

社会化阅读用户持续使用意愿的 社交因素元分析*

孙挺^{1,2} 李雪² 徐长林¹

(1. 新疆农业大学图书馆, 乌鲁木齐 830052; 2. 华中师范大学信息管理学院, 武汉 430079)

摘要: 社会化阅读方式为读者带来不同的阅读体验, 作为社会化阅读的重要组成部分之一的社交因素, 在用户持续使用意愿实证研究中的影响作用存在争议。采用元分析方法, 对13项社会化阅读用户持续使用意愿实证研究中的19个效应量进行合并计算, 采用随机效应模型合并效应量结果 $r=0.386$, 说明社交因素与社会化阅读用户持续使用意愿之间相关关系一般显著, 发表偏倚检验结果显示本文研究结果有效, 亚组分析结果显示大学生群体合并效应量值低于混合人群。

关键词: 社会化阅读; 持续使用意愿; 元分析

中图分类号: G252

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2019.11.003

阅读是个人获取知识、开拓思维的重要方式。与传统阅读方式不同, 社会化阅读, 即使用平台或应用程序 (Application, APP) 进行阅读, 将社交媒体技术和阅读主体、阅读对象、阅读环境融合, 在进行阅读功能拓展的同时, 它允许创建和交换用户生成内容 (User Generated Content)。一方面, 用户沿着系统或其他用户的推荐、评论线索, 可以滚雪球式地获取更多感兴趣的内容; 另一方面, 读者可以获得更多在独自阅读时可能没有注意到的思想或观点, 激发读者之间的对话和对个人观点分享的渴望, 在互动和分享中进一步深刻剖析阅读文本的内涵^[1-4]。正如国内学者对社会化阅读的定义, 社会化阅读以读者为核心, 满足个性化阅读需求, 强调分享、互动、传播, 注重阅读的社交关系, 倡导用户生成内容、共同传播和共同赢利, 实现阅读价值的无限放大^[5-6]。

社会化阅读是阅读社会化的途径之一, 也是适应当前网络环境下读者需求的产物, 如情报系统用户参与情报的搜集、生产、利用、传播, 社会化阅读的用户在搜集、利用阅读内容的同时, 也是阅读内容的生产

者和传播者。以“让阅读不再孤独”为口号的微信读书 (社会化阅读APP), 依托微信用户数众多的社交应用APP, 以阅读+社交的模式, 通过分享、点赞、评论交流、推荐等途径在用户之间建立广泛且深入的社交联系 (如图1), 实现信息、情感的交互, 形成对用户使用意愿有影响作用的社交因素用户持续使用意愿作为社会化阅读用户行为研究的结果变量, 对平台或手机应用APP产品设计、发展用户群体、阅读推广等都具有重要意义。通过梳理相关文献发现, 社交因素对社会化阅读用户持续使用意愿产生影响的研究结论并不一致, 研究社交因素对阅读效果影响作用的文献数量较少。

1 社会化阅读相关文献梳理

不同于纸质阅读联想式、油墨香、纸质手感等特有的阅读感受, 社会化阅读或许因为数字阅读硬件设备及其利用特点使读者阅读耐心减弱、思想深度缺失而被人质疑, 但其带来的积极作用是用户的阅读体验更加自由便捷, 用户个体与个体、个体与群体、群体与群

*本研究得到新疆农业大学校内前期资助招标课题“新疆农业大学重点学科竞争力分析评价” (编号: XJAU201631) 资助。

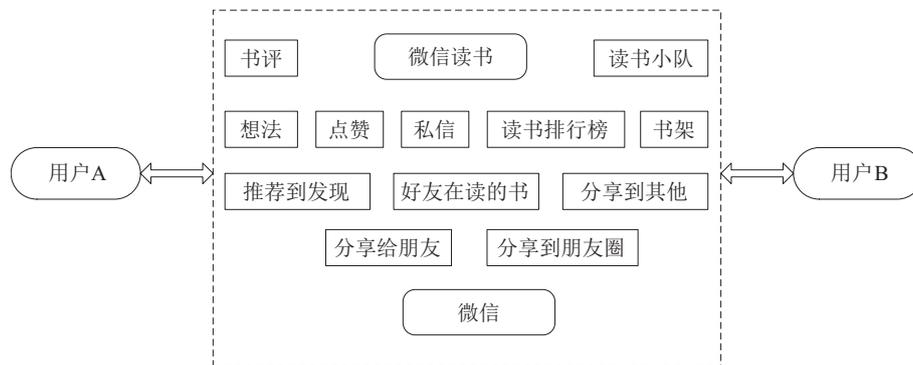


图1 微信读书用户社交互动途径

体之间的互动在平台或手机应用APP中形成社交关系网络,读者精神生活自由空间因为互动体验扩大化^[7]。但是,社交因素对社会化用户持续使用意愿的影响作用在多项研究成果中呈现差异。

1.1 社交因素的显著和非显著影响作用

蔡少辉^[8]对大学生网络阅读动机的调查分析与研究,将社会交往、情感抒发、信息获取、个人修养、阅读兴趣作为研究对象阅读动机的5个维度,深入探讨了大学生网络阅读动机与人际关系、社会支持之间的相关关系。王晰巍等^[9]利用扎根理论对典型用户的半结构化访谈结果进行分析归纳,将社会认同感、阅读社交化等纳入社会性价值作为移动阅读用户体验的影响因素。杨忠文^[10]调查研究发现,社会交往动机是与大学生微信社会化阅读行为相关系数最高的动机($r=0.315, p<0.001$),个人发展、兴趣与信息获取、感情抒发等其他动机次之。

李武^[11]将青少年社会化阅读中社交动机划分成两个层面,一是提供更多地日常谈话资源促进青少年彼此之间的现实社交,二是基于虚拟网路中的阅读社区的社交活动。他从社会交往和他人认同两个维度对社交性动机进行探讨,认为社交性动机是含个人发展动机在内的青少年社会化阅读活动最重要的动机。2016年,李武等^[12]对上海3所高校500多名大学生进行问卷调研发现,被调查的大学生利用社会化阅读APP社交功能频次较低,社交有用性认知对他们不存在预期的显著影响,而主观规范影响显著。次年,李武等^[13]对北京、上海、广州的3所高校1 000多名大学生就社会化阅读APP(移动新闻客户端)使用进行调查问卷研究,结果显示作为获取信息和消遣娱乐的社会化阅读APP相

较于传统媒体能更好地满足用户的线上社交需求,但是线上和线下社交权衡需求对大学生使用新闻客户端的行为没有显著影响。

杨根福^[14]对内容聚合类APP用户持续使用意愿影响因素研究发现,社交化互动服务对用户满意度没有显著影响。刘鲁川等^[15]将心理契约理论应用到社会化阅读用户行为研究当中,研究发现感知社交价值和感知信息价值与用户的心理契约违背之间有显著负相关关系,用户对社交价值感知较高,越能获得归属感,心理契约违背的可能性就小。于静^[16]在移动阅读黏性行为影响因素研究中,将结构嵌入性作为持续使用意愿的影响因素,变量解释为用户在社会关系网络中的从众心理,其对用户持续使用意愿影响不显著,认为该变量的影响是短暂的,对移动阅读黏性的形成影响不大。赵文军等^[17]通过刺激-机体-反应(SOR)模型对移动阅读服务用户持续使用意向进行问卷调查研究,结果显示人际交互质量显著正向影响感知社交性,但感知社交性对有用性感知、满意度以及持续使用意向的作用效应没有通过显著性检验。赵文军等^[18]以使用超星移动阅读APP的大学生为对象进行了问卷调查研究,结果显示社会价值对用户满意度和行为意向没有显著影响。

国外相关研究的侧重点不同于国内研究,Shin^[19]、Stone^[20]、Baker-Eveleth^[21]、Gelderblom^[22]等以调查问卷的形式,通过期望确认模型(Expectation Confirmation Model),对用户可持续使用意愿进行了分析研究,但变量中未涉及到社交因素。Hu等^[23]在期望确认模型、技术接受模型和感知经验价值的基础上建立了中国大学生对移动阅读APP可持续使用意愿模型,其研究结果表明感知有用性通过满意度对持续使用意愿有显著间接影响,而感知易用性对用户满意度和持续使用意愿均无显著影响,感知有用性是感知易用性与满意度、持

续使用意愿的中介变量,全部影响因素也未涉及到社交因素。

1.2 社交因素变量操作化定义

在社会化用户持续使用意愿其他相关研究的文献中,社群影响、主观规范、形象等在社会化阅读环境中涉及社交关系的因素直接或间接地对不同类型用户持续使用意愿存在影响作用。社群是基于线上或线下人际关系构建的群体,不同的社群具有特定的属性,成员相互之间存在人际影响。社群成员受到群体内其他成员的行为影响,在劝说推荐下产生使用意愿,也就是使用者进行社会化阅读受到周围群体思想和行为的影响^[24]。Taylor等^[25]在信息系统接受研究验证中,将主观规范界定为个人获得社会对某种行为的认同。Bhattacharjee等^[26]将主观规范分为人际影响和外部影响两种,即人际关系和社会媒体对个体行为的影响。有学者将其定义为人际影响和媒介影响,人际影响是指用户会受到的身边比较重要的人际关系的影响,媒介影响是指用户受到一些媒体(如广告)引导影响而选择使用某一信息系统。形象用来描述信息系统的使用对社交人在圈子里个人形象和地位的提升程度,例如用户使用社会化阅读平台或手机应用APP的行为在好友圈表明了自己是在通过阅读来学习或提升自己,是一件光彩的事情^[27]。

赵婉颖^[27]研究认为,移动阅读中的社交因素由主观规范和形象体现,两者对用户持续使用的作用影响方式不同,主观规范有直接和间接影响作用,身边人的持续使用会对用户产生社交需求的压力;形象则通过中介变量产生间接影响,用户在使用过程中感受形象的提升,继而产生依赖。李武等^[12]认为主观规范的影响存在于用户使用初期,待用户对系统使用熟悉后对有用性的判断更多地来自自身使用经验,他人的影响会相应减弱。不可否认的是,用户在社会化阅读环境中会受到如社群影响、主观规范、形象等相关的社交因素带来的影响,因此,本文在将这些因素统一纳入影响用户持续使用意愿的社交因素当中进行分析。

综上所述,信息系统持续使用模型(Expectation Confirmation Model of IS Continuance)、技术接受模型(Technology Acceptance Model)、理性行为理论模型、信息系统成功模型(Information System Success Model)、整合技术接受与使用模型(Unified Theory

of Acceptance and Use of Technology)等被广泛地用于分析研究社会化阅读平台或手机应用APP用户持续使用意愿的影响因素。研究结果表明,社交有用性、社交价值、社群影响、主观规范、形象等涉及到社交的因素对用户持续使用意愿存在直接或间接的影响,社交因素的影响作用与部分研究人员的期望存在偏差,部分采用结构方程检验假设结果的研究也说明社交因素对用户持续使用意愿影响作用尚存在争议。

2 研究方法及数据处理

元分析(荟萃分析, meta-analysis)即检索某个特定的主题的相关研究文献,综合分析研究结果,用于客观分析多个影响因素与用户意愿行为相关强度^[28-31],是循证医学、心理学研究领域常用的定量合成方法,近年来在国内图情领域用户行为意愿研究也有较多应用。元分析的优点在于,它可以在同一研究主题出现不同或相反研究结论时,客观地量化结果和消除误差来源,揭示变量之间的关系强度。考虑到元分析方法的作用和特点,从客观分析现有研究中的争议角度出发,本文根据元分析方法的一般流程^[32](见图2),对社会化阅读平台或应用APP用户持续使用意愿实证研究的结果进行再分析,主要探讨社交因素对社会化阅读用户持续使用意愿的影响作用。

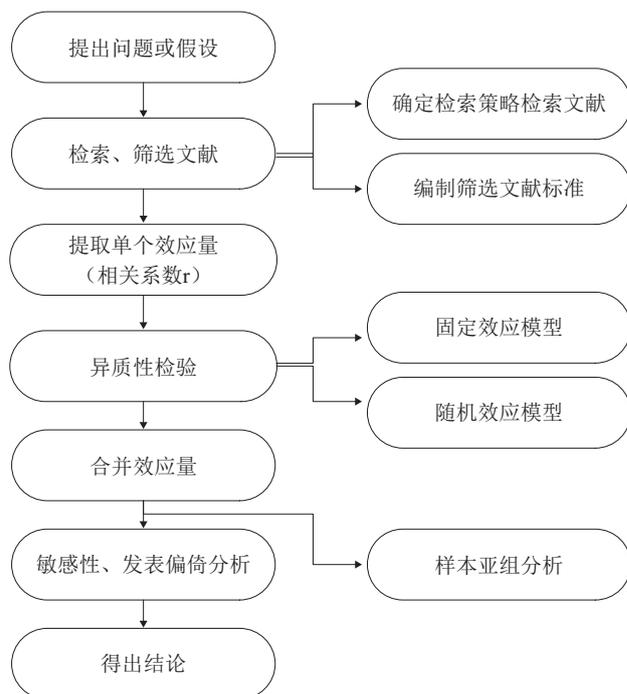


图2 元分析流程图

2.1 文献检索策略

在文献获取过程中,笔者分别在中、英文数据库中按照确定的检索式进行了主题检索。在中国知网期刊全文数据库和博硕士学位论文数据库中,分别以“社会化阅读and持续使用意愿”“(社会化阅读or移动阅读or手机阅读)and(社交有用性or社交价值or社群影响or主观规范)”在主题检索途径中完成了中文文献检索。在Web of Science、ScienceDirect、LISTA、ERIC、Emerald数据库中以检索词“Social Reading”匹配“Continuance Intention*”进行主题字段检索,并通过读秀数据库和百度学术文献求助平台获得全文。按照上述检索策略,并通过追溯法补充了部分相关文献,共获得39篇相关文献(期刊学术论文25篇,博硕士学位论文14篇),但这些文献还需根据元分析的数据要求进一步筛选。

2.2 文献筛选及编码

为了保证数据分析的客观性、有效性和一致性,本文根据研究内容制定研究文献选取标准:①社会化阅读用户持续使用意愿实证研究,作者提供问卷调研对

象及其具体的样本数量,剔除理论和综述类研究文献;②涉及到社交影响因素的移动阅读实证研究,保留社交因素变量直接作用于用户持续使用意愿,而非通过满意度等中介变量的文献;③自变量和因变量采用相同或相近的操作化定义,文中报道有完整的变量相关性系数及基本描述统计数据,相关系数选取结构方程验证之前的初始值,无初始值时再采用检验得到的系数。

从图情领域元分析应用研究的文献来看,相关研究数量的最低要求并未达成一致,柯青等^[33]在信息搜寻绩效研究中提及此问题,认为研究报告结果不统一和不同的变量操作化定义是影响图书情报领域元分析研究变量不理想的主要原因。参照国内图情领域元分析方法应用实践成果,在制定严谨的文献编码规则基础上,最终纳入本研究的文献选取2011—2019年发表的9篇期刊论文、4篇学位论文见表1,其中英文文献1篇,研究的对象为大学生和含大学生群体的混合人群。编码过程中选取了上述文献当中的19个效应量,总样本量6 813个,分析社交影响、社交有用性、社会价值、社群影响、主观规范、群体规范、形象等社交因素对用户持续使用意愿、使用意愿、持续使用、持续使用行为、行为意向的影响作用。

表1 文献编码表

文献	样本量/个	社交因素	相关系数r	费歇尔Z值	研究对象	结构方程验证结果
文献[24]	302	社群影响	0.060	0.060	大学生	-
文献[12]	508	社交有用性	0.280	0.288	大学生	拒绝假设
		主观规范	0.500	0.549		接受假设
文献[18]	91	社会价值	0.393	0.415	大学生	拒绝假设
文献[34]	318	主观规范	0.055	0.055	混合人群	接受假设
		社会价值	0.405	0.430		拒绝假设
文献[16]	432	结构嵌入性	0.583	0.667	混合人群	拒绝假设
文献[35]	2 854	主观规范	0.473	0.514	混合人群	拒绝假设
		感知形象提升	0.415	0.442		拒绝假设
文献[27]	376	主观规范	0.588	0.675	大学生	-
文献[17]	371	形象	0.404	0.428	混合人群	-
		感知社交性	0.461	0.499		拒绝假设
文献[36]	219	社会影响	0.315	0.326	大学生	接受假设
文献[37]	367	主观规范	0.691	0.850	混合人群	接受假设
		社会认同	0.284	0.292		接受假设
		群体规范	0.490	0.536		接受假设
文献[38]	186	社群影响	0.214	0.217	混合人群	接受假设
文献[39]	419	社交价值	0.113	0.113	混合人群	-
文献[10]	370	社会交往	0.315	0.326	大学生	-

3 结果分析

本文从上述研究文献中提取的效应量是社交因素与用户持续使用意愿之间的相关系数,因相关系数方差依赖于相关系数,为了保证数据的稳定性,在用

RevMan等元分析软件时采用费歇尔Z值转换公式对相关系数进行转换,在报告结果时再将Z转换回相关系数 $r^{[40-41]}$ 。在Comprehensive Meta Analysis Version 2.0软件中输入编码数据后自动完成了转换,得出异质性检验结果,见表2。

表2 异质性检验结果

模型	效应值及95%置信区间				双尾检验		异质性			
	研究数量/个	合并效应值	下限LL	上限UL	Z值	p值	Q值	df (Q)	p值	I ²
固定	19	0.417	0.402	0.432	47.678	0.000	300.516	18	0	94.010
随机	19	0.386	0.316	0.451	10.001	0.000	-	-	-	-

根据元分析的异质性检验判断方法,当 $p>0.1$ 、 $I^2\leq 50\%$ 时研究具有同质性,采用固定效应模型;当 $p<0.1$ 、 $I^2>50\%$ 时研究之间存在异质性,合并效应量时采用随机效应模型,避免合并后的效应值偏离真实情况^[22]。本文异质性检验结果显示 $I^2=94.010$ 、 $p=0.000$,说明研究之间存在较大的异质性。在敏感性分析过程中,删除个别研究数据对整体研究的影响较小,因此保留全部数据并采用随机效应模型。

发表偏倚检验结果如图3,横轴是相关系数转换后的费歇尔Z值,纵轴为标准差,显示大部分研究处于漏斗图的上部,集中于平均效应值左右,且少有研究处于漏斗图下部,说明本研究中的发表偏倚可能小较小。

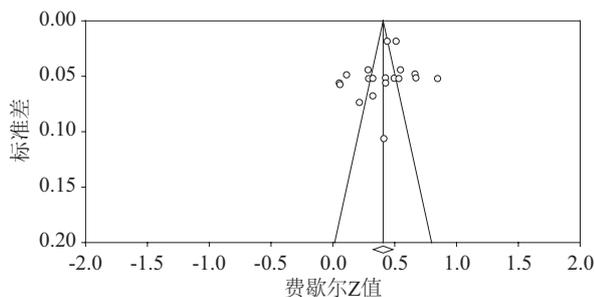


图3 相关系数费歇尔Z值分布的漏斗图

经过Egger经验, p 值(1-tailed)为0.142、 p 值(2-tailed)为0.285,均大于0.05,表示本研究无发表偏倚。失安全系数Classic fail-safe N检验中,结果显示本研究失安全系数远大于105($Nfs=5K+10$, K 为研究纳入的效应量个数)。通过剪补法(Trim and fill)检验发表偏倚,估计缺失的研究数目显示为0,发表偏倚对本文的研究结果影响不大,故认为本文研究结果有效^[42-44]。

编码文献中,有3个变量的效应量值达到高度相关,有2个变量的效应量值为低显著性,Cohen^[45]对

相关性判断的标准为, $r>0.5$ 时相关系数高度显著, $0.3<r<0.5$ 时一般显著, $r<0.1$ 时为低显著性。本文以此来判断社交因素与用户持续使用意愿的相关系数0.386,两者之间的相关关系为一般显著,未达到高度相关的判断标准。

本文纳入元分析的研究成果共计13项,其研究对象可以区分为大学生和含大学生的混合人群,针对大学生群体进行的研究有8个,合并后的效应值为0.366,略低于混合人群的合并效应量0.399(见表3)。亚组分析结果说明,大学生社会化阅读用户群体持续使用意愿的影响因素中社交因素并不是主要的相关因素,这与用户群体特点和使用社交媒体软件的偏好有关,促使混合人群的合并效应值高于大学生群体的原因有待于深入研究,需要对不同人群进行细粒度的对比分析。

4 讨论

本文选取了13项研究中的19个效应量,涉及6 813份样本,研究对象是大学生群体或包含大学生的混合人群。在筛选后的编码文献中,研究人员依据不同的理论构建出社会化阅读用户持续使用意愿影响因素模型,并将社交因素作为影响因素之一进行研究。部分研究文献中的模型分析结果或假设检验结果与研究人员前期的假设预期并不相符,研究结果中社交因素与用户持续使用意愿间的相关系数 r 值由弱相关到强相关的区间为 $[0.060, 0.850]$,结果差异明显,表明社交因素对用户持续使用意愿的影响作用存在争议。元分析的结果表明,社交因素与社会化阅读用户持续使用意愿之间仅为一般相关关系 $r=0.386$,而非强相关关系。结合相关研究的结果分析如下。

表3 亚组分析结果

研究对象	效应值及95%置信区间				双尾检验	
	研究数量/个	合并效应值	下限LL	上限UL	Z值	p值
大学生	8	0.366	0.246	0.475	5.677	0.000
混合人群	11	0.399	0.307	0.483	7.891	0.000

(1) 若将社会化阅读平台或应用APP作为社交工具,实用性和普及性远不如微信、qq等成熟度较高的社交媒体或工具,但不可否认有用户通过社会化阅读平台或APP建立联系后继而转入成熟社交媒体进行深入的沟通交往,此类行为降低了用户利用社会化阅读平台或APP应用程序进行社交活动的频次。有研究表明,读者的阅读行为在数字环境中发生变化,具体表现在人们在电子阅读上的时间增多,但较多的时间花费在浏览、关键词识别、一次性阅读、非线性阅读、选择性阅读,深阅读和集中阅读的时间减少,专注力下降,为了保持良好的阅读专注力、阅读效率,社会化阅读的读者或许会弱化对平台、应用程序APP的社交功能的利用重视程度^[46]。

(2) 社交作为社会化阅读重要功能元素之一,不同的用户群体对平台或APP的社交功能利用程度存在明显的差异,大学生群体和包含大学生群体的混合人群,其社交因素与用户持续使用意愿相关关系存在差异,大学生群体相关系数低于混合人群相关系数的主要原因在于用户群体特点及其社交媒体使用偏好。另外,与其他社交媒体一样,性别、学历、职业等会对社会化阅读平台或应用程序APP的用户持续使用意愿产生影响,在相关研究中还应充分考虑这些因素的影响作用。

(3) 社会化阅读用户的信息获取、社交沟通、休闲阅读等具体使用动机,也会对社交因素与持续使用意愿相关关系产生显著影响。李武^[11]的研究表明,大学生在使用以阅读为主的社会化阅读APP时参与社交活动较少,但在使用微信等以社交为功能导向的应用开展阅读时,社交目的就会成为他们的主要动机,这说明在研究社会化阅读平台或应用APP社交因素时,应该考虑用户的使用动机和社会化阅读工具的类型。实际生活当中,用户持续使用意愿受到技术发展、个人兴趣爱好迁移变化的影响,采用时间横截面研究并不能客观全面地反映出兴趣和使用动机变化带来的影响,为了获得真实有效的研究结果,有必要对用户群体的使用进行长

期的跟踪研究。

(4) 在纸质阅读和电子阅读、网络阅读、复合阅读等各类阅读方式并存的环境中,产品开发者应当明确社会化阅读产品的市场定位,优化和完善社会化阅读为用户提供的阅读环境,有效提高可供阅读内容的质量。同时,还应重视用户阅读习惯的培养,有效提高阅读效果,使社会化阅读成为符合特定用户群体需求的理想阅读方式。

社会化阅读平台或APP的实质是以用户社交网络为基础,以用户信息流为载体,又以用户兴趣图谱为出发点的互联网产品^[47]。用户的社交互动作为社会化阅读的典型功能特征,为建立读者联系、有效促进阅读发挥着独特的作用,有必要针对社交因素影响用户阅读和持续使用意愿的作用效果进行细粒度的分析研究。本研究的不足之处在于,不同的研究人员对同一主题的变量定义不同,对文献筛选的数量造成影响,尤其是国外相关主题研究符合本文编码条件的文献量较少;对相关研究中的社交因素变量选取未设置统一规范,不完整的相关系数编码数据采用了模型验证后的系数。计划在今后的研究中深入研究社会化阅读社交因素的具体影响作用,在用户行为的实证研究过程中,将不同用户群体的行为及其使用动机进行对比和追踪研究。

参考文献

- [1] MASON D. Social Reading: Platforms, app lications, clouds and tags [J]. *Online Information Review*, 2014, 38 (6) : 838-839.
- [2] What is "Social Reading" and why should Libraries care? – A TTW Guest Post by Allison Mennella [EB/OL]. [2019-09-12]. <https://tametheweb.com/2011/06/14/what-is-social-reading-and-why-should-libraries-care-a-ttw-guest-post-by-allison-mennella/>.
- [3] TANG M, SIE Y, TING P. Evaluating books finding tools on social media: a case study of aNobii [J]. *Information*

- Processing and Management, 2014, 50 (1): 54-68.
- [4] CAROL T, RACHEL V, DONALD W K. Social media and scholarly reading [J]. Online Information Review, 2013 (2): 193-216.
- [5] 王钟雄. 社会化阅读: 阅读的未来 [N]. 中国新闻出版报, 2011-05-12 (06).
- [6] 徐媛. 基于用户黏性的社会化阅读社区盈利模式分析 [J]. 科技与出版, 2014 (3): 49-52.
- [7] 李新祥. 数字时代我国国民阅读行为嬗变及对策研究 [D]. 武汉: 武汉大学, 2013.
- [8] 蔡少辉. 大学生网络阅读动机问卷的编制及相关研究 [D]. 重庆: 西南大学, 2013.
- [9] 王晰巍, 任明铭. 移动阅读工具对用户体验的影响因素研究 [J]. 现代情报, 2019 (2): 73-84.
- [10] 杨忠文. 基于微信平台的的大学生社会化阅读问题研究 [D]. 大连: 大连理工大学, 2016.
- [11] 李武. 青少年社会化阅读动机研究: 以上海初高中生微信阅读为例 [J]. 中国图书馆学报, 2014 (6): 115-128.
- [12] 李武, 赵星. 大学生社会化阅读APP持续使用意愿及发生机理研究 [J]. 中国图书馆学报, 2016 (1): 52-65.
- [13] 李武, 黄扬, 杨飞. 感知需求对大学生采纳和使用社会化阅读APP的影响研究——以移动新闻客户端为例 [J]. 出版科学, 2017 (2): 21-28.
- [14] 杨根福. 移动阅读用户满意度与持续使用意愿影响因素研究——以内容聚合类APP为例 [J]. 现代情报, 2015 (3): 57-63.
- [15] 刘鲁川, 李旭. 心理契约视域下社会化阅读用户的退出、建言、忠诚和忽略行为 [J]. 中国图书馆学报, 2018 (4): 89-108.
- [16] 于静. 移动阅读黏性行为影响因素研究 [J]. 农业图书情报学刊, 2016, 28 (6): 8-13.
- [17] 赵文军, 任剑. 移动阅读服务持续使用意向研究——基于认知维、社会维、情感维的影响分析 [J]. 情报科学, 2017 (8): 72-78.
- [18] 赵文军, 谢守美. 大学生移动阅读感知价值、满意度与行为意向的关系: 以超星移动阅读APP平台为例 [J]. 图书情报工作, 2019 (3): 98-107.
- [19] SHIN D. Understanding e-book users: Uses and gratification expectancy model [J]. New Media & Society, 2011 (2): 260-278.
- [20] STONE R W, BAKER-EVELETH L. Students' expectation, confirmation, and continuance intention to use electronic textbooks [J]. Computers in Human Behavior, 2013 (3): 984-990.
- [21] BAKER-EVELETH L, STONE R W. Usability, expectation, confirmation, and continuance intentions to use electronic textbooks [J]. Behaviour & Information Technology, 2015 (10): 992-1004.
- [22] GELDERBLOM H, MATTHEE M, HATTINGH M, et al. High school learners' continuance intention to use electronic textbooks: a usability study [J]. Education and Information Technologies, 2019 (2): 1753-1776.
- [23] HU J M, YU J. Continuance intention to use the mobile interest-based community: an integrated theoretical model and empirical study [J]. Chinese Journal of Library and Information Science, 2015 (2): 52-68.
- [24] 师衍辉. 大学生社会化阅读行为影响因素实证研究 [D]. 曲阜: 曲阜师范大学, 2016.
- [25] TAYLOR S, TODD P. Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: a study of consumer adoption intentions [J]. International Journal of Research in Marketing, 1995 (2): 137-155.
- [26] BHATTACHERJEE A, LIN C P. A unified model of IT continuance: three complementary perspectives and crossover effects [J]. European Journal of Information Systems, 2015 (4): 364-373.
- [27] 赵婉颖. 社交因素对用户移动阅读持续使用的影响研究 [J]. 图书馆学研究, 2016 (20): 87-95.
- [28] 曹树金, 王志红. 虚拟社区知识共享意愿与行为的影响因素及其调节变量: 元分析研究 [J]. 图书情报工作, 2018 (8): 74-83.
- [29] 张宁, 袁勤俭, 朱庆华. 个体认知专注与虚拟社区参与关系的元分析 [J]. 情报学报, 2018 (2): 161-171.
- [30] 吴江, 曾敏讷, 刘福珍, 等. 基于元分析方法的可穿戴设备用户采纳行为研究 [J]. 信息资源管理学报, 2017 (2): 5-13.
- [31] GLASS G V. Primary, secondary, and meta-analysis of research [J]. Educational Researcher, 1976 (10): 3-8.
- [32] 李雪梅, 曲建升. 元分析方法与图书情报学 [J]. 图书情报工作, 2013 (11): 26-31, 64.
- [33] 柯青, 孙建军, 成颖. 场独立-场依存认知风格对信息搜寻绩效影响: 元分析研究 [J]. 情报学报, 2015 (6): 646-661.
- [34] 苏帆帆. 移动阅读业务持续使用行为影响因素研究 [D]. 北京: 北京邮电大学, 2011.
- [35] 易红, 张冰梅, 宋微. 市民移动阅读选择偏好性和持续使用性影响因素的实证研究 [J]. 图书馆理论与实践, 2015 (1): 32-37.
- [36] 明均仁, 郭财强, 王鑫鑫. 基于UTAUT的移动图书馆用户使用意愿实证研究 [J]. 图书馆学研究, 2018 (22): 81-90.

- [37] 郑莉. 社群视角下移动阅读APP用户持续使用行为研究 [D]. 秦皇岛: 燕山大学, 2018.
- [38] GAN C M. An empirical study on continuance intention of mobile reading [J]. Chinese Journal of Library and Information Science, 2015 (2): 69-82.
- [39] 张民. 基于感知价值理论的社会化阅读用户的持续分享行为研究 [D]. 济南: 山东财经大学, 2017.
- [40] HUNTER J E, SCHMIDT F L. Dichotomization of continuous variables: The implications for meta-analysis [J]. Journal of Applied Psychology, 1990 (3): 334-349.
- [41] 程聪, 谢洪明. 市场导向与组织绩效: 一项元分析的检验 [J]. 南开管理评论, 2013 (6): 38-46.
- [42] 曹丽江, 周毅. 基于元分析的Altmetrics指标与传统引用指标相关性研究 [J]. 情报理论与实践, 2016 (8): 49-53.
- [43] ROSENTHAL R. Meta-Analytic procedures for social science research [J]. Educational Researcher, 1986 (8): 18-20.
- [44] 张宁, 袁勤俭, 朱庆华. 个体认知专注与虚拟社区参与关系的元分析 [J]. 情报学报, 2018 (2): 161-171.
- [45] COHEN J. Statistical power analysis for the behavioral science [M]. New York: Academic Press, 1977: 77-80.
- [46] LIU Z. Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years [J]. Journal of Documentation, 2005 (6): 700-712.
- [47] 詹恂, 康梅花. 社会化阅读社区对数字出版的影响研究 [J]. 现代出版, 2013 (1): 53-56.

作者简介

孙挺, 男, 1982年生, 博士研究生, 副研究馆员, 研究方向: 用户行为, E-mail: sats@sina.cn。
李雪, 女, 1991年生, 博士研究生, 研究方向: 阅读行为与图书馆阅读服务。
徐长林, 女, 1966年生, 副研究馆员, 研究方向: 学科服务。

Meta-Analysis of Social Factors on Continuous Use Intention of Social Reading Users

SUN Ting^{1,2} LI Xue² XU ChangLin¹

(1. Xinjiang Agricultural University Library, Urumqi 830052, China; 2. School of Information Management, Central China Normal University, Wuhan 430079, China)

Abstract: Social reading brings readers some different reading experiences. As one important component of social reading, social factors still have a controversial influence on the empirical studies of continuance use intention. Meta-analysis method was used to calculate the combined effects of 19 effect sizes in 13 studies, and the sub-group analysis of college students and mixed population was conducted. The random effect model was used in the meta-analysis to combine effect size $r=0.386$, indicating that there is a general correlation between social factors and the continuous use intention of social reading users. The results of publication bias test showed that the results of this study were effective, and the effect size of college students was slightly lower than that of mixed population.

Keywords: Social Reading; Continuance Use Intention; Meta-Analysis

(收稿日期: 2019-10-27)