

社会性交互对在线阅读的影响

——基于“微信读书”的调查

柴阳丽^{1,2} 陈向东¹ 李玉¹

(1. 华东师范大学教育信息技术学系,上海 200062; 2. 信阳师范学院,教育教学学院,河南信阳 464000)

[摘要] 在线阅读环境的社会性交互行为已非常普遍。本研究旨在探究在线阅读的社会性交互及其对阅读效能感、认知和情感的影响。文章首先探析在线阅读社会性交互的概念、类型和特点,然后以“微信读书”平台为例,通过问卷、访谈法调查分析在线阅读的社会性交互行为及其影响。结果显示,在线阅读者需要社会性交互支持,社会性交互对阅读效能感的“能力感”“努力感”“环境感”有显著影响,对“控制感”有促进作用;社会性交互行为促进在线阅读者认知的发展和对内容的理解;作为社会维度的社会性交互对阅读兴趣和动机的激发和维持、孤独感的消除、归属感的获得有积极作用。文章最后建议在线阅读平台应提供更方便的阅读交互通道和监控支架以促进阅读者的深度交互和自我监控,提供批注和交互信息的选择性屏蔽,精选和推送阅读交互信息。

[关键词] 社会性交互;在线阅读;微信读书;阅读效能感;认知;情感

[中图分类号] G434

[文献标识码] A

[文章编号] 1007-2179(2018)04-0090-11

一、引言

当前,在线阅读已成为常态。有研究认为在线阅读是具有社会建构性质的过程,建议用社会建构主义理论设计和研究在线阅读。学生在线阅读时,对问题往往会提出不同的看法,互动学习方式能够促进学生深入思考,并通过争鸣获得认可(陈瑞,2016),一定的社会交互还会增强在线学习者共在感和归属感(尹睿,2016)。也有研究认为阅读应该是个人的、私密的和正经的行为,并质疑当前在线阅读的社会性交互行为(林天琦,2015)。本研究将探究在线阅读的社会性交互行为及其对阅读的影响,并将阅读的“社会性交互”界定为:人们在阅读中为了建构对内容的理解,与他人分享、交流的一种阅读

互动行为。本研究探讨的是基于阅读平台的社会性交互。交互行为分显性和隐性,具体涉及浏览、阅读和回应平台上其他阅读者留下的想法和笔记以及分享自己的想法和笔记的行为。在线阅读的社会性交互的特点主要体现在交流的平等性、低社会成本性、低时间成本性、无需等候排序的非线性、多人交互的同时性和便捷性等。在线阅读的社会性交互弱化了社会规范对交互主体的约束,交互者没有社会角色顾虑,更集中于阅读本身。在便捷的社会性交互技术的支持下,阅读者可以不离阅读页面,点击查阅别的阅读者留下的想法并与之互动,相对于线下寻找交流对象讨论的方式,节约了社会成本和时间成本。相较于传统阅读环境,多种观点的呈现、交互的开放性和非同步性,也有助于交流讨论的深入。

[收稿日期]2018-02-24

[修回日期]2018-04-19

[DOI编码]10.13966/j.cnki.kfjyyj.2018.04.010

[基金项目]全国教育科学规划教育部重点项目“‘互联网+’视域下大学生数字化阅读问题与发展路径研究”(DCA160265)。

[作者简介]柴阳丽,博士生,华东师范大学教育信息技术学系,研究方向:技术支持下的学习、新媒体阅读研究(cyl_0114@163.com);陈向东,博士,教授,博士生导师,华东师范大学教育信息技术学系,研究方向:社会性阅读、学习空间研究(xdchen@deit.ecnu.edu.cn);李玉,博士生,研究方向:教育技术理论与实践,学习科学与技术(18080800422@qq.com)。

总之,阅读的社会性交互行为颠覆了传统阅读的面对面交互,走向了交互的主体分离,使阅读交流和内容理解更容易,阅读主体在交互过程中也获得了情感的归属和持续的动力,其理论考量一般从自我效能感、认知和情感三方面进行(孟庆军,2007)。

1)自我效能感。心理学将人对自己开展某一活动能力的主观判断称为效能感,效能感的高低会影响人的认知和行为。在线阅读的自我效能感概念由美国心理学家班杜拉提出的自我效能感(Self-efficacy)引申而来,指个体对自己能在线阅读活动中取得成功的信念,是个体对自己使用网络和通讯工具等完成阅读的能力的主观判断,它直接影响在线学习的绩效(张琪,2015)。

2)认知方面。凯斯利(Kearsley,1989)的交互理论指出,社会性交互在学习者知识建构和知识共享过程中非常重要,它提供不同个体的信息,使学习者能够看到对同一内容不同角度的理解和多样的观点,促进学习者认知发展并多层次建构对学习内容的理解。

3)情感方面。动机、兴趣及归属感等属于阅读的情感因素。从心理学角度讲,人有交往的需求,且可由社会性交互实现。人也是社会的产物,不仅有获取信息的需要,还有获取社会支持和归属的情感需要。

(一)社会性交互与自我效能感的关系

在线阅读自我效能感是影响在线阅读效果的重要要素。自我效能感能显著预测动机,高自我效能感会让个体觉得自己能够胜任阅读任务,从而持较高期望值,阅读动机较强(欧继花等,2016)。学习者个体的社会存在感对自我效能感的提升有重要影响。社会存在感指个体的自我存在得到重视和广泛关注的自我意识。社会存在感低的学习者因觉得不受重视,在社会空间里很少发言,几乎不参与讨论,也不分享信息,缺乏沟通交流,找不到自己的社会价值,降低学习信心,自我效能感较低(谢幼如等,2011)。自我效能感影响阅读信心,而阅读信心影响阅读的态度和持续力,进而影响阅读效果(RUSS,1989)。本研究将探讨社会性交互对阅读自我效能感的影响。

(二)社会性交互对认知的影响

笔者曾发现,使用社会化批注能提高阅读效果(柴阳丽,2016)。学习者通过共享批注而更好地合作学习,批注系统能提升了他们的学习兴趣、成绩和体

验,增加了他们与学习内容的互动。协作批注系统可以迅速积累批注文本,有利于读者分享他们的知识。注释通常方便文本回顾,最重要的是,与没有批注的数字内容相比,注释内容可以帮助读者获得更深入和广泛的理解(Porter-O'Donnell,2004)。诺克莱恩研究证明(Nokelainen,2005),合作注释工具可以提升阅读表现并有利于协作阅读。沃尔夫(Wolf,2008)指出,基于注释的注释式讨论环境能帮助人们加深对文本的讨论。因此,在线异步讨论,包括关于数字文本的争论注释可以帮助读者理解文本。另有研究将自主学习机制与七年级学生的数字阅读注释系统(DRAS)相结合生成丰富和高质量的注释,提升学生的英语阅读效果(Chen et al.,2014)。根据凯斯利的交互理论,社会性交互在学习者知识建构和知识共享中特别重要,它提供不同个体的反馈,使学习者在认知上表现更好,超越自己的认识,看到问题的不同方面,进行多层次知识建构。

(三)社会性交互对在线学习情感的影响

许多异步学习网络聚焦于认知维度,即交互的学习结果或教育质量,忽视学习的基础,即社会情感维度,这会减弱学习者动机,从而导致异步、在线学习辍学率的提高,学习效果也远低于预期(Wegerif,1998)。已有研究发现,社会交互在消除学习者学习障碍方面起关键作用,许多学习者认为交互是轻松、有效学习的重要因素。网络上的人不仅是孤独的信息处理者也是社会化的人(李晓会等,2009)。他们不仅在寻找信息,而且在寻找归属、支持和肯定(Sproull & Faraj,1997)。社会性交互具有认知和社会情感的双重属性,不仅导向认知过程也导向有利于认知的情感过程。作为社会维度的交互对学习者在在线学习动机的激发和维持、孤独感的消除非常重要。近年来,利用社会交互改善在线学习孤独感成为改善在线学习投入和提高在线学习效果的研究热点。国内外研究表明,学习者主动回复同伴的疑问,便于学习者之间建立平等友好的关系,增强学习者对自我和他人的认同感与归属感(王莉等,2017;Dixon,2010;La Mendola,2010)。和其他读者的合作及交流,可减少紧张和焦虑(Fuchs et al.,2001)。研究发现,社会存在或者同伴关系能使学习者在情感上感到舒适,从而在学习上投入更多情感,甚至是浅层次的对话交流对于学习者的情感也能产生支持作用

(Walji et al., 2016)。在线学习平台良好的社交功能是帮助学习者建立自我价值感、归属感和学习兴趣的必要条件。通过交互,社区成员感受到他人的存在,形成了对社区的认同感,满足归属与爱的需求(尹睿等,2017)。

综上,社会性交互对在线学习的信息处理和知识理解的认知支持、动机激发和情感维持有积极作用,社交化功能可使学习体验变得不再单调,通过用户之间的互动,使知识记得更牢固。社会性交互是分析学习的投入度、理解度、知识建构程度和自我效能感的依据之一(尹睿等,2017)。然而,目前针对阅读的社会性交互的研究特别是社会性交互对在线阅读的自我效能感和效果的影响研究较少,本研究将探究在线阅读的社会性交互及其对阅读效能感、认知和情感的影响,并作为今后基于社会性交互阅读知识建构研究的基础。

二、研究设计

本研究选取“微信读书”为研究平台,探究阅读的社会性行为及其影响。“微信读书”除了具备阅读 App 的一般功能外,还可以让用户做批注、讨论、推荐、收藏等,能看到好友近期阅览的书籍以及好友对书籍的看法和评价,能查看其他阅读者的想法和笔记并进行点赞或互评。

(一) 研究问题

基于以上研究现状,本研究提出以下研究问题:

- 1) 在线阅读者有何社会性交互诉求和行为?
- 2) 社会性交互对在线阅读者的自我效能感有何影响?
- 3) 社会性交互对在线阅读者的认知、情感有何影响?

(二) 研究方法

本研究先使用问卷调查法调查在线阅读者的社会性交互动机、行为和影响,选取“微信读书”平台阅读超过 10 小时的阅读者为研究对象,通过微信和“微信读书”App 发送问卷调查请求和问卷链接地址。研究还辅以访谈,了解“微信读书”阅读者对社会性交互行为及其影响的看法。

(三) 研究工具

本研究编制了“在线阅读的社会性交互及其影响”问卷,内容包括五部分:个人基本信息、“微信读

书”App 使用动机和选择“微信读书”的原因、在线阅读的社会交互情况(查看别人想法和笔记、点赞、写批注、批注回复等社会化行为)、自我效能感和阅读效果等。问卷第五部分为开放性问题,目的是获取调查对象对阅读中可看到别人想法和笔记的感受,以及对可分享和互动的看法及建议。问卷中在线阅读效能感量表参考在线学习自我效能感量表编写,包括阅读的能力感、环境感、努力感、控制感。量表采用五点法,分别为“经常”“比较经常”“偶尔”“很少”“从不”。研究测得阅读效能感量表的可靠性系数为 0.832(见表一);同时采用因子分析法对量表效度进行检测,结果显示,KMO 值为 0.843(见表二),这表示原始变量之间相关性很强,适合做因子分析;Bartlett 检验的 Sig 值为 0.000,说明数据适合做因子分析,效度符合要求。

表一 阅读效能感量表信度检验结果

克隆巴赫系数	项数
0.832	8

表二 阅读效能感量表效度检验结果

KMO 取样适切性量数。		0.843
Bartlett 的球形度检验	上次读取的卡方	227.545
	自由度	28
	显著性	0.000

最后,为了深入了解在线阅读者对平台中可以查阅他人想法和笔记、分享和互动的影响的看法,研究对参与调查的 5 名“微信读书”用户进行了访谈,访谈主题与问卷主题基本一致,访谈提纲包括:阅读时看别人想法和笔记对你有什么影响?能促进阅读么?分享和互动对你的阅读有什么影响?

三、数据统计与处理

本研究通过问卷星发布问卷和收集数据,利用 Excel 2010、SPSS 22.0 和 Nvivo 11.0 处理与分析数据,前两个工具主要用于统计和分析问卷的选择题和填空题,后者用于分析与处理问卷的开放性问题及访谈文本。

研究历时两个月,共发出 200 份调查问卷,回收 89 份问卷,其中有效问卷 81 份。81 名调查对象中,男性 30 名,女性 51 名;61.7% 的调查对象年龄在

17-28岁之间,32.1%处于29-40岁之间,1.23%处于40-50岁之间,另有2.47%调查对象50岁以上。被调查者阅读的书籍从多到少依次为:小说、历史、文学艺术、心理学、社科、哲学宗教、传记、教育、成功励志、互联网、经济管理、科学技术、青春娱乐、其他(漫画、专业书籍、销售)、外国文学、计算机、网络文学(见图1)。

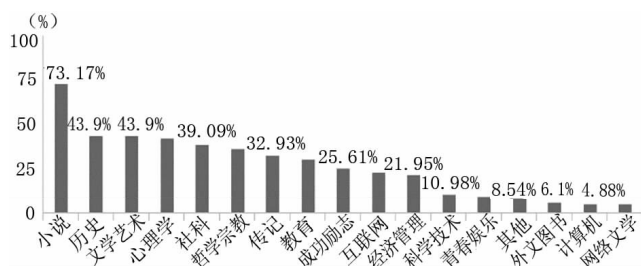


图1 调查对象阅读的书籍类别

(一) 读者社会性交互诉求和现状

调查显示,调查对象使用“微信读书”APP的目的是为了提升和发展自己的占76.54%,出于兴趣的占74.07%,其次是信息获取,占45.68%,打发时间(休闲娱乐)、情感抒发、社会交往、他人认同的分别占29.63%、11.11%、6.17%和1.23%。这说明自我发展和阅读兴趣是被调查者使用“微信读书”APP的主要目的和动机,社会交往和他人认同不是主要目的和动机。性别和社会性交互行为需求的交叉分析显示,女性在交流需求、兴趣方面稍高于男性,男性更多出于提升和发展自己。年龄方面没有明显差异。

调查对象选择“微信读书”APP的原因中(见图2)，“可以看他人的想法和笔记”的占61.73%，“使用时间地点几乎不限”的占46.91%，“记笔记和写想法方便”的占38.27%，“随时分享阅读内容”的占24.36%，而“方便与朋友交往”只占11.11%。

以上调查结果说明,读者使用“微信读书”APP主要是为了自我发展和兴趣,并不是为了满足社会交往的需求,但阅读的社会性交互对于阅读还是非常必要的。读者可通过社会性交互维持自我发展、兴趣的阅读目的和动机。基于“微信读书”的在线阅读平台满足了用户天生寻找新奇与挑战、进行探索和学习的内在倾向,同时也满足了他们探索、学习时寻找同伴、查阅同伴想法和获得归属的需要(Xie,2013)。

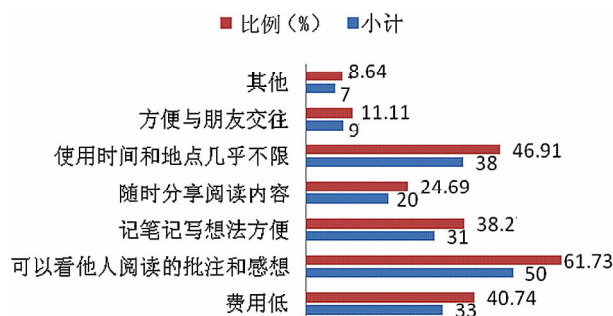


图2 选择使用“微信读书”App的原因

研究接下来对被调查者在“微信读书”APP中阅读的社会性交互行为及其原因等进行了调查。数据显示,经常收到他人点赞和回复的占45%,偶尔收到的占30%,很少收到或从未收到的占26%。描述性统计结果显示,收到别人点赞或回复的平均值为2.73,标准偏差为1.162,这说明大部分被调查者经常或偶尔收到他人对自己阅读行为的回应。经常点击查看他人想法和笔记的占42%,偶尔看的占40%,很少或从不看的占14%。此外,被调查者经常分享阅读想法的占41%,偶尔分享的占40%,很少或者从不分享的占15%和6%。以上数据说明,大部分被调查者在阅读中经常和偶尔发生社会性交互行为。

在查看他人笔记的原因的调查中,“想了解更多观点”的占92.11%，“出现理解困难”的占23.68%，“需要与人交流讨论”的占28.95%。另外,在阅读中遇到困难时,选择看他人想法和笔记的占61.73%,查阅资料的占71.6%,通过网络交流软件与他人交流和线下与朋友交流的分别占22.22%和18.52%。这说明大部分被调查者查看平台上其他读者留下的注释、想法和笔记主要是想了解更多多样的想法,也有出于阅读困难和讨论交流的需要。在遇到困难时,读者更愿意通过平台查看别人的想法和笔记或者查阅资料,而不是通过线下交流讨论甚或通过网络交流软件交流,而且大部分被调查者愿意在阅读中发布和分享阅读中的想法。

(二) 社会性交互对阅读自我效能感的影响

为了探究在线社会性交互行为与阅读自我效能感之间的关系,本研究首先对“是否收到他人对阅读行为的点赞和回复”这一调查结果与自我效能感量表测量结果进行独立样本T检验。描述性数据显示,很少和从未收到点赞和回复的一组(值 > =

4)的效能感均值均大于“偶尔”“比较经常”“经常”(值 <4)收到点赞和回复的一组(见表三),说明经常和偶尔收到点赞、回复的阅读者的效能感高于很少或从未收到的阅读者。

本研究对“点赞”和“回复”行为对自我效能感的影响进行独立样本 T 检验后发现(见表四),除了“通过微信读书我会读更多的书”和“在这个平台阅读过程中,我能够不受干扰完成学习任务”两题没有显著差异外,其他题均有显著差别。这说明在线阅读中经常和偶尔收到别人点赞和回复的阅读者的能力感、环境感、努力感中的“能更好阅读较难理解的书”、控制感中的“会通过平台回顾想法”明显好于很少或从未收到他人点赞和回复的阅读者。访谈结果也表明阅读想法被点赞和回复能够激励阅读,影响阅读者的能力感和努力感,比如:

“分享互动后获赞肯定有积极影响,因为有相似想法才被肯定或认可。”

“看回复内容而定,如果是讨论积极,会激励继续读书,但是有不同或相悖的观点,心情会波动,但也激励我花更多时间读书。”

“点赞和回复表示自己被关注,会激励读更多的书。”

另外,分享想法对阅读者的能力感、环境感及努力感中“通过‘微信读书’平台会读更多书”的影响

明显,即经常和偶尔分享阅读想法的阅读者在能力的自信、环境把握和读书努力三方面要好于很少或从未分享想法的阅读者(见表五)。访谈也表明,分享对阅读者的能力感、努力感和环境感有较好的促进作用,比如:

“分享能让阅读者更好地展现自己,会激发阅读者查阅更多内容,同时也增进他们对内容的理解,加深知识记忆,对于专业性内容,交互可以促进问题的解决。”

大部分被调查者经常看他人的笔记和想法。在独立样本 T 检验时,本研究将“是否看”分为值 $>=3$ 和 <3 两组,一组为经常看别人注释、想法和笔记,另一组为偶尔、很少、从不看他人想法和笔记。T 检验结果表明,经常看的一组比偶尔、很少或者不看的一组在阅读自信、对阅读平台的情感、阅读的坚持和努力方面表现更好(见表六)。访谈也证明阅读他人注释、笔记和想法对阅读者的努力感和能力感的作用。比如,被访者认为:

“阅读他人想法肯定会促进阅读,专业书或学术类书的学习需要交流,看到别人有种旗鼓相当和同道中人的感觉,互相鼓励着坚持‘啃’这类硬骨头,就像是一个领域的同道中人,可以用专业术语直接交流,不用担心有障碍”。

表三 经常、偶尔和很少、从不收到点赞、回复的效能感的描述性统计

	23、微信读书中,你收到他人对你的阅读行为的点赞或回复吗?	数字	平均值(E)	标准偏差
27、我自信能通过“微信读书”取得良好的效果。	$>=4$	21	2.67	0.966
	<4	60	1.87	0.769
28、如果在阅读中遇到难题,我通常能找到解决途径。	$>=4$	21	2.38	0.865
	<4	60	1.93	0.660
29、我喜欢“微信读书”平台。	$>=4$	21	1.95	0.590
	<4	60	1.48	0.596
30、我熟悉“微信读书”的使用。	$>=4$	21	1.90	0.625
	<4	60	1.40	0.527
31、利用这个平台,我更能读完一本较难理解的书。	$>=4$	21	2.90	0.995
	<4	60	2.18	0.911
32、通过“微信读书”平台,我会读更多的书。	$>=4$	21	2.00	0.949
	<4	60	1.67	0.795
33、在这个平台的阅读过程中,我能够不受干扰完成学习任务。	$>=4$	21	2.62	1.161
	<4	60	2.37	0.991
34、我有时会通过平台回顾阅读感想。	$>=4$	21	2.67	1.111
	<4	60	1.92	0.962

表四 效能感的独立样本检验

	列文方差相等性检验		平均值相等性 T 检验		
	F	显著性	t	显著性 (双尾)	自由度
27、我自信能通过“微信读书”取得良好的阅读效果。	1.532	0.219	3.831	0.000	79
			3.433	0.002	29.376
28、如果在阅读中遇到难题,我通常能找到解决途径。	5.897	.017	2.460	0.016	79
			2.162	0.039	28.597
29、我喜欢“微信读书”平台。	5.866	.018	3.111	0.003	79
			3.128	0.004	35.351
30、我熟悉“微信读书”的使用。	0.841	0.362	3.596	0.001	79
			3.312	0.002	30.564
31、利用这个平台,我更能读完较难理解的书。	0.076	0.784	3.049	0.003	79
			2.921	0.006	32.508
32、通过“微信读书”平台,我会读更多的书。	0.000	1.000	1.571	0.120	79
			1.442	0.159	30.430
33、在平台的阅读过程中,我能不受干扰完成学习任务。	1.952	0.166	0.960	0.340	79
			0.889	0.381	30.822
34、我有时会通过平台回顾阅读时的感想。	1.623	0.206	2.953	0.004	79
			2.754	0.010	31.152

表五 阅读分享想法情况对阅读效能感的影响的独立样本 T 检验

	列文方差相等性检验		平均值相等性 T 检验			
	F	显著性	t	自由度	显著性 (双尾)	标准误差差值
27、我自信能通过“微信读书”取得良好的阅读效果。	2.488	0.119	3.513	79	0.001	0.228
			2.945	20.833	0.008	0.272
29、我喜欢“微信读书”平台。	3.704	0.058	2.099	79	0.039	0.167
			2.132	25.707	0.043	0.165
30、我熟悉“微信读书”的使用。	0.347	0.558	2.351	79	0.021	0.158
			2.186	23.060	0.039	0.169
32、通过“微信读书”平台,我会读更多的书。	0.225	0.637	2.393	79	0.019	0.224
			2.138	22.117	0.044	0.251

表六 是否看他人注释、笔记和想法对读者的影响独立样本 T 检验

	列文方差相等性检验		平均值相等性的 t 检验			
	F	显著性	t	自由度	显著性 (双尾)	标准误差差值
27、我自信能够通过“微信读书”取得良好的阅读效果。	2.793	0.099	2.203	79	0.031	0.196
			2.282	78.077	0.025	0.189
29、我喜欢“微信读书”平台。	0.209	0.649	2.433	79	0.017	0.137
			2.490	76.318	0.015	0.134
31、利用这个平台,我更能读完较难理解的书。	0.318	0.575	2.512	79	0.014	0.214
			2.534	73.425	0.013	0.212

(三) 社会性交互对阅读认知和情感的影响

对于是否在阅读并充分理解他人的批注、想法、笔记后才点赞,描述统计结果显示,均值为 1.91,标准偏差为 0.876(见表七),被调查者选择非常符合

和比较符合的占 81%,不确定的占 11%,有些不符合和非常不符合的占 8%。这说明被调查者是在阅读并理解他人想法和笔记后才点赞的,即点赞是认知基础上的社会性行为,不仅仅是基于社交的社会

性行为。阅读别人的想法和笔记促进阅读者对阅读内容的意义建构,有助于阅读理解绩效(Chen, 2014)。

对于看别人注释批注、想法或笔记对阅读理解和观点形成是否有帮助,64%和9%被调查对象表示比较符合和非常符合,表示不确定和有些不符合的占29%。这说明大部分阅读者认为看别人的笔记和想法一定程度上促进自身阅读理解和观点形成。

本研究使用Nvivo11.0的数据编码、数据分析和统计功能,通过对问卷开放性问题的文本数据进行主题编码和层次编码,反复分析访谈资料的显性及隐性关系,发现在线阅读者及其社会性交互的影响。本研究将60份有效回答内容分别做成Word文档,以被调查者序号命名文件名,然后对导入Nvivo软件的内部材料着手编码。研究者认真阅读每份文本,形成初步的整体概念,根据斯特劳斯编码的三个阶段:开放式编码(open coding)、轴心式编码(axial coding)和选择式编码(selective coding)进行编码。其中,开放式编码属于形成意义阶段,此阶段共得到20个主题,85个开放式编码。第二个阶段是轴心式编码,即形成概念阶段,是对20个主题、85个开放式编码进一步归纳、概括,合并意义相同或相近的编码,理顺开放编码的层次关系,使概念具备更强的解

释力,更精确全面地解释现象,例如,将看见不同的观点、接触多元想法,更好地理解、启发思路等归为认知维度。在第二阶段,研究者将所得的开放式编码归纳为三大类别和5个主题,三大类别分别是看笔记、想法和互动的的影响,对阅读平台的建议及其他类别,主题分别为认知维度、情感维度和互动交流、资源、功能。主题编码数分别为26、19和6、16、8。最后阶段是选择式编码,即从上述编码中筛选更具概括性和解释性的主题,进行高度抽象,通过更小范畴表示所要解释的概念(罗红卫等,2011)。

由此,看笔记、想法和互动的的影响主要涉及认知和情感两方面。其中,认知维度除了一个编码为干扰思考外,其余均是促进认知的编码,促进认知包括更好的理解、看到不同观点和接触多元想法、启发思路3项核心内容,编码数35个;情感方面包括激励阅读的积极性和、获得归属感和共在感、提高阅读兴趣、增进感情,共22个编码。阅读平台建议涉及互动交流、资源问题和功能问题,编码数目分别是6、16、8个(见图2)。

开放性问题的被调查者中,“经常”“比较经常”“偶尔”“很少”“从不”获赞和回复的人数分别有10人、14人、21人、11人、4人。本研究通过“获赞和回复”的案例属性与阅读中看别人想法、互动交流带来认知影响的矩阵编码后发现,被调查者认为阅

表七 点赞是否在充分理解之后(77个样本)

	数字	最小值(M)	最大值(X)	平均值(E)	标准偏差
25、在微信读书中,我是在阅读并较充分理解后才给别人的批注或者想法、笔记点赞。	77	1	4	1.91	0.876
有效 N(成列)	77				

节点				
名称	材料来源	参考点	创建日期	
看笔记、想法和互动的的影响		35	57	2017/11/13 21:33
+ 认知维度		26	35	2017/11/14 12:34
+ 情感维度		19	22	2017/11/14 12:34
+ 阅读平台建议		28	30	2017/11/13 21:35
+ 互动交流		6	6	2017/11/13 21:37
+ 资源问题		16	16	2017/11/14 11:31
+ 功能问题		8	8	2017/11/22 20:25
+ 其他		5	5	2017/11/16 16:29

图2 阅读中看笔记和想法的影响文本编码

读中看别人想法、笔记和互动交流对认知的影响主要是促进作用,只有一位“很少”收到赞和回复的被调查者认为会干扰思考。25%“从未”获赞的被调查者认为有助于更好地理解内容;36.36%“很少”获赞和回复的被调查者认为会有助于认知,9.09%认为会干扰思考;71.43%“偶尔”获赞和回复的被调查者认为对认知有帮助;57.14%“比较经常”获赞和回复的被调查者认为有助于认知;40%“非常经常”获赞和回复的被调查者认为有助于认知(见表八)。由统计结果可知,“偶尔”和“比较经常”获赞和回复的被调查者认为看想法、笔记和交流讨论更有助于认知,包括理解阅读内容、接触多元想法和启发思路。

通过获赞情况与情感影响按获赞的频率划分,获赞频率较低的阅读者受到的情感影响很小,“偶尔”获赞的阅读者受到的情感影响最大,主要集中于获得归属感和共在感、激发阅读兴趣(见表九)。被访者也认可阅读中看别人想法带来的情感影响,比如有阅读者认为,看别人的想法和笔记在促进理解的同时,会带来愉悦的情感,可以互相鼓励“啃”学术类和专业类书籍。

访谈进一步说明社会性互动的积极作用:

“看别人的想法特别是有价值的笔记能加深理

解,获得更多元的观点,并因看到有共同读者而激励自己继续读下去。”

“主动分享可以帮助分享者更好地记录阅读内容,也会让分享者愿意花更多时间查阅相关知识,加深对知识的理解。”

“分享和互动时他人的点赞和回复能激励阅读者花更多时间读书,使自己表现得更好。”

四、结论和讨论

本研究调查了基于“微信读书”App 的在线阅读社会性交互行为及其对阅读效能感、认知及情感的影响。研究发现,在线阅读的社会性交互是在线阅读者需要的支持,查阅其他阅读者的批注和想法、分享阅读想法、获得别人点赞和回复有助于提高阅读自我效能中的能力感、努力感和环境感,有助于阅读者认知理解和动机、兴趣、归属等情感的获得。

(一)在线阅读者需要社会性支持

调研发现,兴趣和自我发展是在线阅读者的主要阅读目的和动机,但这并不表明在线阅读者是独自的行为,恰恰相反,在线阅读者需要社会性支持。很多阅读者选择使用“微信读书”App 阅读的主要原因是该平台提供社会性交互空间,阅读主体的主体间性通过主体在社会空间的社会存在、社会交流

表八 获赞和回复情况与阅读中看别人想法、互动交流带来认知影响的矩阵编码

	A. 更好的理解	B. 看见不同的观点,接触多元想法	C. 启发思路	D. 干扰思考
获赞和回复 = 1	3	0	1	0
获赞和回复 = 2	4	3	1	0
获赞和回复 = 3	8	5	2	0
获赞和回复 = 4	2	2	0	1
获赞和回复 = 5	1	0	0	0
小计	18	10	4	1

表九 获赞和回复情况与阅读中看别人想法、互动交流带来情感影响的矩阵编码

	A. 促进阅读兴趣	B. 获得归属和共在感	C. 激励阅读的积极性	D. 增进感情和了解
获赞和回复 = 1	1	1	2	0
获赞和回复 = 2	0	3	2	0
获赞和回复 = 3	0	5	4	0
获赞和回复 = 4	0	1	2	1
获赞和回复 = 5	0	0	0	0
小计	1	10	6	1

得以实现,在线学习平台的社会给养为学习者主体的社会存在、互动交流提供了潜在的可能。“微信读书”平台使阅读者可随时查看他人的想法,很方便地发布评论和参与讨论,符合阅读主体的社会存在和社会交往诉求。当然,这并不表明“微信读书”App已完全实现阅读主体的主体间性需求。对调查的文本分析可知,阅读者对平台的建议主要集中于提供阅读交互的渠道和空间,比如针对同一本书构建阅读圈子或社区、在阅读平台添加书友为微信或QQ好友等,方便深入交流等。

(二)积极正向的反馈和主动社会性交互有助于阅读效能感的提高

阅读的社会性交互对效能感中的“能力感”“努力感”“环境感”有较大影响,对“控制感”有一定影响。“能力感”主要体现在被调查者认为阅读的社会性交互行为能使阅读者相信自己的阅读能力和效果;“努力感”主要体现在社会性交互行为使阅读者认为通过“微信读书”平台会读更多的书,社会性交互对阅读者的“能力感”和“努力感”影响最大;“环境感”主要体现在分享和互动使阅读者能自信地把握环境,比如“喜欢微信读书平台”和“熟悉微信读书的使用”;“控制感”体现在经常和偶尔收到点赞和回复的用户“会通过这个平台回顾阅读时的感想”,但在线阅读的社会性交互行为对阅读者“控制感”中的“抗干扰能力”没有显著影响,这反映了平台中基于手机微信读书的在线阅读本身可能对阅读过程产生干扰,也可能是社会性交互对阅读者存在一定程度的干扰。阅读平台可以考虑使用“推荐”和“精选”等方式呈现更好的批注和想法,也应提供支持阅读者随时屏蔽浏览、阅读他人批注、想法及笔记的功能。

(三)在线阅读的社会性交互行为促进阅读的理解和情感

微信读书平台阅读者基本由内在兴趣和自我发展所驱动,阅读中的访问、浏览、点赞和回复别人批注和想法等社会性交互行为不是基于纯粹的社会交往的需要,更多的是基于认知的社会性交互,即交互的主要目的是促进理解。基于认知的社会性交互行为是在在线阅读投入、知识理解和知识建构程度的反映(Petty & Farinde, 2013),阅读者阅读观点的外在表征和交互过程与学习者对信息理解的内在建构过

程是在动态交互与迭代中发生的。因此,对阅读内容的外在表征和互动,可刺激学习者的内在表征,从而达到在两者动态交互与迭代的过程中促进阅读者的内容理解(蔡慧英, 2015)。“偶尔”及“较经常”地获得他人点赞和回复的阅读者查看他人批注、想法、笔记和交流讨论更有助于认知,包括阅读内容的理解、接触多元想法和启发思路。这可能与阅读者自身的水平和能力有关,中等交互程度的阅读者往往因查看他人观点和获得他人的肯定回复而受益最大。“经常”获得别人点赞和回复、分享阅读感想的阅读者在阅读能力和阅读效能感方面水平高,社会性交互对其认知和情感的影响相对要小。

阅读的社会性分认知和情感两方面,二者往往紧密联系。认知的社会性不能离开情感的社会性,完全脱离情感的互动会影响学习动机,阻碍认知社会性交互持续进行。在线阅读者在阅读平台上不仅阅读内容,也在寻找与自己有共同阅读爱好、阅读内容和阅读感受的人,以获得归属、支持和肯定(Sproull & Faraj, 1997)。阅读的社会性交互不仅导向认知过程,也导向有利于认知的情感过程。作为社会维度的社会性交互对学习者在在线阅读的兴趣、动机的激发和维持,以及孤独感的消除和归属感的获得非常重要。

基于上述研究结果,本研究建议从以下方面改善阅读平台功能:1)满足阅读主体的社会化需要,促进深度交流。阅读中的适度社会性互动是在在线阅读主体的主要诉求,因此,阅读平台可提供同读一本书的圈子或社区,增添阅读者直接加书友为好友的功能,方便阅读者之间的交流互动,增强归属和共在感。对于自我效能感和动机特别高的阅读者,这些并不重要,但对于大多数阅读者来说,一定的阅读归属感和共在感对维持在线阅读的动机、兴趣等情感因素非常必要。2)增加阅读交互和监控的支架,促进阅读的深度交互和提高阅读者的自我监控能力。目前的交互基本停留在较低层次,除了点赞就是一问一答,很少有阅读者根据问题提出观点、质疑、讨论和总结等知识交流,这与阅读平台缺乏应有的交互支架不无相关。为提升阅读的交互水平,阅读平台可以提供更细致、开放的交互支架。比如,批注支架包括注释、想法和笔记等可选类型,每类批注又可细分为联想型、诠释型、疑问型和总结型等;讨论支架具有形成性反馈功能,可让阅读者看到参加讨论

的次数和讨论的层次。另外,调节和监控对于自主阅读非常重要,阅读平台可以考虑增强相应的监控调节机制和支架,像提醒和回顾功能,呈现阅读者之前的划线和笔记等,加深阅读者对阅读内容的记忆。3) 提供屏蔽批注和交互信息的可选功能,精选和推送信息。阅读依赖于个人的理解和吸收,不合时宜地呈现他人的批注和过于纷繁的信息势必影响阅读者的阅读进程和思考,造成干扰,影响阅读者的自我效能感。因此,阅读平台在提供社会给养的同时需注意不能设置过多的社会性功能,并提供是否和何时阅读他人批注和互动的选择功能。随着阅读批注内容的增加,对质量良莠不齐的批注,平台应使用“推荐”和“精选”等方式呈现高质量批注,满足阅读者对高质量社会性交互的需要。

囿于研究方法和精力所限,本研究仍存在以下不足:首先,样本量较少,这是因为对阅读平台中非微信好友的用户进行调查比较困难,研究者通过“微信读书”平台的“私聊”功能尽力联系并发送问卷链接,但获取的样本量依然较少;其次,阅读者的知识理解和建构结果尚需进一步取证。

[参考文献]

- [1] 蔡慧英(2015). 语义图示工具支持协作问题解决学习的研究[D]. 上海:华东师范大学:25-29.
- [2] 柴阳丽(2016). 社会化批注对大学生数字化深阅读影响的实证研究[J]. 现代远程教育研究,(2):107-111.
- [3] Chen, C. M., Wang, J. Y., & Chen, C. Y. C. (2014). Facilitating English-language reading performance by a digital reading annotation system with self-regulated learning mechanisms[J]. *Educational Technology & Society*, 17(1):102-114.
- [4] Chen C. M., & Chen F. Y. (2014). Enhancing digital reading performance with a collaborative reading annotation system[J]. *Computers & Education*, (4):67-81.
- [5] 陈向东(2006). 新媒体环境下的社会性阅读[J]. 中国电化教育,(6):21-25.
- [6] 程瑞(2016). 对国外青少年在线阅读研究的综述[J]. 中国青年研究,(9):114-117.
- [7] Dixon, M. D. (2010). Creating effective student engagement in online courses: What do students find engaging[J]. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 10(2): 1-13.
- [8] Fuchs, D., Fuchs, L. S., Thompson, A., Svenson, E., Yen, L., Al Otaiba, S., et al. (2001). Peer-assisted learning strategies in reading: Extensions for kindergarten, first grade, and high school[J]. *Remedial and Special Education*, 22:15-21.
- [9] La Mendola, W. (2010). Social work and social presence in

an online world[J]. *Journal of Technology in Human Services*, 28(1-2): 108-119.

- [10] 李晓会,刘洪沛(2009). 泛在学习社会中社会交互支持模型的构建[J]. 现代教育技术,(10):80.
- [11] 林大琦(2015). 微信读书[EB/OL]. <http://www.jianshu.com/p/3079d919bd9e>.
- [12] 罗红卫,丁武,王强科等(2011). 开放英语教育零级学现象之情感因素研究[J]. 开放教育研究,17(6):98-102.
- [13] 孟庆军(2007). 国外基于网络学习的社会交互研究透视[J]. 外国教育研究,34(10):79-80.
- [14] Nokelainen, P., Miettinen, M., Kurhila, J., Floréen, P., & Tirri, H. (2005). A shared document-based annotation tool to support learner-centred collaborative learning[J]. *British Journal of Educational Technology*, 36(5):757-770.
- [15] 欧继花,周薇,洪璇,罗紫初等(2016). 大学生数字阅读动机与自我效能感和人格的关系研究[J]. 图书馆理论与实践,(10):55-59.
- [16] Porter-O'Donnell, C. (2004). Beyond the yellow highlighter: Teaching annotation skills to improve reading comprehension[J]. *English Journal*, 93(5):82-89.
- [17] Russ, K. M. (1989). Relating reading attitude to reading achievement in an East Los Angeles Junior High School[J]. *Reading Improvement*, 26(3):208-214.
- [18] Walji, S., Deacon, A., Small, J., & Czerniewicz, L. (2016). Learning through engagement: MOOCs as an emergent form of provision[J]. *Distance Education*, 37(2):1-16.
- [19] 王莉,高秋霞(2017). 地方院校大学生在线课程学习性投入现状及对策研究[J]. 甘肃科技纵横,(2):67-70.
- [20] Wegerif, R. (1998). The social dimension of asynchronous learning networks[J]. *The Journal of Asynchronous Learning Networks*, 2(1):34-49.
- [21] Wolf, M. (2008). Annotations and the collaborative digital library: effects of an aligned annotation interface on student argumentation and reading strategies[J]. *Journal of Computer-supported Collaborative Learning*, 3(2):141-164.
- [22] Xie, K. (2013). What do the numbers say? The influence of motivation and peer feedback on students' behaviour in online discussions[J]. *British Journal of Educational Technology*, 44(2): 288-301.
- [23] 谢幼如,刘春华,朱静静,尹睿(2011). 大学生网络学习自我效能感的结构、影响因素及培养策略研究[J]. 电化教育研究,32(10):30-31.
- [24] 尹睿(2016). 国外在线学习投入的研究进展与前瞻[J]. 开放教育研究,22(3):86-87.
- [25] 尹睿,徐欢云(2017). 在线学习投入结构模型构建[J]. 开放教育研究,23(4)101-107.
- [26] 张琪(2015). e-Learning 环境中大学生自我效能感与深度学习的相关性研究[J]. 电化教育研究,(36):55-56.

(编辑:魏志慧)

Research on the Social Interaction in Online Reading and its Impact: Based on the Investigation of “WeRead”

CHAI Yangli^{1,2}, CHEN Xiangdong¹ & LI Yu¹

(1. Department of Educational Informal Technology, East China Normal University, Shanghai 200062, China;
2. School of Education Science, Xinyang Normal University, Xinyang 464000, China)

Abstract: *Social interaction in online reading is defined as reading interaction among people in reading to construct their understanding of reading content, share, and communication with others. The social interaction turns the concept of face-to-face interaction in the traditional reading and leads to the separation of the main body of the interaction, which makes it easier for the communication and the understanding of the content in the reading. The subject in the interactive process also obtains the sense of belonging and the continuous motive force of reading. The theoretical consideration and discussion of social interaction generally have three aspects: self-efficacy, cognition, and emotion. Social interaction in the online reading environment has become a common phenomenon. This study aims to explore social interaction in online reading and its impact on reading efficacy, cognition, and emotions. Firstly, literature analysis and participatory observation were used to analyze the connotations of social interaction in online reading, including the definition of social interaction, types, and characteristics of reading. Then based on the “WeRead” platform, this research focused on social interaction and its influence on online reading with questionnaire survey, interview, and content analysis. As a result, this research found that online reading need social support and the sense of ability, and there is significant effect on the reading efficacy such as the sense of effort and environment, meanwhile, it promotes a sense of control to a certain extent. What’s more, social interaction in online reading facilitates cognitive development of readers. When social interaction as a social dimension, it is important for learners’ interest, stimulation and maintenance of motivation, the elimination of loneliness and the acquisition of belonging. Finally, the research suggests that the online reading platform should provide more convenient reading interaction channels and monitoring scaffolds to facilitate readers’ deep interaction and self-monitoring, moreover, this research recommends supporting the selective screening of annotations and interactive information, and conducts selection and push of information for reading interactions, etc.*

Key words: *social interaction; onlinereading; reading efficacy; WeRead; cognition; emotion*

勘误:

本刊 2018 年第 2 期第 41 页正文第五行应为:(12B = 10¹²GB),特此校正。

本刊编辑部