

基于整合型科技接受与使用模型的网络社群参与行为研究:以豆瓣网为例

张红明 刘超 冯文红 张婷

摘要

互联网的普及与快速发展,催生出网络社群这样一种新的互动模式群体。豆瓣网作为中国最成功的Web2.0网站之一,具有广泛的用户群体与代表性。以豆瓣网为研究对象建立整合型科技接受与使用模型,旨在揭示用户网络社群参与行为的影响因素及其作用机制。结果表明,绩效期望、社会影响正向影响用户的网络社群参与意愿;绩效期望、努力期望、社会影响、使用意愿正向影响用户的网络社群参与行为;促成因素对用户的网络社群参与行为没有显著影响;性别的调节效应不显著,使用经验在努力期望对用户网络社群参与意愿的影响关系中具有调节效应。

关键词

UTAUT模型、网络社群、豆瓣网、科技接受与使用

作者简介

张红明,广东外语外贸大学商学院副教授,邮编:510420。

刘超,广东外语外贸大学新闻与传播学院教授, email: liuchao382@163.com。

冯文红,广东南湖国际旅行社有限责任公司经理。

张婷,广东外语外贸大学商学院硕士研究生。

The Research on Network Community Participation Behavior Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: Taking Douban Website as an Example

ZHANG Hongmin, LIU Chao, FENG Wenhong, ZHANG Ting

Abstract

With the increasing popularity and development of the Internet, a new mode of interactive groups named network community come up. Douban Website, one of the most successful Web 2.0 website in China gains praise from users. Based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, this study aims at examining the factors that affect the participation

behavior of network website users by the example of Douban Website. The results are : (1) performance expectancy, effort expectancy, social influence have a positive impact on the using willingness of network community; (2) performance expectancy, effort expectancy, social influence, using willingness have a positive impact on the using behavior of network community; (3) facilitating conditions have no significant impact on the behavior of network community; (4) the moderating effect of gender is not conspicuous, but the performance expectancy-using willingness relationships are markedly moderated by experience with network community.

Keywords

UTAUT model, network community, Douban website, acceptance and use of technology

Author

ZHANG Hongmin is associate professor at the Business School, Guangdong University of Foreign Studies.

LIU Chao is professor at the School of Journalism & Communication, Guangdong University of Foreign Studies. email:liuchao382@163.com.

FENG Wenhong is manager at the Guangdong Nanhu International Travel Service.

ZHANG Ting is postgraduate student at the Business School, Guangdong University of Foreign Studies.

一. 引言

随着信息技术的发展, Web2.0技术将互联网的发展带到了一个新时代, 社交媒体日渐成为人们生活中不可或缺的一部分, 网络社群便是社交媒体情境下产生的一种新的互动模式群体。网络社群是一定数量的个体在网络上长时间的分享某些知识与信息, 而且付出了如同对待朋友般彼此关怀的情感近而发展人际关系网络所形成的虚拟社区。(Rheingold,1994)

网络社群多种多样, 有推特、微博、微信、Facebook等, 其中, 豆瓣网因其快速增长的用户群体及广泛影响力日益引起学界与业界的关注。豆瓣网是一个集SNS (社会性网络服务)、RSS (聚合内容)、TAG (标签) 等Web2.0应用技术为一体的兴趣网络社群¹。截至2013年9月底, 豆瓣网已拥有7900万注册用户, 其月度覆盖独立用户数达2亿, 已有1670万图书条目、3.2亿电影评论、106万音乐条目、2.7万独立音乐人以及38万各类兴趣小组被创建。(网易科技报道,2013)豆瓣网在如今Web2.0这样一个众媒体各显神通的时代, 成功构建了一个不可替代的网络社群品牌, 使其有着其他竞争者无法比拟的用户粘着度和迅猛的资本扩张态势。

Web2.0环境下,由用户参与提供内容的网络社群逐渐成长,为用户提供了一个知识分享的媒介与平台。从本质上看,人们由传统虚拟社群向新兴社群活动转移所带来的最根本的结构性影响在于新兴社群是一个个以个体为中心的社会网络的集合,每个个体都可以根据自己的需要来构建自己的社会网络。网络社群的演变经历了从强调技术发展到网络社群的潜在应用、关系建立和知识共享活动研究的过程,未来发展将着重于结果评估和规范化研究,同时将网络社群知识与其他学科有机结合起来,提升网络社群的潜在价值。(邓胜利,胡吉明,2010)目前,学界对豆瓣网等网络社群的发展现状、传播机制、商业模式等课题已有比较丰富的研究,但对网络社群参与行为影响因素的实证研究则甚少。整合型科技接受与使用模型(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT)专门用于解释计算机信息系统用户的接受使用行为,相比其他的用户接受使用行为理论模型考虑因素更加全面细致,将对技术接受行为的解释力度从40%提高到70%,近年来影响力与应用面日益广泛。豆瓣网等网络社群作为一种信息系统,可以利用该理论模型对其接受与使用行为开展研究。有鉴于此,本研究以豆瓣网为例,基于UTAUT模型深入挖掘用户网络社群参与行为的影响因素,从而为网络社群运营商完善服务,更好地发展综合社区网站提供实践指导。

二、文献回顾及研究假设

UTAUT的理论思想是对技术接受模型(Technology Acceptance Model, TAM)的继承与发展。从TAM延伸理性行为理论(Theory of Reasoned Action, TRA)中“信念-态度-意向-行为”的关系模式,通过感知有用性(perceived usefulness)和感知易用性(perceived ease of use)来解释计算机信息系统的技术接受行为,(Davis,1989)到TAM2模型加入社会影响过程(social influence process)和认知手段过程(cognitive instrumental process)两个变量对TAM模型进行拓展和延伸,再到Venkatesh和Bala提出TAM3模型对个体接受和采纳信息技术作了更全面的诠释,界定了干预措施和感知有用性与感知易用性的决定因子之间的复杂关系。(Venkatesh & Bala,2008)随着技术接受研究的蓬勃开展,相关的模型和理论也日渐丰富,技术接受过程中所涉及的变量也逐渐增多。用户接受与使用模型的发展呈现出三个方面的特点:理论独立、模型关系的延续、模型的相互融合。(Im, Hong & Kang,2011)

Venkatesh和Davis在整理技术接受与采纳的相关模型时,发现技术任务适配模型(Task-Technology Fit)、创新扩散理论(Innovation Diffusion Theory)、

理性行为理论、计划行为理论 (Theory of Planned Behavior, TPB)、动机模型 (Motivational Model)、技术接受模型和计划行为理论组合模型 (Combined TAM and TPB)、PC利用模型 (Model of PC Utilization) 以及社会认知理论 (Social Cognitive Theory) 等八个理论在各自领域内都具有其相应的解释力, 因此他们将这些理论进行整合, 提出了UTAUT模型。(谢黎蓉, 2014) UTAUT模型被整合为绩效期望 (Performance Expectancy, PE)、努力期望 (Effort Expectancy, EE)、社会影响 (Social Influence, SI) 和促成因素 (Facilitating Conditions, FC) 四个核心变量, 其中, 绩效期望、努力期望和社会影响对行为意向具有直接影响, 行为意向和促成因素是影响使用行为的两个直接因素, 性别、年龄、经验及自愿性 (voluntariness of use) 对上述影响关系具有显著的调节作用。(Venkatesh, Morris, Davis & Davis, 2003)

UTAUT模型具有整合性和更高的解释效力, 日益得到技术接受行为研究者们的青睐而被广泛采用。国内的UTAUT研究可以分为两类, 一类是对UTAUT理论模型的介绍、UTAUT与其它技术接受理论的比较分析以及国外UTAUT等技术接受理论最新研究进展的综述。(孙建军, 成颖, 柯青, 2007) 另一类以实践应用为导向, 以UTAUT为理论基础, 针对某个特定群体, 通过实证研究揭示其在手机移动学习、移动支付、网络团购、移动旅游APP、移动图书馆、物联网、微型企业电子采购等新技术、创新产品或服务的接受与采用过程中的影响因素及其作用机制。(姜海龙, 2010; 靳娟, 2014; 王冰川, 2013; 谢爱珍, 2012; 徐蕾, 王建琼, 查建平, 2014) 总体而言, 目前国内的UTAUT研究成果主要出自管理学领域, 在传播学科尚未得到充分借鉴与应用, 尽管SNS、微博等也被作为UTAUT理论的研究对象而有实证成果的产出, (彭思晚, 2012; 杨楠, 2011) 但豆瓣网等兴趣型的网络社群具有更突出的社群化特征, 其用户接受与采用的影响因素及其作用机理仍有待检验与确认, 同时, 现有成果多侧重对UTAUT模型核心变量主效应影响的研究, 轻视或忽略对人口统计特征等个体差异的调节效应检验, 从保持初始模型的理论周延性而言, 这种欠缺应予以重视和完善, 也是本研究需要努力克服的问题。

UTAUT模型中, 绩效期望指的是用户认为使用信息技术系统能够在多大程度上帮助其提高工作绩效。努力期望指的是用户认为使用信息技术系统的容易程度以及是否表现出积极的意向。社会影响则指用户使用信息技术系统受周围群体思想、感觉和行为的影响程度。促成因素指用户认为客观条件 (如技术) 能够支持其使用信息技术系统的程度。研究表明, 努力期望、期望效用、促成因素和社会影响显著影响用户对移动服务、移动商务、移动银行的使用意愿及使用行为。(周涛, 鲁耀斌,

张金隆,2009)刘笑萍基于UTAUT、创新扩散理论对移动应用商城的研究表明,努力期望会直接影响绩效期望、消费体验,进而影响使用意愿;(刘笑萍,2012)社会影响正向影响使用意愿进而影响使用行为。在UTAUT模型中,用户如果感觉使用信息系统后工作效率明显提高,那么这种行为意愿就越强。现实生活中,网友是否参与网络社群与使用者对社群在多大程度上帮助其提高工作绩效,能否为其带来积极影响以及硬件设施能否满足其期望等密切相关。鉴于此,本研究提出以下假设:

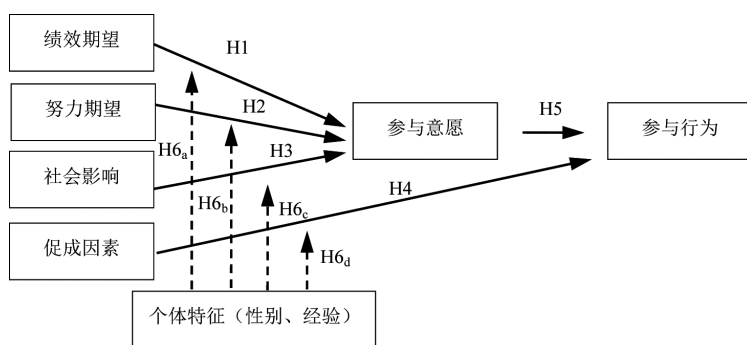
H1: 用户对网络社群的绩效期望正向影响其参与意愿。

H2: 用户对网络社群的努力期望正向影响其参与意愿。

H3: 用户感受到的网络社群的社会影响正向影响其参与意愿。

H4: 网络社群参与的促成因素正向影响用户的参与行为。

H5: 用户的网络社群参与意愿正向影响其参与行为。



UTAUT模型中核心变量间的路径关系还受性别、年龄、经验、自愿性4个调节变量的影响。就绩效期望对行为意向的影响而言,女性比男性显著,同时由于女性比较在乎他人的想法,因此社会影响也更显著。(Venkatesh & Morris,2000)在绩效期望对行为意向的影响方面,在只考虑性别的情况下,男性比女性显著,如果加入年龄因素,则年轻的男性又比其他群体明显。在努力期望对于行为意向的影响方面,不常使用信息系统的年轻女性则比男性更加显著。在社会影响对行为意向的影响方面,特别是在非自愿情况下,缺乏计算机使用经验的年长女性也比男性明显。年龄增长对努力期望和社会影响的调节效应也很显著,这种影响的强度会随使用经验的累积而慢慢递减。(Venkatesh, Morris, Davis & Davis,2003; 张宗荣,2012)豆瓣网等网络社群的核心用户以18-35岁的年轻人为主,年龄特征的差异不明显,同时,其网络社群参与本身便属于自愿性使用行为,非自愿性现象较罕见,因此本研究主要考

察性别和经验两个调节变量的影响，并基于现有研究的理论基础提出如下假设。

H6a：用户的个体特征（性别、经验）在绩效期望对网络社群参与意愿的影响中具有调节效应。

H6b：用户的个体特征（性别、经验）在努力期望对网络社群参与意愿的影响中具有调节效应。

H6c：用户的个体特征（性别、经验）在社会影响对网络社群参与意愿的影响中具有调节效应。

H6d：用户的个体特征（性别、经验）在促成因素对网络社群参与行为的影响中具有调节效应。

三.研究方法

（一）变量的测量

本研究的前置变量为绩效期望、努力期望、社会影响、促成因素，结果变量为参与意愿、参与行为。上述变量的测量题项系在借鉴相关研究的基础上以豆瓣网为情境进行改编（表1），其中，绩效期望、努力期望、社会影响、促成因素、参与意愿的测量题项主要借鉴了Venkatesh, Morris, Davis & Davis、周涛，鲁耀斌，张金隆、严安（2012）的研究；参与行为的测量题项主要借鉴了李丹(李丹,2009)、冯莹(冯莹,2010)、黄浩铭(黄浩铭,2012)的研究。所有测量题项均采用李克特五点量表形式，其中，1代表“非常不同意”，5代表“非常同意”。

信、效度检验结果显示，上述变量的Cronbach α 系数介于0.739~0.856，复合信度系数（CR）介于0.725~0.856，均超过0.7的可接受水平；平均方差抽取量（AVE）介于0.528~0.635，均超过0.5的可接受水平，且各个变量的AVE平方根都大于各变量与其他变量的相关系数。综上所述，所有变量的测量均具有满意的信度与效度。

表1变量的验证性因子分析结果

潜在变量	测量题项	标准化载荷	α 系数	CR	AVE
绩效期望	PE1 使用豆瓣能帮我扩大社交圈。	0.785	0.761	0.755	0.531
	PE2 使用豆瓣能提高我工作或生活的效率和质量。	0.677			
	PE3 使用豆瓣使我和朋友的交流更加紧密。	0.719			
努力期望	EE1 我认为豆瓣的操作程序非常简单。	0.886	0.856	0.856	0.635
	EE2 我认为豆瓣的使用方法很容易学习。	0.844			
	EE3 我很容易拥有网络终端。	0.711			
	EE4 豆瓣服务界面设计清晰，用起来很舒服。	0.734			

社会影响	SI1 朋友、同事推荐我使用豆瓣，我会尝试使用。	0.750	0.755	0.725	0.538
	SI2 媒体广告的宣传推广会促使我尝试使用豆瓣。	0.677			
	SI3 我觉得使用豆瓣能让我自己更文艺、时尚。	0.660			
	SI4 我觉得使用豆瓣能让我自己的生活更精彩。	0.767			
促成因素	FC1 我可以在多种终端设备上使用豆瓣。	0.699	0.748	0.755	0.528
	FC2 稳定的网络和足够的流量促使我去使用豆瓣。	0.699			
	FC3 当我使用豆瓣遇到困难时服务商会及时提供帮助。	0.736			
	FC4 舆论的引导和宣传让我去使用豆瓣。	0.708			
使用意愿	UI1 我预计将来我会使用豆瓣。	0.810	0.739	0.837	0.530
	UI2 有需要的时候我会选择豆瓣。	0.654			
	UI3 如果使用豆瓣效果很好，我愿意经常使用。	0.712			
使用行为	UB1 我已经使用豆瓣很长时间。	0.835	0.761	0.773	0.591
	UB2 我经常登陆并使用豆瓣。	0.842			
	UB3 我经常向别人推荐使用豆瓣。	0.605			

本研究的调节变量为性别和使用经验两个人口统计特征变量，其中，性别为二元尺度的类别变量，使用经验变量借鉴张宗荣（2012）的做法以用户使用豆瓣网的累积时间进行测量，分为5个尺度：2个月以内、2~6个月、6个月~1年、1~2年、2年以上。

（二）抽样方法与样本构成

正式调查前先邀请10名豆瓣网用户进行小规模访谈，以调查其使用豆瓣的原因，继而选择部分“豆友”和同学作为调查对象，通过27个有效样本的小规模预调研对变量测量模型的信度和效度进行初步检验。正式调查选取使用过或正在使用豆瓣网的用户作为调查对象，通过互联网在线发放问卷给豆瓣网各种知名小组的“豆友”，调查共发放问卷180份，回收问卷167份，剔除漏答、乱答、前后矛盾的问卷，最后得到150份有效问卷。有效样本中男性占43.3%，女性占56.7%；年龄以18-35岁的年轻人为主，占92.5%；学历以高学历为主，本科及以上学历超过70%；职业以在校学生为主，占总样本的84.6%，企业/公司一般职员占比为6%，上述样本特征与北大新媒体（2012）相关报告中的豆瓣网核心用户特征大致吻合。豆瓣网使用经验上，按比例由高到低依次为“6个月~1年”（31.3%）、“1~2年”（24%）、“2~6个月”（21.3%）、“2年以上”（16.7%）、“2个月以内”（6.7%）；登录频率上，有时登陆者占34%，经常登陆者占35.3%；忠诚度方面，71.3%的被调查者表示将来会继续使用豆瓣网。

四. 结果与分析

（一）描述性统计分析

本研究6个潜在变量的均值均大于3（表2），说明受访者整体上对豆瓣网参与

中的各个方面持比较积极的态度。

表2变量均值与相关系数矩阵

潜在变量	均值 (mean)	相关系数					
		PE	EE	SI	FC	UI	UB
绩效期望 (PE)	3.27	1					
努力期望 (EE)	3.69	0.474	1				
社会影响 (SI)	3.58	0.513	0.616	1			
促成因素 (FC)	3.25	0.224	0.349	0.294	1		
使用意愿 (UI)	3.98	0.421	0.514	0.564	0.218	1	
使用行为 (UB)	3.53	0.119	0.256	0.343	0.180	0.401	1

(二) 数据分析与假设检验

1. 结构方程模型检验

应用LISREL8.50软件建构图1的结构方程模型，该初始模型（M0）与数据的拟合度检验结果显示， $\chi^2/df=10.3$ ，大于2；RMR=0.10，大于0.08；GFI=0.92，NFI=0.86，IFI=0.87，CFI=0.86，除GFI外均小于0.9。数据与模型的拟合并非理想，有必要建构新的竞争模型对初始模型进行理论优化。

修正系数显示，依次增加绩效期望、社会影响、努力期望对参与行为的影响关系后，减少的卡方量是比较显著的，提示模型修正应优先考虑上述路径的合理性。就理论而言，尽管现有大多数基于UTAUT模型的相关研究未对上述影响关系进行检验，但这种影响关系的理论解释是合理的，绩效期望、社会影响、努力期望不仅对豆瓣网等网络社群的参与意愿存在影响，对参与行为同样可能具有显著的直接影响。因此，本研究依次增加上述3条路径关系以建立修正模型M1~M3，经历此过程并将不显著的路径删除以得到修正模型M4后发现，修正模型M4与数据重新拟合的结果非常理想，各项拟合指标均比初始模型有了显著改善（表3）。

表3假设模型与修正模型的拟合指标

模型	增加/删除的路径	χ^2/df	RMR	GFI	NFI	IFI	CFI
初始模型M0	—	10.3	0.10	0.92	0.86	0.87	0.86
修正模型M1	绩效期望→参与行为	4.95	0.048	0.97	0.96	0.96	0.96
修正模型M2	社会影响→参与行为	4.37	0.038	0.98	0.97	0.98	0.98
修正模型M3	努力期望→参与行为	2.66	0.022	0.99	0.99	1.00	0.99
修正模型M4	促成因素→参与行为 努力期望→参与意愿	1.19	0.026	0.99	0.99	1.00	1.00

路径分析与假设检验结果显示（表4），绩效期望（ $\beta=0.39$ ，C.R.=4.53）、

社会影响（ $\beta = 0.19$ ，C.R.=2.25）对参与意愿有显著的正向影响，假设H1、H3成立；参与意愿（ $\beta = 0.16$ ，C.R.=2.28）对参与行为有显著的正向影响，假设H5成立；而努力期望（ $\beta = 0.07$ ，C.R.=0.96）对参与意愿的显著影响，以及促成因素（ $\beta = 0.00$ ，C.R.=−0.01）对参与行为的显著影响没有得到验证，假设H2、H4不成立。修正模型增加的3条路径，绩效期望（ $\beta = 0.37$ ，C.R.=4.67）、社会影响（ $\beta = 0.20$ ，C.R.=2.62）、努力期望（ $\beta = 0.16$ ，C.R.=2.52）对参与行为的正向影响均显著。

表4结构方程模型的检验结果

路径关系	路径系数	C.R.	假设检验
H1：绩效期望→参与意愿	0.39	4.53***	接受
H2：努力期望→参与意愿	0.07	0.96	拒绝
H3：社会影响→参与意愿	0.19	2.25*	接受
H4：促成因素→参与行为	0.00	−0.01	拒绝
H5：参与意愿→参与行为	0.16	2.28*	接受

注：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

修正后的豆瓣网用户参与行为影响因素结构方程模型显示（图2），UTAUT模型4因子中对参与意愿和参与行为影响最显著的因素是绩效期望，表明用户相信豆瓣网能够较大程度地帮助其提高工作绩效，能在豆瓣网上扩大自己的社交圈，提高生活效率与质量，从而激发其参与意愿与行为。对参与意愿和参与行为影响第二显著的因素是社会影响，表明朋友、同事的推荐让用户更加信任豆瓣网并促成其参与意愿和参与行为。虽然促成因素对用户参与行为没有表现出显著的直接影响，但是用户的努力期望与参与意愿直接影响用户参与行为，表明豆瓣网的便捷操作、容易学习、拥有移动终端及人性化设计令用户所花费的成本比较低，不用付出较大努力，这是促成其直接参与行为的主要原因之一，而参与意愿是用户使用豆瓣网的前提条件，用户的态度决定他们的行为。

2.调节效应检验

应用层次回归方法检验UTAUT模型中性别、经验两个个人特征变量的调节效应。结果显示，性别在绩效期望、努力期望、社会影响、促成因素4个核心变量与参与意愿、参与行为影响关系中的调节效应均不显著；就经验而言（表5），除在努力期望对参与意愿的影响关系中具有显著的调节效应外（ $F(1,150) = 25.102$ ， $\beta = 0.967$ ， $p = 0.032$ ），其他影响关系中的调节效应均不显著。进一步对具有不同使

用经验的各组分别进行回归分析后发现，对于使用豆瓣网不足2个月的用户，努力期望对参与意愿的正向影响不显著（ $\beta = -0.369$ ， $p = 0.294$ ），而对于使用经验在2个月以上的各组豆瓣网用户，努力期望对参与意愿的正向影响均显著（ $\beta = 0.514$ ， $p = 0.000$ ）。综上所述，假设H6a、H6c、H6d不成立，H6b部分成立。

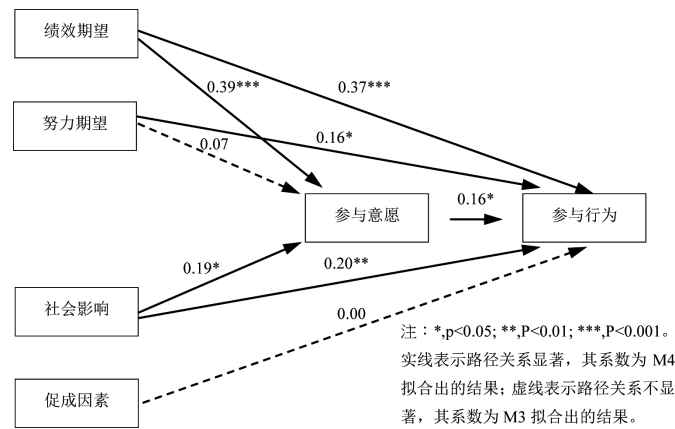


图2 基于UTAUT理论的网络社群参与行为影响因素模型

表5经验在努力期望与参与意愿（EE-UI）影响关系中的调节效应检验结果

	β	p	R^2	ΔR^2	F	p
模型1:						
努力期望	.469***	.000				
经验	.239**	.001	.310		34.446	.000
模型2:						
努力期望	.029	.891				
经验	-.532	.144				
努力期望*经验	.967*	.032	.327	.021	25.102	.000

五. 讨论与建议

（一）理论贡献

UTAUT模型及其他基于此理论架构的相关研究均认为或证实，绩效期望、社会会影响对科技接受与使用意愿具有显著的正向影响，(Lu & Yang,2013；Venkatesh & Zhang,2010；Venkatesh, Morris, Davis & Davis,2003)但很少有研究直接将上述2个UTAUT核心变量与科技接受与使用行为建立直接联系并验证其影响关系。本研究

证实,绩效期望、社会影响不仅通过参与意愿间接对豆瓣网的参与行为产生影响,还对其参与行为具有显著的直接影响。UTAUT传统模型一般将科技接受与使用意愿视作完全中介变量(full mediating variable)进行建模研究,但本研究的上述发现表明,有必要考虑其作为部分中介变量(partial mediating variable)的合理性以便对传统模型进一步予以优化。

前人研究比较一致的认为,努力期望对科技接受与使用意愿具有显著的正向影响,促成因素对科技接受与使用行为具有显著的正向影响,(Min, Ji & Qu,2008; San Martin & ÁngelHerrero,2012)但本研究以豆瓣网为例却发现,以上影响关系不显著。一方面,努力期望对用户豆瓣网参与行为的影响并非经由参与意愿的中介,两者间具有显著的直接影响关系,从而说明用户对网络社群的信念和态度形成后,也可以超越意愿的影响直接发生参与行为。另一方面,促成因素的影响不显著表明尽管用户可以在多种终端设备使用豆瓣网,且能够容易获取APP,在遇到困难时,豆瓣网服务提供商能够及时提供帮助,但或许用户会将网络社群提供的类似支持性服务视作其基本应有的服务保障能力,而非激励因素,从而在激发用户的参与行为时缺乏效力。

尽管Venkatesh, Morris, Davis & Davis在建构UTAUT模型时提出并验证了年龄、性别、经验、自愿性4个变量的调节效应假设,(Venkatesh, Morris, Davis & Davis,2003)但事实上这些假设在随后的大多数研究中都被证实是不显著的。(Keeton,2008)本研究侧重检验性别和经验的调节效应影响,同样得到了类似的结论,大多数本研究提出的调节效应假设均未获得支持,但使用经验的确在努力期望对豆瓣网用户参与行为的影响中具有调节效应。

本研究得到的上述新发现,是对UTAUT模型及网络社群参与行为影响因素研究的有益补充。

(二) 实践启示

绩效期望正向影响网络社群用户的参与意愿与行为。网络社群服务供应商可以考虑对自身的信息组织模式进行优化,除了增加多方面的服务,还可以对服务类目体系进行简化,让用户能够及时准确地找到自己需要的信息,让用户更便捷、自由地自产内容,从而营造平等、开放、包容的氛围。

努力期望正向影响网络社群用户的参与行为。网络社群服务供应商可以考虑适当控制和降低用户的注册使用门槛,通过优化界面设计让用户更便捷的进入相应界面,从而更好迎合用户的使用习惯,增加其行为黏着度。以豆瓣网为例,其是由评

论-友邻-留言-小组-同城-广场这样的曲线方式发展而来,简洁大方但是缺少明显的框架设计理念,交互信息流与非交互信息流并不能分开呈现(例如在小组中需要多次点击才能查看话题进展),这些都是网络社群可以完善的领域。

社会影响正向影响网络社群用户的参与意愿与行为。网络社群很多都是一种“兴趣社交”平台,其交流的载体是共同的兴趣、对生活的品味、互相认同的价值观等等,而不是同学关系、社会地位。网络社群服务供应商应该更加关注用户价值,创造更多产品与体验机会,提供更多的人文关怀,让网络社群建立在用户的良性互动上:用户贡献的越多,收获的也越多。同时,可以考虑给用户的生产能力赋权,并提供文化产品的点评和推荐,更重要的是要做到留下更多想象空间,带动用户去创造自己的惊喜,例如建立人与物的关系、人与环境的关系去创造更多用户价值。加大对用户的授权,让用户拥有更多自由决策和创造的权利和影响力,减少对用户权利和利益的限制,通过用户为网站提供建言、向他人推荐服务等,激励用户表现出更多自发的有利于网络社群的行为。充分发挥网络社群中“舆论领袖”的作用,客观公正地传播信息。

(三) 研究局限及未来研究建议

本研究利用UTAUT模型进行实证研究,以豆瓣网为例,系统检验了网络社群参与行为的影响因素及其作用机制。未来研究可以加入感知风险理论、服务商的服务质量等进一步充实网络社群参与行为的研究。就研究局限而言,现有研究没有细致分析年龄、学历、职业变量对研究结果的影响,未来研究可加入这些变量,以检验分析年龄、学历、职业对网络社群参与行为的影响与作用机制。现实生活中移动客户端APP、个人信息安全考虑等因素也有可能对网络社群参与行为造成消极影响,未来的研究可以纳入更多相关的控制变量进行深度的分析。

(责任编辑:王硕)

注释 [Notes]

1. Armstrong & Hagel (1996) 根据用户需求,将网络社群分为兴趣社群、人际关系社群、幻想社群、交易社群;从消费市场角度,分为地域型社群、人口结构型社群、主题型社群。monthly uniqueusers amounted to 2billion,doubled over the same period last year.

引用文献 [Reference]

邓胜利,胡吉明(2010).Web 2.0 环境下网络社群理论研究综述.《中国图书馆学报》,36(189),90-95.

- [Deng, Shengli & Hu, Jiming(2010).Review on online community theory in Web 2.0 environment. *Journal of Library Science in China*,36(189),90-95.]
- 冯莹(2010).《Web2.0时代的网络交往研究:以豆瓣网为例》.华中师范大学.武汉.
- [Feng, Ying (2010). *Research on the internet communication of Web 2.0 era: Takes DOU BAN as example*. Central China Normal University. Wuhan]
- 黄浩铭(2012).大学生群体SNS网站使用动机研究.《新闻世界》,(7),211-213.
- [Huang, Haoming(2012).Research on the college students' using motivation of SNS website. *News World*, (7),211-213.]
- 姜海龙(2010).《基于UTAUT理论的移动支付技术接受模型及实证研究》.北京邮电大学.北京.
- [Jiang, Hailong (2010). *Modeling and empirical studies on mobile payment technology adoption based on UTAUT theory*. BeijingUniversity of Posts and Telecommunication. Beijing]
- 靳娟(2014).《高校学生使用移动图书馆的行为意愿影响因素研究》.安徽大学.合肥.
- [Jin, Juan (2014). *Investigating antecedents for college students' behavioral intention of using mobile library*.Master dissertation. Anhui University. Hefei]
- 李丹(2009).社交网站用户的行为和动机.《传媒观察》,(4),44-45.
- [Li, Dan(2009).The behavior and motivation of social website users. *Media Observer*, (4),44-45.]
- 刘笑萍(2012).基于IDT/UTAUT整合模型的移动应用商店用户接受模型构建.《中国电子商务》,(8),18.
- [Liu, Xiaoping(2012).Model construction ofmobile application storeuser' s acceptancebased on the IDT/UTAUT integration model. *Chinese Electronic Commerce*, (8),18.]
- 彭思晚(2012).《基于UTAUT模型的用户采纳微博的关键因素研究》.北京邮电大学经济管理学院.北京.
- [Peng, Siwan (2012). *Base on UTAUT model study the key factor User adoption Micro-blog*. School of Economics & Management, BeijingUniversity of Posts and Telecommunication. Beijing]
- 孙建军,成颖,柯青(2007).TAM模型研究进展:模型演化.《情报科学》,25(8),1121-1127.
- [Sun, Jianjun, Cheng, Ying & Ke, Qing(2007).Advances of research on technology: Acceptance model. *Information Science*,25(8),1121-1127.]
- 王冰川(2013).《基于UTAUT模型的消费者网络团购行为研究》.山东大学(威海).威海.
- [Wang, Bingchuan (2013). *The research on consumer behavior of online group-buyingbased on model of UTAUT*. Shandong University, Weihai. Weihai]
- 网易科技报道(2013).《豆瓣月度覆盖用户数达2亿,较去年同期增长一倍》.检索于<http://tech.163.com/13/1113/15/9DIRK7M4000915BF.html>.
- [Netease Technology, Report (2013).*Douban monthly unique users amounted to 2 billion, doubled over the same period last year*. Retrieved from<http://tech.163.com/13/1113/15/9DIRK7M4000915BF.html>.

- com/13/1113/15/9DIRK7M4000915BF.html.]
- 谢爱珍(2012).《基于UTAUT大学生手机移动学习使用意愿影响因素研究》.浙江师范大学.杭州.
- [Xie, Aizhen (2012). *Research on influence factors of university student's willingness of mobile phone learning based on UTAUT*. Zhejiang Normal University. Hangzhou]
- 谢黎蓉(2014).技术接受模型演变综述.《华中师范大学研究生学报》,21(1),155-161.
- [Xie, Lirong(2014).Review of evolution of the technology acceptance model. *Central China Normal University Journal of Postgraduates*,21(1),155-161.]
- 徐蕾,王建琼,查建平(2014).基于 UTAUT 的微型企业电子商务采纳行为研究.《中央财经大学学报》,(7),107-112.
- [Xu, Lei, Wang, Jianqiong & Zha, Jianping(2014).An empirical analysis on the adoption of e-commerce in micro-enterprises using UTAUT theory. *Journal of Central University of Finance & Economics*, (7),107-112.]
- 杨楠(2011).《基于UTAUT模型的SNS服务用户接受影响因素分析》.东北师范大学.沈阳.
- [Yang, Nan (2011). *SNS UTAUT model based on factors of user acceptance*. Northeast Normal University. Shenyang]
- 张宗荣(2012).《以整合性科技接受模式及沉浸理论探讨App之使用行为模式:以行动社群App为例》.台中教育大学.台中.
- [Zhang, Zongrong (2012). *An investigation of App users' behavior patterns by combination of UTAUT and Flow Theory:A case of App Mobile community groups*. Taichung University of Education. Taichung]
- 周涛,鲁耀斌,张金隆(2009).整合TTF与UTAUT视角的移动银行用户采纳行为研究.《管理科学》,22(3),75-82.
- [Zhou, Tao, Lu, Yaobin & Zhang, Jinlong(2009).Integrating TTF and UTAUT perspectives to explain mobile bank user adoption behavior. *Journal of Management Sciences*,22(3),75-82.]
- Davis, F. D. (1989).Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319-340.
- Im, I., Hong, S. T. & Kang, M. S. (2011).An international comparison of technology adoption: testing the utaut model. *Information & Management*, (1), 1-8.
- Keeton, K. E. (2008). *An extension of the utaut model: how organizational factors and individual differences influence technology acceptance*. University of Houston. Houston.
- Lu, H. P. & Yang, Y. W. (2013).Toward an understanding of the behavioral intention to use a social networking site: an extension of task-technology fit to social-technology fit. *Computers in Human Behavior*, (10), 1-10.
- Min, Q. F., Ji, S. B. & Qu, G. (2008).Mobile commerce user acceptance study in china: a revised utaut model. *Tsinghua Science & Technology*, (3), 257-264.

- Rheingold, H. (1994). *The virtual community in a computerized world*. London: Secker & Warburg.
- San Martín, H. & Ángel Herrero (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, (2), 341-350.
- Venkatesh, V. & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39 (2), 273-315.
- Venkatesh, V. & Morris, M. G. (2000). A longitudinal field investigation of gender differences in individual technology adoption decision-making processes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 38 (1), 33-60.
- Venkatesh, V. & Zhang, X. J. (2010). Unified theory of acceptance and use of technology: U.S. Vs. China. *Journal of Global Information Technology Management*, (1), 5-27.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27 (3), 425-478.