

D667.9

567

我国城市家庭的上网意向研究

金兼斌 著

浙江大學出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

我国城市家庭的上网意向研究 / 金兼斌著. — 杭州:
浙江大学出版社, 2002. 7

ISBN 7-308-03024-5

I. 我... II. 金... III. 家庭—因特网—使用—调
查研究—中国 IV. D669. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 045238 号

责任编辑: 朱绍泰 陶 杭

出版发行: 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

排 版: 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷: 杭州电子工业学院印刷厂

开 本: 850mm×1168mm 1/32

印 张: 8

字 数: 200 千

版、印 次: 2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 0001--2000

书 号: ISBN 7-308-03024-5/D·139

定 价: 20.00 元

愿闻“吱吱”声(代序)

朱 立

香港浸会大学传理学院教授兼院长

本书基于作者在香港浸会大学完成的博士论文《中国大陆城市居民采纳互联网研究》，是他四年学习的心血结晶。博士论文是严谨的学术写作，得经历概念与操作性的思考、资料搜集与分析、写作与修改的过程。这个过程未必一气呵成，而且往往曲折迂回，这篇论文的经历也不例外。作者对中国大陆城市居民互联网采纳的研究着眼点是“心理学”的，也就是论文所引用的“理性行为理论”，它的方法是计量的。其实，我最初的构想是“社会学”的，是计量、也计质的。我的原意是希望作者研究互联网在中国大陆的普及情形，并探讨用户对互联网的使用。心理学和社会学，计量或计质都是研究互联网或传播较为常用的方法。在这方面，指导老师和学生不必强求一致。因此，作者另有所思，我也不反对。当然，我们想法的不同，增加了作者的困扰。好在作者把困扰当做孙悟空在太上老君炼丹炉内的煎熬一样，过程肯定不好受，但这是磨炼研究与思考本领所不可少的。互联网无疑是空前的革命性传播工具，既是个人传播工具，也是大众传播工具。疆域、界限、空间对它毫无意义，它既快、又准，而且量大无穷，用者的时间与精力是它惟一的限制。这么复杂而多功能的科技，影响肯定是多元的。研究的方法亦不限于作者所依据的“理性行为”心理学模式，政治学、经济学、社会学、

法律学都是可行的切入点。1996年6月,我初识作者于北京清华园。1998年1月,他来浸大传理学院攻读博士学位。之前,他已拥有北京清华大学的工学士、文学士和工学硕士学位。以文、理的背景,在我们的学院接受传播理论与社会科学方法的训练,这不是人人皆有的学习过程。“大学者,‘大’学也”!文理兼通有助扎下广博的基础,使自己能够在学术的道路上走得稳而远。作者为人笃实、勤奋,不固步自封,他有潜力在传播学的领域里稳步前行。传播学的奠基人之一,宣伟伯(Wilbur Schramm)教授生前最喜欢告诫后辈学者:“要让思想碰得吱吱叫”!身为作者的指导老师,我当然希望听到他论文所引起的“吱吱”叫声。谨以此与兼斌共勉,也与所有传播学的同行共勉。是为序!

2002年3月25日

内 容 提 要

世纪之交,互联网对于我国许多普通民众,已经不再神秘和陌生。作为一种将永久改变我们生活、学习、工作和娱乐方式的革命性创新,互联网进入家庭具有深远的意义。本研究以浙江省杭州市为例,对我国城市居民现阶段在家里采纳互联网的意向及其各种影响因素作了实证研究。研究以理性行为理论为基础来构建分析模型,把影响人们采纳互联网的因素归纳为态度、主观规范和制约条件三类,而态度和主观规范又分别受行为信念和规范信念影响。通过问卷调查,本研究共获得有效个案 859 个。结果发现:(1)人们在家里采纳互联网的意向可区分为采纳可能和采纳愿望;其中采纳可能受态度、主观规范和内部条件的显著影响;而采纳愿望主要受态度影响。(2)人们对在家里采纳互联网的态度,主要受相对优越性和情感满足的正向影响以及相对不利性的负向影响;此外,主观规范对态度也有显著正向影响。而主观规范,则主要受同事、家人和亲戚这三个规范信念的正向影响。(3)家里已经上网的人和家庭尚未上网的人之间,影响其态度的行为信念存在着差别,而影响其主观规范的规范信念则没有什么不同。(4)与理性行为理论的预期不同,本研究发现,部分行为信念,包括相对优越性、相对不利性、相符性、情感满足,以及部分规范信念,主要是家人,对采纳意向有直接影响。(5)为了使本研究的微观分析和更广大的社会现实相联系,我们还检验了几个重要的外在建项,包括生活方式、创新精神和媒介满意对人们采纳互联网的影响。结果发现,创新精神和生活方式中的生活时尚变项对人们采纳互联网的可能和愿望都有

显著影响,而媒介满意和生活方式中的生活扩展变项对于人们采纳互联网的意向则没有影响。与理性行为理论的预期基本一致,各外在变项对人们采纳互联网的影响主要是通过各行为信念和规范信念间接体现出来的。

本研究揭示了当今我国城市居民在家里采纳互联网的决策因素和过程,对理性行为理论在家里采纳互联网这一研究领域的应用作了大胆探索,具有理论价值和现实意义。

ABSTRACT

With the rapid development of the Internet worldwide and in China, an exploration on how the ordinary Chinese perceive and use the Internet in their everyday lives was desperately needed. This study examined a crucial topic regarding Internet diffusion—Internet adoption in household environment. Based on a survey with 859 valid cases of urban residents in Hangzhou, the capital of China's Zhejiang province, it attempted to map out the factors leading to people's Internet adoption decisions. Its research framework was grounded on the Theory of Reasoned Action, which was modified to take into consideration of both the social environment of Internet adoption in China and the characteristics of the Internet itself. It is found that, (a) the intention of adoption can be further categorized into *likeliness of adoption* and *desirability of adoption*. The former is determined collectively by *the attitude towards Internet adoption*, *the subjective norms*, and *the facilitating conditions*. The desirability of adoption, however, is mainly determined by the attitude. (b) The attitude towards Internet adoption is affected positively by *relative advantage*, *emotional gratifications* and negatively by *relative disadvantage*. The subjective norm is mainly affected positively by three normative beliefs—*colleagues*, *family members and relatives*. (c) The number and relative importance of determinants of people's attitude are different between people

who have and have not adopted the Internet in their households, but as for the determinants of people's *subjective norms*, no significant difference was found. (d) Different from the prediction of Theory of Reasoned Action, this study finds that some behavioral beliefs, including *relative advantage*, *emotional gratifications*, *relative disadvantage* and *compatibility*, as well as one of the normative beliefs, *the family members*, have direct impact on the *intention* of people's Internet adoption. (e) Four external variables, including *fashionable lifestyle*, *media satisfaction*, *life expansionist* and *innovativeness*, are specified and examined in terms of their possible impact on the *intention* of the Internet adoption. The study shows that *fashionable lifestyle* and *innovativeness* have significant effects while *media satisfaction* and *life expansionist* basically have no significant effect on people's Internet adoption. In consistence with the prediction of Theory of Reasoned Action, these effects on intention of Internet adoption are largely indirect, with the mediating of both behavioral beliefs and normative beliefs.

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 互联网对我国的意义	(2)
第二节 研究问题的缘起	(5)
第三节 研究目标和研究意义	(7)
第四节 研究方法和本书架构	(10)
第二章 我国的互联网使用环境	(12)
第一节 媒介政策环境	(12)
第二节 社会经济环境	(27)
第三节 产业发展环境	(39)
第三章 文献与理论探讨	(46)
第一节 有关互联网的传播研究	(46)
第二节 研究理论模型的构建	(60)
第三节 研究的分析框架	(73)
第四章 研究设计和方法	(110)
第一节 研究模型和研究问题	(110)
第二节 研究地点选取和取样	(119)
第三节 各变项的测量方法	(122)
第四节 问卷设计	(133)
第五节 具体调查过程和结果	(136)

第五章 研究发现·····	(140)
第一节 量表的效度和信度检验·····	(140)
第二节 描述统计·····	(152)
第三节 主要研究发现·····	(160)
第六章 讨论和建议·····	(188)
第一节 研究结果讨论·····	(188)
第二节 研究的理论和现实意义·····	(204)
第三节 研究的主要优缺点·····	(206)
第四节 对今后研究的建议·····	(208)
参考文献·····	(211)
附录 A 研究所用的调查问卷·····	(231)
附录 B 各行为信念量表题项因子分析的部分结果·····	(238)
附录 C 本书中有关词汇中—英对照表·····	(240)
图表索引·····	(242)
作者履历·····	(244)
致谢·····	(245)

第一章

绪 论

国际互联网(Internet,以下简称互联网)无疑是人类有史以来最具革命性的创新之一,虽然它的起源和 20 世纪后半叶令人窒息的冷战阴影密不可分,但它的演变和发展,却很快超越了狭隘的冷战思维,进入鲜活的激动人心的日常生活中。在 20 世纪的最后 10 年,网络这一原本为了在核军事打击下仍可保证通讯畅通的天才构想,已经物化为把地球上的人们前所未有地紧密联系在一起的国际互联网。据“Hobbes 互联网发展大事记”统计,截至 2000 年 7 月底止,全世界联网的计算机已超过 9 300 万台,5 年之内增加了 16 倍。其他资料,包括网址、联网主机的增加也以类似方式激增。至 1997 年 7 月,全世界接入互联网的国家已经超过 170 个(Robert Hobbes' Zakon, 2000)。像人类文明进程中那些里程碑式的创新和发明一样,互联网已经并将继续不可逆转地改变越来越多的人的生活、学习、工作、娱乐和相互交往的方式。今天,“互联网”,“赛柏空间”(cyberspace)以及“信息高速公路”(information super highway)等词汇,已经频频出现在普通民众的日常交谈中。互联网在经历了其早期的“精英”(elite)路线以后,正迅速成为一种“大众现象”(mass phenomenon)(Blank, 2000: 37),开始其平民化进程。很多我们早已习以为常的基本观念,包括对自己、对社会和对世界的认知和看法,也不断遭遇新的挑战(Gachenbach & Ellerman, 1998)。一言以蔽之,我们处身其中的世界已经因为互联网的出现和发展而发生了深刻的变化。

在这场具有深远意义的互联网革命中,承续 20 多年改革开放

之成果而正经历深刻社会转型的我国,也不失时机地抓住了以网络通信为核心的信息化发展机遇。从1994年4月我国第一个实验网中国科技网和国际互联网相联至今,短短五六年间,互联网在我国从无到有,从只属高校师生和研究人员的“专宠”,到今日许多城市大街小巷中异军突起的网吧(cyber cafe 或 Internet cafe),其发展之迅速,真可用“忽如一夜春风来,千树万树梨花开”来形容。据《中国互联网络发展状况统计报告(2001/1)》(中国互联网络信息中心,2001年1月),截至2000年底止,我国的网民(Internet users)已经超过2250万人,联网计算机也达到892万台,而其互联网的国际出口容量更从1997年的25.4Mbps跃升到2799Mbps,通过其九大主干网^[1]与国际互联网多接口相联(中国互联网络信息中心,2001年1月)。互联网这只“旧时王谢堂前燕”,正飞入越来越多的“寻常百姓家”。

第一节 互联网对我国的意义

新技术,特别是信息和传播技术的出现可能深刻地改变一个社会和时代的形态(Altheide, 1995)。历史上,印刷术、电报、电话、收音机及至如今无处不在的电视,都曾经对人们的生活、学习和相互间交往的方式产生过革命性的影响。事实上,许多学者对社会和文明发展的认识,是以重要传播技术的出现和普及为坐标的(DeFleur & Ball-Rokeach, 1989)。

互联网的出现,对于我国,对于占世界人口约1/5的普通中国民众,无疑具有特殊的意义。就国家层次而言,我国的现代化建设经过20余年的积累,正面临又一关键时期,集中体现在加入世界贸易组织(WTO)后国家政治、经济、文化等各方面可能面临的新的机遇和挑战。我国自1978年邓小平推行改革开放政策以来一直坚持“发展是硬道理”的指导思想,但由于本身现代化的起点较低,

工业基础薄弱,经济运行体系相对封闭,因此,面对世界经济一体化以及由此而来对其固有政治体制的冲击,我国感到的发展紧迫感是前所未有的。特别是以互联网为代表的国际信息化潮流,对于我国来说尤其意义。首先,信息化使得我国有可能利用其“后发优势”,在最短的时间内缩小和世界发达国家的经济发展差距。在2001年初的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中,我国明确提出了“以信息化带动工业化,发挥后发优势,实现社会生产力的跨越式发展”之发展战略,首次强调:“信息化是当今世界经济和社会发展的的大趋势,也是我国产业优化升级和实现工业化、现代化的关键环节。要把推进国民经济和社会信息化放在优先位置。”国家主席江泽民也多次强调,信息技术和传统产业的结合,将为21世纪我国经济和社会的发展提供主要的动力(US Embassy Beijing, March 2001, paragraph 4)。在一定意义上,我国“已经把发展新经济、实现其第三步战略目标的宝押在了信息化上”(张新红,2001年1月20日)。基于这样一种积极的认识,几年来,我国政府连续发起了几个影响深远的“工程”,包括“政府上网工程”、“企业上网工程”和“家庭上网工程”,综合行政和市场的力量最大限度地我国的各主要领域普及推广互联网的使用。这种深具中国特色的做法在客观上证明是颇有成效的。配合以国内强大的舆论宣传,互联网这一新生事物如今已越来越深入人心,为其进一步在我国各阶层民众中的推广使用打下了良好基础(张咏华,1999)。另一方面,信息化又对我国的体制改革和民主化进程提出了更加紧迫的要求。由于社会生活进一步多样化,社会价值更加多元化(潘忠党,魏然,1999;Pan, 2000),特别是随着互联网的广泛运用所带来的信息渠道的多样化,使得国家和社会的管治和运作面临诸多新的课题和挑战。伴随着“政府上网工程”、“企业上网工程”和“家庭上网工程”,我国政府在2000年又发起了声势浩大的“文明上网工程”。这些工程,都是顺应这种挑战所作出

的一种努力,即在发展互联网的同时,政府希望能够尽量引导其发展的方向。互联网注定要在我国的社会变革中扮演一个重要的角色。美国驻华大使在给美国政府的备忘录中称,互联网在中国正越来越成为一种发展市民社会(civic society)的催化剂(US Embassy Beijing, March 2001)。

对于普通我国民众,互联网的出现,则为其生活方式的改变和生活质量的提高提供了新的可能和憧憬。单以信息获取而言,我国的信息传播向来以“多种媒介,一种声音”为特色(闵大洪,1999a)。互联网的出现,有可能从根本上改变我国这种原有的传播秩序。通过完全不同的信息空间和言论空间,今日很多普通民众可以在互联网上领略甚至亲身参与前所未有的“一种媒介,多种声音”的讨论。由于信息渠道的多样化,人们的价值观和思想观点也必然会出现多元化倾向,并逐渐引发整个社会结构和人们生活方式的深层次变革。尽管由于社会发展的不均衡,像世界上其他国家和地区一样,我国也存在着严重的“数字鸿沟”(digital divide)现象(金兼斌,2001),特别是不同地区、不同社会群体之间在互联网资源的占有和消费上的不均衡,使得互联网带给人们的机会还远非均等,但总体而言,已经有越来越多的我国普通民众,开始认识到互联网和他们的日常生活的密切联系。

随着互联网的普及,家庭已经成为人们上网的主要场所。据《中国互联网络发展状况统计报告(2001/1)》(中国互联网络信息中心,2001年1月)提供的资料,我国60.27%的网民主要在家里上网。与此对应,63.37%的用户上网费用由自己承担,显示上网在我国已经从早期一种主要借助国家和单位资源享受到的待遇,正转变为今日人们的一种日常个人消费和休闲行为。据2000年IMI(创研)对我国七大城市居民消费行为与生活形态的调查报告(IMI创研市场信息研究所,2000),在“计划未来一年使用的服务项目排名”中,就北京地区而言,网上浏览高居榜首,而电子邮件、

计算机发传真、网吧等则分列第三、第五、第十位。由此可见,上网正日益成为人们,特别是都市人们日常生活的一部分,而家里已经成为人们上网的主要场所。今天,在世界上许多国家和地区,与国际互联网相联的家用计算机,开始像其他家用电器和通讯设备,包括电视机、电话、录像机等一样,成为家中不可缺少的基本设备,并且在人们的日常活动中占据日益重要的位置(Bakardjieva-Rizova, 2000)。而从信息产业和互联网服务业的发展方向看,无论是硬件或软件服务还是各种电子商务,直接面向家庭也正成为大势所趋。在家里采纳互联网的重要性,无论就社会意义上还是在商业意义上而言,均显得日益突出。

第二节 研究问题的缘起

在家里采纳互联网的前提是作出在家里上网的决策并配以相应的行动,如购买或配备必要的上网设备,包括计算机、调制解调器(modem)、电话线,以及其他辅助设备。这是通常通过电话线窄带上网的典型配置。随着宽频或宽带上网技术的日益成熟,上网的典型配置也在不断变化,上网接入技术上的革新,改善了上网的质量,对于在家里采纳互联网具有重要意义。

在我国内地,虽然 2000 年年底上网人数已经超过 2 250 万,但就其网络扩散程度(Internet penetration),即上网人数占其总人口的比例而言,却仍然非常低,1999 年只有 0.71%,到 2000 年年底,也只有 1.85%,远远低于 1999 年时的国际平均水平 4.40%,也远远低于使用汉语的中国香港(25.19%)、中国台湾(20.51%)和新加坡(29.46%)(金兼斌,2001)。但另一方面,我国的有些地区,如北京和上海,在同时期(1999 年)其网络扩散程度分别达到 17.22%和 7.64%,最近一二年更是发展迅猛,基本上已经和香港、台湾地区处于同一数量级水平(金兼斌,2001)。显然,我国在互

联网的发展上(以地区网络扩散程度而言)存在着严重的地区间不均衡。事实上,截至2000年底止,在我国的31个省、自治区和直辖市中,有10个地区网络扩散程度小于1%,扩散程度在1%~5%之间的有18个,而扩散程度大于5%的只有3个。高于全国平均水平(1.85%)的省或直辖市有10个,约占1/3。在2000年底,互联网扩散程度最低的地区为西藏,只有0.2751%,而扩散程度最高的北京,达到25.39%,是西藏的92倍。就扩散程度的地区间分布言,平均值(mean)为2.82%,标准偏差(standard deviation)为5%,后者是前者的1.77倍(金兼斌,2001)。由于大部分网民现在主要通过家里上网,这种网络扩散程度上的地区间不均衡实际上反映了各地居民采纳互联网比例的差距。

由于我国各地区在社会和经济发展水平上存在着巨大差异,这种各地区居民采纳互联网比例上的差别固然反映了各地区在经济和社会发展上的不均衡。换言之,居民采纳互联网比例的地区间差异,很大程度上是更深层次的社会不同阶层之间对上网态度和实际行为的差异的反映。这从中国互联网络信息中心历次调查报告中有网络用户的社会经济指针(包括受教育程度、家庭人均收入、职业等)的分布可以清晰地看出。但另一方面,我们又不能就此断定,上网与否,单单取决于该家庭的社会经济指针的状况。因为虽然上网的家庭似乎大多在社会经济指针上得分偏高,但这并不意味着社会经济指针得分高的家庭就有上网的意向和行动。事实上,鉴于目前的居民采纳互联网的成本,无论是初始投资还是上网资费,都在不断下调,而全国城乡居民的收入水平却在稳步逐年提高,我国目前仍然非常低的上网率,至少说明了很多在经济上可以轻易负担上网费用的家庭迄今为止并未上网。

由于互联网“兼具所有现有媒体之功能”(Hargittai, 2000:52),能够满足人们的多方面需要,包括娱乐、教育、信息以及传播等(Kraut et al., 1998),人们在家上网可能出于诸多不同的

实用考虑和目的。另外,上网和家里添置其他电器包括其他通讯娱乐设备有一个重要的不同,就是家里上网对家庭生活和人们的思想、心理等方面可能带来的负面影响。在我国,“网络文明工程”的发起是有其现实背景的,集中体现了国家和社会对上网所可能带来的副作用的关注。这种关注对于家里上网而言的影响也是复杂的,既可能促进家里上网(比如,从子女上网的角度考虑,在家上网至少可以对其上网行为进行监控和指导),也可能影响人们家里上网的积极性(比如,因为担心子女过分沉溺上网影响学习和休息,有些家长宁可选择不在家里上网)。此外,家里上网还可能和当地当时的社会热点和时尚潮流密切相关。由于社会和公众易于陷入“新就是好”的迷思中(Gackenback & Ellerman, 1998),因此家里上网作为一种时尚,其本身就可能成为人们家里上网决策的一个考虑因素。

因此,家里采纳互联网与否,显然不是一个简单的决策过程,其考量的背后,应该有很多社会、家庭以及决策者个体层面的因素在起作用。虽然我国的网络用户仍在保持高速增长,我国的上网家庭也在不断增加,但是在这样的统计印象后面,其实我们对于人们为什么要家里上网(尤其是在今日我国各地网吧风行,上网变得越来越方便之时),或者为什么有条件家里上网却没有上网,以及家里上网决策的过程,仍缺乏翔实、科学的探讨和了解。我国普通家庭采纳互联网的决策,对于我们而言,基本上仍是一个“黑箱(black box)”。而现在到了逐渐打开这个“黑箱”的时候了。这不仅具有理论上的意义,更具有现实的紧迫感。

第三节 研究目标和研究意义

本研究试图把我国普通民众在家里采纳互联网(有时简称家里上网)放在我国当今社会发展的大环境中来审视,重点考察家里