

# 传播学视角下互联网平台可供性研究及启示

封 叶

(南京传媒学院 江苏 南京 225000)

**摘 要:** 可供性理论能帮助研究人员了解每个互联网平台用户的使用感受, 确保互联网平台提供信息资源能与用户之间形成有效互动。我国已开展的研究文献主要关注互联网平台本身技术发展, 可供性研究的文献内容偏少, 需要研究人员站在传播学的视角下, 对可供性的路径深入分析, 提出具有中国特色的可行性路径。本文阐述了社交媒体领域可供性研究的三个方向, 分析了互联网平台研究中的可供性分析路径, 提出了中国语境下互联网平台可供性研究中应注意的问题。

**关键词:** 互联网平台; 可供性研究; 路径

## Research on the availability of internet platform from the perspective of communication science and its enlightenment

Fengye

(Nanjing Media College Nanjing 225000, Jiangsu)

**Abstract:** The theory of availability can help researchers understand the use feelings of each Internet platform user, and ensure that the information resources provided by the Internet platform can form an effective interaction with users. The research literature that has been carried out in China mainly focuses on the technical development of the Internet platform itself, and the content of the literature on availability research is relatively small. It requires researchers to stand in the perspective of communication science, deeply analyze the path of availability, and propose a feasible path with Chinese characteristics. This paper expounds the three directions of availability research in the field of social media, analyzes the path of availability analysis in the research of Internet platforms, and puts forward the problems that should be paid attention to in the research of Internet platform availability in the Chinese context.

**Keywords:** Internet platform; Availability study; route

可供性理论最早被提及是在生态学理论中, 研究人员往往关注外界环境和生物之间的关系, 随着生态学理论知识研究的深入, 逐渐被媒体设计人员引入到互联网平台中来, 通过分析不同的媒体设计方案对用户的影响, 提供出适合其需求的媒体内容。众所周知, 媒体本身是一种媒介, 其表现形式能影响着用户的感受, 由此可见, 可供性理论也能作为传播学研究的专业工具。现阶段, 互联网平台建设数量快速增加, 可供性理论能确保用户和平台之间关系变得简单易处理。

### 1 社交媒体领域可供性研究的三个方向

#### 1.1 高阶可供性与低阶可供性的概念

目前, 研究人员对媒体可供性研究关注点并不相同, 研究方向分别是高阶可供性和低阶可供性两方面。高阶可供性研究是指从宏观角度看待问题, 研究人员主要关注信息传播方式和具备的属性, 研究人员要不断扩宽个人眼光, 不能受限制于某一点, 时刻关注媒体传播的结果。可供性所包含的内容远远高于按钮和控制系统。从社交媒体可供性内容分为两个部分, 首先, 媒体要以自我作为中心点, 从某一个具体案例出发开展行动, 行动开展时不涉及其他内容, 将自己的意识形态展示出来, 其次, 展示内容有多个部分, 常见的社会性质和朋友之间交往关系。与之相对应的是低阶可供性, 例如, 互联网平台建立过程中, 涉及专业技术特点、网页界面等, 一般情况下, 研究人员会将高阶可供性与低阶可供性结合起来分析其功能, 多方向、多角度理解平台的可供性特点。

#### 1.2 系统开放想象可供性

想象可供性更多关注用户的体验, 下游用户对新技术提出要求, 建立的技术能让其与媒体开展良性互动。研究人员关注的互联网平台技术, 能为用户提供哪些体验, 并未关注到平台与用户之间的互动形式, 导致用户使用互联网平台时, 不能感受到可供性的存

在。可供性研究方向要多角度、多方向开展, 在研究互联网平台基础上, 也要充分考虑用户体验和互动情况<sup>[1]</sup>。互联网平台的构建多是有算法构成, 算法机制抽象存在不确定性的特点, 造成用户对平台的认知存在差异性。例如, 美国的 Facebook 网站使用人群庞大, 用户并不能对互联网平台有正确的认知, 并不了解其主页上的信息是由算法构成。不能及时发现自己好友更新状态时, 仅仅是认为自己的关注度低, 并不会责怪算法的使用不合理。研发人员在可供性研究时, 需要充分将平台中技术和社会中人与人之间的关系捋顺, 确保用户体验感和互动感得到满足。想象可供性研究工作也能很好了解媒体技术是否符合用户需求, 能否达到学习的目的。用户对算法的理解程度, 影响了算法本身的功能。如果用户了解算法的基本功能, 便能在使用平台时积极与其他用户互动, 活跃度增加的过程中能获取平台提供的流量扶持。国内新兴的短视频平台便是具备该功能, 粉丝团通过积极点赞活动, 能让自己喜欢的明星曝光度得到提升。

#### 1.3 通俗可供性

通俗可供性与其他可供性的意义相同, 主要是站在客户的角度考虑问题, 通过专业的技术设计, 能让用户自己理解可供性。但是, 技术人员在构建互联网平台过程中, 并未对通俗性进行明确的定义, 而是仅仅让用户自己理解, 所带来的局限性较为明显。用户对互联网平台的理解不会从单一角度开展, 其对互联网平台认识是多种形式。例如, 某一款情侣软件的使用, 有些用户仅仅将其当成互动软件, 日常生活中用来发送信息, 有些用户使用时将其当成一种私密性的空间, 将自己对爱情感悟发送到私人空间, 确保情侣之间关系能一直紧密。因此, 不同用户的需求决定了平台不同发展方向。从用户体验角度上分析能发现, 体验感并不是单独存在, 而是在复杂的媒体生态中存在。

## 2 互联网平台研究中的可供性分析路径

### 2.1 拓展“用户”的定义

在以往的互联网平台构建过程中,可行性研究人员多数会结合设计师意见或者终端用户的感受,投入使用互联网平台却不能满足所有人的需求,Bucher 和 Helmond 两个互联网平台研究人员指出,互联网平台构建公司对用户定义要正确认知,结合时代发展要求扩展用户定义,用户不能仅仅局限于网站或者 APP 使用人员,在平台上发布广告公司和研究型学者,均属于用户群体中的一部分<sup>[2]</sup>。互联网平台根据不同用户使用需求,需要提供出差异化服务,例如,平台要为广告商提供出相应页面,在后台提供出专业的连接接口。国内的短视频公司为用户提供了收藏和点赞服务,收藏服务能让用户第一时间找到自己观看到的内容,点赞服务能让用户表达自己喜欢的内容,服务形式能让第三方的广告公司了解用户需求,通过专业技术分析,为其提供专业化的服务。

### 2.2 注意用户界面的连接性

现阶段,互联网平台用户与平台的接触形式存在差异,平台中界面能为用户带来不同体验感,平台所提供界面内容并不能代表平台所提供的技术服务。用户通过使用平台中部分界面,让其形成多种类型的关系,这部分关系之间相互交错,互联网平台作为一个整体的服务平台,针对不同的用户提供专业化的连接,确保平台使用用户与外部用户之间产生联系。用户使用互联网平台连接性时,要求其能够跨平台体验其他服务。通过分析 Twitter 案例能发现,用户能通过收藏键进入到点赞键中,完美实现两者的相互转换,确保用户的体验感能得到满足,确保关联平台之间的关系变得更加紧密。国内快手互联网平台的使用,当用户发表作品后能通过分享功能,将其推荐给自己的好友。另外,短视频平台的数据记录功能也能将好友喜欢视频推荐给用户。

### 2.3 时刻关注互联网平台界面的适应性

站在可供视角下开展使用分析能发现,使用的网络社交平台主要具备动态性和塑造性两个功能。吉普森定义中明确表述,外部环境不会因观察者的需求而出现调整,但是互联网平台往往会考虑用户的使用需求,不断调整视频的使用方向,以此满足用户的需求。例如,不同互联网平台会结合用户年龄需求,制定专业化和差异性的服务界面,常见的手机端、电脑终端等。当下使用最多的微博互联网平台,当新用户开展注册任务时,系统往往会结合注册用户的年龄询问其爱好,如果注册用户对互联网平台推荐的内容不感兴趣,平台会将相关的内容推荐次数降低,提高用户的体验感和满意度。因此,互联网平台的适应性,属于传播学视角下的一个重要特征,这也与生态学视角的内涵具备本质的差异性。

### 2.4 注意行动者对技术的供给

可供性是用户使用互联网平台一项主要因素,通过分析 Facebook 的搜索排名能看出,用户需求情况是大数据的总结,导致互联网平台提供源源不断地提供其所需要的信息内容,短视频平台中热搜部分也是具备此项功能。互联网平台的构成主要是算法,算法抓取用户需要的信息,需求信息转化成为前台的内容再次推荐给用户。信息之间传递功能避免单向传递,实现闭环循环功能。另外,不同互联网平台之间的连接性,也需要引起研究人员足够的关注,最为熟知的是微信软件,当用户注册微信后,也同样能登录其他互联网平台,使用微信也能分享其他互联网平台的内容,即便是用户不经常使用这一互联网平台,用户仍然能得到数据推送。

### 3 中国语境下互联网平台可供性研究中应注意的问题

#### 3.1 避免将可供性简化理解为互联网平台技术特性

现阶段,已有的可供性文献关注内容是互联网平台的特征,学术类文章中多数分析选择使用某种特定的技术,能推动互联网平台的发展,以及其对社会发展产生何种贡献,分析文章中的内容能看出作者仅将可供性转变成为媒介本身的属性,并不能详细地描述技术与用户之间的联系,这种情况不仅在中文文献中有所展现,在外国的论文中也经常出现。从吉普森定义上分析能发现,可供性存在的前提条件包含两个部分,生物和环境缺一不可,任何一方不能

单独的存在。可供性理论研究中关注用户的实际体验,通过恰当的方式构建用户与环境的联系<sup>[3]</sup>。互联网平台构建并不是使用专业词汇描述,而是要让平台和用户形成良好的互动关系。

### 3.2 注重引入平台与用户互动

国内互联网技术快速发展,建立互联网平台可供性,让研究人员开展研究工作,这部分互联网平台对技术的关注度高于对用户的关注度,但是,在算法机制占据主导的情况下,互联网平台用户扮演的角色越来越重要。可供性能让媒介和用户之间形成良好协作,属于动态感知的过程。互联网平台终端客户不仅仅是使用者,也是平台运行的源动力,只有用户存在才能创造一定的经济价值。平台可供性研究人员要时刻关注平台与用户之间的互动情况,不仅仅关注终端使用人员,也要关注广告人员和系统开发人员,让其与平台形成良性互动。另外,在条件允许的情况下,需要将一个平台与其他平台相互融合,确保不同的平台之间能产生联系。

### 3.3 研究算法可供性等技术维度问题

很多研究人员对平台可供性与技术特性的概念认识不清,在关注可供性的基础上,也要关注特定技术对终端用户产生的影响。算法对平台可供性会产生严重影响,不同平台之间的算法也具备差异性,最终影响用户的使用感受。例如,抖音的流量分配原则存在差异性,抖音流量扶持往往是新晋主播或者创作型大主播,普通主播想要获取流量,只能是通过特殊表演方式获取流量,但这种模式下对短视频平台发展会产生影响,严重者会影响观看者的价值观。现阶段,国内研究人员更多关注互联网平台高阶可供性,在此基础上不断向下延伸,选择使用低阶可供性视角,则互联网平台提供更加专业的帮助,让互联网平台和用户之间产生良性互动。

### 3.4 研究不同类型互联网平台开展可供性

现阶段,西方国家研究人员在分析互联网平台可供性时,研究内容是围绕 Twitter 等互联网平台,研究人员并未将互联网平台详细划分,甚至存在部分研究人员将社会交往平台直接作为平台使用。这与中国互联网平台具备明显的差异性。国内对互联网平台采取更加详细的划分,信息类、购物类、搜索类以及社会交往类平台等,开展研究工作要结合平台类型分析可供性。近年来,国内直播行业飞速发展,信息类和购物类平台均具备直播互动功能,但是两者之间的内容并不相同。抖音主播直播过程中,通过才艺表演出来与观看人员互动,购物类直播则选择物美价廉用户喜欢的产品,用户根据自己喜欢的作品,选择适合自己的直播内容。用户选择喜欢的作品主要是商家优惠或者是直播人员具备魅力。如果仅仅从直播的角度看待问题,则不能很好理解直播内容的差异性。因此,研究人员要从可供性角度看待问题,正确理解平台的作用进而与用户形成良性互动。

### 4 结语:

综上所述,互联网平台可供性研究工作开展时,需要耐心细致考虑平台的瓶颈,不断的分析平台发展中如何实现自我超越,确保平台与其他平台产生联系。此外,研究人员要对互联网平台用户的概念正确认知,避免只考虑终端用户,在可供性的基础上与用户产生良性互动,在传播学视角下实现互联网平台的稳步发展。

### 参考文献:

- [1] 张志安,黄桔琳.传播学视角下互联网平台可供性研究及启示[J].新闻与写作,2020.21(4):6-7.
- [2] 吴沐.传播学视角下的国内网络直播平台解析[J].时代报告,2017(8).3-4.
- [3] 彭东.从传播学角度透视互联网未来的走向[J].科技传播,2015,000(022):131-132.

姓名:封叶 出生年月:1999.1 性别:女 籍贯:江苏省扬州市 民族:汉族

最高学历:本科/学士 职称:无 研究方向:传播学