正向带动艺术消费的发展。

## 第二节 国内外研究现状综述

本文的主要研究议题是从网络用户习惯入手,探讨网络用户的信

息消费习惯对艺术消费所产生的影响,因此首先涉及“习惯”这一概念以及相关的理论知识。

## 一、习惯理论

“习惯”一词可谓历史悠久,早在两千多年前的春秋时期,我国先哲孔子就曾提出“性相近也,习相远也”<sup>①</sup>的名句,这里的“习”即习惯的意思。汉代著作《大戴礼记·保傅》中记载了“少成若性,习贯之为常”<sup>②</sup>的语句,《风俗通义》中亦记载:“至于俗间行语,众所共传,积非习贯”<sup>③</sup>,这两处“贯”字均通“惯”,因此,“习贯”一词指代的其实也是“习惯”。而在西方世界,古希腊哲学家亚里士多德在其著作《尼各马可伦理学》(*Nicomachean Ethics*)中提出了“道德德性通过习惯养成”的观点<sup>④</sup>;古罗马哲学家塞涅卡在其著作《道德书简》(*Epistulae Morales Ad Lucilium*)中写道:“对人来说,没有比靠娱乐打发时间更糟的习惯了。”<sup>⑤</sup>另一位哲学家西塞罗在其著作《善恶之尽》(*De Finibus Bonorum et Malorum*)中提出“习惯有如另一种天性”<sup>⑥</sup>;还有一位古罗马哲学家爱比克泰德在《沉思录 II》(*The Meditations of Epictetus*)中提出了“每一种习惯和能力都是通过与之相应的行为而得到保持与加强的。你强化了一种习惯,就在火上浇了油”<sup>⑦</sup>等多句

① 张燕婴. 论语[M]. 北京:中华书局,2007:263.

② 王聘珍. 大戴礼记解诂[M]. 北京:中华书局,1983:51.

③ 应劭. 风俗通义校注[M]. 王利器,校注. 北京:中华书局,1981:4.

④ 亚里士多德. 尼各马可伦理学[M]. 廖申白,译. 北京:商务印书馆,2003:33.

⑤ 译文原句为:“But nothing is so damaging to good character as the habit of lounging at the games.”

⑥ 原句为:“Consuetudo, quasi altera natura.”

⑦ 爱比克泰德. 沉思录 II[M]. 陈思宇,译. 北京:中央编译出版社,2009:28.

带有习惯的名言。圣奥古斯丁、奥维德、伊拉斯谟、培根、莎士比亚等名家亦在自己的著作中多次使用“习惯”一词。纵观中外历史巨著,涉及习惯的先哲语句不胜枚举,足见其渊源之深厚。对于“习惯”的具体指代,国内外多部权威词典均做出了详细解释。

《辞海》中对“习惯”的解释有两种:“由于重复或多次练习而巩固下来并变成需要的行动方式;以及经过不断实践,已能适应新情况。”<sup>①</sup>《现代汉语词典》中对“习惯”也做出了类似解释,指出习惯是“常常接触某种新的情况而逐渐适应;或在长时期里逐渐养成的、一时不容易改变的行为、倾向或社会风尚”。<sup>②</sup>结合这两部词典的解释,不难发现“习惯”一词同时具有动词属性与名词属性,而本文论题“网络用户信息消费习惯”中所涉及的“习惯”是一个名词,具体对应于其名词性解释。《外研社·现代汉英词典》中列举出的含有名词“习惯”之意的英语单词共有三个,分别是“habit”“custom”与“usual practice”。其中,“habit”是最直接用以表示习惯的词语;“custom”除带有习惯之意,更多被用来指代风俗与习俗;“usual practice”则表示经常性地实践与练习。与之相比,《新世纪汉英大词典》中列出的“习惯”对应的英语单词除以上三个之外,还增加了一个“routine”,较之“习惯”,该词通常被当作“常规”与“例程”使用。因此,本文论题所涉及的“习惯”之含义与英语中“habit”的意义最为相符。关于“habit”的具体内容,《韦氏大学词典》(*Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*)中进行了详细释义,包括:1. 服装、衣服;2. 表明职衔或职能的服装、骑术服;3. 举止、风度;4. 外表或外在装扮;5. 精神特质;6. 稳定的行为倾向与行为

① 夏征农,陈至立. 辞海(第六版)[M]. 上海:上海辞书出版社,2009:2462.

② 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典(第5版)[M]. 北京:商务印书馆,2005:1458.

方式;7. 通过不断的重复行为或生理接触所形成的规律性的行为模式,久之将不随意志而转移,甚至出现上瘾;8. (植物)生长或(事件)发生的特征模式;9. (矿物)结晶的形态与聚合特征。共九种含义。《牛津英语词典》(*Oxford Dictionary of English*)对“habit”一词的解释主要有三种:1. 固定的或经常性的倾向或行为,尤指不易改变的那种;可用于描述对药物的上瘾,表示对于特定情况的自动反应,以及形容植物或矿物的一般生长方式;2. 宗教人士所穿的长袍或骑马时穿的短袍、古代的衣服;3. 古语:个人的健康状况或身心素质、穿衣着装。词典中还提到“habit”一词最早形成于中世纪英语,源自拉丁语,最初用以表示着装,后逐渐用于表示人的身心素质。综上所述,这几部中英文词典中对于“习惯”和“habit”的解释是比较一致的,都用其来指代人所形成的稳定的或规律性的行为倾向或行为方式,这种行为通过不断重复的实践而形成,且不容易发生改变。此外,习惯还可能与个人的身心素质以及着装有着一定的渊源。除词典中的释义之外,国内外各领域的多位学者也分别从不同层面与角度围绕“习惯”一词提出了自己的见解并进行了颇为深入的研究,其研究内容大致涵盖两大层面:理论层面与应用层面。

理论层面的研究主要关注习惯的定义以及形成机制,探索影响习惯形成的各种因素。我国心理学教授林崇德、杨治良、黄希庭共同主编的《心理学大辞典》对习惯的解释为:“个体在一定情境下自动化地执行或完成某些动作或某种固定活动模式的需要和倾向。”<sup>①</sup>宝岛学者柯永河在其著作《习惯心理学·辨识篇》中提出“习惯是刺激与反应之间的稳定关系”<sup>②</sup>。心理学家林传鼎等学者主编的《心理学词典》一

① 林崇德,杨治良,黄希庭. 心理学大辞典(下卷)[M]. 上海:上海教育出版社,2003:1340.

② 柯永河. 习惯心理学·辨识篇(上册)[M]. 台北:张老师出版社,2001:4.

书中解释道：“习惯是不需要特殊的练习，由于多次重复而形成的对于实现某种自动化动作的需要。”<sup>①</sup>心理学家张焕庭主编的《教育辞典》中指出：“习惯指与完成某种自动化动作的需要相联系的、并经过练习而获得的动作方式。”<sup>②</sup>

与中国学者们对习惯做出的直接界定相对应，多位外国学者也提出了自己对于习惯的见解。被誉为美国心理学之父和机能主义心理学派创始人之一的威廉·詹姆斯在其著作《心理学原理》(*The Principle of Psychology*)中，分别从物理学角度与神经学角度对习惯进行了阐释。他先从物理学角度提出各种基本物质元素相互作用和反应时都会遵循的习惯即是自然规律，这种习惯是永恒不变的，因为基本物质元素不会发生变化；物质混合物却因其结构本身的可塑性，在受到外力或内力作用时，其所遵循的习惯是可以发生变化的；而人类或其他生命体均为多种基本元素所构成的混合体，因此其习惯同样可以改变，是具有可塑性的。詹姆斯从物理学角度对习惯进行的界定，范围涵盖了自然界的有机体与无机物，因此具有广义性。随后，他又从神经学的角度提出，习惯是从感官流入的神经流在大脑中制造出的不易消失的通道痕迹，存在简单与复杂之分，简单的习惯就是一种反射放电，它存在于神经系统的通道中；复杂的习惯则是神经中枢的级联式放电，它之所以产生是因为存在着反射通道的系统，这些通道被组织在一起，相互刺激，形成反应链，直至受到抑制。詹姆斯从神经学角度对习惯的分析，揭示出习惯的形成与神经系统受到的刺激及做出的反射存在关联。行为主义心理学创始人约翰·华生在《行为主义者眼中的心理学》(*Psychology from the Standpoint of a Behaviorist*)一书

① 林传鼎，陈舒永，张厚粲. 心理学词典[M]. 南昌：江西科学技术出版社，1986：26.

② 张焕庭. 教育辞典[M]. 南京：江苏教育出版社，1989：53.

中,将人类行为从“遗传/获得”与“外显/内隐”两种维度分别进行了划分。在此基础上,他将习惯与本能区别开来,指出二者虽均由刺激引发,但本能来自先天的遗传,习惯则由后天学习所得,并对习惯做出了明确的界定,认为任何具体的行为模式,无论是外显反应还是内隐反应,只要不是通过遗传获得的均可将其视为习惯。新行为主义代表人之一的美国心理学家克拉克·赫尔在其所著的《行为的原理:行为理论导论》(*Principles of Behavior: An Introduction to Behavior Theory*)一书中对习惯进行了较为深入的分析,他认为感受器官和反应器官的联结即是习惯,它是神经系统中存在的一种无形状态,这种状态通过强化过程建立并增强,连接刺激与反应的力量就是习惯具有的强度。赫尔对于习惯形成机制的看法与新行为主义的另一位代表人伯尔赫斯·斯金纳存在着相似之处,但后者在建立自己的行为理论体系时使用“反射”(reflex)一词来指代习惯,并提出了著名的操作条件反射理论。在斯金纳看来,强化即是控制行为的手段,经过强化的行为存在着重复发生的趋向,习惯也就随之形成。可见,行为主义心理学派围绕习惯进行的研究是带有客观性的,他们最大化地考虑到了刺激、强化等外在因素对习惯形成的影响。与之相对的认知心理学派则更关注刺激引起反应的内在过程,即刺激如何引起反应。其代表性观点包括:沃尔夫冈·柯勒基于黑猩猩实验提出的“顿悟说”,爱德华·托尔曼的“认知—目的论”,让·皮亚杰的“认知发展理论”与杰罗姆·布鲁纳的“认知—发现说”等。认知学派理论强调主体在学习过程中的自主性,认为学习并非通过外界强化被动形成习惯,而是主动地通过理解在大脑内部建立认知结构。行为主义心理学派与认知心理学派对于习惯的不同认识,为本文从更全面的角度分析信息消费习惯的形成带来了启示。

应用层面的研究主要关注习惯对人的品德、行为、性格、气质等方面以及从事的各种活动的影响,以期更好地了解事物的秩序,甚至能改变这一秩序。我国著名心理学家朱智贤在《儿童心理学》一书中指出,儿童做出的道德行为是出于道德习惯,而非他们具有高度的道德信念。因此,教师应该注重培养儿童合乎道德要求的习惯。人民教育家陶行知在《创建乡村幼稚园宣言书》一文中提出:教育应从儿童抓起,6岁之前是人格陶冶的重要阶段,在这个时期如能培养起儿童良好的习惯,以后便容易引导他们往正确的方向发展,成为社会的优良分子。古希腊著名哲学家亚里士多德在《尼各马可伦理学》中曾写道:“从小养成这样的习惯还是那样的习惯绝不是小事。正相反,它非常重要,或宁可说,它最重要。”<sup>①</sup>他认为习惯是影响良好品德形成的重要因素,品德又会构成性格的一部分,正是习惯的好坏造成了人们之间的差异,而且习惯在品德形成以后还会对行为产生影响。英国著名哲学家培根在《培根论人生》(*Essays of Francis Bacon*)一书中提出:“人们是依从长期养成的习惯来行动的。”<sup>②</sup>他肯定了习惯对人的身心所起的绝对支配作用,指出了培养良好习惯的必要性,并将习惯视为培育品德的种子。英国经验主义的三位代表哲学家也分别在各自的著作中提出了对习惯具有的影响力的看法。约翰·洛克在其所著的《教育漫话》(*Some Thoughts Concerning Education*)中强调了习惯在教育过程中所起到的重要作用,他认为人的言行、个性、品质均是长期养成的习惯,对于儿童的教育,最重要的是要培养他们形成牢固的良好习惯,从而使他们在独自应付事情时可以表现出优秀的行为。“因为一切告诫与规则,无论怎样反复叮咛,除非由于实行而养成习惯,全

① 亚里士多德. 尼各马可伦理学[M]. 廖申白,译. 北京:商务印书馆,2003:37.

② 培根. 培根论人生[M]. 何新,译. 北京:中国友谊出版公司,2001:313.

是不中用的。”<sup>①</sup>大卫·休谟在其著作《人性论》(*A Treatise of Human Nature*)中指出:“习惯对于心灵有两种原始的效果,一种是使任何行为的完成或对任何对象的想象顺利无阻,一种是以后使它对于这种行为或对象有一种趋向或倾向。”<sup>②</sup>在休谟看来,人的行为大多是出于习惯,而非理性的思考。习惯不但能够使人顺利完成任何行为,还可以使人产生完成那种行为的趋向。行为一旦形成了习惯,就具有了真理性,因此也不易对它进行改变。乔治·贝克莱在《视觉新论》(*New Vision*)一书中指出了习惯在人类视觉活动中所起的作用,认为习惯是联系视觉系统与触觉系统的重要因素。他着重讨论了视觉和触觉的机制与本质,指出视觉对象与触觉对象是截然不同的两种事物,并把视觉对象视为存在于观察者内心的事物,是习惯将观察者在触觉系统中形成的观念转移到视觉形象上的,没有经验与习惯,人是无法区分具体事物的。美国心理学之父威廉·詹姆斯在其著作《心理学原理》(*The Principles of Psychology*)中写道:“习惯是社会巨大的飞轮,是它的最为宝贵的保守性的作用力……它让我们所有人都注定要根据我们的教养或者早期选择来大打那场生活之战……它使不同的社会阶层不会混合起来。”<sup>③</sup>可见,在他看来,习惯不仅影响个人生活,也引导着整个社会结构和机制。美国当代畅销书作家杰克·霍吉在总结多位学者关于习惯的研究观点并结合实际实例所撰写的《习惯的力量》(*The Power of Habit*)一书中,深入分析了习惯在个人生活与事业中体现出的强大力量,指明了成功与习惯存在的关系,并进一步介绍了个人正确利用习惯的方式。由此可见,习惯的影响力是巨大的,

① 洛克. 教育漫话[M]. 徐诚, 杨汉麟, 译. 石家庄: 河北人民出版社, 1998: 9.

② 休谟. 人性论[M]. 关文运, 译. 北京: 商务印书馆, 1996: 460.

③ 詹姆斯. 心理学原理[M]. 田平, 译. 北京: 中国城市出版社, 2003: 165-166.

它不仅会影响个人身心,也可以影响人们的各种生活活动,甚至可以影响到整个社会的结构和机制。

综合各方观点,习惯是一个跨学科领域的名词,它涉及物理学、生物学、医学、心理学、哲学、社会学等多学科的知识,在对于习惯的具体界定上,由于学者们的学术背景各不相同,因此尚存各种分歧意见,但总的来说:首先,习惯是后天形成的,也是可塑的,它体现了有机体的心理倾向,并能通过其具体的行为得到体现;其次,它的形成与外界刺激和反复练习有关,且在形成之后具有稳定性和自发性的特点,不易发生改变;除此之外,习惯在形成之后会对人的行为、性格等方面产生影响,甚至会对整个人类社会产生影响。于是我们可以对“习惯”做出这样的归纳:习惯是通过后天不断练习所形成的一种稳定的自动化行为,它反映了个体的思维倾向与情感倾向等心理倾向,并能通过具体的行为得到体现,且具有不可忽视的影响力。在此基础上,对网络用户信息消费习惯的研究分析还应结合网络用户信息消费行为的研究来进行。而网络用户信息消费行为是网络用户的信息行为与消费行为的统一,是在网络用户信息行为基础上的消费行为,因此还涉及信息行为理论、消费者行为理论以及网络用户行为理论等相关理论知识。

## 二、信息行为理论

“信息行为”是图书馆与信息科学研究领域的核心概念,与其相关的理论研究最早可追溯至 20 世纪初。1948 年英国皇家学会(Royal Society)科学情报会议的召开,使得学者们开始将信息行为视为正式的研究对象。“信息行为”一词译自英语词组“information behavior”,

这一正式名称源于 20 世纪 60 年代兴起的“information needs and uses”一说；自 20 世纪 70 年代起，信息行为研究的重点逐渐开始由信息系统转向了信息搜寻与用户；20 世纪 90 年代，中国学术界开始以“信息行为”一词替代之前在国内普遍使用的“情报行为”，至此，“信息行为”这一说法在中国正式形成。纵观国内外对于信息行为的研究，大致可以将其涵盖的内容划分为信息行为概念、信息行为影响因素以及信息行为理论模型三个方面。

就信息行为概念而言，为了明确其确凿含义，国内外多名学者分别做出了自己的界定。美国图书馆与信息领域著名学者 R. S. Taylor 在《信息使用环境》(*Information Use Environments*)一文中，将信息行为定义为使信息变得有用的一切行为的总和。英国信息行为学专家 T. D. Wilson 在《人类信息行为》(*Human Information Behavior*)一文中指出，信息行为是一切与信息源和信息渠道发生关联的人类行为，包括信息传播、信息搜寻、信息搜索、信息获取与信息使用等。结合 Wilson 的研究，美国华盛顿大学的三位信息行为研究者 Karen E. Pettigrew、Raya Fidel 与 Harry Bruce 在合作论文《信息行为的概念框架》(*Conceptual Frameworks in Information Behavior*)中，将信息行为定义为人们在工作、日常生活等不同情景中需求、搜寻、提供与使用信息的行为方式。肯塔基大学(University of Kentucky)通讯与信息研究院教授 Donald O. Case 在著作《寻找信息：信息研究的一项调查》(*Looking for Information: A Survey of Research on Information*)中提出，信息行为包含信息搜寻以及其他一切无意识或被动接收信息的行为，如不经意或偶然看到信息，也包括与寻求无关的目的性行为，如主动避免信息。英国拉夫堡大学(Loughborough University)信息科学系教授 Amanda Spink 在其著作《信息行为：一种进化的本能》