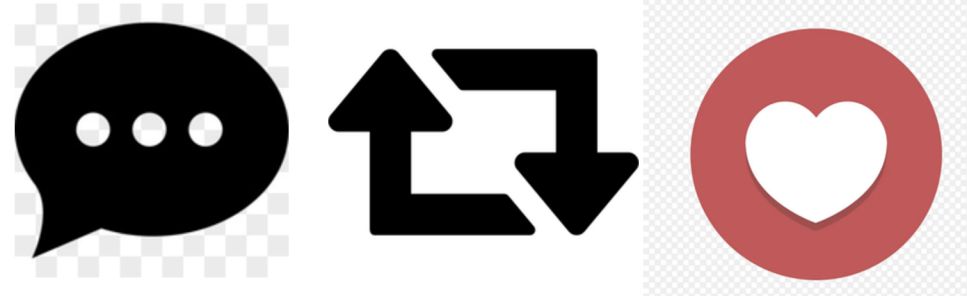
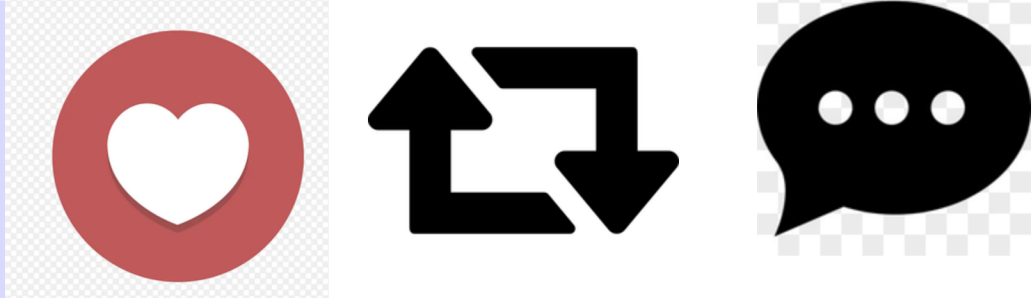


感知差異與表達抑制——一般使用者與網路實務工作者自主發文動性比較差異



心理二 陳嘉宜 學號：113132041



前言

個體的社群媒體表達行為是內在動機與外在動機動態平衡的結果。一般使用者與網路從業人員在自主發文主動性上誘因之差異。研究發現，對於普通用戶，發文行為主要由自主需求滿足與積極情緒共享尋找同好等內在誘因驅動；而對於互聯網從業者，受控動機顯著增強，具體表現為對外在反饋（職業需求、社交評價）的預期後的結果數據反饋喚起。這種外在誘因如團隊商業需求等的過度凸顯導致了動機的“過度理由效應”，即專業認知壓抑了表達的內在樂趣需求。本文據此提出了普通人發文或作品在互聯網上是想要尋找歸屬感、自我滿足和與相同想法的其他用戶一起探討內容，反觀網絡專業人士發文或作品是為了在互聯網上“做項目創業和獲取商業利益”目的。呈現的不同想法、不同驅動性和作品品質之差異等諸如此類。

理论基础与概念

- 自我決定理論(selt-DeterminationSDT):區分自主動機發自內心的興趣與信念與受控動機(源於外界壓力或懲罰規避)發文行為本應是高度自主的活動,但在特定群中呈現控制性歸因的偏移
- 情緒的認知評估理論(cognitive Appraisat Theory of Emotion)個體對事件的認知評估先於情緒產生。從業者因專業知識,導致其對發文結果的評估(應對後果的能力評估如流量、用戶回饋評價等)
- 預期後悔(AnticipatedRegret):在做出行為決策前，個體會模擬行為帶來的負面效果回饋。從業者因目睹大量網路暴力和負面回饋，其預期後悔強度顯著高於一般使用者,而會選擇在前期就避免風險發生



普通用戶的暗面

大部分人往往抱著「懷才不遇」的幻想。覺得自己寫得挺好，直接丟到網路或自出版平台上，就等著一夜爆紅。結果因為沒有團隊或較好的品質、不懂平台演算法推薦的規則，發出去的東西大部分就像一滴水掉進大海，最後只剩下一句「網文/自媒體真難做」的嘆息。但下次還是接著一樣循環往復覺得自己總有一天會是「中頭獎」的幸運兒。

從業者的暗面

網路專業人士：核心是「向錢看，向厚賺」專業部落客能做到日更、週更，是因為背後有真金白銀或名氣的預期。如果平台沒有流量分成，或是發了內容不能漲粉、不能變現，他們是很難有動力去高強度維持那種「專業級」的更新節奏的。後期也會導致創作者會有更大且加鉅的創作壓力等其他負面壓力影響。