



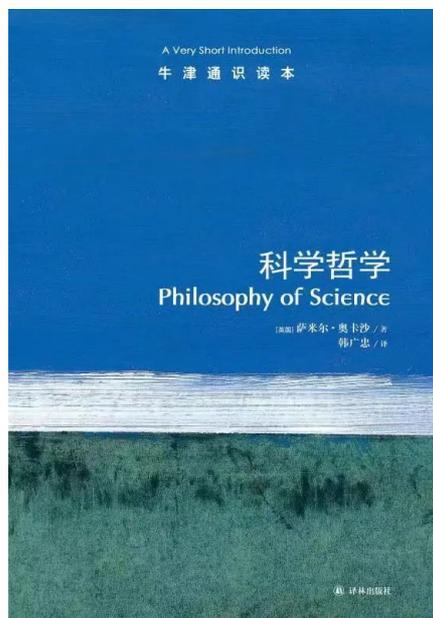
**本期作者：邵亚伟**

中国科学院文献情报中心、  
中国科学院大学经济与管理学院图书情报与档案管理系2021级硕士研究生、  
中国人民大学数字人文研究中心学生研究员

最初有幸加入学生研究员团队之时，自己对于数字人文的理解与认知还是很浅的，只是读了一些文献和著作。在学术传播组的团队中，和大家一起参与公众号运营的过程中，既有被动地接收相关知识，也会自行地探索更多的内容，从而不断地深入了解、学习有关数字人文的理论、技术方法与实践项目。

例如在日常排版编辑文稿时，会去阅读、学习文本内容，在中心策划的“星火训练营”中直接学习了很多技术与实践层面的前沿内容与方法，对于如何去参与、策划数字人文项目也有了一定的认知。

在此基础上，也主动地结合个人兴趣点去探索新的内容，帮助自己从多个角度更加全面、客观地理解数字人文。首先是从理论层面理解、剖析“数字”与“人文”的融合。例如个人的本科毕业论文即围绕了数字人文技术体系开展论述，虽然现在看来文章内容层次较为浅显，但该文理论架构是自发探索的一次创新性尝试，在后续阅读有关科学哲学、技术哲学等关于技术、技术体系的论著过程中，又逐渐细化了自己的理解。



在和师兄师姐交流讨论的过程中，产生了围绕公众参与数字人文项目的影响因素展开探索的想法。我们通过文献调研和小组讨论，提取了24个公众参与数字人文项目的影响因素，并基于此设计了李克特5分量表形式的调查问卷。再利用SPSS对问卷数据进行分析，最终得到公众参与数字人文项目4大影响因素及其体系模型。同时我们也针对参与过和未参与过数字人文项目的公众进行对比分析。最终得出结论，与“从公众需求角度出发”的传统印象和角度不同，数字人文项目应该重点关注平台安全性、平台易用性、平台设计、培训机制等指标；参与过数字人文项目的公众更加关注项目任务的相关特征、成本与收益的权衡；未参与过的公众更加关注个人的需求与体验。我认为这一次的分析与论文撰写，既能够为数字人文项目吸引公众参与和长远发展提供参考，也有助于自己往后更加精准、合理地选择参与数字人文项目。

关于实践，我和同学组队尝试参与了和鲸社区的数据竞赛，选取了《健康实录》文本挖掘及六朝人物关系时空分析、南京大屠杀期间《拉贝日记》的文本挖掘两个选题进行探索和尝试，也因此直接接触、学习了关于史料文本和非结构化文本的挖掘整理方法。但囿于个人的技术水平，未能形成最终成果。

总的来说，学习、合作、探索、创新，是我的数字人文进阶之路上的关键词。自己这一年来在中心团队中学习了关于数字人文的知识与方法，也积累了一些学习资源，更加明晰了对于数字人文的理解与认知。在日常的学习中，通过和身边同学相互交流彼此的观点，也激发了自己很多的想法，目前也在尝试选取相关理论和角度进行一些小论文的撰写，在以后也将继续围绕数字人文做一些实践层面探索，争取能够形成一些成果。合作、成长之余，和小伙伴儿们一起参加中心老师安排的任务时，也能够发现自己在公众号排版编辑，以及数字人文实践等方面的不足，也是需要加以完善的。

感谢中心的指导老师以及学生研究员团队中的师兄师姐和小伙伴们的帮助与支持，祝我们在数字人文领域都能够有更多的发现和精彩。



## 公众参与数字人文项目影响因素研究

崔浩男<sup>1,2</sup> 郑晓丹<sup>1</sup> 邵亚伟<sup>2,3</sup>  
<sup>1</sup>中国人民大学信息资源管理学院, 北京 100872  
<sup>2</sup>中国人民大学数字人文研究中心, 北京 100872  
<sup>3</sup>中国科学院文献情报中心, 北京 100190



### 研究目的

①通过实证研究探索公众参与数字人文项目相关影响因素的重要程度，对其进行价值排序，为数字人文项目吸引公众参与和长远发展提供参考；  
 ②运用探索性因子分析方法构建公众参与数字人文项目影响因素模型，明确影响因素的层次结构；  
 ③对比分析参与过和未参与过项目的公众对相关影响因素的价值取向，以更全面、精准地理解不同类别公众的需求。

### 研究过程

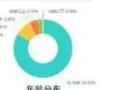
● **公众参与数字人文项目影响因素提取**  
 通过文献调研初步提取24个公众参与数字人文项目的影响因素，具体释义如下表所示，在此基础上设计李克特5分量表形式的调查问卷。

| 序号 | 因子    | 因子定义  | 描述   |
|----|-------|---|------|
| 1  | 项目奖励  | 项目参与参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等) | 项目自身 |
| 2  | 项目规模  | 项目投入规模, 包括其非研究机构的知名度、经费预算、硬件条件和任务数量的多少        | 项目自身 |
| 3  | 激励机制  | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目自身 |
| 4  | 宣传机制  | 项目参与与宣传的渠道和方式, 包括线上和线下                        | 项目自身 |
| 5  | 管理难度  | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目自身 |
| 6  | 宣传效果  | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目自身 |
| 7  | 平台易用性 | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目平台 |
| 8  | 平台易用性 | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目平台 |
| 9  | 平台易用性 | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目平台 |
| 10 | 平台易用性 | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目平台 |
| 11 | 平台易用性 | 项目参与完成的任务奖励, 包括物质奖励(金钱、礼品等)和精神奖励(积分、称号、荣誉等)   | 项目平台 |
| 12 | 感知成本  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 13 | 感知收益  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 14 | 感知成本  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 15 | 感知收益  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 16 | 感知成本  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 17 | 感知收益  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 18 | 感知成本  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 19 | 感知收益  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 20 | 感知成本  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 21 | 感知收益  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 22 | 感知成本  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 23 | 感知收益  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |
| 24 | 感知成本  | 公众参与数字人文项目的时间成本和精力成本                          | 项目自身 |

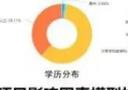
在互联网上进行问卷调查, 问卷发放时间为2021年3月23-31日, 共收到546份调查问卷, 删除其中答题时间过短(低于40秒)的问卷后得到530份有效问卷, 符合预定义本规模, 调查样本特征如右图所示。



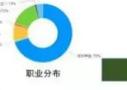
性别分布



年龄分布

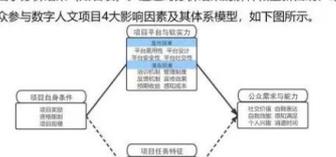


学历分布



职业分布

● **公众参与数字人文项目影响因素模型构建**  
 本研究使用SPSS 26对530份有效问卷的原始数据进行描述性分析(平均值和标准偏差)、可靠性分析(Cronbach α系数)和可用性分析(KMO样本测度和Bartlett球形检验)后, 采取主成分分析法和方差最大化正交旋转法萃取因子, 对载荷系数绝对值小于0.4的影响因素予以剔除, 得到观测变量的探索性因子分析结果(如右表)。通过对分析结果的解释和重新归纳、命名, 得到公众参与数字人文项目4大影响因素及其具体模型, 如下图所示。



### 不同类别公众参与影响因素维度对比分析

本研究对参与过和未参与过数字人文项目的公众问卷数据分别进行了因子分析并形成旋转成分矩阵, 各得到4个维度, 如下表所示。

| 维度   | 参与过数字人文项目公众  | 未参与过数字人文项目公众   |
|------|--|--|
| 第一维度 | 5.培训机制 808<br>6.管理难度 603<br>9.平台易用性 776<br>4.宣传效果 752  | 9.平台易用性 776<br>5.激励机制 750<br>8.平台设计 733<br>6.管理难度 703                                |
| 第二维度 | 8.平台设计 781<br>11.平台易用性 768<br>7.宣传效果 629<br>12.感知成本 561<br>2.项目规模 547<br>13.感知收益 539<br>20.任务量 747 | 11.平台易用性 689<br>7.宣传效果 629<br>14.社交价值 728<br>17.感知收益 683<br>16.感知成本 664              |
| 第三维度 | 21.任务设计 737<br>15.感知成本 671<br>15.感知成本 657<br>21.任务量 657<br>17.感知收益 624<br>23.任务自主性 595             | 15.感知成本 643<br>19.感知收益 793<br>21.任务量 739<br>22.任务难度 706                              |
| 第四维度 | 19.感知收益 588<br>12.感知成本 843<br>18.自我表达 595<br>3.感知机制 723<br>1.项目奖励 707                              | 23.任务自主性 688<br>24.任务难度 593<br>12.感知成本 392<br>2.项目规模 810<br>2.项目规模 618<br>3.感知机制 452 |

### 研究结论

①基本验证公众参与数字人文项目有4个维度的影响因素, 包括项目平台与软实力、公众需求与能力、项目任务特征、项目自身条件, 并且从重要程度上看: 项目平台与软实力 > 公众需求与能力 > 项目任务特征 > 项目自身条件。上述4大维度各有10个、6个、5个、3个二级影响因素。

②在影响公众参与数字人文项目的诸多因素中, 应重点关注平台安全性、平台易用性、平台设计、培训机制、宣传效果等指标, 这是公众认为参与数字人文项目时较为重要的影响因素, 与“从公众需求出发”的传统印象和角度有所不同, 分析结果表明数字人文项目应主要练好自身的“内功”。

③参与过和未参与过数字人文项目的两类公众对相关影响因素的价值判断“同中存异”。参与过项目的公众影响因素价值排序为“项目平台与软实力 > 项目任务特征 > 个人需求与能力 > 项目自身条件”, 未参与过项目的公众的价值排序为“项目平台与软实力 > 个人需求与能力 > 项目任务特征 > 项目自身条件”。参与过项目的公众更加关注项目任务的相关特征、成本与收益的权衡; 未参与过项目的公众则更加关注个人的需求与体验。

“DH新青年”是本公众号面向所有高校在校学生开放的新栏目，发表与数字人文相关的理论探讨、项目设计、会议述评、读书心得、人物访谈等内容（包括但不限于）的学生习作。文章或其他形式的作品皆可，篇幅不限。投稿请发送至rucdh@ruc.edu.cn，邮件名格式：DH新青年+内容标题。欢迎广大心怀好奇、勇于探索的数字人文新青年在此试飞！

文案：邵亚伟

排版：张凌岚