

社会化媒体环境下国外信息行为 研究进展*

王雪^{1,2} 查先进^{1,3}

(1. 武汉大学信息管理学院, 武汉 430072; 2. 武汉大学图书情报国家级实验教学示范中心, 武汉 430072;
3. 武汉大学信息资源研究中心, 武汉 430072)

摘要: 社会化媒体已成为信息时代的重要信息源, 把握社会化媒体环境下信息行为的研究现状和进展, 可以进一步把握人类信息行为规律, 并为其他信息源特别是数字图书馆的建设和发展提供借鉴。通过对Web of Science核心数据库中2015—2020年360篇文献的系统分析, 发现社会化媒体环境下国外信息行为研究的热点包括社会化媒体使用、健康信息行为、知识行为、信息披露和隐私管理、信息采纳行为, 而且其研究呈现一系列特点: 信息行为类型更加多元, 界限趋于模糊; 传统社会化媒体热度不减, 新兴平台迅速崛起; 理论基础依托社会关系和社会资本, 更加多样化; 探索和实证性研究共存, 主客观数据相结合; 以年轻一代为主, 更加关注特定身份用户。

关键词: 社会化媒体; 信息行为; 系统性文献分析

中图分类号: G250.76; G350.7 **DOI:** 10.3772/j.issn.1673-2286.2021.11.006

引文格式: 王雪, 查先进. 社会化媒体环境下国外信息行为研究进展[J]. 数字图书馆论坛, 2021 (11): 42-49.

社会化媒体是一种供人们在网上分享意见、见解、观点和经验等信息的新型在线媒体^[1], 它改变了人类概念化空间和时间边界的方式, 以及人类与信息交互、响应的方式, 使得人人都可以成为信息的制造者、传播者和接收者, 同时能够满足用户的信息需求、娱乐需求、情感需求等。社会化媒体已成为人们获取各种信息的重要信息源, 冲击并威胁着其他信息源, 特别是数字图书馆的发展, 因而受到图书情报领域的高度重视和警惕。

信息行为是指个人基于自身信息需求以某种方式搜寻、使用和传递信息时所参与的活动, 包括信息源选择、信息搜寻、信息选择、信息共享、信息交流和吸收利用等一系列活动^[2]。随着大数据、云计算、人工智能等技术的进一步发展, 社会化媒体呈现出新的特点, 用户信息行为也在发生转变。社会化媒体环境下信息行为研究一直是图书情报学科的重点研究主题, 本文系统梳理2015—2020年国外期刊中图书情报领域的相关研究

成果, 分析社会化媒体环境下信息行为的研究现状与发展动态, 可为社会化媒体环境下信息行为的未来研究提供参考, 也有助于启迪数字图书馆在知己知彼的基础上大力推进服务体系建设和优化, 提升相对于社会化媒体而言的数字图书馆服务竞争力, 对促使数字图书馆及时转变服务理念、服务方式和服务内容具有积极作用。

1 数据搜集与分析

1.1 数据搜集

为了精准获取社会化媒体环境下国外信息行为研究成果, 本文选取Web of Science核心合集中的SSCI数据库, 以“information science library science”为学科基础, 文献类型选取“Article or Proceedings paper or Early access”, 时间跨度为“2015-01-01至2020-12-31”, 语种为研究者较熟悉的“English”。为保证查全

* 本研究得到国家自然科学基金项目“社会学习和心理授权视角下智能推荐用户信息行为影响规律研究”(编号: 72174148)资助。

率,本文基于社会化媒体和信息行为的概念和特点,对两个核心主题词进行扩展,每部分主题词以“or”连接,再以“and”合并,检索去重后共得到583篇文献。为确保查准率和文献质量,本文根据题目、摘要、关键词和正文等对文献作进一步严格筛查。符合以下标准的纳入本文研究范畴:①研究型文献,而非评述型文献;②基于社会化媒体环境,而非其他环境;③研究重点为信息行为,关注了至少一种具体的信息行为。筛查后获得360篇相关文献。

1.2 文献分析

为了深入把握社会化媒体环境下国外信息行为的研究热点和研究特点,本文从对信息行为类型、信息类型、研究平台、研究方法、研究对象、理论基础等方面对360篇文献进行系统梳理和分析,对研究了多种行为、多个平台、多种方法的同一文献进行分别统计,未对信息类型、研究对象、理论方法等提出具体区分的文献不予统计。根据频次统计结果,对相关文献的研究观点和结论作进一步提炼,最终从研究热点和研究特点角度总结社会化媒体环境下国外信息行为的研究进展。

2 社会化媒体环境下国外信息行为研究热点

从实体图书馆到数字图书馆再到智慧图书馆,从线下环境到网络环境再到社会化媒体环境,信息环境的每次升级换代都为人类信息行为注入新的活力。社会化媒体环境下的信息行为在动机、影响等各方面都不同于传统环境下的信息行为^[3]。基于系统性文献分析结果,本文发现2015—2020年社会化媒体环境下国外信息行为研究热点主要集中在社会化媒体使用行为、健康信息行为、知识行为、信息披露与隐私管理、信息采纳行为5个方面。

2.1 社会化媒体使用行为研究

社会化媒体不断发展和普及,学者对不同用户使用社会化媒体作为信息源的前因后果也在持续关注。但近年来越来越多用户对社会化媒体产生疲劳感等消极情绪和消极使用行为,如何留住用户、保证社会化媒体的持续性使用开始引起学者重视。

2.1.1 信息源选择行为研究

信息源选择行为研究关注用户为什么使用,以及如何使用社会化媒体。这方面的研究一直受到学者的持续关注,但相比之前的研究,近年来研究对象的范围进一步扩大,包括老年人使用与不使用Facebook的原因^[4],医务人员采纳社会化媒体的影响因素^[5],企业使用社会化媒体重要性^[6]等。此外,还出现针对不同信息类型(特别是健康、旅游、学习等专门化信息)的信息源选择行为研究,如Sbaffi等^[7]调查了大学生在选择不同类型的健康信息时,个体和信息特征对搜索引擎、社交问答网站、在线健康网站和社交网站4种信息源选择的影响。

2.1.2 社会化媒体消极使用研究

社会化媒体的消极使用主要表现为社会化媒体减少、中断、停止使用行为,是近年来随着社会化媒体的普及和滥用而产生的新兴热点,学者主要以社会化媒体消极使用行为的前置动因——社会化媒体过度使用和社会化媒体疲劳为切入点,对其形成机制、影响机制、缓解机制等进行重点研究。研究显示,社会化媒体中充斥着大量模糊信息和错误信息,同时社会比较、社交规范、系统复杂度等因素给用户带来信息超载、沟通超载、社交超载、系统功能超载、认知超载等问题,花费过多时间和精力在社会化媒体中不仅会对个人工作绩效产生严重影响^[8],还会大幅增加用户使用社会化媒体平台产生的主观疲劳感,形成社会化媒体疲劳,降低用户满意度,促使用户减少或停止使用社会化媒体^[9]。但Lin等^[10]发现心流体验可以缓解社会化媒体疲劳,削弱疲劳感对社会化媒体中断意图的影响。

2.1.3 社会化媒体持续使用研究

鉴于社会化媒体消极使用问题愈发凸显,近几年如何留住用户的社会化媒体持续使用行为受到重视,学者从不同视角探索不同类型社会化媒体持续使用行为的动机、态度、意愿等。Hsu等^[11]指出娱乐、信息搜寻、社交感知和自我呈现是影响社会化媒体持续使用意图的主要动机,这些因素会积极影响人、信息、社区三者之间的感知交互性,进而通过影响满意度来影响社会化媒体的持续性使用。社交网站的评论、点赞等反馈功能则会通过影响用户的感知社会存在、感知享乐和感

知有用性来改变个人对社交网站的态度和持续性使用意愿^[12]。Zhang^[13]提出了支持自治、支持能力发展和培养用户相关性3种持续使用在线健康社区的机制。

2.2 健康信息行为研究

随着在线健康社区的快速发展,以及人们不断增长的健康信息需求,健康信息行为成为信息行为领域的热门话题,不同情境下健康信息搜寻和共享行为的偏好和作用机制等引起学者的持续关注。健康信息不仅包括健康保健信息和具体疾病相关的信息,还包括突发公共卫生事件下的健康信息,所以新型冠状病毒暴发以来,健康信息行为研究又迎来新一轮热潮。

2.2.1 健康信息搜寻行为研究

健康信息搜寻行为包括为自己搜寻健康信息、替代健康信息搜寻、没有考虑特定健康问题的信息搜寻3种情况。当为自己的健康问题进行信息搜寻时,学者关注不同用户群体的健康信息需求、动机和影响因素,如慢性病患者、LGBT人群、孕妇等,并认为获取信息支持、情感支持、尊重支持、社会支持等是这类信息搜寻行为的主要动机^[14],而感知自治、感知相关性、信任^[15]等是这类信息搜寻行为的显著影响因素。替代健康信息搜寻就是指为他人的健康问题进行信息搜寻,Reifegerste等^[16]指出个人经验、感知他人的健康状况和与他人的亲密关系激发的主观概率及恐惧感知会积极影响替代健康信息搜寻行为。

2.2.2 健康信息共享行为研究

健康信息共享行为的主体分为能提供专业健康知识的医生等专业医务人员,以及能共享医院或医生信息、药物副作用、个人健康情况和经历、个人情绪和感受等信息的患者或普通用户,不同主体共享健康信息的动机和影响因素是此类研究的重点。对于医务人员,Zhang等^[17]证实来自私人知识共享的物质动力、医生的内在职业动力是促使医生共享免费健康信息的主要因素,专业知识水平、平台使用和共享经验则弱化了物质动力对免费健康信息共享的影响。患者和普通用户则会出于提升自我价值感和声誉^[18]、获取信息支持和社会支持^[19]等动机共享健康信息,同时还会考虑隐私、面子、

认知成本^[18]等因素。

2.3 知识行为研究

知识相对信息更加客观、准确、专业,过载、对错难分的社会化媒体信息让用户对知识的需求越来越大。虽然社会化媒体环境下的知识与信息的界限趋于模糊化,但一般来说,知识更倾向于是一种区别于日常信息、注重实用性和价值性的专业信息和隐性知识,如健康信息、编码知识、学术信息、企业员工的工作交流内容等,主要来自社会化问答社区、Wikipedia、学术社交网站、在线专业社区等平台,也来自Twitter等社交网站。近年来随着这些社会化媒体的发展成熟,知识搜寻行为、知识共享和贡献行为的研究成为一个新热点。

2.3.1 知识搜寻行为研究

社会化媒体用户的知识搜寻行为有利于提升自身素养,主要通过社会化问答平台、Wikipedia、在线专业社区等平台来实现。Havakhor等^[6]认为知识搜寻者定义了所获得知识的价值。研究认为,感知社区信任、感知知识有用性、来源专业性、用户评级^[5]、朋友参与数量^[20]等显著影响知识搜寻行为。

知识持续性搜寻行为研究显示,对于新知识搜寻者而言,其发布最初问题的长度、受欢迎程度、社区竞争等可能会影响他们所获得的知识和社交回应的水平^[21],社区的知识回应和社交回应对持续知识搜寻行为具有显著正向影响^[22],但只搜寻不贡献的“搭便车”现象普遍存在,针对此现象,Tsai等^[23]指出可以通过提升感知社会利益和社区支持来调节收益和成本的影响,促使知识搜寻者表现出既搜寻又贡献的互惠意图。

2.3.2 知识共享和贡献行为研究

Hwang等^[24]认为知识共享行为是一种涉及贡献和搜寻的信息交换行为,但大多数研究对知识共享和知识贡献的定义在本质上是相同的。社会化媒体环境下,在线专业社区、Wikipedia、社交网站、社会化问答平台、学术社交网站等是用户知识共享和贡献的重要渠道。研究表明,知识共享和贡献行为有利于提升在线社区的知识质量^[25]、社区声誉和成员关系的连续性^[26]。互惠意识、主观规范、自我效能感^[27]、财务奖励^[28]、个

性化推荐、社交互动^[25]、信任^[26]等会促进用户知识共享意图或行为,其中财务奖励不仅会激励付费信息共享行为,还会外溢到其他无偿的信息参与行为中^[28],而竞争意识^[27]、感知较高的专家朋友参与比例^[20]、规范压力产生的抵触情绪^[26]等则会阻碍用户知识共享意图或行为。

企业员工的知识共享行为也是一大热点,许多研究者从知识管理、员工绩效角度讨论了企业员工知识共享行为的影响机制。如Havakhor等^[6]强调社会化媒体是企业员工之间知识共享的重要渠道,探讨了声誉机制和不同知识角色(贡献者、搜寻者和中间人)对企业社会化媒体知识传播的影响。

2.4 信息披露与隐私管理研究

信息披露有别于信息共享,它更偏向个人信息和日常信息,包括个人信息披露行为(自我披露行为)和他人信息披露行为(如父母分享子女的照片和信息)。Thompson等^[29]对比了收益、隐私和信任因素在影响社交网站用户披露自我信息和他人信息上的区别,揭示了在线信息披露行为的复杂性。一方面,学者对信息披露行为驱动因素和促进机制的探索热度不减。研究显示,自我呈现、个性化服务^[30]等感知收益是社会化媒体用户信息披露行为的重要驱动力,并受到人格特征、年龄、性别的影响。社会化媒体信任机制的建立可以促进信息披露意图^[31]。但由于用户倾向于披露那些可能无法反映现实的精心设计和选择性的个人信息,并与他人进行比较^[9],因此可能会带来嫉妒、沮丧、情绪波动等不良心理反应。另一方面,近年来隐私安全问题不断受到用户重视,而个人信息与隐私息息相关,许多学者发现感知隐私风险和隐私关注对信息披露行为具有重大负面影响^[30],隐私计算模型也成为解释信息披露行为的常用理论,因此信息披露行为常与隐私管理行为相关联,有学者还对设置“仅朋友可见”^[32]等隐私管理策略进行深入研究。

2.5 信息采纳行为研究

信息采纳行为是社会化媒体用户信息需求得到满足的一种体现。学者主要围绕产品口碑信息、问答信息等对社会化媒体用户的信息采纳机制进行探讨,如Sun等^[33]以社会化问答社区为例提出一种偏见效应、协同效应和信息偶发效应为一体的扩展信息采纳模型。而

鉴于社会化媒体在线评论真实性等问题,采纳信息的一大重要前提,是通过平台可信度、来源可信度、社会认可度^[34]等进行信息可信度评估。信息搜寻模式^[35]、感知风险、社会规范、信息情绪^[36]等也是影响信息采纳行为的重要因素。近年来,越来越多的学者致力于扩展信息采纳行为的研究平台、研究对象和信息类型,如Wang等^[37]将社交网络中的点赞和转发视为信息采纳行为,研究了信息因素对健康信息采纳行为的影响;Hajli^[38]探讨了社会化商务平台用户对产品反馈的评价和采纳行为及其对购买意愿的影响。

3 社会化媒体环境下国外信息行为研究特点

2015—2020年社会化媒体环境下国外信息行为研究在研究内容、研究平台、理论基础、研究方法、研究对象5个方面具有如下特点。

3.1 类型更加多元,界限趋于模糊

信息行为类型更加多元使得研究内容更加丰富,除信息源选择行为、信息搜寻行为、信息共享行为、信息披露行为、信息采纳行为等研究热点以外,具有社会化媒体社交性特色的价值共创行为^[19]、协同信息搜寻行为^[39]、社会化标签创建行为^[40]等也被纳入到社会化媒体环境下信息行为研究中,大大丰富了该领域的研究内容。此外,社会化媒体环境下不同信息行为之间交叉融合,联系更加紧密,界限趋于模糊,因而越来越多学者从信息参与角度将多种信息行为相结合进行研究。如Fang等^[41]认为信息参与行为包括信息浏览等低强度参与,评论、点赞和转发等中等强度参与,以及关注、社交互动等高强度参与。

3.2 传统社会化媒体热度不减,新兴平台迅速崛起

虚拟社区和社交网站一直是社会化媒体环境下信息行为研究的主要研究平台,特别是Facebook、Twitter、微博、问答社区等发展已非常成熟的传统社会化媒体平台,研究热度持续不减;作为对内沟通和对外宣传的重要工具,企业社会化媒体也受到大量关注;用户量迅速发展壮大的在线健康社区、在线专业社区、在

线学术社区等获取专门化信息的虚拟社区平台成为近几年研究的新宠;此外,社会化商务网站,这种以社会化方式展示和传播产品或服务信息、通过用户分享交流产品或服务的使用感受等来形成口碑的新兴社会化媒体正迅速崛起,其中的信息采纳行为^[38]、信息偶遇行为^[42]等引发越来越多学者的关注。

3.3 依托于社会关系和社会资本,理论基础更加多样化

用户信息行为的影响机制、行为机制等能够得到科学合理的解释和分析离不开扎实的研究理论基础。社会化媒体将用户社会关系和用户生成内容完美融合,学者据此特点,更多地依托社会关系和社会资本,将社会资本理论、社会交换理论、社会支持理论、强弱关系理论、社会认同理论、信任理论等大量应用到社会化媒体环境下国外信息行为相关研究中,互惠、信任、归属感、感知社会价值等带有社会属性的影响因素成为常见变量,使用和满足理论、技术接受模型、隐私计算理论等常用于对社会化媒体及相关功能的采纳和使用行为、自我披露行为的研究上。此外,近年来越来越多的学者采用新的理论视角,如心流理论^[14]、适应性结构化理论^[43]等。多样化的理论基础不仅有利于丰富理论的应用情境,还有利于从不同视角全面把握社会化媒体环境下的用户信息行为规律。

3.4 探索和实证研究共存,主客观数据相结合

现有研究主要体现为两种典型的研究范式:一是利用问卷调查收集数据,再运用结构方程模型等建模方法进行分析的实证性研究;二是对访谈数据或文本挖掘的在线数据进行内容分析、主题分析、扎根理论等探索性研究。不过,在数据搜集和数据分析的研究方法上更加丰富。在数据搜集上,以问卷调查、访谈、文本挖掘和网络爬虫为主,实验、日志法等共存;在数据分析上,以结构方程模型、内容和主题分析、回归分析、扎根理论为主,并辅以多种分析方法。

随着以数据为基础的科学研究第四范式的兴起,社会化媒体环境下国外信息行为研究对数据的客观性和真实性要求越来越高,越来越多学者在研究设计时,利用问卷调查、访谈等方法搜集用户自我报告数据,同时利用文本挖掘和网络爬虫等方法收集在线数据,

将自我报告的主观数据和客观的信息或行为数据相结合进行分析。如Pai等^[44]通过在线问卷来评估用户的互惠规范的3个前提,并通过平台数据库检索出的用户一个月内发布的文章数和图片数来衡量用户过去信息共享行为,然后运用验证性因子分析和结构方程分析来验证互惠规范对在线消费社区用户信息共享行为的影响。此外,机器学习方法的应用不断加深,如对信息点赞和转发行为的预测^[37]等。

3.5 以年轻一代为主,更加关注特定身份用户

数字原住民,指那些随着社会化媒体一起成长,甚至一出生就面对这个信息无处不在的数字世界的人,Y世代(Gen Yers)、Z世代(Gen Zers)、青少年、年轻人等,高中生、大学生、研究生等是其中的活跃成员。以数字原住民为代表的年轻一代已成为社会化媒体环境下国外信息行为研究的主要研究对象和调查对象。然而,智能化的社会发展趋势加深了“老龄化”和“智能化”的矛盾,社会化媒体环境下老年人的信息行为开始受到关注。此外,学者还重点关注了对不同类型信息有强烈需求的具有特定身份或职业的用户,如科研人员、新闻工作者、游客、医生、患者、IT工作者、图书馆馆员等。

4 结语

本研究通过系统性文献分析,从研究热点和研究特点角度深度解读了2015—2020年社会化媒体环境下国外信息行为的研究现状和发展动态。在此基础上,以适应信息技术发展和符合国家重大战略需求为目标,本文认为未来该领域会对以下主题加大关注力度。

(1) 社会化商务平台、短视频社交网络等新兴社会化媒体中的信息行为。社会化商务平台和短视频社交网络是近年来流行的社会化媒体类型,其中的信息行为动力机制和影响机制等尚未得到充分研究。

(2) 融合多种社会化媒体功能的信息参与行为。社会化媒体功能和服务不断发展,其中的信息行为相互影响相互关联,将多种信息行为相结合进行研究有利于更好把握社会化媒体环境下的用户信息行为规律,且有利于缓解社会化媒体用户流失问题,促进持续使用意图。

(3) 老年人在社会化媒体中的信息需求和信息行

为。“老龄化”和“智能化”的矛盾不断加深,社会发展需要从此角度以推动老龄智能化。

(4) 不同情境下的知识需求和知识行为。尽管已有大量关于知识贡献行为、知识搜寻行为等的成果,但将信息行为与知识管理相结合,基于社会化媒体环境的知识保留、知识转移、知识协同、价值共创等行为还值得进一步探索。

(5) 不同情境下的健康信息行为。新型冠状病毒疫情的持续让人们关注健康信息行为的关注进一步高涨,健康信息行为还需作更深入的细粒度探索。

(6) 社会化媒体中的信息行为安全问题。社会化媒体中的用户生成内容和行为轨迹数据不仅关系隐私安全、信息安全,还应从总体国家安全观视角进一步探索如何避免社会化媒体环境下用户信息行为可能带来的其他安全问题。

分析和总结社会化媒体环境下信息行为研究的热点和特点还对推进数字图书馆的理论和实践具有双重启示意义。在理论上,数字图书馆是当今时代重要的信息获取来源渠道之一,但在某种程度上社会化媒体抢夺了其一部分用户,因此数字图书馆要想吸引新用户、挽留老用户,可借鉴社会化媒体持续使用和信息参与的相关理论成果,并从理论层面进一步将数字图书馆的用户信息行为研究作为研究焦点。在实践上,数字图书馆应当及时关注社会化媒体等新生信息源的动态和变化趋势,一方面,可以将学术社会化媒体应用到图书馆中,以更好弥补研究人员之间的信息鸿沟;另一方面,可以比较不同用户在数字图书馆与社交媒体中信息需求的异同,取长补短,更好地发挥出竞争优势,如借鉴社交媒体的社交特性,增强数字图书馆用户之间的交互黏性。只有对社交媒体这一新生事物知己知彼,方能为开创数字图书馆服务的新理念、新方式和新内容提供新的研究思路。

参考文献

- [1] KAPLAN A M, HAENLEIN M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media [J]. *Business Horizons*, 2010, 53 (1): 59-68.
- [2] 查先进, 张晋朝, 严亚兰, 等. 网络信息行为研究现状及发展动态述评 [J]. *中国图书馆学报*, 2014, 40 (4): 100-115.
- [3] 赵海平, 杨诗姝, 邓胜利. 社交媒体环境下的信息行为研究: ISIC2014会议研究论文综述 [J]. *数字图书馆论坛*, 2015 (6): 9-15.
- [4] JUNG E H, WALDEN J, JOHNSON A C, et al. Social networking in the aging context: Why older adults use or avoid Facebook [J]. *Telematics & Informatics*, 2017, 34 (7): 1071-1080.
- [5] SINGH J B, CHANDWANI R, KUMAR M. Factors affecting Web 2.0 adoption: Exploring the knowledge sharing and knowledge seeking aspects in health care professionals [J]. *Journal of Knowledge Management*, 2018, 22 (1): 21-43.
- [6] HAVAKHOR T, SOROR A A, SABHERWAL R. Diffusion of knowledge in social media networks: Effects of reputation mechanisms and distribution of knowledge roles [J]. *Information Systems Journal*, 2018, 28: 104-141.
- [7] SBAFFI L, ZHAO C. Modeling the online health information seeking process: Information channel selection among university students [J]. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2020, 71 (2): 196-207.
- [8] CAO X, YU L. Exploring the influence of excessive social media use at work: A three-dimension usage perspective [J]. *International Journal of Information Management*, 2019, 46: 83-92.
- [9] MALIK A, DHIR A, KAUR P, et al. Correlates of social media fatigue and academic performance decrement: a large cross-sectional study [J]. *Information Technology & People*, 2021, 34 (2): 557-580.
- [10] LIN J, LIN S, TUREL O, et al. The buffering effect of flow experience on the relationship between overload and social media users' discontinuance intentions [J]. *Telematics and Informatics*, 2020, 49: 101374.
- [11] HSU M H, CHANG C M, LIN H C, et al. Determinants of continued use of social media: the perspectives of uses and gratifications theory and perceived interactivity [J/OL]. *Information Research*, 2015, 20 (2). <http://informationr.net/ir/20-2/paper671.html#YbwRyMlByUk>.
- [12] CHEIKH-AMMAR M, BARKI H. The influence of social presence, social exchange and feedback features on SNS continuous use: The Facebook context [J]. *Journal of Organizational and End User Computing*, 2016, 28 (2): 33-52.
- [13] ZHANG Y. Understanding the sustained use of online health communities from a self-determination perspective [J]. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2016, 67: 2842-2857.

- [14] JUCKS R, THON F M. Better to have many opinions than one from an expert? Social validation by one trustworthy source versus the masses in online health forums [J]. *Computers in Human Behavior*, 2017, 70 (5): 375-381.
- [15] LI Y B, WANG X Q. Seeking health information on social media: a perspective of trust, self-determination, and social support [J]. *Journal of Organizational and End User Computing*, 2018, 30 (1): 1-22.
- [16] REIFEGERSTE D, BLECH S, DECHANT P. Understanding information seeking about the health of others: Applying the comprehensive model of information seeking to proxy online health information seeking [J]. *Journal of Health Communication*, 2020, 25 (2): 126-135.
- [17] ZHANG X, FENG G, XU T, et al. What motivates physicians to share free health information on online health platforms? [J]. *Information Processing & Management*, 2020, 57 (2): 102166.
- [18] YAN Z, WANG T, CHEN Y, et al. Knowledge sharing in online health communities: a social exchange theory perspective [J]. *Information & Management*, 2016, 53 (5): 643-653.
- [19] LIU S, XIAO W, FANG C, et al. Social support, belongingness, and value co-creation behaviors in Online Health Communities [J]. *Telematics and Informatics*, 2020, 50: 101398.
- [20] WANG X, OW T T, LIU L, et al. Effects of peers and network position on user participation in a firm-hosted software community: the moderating role of network centrality [J]. *European Journal of Information Systems*, 2020, 29 (5): 521-544.
- [21] NISTOR N, DASCĂLU M, STAVARACHE L L, et al. Informal learning in online knowledge communities: Predicting community response to visitor inquiries [C] // *Design for Teaching and Learning in a Networked World, Proceedings of the 10th European Conference on Technology Enhanced Learning*. Cham: Springer, 2015, 447-452.
- [22] YAN B, JIAN L. Beyond reciprocity: the bystander effect of knowledge response in online knowledge communities [J]. *Computers in Human Behavior*, 2017, 76 (11): 9-18.
- [23] TSAI C A, KANG T C. Reciprocal intention in knowledge seeking: Examining social exchange theory in an online professional community [J]. *International Journal of Information Management*, 2019, 48 (10): 161-174.
- [24] HWANG Y, LIN H, SHIN D. Knowledge system commitment and knowledge sharing intention: the role of personal information management motivation [J]. *International Journal of Information Management*, 2018, 39: 220-227.
- [25] ZHANG Y, ZHANG M, LUO N, et al. Understanding the formation mechanism of high-quality knowledge in social question and answer communities: a knowledge co-creation perspective [J]. *International Journal of Information Management*, 2019, 48: 72-84.
- [26] HSU C P. Effects of social capital on online knowledge sharing: Positive and negative perspectives [J]. *Online Information Review*, 2015, 39 (4): 466-484.
- [27] CHOI G, NAM C, KIM S, et al. Where does knowledge-sharing motivation come from? The case of third-party developer in mobile platforms [J]. *Journal of Knowledge Management*, 2020, 24 (7): 1681-1704.
- [28] KUANG L N, HUANG N, HONG Y L, et al. Spillover effects of financial incentives on non-incentivized user engagement: Evidence from an online knowledge exchange platform [J]. *Journal of Management Information Systems*, 2019, 36 (1): 289-320.
- [29] THOMPSON N, BRINDLEY J. Who are you talking about? Contrasting determinants of online disclosure about self or others [J]. *Information Technology & People*, 2021, 34 (3): 999-1017.
- [30] WANG T, DUONG T D, CHEN C C. Intention to disclose personal information via mobile applications: a privacy calculus perspective [J]. *International Journal of Information Management*, 2016, 36 (4): 531-542.
- [31] SUN Y, ZHANG Y, SHEN X L, et al. Understanding the trust building mechanisms in social media: Regulatory effectiveness, trust transfer, and gender difference [J]. *Aslib Journal of Information Management*, 2018, 70 (5): 498-517.
- [32] LI P, CHO H, GOH Z H. Unpacking the process of privacy management and self-disclosure from the perspectives of regulatory focus and privacy calculus [J]. *Telematics and Informatics*, 2019, 41 (8): 114-125.
- [33] SUN Y, WANG N, SHEN X L, et al. Bias effects, synergistic effects, and information contingency effects: Developing and testing an extended information adoption model in social Q&A [J]. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2019, 70 (12): 1368-1382.

- [34] LEE S Y. Effects of relational characteristics of an answerer on perceived credibility of informational posts on social networking sites: the case of Facebook [J/OL]. Information Research, 2018, 23 (3). <http://informationr.net/ir/23-3/paper796.html>.
- [35] FADEL K J, MESERVY T O, JENSEN M L. Exploring knowledge filtering processes in electronic networks of practice [J]. Journal of Management Information Systems, 2015, 31 (4): 158-181.
- [36] YI Y J. Sexual health information-seeking behavior on a social media site: predictors of best answer selection [J]. Online Information Review, 2018, 42 (6): 880-897.
- [37] WANG Z, SU Z. Can the adoption of health information on social media be predicted by information characteristics? [J]. Aslib Journal of Information Management, 2021, 73 (1): 80-100.
- [38] HAJLI N. The impact of positive valence and negative valence on social commerce purchase intention [J]. Information Technology & People, 2019, 33 (2): 774-791.
- [39] EBRAHIMZADEH S, SHARIFABADI S R, KAMRAN M K A, et al. Triggers and strategies related to the collaborative information-seeking behaviour of researchers in ResearchGate [J]. Online Information Review, 2020, 44 (5): 1077-1096.
- [40] ALLAM H, BLIEMEL M, SPITRI L, et al. Applying a multi-dimensional hedonic concept of intrinsic motivation on social tagging tools: a theoretical model and empirical validation [J]. International Journal of Information Management, 2019, 45: 211-222.
- [41] FANG J, LI J, PRYBUTOK V R. Posting-related attributes driving differential engagement behaviors in online travel communities [J]. Telematics and Informatics, 2018, 35 (5): 1263-1276.
- [42] GRANGE C, BENBASAT I, BURTON-JONES A. With a little help from my friends: Cultivating serendipity in online shopping environments [J]. Information & Management, 2018, 56 (2): 225-235.
- [43] ZHA X J, LIU K F, YAN Y L, et al. Understanding adaptive information seeking in the context of micro blogging from the cognitive switching perspective [J]. Journal of Librarianship and Information Science, 2020, 52 (4): 1237-1252.
- [44] PAI P, TSAI H T. Reciprocity norms and information-sharing behavior in online consumption communities: an empirical investigation of antecedents and moderators [J]. Information & Management, 2016, 53 (1): 38-52.

作者简介

王雪, 女, 1995年生, 博士研究生, 研究方向: 信息行为、信息系统。

查先进, 男, 1967年生, 博士, 教授, 通信作者, 研究方向: 信息行为、信息分析与竞争情报、信息系统, E-mail: xianjinzha@163.com。

Progress of Foreign Research on Information Behavior in Social Media Environment

WANG Xue^{1,2} ZHA XianJin^{1,3}

(1. School of Information Management, Wuhan University, Wuhan 430072, P.R.China; 2. Laboratory Center for Library and Information Science, Wuhan University, Wuhan 430072, P.R.China; 3. Center for Studies of Information Resources, Wuhan University, Wuhan 430072, P.R.China)

Abstract: Social media has become an important information source in the information age. Grasping the research status and progress of information behavior in social media environment can further grasp the law of human information behavior and provide reference for the construction and development of other information sources especially digital library. Through the systematic review of 360 documents in the WOS core database from 2015 to 2020, it is found that the hotspots of foreign research on information behavior in social media environment include the use of social media, health information behavior, knowledge behavior, information disclosure and privacy management, and information adoption behavior. And it shows a series of characteristics: the types of information behavior are more diversified, and the boundaries tend to be blurred; The popularity of traditional social media is unabated, emerging platforms are rising rapidly; The theoretical basis relies on social relations and social capital is more diversified; Exploratory and empirical research coexist, combining subjective and objective data; Focusing on the younger generation, paying more attention to users with specific identities.

Keywords: Social Media; Information Behavior; Systematic Review

(收稿日期: 2021-10-27)