

處境探討

資訊網路趨勢以及使用者之社會與行為探討



劉耀光傳道

(美國中國信徒佈道會海外差傳部副部長)

有鑑於網絡事工之工作者，需要更多瞭解目前網絡的發展趨勢以及網絡受眾分析，成為實踐網絡宣教的參考點，筆者列舉一些近期在華人範疇中的統計報告以及資訊社會學研究，企盼能夠藉此讓參與者能有從中得著助益，讓網絡宣教更有效的達到目標。

由於許多報告的篇幅都較長，因此讀者可以直接點選標題，連結至原文出處，下載閱讀。

a/ [2009年中國農村互聯網發展狀況調查報告—中國戶聯網絡信息中心](#)

內容摘要

(一) 農村線民規模過億

截至 2009 年 12 月底，中國農村線民規模達到 10681 萬人，農村線民規模首次超過一個億。

(二) 城鄉之間互聯網的發展差距仍較大

從城鄉互聯網的普及率來看，互聯網在城鎮的普及率是 44.6%，在農村僅為 15%，城鄉之間的互聯網發展水準仍存在很大的差異。對比 2004 年以來中國城鄉互聯網的發展差距，農村互聯網發展速度放緩，存在使城鄉互聯網發展差距進一步拉大的可能。

(三) 手機上網將成為拉動農村互聯網發展的重要力量，

截至 2009 年底，中國手機上網用戶達到 2.33 億，其中農村手機上網用戶約為 7189 萬人，占農村線民的 67.3%，較 2008 年提升了近 20 個百分點，手機成為拉動農村互聯網發展的重要力量。

(四) 農村線民更加趨於年輕化，互聯網逐步向農村低學歷群體滲透

中國城鎮線民男女性別比例為 52.7：47.3，農村線民男女性別比例為 58：42。與城鎮相比，農村線民的性別結構相對不均衡，男性比例高出女性 16 個百分點。

與線民總體的年齡結構相比，農村線民更加趨於年輕化。農村線民中 30 歲以下群體所占比例高達 69.2%，其中 19 歲以下年輕線民所占比重達 41.1%。城鎮與農村線民之間的學歷分佈差異比較明顯，農村線民平均文化水準相對較低。農村線民中，初中及以下學歷的線民占 52.1%，遠高於城鎮中 29.2% 的占比。與 2008 年相比，農村初中文化程度的線民所占比例增長了 2.7%，互聯網在中國農村地區正在向低學歷人口滲透。

(五) 農村線民上網時長增加，互聯網在農村地區日常生活中佔有重要位置

農村線民的平均上網時長約 16 小時/周，與 2008 年相比，農村線民平均每週上網時間增加了近 3 小時，互聯網在農村地區日常生活中佔有重要位置。

(六) 城鄉網路應用使用差距較大，側重略有不同

從城鄉使用差距來看，大部分網路應用在城鎮的使用率均高於農村。尤其在商務交易類和交流溝通類的網路應用中，城鎮線民使用率遠高於農村線

民；而對網路娛樂的應用中，農村地區線民的使用率與城鎮較為接近，甚至高於城鎮，以網路遊戲為例，農村地區線民的使用率高出城鎮 1.3%。

b/ [CNNIC 發佈《第 26 次中國互聯網路發展狀況統計報告》](#)

內容摘要

我國網民規模達到 4.2 億 商務類應用顯著提升

2010 年 7 月 15 日，中國互聯網路資訊中心（CNNIC）在京發佈了《第 26 次中國互聯網路發展狀況統計報告》（以下簡稱《報告》）。《報告》顯示，截至 2010 年 6 月底，我國網民規模達 4.2 億人，互聯網普及率持續上升增至 31.8%。手機網民成為拉動中國總體網民規模攀升的主要動力，半年內新增 4334 萬，達到 2.77 億人，增幅為 18.6%。值得關注的是，互聯網商務化程度迅速提高，全國網路購物用戶達到 1.4 億，網上支付、網路購物和網上銀行半年用戶增長率均在 30% 左右，遠遠超過其他類網路應用。

網民規模突破 4 億大關 手機網民成增長主力

CNNIC《報告》顯示，截至 2010 年 6 月底，我國網民規模已經突破 4 億關口，達到了 4.2 億，較 2009 年底增加 3600 萬人。互聯網普及率攀升至 31.8%，與 2009 年底相比提高了 2.9 個百分點。

手機網民成為拉動中國總體網民規模攀升的主要動力。《報告》顯示，截至 2010 年 6 月底，手機網民用戶達到 2.77 億，在整體網民中的佔比攀升至 65.9%，相比 2009 年底增加了 4334 萬人，增幅達 18.6%，其中，大約有 4914 萬的網民只使用手機上網，佔網民總數的 11.7%。移動互聯網展現出了巨大的發展潛力。

商務應用快速發展 網路安全仍為最大制約因素

CNNIC《報告》顯示，2010 年上半年，我國網民的互聯網應用表現出商務化程度迅速提高、娛樂化傾向繼續保持、溝通和資訊工具價值加深的特點，其中，商務類應用表現尤其突出。截至 2010 年 6 月底，網路購物、網上支付和網上銀行的使用率分別為 33.8%、30.5%和 29.1%，用戶規模分別達到 1.42 億、1.28 億、1.22 億，半年用戶規模增幅分別為 31.4%，36.2%和 29.9%，增速在各類網路應

用中排名前三。

儘管如此，網路商務應用仍然受到各種安全因素的困擾。CNNIC 調查發現，僅 2010 年上半年，就有 59.2% 的網民在使用互聯網過程中遇到過病毒或木馬攻擊；30.9% 的網民賬號或密碼被盜過；電子商務網站訪問者中 89.2% 的人擔心假冒網站，其中，86.9% 的人表示如果無法獲得該網站進一步的確認資訊，將會選擇退出交易。網路安全和信任問題已經成為網路商務深層次發展的最大制約因素，互聯網向商務交易型應用的發展，急需建立更加可信、可靠的網路環境。

網路視頻用戶止跌回升 3G 推動網路文學用戶增長

CNNIC《報告》顯示，2010 年上半年，網路視頻用戶規模達到 2.65 億，使用率從 2009 年末的 62.6% 上升到 63.2%。雖然增幅不大，但卻結束了去年用戶下滑的局面，使用率開始緩慢上升。2010 年上半年，網路視頻新增用戶 2500 萬，增幅達 10.4%。報告認為，隨著國家三網融合政策的部署和實施，中國網路視頻也將迎來新的發展機遇：視頻傳輸速率的提高，接入渠道的增多，將使網路視頻獲得更廣泛的用戶支持，成為大眾視頻消費的重要方式，快速提升了網路視頻的媒體價值和商業價值。

同樣是網路娛樂類應用，截至 2010 年 6 月，網路文學使用率為 44.8%，用戶規模達 1.88 億，較 2009 年底增長 15.7%，是互聯網娛樂類應用中，用戶規模增幅最大的一項。隨著 3G 時代手機網民的增長，以及用戶對無線內容的龐大需求，拉動了手機網路文學的使用率，對網路文學用戶規模增長起到推動作用。

(來源：中國互聯網路資訊中心 2010 年 07 月 15 日 責任編輯：樊曉娜)

c/ [2010 年臺灣寬頻網路使用調查報告](#)

新聞稿--【發稿日期】中華民國 99 年 3 月 30 日

2010 年台灣寬頻網路使用調查報告出爐

(台北訊 - 3 月 30 日) 台灣網路資訊中心今(30)日公布 2010 年「台灣寬頻網路使用調查」報告，截至 2010 年 2 月 12 日為止，台灣地區上網人口約有 1,622 萬，共計有 16,217,009 人曾上網(整體人口 0-100 歲)，比去年(2009)1,582 萬人，增加約 40 萬人；12 歲以上之曾經上網人口有 14,669,915 人，曾經上網比例為 72.56%，

比去年(2009)增加了 1.61 個百分點，其中曾經使用寬頻網路人數為 13,590,123 人，寬頻使用普及率為 67.21%，比去年(2009)增加 0.74 個百分點。

就個人上網率部分來看，台灣地區 12 歲以上民眾曾經上網率為 72.56%。在性別上，有些微差距，男性 74.16%；女性 70.93%；12 至 34 歲民眾曾經上網比例在九成五以上，而 55 歲以上民眾上網比例也有些微成長，達二成五(25.39%)；在個人曾經使用寬頻網路方面，台灣地區 12 歲以上民眾有 67.21%使用寬頻上網。年齡在「15-19 歲」(93.92%)、「20-24 歲」(95.11%)、「25-34 歲」(91.35%)寬頻使用比例高達九成以上，而「55 歲以上」者寬頻使用的比例依然敬陪末座

(21.61%)，但每五人亦有一人曾經上網。台灣各地區之 12 歲以上民眾曾經上網比例則以台北市最高 (82.40%)，其次依序為高雄市(78.44%)；再其次為北部地區(不含台北市 76.93%)，而以東部地區比例最低 (64.13%)；個人曾經寬頻使用則以台北市寬頻使用比例最高(76.74%)，其次為高雄市(73.61%)，再其次分別為北部地區(不含台北市) (71.60%)、中部地區 (64.23%)，而南部地區(不含高雄市) (58.26%) 與東部地區 (55.72%) 之寬頻使用比例最低。

在所有寬頻網路使用者(個人)中，最常上網的地點以「家中」為最多；其次為「工作場所」；平日平均一天使用寬頻時數以「2 小時以上，未滿 3 小時」為最多，占 18.32%，整體而言，合計平日一天使用寬頻時數「未滿 4 小時」已占 59.92%，幾近六成；假日平均一天使用寬頻數也是以「2 小時以上，未滿 3 小時」為最多，占 15.02%，整體而言，合計假日一天使用寬頻時數「未滿 4 小時」已占 49.75%，幾近五成。最常使用之寬頻上網功能依序是「搜尋資訊」(52.70%)、「看新聞氣象」(31.39%)、再其次是「瀏覽資訊、網頁」(28.09%)。最常使用寬頻上網的網站類型以「入口網站類」(56.24%)為最多，其次為「新聞媒體」(23.78%)，再其次為「購物網站」(22.72%)。

就家戶上網方面來看，台灣地區近七成七的家庭(戶數為 5,854,133)可以上網，近六成九家庭(戶數為 5,252,820)已使用寬頻；以居住地區來看，以台北市之家庭寬頻使用比例最高，為 83.62%，其次依序為高雄市(78.43%)；再其次為北部地區(不含台北市 71.21%)，而以東部地區比例最低 (52.56%)。台灣地區家中連網方式

主要為寬頻 (89.73%)、撥接 (2.53%)，不清楚/不知道(7.13%)。在使用寬頻上網為主的家戶中，以 ADSL 連結上網的比例最高(68.72%)，其次是社區網路 (13.70%)，Cable Modem (8.98%)；值得注意的是，社區網路連結比去年(2009)增加 6.26 百分點。在攸關民眾切身權益的寬頻網路費用方面，每月上網費用以「751~900 元」及「901~1,000 元」為最多，各占 15.35%及 13.35%。整體而言，其每月上網費用在 500 元以下占 13.79%，1,000 元以下已占 56.48%。另外值得一提的是，費用達 1,001 元以上占 18.25%。

就網路服務分析方面來看，有近五成或以上民眾曾使用過網路空間、網路影音娛樂、網路購物、線上遊戲或網路社群之網路服務，顯示民眾對多數網路服務已有一定之依賴程度；相對地，民眾對網路金融、網路電話及線上學習與遠距教學服務使用比例則較低。

網路社群服務部分

在台灣地區 12 歲以上且曾經有上網的民眾中，有使用過網路社群服務的比例為 48.88%，34 歲以下的各年齡層是為網路社群的主要使用族群，有使用過網路社群服務之比例介於 63.45%至 75.33%之間，其中以 20-24 歲使用者比例(75.33%)最高。在有使用網路社群服務之受訪者中，「因為朋友在使用，所以跟著使用」(35.71%)之原因最多，其次為「即時分享，抒發心情」(16.66%)、「打發時間」(15.80%)及休閒娛樂(15.51%)。平均每天使用網路社群服務之時間，則以「半小時以上，未滿 1 小時」為最多，為 23.91%。

線上遊戲部分

在台灣地區 12 歲以上且曾經有上網的受訪者中，有玩過線上遊戲之比例為 50.28%，34 歲以下的各年齡層是為線上遊戲的主要使用族群，34 歲以下各年齡層有玩過線上遊戲之比例介於 57.77%至 90.91%之間，其中以 12-19 歲使用者比例(83.08%-90.91%)最高。玩線上遊戲之原因，以「打發時間」(56.43%)最多，其次為「休閒娛樂」(19.66%)，再其次為「增進同學與朋友的感情」(16.48%)。線上遊戲類型以玩「角色扮演」類型之比例最高，為 31.44%；其次為「益智類」，比例為 21.10%；再其次為「動作類(含格鬥)」類型之遊戲，比例為 12.40%。平

均每天玩線上遊戲之時間，以「1 小時以上，未滿 2 小時」為最多，為 22.55%。

網路購物服務部分

在台灣地區 12 歲以上且曾經有上網受訪者中，有網路購物經驗之比例為 57.41%；20~44 歲有網路購物經驗之比例為最高，介於 66.07%至 76.92%之間，女性有網路購物經驗之比例(61.65%)高於男性的比例(53.43%)。使用網路購物的主要因為「網路價格較優惠」(33.92%)及「方便搜尋比價」(33.09%)；其次為「可節省購物的時間」(22.89%)；再其次為「送貨到府」(17.40%)。由上述數據可知，「價格優惠」與「方便且具時效性」是促使宅經濟崛起之主因。有網路購物經驗的受訪者中，以「每個月至少有一次」網路購物之比例最高，占 22.92%；其次為「每一季(3 個月)至少有一次」或「每半年至少有一次」，分別占 20.54%及 19.61%。在曾經網路購物類型中以「衣著飾品」(46.24%)最多；其次為「3C 資訊用品(手機、相機、MP3 等)」(25.22%)、「書籍、雜誌、文具」(24.20%)及「日常生活用品」(22.15%)；再其次則有「美容保養品」(15.90%)與「食品、飲料」(12.01%)。

無線上網部分

在無線上網使用行為方面，調查結果顯示，近半年台灣地區約有二成二 (22.74%/460 萬人)的民眾使用無線上網，與去年(2009)相比，略為上升的趨勢。

行動上網部分

就行動上網部分，目前台灣地區 12 歲以上民眾近半年使用行動上網比例約有一成 (10.86%)。從調查結果顯示，在有使用行動上網的受訪者中，其個人使用行動上網費用以「1~150 元」的比例最高，占 16.23%，整體而言，每月行動上網費用在 500 元以下已占 45.13%。另外大約四成四 (44.00%) 左右的使用者，以「3.5G」方式行動上網，其次為「3G」(28.10%)、以及「GPRS」(15.10%)。

有關本次調查結果

TWNIC 表示，本次調查執行時間為 2010 年 1 月 18 日至 2 月 12 日，調查對象為台灣地區 23 縣市電話住宅用戶家中年滿 12 足歲成員，有效樣本數為 3,150 份，

採用台灣地區家用電信戶為抽樣母體，利用電腦輔助電話調查系統(CATI)電話訪問，在 95%信心水準之下，誤差為±1.5%。如需進一步取得本次調查報告，歡迎到 TWNIC 網站 <http://stat.twnic.net.tw> 下載。

媒體聯絡人：徐桂尼

財團法人台灣網路資訊中心

電話：(02) 2341 – 1313 分機 701

傳真：(02) 2396 - 8832

電子郵件：knhsu@twnic.net.tw

如欲知更多相關消息，煩請上網站 www.twnic.net.tw

d/ [2010 台灣無線網路使用調查報告—全文](#)

e/ [2010 台灣無線網路使用調查報告—摘要報告](#)

新聞稿--【發稿日期】中華民國 98 年 8 月 31 日

2010台灣無線網路使用調查報告出爐

(台北訊 – 8月31日)為了解台灣地區民眾使用無線網路及行動上網之情形與意願，台灣網路資訊中心(TWNIC)針對居住在台灣且年滿12歲以上之民眾，分別以電話訪問及網路問卷兩種方式進行無線網路使用狀況調查。

調查發現無線上網使用率「最近半年使用過」狹義無線上網之網路受訪者與電訪受訪者比例分別為71.33%及30.52%，而在廣義無線上網方面則分別為79.95%與33.67%。「曾經使用」狹義無線上網之網路受訪者與電訪受訪者比例分別為81.19%及39.67%，廣義無線上網之比例分別為88.42%與43.10%。

TWNIC表示，民眾(電訪及網路問卷)在使用無線上網時最常用的三項功能為「**瀏覽資訊、網頁**」、「**搜尋資訊**」及「**收發電子郵件**」，而遇到之困擾皆以「線路不穩、連線品質不佳」為主。網路受訪者使用無線上網之比例明顯高於電訪受訪者，顯示網民仍為無線科技的領導接受者，業者可多擅用網路作為溝通促銷的管道。然而，網民有**47.48%**是「免費」使用無線上網，其相對也對無線上網品質要求較高，也五成五以擔心網路安全問題。因此針對網民要推廣付費無線上網，

則必須在連線品質及網路安全上給予更好的保證。另外，在曾經上網但目前尚未無線上網的電訪受訪者中，有**39.95%**表示未來可能會無線上網，而促使未來使用無線網路的誘因，主要為「可以在戶外及室內無線上網」(相對次數：35.40人次)，其次為「未來無線上網的設備普及化」(相對次數：28.57人次)；未曾使用過無線上網之網路受訪者，則有**98.79%**表示未來可能會無線上網，而促使未來使用無線網路的誘因，以「擁有無線上網設備」(相對次數：45.36人次)、「未來設備普及化」(相對次數：39.23人次)及「設備能輕便且方便攜帶」(相對次數：36.60人次)為主要誘因。由調查結果可得知，未來若解決設備問題，將可有效提升網路受訪者採用無線上網的意願。

在行動上網方面，曾經上網的民眾「最近半年使用」過行動上網之網路受訪者與電訪受訪者比例分別為**55.42%**及**15.44%**；「曾經使用」過行動上網之網路受訪者與電訪受訪者比例分別為**70.00%**及**24.96%**。行動網民接觸行動上網時間在兩年內皆有六成以上，顯示行動上網近年來成長趨勢穩定。網路受訪者使用行動上網的比例明顯的高於電訪受訪者，且較擔心發生網路安全問題，而對行動上網品質滿意度也相對較低。在行動上網設備上，電訪受訪者以行動電話(相對次數：60.78人次)為主；網路受訪者則以筆記型電腦(相對次數：63.23人次)及行動電話(相對次數：58.48人次)為主。此外，使用行動上網最常遇到的困擾之調查，除「線路不穩、連線品質不佳」及「下載速度太慢」為主要困擾外，在調查中發現，網路受訪者明顯在意「上網費用是否划算」(相對次數：41.98人次)。無論網路受訪者或電話受訪者多數仍認為行動上網品質之滿意度為普通，未來在推動行動上網時可以朝行動上網設備及提供更多元費用的方式將可以大大提升行動上網的使用。

在未來固定/移動上網意願方面，網路受訪者中有七成八以上未來有在固定地點上網的需要，五成一以上有移動行進間上網的需要；電訪受訪者則有四成三以上未來有在固定地點上網的需要，一成九有在移動進行間上網的需要。在未來行動上網申請或繼續使用意願調查中，高達五成九的網路受訪者有意願，而電訪受訪者也有三成五的人有意願。網路受訪者有四成一的人表示將會因行動上網而減少寬頻上網的連線方式，電訪受訪者中則有二成二。顯示行動上網未來成為主流之可能性尚待努力，但其成長趨勢及對寬頻連線上網之替代性亦不容小覷。

有關本次調查資訊

TWNIC表示，本次調查計畫委由全國意向顧問股份有限公司執行，電訪調查時間為今(2010)年5月25日至6月13日；網路問卷執行時間為5月16日至7月5日，電訪調查對象為台灣地區12歲以上的民眾，利用電腦電話訪問輔助系統（Computer Assisted Telephone Interview，CATI）電話訪問，抽樣母體為台灣地區電信戶，有效樣本數為1,079份，在95%信賴水準之下，誤差為3%。網路受訪者以網路線上開放填寫之方式進行，有效樣本數為3,073份，如需進一步取得本次調查報告，歡迎至TWNIC 網站<http://stat.twNIC.net.tw> 下載。

名詞定義

狹義無線上網：單純使用無線區域網路（WLAN）上網。即為「利用筆記型電腦、桌上型電腦、手機或PDA使用無線區域網路（WLAN）上網（無線上網是指在設置無線上網的熱點場所上網，如咖啡店、速食店、家中、辦公室...等）」。

廣義無線上網：狹義的無線上網加上「行動上網」。其中行動上網係指例如利用WAP手機、GPRS手機、PDA、PHS、3G手機傳送MMS及接取行動網路，如emome、i-mode、遠傳行動網、Catch、mobeelife、MiMi拇指情報、VIBO行動網及Qma網或利用筆記型電腦接行動網卡上網。

固定地點上網：學校、家中、咖啡廳、辦公室等固定位置連結上網

移動上網：行進、搭乘交通工具或在外活動不受範圍限制時連結上網

f/ [虛擬幸福真實滿足：網路使用者行為及心理狀態之分析—李聖潔](#)

簡介

作者主要嘗試以回答以下兩個問題，來對於網路使用者作行為與心裡分析，並凸顯網際網路對社會認同及心理層面的影響，以及點出可以進一步探討利用網路的特殊特性來抑制網路所造成的負面影響。。

一、影響使用者使用網路與 Blog 的主要因素為何？

二、網路與 Blogger 的特質與使用行為為何？

g/ [網路同儕型塑及對青少年社會化影響之探討—陳俞霖](#)

摘要

本文主要觀點的提出，認為傳統同儕團體重要性的彰顯是因為環境（情境）因素使然。青少年受限於地理環境限制（學校、鄰居），迫使自己融入到某一團體中，為的就是希望能夠適應外在條件，以求同儕團體的認同與接受，滿足其人際基本需求及安全感。然而近年來，網路成為青少年心目中「資訊取得」與「人際交往」的新興管道，因為它滿足了青少年「休閒活動」和「同儕團體支持」兩大需求，所以N世代更加沉迷於線上活動中，故而促成了「網路同儕」的產生。由於網路同儕的結識與開展相當多元化，再加上其限制少、選擇性多，因此網路同儕的形成，有機會取代傳統同儕所無法給予的支持力量。因為網路空間涉入的門檻低，所以幾乎所有青少年都能夠透過網路，進入到一個擬似成人化的社會裡。這是以往傳統社會中所不曾發生的一大轉變。青少年在這過程中，可以提早學習，並體驗不同的社會化經歷。過去青少年經常是在一個受保護、隔離的特殊校園文化中學習、成長。所以當他們離開校園之後，都得進行再社會化，才能夠適切的融入到大社會環境中。但是到了網路時代，青少年都能夠透過和網路同儕的人際互動與交往，藉由線上角色模擬與嚐試，提早認識並體驗到真實社會的面貌。

h/ [網路使用之態度、動機與影響—王嵩音](#)

摘要

本論文主要研究問題包括：網路使用者之網路態度為何？而網路態度又會如何影響其網路的使用行為？網路使用者使用網路的動機為何？使用網路動機又如何影響其使用行為？本研究還試圖探討網路使用對於人際傳播以及其他媒介的使用有何影響？

論文運用「台灣社會變遷基本調查計畫」之資料，針對台灣地區使用網路之人口進行分析。結果顯示，無論是網路態度或是網路動機，均可以顯著解釋相對應的網路使用行為，且形成相當清楚的模式。使用網路並不一定會影響人際溝通的情

況。他們彼此之間還呈現的是正向的關係。另外，使用網路的頻率和閱讀報紙、雜誌、書籍的頻率均呈現顯著的正相關。而使用網路愈頻繁，看電視的頻率就愈低。網路可能成為電視的替代性選擇。

i/ [影響成人網路使用行為之初探—吳佳璇、張瑞靚](#)

摘要

近幾年來，網際網路迅速崛起，網路已經與日常生活密不可分。隨著網路的普及化，成人使用網路的比率也逐年增加。本研究以「使用與滿足理論」與「科技接受模式」之研究為文獻探討之對象，探討成人網路使用動機、使用行為、使用意願與滿意度對於使用行為之影響。文獻探討結果可做以下歸納：網路使用行為會受網路使用動機、滿意度及使用意願所影響；網路使用動機會影響網路認知有用性、認知易用性及認知娛樂性，而這三個信念以及滿意度則會影響使用意願。本研究根據研究結果，提供資訊服務及成人教育相關人員以下兩點建議：成人網路使用動機對於其是否願意使用網路有相當大的影響，因此相關人員在規劃網路相關活動時，可將成人使用動機作為規劃的重點，以提升成人使用的意願；另外因使用意願受到認知有用性、認知易用性及認知有趣性所影響，因此建構有用、易用及有趣的網路環境才能增加成人網路使用的意願。

j/ [網路使用者特性與資訊行為研究趨勢之探討—林珊如](#)

摘要

網路使用者特性及網路閱讀者需求是圖書資訊學發展數位圖書館，推廣資訊素養與數位學習，研究資訊行為等領域所關心的核心問題。本文探討網路上資訊使用者行為相關研究與調查，包括一般網路使用者特性、使用者搜尋與使用行為、情境研究、網站需求評估等課題，並比較網路使用者研究與過去資訊使用者研究之差異，以提出網路使用者資訊行為研究趨勢之觀察作結。

k/ [以社會資本觀點探討--使用者參與部落格行為之研究—曾志文、許晉龍](#)

摘要

近年來隨著部落格使用人口激增，似乎已形成某種強大的社會網路架構，也成為學術與實務界等領域專家想要探索的網路新興社群。此外，部落格現象所形成的社會網路結構關係，對於人們採用科技的決策及社會資本的累積是否有所影響，更成為重要的研究議題。因此，本研究試圖藉由科技接受模式並結合Nahapiet 與Ghoahal二位學者所提出的社會資本模型，用以深入探討人們參與部落格行為。研究採用問卷調查的方式，並以PLS-Graph進行資料分析。研究結果顯示，人們參與部落格的主要因素包括有用性、易用性與社會資本的認知面(共通的語言和符號、共同的故事)及關係面(信任、規範、義務、認同感)，研究意涵與討論將提供給部落格經營者在行銷與經營決策上參考。

1/ [從網誌到微網誌：網路社會參與型態的演變介紹—何振誠、邱張名琪、陳威助\(整理\)](#)

摘要

資通訊科技發展快速，透過網路連結每個使用者，人與人之間的交流方式不斷改變。近幾年造成熱門話題及快速被使用者們所接受的莫過於YouTube、Facebook、Twitter這類社交網絡服務（SNS, Social Network Service縮寫）特質的網站平台。社會網絡透過這些新興服務在網路上快速成形與發展，進一步加深網路使用者藉由網路工具達到擴展網絡、傳遞消息至或政治運動參與行為。本文概略整理近年來興起之社交型網站類型，介紹其特色與相關研究，並描述網路使用者如何透過網路媒介達到社會參與的特色

《環球華人宣教學期刊》第廿二期，2010年10月。