

## 处境探讨

\*\*\*\*\*

### 资讯网络趋势以及使用者之社会与行为探讨



刘耀光传道

(美国中国信徒布道会海外差传部副部长)

有鉴于网络事工之工作者，需要更多了解目前网络的发展趋势以及网络受众分析，成为实践网络宣教的参考点，笔者列举一些近期在华人范畴中的统计报告以及资讯社会学研究，企盼能够藉此让参与者能有从中得着帮助，让网络宣教更有效的达到目标。

由于许多报告的篇幅都较长，因此读者可以直接点选标题，连结至原文出处，下载阅读。

a/ [2009年中国农村互联网发展状况调查报告—中国户联网络资讯中心](#)

#### 内容摘要

##### (一) 农村网民规模过亿

截至 2009 年 12 月底，中国农村网民规模达到 10681 万人，农村网民规模首次超过一个亿。

## **(二) 城乡之间互联网的发展差距仍较大**

从城乡互联网的普及率来看，互联网在城镇的普及率是 44.6%，在农村仅为 15%，城乡之间的互联网发展水准仍存在很大的差异。对比 2004 年以来中国城乡互联网的发展差距，农村互联网发展速度放缓，存在使城乡互联网发展差距进一步拉大的可能。

## **(三) 手机上网将成为拉动农村互联网发展的重要力量**

截至 2009 年底，中国手机上网用户达到 2.33 亿，其中农村手机上网用户约为 7189 万人，占农村网民的 67.3%，较 2008 年提升了近 20 个百分点，手机成为拉动农村互联网发展的重要力量。

## **(四) 农村网民更加趋于年轻化，互联网逐步向农村低学历群体渗透**

中国城镇网民男女性别比例为 52.7：47.3，农村网民男女性别比例为 58：42。与城镇相比，农村网民的性别结构相对不均衡，男性比例高出女性 16 个百分点。

与网民总体的年龄结构相比，农村网民更加趋于年轻化。农村网民中 30 岁以下群体所占比例高达 69.2%，其中 19 岁以下年轻网民所占比重达 41.1%。城镇与农村网民之间的学历分布差异比较明显，农村网民平均文化水准相对较低。农村网民中，初中及以下学历的网民占 52.1%，远高于城镇中 29.2% 的占比。与 2008 年相比，农村初中文化程度的网民所占比例增长了 2.7%，互联网在中国农村地区正在向低学历人口渗透。

## **(五) 农村网民上网时长增加，互联网在农村地区日常生活中占有重要位置**

农村网民的平均上网时长约 16 小时/周，与 2008 年相比，农村网民平均每周上网时间增加了近 3 小时，互联网在农村地区日常生活中占有重要位置。

## **(六) 城乡网络应用使用差距较大，侧重略有不同**

从城乡使用差距来看，大部分网络应用在城镇的使用率均高于农村。尤其在商务交易类和交流沟通类的网络应用中，城镇网民使用率远高于农村网

民；而对网络娱乐的应用中，农村地区网民的使用率与城镇较为接近，甚至高于城镇，以网络游戏为例，农村地区网民的使用率高出城镇 1.3%。

b/ [CNNIC 发布《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》](#)

## 内容摘要

### 我国网民规模达到 4.2 亿 商务类应用显著提升

2010 年 7 月 15 日，中国互联网络资讯中心（CNNIC）在京发布了《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，截至 2010 年 6 月底，我国网民规模达 4.2 亿人，互联网普及率持续上升增至 31.8%。手机网民成为拉动中国总体网民规模攀升的主要动力，半年内新增 4334 万，达到 2.77 亿人，增幅为 18.6%。值得关注的是，互联网商务化程度迅速提高，全国网络购物用户达到 1.4 亿，网上支付、网络购物和网上银行半年用户增长率均在 30% 左右，远远超过其它类网络应用。

### 网民规模突破 4 亿大关 手机网民成增长主力

CNNIC《报告》显示，截至 2010 年 6 月底，我国网民规模已经突破 4 亿关口，达到了 4.2 亿，较 2009 年底增加 3600 万人。互联网普及率攀升至 31.8%，与 2009 年底相比提高了 2.9 个百分点。

手机网民成为拉动中国总体网民规模攀升的主要动力。《报告》显示，截至 2010 年 6 月底，手机网民用户达到 2.77 亿，在整体网民中的占比攀升至 65.9%，相比 2009 年底增加了 4334 万人，增幅达 18.6%，其中，大约有 4914 万的网民只使用手机上网，占网民总数的 11.7%。移动互联网展现出了巨大的发展潜力。

### 商务应用快速发展 网络安全仍为最大制约因素

CNNIC《报告》显示，2010 年上半年，我国网民的互联网应用表现出商务化程度迅速提高、娱乐化倾向继续保持、沟通和资讯工具价值加深的特点，其中，商务类应用表现尤其突出。截至 2010 年 6 月底，网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别为 33.8%、30.5%和 29.1%，用户规模分别达到 1.42 亿、1.28 亿、1.22 亿，半年用户规模增幅分别为 31.4%，36.2%和 29.9%，增速在各类网络应

用中排名前三。

尽管如此，网络商务应用仍然受到各种安全因素的困扰。CNNIC 调查发现，仅 2010 年上半年，就有 59.2%的网民在使用互联网过程中遇到过病毒或木马攻击；30.9%的网民账号或密码被盗过；电子商务网站访问者中 89.2%的人担心假冒网站，其中，86.9%的人表示如果无法获得该网站进一步的确认资讯，将会选择退出交易。网络安全和信任问题已经成为网络商务深层次发展的最大制约因素，互联网向商务交易型应用的发展，急需建立更加可信、可靠的网络环境。

### 网络视频用户止跌回升 3G 推动网络文学用户增长

CNNIC《报告》显示，2010 年上半年，网络视频用户规模达到 2.65 亿，使用率从 2009 年末的 62.6%上升到 63.2%。虽然增幅不大，但却结束了去年用户下滑的局面，使用率开始缓慢上升。2010 年上半年，网络视频新增用户 2500 万，增幅达 10.4%。报告认为，随着国家三网融合政策的部署和实施，中国网络视频也将迎来新的发展机遇：视频传输速率的提高，接入渠道的增多，将使网络视频获得更广泛的用户支持，成为大众视频消费的重要方式，快速提升了网络视频的媒体价值和商业价值。

同样是网络娱乐类应用，截至 2010 年 6 月，网络文学使用率为 44.8%，用户规模达 1.88 亿，较 2009 年底增长 15.7%，是互联网娱乐类应用中，用户规模增幅最大的一项。随着 3G 时代手机网民的增长，以及用户对无线内容的庞大需求，拉动了手机网络文学的使用率，对网络文学用户规模增长起到推动作用。

(来源：中国互联网络资讯中心 2010 年 07 月 15 日 责任编辑：樊晓娜)

### c/ [2010 年台湾宽频网络使用调查报告](#)

**新闻稿--【发稿日期】** 中华民国 99 年 3 月 30 日

#### **2010 年台湾宽频网络使用调查报告出炉**

(台北讯 - 3 月 30 日) 台湾网络资讯中心今(30)日公布 2010 年「台湾宽频网络使用调查」报告，截至 2010 年 2 月 12 日为止，台湾地区上网人口约有 1,622 万，共计有 16,217,009 人曾上网(整体人口 0-100 岁)，比去年(2009)1,582 万人，增加约 40 万人；12 岁以上之曾经上网人口有 14,669,915 人，曾经上网比例为 72.56%，

比去年(2009)增加了 1.61 个百分点,其中曾经使用宽频网络人数为 13,590,123 人,宽频使用普及率为 67.21%,比去年(2009)增加 0.74 个百分点。

**就个人上网率部分来看**,台湾地区 12 岁以上民众曾经上网率为 72.56%。在性别上,有些微差距,男性 74.16%;女性 70.93%;12 至 34 岁民众曾经上网比例在九成五以上,而 55 岁以上民众上网比例也有些微成长,达二成五(25.39%);在个人曾经使用宽频网络方面,台湾地区 12 岁以上民众有 67.21%使用宽频上网。年龄在「15-19 岁」(93.92%)、「20-24 岁」(95.11%)、「25-34 岁」(91.35%)宽频使用比例高达九成以上,而「55 岁以上」者宽频使用的比例依然敬陪末座(21.61%),但每五人亦有一人曾经上网。台湾各地区之 12 岁以上民众曾经上网比例则以台北市最高(82.40%),其次依序为高雄市(78.44%);再其次为北部地区(不含台北市 76.93%),而以东部地区比例最低(64.13%);个人曾经宽频使用则以台北市宽频使用比例最高(76.74%),其次为高雄市(73.61%),再其次分别为北部地区(不含台北市)(71.60%)、中部地区(64.23%),而南部地区(不含高雄市)(58.26%)与东部地区(55.72%)之宽频使用比例最低。

在所有宽频网络使用者(个人)中,最常上网的地点以「家中」为最多;其次为「工作场所」;平日平均一天使用宽频时数以「2 小时以上,未满 3 小时」为最多,占 18.32%,整体而言,合计平日一天使用宽频时数「未满 4 小时」已占 59.92%,几近六成;假日平均一天使用宽频数也是以「2 小时以上,未满 3 小时」为最多,占 15.02%,整体而言,合计假日一天使用宽频时数「未满 4 小时」已占 49.75%,几近五成。最常使用之宽频上网功能依序是「搜寻资讯」(52.70%)、「看新闻气象」(31.39%)、再其次是「浏览资讯、网页」(28.09%)。最常使用宽频上网的网站类型以「入口网站类」(56.24%)为最多,其次为「新闻媒体」(23.78%),再其次为「购物网站」(22.72%)。

**就家户上网方面来看**,台湾地区近七成七的家庭(户数为 5,854,133)可以上网,近六成九家庭(户数为 5,252,820)已使用宽频;以居住地区来看,以台北市之家庭宽频使用比例最高,为 83.62%,其次依序为高雄市(78.43%);再其次为北部地区(不含台北市 71.21%),而以东部地区比例最低(52.56%)。台湾地区家中连网方式

主要为宽频 (89.73%)、拨接 (2.53%)，不清楚/不知道(7.13%)。在使用宽频上网为主的家中，以 ADSL 连结上网的比例最高(68.72%)，其次是小区网络 (13.70%)，Cable Modem (8.98%)；值得注意的是，小区网络连结比去年(2009)增加 6.26 百分点。在攸关民众切身权益的宽频网络费用方面，每月上网费用以「751~900 元」及「901~1,000 元」为最多，各占 15.35%及 13.35%。整体而言，其每月上网费用在 500 元以下占 13.79%，1,000 元以下已占 56.48%。另外值得一提的是，费用达 1,001 元以上占 18.25%。

**就网络服务分析方面来看**，有近五成或以上民众曾使用过网络空间、网络影音娱乐、网络购物、在线游戏或网络社群之网络服务，显示民众对多数网络服务已有一定之依赖程度；相对地，民众对网络金融、网络电话及在线学习与远距教学服务使用比例则较低。

### **网络社群服务部分**

在台湾地区 12 岁以上且曾经有上网的民众中，有使用过网络社群服务的比例为 48.88%，34 岁以下的各年龄层是为网络社群的主要使用族群，有使用过网络社群服务之比例介于 63.45%至 75.33%之间，其中以 20-24 岁使用者比例(75.33%)最高。在有使用网络社群服务之受访者中，「因为朋友在使用，所以跟着使用」(35.71%)之原因最多，其次为「实时分享，抒发心情」(16.66%)、「打发时间」(15.80%)及休闲娱乐(15.51%)。平均每天使用网络社群服务之时间，则以「半小时以上，未满 1 小时」为最多，为 23.91%。

### **在线游戏部分**

在台湾地区 12 岁以上且曾经有上网的受访者中，有玩过在线游戏之比例为 50.28%，34 岁以下的各年龄层是为在线游戏的主要使用族群，34 岁以下各年龄层有玩过在线游戏之比例介于 57.77%至 90.91%之间，其中以 12-19 岁使用者比例(83.08%-90.91%)最高。玩在线游戏之原因，以「打发时间」(56.43%)最多，其次为「休闲娱乐」(19.66%)，再其次为「增进同学与朋友的感情」(16.48%)。在线游戏类型以玩「角色扮演」类型之比例最高，为 31.44%；其次为「益智类」，比例为 21.10%；再其次为「动作类(含格斗)」类型之游戏，比例为 12.40%。平

均每天玩在线游戏之时间，以「1 小时以上，未满 2 小时」为最多，为 22.55%。

### **网络购物服务部分**

在台湾地区 12 岁以上且曾经有上网受访者中，有网络购物经验之比例为 57.41%；20~44 岁有网络购物经验之比例为最高，介于 66.07%至 76.92%之间，女性有网络购物经验之比例(61.65%)高于男性的比例(53.43%)。使用网络购物的主要因为「网络价格较优惠」(33.92%)及「方便搜寻比价」(33.09%)；其次为「可节省购物的时间」(22.89%)；再其次为「送货到府」(17.40%)。由上述数据可知，「价格优惠」与「方便且具时效性」是促使宅经济崛起之主因。有网络购物经验的受访者中，以「每个月至少有一次」网络购物之比例最高，占 22.92%；其次为「每一季(3 个月)至少有一次」或「每半年至少有一次」，分别占 20.54%及 19.61%。在曾经网络购物类型中以「衣着饰品」(46.24%)最多；其次为「3C 资讯用品(手机、相机、MP3 等)」(25.22%)、「书籍、杂志、文具」(24.20%)及「日常生活用品」(22.15%)；再其次则有「美容保养品」(15.90%)与「食品、饮料」(12.01%)。

### **无线上网部分**

在无线上网使用行为方面，调查结果显示，近半年台湾地区约有二成二(22.74%/460 万人)的民众使用无线上网，与去年(2009)相比，略为上升的趋势。

### **行动上网部分**

就行动上网部分，目前台湾地区 12 岁以上民众近半年使用行动上网比例约有一成(10.86%)。从调查结果显示，在有使用行动上网的受访者中，其个人使用行动上网费用以「1~150 元」的比例最高，占 16.23%，整体而言，每月行动上网费用在 500 元以下已占 45.13%。另外大约四成四(44.00%)左右的使用者，以「3.5G」方式行动上网，其次为「3G」(28.10%)、以及「GPRS」(15.10%)。

### **有关本次调查结果**

TWNIC 表示，本次调查执行时间为 2010 年 1 月 18 日至 2 月 12 日，调查对象为台湾地区 23 县市电话住宅用户家中年满 12 足岁成员，有效样本数为 3,150 份，采用台湾地区家用电信户为抽样母体，利用电脑辅助电话调查系统(CATI)电话访

问，在 95%信心水准之下，误差为 $\pm 1.5\%$ 。如需进一步取得本次调查报告，欢迎到 TWNIC 网站 <http://stat.twNIC.net.tw> 下载。

**媒体联络人：**徐桂尼

财团法人台湾网络资讯中心

电话：(02) 2341 - 1313 分机 701

传真：(02) 2396 - 8832

电子邮件：[knhsu@twNIC.net.tw](mailto:knhsu@twNIC.net.tw)

如欲知更多相关消息，烦请上网站 [www.twNIC.net.tw](http://www.twNIC.net.tw)

d/ [2010 台湾无线网络使用调查报告—全文](#)

e/ [2010 台湾无线网络使用调查报告—摘要报告](#)

**新闻稿--【发稿日期】** 中华民国 98 年 8 月 31 日

### **2010台湾无线网络使用调查报告出炉**

(台北讯 - 8月31日)为了解台湾地区民众使用无线网络及行动上网之情形与意愿，台湾网络资讯中心(TWNIC)针对居住在台湾且年满12岁以上之民众，分别以电话访问及网络问卷两种方式进行无线网络使用状况调查。

调查发现无线上网使用率「最近半年使用过」狭义无线上网之网络受访者与电访受访者比例分别为71.33%及30.52%，而在广义无线上网方面则分别为79.95%与33.67%。「曾经使用」狭义无线上网之网络受访者与电访受访者比例分别为81.19%及39.67%，广义无线上网之比例分别为88.42%与43.10%。

TWNIC表示，民众(电访及网络问卷)在使用无线上网时最常用的三项功能为「浏览资讯、网页」、「搜寻资讯」及「收发电子邮件」，而遇到之困扰皆以「线路不稳、连线品质不佳」为主。网络受访者使用无线上网之比例明显高于电访受访者，显示网民仍为无线科技的领导接受者，业者可多擅用网络作为沟通促销的管道。然而，网民有**47.48%**是「免费」使用无线上网，其相对也对无线上网品质要求较高，也五成五以担心网络安全问题。因此针对网民要推广付费无线上网，则必须在连线品质及网络安全上给予更好的保证。另外，在曾经上网但目前尚未



无线上网的电访受访者中，有**39.95%**表示未来可能会无线上网，而促使未来使用无线网络的诱因，主要为「可以在户外及室内无线上网」(相对次数：35.40人次)，其次为「未来无线上网的设备普及化」(相对次数：28.57人次)；未曾使用过无线上网之网络受访者，则有**98.79%**表示未来可能会无线上网，而促使未来使用无线网络的诱因，以「拥有无线上网设备」(相对次数：45.36人次)、「未来设备普及化」(相对次数：39.23人次)及「设备能轻便且方便携带」(相对次数：36.60人次)为主要诱因。由调查结果可得知，未来若解决设备问题，将可有效提升网络受访者采用无线上网的意愿。

**在行动上网方面**，曾经上网的民众「最近半年使用」过行动上网之网络受访者与电访受访者比例分别为**55.42%**及**15.44%**；「曾经使用」过行动上网之网络受访者与电访受访者比例分别为**70.00%**及**24.96%**。行动网民接触行动上网时间在两年内皆有六成以上，显示行动上网近年来成长趋势稳定。网络受访者使用行动上网的比例明显的高于电访受访者，且较担心发生网络安全问题，而对行动上网品质满意度也相对较低。在行动上网设备上，电访受访者以行动电话(相对次数：60.78人次)为主；网络受访者则以笔记型电脑(相对次数：63.23人次)及行动电话(相对次数：58.48人次)为主。此外，使用行动上网最常遇到的困扰之调查，除「线路不稳、连线品质不佳」及「下载速度太慢」为主要困扰外，在调查中发现，网络受访者明显在意「上网费用是否划算」(相对次数：41.98人次)。无论网络受访者或电话受访者多数仍认为行动上网品质之满意度为普通，未来在推动行动上网时可以朝行动上网设备及提供更多元费用的方式将可以大大提升行动上网的使用。

在未来固定/移动上网意愿方面，网络受访者中有七成八以上未来有在固定地点上网的需要，五成一以上有移动行进间上网的需要；电访受访者则有四成三以上未来有在固定地点上网的需要，一成九有在移动进行间上网的需要。在未来行动上网申请或继续使用意愿调查中，高达五成九的网络受访者有意愿，而电访受访者也有三成五的人有意愿。网络受访者有四成一的人表示将会因行动上网而减少宽频上网的连线方式，电访受访者中则有二成二。显示行动上网未来成为主流之可能性尚待努力，但其成长趋势及对宽频连线上网之替代性亦不容小觑。

## 有关本次调查资讯

TWNIC表示，本次调查计划委由全国意向顾问股份有限公司执行，电访调查时间为今(2010)年5月25日至6月13日；网络问卷执行时间为5月16日至7月5日，电访调查对象为台湾地区12岁以上的民众，利用电脑电话访问辅助系统（Computer Assisted Telephone Interview, CATI）电话访问，抽样母体为台湾地区电信户，有效样本数为1,079份，在95%信赖水准之下，误差为3%。网络受访者以网络在线开放填写之方式进行，有效样本数为3,073份，如需进一步取得本次调查报告，欢迎至TWNIC 网站<http://stat.twnic.net.tw> 下载。

## 名词定义

狭义无线上网：单纯使用无线局域网（WLAN）上网。即为「利用笔记型电脑、桌上型电脑、手机或PDA使用无线局域网（WLAN）上网（无线上网是指在设置无线上网的热点场所上网，如咖啡店、快餐店、家中、办公室...等）」。

广义无线上网：狭义的无线上网加上「行动上网」。其中行动上网系指例如利用WAP手机、GPRS手机、PDA、PHS、3G手机传送MMS及接取行动网络，如emome、i-mode、远传行动网、Catch、mobeelife、MiMi拇指情报、VIBO行动网及Qma网或利用笔记型电脑接行动网卡上网。

固定地点上网：学校、家中、咖啡厅、办公室等固定位置连结上网

移动上网：行进、搭乘交通工具或在外活动不受范围限制时连结上网

f/ [虚拟幸福真实满足：网络使用者行为及心理状态之分析—李圣洁](#)

### 简介

作者主要尝试以回答以下两个问题，来对于网络使用者作行为与心理分析，并凸显网际网络对社会认同及心理层面的影响，以及点出可以进一步探讨利用网络的特殊特性来抑制网络所造成的负面影响。。

一、影响使用者使用网络与 Blog 的主要因素为何？

二、网络与 Blogger 的特质与使用行为为何？

g/ [网络同侪型塑及对青少年社会化影响之探讨—陈俞霖](#)

**摘要**

本文主要观点的提出，认为传统同侪团体重要性的彰显是因为环境（情境）因素使然。青少年受限于地理环境限制（学校、邻居），迫使自己融入到某一团体中，为的就是希望能够适应外在条件，以求同侪团体的认同与接受，满足其人际基本需求及安全感。然而近年来，网络成为青少年心目中「资讯取得」与「人际交往」的新兴管道，因为它满足了青少年「休闲活动」和「同侪团体支持」两大需求，所以N世代更加沉迷于在线活动中，故而促成了「网络同侪」的产生。由于网络同侪的结识与开展相当多元化，再加上其限制少、选择性多，因此网络同侪的形成，有机会取代传统同侪所无法给予的支持力量。因为网络空间涉入的门坎低，所以几乎所有青少年都能够透过网络，进入到一个拟似成人化的社会里。这是以往传统社会中所不曾发生的一大转变。青少年在这过程中，可以提早学习，并体验不同的社会化经历。过去青少年经常是在一个受保护、隔离的特殊校园文化中学习、成长。所以当它们离开校园之后，都得进行再社会化，才能够适切的融入到大社会环境中。但是到了网络时代，青少年都能够透过和网络同侪的人际互动与交往，藉由在线角色模拟与尝试，提早认识并体验到真实社会的面貌。

h/ [网络使用之态度、动机与影响—王嵩音](#)

**摘要**

本論文主要研究问题包括：网路使用者之网路态度为何？而网路态度又会如何影响其网路的使用行为？网路使用者使用网路的动机为何？使用网路动机又如何影响其使用行为？本研究还试图探讨网路使用对于人际传播以及其它媒介的使用有何影响？

論文运用「台湾社会变迁基本调查计划」之资料，针对台湾地区使用网路之人口进行分析。结果显示，无论是网路态度或是网路动机，均可以显著解释相对应的网路使用行为，且形成相当清楚的模式。使用网路并不一定会影响人际沟通的情况。他们彼此之间还呈现的是正向的关系。另外，使用网路的频率和阅读报纸、

杂志、书籍的频率均呈现显著的正相关。而使用网路愈频繁，看电视的频率就愈低。网路可能成为电视的替代性选择。

i/ [影响成人网络使用行为之初探—吴佳璇、张瑞靓](#)

**摘要**

近几年来，网际网路迅速崛起，网路已经与日常生活密不可分。随着网路的普及化，成人使用网路的比率也逐年增加。本研究以「使用与满足理论」与「科技接受模式」之研究为文献探讨之对象，探讨成人网路使用动机、使用行为、使用意愿与满意度对于使用行为之影响。文献探讨结果可做以下归纳：网路使用行为会受网路使用动机、满意度及使用意愿所影响；网路使用动机会影响网路认知有用性、认知易用性及认知娱乐性，而这三个信念以及满意度则会影响使用意愿。本研究根据研究结果，提供资讯服务及成人教育相关人员以下两点建议：成人网路使用动机对于其是否愿意使用网路有相当大的影响，因此相关人员在规划网路相关活动时，可将成人使用动机作为规划的重点，以提升成人使用的意愿；另外因使用意愿受到认知有用性、认知易用性及认知有趣性所影响，因此建构有用、易用及有趣的网路环境才能增加成人网路使用的意愿。

j/ [网络使用者特性与资讯行为研究趋势之探讨—林珊如](#)

**摘要**

网络使用者特性及网络读者需求是图书资讯学发展数位图书馆，推广资讯素养与数位学习，研究资讯行为等领域所关心的核心问题。本文探讨网络上资讯使用者行为相关研究与调查，包括一般网络使用者特性、使用者搜寻与使用行为、情境研究、网站需求评估等课题，并比较网络使用者研究与过去资讯使用者研究之差异，以提出网络使用者资讯行为研究趋势之观察作结。

k/ [以社会资本观点探讨--使用者参与部落格行为之研究—曾志文、许晋龍](#)

**摘要**

近年来随着部落格使用人口激增，似乎已形成某种强大的社会网路架构，也成为

学术与实务界等领域专家想要探索的网路新兴社群。此外，部落格现象所形成的社会网路结构关系，对于人们采用科技的决策及社会资本的累积是否有所影响，更成为重要的研究议题。因此，本研究试图藉由科技接受模式并结合Nahapiet 与Ghoahal二位学者所提出的社会资本模型，用以深入探讨人们参与部落格行为。研究采用问卷调查的方式，并以PLS-Graph进行资料分析。研究结果显示，人们参与部落格的主要因素包括有用性、易用性与社会资本的认知面(共通的语言和符号、共同的故事)及关系面(信任、规范、义务、认同感)，研究意涵与讨论将提供给部落格经营者在行销与经营决策上参考。

1/ [从网志到微网志：网络社会参与型态的演变介绍—何振诚、邱张名琪、陈威助\(整理\)](#)

**摘要**

资讯科技发展快速，透过网路连结每个使用者，人与人之间的交流方式不断改变。近几年造成热门话题及快速被使用者们所接受的莫过于YouTube、Facebook、Twitter这类社交网络服务（SNS, Social Network Service缩写）特质的网站平台。社会网络透过这些新兴服务在网路上快速成形与发展，进一步加深网路使用者藉由网路工具达到扩展网络、传递消息至或政治运动参与行为。本文概略整理近年来兴起之社交型网站类型，介绍其特色与相关研究，并描述网路使用者如何透过网路媒介达到社会参与的特色

**《环球华人宣教学期刊》第廿二期，2010年10月。**