

我国农村居民的互联网采纳的探索性研究※

张明新

[摘要] 互联网在欠发达地区的扩散有着极为重要的现实与理论意义,然而在我国大陆,迄今为止尚未有学者予以关注。本研究采用问卷调查方法,初步探讨了我国农村居民的互联网采纳及其对互联网的态度,对居住于湖北省十县市乡村与乡镇地区的480名受访者所组成的便利样本完成了有效问卷。调查发现:互联网与家庭电脑在我国农村的扩散皆处于“临界数量”之前的初步扩散阶段;但半年之内,家庭电脑有可能达到扩散的临界值而进入高速增长期,而互联网要跨越这一门槛仍需假以时日。分析发现,农村居民对计算机和互联网普遍持正面态度,这对其电脑和网络采纳有着积极意义;但其关于新技术的知识却较少或太少,极大制约了其新技术的采纳速度。“态度”仅受“知识”和年龄的影响,而“知识”受到诸多行为及人口因素的影响。研究者建议,向农村居民提供公益性的计算机或互联网培训项目,将有望加速家庭电脑与互联网在农村地区的扩散。

[关键词] 计算机 互联网 中国农村 扩散 采纳

Abstract: It is obvious that study of the diffusion of the Internet in developing area is significant both from practical and theoretical perspective; however, this is largely neglected by Chinese scholars. Based on a convenient sampling survey into 480 families living in the countryside of ten counties in Hubei province, the current research primarily examines Chinese rural residents' adoption of and attitude toward the Internet. Findings suggest that both the diffusion of computer and the Internet are before the critical mass and at the early stage of diffusion. It is expected that in the following six months penetration of computer in rural China probably reach the critical mass and soon embrace its take-off, but it will be a longer period for the Internet to come over this threshold. Data analyses show that rural residents are basically positive about the adoption of computer and the Internet, which contributes to the present situation of penetration of the two new information & communication technologies. However, they have relatively and even extremely few knowledge about the new technologies, which tremendously impede their adoption of the innovative technologies. Respondents' attitude toward new technologies is only affected by their knowledge about new technologies and their age, while knowledge is influenced by many behavioral and demographic variables. The research suggests that public-interest computer or the Internet training programs provided for rural residents should facilitate the diffusion of computer and the Internet in rural area in China mainland.

Keywords: computer; the Internet; rural China; diffusion; adoption

※ 本文的英文版 Chinese Rural Residents' Adoption of and Attitude toward the Internet: An Exploratory Research 将于 2006 年 7 月 21~22 日发表在新加坡南洋理工大学的南洋行政中心 (the Nanyang Executive Centre at the Nanyang Technological University, NTU, Singapore) 举行的第四届中国互联网研究年会 (the 4th Annual Chinese Internet Conference), <http://www.ntu.edu.sg/sci/sirc/chinaintconf.html>.

一、引言

近 10 年来,包括移动电话、有线电视、数字电视、电脑以及互联网等在内的各种创新传播科技逐渐进入我国居民的日常生活,并因此而不断影响和型塑着人们的社会知觉、社会态度和行为。对于创新传播科技在我国大陆的扩散研究,作为可贵的和有益的尝试,几位传播学者进行了富有开创性的探讨,如金兼斌 (2001; 2002)、祝建华与何舟 (2002a; 2002b; 2002c)、周裕琼 (2003) 等。值得注意的是,上述经验研究皆在我国城市社会展开。在当前“三农问题”、“社会主义新农村建设”等日益成为中国社会、政治、经济等诸领域核心议题的时代背景下,对于创新传播科技在农村地区^[1]的扩散研究显得至关重要。显然,在各种创新传播科技之中,对互联网在农村社会的扩散研究显得尤为必要。尽管中国互联网络信息中心 (CNNIC) 自 1997 年 10 月以来即每年两度从事互联网在我国的发展状况调查,但其并不专门涉及到农村居民的互联网采纳与使用情形。事实上,迄今为止,有关创新传播科技在我国农村社会的扩散和使用的经验研究屈指可数 (张明新和韦路,2005; 2006); 至于互联网在农村地区的扩散研究,尚未有学者注意到 (郑素侠,2006),因此更显迫切及其价值。本研究拟以金兼斌 (2002) 和张明新与韦路 (2006) 的研究为理论基础,采用问卷调查法初步探讨我国农村居民的互联网采纳及其对互联网的态度,以期为后续研究开启思路并提供基准资料。

二、理论架构

毫无疑问,“创新扩散论”(Diffusion of Innovations Theory)之父 Rogers (1995) 所倡导的经典扩散模式为本研究提供了最佳的起点。Rogers 模式的重要贡献在于,它注意到呈 S 型曲线扩散的创新事物,其扩散过程受到该事物的创新特征、采纳者个人特征、传播渠道和社会制度等因素的显著影响 (Rogers,1995); 世界各地的实证研究已反复证明了该模式的普遍适用性。然而,在运用这一经典模式时,具体的创新事物及其扩散环境则直接导致研究者对其做出调整。如著名华人传播学者祝建华与何舟 (2002b) 在对中国人采纳与使用互联网的研究中,以该模式和“使用与满足论”为基础,发展出了新媒介“主观需求论”(Theory of Perceived Needs for New Media),认为个人对互联网技术特征的主观认知 (PCI)、对互联网流程度度的主观认知 (PPI) 和对互联网需求的主观认知 (PNI),能在相当程度上解释与预测人们的互联网采纳和使用。再如金兼斌

[1] 在我国,“农村”与“城市”的划分标准一般有 3 个:其一是人口的聚居数量,以 2 000 人为界;其二是职业,即农业人口与非农业人口之比例,以 50% 为界;其三是行政管理标准,县(市)人民政府所在地,不论人口多少皆是当然的城镇 (韩明谟, 2001, p.77)。鉴于湖北农村大多乡镇人口数量在 2 000 以下,此外,即使不少乡镇人口在 2 000 以上,但其农业人口比例亦远远超过 50%,因此本研究以县(市)人民政府所在地为城镇之判断标准,故“农村”这一概念系指县(市)人民政府所在地之下的乡镇与乡村地区。事实上,我们此前的多个研究皆采用了这一定义,如张明新与韦路 (2005;2006)、张明新与汤贤芹 (2006)、Zhang & Liao (2005) 等,从而使得前后的研究具有可比性。

(2002) 在有机整合“创新扩散论”与“理性行为理论”的基础上,成功探讨了我国城市居民的上网意向。张明新与韦路(2006)则以新媒介“主观需求论”和“创新扩散论”构建理论模型,较好地解释了移动电话在我国农村社会的扩散与使用。

显然,以上及其他诸多既有的理论模型,皆为本研究提供了有益借鉴;但由于本研究所探讨的,为我国农村居民的互联网采纳情形,其采纳决策过程往往是在“家庭”这一层面上做出,因此金兼斌(2002)对浙江杭州城区家庭上网意向的研究结论,是与本研究最为相关的经验文献;而张明新与韦路(2006)对我国农村居民的移动电话采纳与使用研究的理论模型,则从农村居民所处的社会和心理环境层面为本文提供了有益参照。

金兼斌(2002)于2001年6月在浙江杭州市城区对859个家庭的调查发现,50.9%的家庭拥有计算机,29.8%的家庭已联入因特网。不论是就城市家庭互联网的“采纳可能”(likeliness of adoption)还是“采纳愿望”(desirability of adoption)、“对采纳互联网的态度”(attitude toward adoption of the Internet)皆是最重要的影响因素,而“态度”自身则主要受到互联网的创新特征如相对优越性、情感满足、相对不利性,以及主观规范的显著影响。张明新与韦路(2006)于2005年8月在湖北三地农村的抽样调查显示,农村居民对于移动电话这一创新传播科技的采纳,主要受到个人人口变量的影响,而农村居民个人的行为变量和心理变量亦能在一定程度上有效预测其移动电话采纳的早晚。需要指出的是,金兼斌(2002)研究框架中之“态度”和张明新与韦路(2006)文中之“心理变量”在相当程度上是重合的^[1];因此本研究将农村居民“对采纳互联网的态度”视为一个重要的自变量。同时,参照Cheong(2002)对互联网在澳门地区的扩散研究、Rhee & Kim(2004)对互联网在韩国的扩散研究,以及金兼斌(2002)和张明新与韦路(2005;2006)的既有发现,本研究还将检验农村居民个人的“人际交往”和“大众媒体使用”等行为变量对其互联网采纳的影响力。

此外,在考虑到当前我国农村居民的互联网采纳时,一个不容忽视的关键在于,农村居民关于计算机和网络的知识——无论是关于硬件的还是软件的——很可能皆是较为贫乏的(当然这一论断需要接受实证检验)。那么很可能出现的情形是,农村居民对于互联网,确有采纳愿望(desirability of adoption),但却由于受限于其关于新技术的知识太少而不能下定决心采纳之。在创新采纳研究中,此类现象已受到不少学者的关注(如Cheung et al.,2000; Lin,1998; Karahanna,1993; Triandis,1980)。在具体的分析中,Triandis(1980)使用“促成条件”(facilitating conditions)、Lin(1998;2000)使用“资源”(resources)的概念进入其预测模型。显然,农村居民关于计算机和互联网这类新技术的知识掌握,或者其关于这类技术的了解程度或自信心,至少在当前的某一时点上,确是其个人所无法掌控的客观因素,对于其采纳互联网应有着重要的制约作用。因此,本研究将“知识”(knowledge)这一变量纳入本研究的理论架构之中(图1)。

[1] 金兼斌(2002)研究框架中“态度”之预测变量事实上即为Rogers(1995)所谓之创新特征(characteristics of innovation),主要包括相对优越性、情感满足、相符性、易用性和相对不利性;张明新与韦路(2006)文中之“心理变量”则除了包括上述大多数创新特征、即主观特征(perceived characteristics)之外,还包括个人的主观需求(perceived needs)和主观流行(perceived popularity)。

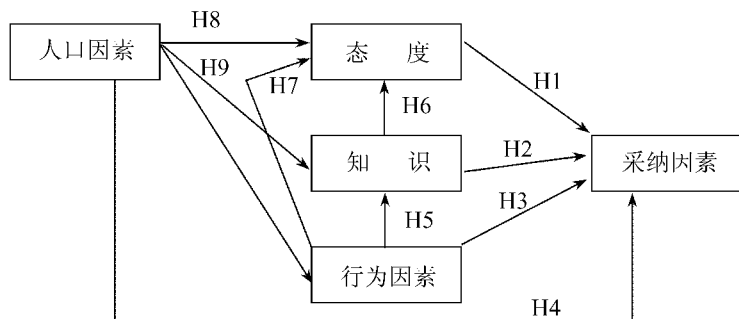


图1 预测农村居民互联网采纳的理论框架

在该框架之中，本研究的主要假设是：通过农村居民的“对采纳计算机和互联网的态度”、“关于计算机和互联网的知识”、“人际交往”和“大众媒体使用”及人口因素，可预测其互联网采纳。另外，根据经典的态度理论及此前我们的研究，本文假设农村居民的行为因素将影响其“知识”的获取状况及其“态度”，而“知识”对“态度”有显著影响。这些假设如 H1~H9 所示（人口因素对行为因素的影响，在此前我们的研究中已被证实^[1]，本研究不拟再行检验）。

三、研究方法

（一）抽样与调查

由于此前并无同类研究，因此本文的定位为“探索性研究”；在抽样设计上，则采用了便利抽样方法。具体方法为：在湖北这一典型的中国中部省份的西部、中部和东部分别选择了秭归、房县、枝江、松滋、潜江、天门、仙桃、大悟、罗田、武汉市江夏区共 10 个县级单位，由 30 名在湖北大学新闻与传播系和中文系就读且其家庭居住于上述地区乡村和乡镇的大学二年级学生将问卷于 2006 年初寒假期间带回家，并就近调查其家庭附近的住户，完成整个调查过程。调查过程中，这些学生被要求调查每个家庭中最常做出较大决策的家庭成员。调查于 2006 年 1 月下旬至 2 月中旬间进行。共发放 600 份问卷，回收 521 份，其中有效问卷为 480 份，回收率为 86.8%，有效回收率为 92.1%。如表 1 所示，尽管采用的是便利抽样方法，但与 2003 年湖北省人口统计年鉴相对照（湖北省统计局,2003），受访者的各项人口统计学指标较令人满意。

（二）变量的测量

1. 计算机采纳。访问员询问受访者当前家里是否拥有电脑，如果没有则询问其在半年内是否会购买电脑。为了分析的便利，分别用 3、2、1 代表已经采纳，半年内将采纳，当前没有采纳且半年内亦不会采纳的情形，并将其视为定距变量进入回归方程。

[1] 我国农村居民的创新传播科技采纳过程中，人口因素对行为因素的影响，在张明新与韦路（2005;2006）的研究中被证实。

表 1 受访者人口变量的描述统计

	人口统计学变量	百分比 (%)
年龄	19以下	10.9
	20~29	28.0
	30~39	32.7
	40~49	13.4
	50~59	21.8
	60 以上	13.2
	不详	0.4
性别	男	53.1
	女	46.5
	不详	0.4
教育水平	≤6 年	16.9
	7~9 年	37.5
	10~12 年	29.4
	≥13 年	16.2
家庭年收入	≤8 000 元	17.1
	8 001~10 000 元	29.4
	10 001~15 000 元	28.7
	15 001~20 000 元	18.6
	≥20 000 元	6.2
婚姻状态	未婚	29.4
	已婚	70.2
	不详	0.4
职业	农业	29.2
	商业	13.8
	工业	19.4
	教师、医生、公务员等	7.7
	学生	15.0
	其他	15.0

2. 互联网采纳。尽管互联网的采纳一般被视为是定类测量的变量 (如 Zhu & He, 2002b), 但本研究同样将其转化为定距变量予以测量。本文的操作方法为: (1) 半年内不会拥有电脑且不会上网; (2) 已拥有电脑或半年内将拥有电脑但不会上网; (3) 半

年内将上网；(4) 已上网；分别用 1、2、3、4 表示，其中数字愈大表明互联网的采纳可能性愈大。

3. 对采纳计算机和互联网的态度。本文借鉴金兼斌 (2002) 的研究，采用李克特五点量表询问受访者对拥有电脑和网络的整体态度。具体陈述为“总的来说，家里拥有电脑 (能上网)”，选项为“非常不好”-“非常好”这一组形容词。分析发现农村居民对采纳计算机的态度和对采纳互联网的态度高度相关， $r=.743$ ， $p<.01$ ；因此将其合成为一个新的变量“对采纳新技术的态度”，新合成的变量的 Cronbach's alpha 为 .852。

4. 关于计算机和互联网的知识^[4]。询问受访者对于电脑与网络的了解程度，采用从“非常不了解”到“非常了解”这一组 5 级变异的形容词测量。与上述“对采纳计算机和互联网的态度”这两个变量的测量结果相似，农村居民关于计算机和互联网的知识亦高度相关， $r=.882$ ， $p<.01$ ，因此将其合成为“关于新技术的知识”这一新变量，其 Cronbach's alpha 为 .937。

5. 大众媒介使用。具体考察农村居民大众媒体的“使用程度”，即使用的绝对时间，所考察的大众媒体为电视、报纸和广播，具体询问其每周使用小时数。

6. 人际交往。用以衡量农村居民人际传播的频率与程度。要求受访者分别就自己和 (1) 家人、(2) 亲戚朋友和熟人、(3) 所在社区里的人们、(4) 社会上其他人相互走动和交往的程度予以评估，亦采用 5 级李克特量表测量，由 1 至 5 分别代表“从不”、“较少”、“有一些”、“较多”、“非常多”。调查发现农村居民“与家人的交往”和“与亲戚、朋友、熟人的交往”相关较为强烈，故将其合成为新的变量“与亲人的交往程度”，其 Cronbach's alpha 为 .670。

7. 人口变量。调查中询问受访者的性别、年龄、教育程度 (接受正规教育年数)、家庭年收入、婚姻状况和职业共 6 个人口统计学因素。

四、研究发现

(一) 描述统计

1. 农村居民的计算机与互联网采纳。如图 2 所示，在 480 名受访家庭之中，采纳了计算机和互联网的家庭分别为 9.60% 和 6.0%，另外分别有 8.80% 和 3.80% 的家庭分别表示将在半年之内购买计算机和将计算机 (不论是已有的计算机还是即将购买的计算机) 上网。至于 81.60% 的家庭，至少就当前而言我们认为非电脑采纳者，而当前 90.20% 的家庭则是非互联网采纳者 (其中包括了 41 个即 8.5% 的半年内家里有电脑但不会上网的家庭)。需要引起关注的是，不论是电脑还是互联网在农村的扩散，主要集中于商业从业者以及医生、教师、公务员等家庭。

[4] 至于新变量“对采纳新技术的态度”的测量分值，本研究的处理方法是将农村居民“对采纳计算机的态度”与“对采纳互联网的态度”两者累加而得；与测量变量“关于新技术的知识”的方法类似。

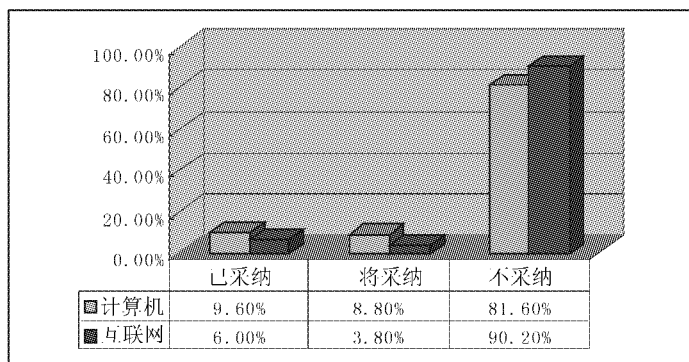


图2 农村居民的计算机和互联网采纳现状

2. “对采纳新技术的态度”与“关于新技术的知识”。如前所述,对于这两个变量事实上是采用2~10这一9级李克特量表的形式测量的(分别将原来的两个测量分值累加)。如图3所示,农村居民对采纳新技术的态度和关于新技术的知识总分值,呈现出类似“剪刀差”的分布形态。绝大多数(77.3%)农村居民对于采纳新技术持正面态度(即总分值大于6),另有15.4%持中间态度(总分值等于6);然而却有大多数(58.7%)农村居民认为自己关于新技术的知识较少或很少(总分值小于6),21.7%认为自己的知识量一般(总分值等于6),仅有18.6%的受访者认为自己关于新技术的知识较多或很多(总分值大于6)。

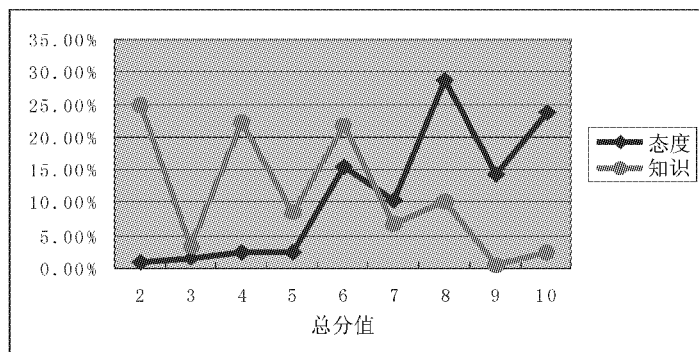


图3 农村居民对新技术的态度与知识

(二) 农村居民互联网采纳的预测变量

为了确定显著影响农村居民的计算机与互联网采纳的变量,我们以之为因变量,以“对采纳新技术的态度”、“关于新技术的知识”、各行为变项及人口变项为自变量进行回归分析,结果如表2中的第2、3两列所示。可见,无论是就计算机还是互联网的采纳而言,“关于新技术的知识”皆是影响力最大的自变量;除此以外,“对采纳

新技术的态度”，以及职业、家庭收入、教育程度这 3 个人口变量亦显著影响了农村居民的计算机和互联网采纳。值得注意的是，上述这些变量对于预测农村居民的计算机和互联网采纳具有较好的解释力，皆在.000 的显著水平上解释了 35.0%和 28.8%的调整后的总变差。由此，H1、H2、H4 得到证实，H3 未得到证实。

(三) 农村居民对于互联网的态度和知识的预测变量

鉴于上述“对采纳新技术的态度”与“关于新技术的知识”两个变量对于农村居民计算机和互联网采纳的重要影响，为了探索这种影响的内在机制，我们分别以这两个变量为因变量，以行为变量和人口变量为自变量进行回归分析，结果如表 2 中的最后两列所示。显然，分析的结果呈现了一种有趣的内在影响机制。就农村居民“对采纳新技术的态度”而言，仅有“关于新技术的知识”和年龄是显著影响的变量，而就“关于新技术的知识”，则有众多人口因素和行为因素都起着作用，譬如报纸阅读、与

表 2 预测农村居民电脑和互联网采纳及其对新技术的态度与知识的回归分析

	计算机采纳	互联网采纳	对采纳新技术 的态度	关于新技术 的知识
对新技术的态度	.128**	.128**	——	——
关于新技术的知识	.327***	.314***	.188**	——
电视收看量				
报纸阅读量				.108**
广播收听量				
与亲友的交往				
与所在社区居民的交往				
与社会上其他人的交往				.102**
年龄			-.282***	-.264***
教育程度	.148**	.156**		.265***
性别 (女=0)				.109**
家庭年收入	.158***	.108**		
婚姻状态 (已婚=0)				
职业 (农林牧副渔业=0)				
商业	.141**	.142**		.136**
工业				.113*
医生教师公务员	.198***	.167***		.202***
学生				.202***
其他				
常数			7.865***	2.209**
R^2 %	37.4	31.5	16.2	47.1
Adj. R^2 %	35.0	28.8	13.1	45.3

Note. $N = 480$. Coefficients are standardized regression coefficients (betas) .

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

社会上其他人的交往、年龄、教育水平、性别、职业等。引人注意的是,两个模型的解释力差异较大,前者仅解释了13.1%的调整后的变差,后者则较好地解释了45.3%。由此,H6、H9得到证实,H5、H8得到部分证实,H7未得到证实。

五、结论与讨论

互联网的出现及迅速扩散或许是20世纪末及21世纪人类社会最为壮丽的景观之一,未来的世界由此而被定义为“时间、空间和信息的三维世界”(郭良,1998)。中国大陆自1994年联入全球互联网,网络便迅速渗入并因此而不断改变着国人的日常生活。在我国,尽管当前互联网的扩散主要集中于大中城市,但鉴于当前及今后一段时期我国“建设社会主义新农村”这一宏观的政治和社会背景,并考虑到新传播技术对于社会的政治、经济、文化等诸多侧面的发展与变迁的深刻理论意义,本文以我国农村居民的互联网采纳及其对互联网的态度为考察对象,对此予以初步探讨,以期为后续研究开启思路并提供基准资料。

调查发现,不论对于互联网还是作为家庭上网最必需的设备的计算机,其在我国农村地区的扩散皆处于“临界数量”(一般在15%~20%之间)之前的初步扩散阶段(6.0%,9.60%);但可以预期的是,半年之内家庭电脑在农村地区有可能达到扩散的临界值(家庭电脑6个月之后的扩散率可能达到18.40%),从而很快迎来扩散的“起飞阶段”,即进入高速增长期,然而互联网的扩散要跨越这一门槛仍需假以时日(6个月之后预期的扩散率为9.80%)。

本研究的重要发现在于,几乎所有的农村居民对计算机和互联网这类新传播技术均持较正面或中间态度,但其自我报告关于新技术的知识却较少或太少,而正是这两个因素最为显著地影响了农村居民的计算机和互联网采纳速度。进一步的分析发现,“态度”仅受到“知识”和年龄的影响,而“知识”受到诸多行为及人口因素的影响。正面的“态度”对于农村居民的家庭电脑和互联网采用有着积极意义,贫乏的“知识”则显著制约了其新技术的采纳。因此,如何通过大众媒介、人际交往、学校教育等多种渠道增进农村居民关于新技术的“知识”显得至为重要。当前,一个值得考虑亦切实可行的做法是由各级政府牵头,组织实施多种形式的、公益性或由相关企业赞助的农村电脑或网络培训教育项目。这些项目应致力于为农村居民提供完整的如何正确使用新技术和部分有关新技术的原理的知识,从而帮助降低个人对于电脑和网络采纳决策过程中的不确定性,培养其对使用新技术的信心(Rogers,1995)。藉由本研究的结论,可以设想,这些培训教育项目的成功实施,将有助于加速家庭电脑与互联网在农村的扩散,从而为建设通畅的农村信息网络打下必要的基础。

Rogers(1995)曾注意到,扩散研究者应更多地了解人们采用某项创新时的动机,而奇怪的是,扩散学者一直都很少探讨创新采用的动机这类问题。事实上,Rogers对扩散学者的此番忠告对于探讨我国农村家庭的互联网采纳,显得极具现实意义;或许正是由于未深入考察农村居民电脑和互联网采纳的内在动机,从而使得本研究中“对

采纳新技术的态度”这一模型缺乏可观的解释力。这值得今后的研究者予以注意。另一引人关注的现象,是创新扩散的结果往往会加大同一系统中早期采纳者与晚期采纳者间的社会经济差距,亦会扩大没有采用创新之前具有较高和较低社会经济地位者之间的差距 (Rogers,1995)。不言而喻,寻求互联网促进农村社会发展的有效途径是政府和学界所面临的重大课题 (赵靳秋,2005),而只有当互联网能够为改善贫困人口的生活发挥作用时,它才能真正成为推动社会发展的技术工具 (APNIC,2000);如何尽可能地避免由于互联网在农村社会的扩散和使用所导致的更大社会经济差距,而使其成为一个有效地促进农村均衡、全面发展的社会技术,值得今后的同类研究特别关注。

尽管本研究探讨了我国大陆“农村地区”居民的互联网采纳情形,但众所周知,随着市场经济体制的建立,尤其是近些年来,我国农村地区人口明显的社会分层却是不争的事实。从事农林牧副渔业的原本意义上的、狭义的农民已经不多了 (在较为发达的东部农村甚至已不足 1/4),取而代之的是商业从业者、工业和手工业者以及外出务工者等阶层的扩大;因此,在探讨农村居民的互联网采纳和使用现象时,有必要在对人口进行分层的基础上予以更为深入和细致的考察。

参考文献

- [1] Asia Pacific Network Information Centre (APNIC). (2000) . Internet can help alleviate poverty. Retrieved on April 12, 2003, from:<http://www.apnic.net/mailling-lists/s-asia-it/archive/2000/02/msg00065.html>.
- [2] Cheung, W., Chang, M. K., & Lai, V. S. (2000) . Prediction of Internet and World Wide Web usage at work: A test of an extended Triandis Model. *Decision Support Systems*, 30: 83-100.
- [3] Cheong, W. H. (2002) . Internet Adoption in Macao. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7 (2) , Retrieved on April 23, 2004, from:<http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue2/macao.html>.
- [4] 郭良.网络创世纪——从阿帕网到互联网 [M]. 北京:中国人民大学出版社, 1998.
- [5] 韩明谟.农村社会学 [M]. 北京:北京大学出版社, 2001.
- [6] 湖北省统计局.湖北统计年鉴 [M]. 北京:中国统计出版社, 2003 .
- [7] Karahanna, E. (1993) . Evaluating Criteria and User Acceptance of End-user Information Technology: A Study of End-user Cognitive and Normative Pre-adoption Beliefs. (Ph.D. Dissertation) . University of Minnesota.
- [8] 金兼斌.我国城市家庭的上网意向研究 [M]. 杭州:浙江大学出版社, 2002.
- [9] 金兼斌.互联网在中国大陆的扩散.2001 年中华传播学会年会论文学生组. 香港浸会大学, 2001 年 7 月.2004/9/取自:<http://www.tsinghua.edu.cn/docsn/cbx/newmedia/academic/theory/zw/ccs.doc>.
- [10] Lin, C. A. (2000) . Predicting online use activity via motives, innovative traits and news media use. Paper presented to the Association for Education in Journalism & Mass Communication, August 2000. Phoenix, Arizona.
- [11] Lin, C. A. (1998) . Exploring personal computer adoption dynamics. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 (1) : 95-112.
- [12] Rhee, K.Y., & Kim,W. (2004) .The adoption and use of the Internet in South Korea. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9 (4) , Retrieved on April 13, 2004, from: <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue4/rhee.html>.

- [13] Triandis, H. C. (1980) . Values, attitudes, and interpersonal behavior. In M. M. Page (Eds.) , Nebraska Symposium on Motivation, 1979: Beliefs, Attitudes, and Values (pp.195-259) . University of Nebraska Press, Lincoln.
- [14] Rogers, E. M. (1995) . Diffusion of Innovations (5th edition) . New York: Free Press.
- [15] 张明新, 韦路. 移动电话在我国农村地区的扩散与使用 [J]. 新闻与传播研究. 2006 (1) .
- [16] 张明新, 汤贤芹. 我国农村居民的大众媒介使用与评价 [J]. 今传媒. 2006 (4) .
- [17] 张明新, 韦路. 我国农村居民的创新传播科技采纳研究:人口与行为因素的影响 [J]. 中国传媒报告. 2005 (4) .
- [18] Zhang, M. X., & Liao, S. W. (2005) . Media Use, Media Reliance and Media Credibility: Investigation & Analysis of Mass Communication in Rural China. Paper presented at International Conference on Media Transformation in a Changing World, November 2005. Wuhan, China.
- [19] 赵靳秋. 中国农村的互联网发展:北京市平谷区农村电子信息室的调研报告, 2005; 2006/3/取自: <http://www.wipchina.org/?p1=content&p2=05040511442>.
- [20] 郑素侠. 2001-2005 年大陆网络传播研究现状述评 [C]. 中国传播学会成立大会暨第九次全国传播学研讨会论文, 华中科技大学新媒介研究工作坊. 河北大学, 2006-04.
- [21] 周裕琼. 手机短信的采纳与使用——深港两地大学生之比较研究 [J]. 中国传媒报告, 2003 (2) .
- [22] 祝建华, 何舟. 互联网在中国扩散现状与前景: 2000 年京、穗、港比较研究. 新闻大学. 2002a. 夏季号.
- [23] Zhu, J. J. H., & He, Z. (2002b) . Perceived characteristics, perceived needs, and perceived popularity: Adoption and use of the Internet in China. Communication Research, 29 (4) :466-495.
- [24] Zhu, J. J. H., & He, Z. (2002c) . Diffusion, use and impact of the Internet in Hong Kong: A chain process model. Journal of Computer-Mediated Communication, 7 (2) , Retrieved on September 10, 2004, from : <http://www.ascusc.org/jcmc/vol7/issue2/hongkong.html>.

作者介绍

张明新, 湖北大学新闻与传播系教师。通信地址: 湖北省武汉市湖北大学新闻与传播系, 430062; E-mail: zhmxintop@yahoo.com.cn。