

基于用户心理认知的网络信息组织与优化

攸晓琼

(山西医科大学图书馆 太原 030001)

〔摘要〕 用户心理认知反映其需求和倾向,了解用户心理并掌握其规律可以减少网络信息组织建设的盲目性。分析网络信息资源组织存在的问题,探讨了如何从感觉、知觉、思维、期望、注意等用户心理认知角度对网络信息资源进行组织和优化。

〔关键词〕 网络信息组织; 用户心理; 信息管理

Organizing and Optimizing Network Information based on Users' Psychological Cognition YOU Xiao-qiong, Library of Shanxi Medical University, Taiyuan 030001, China

〔Abstract〕 The demands and trends of users are reflected by their psychological cognition, to get well known about their psychological demands and master the regular pattern among them could help reduce the blind construction for network information. The paper analyzes the existing problems of network information resource organization, discusses how to organize and optimize the information resources according to users' psychological cognition such as sensation, consciousness, thinking, expectation and attention, etc.

〔Keywords〕 Network information organization; Psychology of users; Information management

信息组织是指采用一定的方式,将某一方面大量的、分散的、杂乱的信息经过整序、优化,形成一个便于有效利用的系统的过程,其目的是将无序信息组织成一个有序的系统,便于人们有效地利用信息和传递信息^[1]。

1 网络信息组织存在的主要问题

1.1 搜索引擎的局限性

搜索引擎是网络信息资源进行组织的主要工具^[2]。目前的搜索引擎大多仅提供分类目录和关键词的检索方式,缺乏概念性、主题、特定学科等多

种检索途径,检索结果往往不尽人意,不能满足社会各阶层各领域信息用户的检索需求。因此,根据网络信息资源特点和用户的心理特性对网络信息组织进行改善势在必行。

1.2 网络信息标准化问题

标准化是网络信息组织的关键。目前大多数网站信息组织分类没有一个标准,皆是按照其自身的想法而定,并动态地变化,常因用户的变化而任意改变信息的整体结构。网站之间没有一个基准点来统一其整体的架构,致使用户在访问不同的网站时,必须先对该网站有基本的了解后才能进行信息检索。面对网络信息组织混乱的局面,有必要进行规范化,使组织整理的信息在各个网络平台之间自由流动,方便用户获取有效信息。

〔收稿日期〕 2010-01-22

〔作者简介〕 攸晓琼,副译审,发表论文3篇。

1.3 网络信息组织不能满足用户的个性化需求

个性化包含两层含义：一是按用户需求提供信息服务；二是按照用户和用户群的特点来组织信息资源，创建个性化的信息环境。个性化是指用户有一定的社会环境和教育模式下所形成的相对稳定的个人品格，尤其在心理行为方面各不相同，影响着用户对信息的鉴别、选择和关注。而目前多数网页设计过于守旧，网络信息组织常常未能全面考虑到新生事物，对信息的整合力度还远远不够。

2 用户心理认知需求的指向

2.1 面向用户进行全方位的信息服务整合

面向用户的网络信息资源需要进行一个全方位的整合。不仅要和信息资源进行有效整合，还需要对服务机构的服务流程进行再造，构建一个以用户为中心的高效的组织结构，这就需要打破成规，构造新的服务模式。从以往向用户提供单一信息的线形服务体系变为以用户心理及需求为主体的网状整合信息服务，和用户建立一个良性的互动关系，进行有效的沟通交流。经过服务流程的再造带动组织结构和管理模式的创新，提高信息服务效率^[3]。

2.2 面向用户再造信息资源共享模式

我国的信息共享目前还没有达到一个理想的状态。网络信息资源的标准化、系统设计思想、使用的操作系统、程序设计语言、用户界面等的不同，导致各系统的兼容性差，给信息交换和信息共享带来困难。对于这一难题，应该采用直接法、枚举法、中间件法、COM/DCOM 等集成技术将繁杂的网络信息在逻辑上集成为一个属于异构分布式数据库的全局概念模式，达到信息共享的目的。

2.3 面向用户提供个性化信息服务

人的心理系统是复杂的、多侧面、多层次的。从信息加工的角度可以把人的心理系统看作是由感觉系统、知觉系统、思维系统、期望系统、注意系统组成的心理网络系统^[4]，而这些心理认知过程对

网络信息检索和获取的影响是非常巨大的。各行各业、不同文化层次的人都可以直接利用网络终端对网络信息资源进行检索，网络信息用户成分逐渐多样化、复杂化。网络信息组织的现状与用户对信息认知心理上的要求之间存在着一定程度上的差距，网络信息组织过程中缺乏考虑“人”的因素，远远不能达到“满足用户最大的限度的要求”^[5]。因此，网络信息组织应该从不同用户对信息的要求出发，用符合用户思维方式的、科学合理的方法来组织信息，充分挖掘和使用信息的价值，满足用户不同程度的信息需求。

3 基于用户心理需求的网络信息组织优化

3.1 从用户感觉角度

心理学研究表明，视觉是人们的主导感觉，人们从外部世界接受信息，85% 是靠视觉获取^[5]。一般而言，视觉受到主观和客观两方面的影响。客观方面就是由客观事物的刺激程度引起，主观方面主要是用户的特定需求，用户自身的认知经验及知识结构等。对于同一组信息由于不同用户的主观方面等原因，他们的感知程度也是不同的。当用户搜寻信息时，网页上会罗列出很多信息，用户视觉受到冲击或者对某些信息对象感受特别敏锐时，信息才会被立即感知。

在网络信息组织过程中必须注重对网页界面的设计，给予用户视觉上的美感。许多研究表明：能够吸引人们注意的往往是图文并茂的界面。因此，在网页设计上，不要全部都是密密麻麻的文字，应注意将图像文字相结合，同时，色彩搭配应尽量符合用户的视觉审美特性，此外，新颖的符号也是一种吸引人的标志。

3.2 从用户知觉角度

由于信息用户是广泛而又分散的，而且在年龄、性别、居住环境、受教育程度、职业、经济状况、宗教信仰、政治态度、婚姻状况、价值观念和审美情趣等方面都表现出明显的差异，这种差异性在一定程度上就表现在人的知觉系统上。而在所有

的差异性里,用户已经具有的知识和知识结构以及所处环境下的知识背景对当前的信息认知具有决定性的作用。即对于同一组信息的理解,人们看到的是信息符号,而对于符号所代表的意义,不同的人有不同的理解,也就是说用户对于信息的理解程度是千差万别的。

因此,在进行网络信息组织时要更加关注用户知识结构的改变、知觉上的差异、所关注问题的不同、信息需求热点的变化等。为了更好地吸引用户,满足用户信息需求,网站可采用基本知识大类标准化的前提下对热点问题进行分类的划分。即在保证标准不变的前提下,根据用户变化了的信息需求而加以变化。这样既可以在大局上保持网站的“静态”特征,也能满足用户的信息“动态”性要求。网站应定期或不定期地检查分析网络上各种分散的信息,紧跟时事热点,根据用户的搜索途径挖掘其潜在的信息需求,及时发现新信息和筛选相对过时了的信息,有目的有原则动态地去管理类目。

3.3 从用户思维角度

对于人类和其他高级动物来说,思维是思维组织在生存意识的主导和思维意识的指挥下,按照预定的目的、意向和方案,对感知组织过去和现在获得的全部知识进行综合分析处理、寻求和获取通过主体的行为消除客体对自己的现实作用 and 影响,实现主体生存和发展目标所需要的道路、方法和方案的过程。

网页设计必须要有清晰的逻辑感、条理性和精巧而友好的组织结构,要注意人机交互信息系统的友好性。在人机交互过程中,用户要从计算机一方获得反馈信息,反馈信息应该同用户的特性、知识相匹配。所有显示的帮助信息、错误信息应该较清楚易理解,并且系统能提供立即的和可视的反馈信息。过多和过少的信息都会令客户困惑。在网页设计中链接宜精不宜多,不能在每页上都放上同样的按钮,每一页按钮的使用几率是不一样的,对于有特殊项目、访问较少的页面,精致有效的链接使它回到主干部分,再由此链接至别处。

3.4 从用户期望角度

绝大多数网络信息用户是带有意向、目的去检索、查询、提取信息。用户获取信息时有两方面的期望。一方面是对已有网络信息的索取,即若接受到的信息符合其期望值,则容易接受,否则将会产生失望心理。另一方面用户有平等参与网络信息组织的期望,即用户在作为受传者的同时也期望成为信息的传播者。网络信息用户的强烈参与期望,要求网络信息组织的把关人(Gatekeeper)对信息沟通和信息技术有相当的技巧。

用户在运用网络搜索引擎进行信息检索时,一般事先对某一类网站有基本的心理期望,而用户对该网站的期望大小往往是同自己所具有的知识体系结构关联的。为此,各网站在确定自己的分类体系时,必须首先分析确定自己网站主要用户和次要用户的年龄结构、职业结构、收入水平等基本信息,在借鉴现有的网络体系分类和传统的划分标准体系的基础上,结合自身特定的需求,寻求最适合用户的信息分类体系。网站的类目排列依照自身网站性质可以建立两个入口,一个传统的按学科体系分,这不仅符合用户的心理需求,也满足了有一定知识体系的专业用户的认知需要;一个按自己网站的特性分,既符合一般用户的检索需要,也在一定程度上满足了用户的个性化信息需求心理。

3.5 从用户注意角度

注意常分为有意识的注意、无意识的注意以及有意后注意。即用户上网查找信息时,或者有特定的信息需求目标,或者处于一种不明显的模糊状态^[6]。有意识注意是有自觉的目的、必要时还需要一定的努力的注意。例如学术期刊网站的访问者作为信息用户,更多需要的是与他目前的工作内容、工作目的以及学术交流有密切关系的信息。无意识注意指没有预定的目的,也不需要作意志努力的注意^[7]。故对贸然而至的陌生访客,网站的设计是否成功在于能否在尽量短的时间内引起访问者的注意。例如在网页设计中应用交互式导航,当鼠标出现在图像、文字上时,

(下转第 44 页)