

网络环境下用户信息利用行为模式研究

陈志琴

(江西经济管理干部学院, 江西南昌 330088)

1. 引言

数字开放环境的发展造就了发达的网络环境, 信息技术使得不同用户之间的开放式交流成为可能, 并随着 Web2.0 这种方式普及化。当前, 信息资源的开放, 与信息利用模式的多样化, 是网络环境的显著特征, 在数字技术的推动下, 对于用户信息利用的模式迎来了全新的一个时期, 其中, 承载信息资源和信息利用的方式发生了很大的变化。

21 世纪以来, 信息的获取更加开放化, 对于发展中的信息利用模式, 一些新特征也随之呈现出来。本文以处于网络环境下用户视角着眼, 对于如何利用信息进行了分析, 并总结了模式的特征和出现的新变化。基于分析的基础上, 对信息利用模式在发展趋势上进行勾画, 以期对对应的机构提供合适的资源服务?帮助其在信息资源的利用上增加一定的指导参考。何为信息利用模式呢, 本文认为, 主要是用户固定的, 在利用信息资源行为中体现的特征集合, 具体来说, 体现在查找信息资源的行为?选择信息资源的行为?信息资源获取后的使用等。

2. 用户信息利用模式的内涵

Wilson 在其著作中, 认为信息利用行为是人们在现有认知的基础上, 将信息资源包含的信息, 内化到其身心中的行为。Ford 则在定义信息利用行为时, 更注重指信息的寻找, 并将获得的信息吸纳到原有的知识库中, 在这个过程中, 思考和记录的方式被应用于信息的认知处理或获取。邵慧丽等将信息的利用当做是信息的获取和利用中的核心重要环节, 认为其不仅包括筛选吸收信息, 最终伴随着信息的多次利用, 最终归于知识库中。本文以上学者的理论作为基础, 认为在网络环境下, 用户信息利用行为包含了信息的吸纳与利用, 这其中需要通过思考, 记录等方式, 达到处理或获取信息的效果。

根据上述学者的研究, 本文将信息利用行为划分为三个维度, 即对信息的需求?对信息的搜索?对信息的使用。

(一)对信息的需求

信息需求的行为体现了用户渴求信息原始的诉求。国内外对这一方面研究开始的较早, 国外学者 Derr 指出, 信息需求表明了信息与信息目的存在的关系, 并不是心理状态的一种描述, 信息需求体现了用户希望获取信息的强烈目的。

(二)对信息的搜索

信息搜索的行为长期以来被视为国内外学者讨论的热点, 国内外学者形成了相对较成熟而且共同的认识。Wilson 等认为信息搜索的行为是处于信息需要的目的而产生的行为。

(三)对信息的使用

与前两个相比, 国内外在此方面的研究相对较少。有学者认为对信息的使用可能与身体活动有着密切的联系, 也可能是现有知识与新信息相比较的精神行为。还有学者认为, 人类在信息使用上有着模块化认知结构。

3. 用户信息利用模式的实现途径

用户信息利用的模式包括下列三个步骤。涉及到信息的搜集、整理与加工处理。

(一)信息的收集

现阶段在网络环境下, 对于用户信息的利用, 主要是以观察法为代表的方法。观察法的关键是在于对用户每一项行为步骤信息的采集, 从而发掘信息纳入到知识库中。在方法上较为

类似于传统环境下的观察法, 开放性和虚拟性兼备的网络环境给观察法的存在提供了温床和运用的良好机会。以某些电子商务网站为例, 用户在使用时, 往往被要求先注册会员, 之后才能进行一系列的购买服务, 包括用户姓名在内的注册信息, 连同手机号码和邮箱等, 均成为了可以被利用的信息资源, 甚至还可通过对用户社交媒体如微博等获取诸如兴趣爱好, 职业等更加具体的信息, 这些信息的使用为商家提供个性化服务打下了基础。当然, 观察法的应用不仅仅是为例如收集数据, 得到用户的姓名和邮箱等显性信息, 同时更重要的是对客户隐性信息的挖掘分析, 具体而言包括以下几种方法:

(1)流量访问计数器的设置。大部分的网站都非常重视对于流量访问的设置, 此种措施主要是为了记录网页的访问流量并生成统计报表。在网络环境中, 流量往往反映了网站受欢迎的程度, 更大的浏览量越多对于网站的持续发展更为有利。因此统计浏览用户的数量, 对于当今市场如何发展和用户的需求可以形成准确的了解。例如, 在电商网站上记录用户浏览某类产品的行为进行统计分析, 可以直观了解用户在该类商品的消费倾向, 还可以挖掘消费者潜在的兴趣爱好, 有利于电子商务网站制定相对应的营销策略提供给商家。值得注意的是, 应用观察法统计用户信息, 只是分析用户信息的基础性工作, 再对数据进行整理之后辅以详细的解读, 再能研究透彻信息背后的规律, 对用户群体的分布和是否存在潜在消费等进行研究。而这也都建立在访问量深入挖掘的基础上, 这也是对观察法的深化?

(2)利用 cookie 技术。Cookie 本质上用户储存在本地终端上的数据, 但是容易被利用。缘由是某些网站基于辨别用户身份的需要, 而将 cookie 作为一种能够辨识用户的程序, 此种技术甚至可以全程跟踪来访者, 最初的应用是电子商务网站, cookie 被应用于分辨访问的是否为“老顾客”, 筛选出首次浏览的新顾客?具体而言, 当用户第一次访问某网站时, 就会留下“脚印”在该 web 站点上, 并以一个 ID 地址的形式保存, 这个地址自然而然成为了用户被识别的唯一标识性信息, 同时 cookie 被保存在该用户的计算机中, 当该用户再次访问同样的网站时, cookie 技术即可在用户的计算机中读到 ID 号, 以及用户访问信息?

美国 doubleclick 公司运用 cookie 技术, 对浏览网站者实行跟踪, 并研发了一种软件, 能对用户网络上的行为进行追踪。doubleclick 公司与许多网站建立了合作关系, 用户的足迹涉及这些网站时, 会被授予一个私人账号, 在该账号上, 用户的个人信息被一一记录存储, 包括浏览网站的类别, 关注的内容以及停留时长都有涉及, 而这些宝贵的信息资源将被商家利用, 用于展开精准营销、有计划的促销方案等等, 也可以用于吸引潜在客户。

(3)通过注册信息获取用户信息。用户在网络环境下注册时, 常常会留下邮箱信息。作为在网络生活中, 使用频率最高的通信方式, 邮箱具有物美价廉、使用方便的优点, 其应用广泛, 许多用户上网的原因之一就是查阅邮件。同时, 传统媒体及诸多企业仍将邮件作为发布信息的一种形式, 定期发送邮件成为一种习惯, 邮件内容往往是公司的最新动态和产品等, 通过邮件进行信息获取和利用的方式很简单, 因为用户在注册信息时往往会有意无意透露自己的信息于其中, 通过邮箱信息渠道被拓宽, 成本也不会上升过多, 快速有效。当然, 这种方式也不

是十全十美,当用户感受到信息有泄露的风险时,就会将其标注为垃圾邮件。

(4)利用数据挖掘技术。相比于直接利用用户信息,数据挖掘技术更为间接,门槛也更高,需要利用专业分析工具,而且针对的是海量数据,以发现模型与数据存在的联系为使用技术的目标,数据挖掘可以展示用户信息背后的变化趋势,加上其他信息可以揭示数据与用户之间潜在内部的联系,对于表面上很难发觉被忽略的因素是一种揭示,相比于上述方法,数据挖掘技术要更为客观严谨和直观,是对于当下生产生活中数据充分却分析手段匮乏的解决之道。当前,用户的信息收集和存储能力越来越强,数据容量越来越大,同时,用户的需求也更加的多元化,对用户偏好的把握愈发困难,但是数据挖掘技术能较大程度提高对于用户信息的把握。迅猛发展、日趋专业化是近些年来数据挖掘技术发展特点,在网络环境下有着举足轻重的作用,能用于分析用户的行为习惯,以及消费偏好等。

(二)用户信息的整理

整理信息主要是指针对收集到的用户的原始资料,进行包括汇总、归纳、比较在内的一系列操作,使之系统化的过程,对于信息和数据而言,将其科学化 and 条理化,乃至于形成数据库,是很重要的,一来可以提高信息的价值,二来可以提高信息的使用效率,方便于信息的加工。一般而言,用户信息的整理可分为以下几个步骤。

(1)确定信息源:对于信息,首先要保证其是可靠的,对于重要的信息而言,首先要甄别来源,保障信息的真实可用。

(2)信息甄别:在确定信息来源之后,紧接着需要对于用户信息进行鉴别,包括检测信息是否可靠,然后加以确认的过程,就可靠性而言,应重点关注用户的信息是否真实,数据是否出现了遗漏和重复等。

(3)信息筛选:信息筛选是对收集数据进行选择的过程,实质上是通过评估过程筛选出有用的用户信息,以此方式提升收集信息的可用性。在筛选过程中,必须要有明确的需求与标准,确立一个严格的框架,按照框架剔除无关的或无用的信息。

(4)信息分类:信息分类是为了查找和使用用户信息的方便,在分类时需要按特定规律和联系区分用户信息并归类,再适当的保存,通过这样的处理,可以有效对用户信息进行调用,同时信息分类的维度还可以往下。

(三)用户信息的加工处理

在大量收集信息的基础之上,对信息进行加工处理是自然而然的,在此过程中,围绕着有效地利用信息用户,信息加工同时也提高了企业的办事效率,能优化改进企业的运行状况,保证向既定目标前行。可见,加工再创造对信息加工过程来说是一个显著的特点,在原始信息水平基础上,通过人类的主观活动来参与其中,其目的是为了深刻加工出对于企业或机构有价值的信息产品。

信息产品一般有两种:一种是以盈利为目的的信息产品,指那些能直接给企业带来经济效益的信息产品,比如用户在购买上的行为特征等;还有一种是创新型的信息产品,得到此类产品需要对用户信息进行二次加工,间接的产生价值。比如企业通过用户对生产产品的反馈来进行产品更新。

如何进行信息加工,方式可分为两种,按照处理的主体看划分为机器和人工处理。人工处理依靠专家团加工处理信息,主要由专业知识丰富的专业人员组成;机器处理用户信息则需要运用计算机来进行。两种方法各有优劣,前者方法依托专业的知识,专家拥有的知识面更广泛,且可以应用知识进行交叉分析,但是缺点是存在人的感性因素,而后者主要的

优势是强大的运算能力,拥有速度和准确性上的巨大优势。当前,在这两者上进行整合,得到一个人?机系统来进行信息处理,是一个趋势。

4. 模式存在的不足

当前,对于用户信息的利用,在网络环境下,方式呈现多样化,但是在此过程中,如何确保用户信息的使用安全,是一个热点问题,在相关案例上,已经出现过很多个人信息数据库泄露的事件,尤其是银行用户信息更让人震惊全国,而一些针对 cookies 技术的专用软件,对于用户浏览行为的追踪,更是让用户不胜其扰。对于在网络环境下弱势的普通用户而言,存在较大的风险。

当然,除了 cookies 追踪技术的滥用之外,信息挖掘技术的发展也产生了双刃剑的效果。有网购习惯的用户可能会发现一种现象,当他们搜索某一特定商品时,在相对应的商品分类中,该用户的信息就会被留下“脚印”,这种网络环境下的日志文件,目前正被商家频繁用于深度挖掘信息,以求对目标客户群体进行尽可能的获取信息,包括浏览习惯、浏览偏好等相关信息,显然,这对商家开展针对性营销是有利的,但是对用户而言,无疑是影响了用户的信息安全。

另外,虽然当前信息挖掘的技术发展很快,但是信息挖掘技术的成本较高,而且分析耗费时间较长,对于一般商家来说较难以负担,并且要求有着技术要求的团队承担,这也是当前信息利用模式存在的不足。

5. 总结

就信息本身而言,扩散性和共享性是其基本的特征,对于用户信息来说,过分的开发和利用和绝对的封闭都是对信息基本特征的背离。处于信息时代的大背景下,信息已经成为一种重要的生产要素,极大促进了社会经济的发展。因此,对用户信息的利用我们需要辩证的看待。

当今社会,随着 5G 等技术的发展,信息化的特征日趋明显,互联网技术飞速发展和应用,将社会的网络化变得更加突出,用户信息的获取变得更加容易,方式更加多元,出现了很多具有变革意义的信息利用模式,但是在应用中,一定要对用户个人信息产生敏感,对用户的信息利用要加以保护,信息保护意识需要形成;用户信息从属于社会信息,信息经济社会发展中用户信息有着重要作用,但如果对用户信息绝对保护,并对其完全封闭,也不利于较好地发挥网络环境下的优势,对于商业企业运营发展、政府行使权力、社会公共福利均会产生影响。

参考文献:

- [1]温馨.网购环境下消费者个人信息利用与保护[D].安徽大学,2014.
- [2]马费成,杨列勋.信息资源——它的定义?内容?划分?特征及开发利用[J].情报理论与实践,1993(02):1-3+32.
- [3]赵国琦.信息环境的发展与文化生态[J].国外社会科学,1988(10):35-39.
- [4]胡安安,王晋,黄丽华.我国商业信用信息资源开发利用模式探索[J].征信,2013,31(12):15-19.
- [5]王岩.面向竞争对手分析的广告信息利用研究[D].华东师范大学,2012.
- [6]邵慧丽,张帆,郝哲,等.泛在知识环境下用户认知对信息检索行为的影响[J].中华医学图书情报杂志,2015,24(8):59-62.

作者简介:陈志琴(1990—),女,硕士研究生,江西经济管理干部学院馆员,研究方向:信息资源管理、智慧图书馆。(江西南昌 330088)