

資訊尋求行為與閱讀情境差異性之探索： 傳統報閱聽人與電子報閱聽人之分析比較

陳祥

蔡裕仁

中山大學傳播管理研究所

長榮大學大眾傳播學系

hschen@cm.nsysu.edu.tw

eugene911@pchome.com.tw

摘要

本研究從情境的角度出發，試圖比較傳統報與電子報閱聽人在閱報情境與資訊尋求行為上的差異性。本研究以分成電子報與傳統報兩組之開放性問卷方式，利用「時空定位法」對 209 位閱聽人進行調查，其中發現電子報的近接性遠低於傳統報，且電子報的主動閱讀性易成為閱讀行為的障礙，致使電子報的閱聽人必須具備較強的閱讀動機與意志力方能進行閱報行為與養成持續的閱報習慣。本研究建議電子報網站應利用輕薄短小的文章與「拉」的技術來吸引閱聽人，並應建立能持續滿足閱聽人好奇心的機制來延長閱聽人停留的時間。本研究的發現將有助於大眾傳播界發展出符合網路特性與滿足閱聽人資訊尋求行為模式的電子報。

關鍵字：資訊尋求行為、閱讀情境、電子報、傳統報紙

[收稿]2004/10/13; [初審]2004/11/12; [接受刊登]2004/12/30

壹、緒論

本研究旨在探討傳統報與電子報閱聽人群其資訊尋求行爲 (information seeking behavior) 與閱讀情境 (situation) 的差異性。傳統報與電子報儘管都是大傳媒介的一環，但兩者在面貌上與本質上都有著相當大的歧異。傳統報指的是油墨印刷方式將編輯妥善的新聞、廣告等資訊印製於紙張上，再由車輛等交通工具與人力輸送到閱聽人手中。電子報指的是將新聞、廣告數位化，並在編撰後置放於 Web 伺服器上，由閱聽人主動上網連線，在網頁瀏覽器中進行閱讀。從閱聽人的角度與立場而言，兩者在其資訊尋求行爲與閱讀情境兩方面必然會有所不同。

傳統報紙的閱聽人通常閱報的地點較不受限制，或是臥室、餐廳，或是公車、廁所，只要能夠隨手取得、攤開報紙的場所，往往就能展開閱讀。相對而言，電子報因為以數位方式傳送與呈現，因此必須倚賴數位載具，如電腦、PDA 或相類似產品，且又受限於電源供應、閱讀面版大小、操作方式等，往往也使其閱讀的地點受到限制。

本研究試圖分析閱聽人在閱讀電子報與傳統報時，其資訊尋求行爲與閱聽情境之間的差異，也就是試圖瞭解當一個閱聽人閱讀電子報的情境，到底與閱讀傳統報紙的情境之間有甚麼差別？其在尋求資訊的行爲上，是否有因為電子報的情境差異而受到連帶影響？

從過去對於資訊尋求行爲的研究來看，資訊本身的定義向來都被資訊學的學者所爭論，有的學者 (Yovits, de Korvin & Mascarenhas, 1987) 著重資訊在決策中的增值用處，強調資訊的意義在於決策過程中的價值；有的學者 (Dervin, 1983; Dervin & Nilan 1986) 則認為同樣的資訊在不同人與不同時空會產生不同的意義。基本上，資訊本身應被視為「過程」而非「東西」 (Itoga, 1991)，因此，要解釋一個人的資訊尋求行爲就需要先了解其資訊需求與需求衍生的原因；

而要了解一個人的資訊需求，就必須先了解其身處的情境與情境中產生資訊問題的本質，並了解在這個特定時空的情境中，資訊問題發生的原因。

如果從這個觀點來看，「資訊尋求行為」指的應該是「個人用來辨認訊息以滿足內在需求的行為」(Krikelas, 1983)，亦即當一個人身處某種不確定的情境時，其所面對的景況導致資訊問題的產生，進而迫使其展開資訊尋求行為來彌補身處情境的資訊斷層(Dervin & Nilan 1986; Dervin, 1983)。

所以資訊尋求行為理應是一種動態的過程，不應被視為輸入、輸出與轉換的固定程序。Dervin 在「意義建構理論」(sense-making theory)中敘及，資訊本身要有意義就要把資訊放置於特定的時空中審視其情境。因為資訊尋求行為與資訊問題本身必須建構在現時/現地(now/here)的情境背景下才有意義；如果將資訊問題抽離時間與空間(time/space)的定位，資訊問題與尋求行為就會失去了原先的意涵(Dervin & Nilan, 1986; Dervin, 1999)。Dervin 認為，如果要探索資訊使用者的資訊需求，不能透過理解那些跨越時空(across time and space)的性格(characteristics)，如使用者的人口變項、文化背景、規律的行為，因為這些性格不會隨時空而改變，反而必須定位於時空中的某一點，在當下、當時來探索使用者的需求，也就是當一個人會產生無法解決的資訊問題，其實跟她是男是女、年齡是老是少、學歷是高中還是大專的關連性不大，反而是跟他產生該項資訊問題「當下」所處的情境有很大的關係。Dervin 的意義建構理論強調，若要詮釋資訊尋求行為，則必須轉而探索資訊使用者其定位於特定時間與特定空間的某一點，以特定時空的情境來評量資訊使用者的資訊需求，因此當一個行為被「定位」時，除非能夠從這個行為所定位的時空面向去詮釋這個行為，否則這個行為將失去其意義(Yoon & Nilan, 1999)。

把資訊問題定位在特定的時、空中讓其產生意義，談的就是「情境」。「情境」指的是一個人人在資訊尋求行為發生時，其在時空中身處的處境。由於過去的人類行為研究多考量跨時空的特質，例如性別、種族、年齡、教育程度、收入、社經地位等人口統計變項，往往也就忽略了情境的觀點，多數研究都假設有某些特質的人（如同樣教育程度、同樣年齡層或同樣社經地位），即使面對不同情境也應該表現出相同行為。但近年來的研究卻發現，跨時空特質如果能夠預測行為，那是因為具有相同人口統計特質的人，所處的情境剛好相同，是相同情境使她們呈現相同行為，而非跨時空的特質使然(Dervin, 1999; 黃慕萱, 1994; Dervin, 1986)。

上述意義建構理論在偵測使用者的資訊問題上，其實踐階層的方法與步驟則是透過對於情境(situations)、落差(gaps)與利用(uses/helps)三者的模型。其中情境指的是意義建構時的時空情境；落差指的是資訊問題或資訊需求，通常來自於特定時空下所建構出來的意義；利用指的是資訊幫助。意義建構理論試著利用微觀時間線(Micro Time Line)的方式來探詢資訊使用者的資訊問題，一步一步根據時間序列來詢問使用者(Dervin & Dewdney, 1990)。在衡量情境上，著重在詢問「問題產生時，你在做甚麼？」、「問這個問題時你是否覺得受到阻礙？」。在落差上的衡量，主要是詢問「得到答案對你的重要性？」、「問題是與其他問題有關連嗎？」、「你有得到答案嗎？有幫助嗎？如何得到的？」在利用的面向上，主要是詢問「你得到的答案有幫助嗎？與你期望的相同嗎？」、「你得到的答案對你有傷害嗎？與你事先期望的相同嗎？」

如果我們借用意義建構理論到電子報與傳統報閱聽人的研究上，或許可以深化與豐富現有的閱讀行為與動機研究。因為同樣的，要瞭解報紙閱聽人的閱讀動機，則不應完全藉由採用一些人口變項、文化背景、教育程度等跨越時空的變數來作為預測變數，也就是說，報紙閱聽人的閱報動機往往不會取決於跨越時空的變數

(是男是女，是老是少，高中生或大學生)，相反的，如果要預測報紙閱聽人的閱讀動機，瞭解其閱報情境，似乎是較為有效的預測變數。簡言之，本研究所要探索的研究問題，就是要分析與比較電子報與傳統報閱聽人閱讀情境之間的差異性來瞭解彼此間的資訊尋求行為。

貳、研究方法

一、樣本

本研究以開放式問卷分別針對台灣南部某大學日夜間部的學生進行有關傳統報與電子報閱讀情境與資訊尋求行為的調查。調查樣本係採用方便樣本方式，於五門不同的通識課程課堂上對選修該科目的學生進行書面問卷調查，共有五班 209 位學生參與此項研究，其中參與傳統報組的受測者共有一百零二名，男性佔了五十八名；參與電子報組的受測者共有一百零七名，男性佔了五十三名；因為受測者為大學生，故年齡多半在二十歲上下。

本研究使用的樣本屬於非隨機抽樣的方便樣本，在進行後續推論時往往會遭到質疑，然而本研究旨在探索「情境」在資訊尋求行為上所扮演的動態角色，試圖摒棄過去套用人口變項、文化背景、教育程度等跨越時空的變數，而採用 Dervin 的意義建構理論的精神來探索與詮釋閱聽人的資訊尋求行為，將受測者的資訊使用行為定位於特定時間與特定空間的某一點，以特定時空的情境來評量資訊使用者的資訊需求。在此前提之下，以情境為預測變數，受測樣本的跨時空變數故意被忽略，因而使得樣本的來源與取得方式就變得相對上較不重要。

二、問卷的編製

本研究問卷的編製係將 Dervin 意義建構理論的精神融入其

中，以求取受測者在答卷時能更精準的定位於過往時空中的某一定點來探索其閱讀情境，使其不致泛泛談論個人化的經驗或整體印象，而是要受測者從頭至尾都鎖定一項特定的閱報經驗，並以此項經驗來作答。根據 Dervin 及一些相關學者歷年來的研究指出，如果能讓受測者在時間與空間的軸線中定位出一個較為明確的座標，其對必須以回憶來作答的答案不僅能在細節上更明確，甚至不會出現在不同的時空前後跳躍的現象；對研究者而言，也因為受測者的記憶與經驗在時空中有了支撐點，所蒐集到的資料其效度也就愈高，研究者也可以針對細節部分要求受測者作答。將 Dervin 的意義建構理論用在本研究的問卷編制上的程序，主要的步驟在於由研究主持人提醒受訪人有關鎖定過去某項閱報經驗來作答的必要性，要求受測者首先在記憶中選定一項在過去一段時間內發生的閱讀電子報或傳統報的經驗，並在答題時完全以此項經驗為依據。

研究問卷在作些微修改後，被用來對兩組不同的受測者進行施測。受測者被分成傳統報組與電子報組，受測者在不同的組別內依其個人化閱讀經驗來答覆相同的問題，這樣的作法使研究者可以得到許多對比的資料，足以用來描述兩種不同媒體的受測者其閱讀情境與資訊尋求行為上的差異性。

本研究問卷的內涵可包括以下兩大部分：「閱讀情境」與「資訊尋求行為」。在「閱讀情境」上，本研究的問卷共包含以下七項開放式問題，希冀藉由對話機制管窺受測者日常的讀報經驗，主要是鎖定時間與空間兩大支點：

- 一、距離你印象最深刻的那次閱讀電子報紙的經驗大概有幾天了？為什麼會那麼久？
- 二、那時候你身處何處？為什麼你會在那裡？
- 三、那時候你四周有別的人在嗎？如果有的話，有幾個人？他們是誰？為什麼他們會在那裡？
- 四、你那時候看的是什麼報紙？為什麼你會選這份報紙？

- 五、你那時候報紙是不是垂手可得？為什麼會有這種情況發生？
- 六、你是否還記得那一次報紙上面刊載的新聞內容或新聞事件是關於什麼的？請把他們大略寫下來。
- 七、在看報紙前，你的心情如何？為什麼你的心情會那樣？

在「資訊尋求行為」方面，本研究問卷共包含十項問題，受測者依然被要求在答覆問卷時解釋當時的資訊尋求行為。這十項問題分別列述如下：

- 一、你是否能描述一下為什麼你那時候會想要看報紙？
- 二、那一次你看報紙的動機跟其它時候看報紙有什麼不同？
- 三、看報紙前，你心中是否有什麼疑問、困惑、問題或一些想要知道的事情？為什麼會有這些情況發生？
- 四、你那時候想看報紙的動機有多強烈？為什麼會這樣？
- 五、你看了多久？為什麼你願意花上這些時間看？
- 六、看完報紙後，你原先想看報紙的動機有沒有改變？為什麼？
- 七、看完報紙後，你是不是已經找到你想要找的？為什麼你會這樣認為？
- 八、你滿意你所找到的嗎？為什麼你會這樣認為？
- 九、你是怎樣找到的？能否簡單描述過程？
- 十、你認為你所找到的東西是不是對你有用或能帶給你好處？如果有的話，有什麼用？

三、施測程序

研究者至選妥之受測對象上課班級，在徵得授課老師同意之下，利用上課時間對樣本進行調查。研究者首先對樣本說明調查的重要性、匿名性，並希望樣本能夠完整回答所有的問題。在問卷發放之後，研究者首先要求所有樣本閉起眼睛一分鐘，思索最近一次

閱讀電子報（如果樣本屬於傳統報紙組，則是閱讀報紙）的經驗，然後回想自己當時的地點、時間與周遭的情境。在所有樣本都選定該次經驗後，研究者要求樣本等一下在填寫問卷時，能夠完全鎖定該次閱報經驗。由於受測樣本填寫的時間長短不一，研究者等到所有樣本都繳回問卷方才收卷離去。研究者以同樣的方式，在兩週之內完成所有的樣本施測。

參、資料分析

本研究之問卷分析方式係採用「內容分析法」對所有受測者的回答進行歸納分析。由於問卷中所有的問題，除人口變項之基本資料外皆屬於開放性問題，因此研究者資料分析的主要工作則是針對所有受測樣本的書面回答進行歸納分析。

內容分析的任務，主要是透過兩位經過訓練、具大學程度的分析員同步進行。針對每一個問題的回答，兩位分析員首先從所有問卷中隨機抽取三十份問卷，然後瀏覽每一個問題的答案，再從答案中歸納出可能的類別，並給予適當編碼。在分析員完成初步編碼表後，研究者再加入討論、修正後，完成第一階段之編碼表。此後分析員再根據此第一階段編碼表對所有受測樣本之填答內容進行編碼，過程中若產生編碼上的歧異，或是填答內容超出第一階段之編碼類別，則當場由兩位分析員進行增刪。兩位分析員內容分析的結果，必須經過雙方反覆確認與溝通，才能定案，由於受測對象的答題內容相當簡短、集中，因此內容分析過程順利，因此最後內容分析信度係數(Content-analytic reliability coefficients)在所有項目上平均皆達到 0.9 以上。

內容分析的結果主要根據當初研究設計的兩個面向分別呈現，分別為閱聽人的閱讀情境、閱聽人的資訊尋求行爲。

一、閱聽人的閱讀情境

表 1 顯示傳統報與電子報閱聽人的閱讀頻率基本上並無太大差異，但其中值得注意的是，電子報受測者在閱報間隔上，超過一個月以上的比例遠大於傳統報。表 2 顯示造成這項閱報間距的原因，其中以時間的鬆緊度為最大關鍵，根據受測者的回答內容來看，影響時間鬆緊度的原因多半是因為家庭或課業，其中較引人注目的是，31%的電子報受測者認為「習慣」是影響其閱報頻率的要素，相對的只有 14.6%的傳統報受測者持這種看法。另外有不少受測者以別種媒體替代，如電子報的受測者解釋其閱報間隔的原因為閱讀傳統報，反之亦然(電子報：11.9%；傳統報：13.4%)。

表 1 距上次閱報的時間

間隔天數	1 天	2-3 天	4 天-1 週	1-2 週	3-4 週	1 個月以上
傳統報	27.6%	28.6%	25.5%	15.3%	2%	1%
電子報	25.3%	19.5%	12.6%	12.6%	6.9%	23.0%

傳統報：98 人 電子報：87 人

表 2 造成閱報間距的因素

因素	時間	需要	興趣	習慣	取得性	替代性	其他
傳統報	24.4%	3.7%	9.8%	14.6%	15.9%	13.4%	18.3%
電子報	20.2%	3.6%	6.0%	31.0%	21.4%	11.9%	6.0%

傳統報：82 人 電子報：84 人

表 3 列出受測者閱報的場所，其中以「家中」為最大宗(電子報：46.2%；傳統報：48.5%)，電子報與傳統報的差異並不明顯，但電子報的閱讀受限於有電腦與網路的地方，故在學校裡，閱讀電子報的比率就遠遠超過傳統報(電子報：42.3%；傳統報：17.5%)，另外，在便利商店、圖書館、餐廳與交通工具上往往只能閱讀傳統報，電子報在這些地方全無用武之地。從受訪者填寫的資料來看，傳統報紙的閱聽人多半是在空檔閒暇之餘，如買飲料、吃飯、看電

視時抽空閱讀傳統報，甚至上課時都有 11.3%的受測者在閱讀報紙，對於電子報的受測者而言，則有相當比例是在上網收發 e-mail 或查資料時閱讀電子報。

表 3 閱報的場所

身在何處	家中	學校	交通工具	圖書館	餐廳	網咖	電腦前	辦公室	商店	其他
傳統報	48.5%	17.5%	4.9%	5.8%	3.9%	0.0%	2.9%	4.9%	5.8%	5.8%
電子報	46.2%	42.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	2.9%	1.0%	0.0%	5.8%

傳統報：103 人 電子報：104 人

在詢問有關受測者當時閱報時四周是否有人，傳統報的受測者四周有其他人的比例為沒有其他人的兩倍(76：28)，但電子報的受測者四周有人與無人的比例則旗鼓相當(50：52)。若再詢問這些人與受測者的關係時，電子報組旁邊的人以同學為最多(電子報：39%；傳統報：31.6%)，而傳統報身邊有親人的比例明顯高過電子報(電子報：17.6%；傳統報：32.9%)。造成這種差距的原因可能與其所在的位置有密切的關連性。

在有關閱報前的心情上，傳統報與電子報似乎沒有多大差異，大部分的受測者皆沒有特殊的感覺，心情多半處在平穩的狀態(電子報：83%；傳統報：76%)。在閱讀報紙的報別上，傳統報紙與電子報自然不會有交集，其中傳統報組以自由時報居首(31%)，居次的是位於伯仲之間的聯合報(16%)與中國時報(19%)。電子報的報別非常分歧，可以說是各看各的，幾家較為著名的電子報如中時電子報(14.5%)、聯合電子報(1.2%)等，在此研究中竟然榜上排名不佳，反而是入口網站的電子報(31.3%)閱聽人較多。

電子報與傳統報的閱聽人選擇特定新聞媒體的原因並無太大差異，皆為受報紙內容所吸引，但是電子報受影響的比重較高(46.2%)。另外，根據內容分析所得，傳統報的受測者會因為家中有訂閱該報或有閱讀該報的習慣(便利性)而閱讀，但電子報的受測

者會因為上網順便閱讀(碰巧)。

在閱報的方便性上，認為垂手可得的受測者，電子報與傳統報的差異性不大(電子報：91.8%；傳統報：86%)，但究其原因，從表4中可以看出兩者的差異性很明顯，62.9%的電子報受測者認為的原因是「伸手可及」，但傳統報的原因則較屬於「機緣」的範圍，如因為「自己送上門」與「碰巧」的原因就佔了63.9%。

表4 傳統報與電子報接近性的比較

接近性的比較	自己送上門	伸手可及	碰巧	順便	其他
傳統報	30.9%	18.1%	33.0%	3.2%	14.9%
電子報	15.7%	62.9%	5.7%	0.0%	15.7%

傳統報：94人 電子報：70人

二、閱聽人的資訊尋求行為

至於電子報與傳統報的資訊尋求行為，此兩類受測者僅有些微的差異，不同處並不明顯。傳統報的受測者會因為要「打發時間」、「習慣」而產生閱報動機的比例比電子報的受測者來得高一些，相對的，電子報的受測者為了「追求新知」、「被標題吸引」而去閱報的比例則比傳統報高。若比較該次閱報的動機與平時閱報動機的差異性，大多數的受測者皆表示並無不同(電子報：76%；傳統報：69%)，顯示受測者選擇該次經驗來答題並無特別性，亦使得這次的研究有較高的信度。在閱讀完畢後，大多數的受測者其閱報動機並無改變(電子報：88%；傳統報：89%)。

在閱報前心中是否有疑問存在，超過半數的受測者心中皆有疑問(電子報：52%；傳統報：48%)，若追問其疑問的內容，絕大多數的受測者皆認為要獲取新知為其最大的目的(電子報：44%；傳統報：45%)，顯示電子報閱聽人與傳統報閱聽人的差異並不大。在閱報動機的強度上，似乎傳統報紙的動機強度與電子報並無二致，但整體而言，大多數的受測者其閱報動機並不強烈。至於造成

整體閱報動機強度不夠的原因，可從表 5 略見端倪，主要還是受測者閱報的原因是基於習慣、有時間、只是想看看等不甚積極的原因。

表 5 決定閱報動機強度的原因

決定動機強度的因素	習慣	空閒	替代性	需要	好奇心	其他
傳統報	29.2%	18.5%	10.8%	4.6%	21.5%	15.4%
電子報	14.5%	26.3%	9.2%	6.6%	26.3%	17.1%

傳統報：65 人 電子報：76 人

在閱報時間的長度上，從表 6 約略可以看出，傳統報紙的閱讀時間較電子報要來得長些，如閱讀長度在五分鐘以內的受測者，傳統報佔 5%，但電子報佔 24.4%；長度在五分鐘到二十分鐘左右的受測者，傳統報佔 49.5%，但電子報僅佔 27.2%。在解釋為何花費那麼長的時間，從表 7 可以看出，傳統報與電子報在花費上述時間的原因不盡相同，電子報受測者想積極得到資訊的動機較強(好奇心、喜歡)，傳統報閱聽人抱持消極的看看的態度較多。

表 6 閱報時間的長度

時間長度	1 分以內	1-3 分	3-5 分	5-10 分	10-20 分	20-40 分	其他
傳統報	2.0%	0.0%	3.0%	20.8%	28.7%	21.8%	18.8%
電子報	4.9%	7.8%	11.7%	6.8%	20.4%	15.5%	5.8%

傳統報：101 人 電子報：103 人

表格七、花費閱報時間的原因

原因	喜歡	好奇心	習慣	時間	其他
傳統報	18.7%	26.4%	4.4%	36.3%	14.3%
電子報	25.0%	31.5%	4.3%	21.7%	17.4%

傳統報：91 人 電子報：92 人

至於整個閱報行為最後是否得到自己想要的，58%的傳統報閱聽人與61%的電子報閱聽人表示已經找到自己想要的，顯見兩者的差別不大。對於是否滿意所找到的資訊，54%的傳統報閱聽人與61%的電子報閱聽人表示滿意自己所找到的資訊，至於影響滿意度的原因，值得注意的是，電子報與傳統報的差別在於「內容」與「得到知識」兩方面上，「內容」對傳統報閱聽人的滿意度影響較大，而「得到知識」對電子報閱聽人的滿意度影響較大。

在所得到的資訊的效用方面，大多數的受測者都認為所閱讀到的資訊都有其效用(電子報：85%；傳統報：81%)，至於這些效用是什麼，其中51.4%的電子報受測者認為所得到的資訊有「增廣見聞」的效用，但對於傳統報的受測者而言，「增廣見聞」的效用則降至41.2%，而且顯見傳統報閱聽人認為所得到的資訊內容其效用五花八門，但對電子報而言，則較為單純。另一項比較值得注意的是，傳統報的閱聽人認為閱讀傳統報讓其知道現況的比例比電子報的閱聽人來得多。

肆、討論與建議

一、閱報情境

整體而言，電子報的閱聽人在閱讀情境與傳統報的閱聽人有不少差異。一般認為，電子報的即時性與方便性遠高於傳統報，因此許多人在看待電子報的未來發展性時，也往往直言電子報會吃掉傳統報相當的市場；不過若從「取得性」與「習慣性」來看，顯然傳統報的取得性比電子報來得好，而且只要能夠接近報紙，養成常常閱報的習慣並不困難，因此在超商、加油站，或甚至上課的時候，閱聽人都可能拿起報紙來閱讀。相對的，電子報的閱讀涉及網路、電腦等限制因素，閱聽人並無法隨時都能突破這兩項限制，因此也就無法像閱讀傳統報紙那樣，隨時隨地都能進行電子報的閱讀。進

一步言，如果電子報的閱聽人本身接近電腦與網路的機會不是那麼容易，就很可能無法養成持續的閱讀習慣。不過這種情況可能會因為網路的普及與民眾電腦素養的提昇而有所改變。

若再從受測者選擇閱讀原因可以看出，傳統報的受測者除了一部份受內容吸引外，最主要的原因就是其接近性佳(便利、碰巧)，即使沒有很強的閱報動機，或並不真正想吸收資訊與新知，但因為報紙垂手可得或就近在眼前，自己會送上門來，閱聽人順手看報的機會就會大增，不管身在何處，多半會拿起報紙來看，因此在此項研究中，傳統報的受測者在解釋其接近性時，咸認傳統報會「自己送上門」或「碰巧」看到，閱聽人只是被動的順便去閱讀；反過來說，電子報的閱聽人將近半數是受內容所吸引，也就是說，他們是先看到電子報的標題或知道了內容再決定進行連結前往該網站觀看，因為在探討其背後的原因時，絕大多數的電子報閱聽人認為是因為「伸手可及」，只要敲下滑鼠按鍵就行，因此可以說，電子報閱聽人閱報的行為基本很可能是一種先被動告知內容，然後主動按鈕前往的模式，其後續主動的行為是建立在先前被動的基礎上。

在閱讀電子報與傳統報紙的情境上來說，傳統報紙閱聽人閱報時四周有人的機會遠大於電子報閱聽人，且環繞在傳統報閱聽人身邊的人多半是親人與朋友，而電子報閱聽人四周的人多半是陌生人或同學。造成這種現象的原因，可能是因為傳統報閱聽人閱報時多半處在家中或是在一個自己熟悉的地方，因此四周的人以親人或朋友居多，而電子報閱聽人閱報時，因為受限於電腦與網路，往往是在學校的電腦教室、宿舍或網咖，所以不是獨處，就是同學或陌生人。

二、資訊尋求行為

整體而言，電子報與傳統報閱聽人的資訊尋求行為差異並不大，也就是說，電子報的特別的傳送方式、編排方式以及展現方

式，在兩類閱聽人的資訊尋求行為上並沒有顯示出極端的不同。從另一個角度來看，不管是傳統報或電子報的閱聽人，其在閱報前的讀報動機並不強烈，其對彌補因資訊問題所產生的資訊鴻溝並不積極，換言之，閱聽人在閱報前心中的資訊問題並不嚴重，進而產生較不積極的閱報行為，進而閱報時以瀏覽的成分居多。

儘管從閱報前半數的受測者心中存有疑問來看，受測者理應有較強的閱報動機與積極的資訊尋求行為，但若追根究底起來，即可發現這些疑問純屬泛泛，未必是真正的資訊問題，因為近半數的受測者認為這些疑問隸屬於「追求新知」的層面，事實上未必能與「資訊問題」畫上等號，既然沒有資訊問題，就沒有資訊鴻溝，當然閱報的動機就不明顯，資訊尋求行為就不會積極。在這種情況下，不管是電子報或傳統報的閱聽人，閱報的動機多半是基於好奇心，或是因為過去有這個閱報習慣、剛好有空閒的時間可以看看報等等的泛泛原因，整體而言，兩類的閱聽人都沒有太強的資訊問題與資訊尋求行為。

若再細究閱報時間長短，電子報與傳統報的差異性就顯露出來，電子報的閱聽人傾向用較短的時間閱讀新聞，而傳統報的閱聽人傾向用相對較長的時間閱讀新聞。從花費時間長短背後的動機來看，電子報的閱聽人往往會因為被標題所吸引，因為「喜歡」、「好奇心」等原因而進行電子報的閱讀，只要他們的好奇心被滿足後，多半會很快的離開，這也顯示電子報的閱聽人較少因為「無聊」、「殺時間」等因素而花上較長的時間瀏覽電子報上的新聞，這與傳統報的閱聽人有相當大的不同；若從影響其花費時間長短背後的因素來看，顯然「時間」還是最重要的影響要素。顯見電子報若要吸引人，其新聞的撰寫必須朝輕薄短小、精洗幹練的方向走，方能應付來去匆匆的電子報閱聽人。

對於是否找到所需的資訊，傳統報與電子報的閱聽人在比例上

並無太大差距，對於想要找而且也找到的內容，兩者的滿意度也相當類似。不過因為不管傳統報或電子報的閱聽人本身閱報前並無太強烈的資訊問題，自然其資訊尋求行為就不強烈；在這種情況下，對於所找到的資訊內容也就無所謂滿意與否。

總結來說，本研究的資料顯示，傳統報與電子報的閱報情境有很大的差異，但對於兩者的資訊尋求行為其相似性就來得較高。對於其相異點，本研究的發現與較為「傳統」的看法不同，其中較重要者可歸納為以下幾點：

1. 電子報的閱讀情境遠比傳統報來的艱辛，與傳統報想比，其較差的「近接性」導致其必須在特定的場合與環境下閱覽電子報；電子報的閱聽人常常不是必須與陌生人為伍，就是得在四周無人的情境下寂寞地閱讀；
2. 閱讀傳統報幾乎可以在任何時地中進行，且傳統報的近接性高，因此要養成定期閱讀傳統報的習慣較為容易。相對來說，由於電子報的近接性遠較傳統報來得差，且閱讀的入口條件與基本的閱讀情境相當嚴苛，因此要養成定期或持續閱讀電子報的習慣較傳統報來得不易；
3. 電子報閱聽人較少主動連結到電子報網站進行閱讀，相對的，他們的閱報行為多半都發生在 Web 的入口網站；
4. 電子報的閱讀必須遠比閱讀傳統報具備更多的主動性與積極性，也就是電子報的閱聽人必須要有足夠的動機方能促使其閱聽人主動進行電子報的網站連結，繼而展開閱讀行為。這種方式不似閱讀傳統報般，垂手可得，閱聽人可以在便利與碰巧的情況下隨手拿起報紙來閱覽；
5. 若要增進電子報的閱讀率，電子報必須能夠仿效傳統報般「自己送上門來」的方式，以亮麗的內容來吸引閱聽人，進而讓其

點選電子報網頁連結或是讓其切換至電子報網站。這種類似電子商務中「拉」(pull)的方式，是一種值得思考的方向，也就是如何將潛在的電子報閱聽人拉至電子報網站來進行閱讀，而不是等待閱聽人主動前往或主動連結。

6. 多數的電子報閱聽人與傳統報閱聽人閱報前皆沒有很強烈的資訊問題，也多半沒有特定的資訊斷層，或是特定的資訊尋求目標，進而也較少有特定的資訊問題待解。因此，對於電子報的閱聽人而言，這種沒有資訊尋求目標的行為，即使心中有疑問，也往往是泛泛的好奇心而已，所衍生出的閱報行為也僅止於瀏覽或好奇心的滿足，因此電子報網站若要留住電子報的閱聽人或吸引潛在的閱聽人前往，其內容的設計與規劃應該以能持續建立滿足閱聽人多樣的好奇心為首要目的，如此方能「培養」出閱聽人的資訊尋求行為，進而增進閱報率；
7. 傳統報的閱聽人對所閱讀的資訊效用，傾向歸類於讓自己了解週遭時事，而電子報的閱聽人傾向將所閱讀到的資訊歸類於讓自己增廣見聞。假設此項發現為真，那電子報網站的發展方向則應有所調整，在除了時事新聞的充實外，對於較為實用與能夠增廣見聞的資訊，亦應重視。

參考文獻

- Dervin, B., & M. Nilan (1986). "Information Needs and Uses," *Annual Review of Information Science and Technology*, 21: 3-33.
- Dervin, B., and P.Dewdney (1990). "Neutral Questioning a New Approach to the Reference Interview," *RQ*, 26(Summer 1990): 506-513.
- Dervin, Brenda. (1983) "An Overview of Sense-Making Research: Concepts, Methods, and Results to Date," Presented at International Communication Association annual meeting, Dallas, May 1983
- Dervin, Brenda. "On Studying Information Seeking Methodologically: The Implications of Connecting Metatheory to Method." *Information Processing and Management* Vol 35 (1999): 727-750.
- Itoya, Masaru (1991). "Meaning and Understanding in Human Information Uses: A Critical Study of Information Needs Based on The Sense-Making Concept," *Library and Information Science*. Issue 29: 1-19.
- Krikelas, J. (1983) "Information-seeking Behavior: Patterns and Concepts," *Drexel Library Quarterly*, 19. 5-22.
- Yoon, Kyunghye & Michael Nilan (1999). "Toward a Reconceptualization of Information Seeking Research: Focus on The Exchange of Meaning." *Information Processing and Management* 35(6): 871-890.
- Yovits, M C., A.de Korvin, R.Kleyle, & M.Mascarehas (1987). "External Documentation And its Quantitative Relationship to the Internal Information State of a Decision Maker: The Information Profile," *Journal of the American Society for Information Science*, 38(6), 405-419.
- 黃慕萱 (1994), 「情境模式在解釋資訊尋求行爲之適用性」, 國立臺灣大學, 圖書館學刊, 第九期, pp.49-70.

Exploration of Differences of Readers' Information Seeking Behaviors and Reading Situations between Electronic and Traditional Newspapers

Hsiang Chen

Yu Jen Tsai

Institute of Communication Management
National Sun Yat-sen University

Department of Mass Communications
Chang-Jung Christian University

ABSTRACT

For exploring reading situations and information seeking behaviors, this study is based on the model of situationalism. The author surveys 209 readers of electronic and traditional newspaper with open-ended questionnaires. Results indicate that the lower accessibility and required higher motivation restrict readers of electronic newspapers from building consistent accessing behavior. The study recommends using shorter articles as well “pulling” techniques to attract readers. Further, a series of steps taken to satisfy readers’ curiosity would help electronic newspapers to prolong readers’ stay on their websites. The findings of this study would contribute to developing the capacity of electronic newspapers to meet readers’ information seeking needs.

Key words : information seeking behavior, reading situations,
electronic newspapers, traditional newspapers

