

南華大學出版事業管理研究所碩士論文

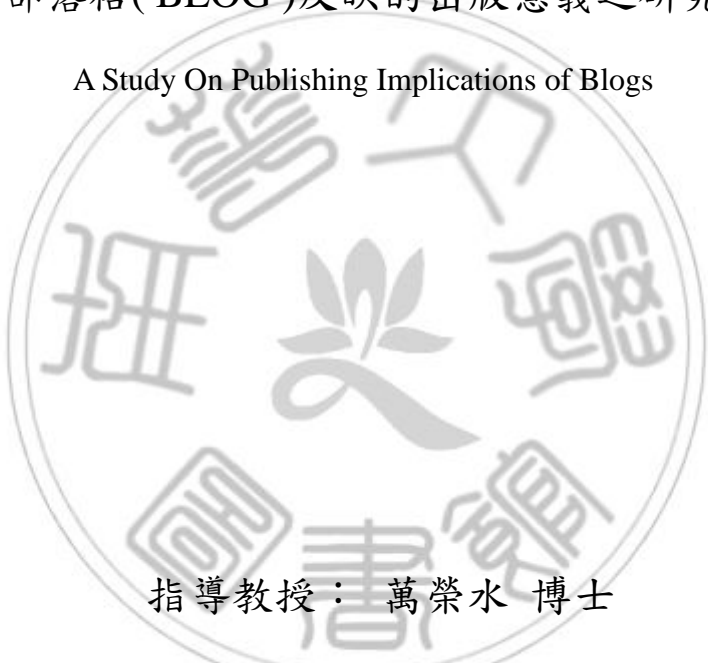
A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

GRADUATE INSTITUTE OF PUBLISHING ORGANIZATIONS MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

部落格( BLOG )反映的出版意義之研究

A Study On Publishing Implications of Blogs



指導教授：萬榮水 博士

ADVISOR : PH.D. Wahn, Rung Shueei

研究生：廖純怡

GRADUATE STUDENT : Liao, Chun Yi

中 華 民 國 96 年 1 月

南 華 大 學

出版事業管理研究所

碩士學位論文

部落格(BLOG)反映的出版意義之研究

研究生：廖純怡

經考試合格特此證明

口試委員：葛崇水

郭

鼎清俊

指導教授：葛崇水

所 長：葛崇水

口試日期：中華民國九十五年十二月二十二日

# 南華大學出版事業管理研究所九十五學年度第一學期碩士論文

## 摘要

論文題目：部落格(BLOG)反映的出版意義之研究

研究生：廖純怡

指導教授：萬榮水 博士

論文摘要內容：

隨著網路發達與科技進步，部落格已形成一種迅速發展的風潮，也是新型態的出版方式，並因為漸漸與商業結合，而有更多的關注與價值。這樣一個迅速更新的平台，不僅只是新的傳播方式，對於其意涵有進一步探究的必要性。本研究從出版趨勢研究的觀點出發，初探部落格的出版意義，推敲新型態出版的內涵。本研究採取參與觀察、描述性問卷及深度訪談的組合性質性研究方法，從多種管道取得與研究問題相關的資料，進行多方面比較、分析。

研究結果包括：部落格在功能上及結構上的意義；不同類型之部落格互動的差異情況，可幫助我們理解部落格的內容、價值、條件特徵，也可有助於將來有關於部落格在出版上的發展與應用。以及討論了其與其他數位出版的區別與連結的情況，認為部落格正式形成個人出版(self-publishing)形式，反映數位出版(digital publishing)的某些特徵。對於後續研究及實務應用提供一些建議。

關鍵詞：部落格(Blog)、網誌、出版研究

**Title of Thesis : A Study On Publishing Implications of Blogs**

**Name of Institute :** Graduate Institute of Publishing Organizations  
Management , Nan Hua University

**Graduate date :** December 2006      **Degree Conferred :** M.B.A.

**Name of student :** Liao, Chun Yi      **Advisor :** Ph.D. Wahn, Rung Shueei

## **Abstract**

With the developing of internet and improvement in technology, blog , a brand new type of publishing, has rapidly turned into a trend and gradually combined with commerce, while more attentions and values are therefore involved in it. Such a renewable platform is more than just an innovation in broadcasting, it contains deep meanings to be known. This research starts from the viewpoint of publishing trend which investigates the publishing meaning of blogs and finds out the signification of new-style publishing. It takes a composite study way containing participative observation, descriptive survey, and detailed interview to obtain the relative information through various channels to compare and analyze with different ways.

The findings include: Blogs on its functional and structural significances. Interactions that difference from different situations, may help us to understand the blogs' contents, values, conditions and characteristics., that may help blogs in the publishing development and the applications. This research also discusses blogs and other several publishing difference between the linked situation, thought blogs formed publishing (self-publishing) as personally, and reflects several certain publishing (digital publishing) characteristics. It also provides some suggestions regarding the following research and the practical applications.

**Keywords : Weblog; Blog; Publish Study**

# 目 錄

中文摘要	-----	i
英文摘要	-----	ii
目 錄	-----	iii
表目錄	-----	vi
圖目錄	-----	vii
第一章	緒論	1
1.1	研究背景與動機	1
1.1.1	研究背景	1
1.1.2	研究動機	3
1.2	研究問題與研究目的	4
1.2.1	研究問題的界定	4
1.2.2	研究目的	5
1.3	研究範圍與限制	6
1.3.1	研究範圍	6
1.3.2	研究限制	6
1.4	研究方法與流程	7
1.4.1	研究方法	7
1.4.2	研究流程與說明	8
第二章	背景知識的整理及觀察架構的提出	9
2.1	出版意義之時間面考察	9
2.1.1	抄本時代(農業文明)的出版模式	9
2.1.2	印本時代(工業文明)的出版模式	10
2.1.3	數位時代(資訊文明)的出版模式	11
2.1.4	小結	11
2.2	資訊時代的出版發展	14
2.2.1	發展中的新形式出版	14
2.2.2	數位出版與所謂新典範	17
2.2.3	圖書出版與數位出版的比較	20
2.3	出版意義之空間面考察	20
2.3.1	以書籍為載體的出版形式及其社會脈絡	21
2.3.2	以多媒體為載體的出版形式及其社會脈絡	26
2.3.3	小結	32
2.4	出版的核心意義與結構	33
2.4.1	出版定義之整理	33

2.4.2	出版核心意義的歸納	35
2.4.3	出版結構的改變	36
2.4.4	小結	37
2.5	觀察架構的提出	37
2.5.1	架構推論的基礎	37
2.5.2	架構的提出	38
2.5.3	架構說明	39
第三章	研究設計與執行	40
3.1	研究設計	40
3.1.1	研究問題的處理邏輯	40
3.1.2	研究方法的選擇	41
3.1.3	研究對象的選定	42
3.2	研究執行	43
3.2.1	參與觀察	43
3.2.1.1	四個基本類型之部落格簡介	45
3.2.2	描述性問卷調查	48
3.2.3	深度訪談	49
3.2.4	資料處理與分析	50
第四章	發現與討論	51
4.1	部落格意義之發現及新定義的提出	51
4.2	綜合發現	53
4.2.1	參與觀察之發現	53
4.2.2	部落格的發展趨勢與可能	61
4.3	綜合比較	67
4.3.1	部落格的特徵與其他形式出版之比較	67
4.3.2	以紙為載體的出版與部落格出版之比較	72
4.4	綜合討論	76
4.4.1	部落格反映的出版之意義、結構與功能	76
4.4.2	部落格反映個人出版的形式	77
4.4.3	部落格與其他數位出版的區別與連結	78
第五章	結論與建議	80
5.1	研究結論	80
5.1.1	部落格的定義及其出版意涵	81
5.1.2	新形式出版的出版意涵	82
5.1.3	部落格及新形式出版未來的發展	82
5.1.4	研究貢獻	83
5.2	後續研究建議	83
5.3	實務應用建議	84

參考文獻	86
附錄一 描述性問卷	94
附錄二 參與觀察之記錄	96

## 表目錄

表 2.1	出版歷史的簡要回顧表	12
表 2.2	傳統出版與數位出版之比較表	15
表 2.3	出版在不同層面下的附加價值表	19
表 3.1	受訪者個人資料表	43
表 4.1	跨類型部落格分析表	57
表 4.2	傳統文本與超文本之比較表	68
表 4.3	作者、文本、讀者過去與現在之關係表	69
表 4.4	Blog、BBS、個人網頁的比較表	69
表 4.5	媒體範式的比較表	73
表 4.6	部落格出版和紙本書出版之優點比較表	73
表 4.7	部落格出版和紙本書出版之缺點比較表	74
表 4.8	不同取向之部落格定義、特徵、突破傳統出版之意涵比較表	76



## 圖目錄

圖 1.1	研究流程圖	8
圖 2.1	媒體的模式及相互關連說明圖	16
圖 2.2	現在出版產業模式	22
圖 2.3	數位出版產業模式	27
圖 2.4	研究架構圖	38
圖 3.1	研究問題邏輯示意圖	40
圖 3.2	部落格分類圖	44

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

網際網路引發的許多現象都已經引起各界的關注與討論，比如說權力、性別、課程、意識型態、歷史、哲學、社區等，這些觀念因為網路的出現，都有了重大的改變。部落格是 Blog 的翻譯詞，是 Weblog 的簡稱，即 Web 和 Log 的組合詞，Weblog 是由 Jorn Barger 在1997年提出的，乃是指一種以 web 作為呈現媒介的（個人）log（葉允斌，2004）。部落格的快速發展，漸漸在各種產業上都有了相關的應用，可見部落格的普及化，帶動了另一種不同的發展或機會，當然在出版產業上也不例外。它不但讓出版有了不同的呈現方式，發展更多元的出版型式，想必對出版產業的未來上，是極具前景的。

本節分二個段落論述，首先說明外在環境的變化，以及網路媒體的發展情況，接著說明本研究的重要性與研究的動機。

### 1.1.1 研究背景

由於電腦資訊科技一日千里的飛躍發展，廿世紀末的人類社會逐漸醞釀產生了前所未見的變革。全世界的電腦與電腦使用者，無論自願與否，都逐一被相互串連而捲入這個即將引起「大轉變」（great transformation）的漩渦裡。種種跡象顯示，網際網路正默默地在主導一個人類新文明的成型。網際網路所帶來的，基本上，其實是一場傳媒的革命，而傳媒乃是人類文明得以傳佈的基礎。換言之，這山雨欲來的變化，所醞釀的正是一場文明的革命（吳齊殷，1998）。無可避免的，這一場革命也影響了出版產業。

出版與整個社會的發展有著密切的關係，當一個與過去社會不同的新社會型態正在浮現時，也是全球經濟產生巨變的過程，資訊技術力量則是造成轉化的積極力量。資訊技術革命對經濟、文化、社會的發展與影響，以及科技、社會、經

濟、文化與政治間的相互作用，重新塑造了我們的生活情景。

在資訊時代下，部落格（網誌）是一個很值得觀注的新出版形式，包括：

### 一、部落格發展迅速，功能多樣化，前景令人期待

以網路的速度、無形化、全球化與連線的特質，勢必會日漸推翻舊有的經濟秩序，出版型態自然不免與時推移。特別在網際網路和電腦的不斷推陳出新之下，已經讓書籍的概念產生空前的變革，也將衝擊書籍之發行、出版與銷售等相關領域產業。引發出版產銷型態變革的核心概念就是「網路出版」(online publishing)，早在 1978 年電子佈告欄系統問世初期，其運作的基本理念就是希望以低成本技術，由有興趣的使用者共同組成社群，以電腦為基礎的互動式傳播系統，用來達成文字傳播的目標（須文蔚，2001）。

網路媒體的快速成長和普及，吸引了廣大閱聽眾的參與，以致網路媒體成爲每個人生活中的一部份。從2003年起，許多新聞媒體如 CNN 開始報導跟部落格相關的內容，Google 也看出了部落格未來發展的潛力，併購了 Pyar Labs 這家提供免費部落格空間的公司。對於華文部落格的發展，早在2~3年前台灣便已有人開始運用部落格建立出個人化的資訊交流平台。若要再往前探究的話，那就便是2000年明日報的個人新聞台了，但是，爲何當年的個人新聞台已成了昨日黃花？而如今的部落格卻正是一個熱門的議題？

其實部落格的流行，必須兼顧於觀念、行爲、訊息、產品的傳播擴散，就像病毒一樣，似乎就在那一瞬間就蔓延開來了。部落格在近兩年由於寬頻普及與多媒體的推波助瀾，不經意地轉化成爲了許多人在網路上的分身。善用部落格而成名的個人或是企業，在資訊爆炸的時代裡，找到了藍海。另一方面，全球許多提供部落格相關服務的新創公司，紛紛得到市場與資金的青睞。

### 二、部落格似乎是一種新的溝通形式，形成虛擬社群，反映出版新形式

目前在台灣已有大部分的部落格使用者將 2005 年認定爲台灣的部落格元年，尤其是在 2005 年 12 月 16 日全球華文部落格大獎之後，此次的活動不僅讓「部落格」這個名字在華文世界中被正式命名，同時也對部落格的型態與應用賦予了初

步的闡述與定義，更重要的是對於那些兼具專業知識與網路技術，辛苦經營的部落格使用者來說，給予了相當程度上肯定，而這也正是推動全球華文部落格朝向質量並行的發展優勢（郭至楨，2006）。

網際網路的發達，利用網際網路多媒體特質從事的網路出版，也不斷傳出業者積極投入建立電子圖書館與網路書店的消息，網路的出現改變了書的觀念，出版如何因為生態轉變面臨新的挑戰，值得觀察。隨著網路發達與科技進步，部落格的發展非常迅速，並且由於其能漸漸與商業結合，引起更多的關注。這樣利用網路建構的平台，不僅有其傳播魅力，也可視為新型態的出版方式，因此，對其意涵有進一步探究的必要。

### 1.1.2 研究動機

隨著網路的發展，網路已經不再只是單純的資訊搜尋與瀏覽工具，相反地，有效地利用網路來尋找有用的資訊，並且進一步協助分析資訊，甚至做出各種有效的決策。科技使人類可以用「網路」來彼此溝通，互動的過程完全被人工虛擬世界中的符碼所取代，人與人的互動建構在一個虛擬世界中，人們開始有交換彼此幻想的經驗，透過一系列個人電腦的連結，傳遞圖文或象徵性資訊在全世界各個國家。

由前述背景可知，透過科技的技術演變，人類傳播的發展與媒體的變化速度，可謂一日千里，現今網路的發展日趨成熟，而在近年來的風潮中，部落格是一大熱門議題，這一個突破時間和空間限制的新興媒體平台，對於未來各方面都具有很大的影響力，而在台灣地區的發展也值得我們注意。

另一方面，創市際市場研究機構執行長江義宇表示：網路個人化出版，在國內正值成長起飛的階段（郭芷婷，2005）。相較於其他種類的個人化出版，部落格可以說是此類型中最具代表者，部落格與個人網站不同，雖然現在個人網站建立已相當容易，但是比較起部落格，還是有其維護上的難度，而部落格只需以類似撰寫 Email 的方式就可以輕鬆建立。特別的是，部落格還有社群的功能，你可以

輕易的發表出你的文章與讀取他人言論，因此部落格逐漸區隔出與「個人網站」不同的趨勢，著名的即時通訊 MSN 推出 MSN Space，以及搜尋引擎 Google 併購 Pyar Labs 後，亦相繼加入部落格服務。因為部落格的簡單易用，並兼具虛擬社群的特性，有逐漸廣泛的態勢，因此，廣告廠商亦躍躍欲試此一市場（謝清富，2005）。

本研究希望進一步的瞭解部落格的內涵，及其在出版上的新意涵，藉此也同時瞭解部落格與其他相關層面的連結為何？部落格在未來出版上有何發展及應用？期盼研究結果與建議，有利於台灣未來部落格上的應用，以及發展之參考。

然而，個人出版並非新生事物。但在網際網路出現之前，個人出版幾乎沒有市場，作為大工業的新聞出版業沒有給個人出版留下多少空間。網際網路改變了新聞出版業的許多遊戲規則，其中引人注目的一條是：個人出版挑戰集團出版。部落格作為個人出版的最新與較高形式，正在為個人出版重新定位。個人出版為後現代新興的一種出版型式，顛覆了人們對傳統出版原有的認知，這一種出版型式的出現，對於出版背後所蘊含的意義相當深遠，此為本研究所要探討的主要內容。

## **1.2 研究問題與研究目的**

### **1.2.1 研究問題的界定**

關於部落格議題的探究，在國外先有若干先驅性論述，而臺灣是近幾年才開始興起部落格的風潮，在研究探討上尚不完整周全，特別在出版的觀點上，還未見有研究者進行較深入的討論，所以，本研究針對此一議題，試圖探查和瞭解的問題如下：

#### **1. 部落格的定義及其出版意涵為何？**

部落格是一種新形式的出版，一種出版的新現象出現，應該代表著出版的意義與功能已經有了改變，從而，有必要審慎的檢視它、理解它，以期對出版提出

更新穎的見解，對實務也有所啓發。

## 2. 部落格與其他相關層面的連結為何？

網路出現以後的新形式出版，逐漸打破了傳統出版的結構，形成新的出版型態，研究的目的希望可以瞭解部落格與其他相關層面的連結，其他相關層面的連結指的是相關的產業連結，或者相關的平台連結等，除此之外，也討論其有關虛擬社群的部分。

## 3. 部落格在未來出版上有何發展及應用？

書籍本身是承載知識資訊的載體，將隨著人類科技的發展而屢有突破，數位時代下的部落格出版，便是一種新的載體、新的突破，在技術上有所突破以後，對於實務應用上應該有更多的發展空間，故在探討前二者之後，也企圖預測部落格未來的趨勢走向為何，以提供出版業者或後續研究者一個思考的方向。

### 1.2.2 研究目的

部落格是現正極為流行的議題之一，但其應有更深一層的內涵存在，而不僅止於一時的潮流或話題而已，因此，本研究之目的是要解釋部落格此一新形式的出版，出現何種新的出版意涵，將以部落格為新形式出版的代表，進行研究。綜合以上論述，本研究的目的為以下二點：

1. 理論上的目的：藉由文獻與閱讀的整理，以及實際的部落格觀察，除了瞭解新形式出版型態的比較分析，並從其中提煉出新的出版意涵，給予出版新的定義，其有助於出版理論上的建構。
2. 實務上的目的：透過深度訪談，推測部落格未來發展的趨勢，及後現代出版的未來趨勢為何，以提供有意經營部落格業者，具實用參考之價值。

## 1.3 研究範圍與限制

### 1.3.1 研究範圍

根據研究目的，訂定研究範圍如下：

1. 就研究問題而言：探求在後現代的資訊社會中，部落格現象對於出版所呈現出的意涵為何。此外，並探究數位出版與傳統出版的差異，以及資訊時代下該用何種角度或態度來看待出版。
2. 就研究時間而言：本研究僅採橫向研究，就單一時間點調查部落格中作者與讀者的互動情況，每一類型的部落格以觀察三個月為期，其部落格觀察因起迄時間不同，橫跨 2006年 1 月至 7 月，僅以此時間內的現象為觀察依據，超過此時間範圍之現象，則不在討論範圍內。
3. 就研究對象而言：研究者 Krishnamurthy 在 2002 年提出一個部落格的分類，將部落格分成四個基本類型，分別是：線上日記 (online Diaries)、支持群組 (Support Group)、個人專欄(Enhanced Column)、合作的內容創造(Collaborative Content Creation)。本研究直接採用上述的分類方法，分別依據各類型擇一部落格進行觀察，進而比較、分析四個不同類型之部落格的差異、特色等。但部落格的分類方法不僅單一分類方法，且在短時間內有更多元的型態出現，因此，其他分類方法，或後期出現的部落格型態也不在本研究的觀察範圍內。

### 1.3.2 研究限制

部落格約在 2003 年初開始在台灣的發展，但在國外，部落格的開發與推廣已經有一段時間了，因此，在文獻上多以國外文獻為主，並不一定可以完全符合台灣部落格的內涵。

網路的發展太過迅速，相對部落格的發展而言，也可能在一夕之前就有很大的改變，因此，在短時間內做的研究，由於時間上的限制，本研究僅能就單一時間點調查部落格中作者與讀者的互動情況。

從部落格在台灣開始發展到現在，時間很短，所以在很多領域的應用上都還

在剛開始的階段，加上使用者數量雖多，但卻散落在不同的平台，在網路這片大海中，要尋求有經驗具有代表性的站台並不容易。以上幾點因素造成本研究上的一些困擾與限制。

## 1.4 研究方法與流程

### 1.4.1 研究方法

本研究採組合性的質化方式進行，針對整個研究問題，在不同的階段用不同的方式來處理不同的問題，其中包括「參與觀察法」，主要是為了探討不同型態的部落格有何差別，以及觀察作者與讀者的互動情況。在界定研究問題的階段，則是採用了「描述性問卷調查法」，先對部落格台長做一簡單的描述性問卷調查，以瞭解台長對於部落格的認知與經驗，並參酌相關文獻做一比較、連結，藉此釐清研究問題，界定研究範圍，以達到確立研究問題。此外，還利用「深度訪談法」，訪談內容主要鎖定部落格的未來趨勢與商業應用，以訪談的方式，進而瞭解出版業者及相關研究者對於部落格的未來趨勢與商業應用有何看法及態度。包括：

1. 描述性問卷調查法 --- 其為了界定研究問題所進行的小型研究。
2. 參與觀察法 --- 為本研究主要之研究方法，其中探討不同型態的部落格有何差別，以及觀察作者與讀者的互動情況。
3. 深度訪談法 --- 針對部落格的未來趨勢與商業應用進行訪談，以求瞭解現今出版業者及相關研究者對於此一議題的看法和態度。



### 1.4.2 研究流程與說明

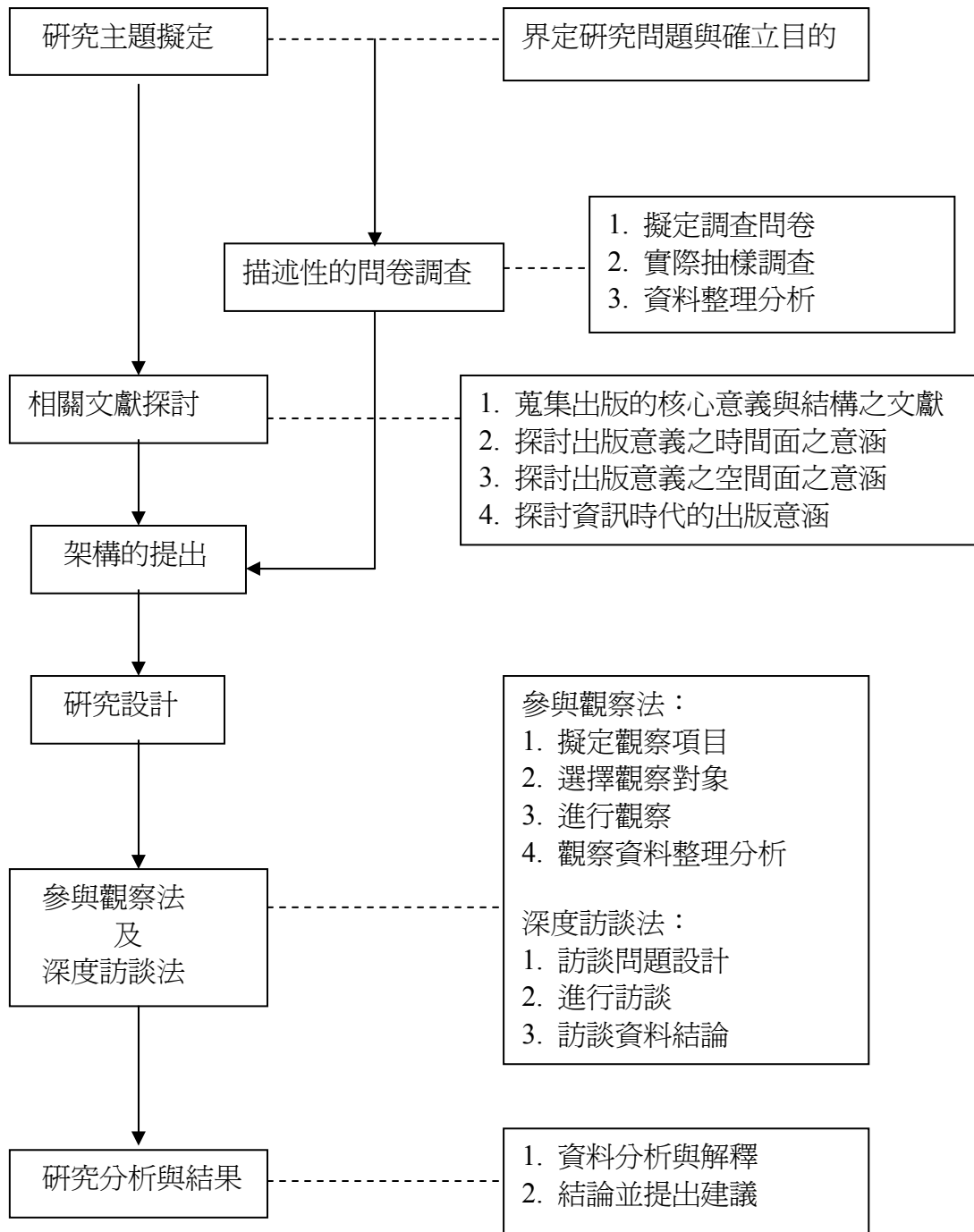


圖1.1 研究流程圖（虛線後為流程內容之說明）

資料來源：本研究整理

## 第二章 背景知識的整理及觀察架構的提出

本章就出版的時空意義之考察、資訊時代的出版發展、出版核心意義與結構等相關文獻作一蒐集與整理，並在最後提出觀察的架構。

### 2.1 出版意義之時間面考察

由於科技發達與社會經濟文化活動等條件的改變，出版的意義與功能已經有了根本上的改變，在這巨大的改變下，有必要需要用新的角度去看出版，重新檢視它、理解它。因此，研究者認為出版研究與理論發展需要新的視野，需要從變遷當中去考察，從而捨棄過去以紙為角度的視野，將其拉高層次、放寬範圍去探討。在進行的步驟上，首先需要瞭解新現象、新結構、新趨勢，重新界定「出版」的定義。只有這樣才有可能發展新的出版理論或知識體系，對實務產生新的指導架構，及對新的現象提出適當的解釋。

從而，而要對出版研究與理論發展找出新的視野，必然需要先瞭解過去出版相關的考察與歷史。

在出版意義時間面的考察上，在學者張志強《現代出版學》(2003)及《20世紀中國的出版研究》(2004)二本著作中有詳細的整理，因此，本節參酌此二本書之內容作摘錄、修補及改寫，其中分為抄本時代、印本時代、數位時代等三個部分進行檢視。

#### 2.1.1 抄本時代(農業文明)的出版模式

抄本時代約在公元前 500 年至公元 500 年左右。在此時期出版主要的功用在於傳播文學、宗教教義等，以及大學教學用書。其載體與技術發展的部份，希臘在公元一世紀，將草紙折裁成單張，雙面書寫；小亞細亞白加孟在公元二世紀，發明了羊皮紙，成為歐洲主要的文獻載體；羅馬在公元四世紀，則以羊皮紙取代

了紙草紙；中世紀（約公元 500 年）中國的造紙術傳入歐洲。其階段性的載體包括了紙草紙、羊皮紙、絹布、竹片等。在當時的社會，書籍抄寫和出售業大規模發展起來，出現了專門的書店，這種書店不僅負責圖書的銷售，而且經營圖書的抄寫。同時，在抄寫業中，由於雇主大量使用奴隸勞動，書價因此而低廉，一般的中等人家同樣可以承受。文化不再是貴族階層才能享用的特權，在一定程度上達到了普及的程度。而爲了提供宗教活動所需的圖書，各修道院都建立了自己的圖書抄寫室，抄寫宗教圖書。此後，圖書抄寫業開始走出修道院，成爲社會上的一個行業。另外，隨著歐洲大學的興起，圖書的需求量增大，這也導致了圍繞大學而進行的圖書銷售業的興盛（張志強，2003）。

中國古代沒有出版物這個概念，只有書、圖書、圖冊、典冊、典籍、簡冊、帛書等概念，中國古代形成的圖書概念與以後出現的出版物的概念有區別。最早的圖書，如中國殷商時代的龜冊、埃及的紙莎草書籍及東西方的手抄書，只是出版物的萌芽型態，並不是嚴格意義上的出版物（曾慶賓，2003）。

### **2.1.2 印本時代(工業文明)的出版模式**

印本時代約爲約公元500年左右至二十世紀末。在此一時期由於造紙術的發明，出版即進入了印本時代，在當時，出版主要的功用是爲了促進人們思想的解放，且強調規模經濟和出版利潤，並將出版趨向商品化。而載體與技術發展的部份，複製石刻文獻的捶拓技術的基礎上形成了雕版技術的發展。中國北宋中期，畢昇發明泥活字印刷術，之後有人陸續發明木活字、銅活字、錫活字等。公元751年，阿拉拍人學會了中國的造紙術，後傳入巴格達、摩洛哥、西班牙、意大利等國家，工業革命使得出版技術一日千里，造紙機、印刷機紛紛出現。當時正是歐洲文藝復興運動和思想啓蒙運動的時期，歐洲宗教統治瓦解，民衆教育水平提高，而政府、書院和寺廟也藉著技術上的方便加入到圖書生產的行列，此外，在這個時期，政府廢除一系列限制圖書出版的法令，同時，開始通過立法來規範出版業中的一些行爲。就出版模式而言，已經脫離了抄本時期使用奴隸勞動抄寫的模式，

而是自己刻印圖書，自己銷售，此時，現代意義的出版商已開始出現（張志強，2003）。

出版物的出現和發展與印刷技術的發明和使用有密不可分的關係。中國唐代雕版印刷術的發明，特別是宋代畢昇發明了活字印刷術，解決了一個原版複製多份的問題，出版物才算正式出現，並得到了巨大的改變（曾慶賓，2003）。

### **2.1.3 數位時代(資訊文明)的出版模式**

數位時代約從公元二十世紀末期開始，數位時代來臨，網際網路的出現，又再引發出版的另一波革命。新的功能使出版走向商業化及國際化，並形成個人出版和開放出版的另一種規模。隨著網路技術的發展和普及，信息網路傳播已成爲最新的傳播方式。而出版與網路傳播的結合，便產生了網路出版的新形式，網路出版的方式，一般是將經過編輯加工的各种作品製作成一定格式的數位化產品，儲存在網路伺服器中，供讀者在網路上瀏覽閱讀或下載到自己的相應設備中。透過網路進行傳播，出版物載體也更多樣化，不再限於書籍的方式呈現，且這種電子載體，如手機、電子書閱覽器等，皆是屬於暫時性的載體，可隨時更新、刪除，不再像過去紙本的載體，是永遠的載體，無法更新或刪除。人類到了二十世紀，進入了經濟繁榮、科學進步、教育普及、生活水平提高的時期，而資訊時代是一個快速變動的環境，一個地球村的脈絡，因此，大家都有迫切的資訊需求及知識需求，此外，資訊科技（如網路、手機、資料庫等等）正好提供了有利的條件，以此來滿足地球村條件下及迅速變動的環境下的資訊需求及知識需求。多媒體出版讓出版可以以各種形式同時並行，同樣的內容可以用不同的載體、形式、連結、模式進行出版，此爲出版的整個架構、典範的改變，出版也出現了集團化，經營範圍橫跨圖書的各個領域，甚至形成綜合性傳媒集團。

### **2.1.4 小結**

造紙術發明以前，羊皮紙是歐洲主要的文獻載體，中國的造紙術傳入歐洲後，

書籍抄寫和出售業大規模發展起來，出現了專門的書店，這種書店不僅負責圖書的銷售，而且經營圖書的抄寫。在印刷術尚未問世的時代，無論東方或西方，書籍均以手抄複製的方法供少數讀者閱讀，這是出版的原始型態。至宋代畢昇發明了活字印刷術，延續了八百年，宋代以後，出版活動日趨發達，出現了接受委托、從事刻印或出售書籍的書商。歐洲文藝復興運動和思想啓蒙運動的時期，歐洲已經脫離了抄本時期使用奴隸勞動抄寫的模式，而是自己刻印圖書，自己銷售，此時，現代意義的出版商已開始出現。而中國直到近代，從西方傳入鉛字排版、機械印刷技術之後，才正式形成「出版」的概念（曾慶賓，2003）。

由以上三小節之時間面考察，可以看出分別在抄本時代、印本時代和數位時代中，出版主要的功用，其載體與技術的發展，以及社會的結構等，從中可以體會出版的演進，以及找出出版發展的脈絡，以有助於分析出版的新現象，以及推測未來出版的發展。歸納以上內容，整理出版歷史的簡要回顧表如下：

表 2.1 出版歷史的簡要回顧表

	出版主要功用	載體與技術及其發展	社會結構
抄本時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 宣傳宗教教義、傳播文學等。</li> <li>■ 教育：大學教學用書。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 希臘：公元一世紀，將草紙折裁成單張，雙面書寫。</li> <li>■ 羅馬：公元一世紀，紙草紙。公元四世紀，羊皮紙取代了紙草紙。</li> <li>■ 小亞細亞白加孟：公元二世紀，發明了羊皮紙，成為歐洲主要的文獻載體。</li> <li>■ 中世紀（約公元 500 年）中國造紙術傳入歐洲。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 書籍不再是貴族才能享用的特權。</li> <li>■ 修道院、宗教盛行，對圖書抄寫和傳播有重大的貢獻。</li> <li>■ 歐洲大學興起，圖書需求量增大，進而推動圖書銷售業的興盛。</li> </ul>
印本時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 促進人們思想的解放。</li> <li>■ 出版趨向商品化。</li> <li>■ 強調規模經濟和</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 複製石刻文獻的捶拓技術的基礎上形成了雕版技術的發展。</li> <li>■ 北宋中期，畢昇發明泥活字印</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 政府、書院和寺廟也藉著技術上的方便加入到圖書生產的行列。</li> </ul>

代	出版利潤。	<p>刷術。之後有人陸續發明木活字、銅活字、錫活字等。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 公元 751 年，阿拉伯人學會了中國的造紙術，後傳入巴格達、摩哥、西班牙、意大利等國家。</li> <li>■ 工業革命使得出版技術一日千里，造紙機、印刷機紛紛出現。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 歐洲文藝復興運動和思想啓蒙運動。</li> <li>■ 歐洲宗教統治瓦解，民眾教育水平提高。</li> <li>■ 廢除一系列限制圖書出版的法令。同時，開始通過立法來規範出版業中的一些行爲。</li> </ul>
數位時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 媒體多元化，使得訊息的傳遞相對的更快速，也有更多元的選擇。</li> <li>■ 出版的商業化、國際化，集團化，讓出版跳脫了傳統的發展型態，有不同的商業機會。</li> <li>■ 開放的出版型態，帶動個人出版的潮流。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 網路普及，使圖書電子化，透過網路進行傳播。</li> <li>■ 出版物載體多樣化，不再限於書籍的方式呈現。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 經濟繁榮、科學進步、教育普及、生活水平提高，讓資訊需求及知識需求。。</li> <li>■ 文化創意產業的興起，帶動出版與文化創意產業的連結。</li> </ul>

資料來源：本研究整理

根據以上整理，歸納結論如下：抄本時代，出版主要的功用爲文學、宗教教義等的傳播，及大學教學用書，其出版技術還在起步階段，只能運用竹簡、羊皮等載體用手抄寫。到了印本時代，造紙術、印刷術的發明，在技術上有了相當的突破，而出版主要的功用也轉變成促進人們知識的交流、彙集，並強化文化的形成。網路崛起後，使媒介不再只是傳遞資訊的工具，而是塑造了一個全新的社會生活空間和交往環境，人們能夠在其間進行社會互動，而不只是交換資訊，而出版與網路傳播的結合，便產生了網路出版的新形式。從這樣的時間面考察，可以

瞭解到出版的過去到現在的發展過程，也可以瞭解到在不同的時期，出版的作用、功能有何不同，或者技術上的演變，這樣的分析，有助於觀察現在及推測未來出版的新現象。

## 2.2 資訊時代的出版發展

### 2.2.1 發展中的新形式出版

傳統出版的定義不勝枚舉（許力以，1993；張志強，2003；曾慶賓，2003）。有學者細分為狹義與廣義來解釋出版，狹義的出版是指圖書報刊的編輯、印刷和發行；廣義的出版不只是指圖書、報刊；還指錄音、錄影以及其他文字語言和圖像的媒介載體的編輯、印刷、製作和傳播（許力以，1993）。簡而言之，出版本身的作用是一種人類社會傳播的管道，或是傳播過程的一部份，出版的內容是作知識的累積和傳播，以達到交流分享的目的。

數位出版從 80 年代日本人開發讀書機開始，便產生了電子書的概念。隨後 20 世紀初的光碟書也曾經紅極一時。雖然前者因內容不足發展受阻，後者因網際網路出現而沒落，但整體而言，數位出版的概念從當時開始醞釀，至今一連串的發展正顯現出此為一種新潮流、新出版形式。目前台灣以電子報、線上資料庫以及部落格發展較興盛，電子書（包含各類書籍、雜誌）仍屬萌芽階段，各類數位出版品也陸續出現（黃怡音、周樹林，2006）。

隨著科技的進步，連結社會及經濟條件的變遷，人類意識的聚合展現了更多的可能性。出版從傳統的既定四端程序（由創作端而成品端、流通端至閱聽端）演化到數位出版時，四端即重新組合，或者每一端的結構也作了不同的調整及變化（Shaver, D. & Shaver M. A., 2003）。

網際網路打破了傳統出版事業的評定標準，因為，透過網路，新形式的出版品可以透過網路流通，而多項評定出版的價值指標也是因數位出版產生了結構性的轉變（林政榮，2004），如下表：

表 2.2 傳統出版與數位出版之比較表

	傳統出版	新形式出版
載體	紙本、需經印刷流程	數位化、可轉存不同格式出版
展現方式	平面編排、講究排版精緻度	兼具圖文影音，多媒體呈現
攜帶性	紙本厚重、可攜帶數量不多	電子檔案小、但須經載體閱讀
作業時間	出版作業時間長，不具即時性	有數位檔即可出版，即時性高
成本	複製成本高，包含紙張印製等	複製成本低，因只有數位檔案
截稿期限	有截稿出刊壓力	可隨時更新資訊
互動關係	作者與讀者之間的互動性不佳	透過線上溝通，可保持互動
資訊編輯權	編輯決定給予資訊內容	個人掌握資訊取得權
流通方式	傳統行銷通路，流通慢	數位化網際網路，流通快

資料來源：林政榮（2004）。

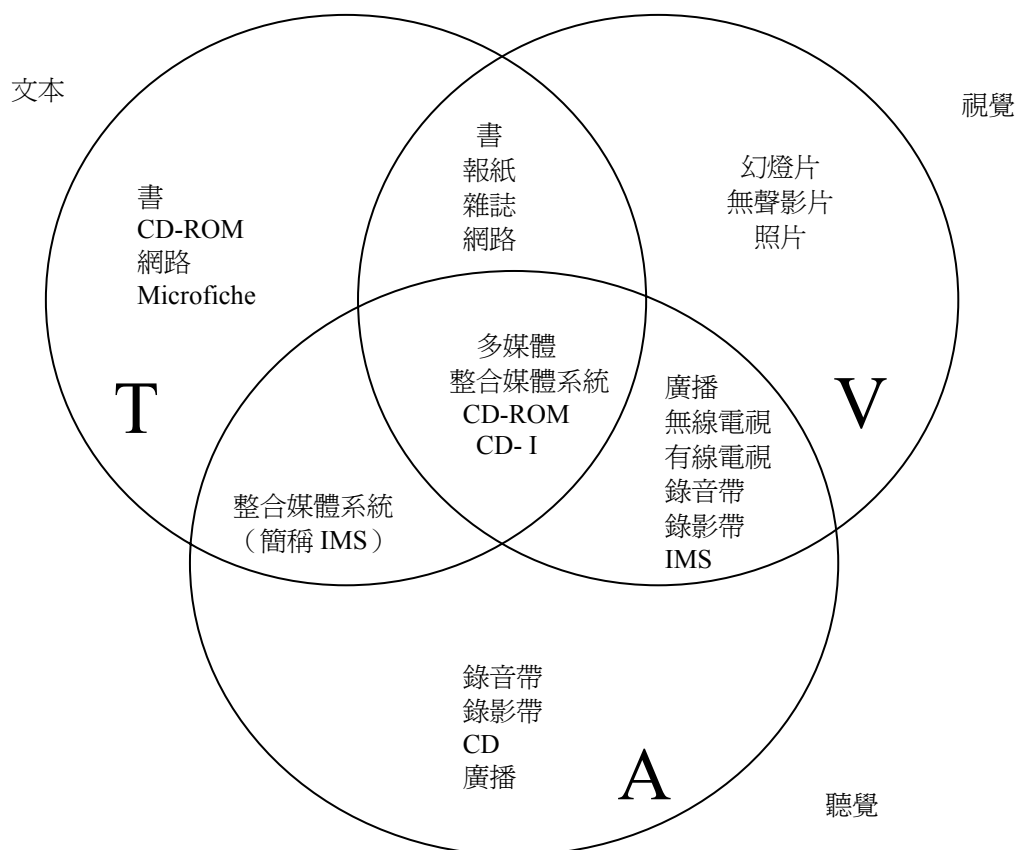
載體指物質、信息和文化傳播的運載物；在化學反應過程中的催化劑或中間生成物，出版界中，指傳播媒體（維基百科，2005）。新形式出版需載體為媒介才能閱讀，是指它需要包括電子閱讀器、光碟機、手機等，才可以將出版內容藉以呈現，使閱聽人可以消費。

由上表可以看出，新形式出版相較於傳統出版有許多不同之處，包括載體、展現方式、作業時間、成本、互動關係、流通方式等。例如，在於新形式出版的資訊量較大、傳輸較迅速，出版的所需時間短、價格低，且作者與讀者之間的溝通更快速且直接，也可以說新形式出版比傳統出版更具有彈性，可以發揮的空間更大更廣，當然，也可以創造更大的市場及價值。以上所述，都是新形式出版與傳統出版之間明顯的差異之處。

此外，隨著出版技術的發展，出版物的載體材料及訊息知識的記錄方式等發



生了很大的變化，多媒體為載體的出版中，出版內容更可以多元的被展現，由原本只能用文本的方式呈現，進而加入了、音的部分，讓視覺和聽覺都有更多的選擇，下圖便可以呈現出整合媒體系統中，出版的多元化，及新出新型態的出版包含的部分為何。



(註：IMS = Integrated Media System 整合媒體系統)

圖2.1 媒體的模式及相互關連說明圖

資料來源：Elsenhart (1994). p.88

依上圖媒體的模式及其相互關連，可以發現出版在其技術發展後，其發生的變化。這種變化包括有（曾慶賓，2003）：

1. 記錄訊息知識的方式發生了變化，除印刷外還有光碟、碟片等。
2. 記錄的載體發生了變化，除了印刷用紙外，還有感光材料、磁式記錄材料。
3. 知識訊息的表達形式發生了變化，除文字、圖表外，還有聲音、動畫、數位形式等。
4. 傳遞訊息、知識的工具和手段發生了變化，除了傳統的印刷品外，還有廣播、電視、遠程通訊、網路技術、通訊衛星等。
5. 接受與利用知識訊息的方式也發生了變化，除了通過閱讀文字接受訊息外，還通過視聽設備，以及多媒體設備來接受與利用知識訊息。

這些因素使得現代出版物的概念外延顯得十分寬泛。包括了圖書、期刊等印刷出版物，還包括其他用可見、可觸及、可聽到的符號或信號系統，如圖畫、樂譜、音頻、視頻等製作的非印刷出版物。

### 2.2.2 數位出版與所謂新典範

Eisenhart (1996) 曾對出版提出一個 7 M 的架構。指從素材或內容 (material) 到模式 (mode)、媒體 (medium)、手段 (means)、市場 (market)，最後到資金回流 (money)。此六個環節環環相扣，而每一個環節都需要的就是管理 (management)，最後形成 7 M 架構。每一個環結都有多個選項，如模式可區分文本、視覺 (影像出版)、聽覺 (有聲出版)，或組合成多媒體，連結起來就有很多的行動空間，這是出版者在一開始就應該考慮及設計的。運用加值的概念，在素材取得、內容開發之前，就規劃多層次，利用不同出版模式，經由不同通路，行銷不同市場，然後，獲得多次性的利潤，是數位出版最重要的理念。多產品、多形式、多市場、多途徑下進行出版，就是多層次開發「內容」的價值的一種理念，稱之為「整合出版」。內容開發後以不同的模式、經由不同的媒體及手段，在多個市場銷售。此一系統化的、整合性的，同時開發各種形式和途徑、通路、市場的理念下進行出版。

傳統出版多半是先有內容，進而印刷成紙本進行銷售，若是反應好，才開始發展周邊商品。現在要同時企畫，內容出來就要有相關產品的概念同步作業。所以，7 M架構其實就是首尾兩端，一端為素材或內容，一端為管理，每個環節都作完善的管理，才可能將資金回收。要用系統化的、整合性的，同時開發各種形式和途徑、通路、市場的理念下進行出版，就是所謂數位出版的典範變革(paradigm shift)。典範，指一種模式，或者規矩、模式、理念、原則等。新典範意指不能再用紙本出版的概念去看數位出版，而要用新的角度來看數位出版，出版才能有好的績效。出版在內容與形式兩個層面同時產生變革。數位出版是在資訊時代、資訊社會的條件下產生出來的一個新的出版空間。因此，它需要一個新的管理架構。

對於數位出版，尚未有一個完整且明確的定義。林穗芳認為，出版是選擇文字、圖像或音響等方面的作品或資料進行加工，用印刷、電子或其他複製技術制作成書籍、報紙、雜誌、圖片、縮微製品、音像製品或機讀件等以供出售、傳播。而《世界版權公約》對出版的定義是：出版是指作品以有形形式複製，並把複製件向公眾發行，使作品能夠閱讀或觀賞。

除7 M架構外，Douglas M. Elsenhart (1994)也提出以多媒體為載體的出版形式，還可以以素材、模式、媒體、途徑、市場，對應於其構成要素、過程等分別進行說明其出版形式在不同層面下的附加價值。

表2.3 出版在不同層面下的附加價值表

	素材	模式	媒體	途徑	市場
構成要素	內容 資訊 知識 娛樂 藝術 工具	文本： 文字、數字、 標記 視覺： 電影、圖片 聽覺： 音樂、人類聲 音、自然聲 音、雜音	書、雜誌、報 紙、業務通 訊、DVD、 VCD、網路、 底片、錄音 帶、錄影帶、 無線電視、有 線電視、光 碟、廣播、PDA	物理管道： 郵寄、零售、 商店、直鎖、 報攤、現場 開放通路： 電子廣播、電 磁波、衛星、 電話、有線電 視 其他： 面對面、研討 會、教室	消費者： 消費者、企 業、專家、教 育者、政府、 新聞 購買者： 廣告商、第三 團體（財團法 人）
過程	創造： 研究 書寫 繪畫 攝影 節目表 編輯 採集 表演 分析	過程： 紀錄、拍攝 貯存 展示 編輯 轉換 組織 編製程序	設計 製作 排版 列印 控制 製造	傳送、播送 宣傳 運送 贈送 回應、響應	消費者： 閱聽、瀏覽、 使用、需求 出版者： 選擇、確定、 定指標、定 位、包裝、定 價、宣傳、廣 告、銷售、檢 視、贊助、售 後服務、回饋

←————— 管理與資金 —————→

資料來源：參照 Elsenhart (1994) 修改

上表可以很清楚的看到，新形式的出版，不管是在素材、模式、媒體、途徑或市場等不同的環節下，都比傳統的出版更加的多元，且富有彈性，每個環節都環環相扣，相輔相成，應用的層面不但更加廣泛，內容更加多元，更大的區別是在互動層面上，相較過去，有很好的效果。

### 2.2.3 圖書出版與數位出版的比較

爲了更清楚說明數位出版的意義、樣態，乃至其地位，進行圖書出版與數位出版的比較。

知識能夠被廉價購得和消費是近代世界一項極大的突破，大量印刷讓知識可以被快速複製、傳遞，民眾的知識水平便可急速成長，印刷術被譽爲改變人類文明的大功臣之一。紙本書是人類知識傳遞內容與價值的形式之一，但顯然還不是最好的「儲存媒體」。首先，它需要大量的成本，而且這筆費用並非是用於「取得內容」之上，而是用在製造紙本書上。一本書其中有大部分成本是耗費在紙張，然後是印刷費用、製版、分色等等與內容無直接關聯的部份。紙本書還會遇到第二個宿命，那就是庫存的壓力，像報紙、雜誌、季刊等時效性較高的出版品，時效一過，就免不了要銷毀。而圖書商品獲利的操控，除了內容必須符合市場需求之外，能有效控制庫存、通路、店面三者之間的均衡狀態更爲重要。

科技的發展使得數位出版相較於圖書出版，更顯其多元性及方便性。它有搜尋功能、字體顯示在螢幕時的大小、顏色、互動程度、影音特效等，都是圖書出版所不及的。數位出版改變了閱讀文化、表達方式、思考習慣。此外，它能突破時間和空間的限制，讓人隨心所欲的接受各種形式的教育及學習，並且擁有多向、多元的傳播方式，與數位學習連結，更增加其資訊提供的效能，不管是在技術條件、文化、教育，或者功能上都有很大的突破。

在地位上，可以說中國造紙術和印刷術是第一次的資訊革命，網際網路及周邊資訊科技的發明則是第二次的資訊革命，數位出版是其代表。

## 2.3 出版意義之空間面考察

除了出版時間面的考察外，出版尚有空間面的部分需要理解。空間面的考察，有一種比較的意義，說明傳統出版的社會脈絡及數位出版的社會脈絡的差異，然

後，作一對照性的解釋，透過此一對照性的解釋，才能理解為何數位出版會在後現代興盛起來。

唯有同時對出版空間面和時間面進行考察，才能完整的瞭解出版的意義。由於時間的演變，科技的發展，促使時代的進步，數位出版即順應而生。因此，以下便分別以書為載體，以及以多媒體為載體，探討其出版形式及其社會脈絡，並透過資訊與知識的產生、資訊與知識的整理與傳播、資訊與知識等三個構面，以說明整個社會脈絡的改變。

### **2.3.1 以書籍為載體的出版形式及其社會脈絡**

在出版的技術層面，自從中國發明了造紙技術後，紙就一直成為人們傳遞訊息的主要載體，至今亦是如此。目前，世界大多數的圖書、期刊、報紙等都是以紙為傳播媒體（趙勁，2000）。下圖便是以紙為載體的出版產業模式，從中可以看出整個出版的流程，以及各端之間的相互關係。

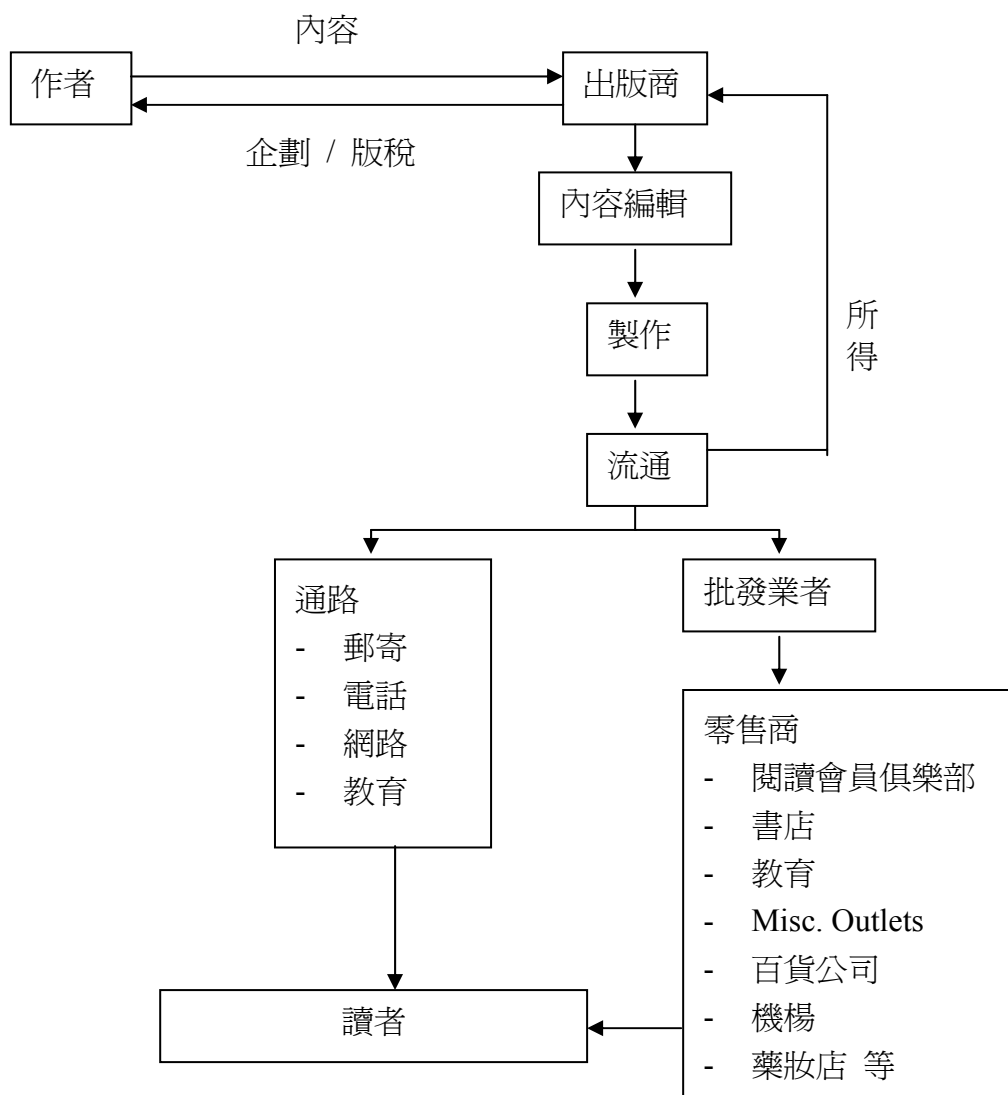


圖2.2 現在出版產業模式

資料來源：參照 Shaver, D. & Shaver M. A. (2003) 修改

上圖從創作端、成品端、流通端、閱聽端等四端作一個完整的呈現，其幾乎是一種線性的方式，一個環節完成才能進行下一個環節，每一個環節中可能還有更小的環節需要配合，每一個環節都完成後，才可以將成品順利的送到讀者手中，完成整個出版流程。

然而若要分析起來，社會可以分為社會結構、政治和文化等三個部分。社會結構包括經濟、技術和職業制度。政治則調整權力的分配和評判個人之間與團體

之間發生矛盾的權力和要求。文化是指表達象徵和意義的領域。按照這種方式來劃分社會是有用的，因為每一個方面都受一個不同軸心原則的支配（高銜、王宏周、魏章玲，1995）。但在本研究中，所要處理的問題則是與出版連結度最高的資訊產生及運用層面。以下便以三大點來說明：

## 1. 資訊與知識的產生

不論是東西方，過去農業時代人類生活步調較為緩慢，其所專門知能要求不高，因此對於知識的需求不如對於體能的需求來得高（潘裕豐，2005）。後來，資訊與知識的傳遞，是宗教總是試圖通過一切方法來宣揚自己的教義，宣揚教義最好的辦法之一，便是通過出版圖書進行，人類生產、傳播圖書的活動總是受到宗教勢力的影響，甚至受其操縱，宗教具有控制、束縛出版業的一面，它與世俗政權結合在一起，成了一種強大的社會力量（張志強，2003）。

十八世紀工業革命是人類文明發展的一個重要里程碑，在此之前，人類社會雖然也有很多的科學發現與技術創新，但都不是在一個有系統的運作結構下產生的，因此，在此之前，人類社會變遷的步伐較為緩慢。但進入十九世紀後，人類社會變遷的幅度加快，尤其20世紀最後的50年間，科技創新與社會變遷的幅度，就遠超過過去幾十萬年的總合，而預期未來變遷速度還要加劇（劉常勇，2004）。在工業時代的資訊或知識需求，多半屬於實用性的、工具性的，也是應為既有目的才產生需求，而資訊或知識的產生最終的目的是為了分享，不管資訊或知識的內容為何，都是為了將其內容傳播至社會大眾。

而此一時期的資訊或知識的產生者，都是有知識背景的人，如學者、宗教團體、政府等，是為宣傳某一種教義、或傳遞一種知識、政策等。也有娛樂的部分，如小說家創作小說，但這在此一時期，還是少數人在做的事。因此，在這個時期，創作產生的部分，其實是一種功能上的、任務上的需求。

## 2. 資訊與知識的整理與傳播

二十世紀出版業的劃時代進步是機器印刷的大規模推廣和使用，在十九世紀時，現代西方的印刷技術傳入中國，而在二十世紀時，得到了大規模的使用（張



志強，2004）。因此，在工業社會時期，藉由印刷科技的發展，而讓資訊與知識的呈現形式，多半以紙為載體，用書的形式呈現資訊與知識的內容。

出版的角色、結構、功能等是脫離不了時空條件的，也脫離不了當時的人、資訊交流、學習和生產性的活動。所謂生產性的活動，指在知識經濟的環境下，大家都要吸收新的知識、新的資訊，並將其應用連結到已有的作業模式，或者作業系統當中，改善其效率及率能。在過去抄本或印本的階段，其資訊交流、學習等生產性活動的特色相較於現在，是屬於比較慢，且平穩及線性的（萬榮水，2006）。

傳統出版以圖書出版為主，其出版活動僅被看作是文化活動或生產活動。在大眾傳播工具還沒有出現的農業時期，生活於當時的孩子在變動緩慢的村莊長大，他們的知識來源非常有限，都來自於老師、牧師、村長和最重要的家庭。人類由農業社會進入工業社會時，人口向都市集中而形成了大眾社會（mass society）。隨著時代進步，目前大眾社會中已有很多媒介，擴大了個人體認現實的孔道，傳播者與受播者不是直接面對面地進行傳播，孩子們不單單從自然和人身學習，還可以從報紙、雜誌、收音機和電視上得到知識（黃明堅，1994；世新大學新聞系，2002），但其最主要的媒介還是以紙為載體，因其是最廉價、最普及的載體。此時大眾傳播工具已成爲巨大的發言人，不單只是孩子的學習有這樣的轉變，推及到整個社會的傳播方式，也是如此，傳播者與受播者間的傳送與接收因爲科技的進步而有所不同，這便是這個時期的傳播方式。

### 3. 資訊與知識的利用

回歸到出版產業上的發展來看，二十世紀的前半世紀，中國的出版產業有了很大的改變，是由於中國的經濟、文化、教育的發展，爲出版業的興盛起了一定的推動作用。加上中西文化交流的進一步發展，西方的人文、社會科學、自然科學等先進文化先後進入到中國，尤其是聲勢浩大的新文化運動，推動了圖書向大眾化、普及化方面更快速地發展，圖書內容沖破了傳統封建思想意識和舊文化的

束縛，反映不同主張的書刊大量出版（張志強，2004）。由於現代印刷技術速度快，質量好，極大地推動了出版業的發展，因此，技術的進步和變革，也是推動出版業快速發展的主要因素之一。除了與出版相關的利用外，其在文化、教育、傳播等層面也有很大的利用價值，這些都是連結整個社會結構而產生的。

出版本身與社會脈動有著連帶的關係，隨著社會情況的不同、科技發展的進步、人類生活或心靈的需求不同，而有所改變，以下便參考張志強（2003）提出的出版應用對社會的影響，重新歸納整理後，提出以下列四點有關社會對於出版的期望：

- （一）推動人的社會化：社會化是使人們獲得個性並學習其所在社會的生活方式的社會相互作用。出版作為一種傳播方式，在人的社會化過程中起著重要的作用，在人類的正規教育到高等教育，沒有哪一個環節能夠離得開出版業的支持，學習都要透過書本來接受知識、技能，並接觸一些社會規範，將它們內化為自身的行動，平時的書籍閱讀都將對個人的社會化引起潛移默化的作用。
- （二）延續社會文化：人類的文化，是一個不斷創造，不斷傳播、不斷累積的過程，世代累積的科學原理、思維方式和實驗數據，都是通過圖書的手段保存下來，被後人使用，才創造出源源不斷的科學成就。
- （三）實現思想解放：在實現人類思想解放、推動社會進步的進程中，出版始終扮演著重要的角色。出版的重要作用在於通過傳播先進的思想、文化和科學等來解放人們的思想，提高人類對自然界、對社會的認識，促進人類對自身及所處環境的反思。
- （四）促進經濟產業發展：出版活動所生產的出版物不僅僅是精神產品，也是物質產品，出版業作為商品生產行業，為社會創造著巨大的直接的經濟效益，出版業正在日益商業化，經濟因素在出版業中的地位越來越重要。出版行為在本質上是為人們提供信息，它是信息內容的提供者，信息的功能在某種意義上說就是出版的功能，信息對於國民經濟的巨大影響力是不言而喻。

的，現代社會正逐漸進入信息時代，信息已經成為國民經濟前進的最大推動力，出版業已經是國民經濟的重要組成部分，對推動國民經濟的增長起了相當重要的作用。

### 2.3.2 以多媒體為載體的出版形式及其社會脈絡

工業文明創造了一個充斥著大組織、大城市、集權官僚制度和無孔不入的市場之社會，它密切配合著新制度、家庭制度、科技制度、經濟制度、社會和價值制度，這些聯合構成了工業社會的文明。隨著後工業時代的來臨，網絡建構了我們社會的新社會型態，而網絡化邏輯的擴散，實地修飾了生產、經驗、權力與文化過程中的操作與結果，整個文明和制度、技術、文化都在變化的浪潮下日趨分裂，其不僅是加快了情報流程，同時更改變了我們每天行動所依據的情報之基本結構（黃明堅，1994；世新大學新聞系，2002）。

在整個社會脈絡中，大致可以分三點來作一個說明。第一，人類在生活及生存環境的刺激下，產業、社會、環境皆不斷的變動，在這種動盪不安的條件之下，人們需要追求新的資訊，以及新的知識，因為只有知識才能利用資訊，因此，人們需要不斷的學習，甚至是終身的學習，才能藉由新的資訊和知識來解決每個不同階段的問題。這是屬於「知」的層面，與經濟知識的條理是一樣的，作為一個傳播知識、觀念的出版者，在資訊時代的科技條件下，更可以應用多元的途徑，即時的將資訊和知識傳播出去。

第二，因為科技的幫助，使得透過數位出版可以創造出很大的一種娛樂內容或環境，例如動畫、遊戲軟體、音樂等，許多藝術的事物都已經透過資訊科技的幫助而呈現出新的面貌。而現代的人飽受煎熬，由於生存和工作環境的競爭壓力非常大，不確定性非常高，因此，人們需要更多放鬆和休息的管道和方式。過去人們只能讀讀書、欣賞詩詞、看看戲劇，現在資訊科技可以提供各種內容，如畫、虛擬實境等，更能滿足人們娛樂、放鬆的需要。人們有需求的表現，而透過資訊科技的幫助，則可以滿足人們的需要，這是屬於供需及情意分享的層面。

第三，由於現在是一個全球化的時代，因為意見上、生活上等的異質性太高，且不同文化的人需要相處、共事，所以交流、溝通和分享顯得特別的重要。資訊和知識本身就是溝通和分享，特別在全球化的過程下，與社會愈來愈複雜、愈來愈個人化的情形下，溝通、分享更不能忽視。

萬榮水（2006）指出在新的科技與社會脈絡下出版的角色、意義與功能，如今的出版已有重大的改變，其不再像過去有獨立的作業體系和流程。過去出版要先有版式，然後再製作並發散傳播，但現代已進入無紙出版的境界，有更多元的出版型態，只要能傳播出去，讓消費者進行消費皆可以稱為出版。再者，過去出版可以和別的產業明顯劃分，而現今出版產業與其他文化產業，及出版作業與其他的傳播媒介活動都已經交融、連結在一起，難以區分。在功能層面也與傳播、資訊、學習等緊密的結合在一起，這些都是與過去不同之處。

多媒體出版的出現，給人類以一種全新的感受，極大的改變了傳統信息傳播的模式，影響著人類知識的組織、傳遞和獲取、對人的心理、情感及政府的政策都帶來深刻的影響。下圖便是以多媒體為載體的出版產業模式，從中可以看出整個出版的流程，以及各端之間的相互關係。

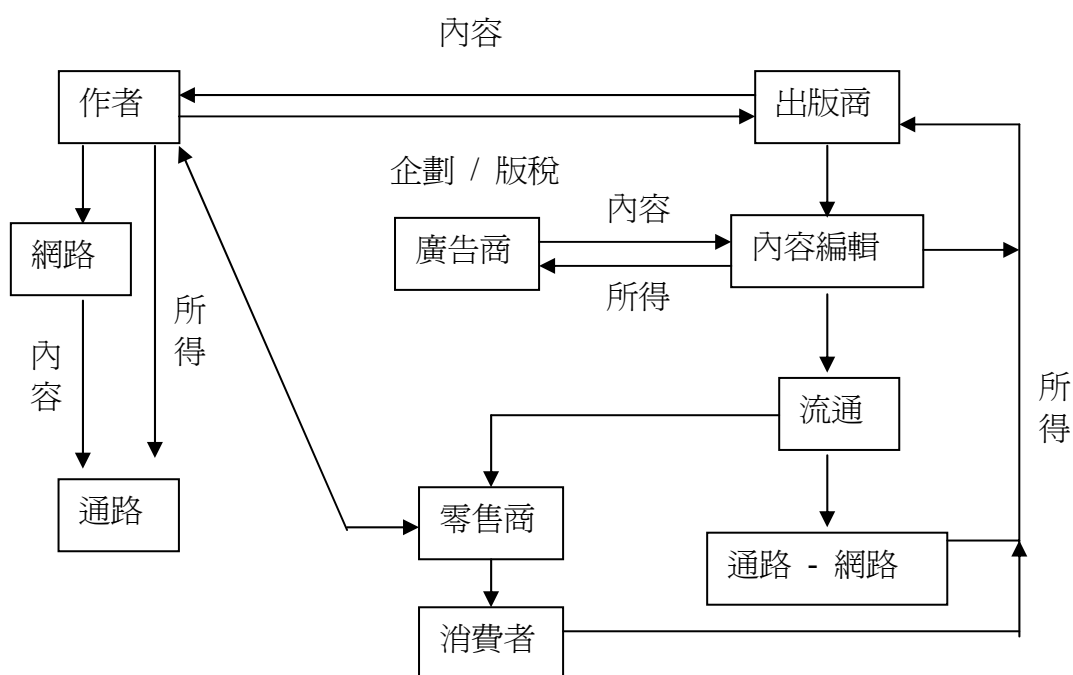


圖2.3 數位出版產業模式

資料來源：Shaver, D. & Shaver M. A. (2003)

上圖從創作端、成品端、流通端、閱聽端等四端作一個完整的呈現，其不同於傳統，不再只是一種線性的方式，不再一個環節完成才能進行下一個環節，不再是每一個環節都要完成後，才可以將成品順利的送到讀者手中，其可以是一種非線性的流程，作者可以直接面對讀者，或者作品送到讀者手中的時間比過去快速許多，這些都是在出版產業模式改變以後，造成的出版形式上的改變，也是以紙為載體與以多媒體為載體的差異。

在交易為主、生產為輔的當代社會，也間接地影響了供給與需求之間的必然關係。虛擬組織的崛起與數位出版的發展，這種只需固定成本的出版模式，完全破壞了原有的供需制度與市場經濟，人們可以以最少的投入成本，來達到最大規模的邊際效益，完全地偏離了傳統的經濟學理論。農業興起是人類社會發展的第一個轉捩點，工業革命是第二個大突破，這些都不是斷續的一時事件，而是以固定速度進行的變化浪潮（Toffler, 1981）。在每一次變革的時候，都會形成一種新生活的方式，每一種新文明都從過去攫取觀念，然後重新塑造它與世界的關係。

在以多媒體為載體的社會脈絡上，本研究同樣鎖定在與出版連結度最高的資訊產生及運用層面。為了與紙本為載體的出版形式及其社會脈絡做一比較，因此，同樣以下列三大點來說明：

### 1. 資訊與知識的產生

後工業時代，改變了以往的形勢，由於社會的變化加速，迫使我們迎頭趕上，新的情報不斷湧現，我們不得不以越來越快的速度修正記憶中所存的形象，舊的形象必須淘汰，否則我們的行動就會與現實分離。因此，在這樣一個快速變動的環境下，大家都有一種迫切的資訊需求及知識需求。

所謂版，是中國古代用以書寫的木片的稱謂。後來用雕版印刷的書籍，稱為雕版書（許以力，1992），而現今的出版技術，已經不需要用到「版」。要說明數位出版是如何產生的，很重要的原因是，以網際網路為一個重要的銜接，來整合其他整體的傳播科技，有了進步後，自然創造了前所未有的空間，包括形式、

途徑，乃至市場。數位出版有它的環境脈絡，脫離這個脈絡不能完全理解它。資訊時代及資訊社會雖是不同的概念，卻都是其環境脈絡。所謂資訊時代，特性有三（Elsenhart, D. M., 1994）：

1. 資訊時代是一個快速變動的環境，一個地球村的脈絡，因此，大家都有迫切的資訊需求及知識需求。
2. 資訊科技（如網路、手機、資料庫等等）正好提供了有利的條件，比如說傳訊的能力、平台等，以此來滿足地球村條件下及迅速變動的環境下的資訊需求及知識需求。
3. 多媒體出版讓出版可以以各種形式同時並行，同樣的內容可以用不同的載體、形式、連結、模式進行出版，這是可以滿足不同的需要。資訊時代的概念，著重表達資訊具有重大作用的環境。

在多媒體為載體的出版年代，人人都可以是創作者，創作的內容也不再只是高深的知識，有些甚至可能僅只是記錄性的文字。而創作的形式也多元化，不僅僅只有文字的創作，還有圖文的組合，甚至是影、音的融入，這些都是過去傳統出版及不能及的。在娛樂出版的部分，更是增加許多，小說家對社會造成的影響力甚至大於學者，而讀者可以有更多的選擇。在這個時期，創作產生的部分，已經不再是一種功能上的、任務上的需求，而是滿足人類心靈上的需求，或是對資訊或知識的渴望需求。

## 2. 資訊與知識的整理與傳播

出版技術和流程模式的改變。高科技深入應用於出版工作的各個環節中，約稿、稿件修改、校對、排版、印製以及銷售等工作環節的電子化，大大提高了出版速度和出版品質。長期以來形成的編、印、發三個彼此獨立、各成系統的出版模式，其功能上是相互間不可替代的。網路出版的出現，打破了三者之間的界限，創作與編輯、編輯與出版、編輯與印製以及出版與銷售之間開始相互融合（師曾

志，2005）。

在後工業社會來臨後，在傳播工具上，報紙首當其衝，每天看報的人口明顯下降，報界的不景氣並不單是因為電視的崛起，其對手包括銷量有限的週刊、雙週刊，不以大都市而以鄰近地區為對象的刊物則偏重地方性的廣告和新聞，大城市的知名報紙在達到飽和狀態之後，已陷入了困境，多樣化的傳播工具正伺機而動。同一時期，小型雜誌如炸彈開化，迸發出幾千種以小型、專業或者地方市場為目標的新雜誌。有了快速、便宜的新型印刷術，每個組織、區域性團體、政治和宗教團體都可以發行自己的刊物，銷路大的雜誌已經失去了影響力，而小型雜誌正迅速取而代之，這是一個新紀元，一個屬於多樣化媒體的時代，新科技帶動了新的資訊系統，而這些變化都會產生世界革命性的轉變 (Toffler, A., 1981; Bell, D., 1973)。多樣化的文明帶來了大量的訊息，文明越分散，科技、能源和人民的變化越多，就需要越多的情報流通其間，這就是所謂現在所謂的資訊社會。

數位時代的組織型態是去中心、彈性化、團隊合作的模式，組織的分工型態同時決定了該產業的型態。虛擬組織的四個基本特性：（一）使用資訊科技，（二）強調高度彈性，（三）重視信任互賴，（四）擁有核心能力，使得新的出版產業分工成為可能，而「後設管理」的運用則間接促使可虛擬組織的管理活動具體可行（郭宣韃，2003）。在人際關係上，我們可以藉著網際網路，享受電腦設備天涯若比鄰的親和性，「秀才不出門，能知天下事」的古諺，更因為電腦網路的普及，而有了與以往截然不同的新解，有一些不重要的商業關係和非正式的社會關係，可以以完全虛擬的基礎建立起來和維持，但在某一方面的關係，我們還是需要以身體的鄰近性，凝聚和強化更重要的事業和社會接觸（羅耀宗，1997）。

### 3. 資訊與知識的利用

在知識經濟時代，數位資本主義雖然仍然生產、販售實體物品，但更重要的是它以提供資訊及知識為主要服務內容。資訊存在時間中，但並不佔據物理空間，它是流流性的，易於複製的。故而，關於財產的觀念，在資訊時代必須重新估量，資訊時代中，許多資是共享的，累積在網路豐富而大量的資訊與資源，提共了以往匱乏經濟中無法想的效用滿足（翟本瑞，2001）。

資訊時代下的資訊應用極為廣泛，其中包含的領域涉及文化、教育、娛樂、保健等，皆是因為人們的經濟能力穩定，在足以溫飽後，在生活品質上便有了新的需求及追求，以達到心靈上的滿足。當今的社會生活型態正逐漸朝向休閒、娛樂與文化的共存共融，文化活動與娛樂活動已不再完全分離，同時，商品消費與文化也結合在一起。曾經僅限於富裕階層的文化—審美的（奢侈）消費行爲，如今已經普遍化而成爲廣泛的（平民）消費需求。無論在促銷、廣告、產品設計或消費品銷售中，文化成了不可或缺的經濟因素。再者，隨著大眾購買力的提高，價格競爭的相對重要性降低了。產品的營銷和宣傳必須建立於文化象徵的基礎上，強調文化的附加價值，或者說，重視除商品的使用價值和交換價值以外的「文化使用價值」（郭宣韃，2003）。

資訊社會的概念則在說明它是何種結構與特性的社會，在這樣的環境條件下資訊不斷快速產生，並且立即應用。萬榮水（2006）歸納資訊社會的特質與管理取向爲：

1. 社會結構因專業分化而愈形複雜，資訊利用導致快速連動，包括各專業領域交互作用之乘數效果；各區域爲競逐生存資源的競爭效果；超工業之科技利用與反工業的生活價值之衝突與混亂；不同價值與文化背景的人頻繁交往，時空觀念亦改變。
2. 快速連動的附帶效果是意外事件頻傳，導致不確定性遞增而危機處理愈形重要，動態、彈性的策略性管理成爲基本的管理取向。

資訊社會的核心特徵在變，巨大而動盪的變，不斷產生資訊，人們爲了應變，渴求資訊。而高壓力的生活環境，也使人格外企求意義的慰藉與聲光效果的娛樂，這是數位出版依托的空間。

而從前科技不發達前，人類傳播方式只是以聲音和手勢來作溝通的。在傳播科技的研究與發展的輔助下，資訊的運用與功能更爲重要，傳播技術的進步使得資訊科技無遠弗屆。社會結構的改變，以及科技的發展，一個爲拉力，一個爲推力，使得出版在其中不斷的成長。



### 2.3.3 小結

出版數位化真正影響的是我們的「閱讀模式」與「思維模式」。由後現代的觀點來論作者的書寫，首先遇到的問題就是：書寫什麼？如何書寫？誰在書寫？出版者與作者之間的爭議，也早已從著作版權之爭，延伸戰場到可無限複製的網路虛擬空間。編輯的企劃而言，不難發現在商業機制壓力下，出版社所面對的文化政治考量—追求更大量的讀者同時兼顧出版的品質與出版理念。

對於利潤的追求，出版品即商品的行銷方針，促成了暢銷書與大眾消費文化的興起，尤其在面對日益開放的出版市場，「全球化」儼然成爲具實際影響力的行動。另一方面，和「全球化」相抗衡的「多元化」，也打出精緻化的訴求以期與大眾化的俗備互別苗頭，而在有利可圖的情形下，兩者之間激烈的衝突，可想而知。讀者的閱讀，在後現代所強調的「不可閱讀性」與「不可化約性」，更是直接挑戰閱聽大眾的視聽神經。從中衍生出來的各種現象，最顯著的，就是文本以模擬兩可的象徵形式含糊地透視世界和人類本身，知識化身成資訊洪流，氾濫於讀者四周，不僅增添了閱讀的困難性同時卻也提高了閱讀的樂趣與無限的可能性（郭宣慧，2003）。

在不同的時代，社會條件不同的情況下，便有不同的生活型態，社會經濟的發展，同時影響了各種不同的層面。出版業受到數位經濟很大的威脅，但同時也最有機會藉此重整。出版商不僅是傳播專家，他們最基本的產品「資訊」都以方便的數位形式生產。傳統上由出版商表現的兩大功能，即是收集與提供資訊，組織受眾則正遭受新型的互動和網際網路工作環境的衝擊。傳統的媒體產業，也就是慣稱的「第四階級或第四權」( fourth estate )，正退讓給新的「數位階級」( digital estate )，當第四階級隨之興起後，所代表的是股社會新勢力，不因爲其階級，而在於他們使用文字和獲取資訊的能力。數位階級的形成則是因爲最近的通訊革命，製作和傳送資訊的方式被徹底顛覆，這反映了一個重大的轉移，不再由新聞媒體過濾資訊，而由數位階級透過網際網路即時而直接的取用資訊，由於互動世代善

於自己收集資訊，出版商難再成爲主要中間人，然而，後者可以做各種形式的功能轉變（樂爲良、陳曉開、梁美雅，1999）。

## 2.4 出版的核心意義與結構

### 2.4.1 出版定義之整理

關於出版一詞的來歷與定義，在包括日本在內的絕大多數國家裡，「出版」被最廣義地解釋爲印刷媒介的刊行。考「出版」一詞，我國古漢語中無有，相關的詞有「梓行」之類。這是一個來自日本的外來詞。日本意譯英語 Publication 爲 Shuppan，再轉譯爲漢語中的「出版」。我國最早使用「出版」這個詞，見於梁啓超的《自由書》。1899年8月8日，梁啓超在日本寫的《自由書》敘言中稱：「西儒約翰彌勒曰，人群之進化，莫要於思想自由、言論自由、出版自由。三大自由皆備於我焉，以名吾書。己亥年七月一日識」。之後，在官方的文件裡也出現了這個詞，1906年頒佈的《大清印刷物專律》便數次用到這個詞：「所謂記載物件者，或定期出版，或不定期出版，即新聞叢錄等，依本律名目，謂之記載物件。」「凡欲以記載物件出版發行者，可向出版發行所在之巡警衙門呈請註冊。」至此，「出版」一詞在我國正式使用（王建輝，1998）。

據王益先生的考證，日本文字中最早出現「出版」這一詞彙是在1756年，於19世紀末傳到中國的，而在中國書刊上應用的時間，最早是在1890年或1895年。在西文中，出版一詞在法語中出現較早。據《Lexis 法語詞典》（巴黎1975年版），現代法語 publier 一詞產生於1175年，源自拉丁語 pblicare（公於眾）、publicus（公眾的），本義爲「公於眾」；其後，在1300年前後衍生「出版」的意義，即「把一種書或作品公開於眾」（張志強，2003）。

此外，張志強（2003）也提到，在英語中，出版的對應詞彙是 publish。1974年，第15版《不列顛百科全書》（The New Encyclopaedia Britannica）中的百科詳編沒有收錄 publish 與 publication，但收錄了 publishing。該詞條對出版的定義是：出版是一種對文字或視覺材料進行選擇、加工、發行的工作。並加上描述：它已

經從微小、古老的開端發展成爲傳播各種文化載體的巨大而複雜的產業。它對人類文明的影響是難以估計的。此外，美國在 1982 年出版的《出版詞典》(The Dictionary of Publishing) 中，對 publish 一詞的解釋是：製作、並向公眾銷售或發行書面作品的活動。該詞典對 publication 一詞的解釋是：製作印刷型或電子媒介作品，並提供給公眾的過程。

中國社會科學院語言研究所詞典編輯室編的《現代漢語詞典》(修訂本) 收錄了出版一詞，解釋爲「把書刊、圖畫等編印出來；把唱片、音像磁帶等制作出來」。1999 年版的《辭海》也收錄了出版一詞，解釋爲「將作品編輯加工後，經過複製向公眾發行」。此外，邊春光主編的《出版詞典》(1992 年版) 第一個詞條就是出版，解釋爲「選擇某種精神勞動成果(文字、圖像作品等)，利用一定的物質載體進行複製以利傳播的行爲」。出版是根據社會的要求，選擇著譯，經過編輯加工後，投入物質生產過程製成出版物的一種社會文化活動，是人類社會生活中傳播思想、普及知識和積累文化的重要手段。

歸納以上觀點與結構的大同小異：出版是選擇文字、圖像或音響等方面的作品或資料進行加工，用印刷、電子或其他複製技術制作成爲書籍、報紙、雜誌、圖片、縮微製品、音像製品或機讀件等以供出售、傳播。

對於數位出版，尙未有一個完整且明確的定義。數位出版一詞源自於國外的一項計畫：古登堡計畫，計畫內容是預計在 2001 年前將一萬本經典名著以數位化形式全文上網，基於對著作權的考量，因此，以公共版權的著作物爲主(Hawkins, 2000)。這是數位出版，也就是我們所熟知的網路出版最早的起源。

網路出現以後，在許多社會與行爲層面上顛覆了傳統，出版產業當不例外。網路出版一詞也被廣泛應用，但什麼是網路出版？也許沒有嚴謹的定義，但一般的認定是，在任何時間、任何地點、使用任何展示媒介、把視覺豐富的資訊內容、個人化的、快速可靠的、傳送給需要的人。這個概念在三年前就被提出，當時稱爲 *Transactive Content*，現在正式成爲出版的一種型態了(那福忠，2002)。

邱炯友認爲，依製作處理流程與載體之不同，電子出版則可泛指四大類型：

桌面出版、視訊系統（包括 Teletext 或 Videotex）、光學出版（包括微縮資料或光碟等）、以及網路出版（或稱為虛擬出版或線上出版）等出版形式（邱炯友，2000）。

賀秋白（2000）認為，數位出版是採用數位化技術來選編作品，並以數位化複製技術，將作品大量複製成爲數位出版品；然後再將這些數位出版品向社會大眾傳播的社會行爲，稱爲數位出版（digital publishing）。

### 2.4.2 出版核心意義的歸納

基本上，數位出版是延續傳統出版核心價值演進而來的一個全新的應用層面，而在數位出版中，絕大多數皆可用網路進行傳遞，因此，網路出版爲數位出版中的最大宗。數位出版不同於傳統出版紙本印刷物，是以網際網路爲傳播介質，將資訊以數位化模式傳遞的出版物，並依照輸出型態，選擇不同之輸出載體。網路出版具有產品的數位化、流通的網路化、交易的電子化等特性，目前主要有在線閱讀、電子圖書(e-book)、按需印刷(POD)等形式（王蘭萍，2005）。網路出版是以互聯網爲傳播平台，以數位化技術爲基礎的出版過程，它同時也繼承發揚了傳統出版，尤其是電子出版中的長處，所以與傳統出版相比，網路出版具有快速、便捷、低定價、低成本、無需倉儲、無需運輸等優勢。在資源利用上，它不需要紙張、不需要油墨等，這些優點給網路出版的發展開拓了更廣闊的空間。電子的傳遞平台逐漸成爲一種優勢的平台，電視、個人數位輔助軟體、手機等都將成爲未來出版的一種平台（Ronte, 2001；林政榮，2004）。

隨著科技的進步，連結社會及經濟條件的變遷，人類意識的聚合展現了更多的可能性。出版從傳統的既定四端程序（由創作端而成品端、流通端至閱聽端）演化到數位出版時，四端即重新組合，或者每一端的結構也作了不同的調整及變化（Shaver, D. & Shaver M. A., 2003）。

在創作端，作者比起過往更有優勢，可以選擇另外一種出版的系統，特別是不用再侷限於出版社是否採用其作品的限制，自主的權力相對提高。當然，著作權的確保是相應的一個要被克服的問題。在成品端，因數位化的關係，不需要紙

張費用，不需要裝訂費用，也不需要運送的費用，國外Futurebook出版商認為數位出版可以將原紙本出版的成本下降達四分之三，是其優勢(Shaver, D. & Shaver M., 2003)。另一個優勢是在於數位出版有其靈活性，特別在國際的市場上，更容易開始新的市場。在流通端，流通業者以往的方式以批發為主，但由於數位出版的出現，可能將其被迫轉化成零售的方式，相對的會影響其原來的收益，這是流通業者所要面臨的一個複雜的經營難題。在閱聽端，數位出版技術帶給消費者許多優勢，例如，減輕了紙本書的重量、攜帶不便的問題，另外，提供搜尋的功能，自動與電子字典連結，還有可隨意改變字體尺寸的功能，可以讓視力不便者得到幫助等，對於消費者而言，皆是一種正向的價值(Shaver, D. & Shaver M., 2003)，這些便是數位出版造成的改變。

### 2.4.3 出版結構的改變

傳統的出版結構大致分為創作、成品、流通、閱聽四端，呈一種線性的方式進行，從創作端到閱聽端有一定的程序。數位出版下的創作端，作者比起過往更有優勢，可以選擇另外一種出版的系統，特別是不用再侷限於出版社是否採用其作品的限制，自主的權力相對提高。當然，著作權的確保是相應的一個要被克服的問題。在成品端，因數位化的關係，不需要紙張費用，不需要裝訂費用，也不需要運送的費用，國外Futurebook出版商認為數位出版可以將原紙本出版的成本下降達四分之三，是其優勢(Shaver, D. & Shaver M., 2003)。另一個優勢是在於數位出版有其靈活性，特別在國際的市場上，更容易開始新的市場。在流通端，流通業者以往的方式以批發為主，但由於數位出版的出現，可能將其被迫轉化成零售的方式，相對的會影響其原來的收益，這是流通業者所要面臨的一個複雜的經營難題。在閱聽端，數位出版技術帶給消費者許多優勢，例如，減輕了紙本書的重量、攜帶不便的問題，另外，提供搜尋的功能，自動與電子字典連結，還有可隨意改變字體尺寸的功能，可以讓視力不便者得到幫助等，對於消費者而言，皆是一種正向的價值(Shaver, D. & Shaver M., 2003)，這些便是數位出版造成的改變。

#### **2.4.4 小結**

如今的出版，已不再像過去有獨立的作業體系統和流程。過去出版要先有版式，然後再製作並發散傳播，但現代已進入無紙出版的境界，再者，過去出版可以和別的產業明顯劃分，而現今出版產業與其他文化產業，及出版作業與其他的傳播媒介活動都已經交融、連結在一起，難以區分。在功能層面也與傳播、資訊、學習等緊密的結合在一起，這些都是與過去不同之處。但出版的基本精神是沒有改變的，其終究還是爲了資訊與知識的傳遞，扮演分享媒介的角色。

將傳統過去的出版與現今出版情形作一個比較，從變（條件與結構、流程、功能上的改變）與不變（基本的精神、作用）的比較當中，找到一些值得探討的脈絡與新的素材。出版在社會中所扮演的角色向來就是知識的生產與流通機制，同時也是人們獲得新知識的主要來源，在資訊社會下，科技發達與社會經濟文化活動等條件的改變，今後的出版會越來越強大、越來越多元，內容的呈現與市場的連結也隨之改變。圖書出版與數位出版，二者的操作模式不同，相互的連結不同，適用的情境不同，功能也不同，所以要相互比較，以現今條件及環境來理解其意義和內容。

從文獻上的整理可得到以上的認知，而實際上的情況如何，需要進一步的觀察和歸納，所以，本研究在後續章節會呈現觀察、歸納的操作過程與結果，進而與文獻上得到的認知做一個比較、對照。

## **2.5 觀察架構的提出**

### **2.5.1 架構推論的基礎**

整個出版涵蓋了縱向面及橫向面的考察，縱向面指的是時間面，指從抄本時代、印本到數位時代，出版在角色、功能、內部結構、及外部環境的連結上的改變；橫向面指的是空間面，指數位出版的脈絡、數位出版的意義、與環境的連結及趨向。

由於科技與環境條件的改變，出版的意義、角色、結構及功能都有根本性的改變。以科技進步是造成改變的要因，資訊科技的革命，第一次是中國造紙術和印刷術的發明，第二次是網際網路及周邊資訊科技的產生，這說明當前的改變之地位。出版與環境的連結之考察，則顯示出版的精神和核心價值有些改變，有些不變，不變的是，出版一直是在內容的傳播和分享，改變的是，要如何操作、要如何管理，要如何獲得資金回收，以讓出版可以不斷持續的推進。

以往的創作者為作家、有知識者、研究者、其他藝術呈現者等，但現在而言，特別是網路出版、部落格等，讀者無形中已經進入了創作的園地，甚至與創作者一起創作，因此，創作者與讀者已經無法清楚界定，這種情形已愈來愈普遍。閱聽也是如此，以往只有書的形式，而現今已發展到多媒體的呈現形式，可以改變成多種形式去接受內容，可以用自己認為最方便的形式進行閱聽。因此，現在的部落格在出版上才會出現作者可以直接面對讀者、讀者也可以直接接觸作者，以及讀者與讀者可能形成一個虛擬社群（virtual community）的情況（萬榮水，2006）。

### 2.5.2 架構的提出

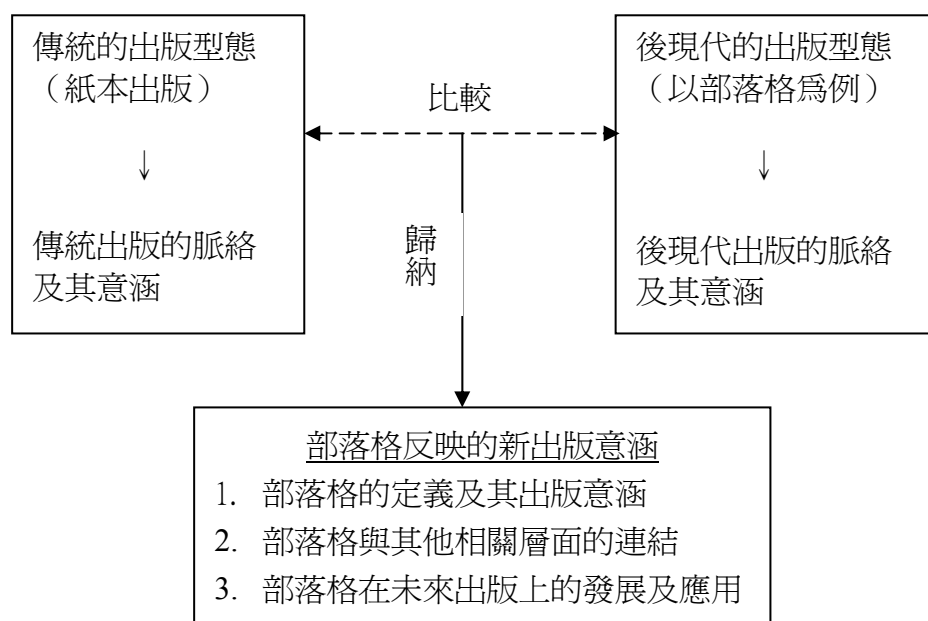


圖2.4 研究架構圖

資料來源：本研究整理

### **2.5.3 架構說明**

本研究的研究架構，要呈現的便是在不同的時間及空間條件下，出版的型態有何不同，而不同出版環境下的出版型態，主要分為二個階段，一為傳統的出版型態，指的是紙本出版，二為後現代的出版型態，指的是多媒體的出版型態，並以部落格為例來說明。陳述以上最終的目的，便是要在比較傳統的出版意涵和新的出版意涵後，進而瞭解部落格反映的新出版意涵，以及推測未來出版的趨勢與其商業應用上有何發展。



### 第三章 研究設計與執行

本研究組合運用「參與觀察法」及「描述性問卷調查法」、「深度訪談法」三種方法，並將所得之資料進行歸納、解釋、分析。本章主要說明研究設計的條理以及相關執行內容，分述於後續小節。

#### 3.1 研究設計

##### 3.1.1 研究問題的處理邏輯

本研究最主要探究的問題為瞭解部落格現象對於出版呈現了什麼樣新的意義。以下圖示之。

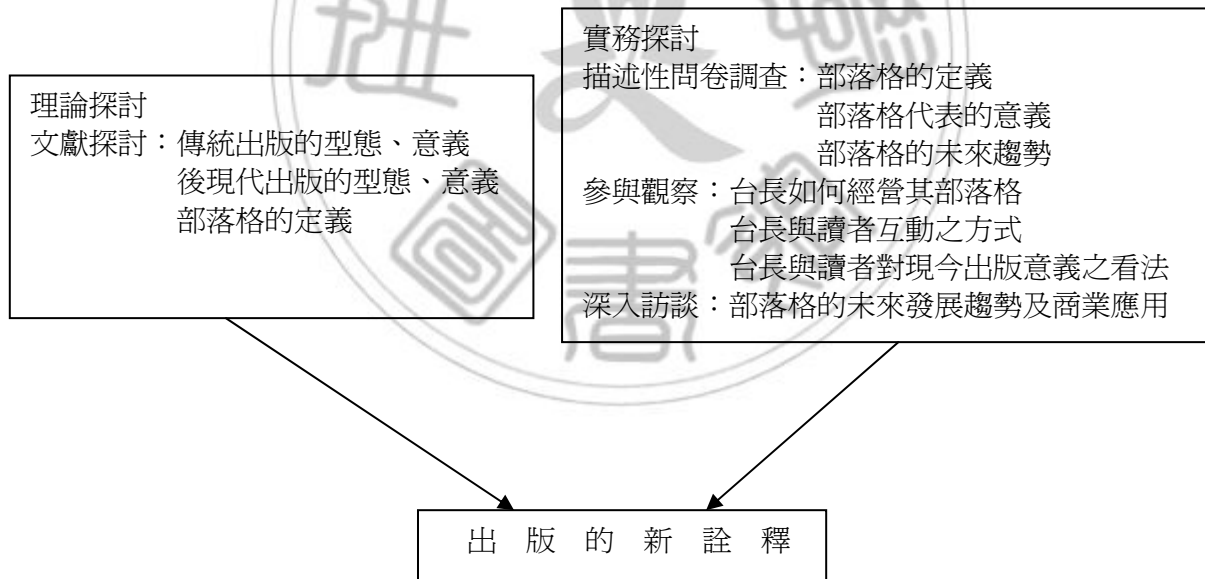


圖3.1 研究問題邏輯示意圖

資料來源：本研究整理

### 3.1.2 研究方法的選擇

#### 1. 描述性問卷調查

調查研究旨在探討事物之間的一般性特徵，並不重視特殊的個別樣本，而是從樣本或母群體中去瞭解整體一般性的現象或事實。調查法所做的解釋分析，其目的是在發展有關人類行為之一般性命題，俾達到預期的人類行為之目的。因此，調查法的調查結果最能外推至母群體的特徵（張紹勳，2004）。

由於資訊時代的出現，許多事物都資訊化、數位化，出版也不例外，正改變原來的傳統出版型態，正邁向數位出版的路上，而在數位出版的新出版型式中，目前最活躍者屬部落格。爲了要探討部落格反映的出版意義，需先界定研究的問題，瞭解使用者對於部落格的看法，與國內外討論部落格之文獻，有無落差，因此，設計了此一問卷，進行小型的質化研究，蒐集經驗部落格台長的經驗，從問卷結果中獲得一些發現。

#### 2. 參與觀察法

有些學者認爲，參與型觀察的主要目的是「從紮根在人類日常生活的有關事實中發掘實踐性真理和理論性真理」（Jorgensen, 1984）。在參與型觀察中，由於研究者親身參與到所觀察的活動之中，可以對當地的社會文化情境有比較直接的感性認識，可以看到行爲或事件的發生、發展、變化過程（陳向明，2002）。通過這種觀察活動，研究者可以掌握有關研究對象的第一手資料，而不必透過受訪者的口頭轉述，如此可避免受訪者對訊息的篩選或報告不全的影響。

部落格的發展，屬於一種新的社會現象，爲了可以看到在部落格中，人的行爲或事件的發生、發展、變化過程，於是選擇了此一研究方法爲主要之研究方法，爲的便是希望可以從歸納、分析後能有所新發展。至於參與觀察法的執行，以及研究對象的選定，分別再之後小節有詳細的說明。

#### 3. 深度訪談法

本研究之深度訪談爲半開放型訪談，此種訪談方式，可以讓研究對訪談的結

構具有一定的控制作用，但同時也允許受訪者積極參與。通常，研究者事先備有一個粗線條的訪談提綱，根據自己的研究設計對受訪者提出問題。但是，訪談提綱主要作為一種提示，訪談者在提問的同時鼓勵受訪者提出自己的問題，並且根據訪談的具體情況對訪談的程序和內容進行靈活的調整（陳向明，2002）。

此一研究方法是針對部落格的趨勢，及其未來的商業應用發展，進行訪談法，以及訪談研究對象的選定，分別再之後小節有詳細的說明。

### 3.1.3 研究對象的選定

#### 1. 參與觀察法

新形式的出版有許多類型，包括線上資料庫、電子書，CD-ROM等，部落格只是所有新形式出版中的一種。本研究之所以挑選部落格為新形式出版的代表，除了因為部落現在正在迅速發展中，具有相當大的前景之外，與其他新形式出版相較，其較可以完整的呈現數位出數的面貌。

根據Krishnamurthy（2002）提出一個部落格的分類，將部落格依照兩個面向分成四個基本類型。兩個面向分別是私人（personal）vs. 主題（topic）、個人（individual）vs. 社群（community）。四個基本類型分別是：線上日記（online diaries）、支持群組（support group）、個人專欄（enhanced column）、合作的內容創造（collaborative content creation）。本研究根據此分類方法，分別對四種不同類型的部落格，各選定一個對象進行觀察，比較、分析四個類型的差異、特色等。

本研究選取的四個部落格中，其中有三個部落格中的台長有紙本的出版經驗，包括線上日記類、支持群組類，個人專欄。選擇有紙本出版經驗的部落格，是在部部落的內容上有一個標準上的要求，以求更可以達到說服力及代表性。

#### 2. 深度訪談法

此研究對象是從出版業者及部落格相關領域之研究者中挑選，共有六位受訪者，以下表說明之：

表3.1 受訪者個人資料表

姓名	現職
王璿	鳳儀知識產業股份有限公司 執行董事
周暉達	udn數位閱讀網 營運總監
郭宣韃	城市治理知識管理顧問(股)公司 教務出版專員
翟本瑞	南華大學 社會學研究所教授
蔡加春	南華大學 資訊工程學系教授
劉筱燕	博客來網路書店 大陸開發專案經理 中華民國圖書出版事業協會秘書長

資料來源：本研究整理（排列方式依姓名筆劃排序）

以上六位受訪者，在數位出版領域中都有相當程度的研究及相當程度的看法，如王璿、郭宣韃、翟本瑞等都發表過數篇討論數位出版或探討部落格的文篇；蔡加春本身任教於資訊工程學系，對於數化位的過程有相當程度的瞭解；周暉達、劉筱燕在業界多年，從事的也是數位出版的工作，在實務上更有深刻的體認和看法。雖然有時間上的限制，以受訪者人數上的限制，但此六位受訪者足以提供本研究所需要的資訊，所以本研究以此六位的訪談內容為基準來進行討論及分析，以達到研究的目的。

## 3.2 研究執行

### 3.2.1 參與觀察

應用傳統研究方法於新興網路媒體，是一項新的課題，而參與觀察法特別適用探索性研究、敘述性研究、以及目的在取得理論性解釋的一般性研究（Danny L. Jorgensen, 1999），因此採用此一研究方法，研究者可透過參與觀察的過程提供最準確的觀察結果，花費時間與其他參與者相處，以及瞭解團體本身與實際的狀況為何。

Krishnamurthy (2002) 提出一個部落格的基本分類，此分類將部落格分成四大類型，本研究依此四個類型，各選定一個部落格進行觀察，比較、分析四個類型的差異、特色等。

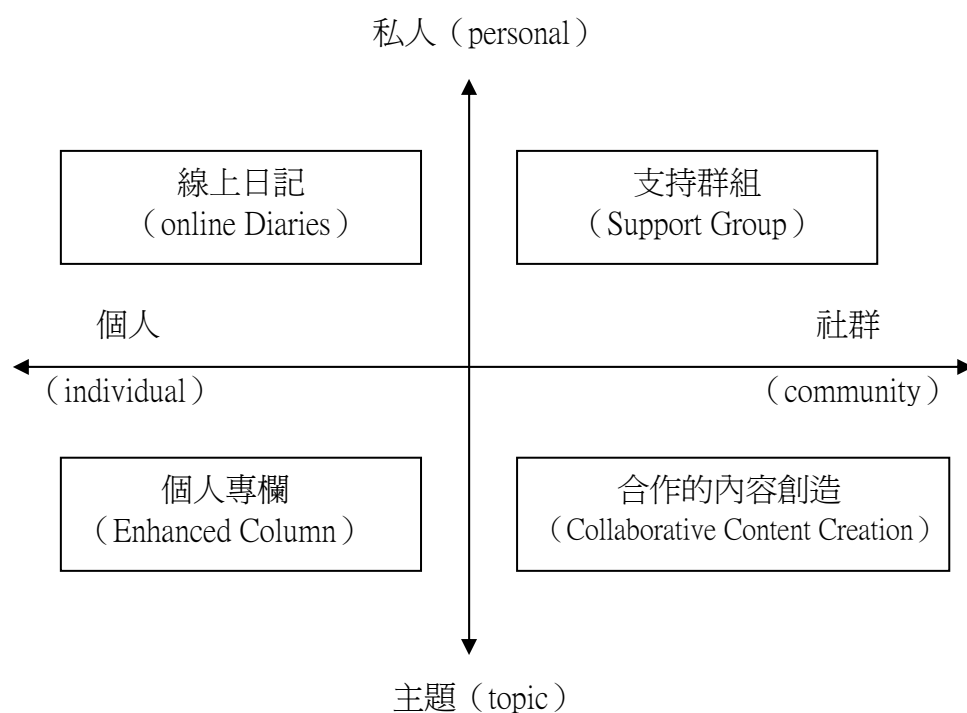


圖3.2 部落格分類圖

資料來源：Krishnamurthy (2002)

此一分類方式的條理，是將部落格依照兩個面向分成四個基本類型，其兩個面向分成四個基本類型，指的是兩個面向分別是私人 (personal) vs. 主題 (topic)、個人 (individual) vs. 社群 (community)。四個基本類型分別是：線上日記 (online Diaries)、支持群組 (Support Group)、個人專欄 (Enhanced Column)、合作的內容創造 (Collaborative Content Creation)。

### 3.2.1.1 四個基本類型之部落格簡介

本研究所挑選之四個部落格，為隨機在網路上搜尋，但有其篩選的條件，主要是挑選有一定瀏覽人數之部落格，基本上已形成簡單的虛擬社群，如此才能有效的觀察到讀者與作者之間互動的情況。以下便分別簡單介紹各部落格：

#### 1. 【線上日記類型部落格】

觀察期：2006.03.31 ~ 2006.05.31

觀察部落格：工頭堅部落

部落格介紹：

1. 網址：<http://worker.bluecircus.net/>
2. 此部落格於 2003 年 9 月開台至今，算是相當早開始建立部落格。作者工頭堅，本身是一個旅遊企劃者，也常帶團到世界各地，作品形式不拘，任何類型的文章都書寫，因此，此部落格無特定的主題，而是生活上、工作上的分享，屬於個人的、私人的創作，所以將其歸類為線上日記類型。
3. 作者書寫的內容範圍相當的廣泛，其中包含的主題分別有【工頭堅網摘】、【部落誌】、【近日閱聽】、【日日夜夜】、【網事如夢】、【網路見聞】、【部落客旅行團】、【旅行|台灣|回歸線】、【旅行|世界|換日線】、【如何向北京網友解釋台北】、【工頭堅的旅行書架】、【40 歲的探索】、【活動訊息與新聞稿】、【吳哥窟】、【平凡旅行社企劃日記】等等。
4. 此部落格建立在「憂鬱馬戲團」之下，「憂鬱馬戲團」是一個提供申請部落格的平台，而這個「友情平台」、「虛擬生活社區」，沒有其他的目的，只是希望藉由網誌的力量，連繫朋友的感情，互相分享各人的生活、知識、心情、想法。

## 2. 【個人專欄類型部落格】

觀察期：2006.01.01 ~ 2006.03.31

觀察部落格：米果·私生活意見

部落格介紹：

1. 網址：<http://部落格.yam.com/chensumi/>
2. 此部落格於 2005 年 6 月開台至今，作者米果，作品多以專欄形式呈現，包含的主題分別有【私·生活·意見】、【厚眠夢株式會社】、【完全燃燒棒球部落】、【電影·閱讀·旅行】、【台南幫俱樂部】、【聖心教養院】。
3. 四月份新增主題【輕食主張】，書寫的內容是過去對食物的記憶。六月份新增主題【青春紀念冊】，書寫的內容為兒時的記憶，包括建築、漫畫等。
4. 作者曾以紙本出版之作品有【覺是今生】、【慾望街右轉】、【尋找淺見先生】、【五年級同學會】、【五年級青春紀念冊】、【不敗上班族】、【完全燃燒棒球部落】。
5. 此一部落格雖區分了幾個類型文章，但主要的議題扣緊在棒球上，因此吸引了許多棒球迷不定期的來此交流分享，回應的部份在棒球議題上也明顯的比較熱烈，因此將其歸類於有關棒球的專欄式部落格，而非一般日記式或心情紀錄的部落格。

## 3. 【合作內容創造類型部落格】

觀察期：2006.05.01 ~ 2006.07.31

觀察部落格：宣和 EVA 的交換日記

部落格介紹：

1. <http://部落格.yam.com/ourpaper>
2. 部落格於 2005 年 1 月開台至今，在分類上歸類為合作的内容創造類，此部

落格的內容由兩個認識 10 年的好友，分別住在南北半球，相約一起交換日記。開台超過一年半，平均每個月有十篇左右的文章發表量。

3. 文章以交換日記的方式呈現，包含的主題分別有【交換日記】、【結婚準備】、【非巧婦要下廚】、【10 Places of My City】、【2005 復活節慶】、【新婚感想】、【工作不容易】、【肥油跟你說 BYEBYE】、【六年級大會堂】、【Eva 的異國聯姻】、【說到移民阿】、【一起享受烘烤樂趣吧！】、【2005 聖誕節】、【宣的澳洲生活】等。
4. 此一部落格雖區分了幾個類型文章，但最主要的還是在交換日記，多半都是二個女生的生活或者心情交換，內容形式不拘，像是寫信一樣，只是發表在網路上減少了魚雁往返的時間，更比傳統信件更公開化。
5. 讀者部分，因為二位作者並非名人，也未曾出版過紙本書，因此，推測一開始的讀者是宣和 EVA 二個人的朋友為主，當然也有一些讀者是靠連結進來，進而成爲固定讀者。

#### 4. 【支持群組類型部落格】

觀察期：2006.04.01 ~ 2006.06.30

觀察地點：五年級訓導處·樂多分校

部落格介紹：

1. <http://部落格.yam.com/ourpaper>
2. 此部落格於 2005 年 8 月開台至今，原來是幾個同是五年級生的朋友發想，將部落格的文章匯集於此，意外的引發網路效應，因爲網路的關係，有更多的五年級生加入這個行列，大家便聚集於此，與志同道合的朋友一起交流、分享、互相關心、加油打氣，或傳達訊息。
3. 五年級訓導處·樂多分校是平台中的平台，樂多部落格提供了一個發表文章，或資訊交流的平台，而五年級訓導處·樂多分校像是一個文章的集散



地，如市集一般，將許多文章放在同一個平台上，讓有興趣的讀者可以在同一個平台上連結到不同作者的部落格，看到不同作者的文章。

4. 此部落格並不針對每篇文章作個別回應，文章的回應還是回歸到每個不同作者個人的部落格上，但是這裡依舊有開辟一個留言版，讓每位作者及其他讀者可以在這個平台上互通資訊和關心。
5. 五年級訓導處・樂多分校聚集的部落格目前共有 36 個。

### 3.2.2 描述性問卷調查

透過「描述性問卷調查法」對部落格台長進行調查，以瞭解部落格台長對於部落格的定義、意義及趨勢等，有何看法。

我們的目的是在於收集台長對於部落格的認知與經驗，而問卷調查本身即是一種發掘事實現況的研究方式，其最大的目的是蒐集、累積某一目標族群的基本資料。因此，我們採用描述性的問卷調查法，來蒐集有關部落格之相關資料，描述性的問卷調查法不同於一般抽樣問卷的調查，不需要大量的回收問卷，而屬於準專家意見調查的方式進行。

研究調查之對象為現任之部落格台長，篩選經驗一年以上之台長，透過其使用的過程，可累積相當的經驗及感受，收集台長們的經驗、認知，可歸納出其異同，藉此來反應部落格的出版意涵與傳統出版觀念不同的詮釋。

本問卷使用的是開放式問卷，問項之設計由對部落格相關文獻考察延伸而來，以求問卷分析之結果可以與文獻考察相互對照。問卷是透過電子郵件滾雪球的方式進行發送，由收集之熟知台長填寫，再由台長轉發給其他台長，回收後再做篩選，時間從 2006 年 1 月 1 日至 2006 年 1 月 31 日，為期一個月。

問項包括（一）若您要對部落格（部落格）下定義，您會如何定義它；（二）您認為部落格（部落格）創作與傳統創作相比，有些什麼特質？（三）您認為在部落格（部落格）中，台長和讀者能夠即時交流的功能呈現出主要意義為何？（四）

如果部落格（部落格）是一種趨勢，您覺得它會如何發展？（五）您認為部落格（部落格）的出現，對於傳統出書模式造成的影響為何？此五個問項，藉由部落格台長回答之內容，對研究問題做一分析、歸納，再與文獻作一對照、比較，找出同異討論之，並試圖從中呈現部落格出版的意義。

回收之問卷經篩選後取得共23份，因屬於準專家的方式收集意見，因此，回收份數自然不需像一般抽樣問卷，需大量的回收才能進行分析。在這23份中，填答者皆為大專以上之學歷，男女比例為 6:4，九成年齡在 25歲~35 歲間，職業別有商、工、傳播、設計等。此外，六成問卷回答之結構堪稱完整，四成問卷回答雖欠缺完整性，但也都有提及關鍵點，提供了相當資訊，已足夠作一個初步的呈現及說明。

### 3.2.3 深度訪談

深度訪談法的訪談對象，分別從二方面著手，一為出版業者，二為相關領域研究者，希望可以從此二方面人選的訪談中，獲得較完整的資訊，訪談內容包括部落格的趨勢及其未來的商業應用，二個重點為主要範疇，以瞭解在部落格的趨勢或其未來的商業應過發展，可以有何作為。

訪談之問題提綱包含

1. 受訪者對部落格未來的發展趨勢有和看法？
2. 受訪者認為部落格之功能、操作介面、整個系統還可以如何提昇？
3. 除PDA或3G手機通訊業外，部落格還可以與哪些產業結合？
4. Rss功能帶來的商業機會為何？
5. 部落格在商業應用上可以如何發揮？

訪談的時間從2006年十月中旬到十一月中旬，為期約一個月，每位受訪者受訪一至二次，依訪談內容得到的資訊視情況決定，基本上以電話訪談為主，研究者將訪談記錄整理後，將重要的資訊以文字呈現。

### 3.2.4 資料處理與分析

在此研究方法上，分為二個部份，第一，將參與觀察法及問卷調查法所得到之資料，連同收集到的其他文獻、資料做一統整及歸納，並解釋、分析之；第二，是將深度訪談法所得到的資料，與其他收集到有關探討部落格的趨勢及其未來的商業應用的報導、文獻資料，做一統整及歸納，並解釋、分析之。以資料處理與分析來配合其他的研究方法，以利整個研究可以得到更完整的資訊，呈現更完整的研究結果。



## 第四章 發現與討論

### 4.1 部落格意義之發現及新定義的提出

本研究在描述性問卷研究中發現到部落格相對於過去出版，有何不同的意義出現，其中最主要包括了功能上的意義及結構上的意義。

在功能上的意義，可從台長們的描述中歸納出，部落格乃是一種個人化的發表空間或管道，也是與讀者的交流平台，以及與其他附加價值連結的平台，分以下四點說明：

1. 個人化空間：個人化空間是一個著重個人性向或志趣等的社會價值觀的空間，在此空間裡可以隨個人的期望呈現個人的意識，個人的想法等。台長認為，落部格是一個抒發個人思維的舞台及空間、個人生活寫照及思考創作中心、網站上的專屬個人空間、網路日誌、個人化的電子書、隨手記事本。
2. 發表、創作的管道：過去的發表必需透過報章雜誌的篩選，一般出版方式也有其門檻，自從網路出現以後，人們便可以在其中自由言論、發表及創作。台長指出，落部格是一種表現自我的管道、作品展示及言論發表的平台、與大家分享心情的地方、豐富性的資料庫。
3. 交流的平台：人與人交流可以透過各種方式進行，部落格的出現讓交流的方式又多了一個選擇，而且許多人都樂意且積極的參與其中。台長描述，落部格是一種人與群眾交流的新平台、同好聚集地、小型討論區、情感交流的管道。
4. 連結功能：當部落格普及之後，聚集一定的人氣之後，其網路的連結功能便多了許多的附加價值。台長認為，每個部落格都可以是一個豐富的資料庫、在商業上部落格成爲了一種行銷的工具、部落格的引用功能更能彰顯網路文件彼此超連結功能。

Marilynn Larkin (2005) 也曾提到部落格是一種流動的媒介，存在一種很重要的特色—「對話」。部落格是一個網路的平台，收集了參與者發表的作品，這些作

品不需經過過濾，任何人想要閱讀或書寫都可以，可經常更新、進行立即的傳播交流，並提供了讀者立即回應的功能。

在部落格的功能上，基本上可以區分為四大項：(1) 其內容依時間順序排列；(2) 可用主題或關鍵字搜尋特定的內容；(3) 登刊最近更新的內容，其中包含平面圖片、多媒體和連結的資源；(4) 其全部功能都需透過Web瀏覽器 (Todoroki, Konishi, Inoue, 2005)。另外，從企業的角度來切入，部落格則是一種用來維繫公眾關係的平台，其中包含資訊的分享，以及增加廣告收益的部份 (Lang, 2005)。

上述解說是以部落格功能取向而言，若是從部落格的內容取向來看，則詮釋上又有不同。在結構上的意義，可從台長們的描述中歸納出，在人際關係上或互動關係上的改變，以下分三大點做說明。

1. 人際交流：過去在出版上，作者與讀者、讀者與讀者的交流皆不易，辦新書說明會、簽名會，成立讀書會等，雖為一種途徑，但也不夠快速，且只有少部份人能夠參與，但在部落格上，便打破這種限制，讓人際交流更快更廣。台長描述，部落格使人際交流縮短時程、快速而直接、可與陌生拜訪者迅速熟識、連絡感情。
2. 社群經營：社群經營指的是作者對讀者的一種經營，換句話說，台長必須要發展一套自己的管理模式，如此才可以讓其部落格之讀者有屬於此社群的認同感，使社群更加穩固及擴大。台長指出，部落格文章的回應會讓作者有一種被重視感。容易讓寫得好的人出名、及確定讀者群，或讓作者瞭解自身的作品是否符合讀者的期待。
3. 群體性、參與感：此項包含讀者與作者之間、讀者與讀者之間的群體性及參與感，部落格藉由這些群體性的論述，即可發揮集體行為的活動，讓每一個身在其中的人都有一種參與感，可以彼此互相的交流討論。台長的想法是，部落格讀者當下的思緒可即時呈現、可以直接分享到當下的感覺、交換心得、某些題目或創作討論即時性高、不同意見不會產生一言堂、情感面上會縮短彼此間距離、鼓舞創作及閱讀的作用。群體性、參與感會吸引更多來加入這個社群。

Goldsborough (2003) 在部落格的功能取向上，也曾提出類似的看法，說明部落格指的是人們寫的日誌，通常是以一種較直接的方式來表達有關個人的意見、經驗、思考和情緒，並且可向全世界公開發表。其內容可以是一個較大範圍的主題，也可以是一個較嚴謹的主題，像是政治、教育、科學、大眾文化，或幽默。除了主題上的區分，在文章內容上簡單來說，它根本是線上日誌或線上雜誌、期刊，某一部份來說它可以使瀏覽者主動的去作評論和回應，而其中寫作者和瀏覽者是可以意見交流。

從性質取向來討論，簡單來說部落格是一種創意、觀察、或主張的發表，存在一種非正式的、可（易）接近性的風格。BLOG 在網路上有公開公眾，和搜尋的特質（Rosencrance, 2004）。

最後再綜合歸納、比較國內外文獻對部落格之考察及國內台長對部落格的認知，可以對部落格簡單的下一定義，即部落格是一種創作發表與分享交流的平台，運用網路連結，進行傳播與接收回饋，形成虛擬社群，構成個人化、即時、互動的出版型態。

## 4.2 綜合發現

### 4.2.1 參與觀察之發現

#### 1. 線上日記類型部落格之觀察發現

(1) 雖然作者很早就建立了部落格，但由於在當時部落格並未如此盛行，因此可以看出在回應的數量上，和現在有明顯的落差。剛開始幾乎都沒有讀者回應，現在都有一定的回應數量，在特定的內容上，更可以發現讀者回響的熱烈情況。

(2) 此一部落格，有很多宣傳活動資訊的部份，也有使用某些產品後的心得分享，多半都是作者有親身參與的活動或經驗，這些都引來讀者高度的回應和討論，也有讀者提供解決問題的方法，或是自己的使用經驗，呈現了一

種資訊交流的功能。

- (3)另外，此部落格沒有固定的討論議題，有旅遊記是，有活動訊息，有個人感想舒發，有對時事的看法等，可顯示此部落格非常的多元化，由此，也可以很明顯的看出所謂部落格的特質，比如說個人化、多元性、分享交流的功能、社群的凝聚力量等等。
- (4)經觀察，通常文章在發表後，即會有讀者作出回應，或通常是文章發表的第一天或第二天為回應的高峰期，以此可以說明，基本上，此部落格都有固定的、忠實的讀者，幾乎每天都會上網瀏覽，留下足跡。因此，若是作者有心經營一個部落格，是可以凝聚到一些人氣的。
- (5)由觀察發現，作者也算小有知名度，因其從事的本身就是大眾傳播相關的工作，接觸到的人群比一般人多，因此，為獲得不少讀者的支持，也不斷的增加個人部落格的人氣指數，本身的條件或是後天的經營都有可能影響部落格的發展。
- (6)作者將現實生活和網路結合在一起，把工作和交朋友結合在一起，因此，有效的建立了人脈關係，同時現實和虛擬的世界相輔相成，其實已無法明顯區分何者為虛擬，何者為現實了。如此，也會無形中建立自己的固定讀者群，其讀者已經不是單純到網路上來瀏覽的網友，而是已經變成生活中的朋友。

## 2. 個人專欄類型部落格之觀察發現

- (1)回應部份多半約在前三天特別的熱烈，少數議題可以持續到一個星期。由於網路的方便性，隨時都有網友會上網瀏覽，因此並無明顯的區分上網留言的時間。
- (2)基本上此一部落格的互動都是正向的，讀者針對議題提出自己的看法，或分享自己的經驗，而不會有相互攻擊的情況發生。因此參與互動者想必已

經無形中成爲了作者的忠實讀者，甚至經由網聚與作者或其他讀者成爲了朋友。由於許多讀者本身也有自己的部落格，因此彼此也會到彼此的部落格去瀏覽，但【米果·私生活意見】是聚多讀者的一個主要交流的園地。

- (3)作者在回應上並未有特別積極的態度，主要還是以更新文章爲主，每月平均有十篇新的文章登刊。在回應讀者的過程中，多半是有讀者詢問作者問題時，作者才會回應。也許是因爲作者已有名氣，因此不需要特別的維持與讀者之間的關係，也能留住這些讀者，當然作品本身也要有一定的品質與特質，才能吸引及維持讀者。
- (4)有特定議題的部落格，或是名人的部落格，更能吸引志同道合的網友聚集一堂，形成一個社群。一般日記式的部落格多半只是一種作者舒發的平台，讀者通常是作者本身的朋友。【米果·私生活意見】即是一個以棒球爲議題的部落格，已累積了一定數量的讀者，並有良好的互動交流。
- (5)互動的過程中，並不是針對一個議題作深入的討論，而是著重在一種交流互動的感覺，一種認同及歸屬的感受，不見得可以在討論的過程中增長智慧或知識，但卻可以得到心靈上的一種快樂。
- (6)推測由於三月份作者有一段時間在日本，主要是爲了觀賞世界經典棒球賽，因此，所發表之文章皆集中在【完全燃燒棒球部落】的議題上，其他議題的文章幾乎未發表，從此可以突顯作者在棒球議題上的專注，發表的文章也有相當的說服力，因此，可以吸引許多讀者。
- (7)由堅果團回台灣的活動，約在天母球場看台灣職棒的公告，甚至其他看球的活動或非關球賽的活動，可以看見部落格可以凝聚的力量不可忽視，其不只是虛擬空間的凝聚，還可以轉化爲現實空間的凝聚。

### 3. 合作內容創造類型部落格之觀察發現

- (1)此類型之部落格，有固定的書寫對象，像是二個朋友的書信往返，而非有



意傳播給大眾讀者，因此，推測能夠吸引其他讀者的機率相對不高，因為其他人較不瞭解二人的交情和生活，因此較不能融入其中。或者經過的網友，只是作一番瀏覽，而不見得會對文章作回應，因此，相較於其他類型的部落格，回應的數量明顯偏少。

- (2)雖然也許讀者多半可能為二位作者本身的朋友，而非網路上被文章吸引的網友，但也可以看出回應的部分，最高峰還是在第二天居多。
- (3)而由於二位作者並非名人，或者在工作或生活中有過多的事物要處理，所以對於回應讀者的部分，比較熱切，不管是分享，或是感謝讀者的關心，雖然較看不出讀者與讀者之間的互動，但可以清楚的看到作者和讀者的互動。
- (4)部落格和傳統書籍一樣，有類別的區分，有暢銷和非暢銷之分，文章的內容吸不吸引人，站台有沒有特別宣傳，也都會影響部落格的人氣，像此一觀察之部落格，二位作者多半只是在舒發自己的心情讓對方知道，有沒有其他讀者也就不是那麼重要了。

#### 4. 支持群組類型部落格之觀察發現

- (1)類似此一類型的部落格還有【六年級大會堂】、【中時部落格-作家部落格】等，此一類型之部落格，都是一個文章的集散地，聚集一個社群的文章，採用聯播的方式不斷更新站台的首頁，讓瀏覽的人可以第一時間瞭解所用作者在個人部落格上是否有新文章刊登。另外，並提供一個地方，供同一個社群的朋友在此交流，當然，其他瀏覽此部落格的網友，也可以隨時加入討論。
- (2)其中四月份的留言共有 23 篇，五月份的留言共有 18 篇，六月份的留言共有 33 篇。多半都是五年級訓導處的成員留這居多，推測在某一個層面上，此部落格已經在無形中形成一個具有獨特性的站台，而每個作者也已經從虛擬世界的朋友中，轉化成為實體世界的朋友，因而，雖然這個圈子歡迎

新朋友加入，但卻不是其他網友可以輕易就融入的。

- (3) 此部落格強烈的表現出「虛擬社群」的部分，像是一個俱樂部，要加入要經過篩選，而會員會不定期的舉行聚會，不但在網路上可以互相交流、分享、相互關懷，還現實生活中可以用另一種方式交流，讓社群的凝聚力更加濃厚與堅固。
- (4) 留言的部分，並沒有區分所謂的高峰期，因為不是針對每篇文章做回應，大家只是在有空的時間上網瀏覽，遇見自己有興趣，或可以回答的問題，作留言和回應。從留言板的觀察彙整可以發現，有幾位作者幾乎固定每天都會到此報到，不管有沒有留言，但都會進行瀏覽。
- (5) 在留言板上的互動的過程中，大家並不是針對一個議題作深入的討論，而是著重在一種交流互動的感覺，這種感覺可以視為一種認同或歸屬的感受，不見得可以在討論的過程中增長智慧或知識，但卻可以得到心靈上的一種快樂，跟現實生活中交朋友的過程類似。

根據以上四個類型部落格之觀察發現，可再進一步的作跨類型分析、比較，其分析、比較以下表說明之。

表 4.1 跨類型部落格分析表

部落格類型	分析之結果
線上日記類型	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 文章發表後的第一天或第二天為回應的高峰期，以此可以說明，基本上，此部落格都有固定的、忠實的讀者，幾乎每天都會上網瀏覽，因此，若是作者有心經營一個部落格，是可以凝聚到一些人氣的。</li><li>◆ 建立部落格的時間較早，可以看出在回應的數量上，在部落格盛行之前和盛行之後的落差。</li><li>◆ 宣傳活動資訊的部份，或是使用某些產品後的心得分享，都引來讀者高度的回應和討論，讓讀者也分享了自己的感受和經驗，呈現一種資訊交流的功能。</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 此類型部落格呈現多元化的走向，由此，也可以很明顯的看出所謂部落格的特質，比如說個人化、多元性、分享交流的功能、社群的凝聚力量等等。</li> <li>◆ 先天的條件或是後天的經營都有可能影響部落格的發展。</li> <li>◆ 現實生活和網路結合在一起，工作和交朋友結合在一起，可以有效的建立了人脈關係，且虛擬和現實已打破了界線。</li> </ul>
個人專欄類型	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 由於是專欄型的部落格，其回應議題的時間相較於線上日記型者為長，可達一星期之久。</li> <li>◆ 部落格的互動多半都是正向的，同時由於許多讀者本身也有自己的部落格，因此彼此也會到彼此的部落格去瀏覽，達成一種互相交流觀摩的效果。</li> <li>◆ 可能因為作者已有名氣，因此不需要特別的維持與讀者之間的關係，也能留住這些讀者，當然作品本身也要有一定的品質與特質，才能吸引及維持讀者。</li> <li>◆ 有特定議題的部落格，或是名人的部落格，更能吸引志同道合的網友聚集一堂，形成一個社群。</li> <li>◆ 結合紙本平台與網路平台，是一種相輔相成的方法，網路平台可以讓作者與書的知名度打開，增加紙本書籍的銷售量。</li> <li>◆ 互動主要在於著重一種交流互動的感覺，一種認同及歸屬的感受，以及心靈上得到的一種快樂。</li> <li>◆ 部落格凝聚的力量不可忽視，其不只是虛擬空間的凝聚，還可以轉化為現實空間的凝聚。</li> </ul>
合作內容創造類型	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 因類型不同的關係，因此，推測能夠吸引其他讀者的機率相對前二者而言，明顯的不足，可能因為較不能融入其中之關係，回應部分也明顯少於前二種類型的部落格。</li> <li>◆ 此類型的部落格與線上日記類型之部落格相似，回應的最高峰也是在文章發表後第二天居多。</li> <li>◆ 此類型部落格較看不出讀者與讀者之間的互動，但可以清楚的看到作者和讀者的互動。</li> <li>◆ 部落格和書籍出版類似，有沒有特別宣傳，也都會影響部落格的人氣。</li> </ul>
支持群組類型	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 留言的部分，與其他三種類型之部落格不同，並沒有區分所謂的高峰期，因為不是針對每篇文章做回應，大家只是在有空的時間上網瀏覽，遇見自己有興趣，或可以回答的問題，作留言和回應。</li> <li>◆ 此類型之部落格，是一個文章的集散地，聚集一個社群的文章，採用聯播的方式不斷更新站台的首頁，讓瀏覽的人可以第一時</li> </ul>

	<p>間瞭解所用作者在個人部落格上是否有新文章刊登。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 其也提供同一個社群的朋友在此交流，當然，其他瀏覽此部落格的網友，也可以隨時加入討論。</li> <li>◆ 此部落格已經在無形中形成一個具有獨特性的站台，而每個作者也已經從虛擬世界的朋友中，轉化成為實體世界的朋友，。</li> <li>◆ 此部落格強烈的表現出「虛擬社群」的部分，不但在網路上可以互相交流、分享、相互關懷，還現實生活中可以用另一種方式交流，讓社群的凝聚力更加濃厚與堅固。</li> <li>◆ 在留言板上的互動的過程中，大家並不是針對一個議題作深入的討論，而是著重在一種交流互動的感覺，跟現實生活中交朋友的过程類似，這種感覺可以視為一種認同或歸屬的感受。</li> </ul>
--	--

資料來源：本研究整理

根據上面表的分析、歸納整理後，發現有二項重點，需進行系統化的歸納和比較，其一是關於此四類型部落格的互動情況與社群集結情況，其二是此四類型部落格的特徵，其三是此四類型部落格的其他條件。因此，以下根據前述三項重點，將綜合比較分析如下：

### 1. 互動情況與社群集結情況

- (1) 線上日記類型：在文章發表後的第一天或第二天都會有明顯的讀者回應，以此可以說明，此部落格都有固定的、忠實的讀者，換句話說，若是作者有心經營一個部落格，是可以凝聚到一些讀者的。在社群集結的部分，讀者與作者已將現實生活和網路結合在一起，工作和交朋友結合在一起，有效的建立了人脈關係，且已打破了虛擬和現實的界線。
- (2) 個人專欄類型：部落格的互動多半都是正向的，同時讀者本身會到彼此的部落格去瀏覽，達成一種互相交流觀摩的效果。這種互動關係主要在於著重一種交流的感覺，有一種認同及歸屬的感受，以及心靈上得到的一種快樂。
- (3) 合作內容創造類型：此類型的部落格與線上日記類型之部落格相似，但其較看不出讀者與讀者之間的互動，卻可以清楚的看到作者和讀者的互動。因

為創作內容的類型，似二位作者交換日記，因此，集結的社群與其他三類型相較，屬於較小社群。

- (4) 支持群組類型：在留言板上的互動過程中，各方針對自己有興趣，或可以回答的問題，作留言和回應。議題的討論並不會太深入，而是著重在一種交流互動的感覺。此部落格強烈的表現出「虛擬社群」的部分，在無形中形成一個具有獨特性的站台，而每個作者也已經從虛擬世界的朋友中，轉化成為實體世界的朋友。

## 2. 特徵

- (1) 線上日記類型：此部落格有提供活動資訊，也會分享使用某些產品後的心得，也引來讀者分享自己的感受和經驗，呈現一種資訊交流的功能。此類型部落格呈現多元化的走向，由此，也可以很明顯的看出所謂部落格的特質，比如說個人化、多元性、分享交流的功能、社群的凝聚力量等等。
- (2) 個人專欄類型：有特定議題的部落格，更能吸引志同道合的網友聚集一堂，形成一個社群。
- (3) 合作內容創造類型：此一類型之部落格，相較於其他三者，明顯的特徵顯得較弱，但因為結集的社群較小，因此，彼此間的聯繫或互動可以建立得更緊密。
- (4) 支持群組類型：此類型之部落格，是一個文章的集散地，聚集一個社群的文章，採用聯播的方式不斷更新站台的首頁，讓瀏覽的人可以第一時間瞭解所用作者在個人部落格上是否有新文章刊登。

## 3. 其他條件

- (1) 線上日記類型：建立部落格的時間較早，瀏覽的讀者一直從早期支持到現在的，表示其認同的成度很高，因此部落格先天的條件或是後天的經營都有可能影響部落格的發展。
- (2) 個人專欄類型：因為作者本身是作家，已有名氣，此部落格的創作者結合了

紙本平台與網路平台，相輔相成，網路平台可以讓作者與書的知名度打開，增加紙本書籍的銷售量。

- (3) 合作內容創造類型：因類型不同的關係，可能因為讀者較不能融入其中之關係，因此，推測其能夠吸引其他讀者的效果相對其他三類型的部落格而言，明顯的較少。
- (4) 支持群組類型：此部落格之作者不只一人，而是集結了 36 個作者之部落格，因此，其有利條件，是可以吸引更多的讀者，以及吸引其他志同道合的作者加入，形成與一般部落格不同形式的社群，是一種多作者與多讀者的對應關係。

#### 4.2.2 部落格的發展趨勢與可能

此節之發現主要來自於深度訪談的內容，訪談對象為出版業者及部落格相關領域研究者，共六位受訪者，訪談的內容包括受訪者對部落格未來的發展趨勢之看法；受訪者認為部落格之功能、操作介面、整個系統提昇的看法；除手機通訊業外，部落格還可以與哪些產業結合；Rss ( Really Simple Syndication ) 功能會帶來什麼樣的商業機會；部落格在商業應用上還有什麼發揮空間等。大致來說，Rss 是一種用來分發和匯集網頁內容，的 XML 格式。透過 RSS 的使用，供應網頁內容的人可以很容易地產生並傳播新聞鏈結、標題和摘要等資料。其次，在描述性問卷中，有一部分也提及部落格未來的發展趨勢，因此，發現到一些台長對於此一議題的看法，同時將其內容彙整、分析及說明。

目前部落格對於大部分的網友而言，主要仍然是一個分享生活的管道。部落格是網友們擁有的個人世界，部落格主人以各種形式紀錄自己的生活與經驗，並希望與其他人分享。根據創市際『ARO網路測量研究』的最新數據顯示，2005年3月份已有高達四成九的網友曾造訪過部落格相關網站及頻道，意即相對於全台一千多萬的不重複上網人口，約有513萬的不重複網友曾於單月份裡造訪過部落格網站與頻道。觀看整體趨勢，自2004年12月起，當時造訪的總人數僅有二成多，短

短四個月的快速成長，其潛力不容忽視。部落格熱的快速延燒，許多知名網站看準這波熱潮搶入市場，包含入口網站新浪網的新浪部落 [log.sina.com.tw](http://log.sina.com.tw)，MSN（臺灣）運用即時通訊軟體通道所推出的 MSN Spaces 也訴求 Blog 服務、HiNet推出的Xuite 整合性服務中的 Blog 頻道、Webs-tv 結合影音的天空部落 [blog.webs-tv.net](http://blog.webs-tv.net)、樂多拍賣市場的樂多日誌 [blog.roodo.com](http://blog.roodo.com) 還進一步與Yam共同合作Blog頻道、還有無名小站的無名網誌（[www.wretch.cc/blog](http://www.wretch.cc/blog)）等等，新增的部落服務之多不勝枚舉。

部落格將快速成長是一個事實，成長的部份不單只是部落格的數量與日俱增，其功能、操作介面、整個系統都將會快速提升，進而以滿足使用者的需求，從早期 pchome 的明日報新聞台演化至現今部落格的型式，便可看出端倪，接下來結合影音，或者結合其他3G產品，都是其發展的趨勢，其對於出版是一種躍進，不單是出版的型式、流程，讀者與作者的互動、多元化呈現方式等都顛覆了傳統出版的意涵。

部落格在短時間內迅速的風行，造成一股潮流，讓每個人幾乎都有一個屬於自己的部落格，可見其發展極有潛力，在描述性問卷中，歸納了台長們的看法，分別列舉下列各點說明之。

1. 成長快速：部落格的空間將無限制增加、介面也會愈來愈靈活，其影、音、文字的結合會更容易上手。
2. 商業發展：未來部落格可能會成為收費制，或部分收費制（如無名小站）。而rss功能將會有很大的商業機會產生。網路創作者會陸續增加，然後出版印刷，會帶動印刷出版業的繁榮，或者成為個人工作室或個人出版社的型態。其也可能會整合成一個網路電子書的部落，例如失戀雜誌，有很多的專職作家共同在一個平台內一起創作。
3. 與現代科技結合：如PDA或3G手機結合，讓上傳檔案的功能更便利，也達到更即時的分享效果。
4. 與教育結合：在教學上形成一種輔助或資料庫利用的功能。

而在深度訪談上，進行對學者、出版業者做訪談，以下便對訪談內容，針對部落格未來發展趨勢、商業應用上的可能性二個重點，分下述五點說明之。

### 一、部落格未來的發展及趨勢

綜合六位受訪者的回答，可以歸結部落格主要的未來發展趨勢有：

1. 使用者數量越來越多：包括年齡層的擴展、族群層的擴展，男女性別的比例，以及個人及企業的延伸。
2. 多媒體整合越來越強：從原來文字的呈現形式，到加入影、音、圖片、視訊等，其下載及上傳功能也不斷在改善。
3. 使用型態越來越多元：包含心情的分享、社群交流與連結、商業行銷、娛樂、資訊流通，服務系統等。

除上述外，受訪者翟本瑞、周暉達都有提到，部落格應當會走向一種的常態化、日常生活化的平台，其書寫或記錄會變成日常生活中的一種習慣，而非有特定目的的書寫或記錄，那是一種網路生活，只不過因為部落格在台灣才起步二、三年，還正處於流行的階段，所以平台業者不斷的創新其功能，業界也不斷思考如何利用部落格來獲得商業上的價值。

受訪者王璿提出，部落格之後下一波網路個人風潮是蘋果電腦致力推動的 Podcast，Podcast 是「iPod」跟「broadcast」兩個字複合之後衍生出的新字，意指透過 iPod 或其他 MP 3 播放器而收聽的網路廣播。就如同部落格的出現，大幅降低了網路出版的門檻，Podcast 的出現則讓「廣播」的門檻降到最低：只要一部電腦、一支麥克風，加上一條網路線，任何人都可以在任何地方對全世界廣播。對傳統廣播媒體來說，最大的限制就在於電波頻譜的資源稀有性，使得廣播成為少數人的特權；但對 Podcast 而言，寬頻網路在大部分已開發國家已有超高普及率，使得開播節目完全沒有限制。一般聽眾只要透過網站或是 Rss，下載 Podcast 節目到電腦中，就可以利用 MP 3 播放軟體收聽。就像網路上其他的新興現象如部落格、維基 (wiki)、標籤 (tag) 一樣，Podcast 原本只在少數對科技與網路著迷的狂熱者間流傳，節目內容也多以技術討論或一些小眾話題為主，例如著名的



《 This week in tech 》和《 IT conversions 》都以科技與網路產業動向為主。慢慢的，一些非科技族群接觸到Podcast，也使得節目主題漸漸呈現出多樣性。

## 二、功能、操作介面、系統的提昇

由於功能日益精進，在部落格上的回應、友情連結、朋友名單以及 RSS（Really Simple Syndication，透過XML特性所制定的格式，將網頁內容抽取出來，供讀者訂閱）等功能，使得部落格的社群特性更加明顯。同時，在結合網路相本以及網路影音檔的功能，部落客可以在部落格上與其他人分享的層次也就更向上提升一級。這些功能可以幫助部落客更完整地在網路上保存自己的生活記錄，順便還可以與別人交流分享。

受訪者郭宣慧與劉筱燕都有強調，若部落格與 Web2.0 的發展相配合，即透過模組的選項設定會越來越個人化；透過 RSS 的功能，部落格的連結性會越來越強，這些都是一個虛擬社群的概念，另外，RSS 的即時傳播功能，也是一大優勢。不同的平台，各有優缺點，但不管是哪一個平台，其功能、操作介面或系統方面都在不斷的提昇。

而受訪者周暉達的觀點，則是認為，因為科技的進步，自然會讓部落格在功能上有所強化，但現在不斷推出的新功能，如影像、音樂等，甚至是未來有可能發展交友功能、電子地圖功能等，這些功能在現階段，都還只是嘗試性的作法，能不能維持下去，成為部落格必備的功能，則是要看使用者的需要，及其使用習慣，這些都是要花時間讓大家接受的。

綜合受訪者劉筱燕和周暉達從出版的角度詮釋，則是說明部落格在系統上多元的發展空間，對出版社而言，可以建立更多的互動出版，與讀者之間盡可能達到百分之百的溝通，在功能、操作介面、系統的提昇上，可以朝這個方向思考及改良。

## 三、部落格與產業的結合

創市際執行長江義宇表示：「當網路市民社會還在涵養部落格文化的階段，產業界已經到了期望實質收益的時候，因此結合行動通訊的 Mblog 模式已經開始進

入市場，經營關鍵有二，其一是易用性，亦即手機介面與網站服務必須帶來便利，再來就是收費，如果價格超乎市場接受度，反而無益於部落格的商業化，那麼業者必須更加謹慎評估消費者的需求與接受度。」(創市際市場研究顧問公司，2005)。

歸納六位受訪者的說明，提及部落格與產業的結合有以下幾點：

1. 提供閱讀介面平台的產業：PDA、3G手機
2. 提供創作介面及社群交流的平台產業：新聞台、交友網站、無名網站等
3. 與娛樂相關且社群性高的遊戲產業：線上遊戲
4. 與知識含量高的數位內容產業：數位學習
5. 與生活資訊含量高的影視或新聞媒體業：線上新聞
6. 與行動族生活型態相關的服務產業：線上地圖、旅遊導覽、個人拍賣網
7. 其他與意見表達或溝通分享有關的任何新興產業：簡訊的延伸
8. 與各種文化創意產業做結合：創意醞釀的場所，創意想法表達的平台

在描述性問卷調查中，台長也有提及以上的相關部分，最多台長提到了科技應用層面，如PDA、3G手機等，也有部分台長提及教育學習的層面，及其他相關的商業應用。

總而言之，部落格有很好的公關性質，不管是教育、環保、政府、製造業、服務業等，各種行業都可以與部落格作結合、加以運用，思考的方向不僅只是部落格可以與何種產業做結合，也可以從不同產業的需求角度來思考，配合不同的產業需要，進而調整部落格的呈現方式，以及創造不同的部落格類型，以達到結合後創造更高價值的目的。

#### 四、Rss 帶來的商機

大部分的部落格會自動提供一個 Rss 連結，方便讀者訂閱。Rss 連結一多，就會需要有 Rss Aggregator 軟體或是 Rss 服務網站來協助管理。如果看到不錯的部

落格文章，可利用 Social Bookmark 工具保存起來，並加上標籤 (tag)，方便其他網友共享，進而產生同好間的互動。

網站有了流量自然會吸引廣告。部落格廣告在這兩年成爲全球廣告主最新的投放標的，甚至高流量的個人部落格網站，都變成廣告行銷新利器。受訪者王璿有提出，說明 RSS 帶來的商機應該就是客制化廣告和創新服務的連結，現在是走向收費的時代，從雅虎奇摩拍賣收費，都是出於同樣的思維。

Rss 一開始本不是爲了商業存在，它主要的功能，有點像是索引，也可以說它是書籤，Rss 最大的功能，在於爲所有在網路上發表的文章或圖片，留下可供後人尋訪的功能，以及在出版的即時，讓社群成員都能清楚收到，有助於增進社群的互動。受訪者周曄達便認爲，Rss 並不是一種直接的商業機會，Rss 只是間接的連接商業機會，比如說 Rss 可以即時的提供訊息，像是一種 E-MAIL 或手機簡訊的延伸，但其不會收到垃圾訊息，而是可以依照使用者自行選擇訂閱接收的訊息，而且不會有累積的問題，而是直接進行更新，在儲存空間上多了很大的彈性。

## 五、部落格在商業應用上可以的發揮

樂多創辦人暨總經理李取中指出，若提供免費部落格服務多可置入廣告以爲營收來源，一旦對該服務收費就無法在該使用者網誌中置入廣告，而一般願意付費升級部落格空間、功能者多爲重度使用者、可帶來較多流量，若無法在其中放置廣告則將可能影響廣告效益、營收，因而將暫緩收費計畫。他說，倒不如以強化社群凝聚力爲主，再推出合適的套裝行銷專案吸引網友的熱烈參與，將會是比較可行的商業模式 (洪夢霜，2005)。

然而在談商業模式之前，必須先瞭解其目的爲何？是提供資訊服務？還是強化社群連結？或是將知識創價？這其中的成本是什麼？要創造什麼樣的利益？適合採取的階段型策略爲何？是否需要尋找合作夥伴？合作的方式及內容爲何？部落格目前的應用情況與使用者型態爲何？以上這些都是需要先思考的問題，再依據不同的問題與情況去發展適合的商業模式。

受訪者劉曉燕便提出，要談部落格的商業應用，要從不同的角度去考量，比如說出版業的應用，便要先考量是從出版社的角度出發，抑或是作者的角度出發，要創造一個作者的部落格，抑或是出版社的部落格，甚至是一種主題性的部落格，因其目的的不同，其操作的模式也都會不同，有了需求後，再依不同的功能，來包裝成不同型態的知識，進而傳遞給讀者。這種部落格的包裝方式，是很多元化的，比較過去包裝商品的方式，則更顯立體、鮮活。

除以上五點的探討外，周暉達總監還提出了有關台灣部落格全球競爭性的問題，台灣的部落格若是無法找到自己的立足點，就無法與國外的部落格競爭，可能會遭到併購等的問題，這是值得部落格業者思考的一個重點。此外，在與其他3G產品的連結上，目前碰到的困難，周總監也有所表示，其認為載具是目前最大的問題，雖然現在部落格已經和手機或 PDA 作結合，使用者可以隨時利用手機或 PDA 進行上傳或閱讀，但其介面還是太小，在閱讀的需求上有待檢討與強化，此一困難也許不見得在短時間內可以解決，但是是未來可以加強或是突破的地方。

從以上的探討，對部落格的發展趨勢與可能做一番討論及分析，再反觀國內外部落格的發展趨勢，可以看出部落格漸漸成爲了現代人的一種生活型態，不再只是生活的紀錄或是親友交流的場所，有人將部落格當成新聞時事的來源、有人將部落格當作個人創作發聲的管道、有人將自己的部落格集結出書、甚至有警方因部落格而破案等。網路提升了個人的力量，社會的聲音不再只有一種，未來部落格仍有很大的發展空間。

## 4.3 綜合比較

### 4.3.1 部落格的特徵及與其他形式出版之比較

本研究從研究出版的觀點出發，探究部落格的意涵。部落格已然可被視作是一種新的出版型態；然而，近幾年它固然已經引起高度關注與許多討論，但仍欠缺深入、系統性的出版意涵之呈現。要探討有關部落格之相關問題，必先瞭解什麼是部落格。

首先，本研究先對部落格文本與傳統文本做一比較，其中有著頗大的差異存在，以下表說明之。

表 4.2 傳統文本與超文本之比較表

傳 統 文 本	超 文 本 (部 落 格)
1. 線性 (按頁數閱讀)	非線性 (具有超鏈節)
2. 單一性 (圖、文)	多面性 (圖、文、聲音、動畫)
3. 固定的路徑，不易迷失	不固定的路徑，易於迷失
4. 不變動的書寫文本 (非開放)	多變動的的書寫文本 (開放)
5. 讀者被動接受文本	讀者可主動重新建構文本
6. 互動性不高	互動性高
7. 有限制性	提供創造性

資料來源：本研究整理

有關部落格的意義與趨勢之討論越來越多，可顯示出此現象的發展正廣受矚目。部落格之所以受到如此多的關注，主要歸結於以下二個原因，一為部落格形成一種個人出版的新出版方式，改變了原來傳統出版的格局、營收等模式；二為部落格可與其他網路平台做連結，並且與電子商務整合，形成更大的發展空間。因此，產業界、學術界都想瞭解部落格在未來發展上能夠提供一個什麼樣的新機會。

以下表格是根據陳思齊 (2005) 的論文，將作者、文本、讀者三者間過去與現在的關係所作的簡略整理：

表 4.3 作者、文本、讀者過去與現在之關係表

	作者與文本	讀者與文本
過去 (1980年代前)	具有權力，強調具有真實地反應真實的權力。 文本是作者深刻情感的表達。	讀者被動地接受文本，從中領略作者欲表達或論述的想法與觀點。
現在 (超文本-部落格)	否定文本的固定性，並且質疑作者在文本上的權力。 作者仍是「創造」的關鍵，在超文本扮演著引導者的角色，能夠引發讀者的創造力。	具有建構事件的能力。 不再被動接受文本的意義，挑戰作者所掌控的文本空間。 也具有重寫事實的能力。 建構及創造出個人化的敘事文本。

資料來源：參照陳思齊（2005）修改

要瞭解部落格的定義還可以從它與之前出現過類似的服務—BBS 和個人網頁加以比較。現今的部落格和個人網頁及 BBS 的差別並不容易區分，原因是因為部落格的型式非常多變，難以簡單歸類，以下是部落格與個人網頁及 BBS 的初步區別。

表 4.4 部落格、BBS、個人網頁的比較表

比較項目	BBS	個人網頁	部落格
技術實現	簡單	困難	簡單
管理	設立版主	個人管理	個人管理
管理成本	高	高	低
適用情況	討論問題為主、個人展示為輔	個人展示	個人展示
超鏈結	支援弱	高	高度提倡
文章品質	比較低	高	品質高(實名制型)
註冊控制	弱	實名制	實名制

新聞的及時性	高	低	高
資訊搜尋成本	高	中	低
發文技術難度	很低	較高	低
資訊回饋	即時	慢	慢

資料來源：參照羅皓菱（2004）修改

部落格與 BBS 的差異住要有三方面：文本結構、文本間的關係、讀者針對性(羅皓菱，2004)。

第一，部落格的文本內容結構較 BBS 更為複雜。通常是一篇原創資訊或評論，後面跟上其他網友的相關發言，或是直接在原文之下加上個別網友的一行意見，表示贊同與否。而部落格文本則是部落客就某一主題（如心情、生活、電腦...等等），將他自己的原創文章或在網上看到的最新資訊線索，扼要地整理彙集後放在網上，作為備忘錄或是與朋友及任何會看到該部落格的人共享。部落格也較注重文章及概念的引用，文章中多多少少都會有超鏈結（hyperlink）提供網友更進一步的資訊索引，可說是集原創文章、評價、鏈結、引用文章於一體，「比起 BBS 來說，部落格製作的日誌更加審慎、仔細和周詳，其個別文本的豐富性、討論脈絡的清晰度、論題的拓展空間都超過了 BBS 的網友發言。」(羅皓菱，2004)

從文本之間的關係來看，BBS 的文章是按逆時間序列安排的，前後文章的話題可能連續，也可能轉換。有關同一主題的不同文章，常常散落在不同的位置，因此話題大量的轉換加劇了它們的衰變速度，對於個別主題的討論難以聚焦，整合困難。而部落格網站的不同文本，通常針對於不同主題。另外，文本之間相對獨立，使得每個文本都可容納其他人在任何時間點閱讀並持續開展、深化，不論是用迴響的方式還是在自己的部落格文章中引用。

第三，如果說網路 BBS 的意義在於打破了大眾傳播時代意見表達管道為少數集團壟斷的束縛，而賦予大眾在網路空間傳播媒介上平等發言的機會，那 Blog 則

是充分利用了網路賦予個人的發佈資訊尋求共用的可能性，這其中包含著強烈的資訊擴散欲望，有一定的「讀者針對性」，這是與 BBS 不同的。

和個人網站的主要差異點在於進入門檻和相互鏈結性。「和建構網頁的所著重的需求不同，最初部落格工具的基本目的，就是夠幫助使用者免去除了書寫以外不必要的瑣事（藝立協 Blogbook）。」個人網站由於其對使用者的技術水準、資金條件、維護資源的要求層次高，對於大部分的網友而言頂多只能遠觀而不能褻玩，但是 Blog 網站的低門檻，則使其具有很高的開放性，同時又具有高度的自由可塑性。

相互鏈結性是部落格相較於個人網頁的另一個特點。部落格網站的低進入門檻吸引了越來越多的部落客參與，其讀者號召力、內容包容度、網路點擊率也就絕非「獨門獨院」的個人網站所能比擬。如果說，個人網站只是一對多的傳播出口，那麼，部落格則是無數人對無數人的傳播社區，這裏既有個人愛好，也有公眾趣味；既有私人觀點，也有群體爭論；部落格的價值一方面體現為個人化，另一方面，這種個人化又要被多數人認可。所以，Blog 的成功，關鍵在於他對內容的品評是否獨到、甄別是否合理、推薦是否恰當，有多大的說服力和吸引力。「部落格是既體現自我，也考慮市場需要的。」（羅皓菱，2002）

最後，要說明的是，在描述性問卷中對部落格之特徵也有所發現，歸納台長們的看法，在此部份多半提到的屬於網際網路本有的特徵，但此特徵應用在部落格中，便與傳統的出版有明顯的區隔，更豐富了原來出版的內容。以下分為五大項來說明之。

1. 視覺性強：網路本身是一個動態的空間，部落格存在於網路上所佔的優勢，便是可以整合圖文，在色彩上可以有豐富的變化，但其缺點是，只能受限於電腦可以呈現的方式。台長提出，部落格讓圖文的展現有更大的空間、可有照片甚至動畫的顯現、但部落格上無法呈現書寫字跡的親切感。
2. 互動性高：在部落格上的互動性，意味著與傳統的單向媒體完全不同，它特別在特殊議題上更能表現出所謂高度互動性。台長描述，部落格可以與讀者即時



互動，特別在新聞議題上更能彰顯此項功能。

3. 即時性高：此為網路特性之一，不管在任何時間、任何地點，只要能上網便能參與網路的活動，部落格為網路活動之一，當然不例外。台長指出，部落格文章的發表具有強烈的速度性、只要有網路就可馬上創作、可以隨時修改存檔、簡單、方便。
4. 傳播性廣：網路傳播無遠弗屆，其主因是費用低、傳播速度快、沒有時間空間的限制，完全呈現了所以地球村的境界。台長的想法有，部落格傳遞性較傳統來的廣、不但可以節省傳統印製的費用，還可以輕易的被複製或引用、沒有時間空間的限制(無國界)、不會被退稿，人人都能寫創作。
5. 內容性弱：此內容性指的是創作的內容，由於創作可以不拘任何形式，也不需經過最低門檻，因此造成創作的內容有時只是一種不成文的形式出現，或者為一種生活上的紀錄而已。多數的部落格呈現一種不拘任何形式，也不需經過最低門檻的創作形式。這可以讓更多有創意的創作者崛起。台長認為，部落格可輕易被複製、創作內容有些缺乏精密的思考，多為生活化的一種文字。

以上五點，可以明顯的看出部落格與其他形式出版之比較後的特徵為何，其中嚴格來講，也可以說其特徵本身就是網路環境下的特徵，而部落格則是利用這些特徵，再加上多元化的功能，發揮更加大的作用。許多產業也可以藉部落格這樣的平台，做一種連結或整合，創造出更多更大的價值。

#### **4.3.2 以紙為載體的出版與部落格出版之比較**

以紙為載體與以多媒體為載體的出版，很明顯呈現了二種不同的出版範式，此章節的重點便是在針對此二者之間做一比較，以及討論其二者的優缺點。

表 4.5 媒體範式的比較表

比較的物件	傳統的典範		新的典範
	紙質媒體	媒體網站	部落格
出版速度	很慢；具有一定的出版周期；定期	較快；具有一定的出版周期；一般也定期	很快；沒有一定的出版周期；不定期
出版形式	具有一定的形式和欄目；具有一定的方向限制	具有一定的形式和欄目；一般比較豐富；方向受到戰略的限制	完全無限制；形式多種多樣
出版流程	具有中間修改與控制過程，往往是編輯、主編、校對層層把關	具有中間修改與控制過程，也存在“守門員“	完全沒有任何限制，至少現階段是這樣
編讀關係	雖然編讀之間可以信件來往，但是互動較少，較慢	單向互動，可以添加評論，但是難以形成全體互動	在線互動，相互激發；編者和讀者的關係消失。
出版主體	政府，企業和社會組織	一般為政府，企業和社會組織	一般為個人
傳播方式	點對多點	點對多點	多點對多點
資訊源的輻射能力	一般較強	一般很強	一般較弱
未來可能的核心價值	精品和權威	豐富和鏈結	快速、原創和交流

資料來源：參照方興東、劉雙桂、姜旭平（2004）修改

表 4.6 部落格出版和紙本書出版之優點比較表

項目	優點
多媒體形式	包含文字、圖片、影像、動畫、聲音等方式呈現。
巨大容量	所能儲存的資料，遠超過傳統媒介的負載量，至少可保留傳統資料 300 冊以上的資料，更不用說透過網路連線所能搜尋的資料。

快速檢索和連結	超連結（Hyperlink）的功能，是紙本書所缺少的。
環保	因為紙張需要紙漿，站在環保的角度對大自然樹木的生存有很大的威脅。
成本	免除傳統出版的成木，傳統書籍在倉儲和陳設的費用。如果放在電腦檔案的傳遞上。

資料來源：本研究整理

表 4.7 部落格出版和紙本書出版之缺點比較表

項目	缺點
技術問題	閱讀介面不人性化、電子文件格式（如 Adobe 和微軟無法相容）
內容改進的空間仍大	所謂多媒體形式的呈現，現在也多停留在宣揚口號的階段，當前的內容仍停留在傳統書籍的電子化，也未善用其超連結特性。
消費習慣和心理	大眾仍習慣於閱讀紙本書，而且多數人對新科技的普及仍存有抗拒的心態，一方面習慣不易更改，另一方面則是對不熟悉事務的恐懼感。
閱讀習慣	長期盯著螢幕閱讀會對眼睛造成負擔，傳統的閱讀習慣和經驗，在線上閱讀並不適用。
新的價值觀未建立	有些讀者有一種收藏書籍的心理，認為紙本書是有其價值感存在，但換成一張電子資料檔案便失去其代表的意義了。
加密技術及版權問題	檔案數位化之後複製或下載變得很方便，得考慮加密的問題，但保護機制太過似乎又會阻礙一般人購買的慾望，而且從智慧財產權的角度考量，如何在保障作者的原則下又不阻礙知識的散播，是一項兩難的課題。

資料來源：本研究整理

在現代社會中，數位出版的出現對信息傳播的意義不亞於本世紀20年代電影的出現對文化藝術傳播的意義（趙勁，2000）。由於數位出版和印刷出版各有各

的優缺點，因此分別對二者進一步作比較，從中可以瞭解其中的差別。

1. 出版週期：數位出版的出版週期短，而印刷出版的出版週期長。由於數位出版不需要製版、印刷、裝訂，加工環節少，因而出版速度快。印刷出版要經過排版、製版、印刷、裝訂等一系列加工環節，因此出版速度慢。
2. 複製：數位出版物易拷貝，而印刷出版物較難複製。數位出版物可以簡便、快速地拷貝，並且可隨意選擇光碟、紙等載體輸出，在複製過程中保有高可靠性，並可對輸出的格式等外觀特徵作出靈活的安排。印刷出版物的每一次複印都會導致分辨質量下降，且複印速度慢，複印成本高。
3. 方便性：印刷型出版物有較好的使用方便性，數位出版物就目前的發展而言，具有較高的系統依賴性。讀者可以方便的攜帶一本圖書、雜誌或報紙，隨心所欲地瀏覽閱讀，但大量的數位出版物仍要依賴電腦和網路等媒介。
4. 貯存內容：數位出版的貯存內容，除了文字外，還包括聲音、動畫等，使得數位出版物貯存的信息是更生動活潑的。印刷出版的內容是靜態的，且不能利用聲音，此一差異，可能會使數位出版物獲得更廣泛用戶的歡迎，作為這個方面主流的多媒體與超文本電子出版物可獲得迅速發展。
5. 檢索能力：數位出版吸收了多種技術，提供了檢索、統計、分析、排序等印刷型出版物所不能提供的能力，可以針對主題或關鍵字等多種單項檢索，印刷型出版物在此一方面則大為遜色。
6. 成本：出版物最終以何種載體方式呈現，成本是決定因素。如果以單位貯存信息量計算，數位出版物的成本要大大低印刷型的成本。數位出版免除製版、印刷、裝訂的費用，數位出版物的生產成本，除了文字輸入是手工方式進行以外，電腦排版與全文資料庫的建立等其他工作，基本上都是由電腦軟體支持而自動進行的，加工費用相對較低。

數位出版和印刷出版具有各自的特點，從長遠看，它們彼此之間應是互相互

補的關係。儘管許多學者認為，資訊社會將會迎來一個無紙社會，但從實際來看，由於紙有著數位出版物不可替代的優點，同時人們對紙有著特殊的感情，紙在相當長的時期內，將與其他載體共存。

## 4.4 綜合討論

### 4.4.1 部落格反映的出版之意義、結構與功能

當從部落格呈現之出版意義的角度來看出版時，傳統上大致分成了創作端、閱聽端、成品端、流通端，以往只停留在這四個環節上面，卻忽略了這四個環節是結構化的。傳統以書為載體的時候，這四個環節缺一不可，但現今以網路為載體的出版條件下，則不必然是永遠都需四者兼備，可能只有創作端及閱聽端，或者其他不同的組合，可能是二端的、三端的、四端的，即形成不只一種的組成結構，因此不能用唯一一種四端結構的角度來看待。

關於部落格反映的出版之意義、結構與功能以下表說明之。

表 4.8 不同取向之部落格定義、特徵、突破傳統出版之意涵比較表

	部落格之定義	部落格之特徵	部落格突破傳統出版之意涵
功能取向	1.交流的平台 2.連結功能 3.發表、創作的管道	1. 互動 2. 傳播	1.人際交流縮短時程，且快速而直接
內容取向	1.個人創作、思想表達 2.豐富的資料庫	1.圖文整合	1.作者與讀者、讀者與讀者間從單線式傳播變成雙向交流
性質取向	1.低門檻的出版 2.同好聚集地	1.視覺性強 2.互動性高 3.即時性高 4.傳播性廣 5.內容性弱	1.社群經營 2.群體性、參與感

資料來源：本研究整理

上表是將問卷歸納之結果與文獻討論之結果做一簡單的對照、整合比較，便可從中發現部落格的定義、特徵、突破傳統出版之意涵，以及其功能、內容、性質等，分別呈現不同的交叉對應關係，如此更能清楚的瞭解什麼是「部落格」，以及部落格在出版上所呈現出的意涵。

以往的創作者為作家、有知識者、研究者、其他藝術呈現者等，但現在而言，特別是網路出版、部落格等，讀者無形中已經進入了創作的園地，甚至與創作者一起創作，因此，創作者與讀者已經無法清楚界定，這種情形已愈來愈普遍。閱聽也是如此，以往只有書的形式，而現今已發展到多媒體的呈現形式，可以改變成多種形式去接受內容，可以用自己認為最方便的形式進行閱聽。因此，現在的部落格在出版上才會出現作者可以直接面對讀者、讀者也可以直接接觸作者，以及讀者與讀者可能形成一個虛擬社群（virtual community）的情況。

#### **4.4.2 部落格反映個人出版的形式**

幾年前，網路正流行的時候，很多人就提到以網路實現個人出版的方式，而那個年代也是電子報盛行的時代。之後，明日報的個人新聞台持續發燒，由此已經可以看出個人出版的雛型，以及個人出版的潛力。

當時的個人出版，在作者與讀者的溝通、交流上較不如現在部落格如此的直接，比較趨向於留言版區的討論，且在功能上也不如現在部落格如上的強大，多半以文字，照片為主，現在則多了影、音多媒體的呈現，以及引用、Rss功能。現在每個人利用個人部落格進行出版是一件輕而易舉的事，部落格的出現，滿足了許多人的書寫欲望和接近使用媒體的權力。

因為網際網路的普及，使得傳播變得更容易。因此，一般人都能隨時隨地在網路上進行發表，和提出自己的想法，與全世界的網友交流，如同台灣科技大學資管系教授盧希鵬也曾指出，由於傳播的環節變得更容易，不但出版成本趨近於零，並且打破大眾媒體的管制與壟斷，任何人都可以輕易發表自己想法、呈現作品，

讓小百姓也能為自己量身出版，跨越層級搶先獲得市場肯定，進而塑造自我品牌價值。

#### 4.4.3 部落格與其他數位出版的區別與連結

二十一世紀不僅是知識經濟的時代，同時也是數位科技大躍進的時代，拜數位科技之所賜，網路的普及率在近年有了大幅的成長，這樣的趨勢讓訊息傳遞與知識分享變得越來越容易、越來越快速，因為如此讓以往扮演知識複製、傳遞角色的出版業面臨了極大的變革。數位出版的範圍廣泛，目前熱門之網路新興應用—部落格亦屬之；在部落格的帶動下，數位出版預計將可掀起一波熱潮。另一方面，各類書籍、雜誌、漫畫亦陸續有業者投入數位化發行，數位閱讀逐漸成為趨勢潮流。

現今整個出版的典範都改變了，跟以前完全不同，不能再用紙本出版的概念去看數位出版，而要用新的概念來看數位出版，出版才能有前景。Eisenhart (1996) 曾提出一個重要的概念，主要說明出版典範已經有變革，不能再用老舊的觀念去看出版，而新型態的出版背景，便是「資訊時代」。出版典範變革，就是整合出版意思，以多產品、多形式、多市場、多途徑下進行出版，也是多層次開發其價值的一種理念。新典範下的出版即是整合出版。整合出版的意思，指同一套內容可以採取各種不同的形式，用加值的方式逐步的或同步的以不同形式的媒體進行出版，然後在不同的市場上運轉，所以，它是多途徑、多形式、多市場的一種出版的產業連結。

部落格改變了原來的出版形式，讓原來的四端結構有了新的組合，而且是多種不同的新組合。此外，部落格不僅是一個平台，尚可以與其他平台連結，形成一個網絡，甚至與商業作結合，部落格已然成為一種新的潮流，受到各界的關注，這可能是企業都在思考如何利用部落格進而提升企業各個層面的價值的原因。

幾年前，網路正流行的時候，很多人就提到以網路實現個人出版的方式，而那個年代也是電子報盛行的時代。之後，明日報的個人新聞台持續發燒，由此已

經可以看出個人出版的雛型，以及個人出版的潛力。

當時的個人出版，在作者與讀者的溝通、交流上較不如現在部落格如此的直接，比較趨向於留言版區的討論，且在功能上也不如現在部落格如上的強大，多半以文字，照片為主，現在則多了影、音多媒體的呈現，以及引用、Rss功能。現在每個人利用個人部落格進行出版是一件輕而易舉的事，部落格的出現，滿足了許多人的書寫欲望和接近使用媒體的權力。

因為網際網路的普及，使得傳播變得更容易。因此，一般人都能隨時隨地在網路上進行發表，和提出自己的想法，與全世界的網友交流，如同台灣科技大學資管系教授盧希鵬也曾指出，由於傳播的環節變得更容易，不但出版成本趨近於零，並且打破大眾媒體的管制與壟斷，任何人都可以輕易發表自己想法、呈現作品，讓小百姓也能為自己量身出版，跨越層級搶先獲得市場肯定，進而塑造自我品牌價值。

另外，部落格形成虛擬社群的這個部分，也值得深入的探討，資訊科技的日新月異，網際網路的快速發展，促成虛擬社群興起。虛擬社群為一群人由電子媒體相互溝通所形成的一種新的社會現象（Romm,1997）。在部落格這樣的電子平台中，當然，也依不同屬性的部落格而形成了各種不同的虛擬社群。社群成員將有助於部落格的社群凝聚力，讓成員可以在任何時間及空間上，可以進行聯繫，或者進行對話與討論。除此之外，社群成員所共同維護的部落格，形成了一個窗口，或者說是訊息的集散地。

消費者能在網路上形成社群、分享知識經驗，便可以形成另外一個商機，利用網路社群集結消費者，將是未來電子商務的發展趨勢。由部落格所凝聚的虛擬社群，其實象徵著整個社群的聲音，這樣子的部落格，將能夠增加既有社群間的互動機會，久而久之也能夠匯聚成更龐大的社群。因此部落格與商業連結也在慢慢發展當中，已有企業以部落格凝聚社群，來維繫與消費者的關係。



## 第五章 結論與建議

本章承續文獻探討、研究設計、以及資料分析與討論，提出研究結論，以及對未來相關研究的建議，以期對日後相關主題研究發展有所助益。共分三節，第一節根據上一章之分析，歸納整理本研究的結論。第二節是對相關研究提出後續研究建議。第三節依據研究結果提供相關業界實務應用的建議。

### 5.1 研究結論

由於科技發達與社會經濟文化活動等條件的改變，出版的意義與功能已經有了根本上的改變，從而，有必要重新檢視它、理解它，只有這樣才有可能發展新的出版理論或知識體系，對實務產生新的指導架構，及對新的現象提出適當的解釋。

本研究的目的是在數位出版的脈絡下，用一種系統性的方式，以出版的角度對部落格作初步的探討來歸納、分析其出版意涵，由已有文獻上提出的研討作為參考，尋找有經驗的台長，整理出台長的認知及體會，作一對照、比較，並且提出一個較完整的出版定義，以便後續研究之用。從出版的觀點來討論部落格的意義。使用問卷調查法進行研究，在部落格相關文獻與使用者填寫的問卷中，作一融合貫通來解析現今部落格定義、特徵、未來趨勢。

美國的 Douglas M. Elsenhart 在 1994 年出版一書名為 *Publishing in the Information Age*，提出出版的新典範，其中包括所謂的「7M架構」，對出版提出許多新穎的見解，如今已廣被引用，對實務也多有啟發。然而，研究者認為它談論的內容多偏向在功能，或是操作部分，因此，仍然過於作業性。它基本上不處理新的科技與社會脈絡下出版應該如何被看待的問題，不討論出版的角色、意義與功能，而僅及於新的科技與社會脈絡下出版應該如何進行和管理。

另外，本研究以參與觀察法為主要之研究方法，主要是針對部落格的現象，

以及台長與讀者之間的互動情況做一觀察，觀察四個不同類型的部落格，目的在分析不同類型的部落格之間的差異性為何，以及探討部落格出版的意義為何，透過這樣的解析、歸納，可幫助我們理解部落格的內容、價值、條件特徵，也可有助於將來有關於部落格在出版上的研究發展。

最後，利用深度訪談，以探討部落格的趨勢及其未來的商業應用，二個重點為主要範疇，以瞭解在部落格的趨勢或其未來的商業應過發展，可以有何作為。

整個研究有三個主要目的，以下針對研究架構，提出相關研究結論：

### **5.1.1 部落格的定義及其出版意涵**

如今的出版，已不再像過去有獨立的作業體系和流程。過去出版要先有版式，然後再製作並發散傳播，但現代已進入無紙出版的境界，有更多元的出版型態，甚至是一個符號、一個概念，只要能傳播出去，讓消費者進行消費皆可以稱為出版，整個出版的形式和過程都有所改變，而不見得都需要有「版」，所以，「版」的概念已經不同。再者，過去出版可以和別的產業明顯劃分，而現今出版產業與其他文化產業，及出版作業與其他的傳播媒介活動都已經交融、連結在一起，難以區分。在功能層面也與傳播、資訊、學習等緊密的結合在一起，這些都是與過去不同之處。

在描述性問卷研究中可以瞭解到部落格相對於過去出版，有何不同的意義出現，其中最主要包括了功能上的意義及結構上的意義。

在功能上的意義，可從台長們的描述中歸納出，部落格乃是一種個人化的發表空間，或是發聲的管道，也是與讀者的交流平台，以及與其他附加價值連結的平台。在結構上的意義，可從台長們的描述中歸納出，在人際關係上或互動關係上的改變。

### 5.1.2 新形式出版的出版意涵

將傳統過去的出版與現今出版情形作一個比較，從變（條件與結構、功能上的改變）與不變（基本的精神）的比較當中，可以找到一些值得探討的脈絡與新的素材。圖書出版與數位出版或新形式出版，其操作模式不同，相互的連結不同，適用的情境不同，功能也不同，所以要相互比較，以現今條件及環境來理解其意義和內容。

基本上，數位出版是延續傳統出版核心價值演進而來的一個全新的應用層面，在創作端，作者比起過往更有優勢，可以選擇另外一種出版的系統，特別是不用再侷限於出版社是否採用其作品的限制，自主的權力相對提高。在成品端，因數位化的關係，不需要紙張費用，不需要裝訂費用，也不需要運送的費用，是其優勢。另一個優勢是在於數位出版有其靈活性，特別在國際的市場上，更容易開始新的市場。在流通端，流通業者以往的方式以批發為主，但由於數位出版的出現，可能將其被迫轉化成零售的方式，相對的會影響其原來的收益，這是流通業者所要面臨的一個複雜的經營難題。在閱聽端，數位出版技術帶給消費者許多優勢，例如，減輕了紙本書的重量、攜帶不便的問題，對於消費者而言，皆是一種正向的價值，這些便是新形式出版造成的改變，從中也可發現與過去不同的新出版意涵。

### 5.1.3 部落格及新形式出版未來的發展

觀察國內外部落格的發展趨勢，可以看出部落格漸漸不再只是生活的紀錄或是親友交流的場所，有人將部落格當成新聞時事的來源、有人將部落格當作個人創作發聲的管道、有人將自己的部落格集結出書、甚至有警方因部落格而破案等。網路提升了個人的力量，社會的聲音不再只有一種，未來部落格仍有很大的發展空間。

部落格將快速成長是一個事實，成長的部份不單只是部落格的數量與日俱增，多媒體整合越來越強，功能、操作介面、整個系統都將會快速提升，進而以

滿足使用者的需求，從早期 pchome 的明日報新聞台演化至現今部落格的型式，便可看出端倪，接下來結合影音，或者結合其他 3G 產品，使用型態越來越多元都是其發展的趨勢，其對於出版是一種躍進，不單是出版的型式、流程，讀者與作者的互動、多元化呈現方式等都顛覆了傳統出版的意涵。總而言之，部落格有很好的應用價值，各種行業都可以與部落格作結合、加以運用。

#### 5.1.4 研究貢獻

部落格發展的趨勢，對於出版是一種躍進，不單是出版的型式、流程，讀者與作者的互動、多元化呈現方式等都顛覆了傳統出版的意涵。本研究的貢獻即是在數位出版的脈絡下，用一種系統性的方式，以出版的角度對部落格作初步的探討、歸納、分析其出版意涵，主要是針對部落格的現象，以及台長與讀者之間的互動情況做一觀察，可幫助我們理解部落格的內容、價值、條件特徵，特別在此四類型部落格的互動情況與社群集結情況，以及四者的特徵與其他條件，系統化的分析和歸納後，也可有助於將來有關於部落格在出版上的研究發展，或提供相關業界有一參考的依據。

### 5.2 後續研究建議

在資訊時代環境快速的變動下，需要隨時調整角度去看社會發生的現象，在瞭解新現象、新結構、新趨勢後，從變遷當中去考察，從而捨棄過去的角度或視野，將其拉高層次、放寬範圍去探討，好好的推導、考察、吸收、整合，才可以使研究更具參考價值。

隨著部落格在企業及商業應用市場的推展，學術圈也漸漸開始關注部落格的相關研究，不論是在大眾傳播、管理、行銷、電子商務應用等相關領域相繼受到部落格的衝擊之後，學術研究成果也將日漸豐富，將業界實務發展與學術界理論的探討進行結合，對於部落格大家將會有更深的認識，也有助於部落格這個近年來對網路事業衝擊最深的應用更加普及。在學術上，我們是從出版的觀點來探討

部落格，但部落格不只是對出版有影響，對教育學、傳播學、心理學、社會學、管理學等等都有相當的影響，因此，建議後續研究者，可以從出版以外的觀點進行部落格的研究，得以讓部落格的研究更加完整。

此外，本研究因為時間上的限制，只單純針對四個分類找出四個案例做研究，並沒有探討不同的部落格模式是在什麼情況下、什麼條件下形成的，因此，也建議對部落格有興趣的研究者，可進一步探討在什麼情況下、什麼條件下會形成什麼樣的部落格模式，以提供更深一層的參考價值。

### 5.3 實務應用建議

部落格在實務應用上，還有很大的發揮空間，包括：

1. 網路創作者會陸續增加，若是作品在網路上的反應良好，可以轉而出版印刷，會帶動印刷出版業的繁榮，或者成為個人工作室或個人出版社的型態。其也可能會整合成一個網路電子書的部落格，例如失戀雜誌，有很多的專職作家共同在一個平台內一起創作。
2. 部落格的連結性很強，這是一個虛擬社群的概念，業者可以加以利用這個特性，形成屬於自己的消費者社群。
3. 高流量的個人部落格網站，是一個廣告行銷新管道，業者也可以加以利用這個平台，進行行銷作業。此外，不同的業者可以配合不同的產業需要，進而調整部落格的呈現方式，以及創造不同的部落格類型，以達到結合後創造更高價值的目標。

部落格在後現代的環境下，有其優勢存在，但也有其值得注意之處，一併提出給多實務界做一個參考。其一，大眾仍習慣於閱讀紙本書，而且多數人對新科技的普及仍存有抗拒的心態，習慣不易更改，是業界值得注意之處。其二，檔案數位化之後複製或下載變得很方便，得考慮著作權的問題。

一件新事物開始受到重視，通常隨之而來的就是商業的應用與學術的研究，

而業界的反應又總是比學術圈快一些，然而部落格在各個領域中所蘊涵的意義皆不盡相同，因此，在實務應用上，希望業界在部落格的應用上，避免只作利益的考量，而忽略了部落格發展背後的意涵，唯有瞭解其背後的意涵，才能正確選擇最適當的方式，並掌握最適切的應用，達成最高的成效，創造部落格更有價值的環境，以此提供業界在運用部落格時，作一規劃上的參考。

## 參考文獻

### 中文部分：

- 王昭正、朱瑞淵譯（1999）。參與觀察法。台北：弘智文化出版。
- 王建輝（1998）。中國近代早期出版觀探論。中共中央黨校學報，第三期。
- 王樂成、林祐聖、葉欣怡譯（2002）。網際網路與社會。臺北：弘智文化出版。
- 世新大學新聞系編著（2002）。傳播與社會。台北：揚智文化。
- 全國出版專業職業資格考試辦公室（2003）。出版專業理論與實務。上海：上海辭書出版社。
- 李欣岳（2005）。席捲企業的新勢力！部落格 Inc.。e 天下雜誌，七月號，天下雜誌。
- 李英明（2000）。網路社會學。台北：揚智文化。
- 沈洵澧、樂惟清譯（1991）。現代出版學。北京：中國書籍出版社。
- 吳齊殷（1998）。電腦網路的社會衝擊：以倫理議題為例。應用倫理研究通訊，第5期。
- 周立軒（2004）。網誌的使用者與使用行為之研究。未出版之碩士論文，元智大學資訊傳播研究所，桃園縣。
- 周恆甫（2004）。臺灣地區網路媒體 Blog 發展與應用之初探研究—以「交通大學無名小站」為例。未出版之碩士論文，國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所，台北縣。
- 卓秀娟、陳佳伶（1997）。數位化經濟時代。台北：中國生產力中心。
- 邱炯友（2000）。電子出版的歷史與未來。電子出版與圖書館學術研討會論文集。
- 林政榮（2004）。數位出版業者對數位出版內容形式之看法研究。未出版之碩士論文，國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所，台北縣。

- 連麗真、陳雪美譯（1999）。電子商務概論。台北：和碩出版社。
- 許力以（1992）。中國大百科全書。台北：錦繡。
- 許力以（1993）。許力以出版文集。中國：中國書籍出版社。
- 高銛、王宏周、魏章玲譯（1995）。後工業社會的來臨。台北：桂冠圖書公司。
- 孫銘鴻（2000）。網際網路上的非實體電子出版之發展模式。未出版之碩士論文，私立南華大學出版學研究所，嘉義縣。
- 夏鑄九等譯（1998）。網路社會之崛起。台北：唐山出版社。
- 郭芷婷（2005）。部落格、BBS、個人網頁 自助式成名 3 種方法。e 天下雜誌，三月號。
- 陳向明（2002）。社會科學質的研究。台北：五南圖書出版社。
- 陳信宏（2005）。從 Blog 使用目的，探索部落格商機。未出版之碩士論文，國立臺灣科技大學管理研究所，台北市。
- 陳思齊（2005）。數位電視互動廣告發展現況、趨勢與應用策略：以英國、美國個案為例。未出版之碩士論文，私立元智大學資訊傳播研究所，桃園縣。
- 陳致中（2003）。網路文學創作者行為之初探研究。未出版之碩士論文，國立中山大學傳播管理研究所，高雄縣。
- 陳淑美、林蕙誠（1987）。新世界·新景觀：看高度資訊化社會風貌。台北：財團法人資訊工業策進會。
- 黃元鵬（1998）。知訊連環套：出版學研究與 internet 資訊。文訊，十一月號，p15-18。
- 黃明堅譯（1994）。第三波。台北：時報文化出版企業有限公司。
- 張志強（2003）。現代出版學。蘇州：蘇州大學出版社。
- 張志強（2004）。20 世紀中國的出版研究。廣西：廣西教育出版社。
- 張紹勳（2004）。研究方法。台中：滄海書局。



- 賀秋白 (2000)。 數位出版與出版人。2000 年中華印刷科技年報。
- 曾慶賓 (2003)。 中國出版產業發展研究。未出版之博士論文，暨南大學產業經濟學研究所，中國暨南。
- 網路與書企劃 (2006)。 當如果遇上部落格。台北：網路與書。
- 萬榮水、廖純怡 (2006)。 部落格 (BLOG) 的出版意義之初探。嘉義：第二屆文化事業·創業及管理研討會論文集。
- 萬榮水、廖純怡 (2006)。出版研究需要新視野。 南華出版通訊，第五期。
- 翟本瑞 (2001)。 網路文化。台北：揚智文化事業股份有限公司。
- 趙勁主編 (2000)。 中國出版理論與實務。北京：中國書籍出版社。
- 鄭本章 (2003)。 現代出版論。北京：中國大百科全書出版社。
- 劉江釗 (2005)。 部落格之社會網絡與自我呈現初探。未出版之碩士論文，國立中山大學資訊管理研究所，高雄縣。
- 劉建廷 (2005)。 設計部落格以支援整合式的數位學習機制。未出版之碩士論文，國立成功大學工程科學系專班，台南市。
- 樂為良、陳曉開、梁美雅 (1999)。 新經濟—數位世紀的新遊戲規則。台北：麥格羅·希爾國際股份有限公司。
- 蕭聿謙、樊雪春 (1999)。 新世紀的危機與求生之道。台北：三令企業有限公司。
- 羅耀宗譯 (1997)。 資訊新未來。台北：時報文化出版企業有限公司。

#### 西文部分：

- Bell, D., (1973). *The Coming of Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books, Inc., Publishers.
- Burley, D. P. (2005). *Get the conversation started with Blogs. , Public Relations Tactics*.

12 (8), p10.

Castells, M., (1996). *The rise of the network society*. Cambridge: Blackwell Publishers.

Cone, E. ( 2005). Rise of the Blog, CIO Insight, 52, p54-62.

Doty, H. D. & Glick, W. H., (1994). Typologies as a unique form of theory building: toward improved understanding and modeling. Academy of Management Review. 19(2). p230-251.

Dubin, R., (1978). *Theory Building*. London: Collier Macmillan Publishers.

Dyrud, M. A. & Worley, R. B. (2005). Blogs. Business Communication Quarterly, 68 (1), p66-67.

Edelson, E. ( 2005). Open-source Blogs , Computer Fraud & Security, 2005(6), p8-10.

Elsenhart, D. M. ( 1994 ) . *Publishing in the Information Age*. Connecticut: Quorum Books.

Goldsborough, R. (2003). 'Blogs': The Latest Opinion in Raising Your Voice Online. Consumers' Research Magazine, 86 (6), p32.

Hanno, R. (2001). The impact of technology on publishing. Publishing Research Quarterly, 16(4), p10-22.

Hawkins, D. T. (2000). A major publishing revolution-part2. The Marketplace, p18-36.

Hesmondhalgh, D., (2002). *The Cultural Industries*. London: Sage Publication.

Jorgensen, D. L. (1989). *Participant Observation: A Methodology for Human Studies*. Newbury Park: Sage.

Lang, E. M. (2005). Would you, could you, should you Blog ? Journal of Accountancy, 199 (6), p36-42.

Larkin, M. ( 2005). Blogs: New way to communicate about infectious diseases, The Lancet Infectious Diseases, 5(12), p748.

- Meredith, J., (1993). Theory building through conceptual methods. International Journal of Operations & Production Management, 13(5) , p3-11.
- Norman, A. L., (1993). Informational Society: An Economic Theory of Discovery, Invention and Innovation. Boston: Kluwer Academic Publisher.
- Oransky, I. ( 2005). Cancer Blogs , The Lancet Oncology, 6(11), p838-839.
- Quible, Z. K. ( 2005). Blogs: A natural in business communication courses, Business Communication Quarterly, 68(1), p73-76.
- Romm, C., Plisjin, N. R. ( 1997) . Virtual communities and society: Toward and integrative three phase model, International Journal of Information Management, 17(4), p261-270.
- Rosencrance, L. (2004). Watch your we Blog . Computerworld, 38 (44), p40-41.
- Schwartz, E. ( 2005). Don't write off Blog s yet, InfoWorld, 27(15) , p10.
- Shaver, D. & Shaver M. A. (2003). Books and digital technology: A new industry model, Journal of Media Economics, 16(2), p71-86.
- Todoroki, S. & Konishi, T. & Inoue, S. ( 2005). Blog -based research notebook: Personal informatics workbench for high-throughput experimentation , Advanced Materials Laboratory, National Institute for Materials Science, Namiki 1-1, Tsukuba, Ibaraki 305-0044, Japan.
- Toffler, A. (1981). The third wave. London: Pan Books.

#### 網頁部分：

Jedi.org: 部落格 (2004)。妳不能不知道的部落格，  
<http://jedi.org/部落格/archives/003856.html#entry>。

王蘭萍 (2005)。網路出版終於來了 傳統出版社如何應對衝擊，

[http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/newmedia/2005-07/04/content\\_3173269.htm](http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/newmedia/2005-07/04/content_3173269.htm)。

那福忠（2002）。網路出版，

[http://www.brainnew.com.tw/Article/na2002/n\\_091002.asp](http://www.brainnew.com.tw/Article/na2002/n_091002.asp)。

林克寰（2004）。部落格與全民媒體化，

[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=205](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=205)。

林克寰（2004）。RSS 閱讀器的興盛 談自訂媒體，

[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_MAIN\\_ID=2&f\\_SUB\\_ID=4&f\\_ART\\_ID=1423](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_MAIN_ID=2&f_SUB_ID=4&f_ART_ID=1423)。

洪夢霜（2005）。部落格服務收費之路難行，

<http://taiwan.cnet.com/enterprise/topic/0,2000062938,20101234,00.htm>。

師曾志（2003）。網路出版對我國出版業的影響及對策，

<http://www.edisc.com.cn/bike/viewnews.html?id=5817>。

須文蔚（2005）。網路時代通俗文學產銷之傳播型態初探，

<http://www.nchu.edu.tw/~chinese/EO08.HTML>。

郭至楨（2006）。你還搞不懂部落格為何流行嗎？

<http://部落格.chinatimes.com/commercial/archive/2006/01/06/33267.html>。

郭宣韃（2003）。論出版核心功能與價值之變與不變，

[http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/30/30-15.htm#\\_ftn3](http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/30/30-15.htm#_ftn3)。

郭宣韃（2003）。出版產業的未來：一個研究對象的分析，

<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/28/28-27.htm>。

陳徵蔚（2005）。部落格系列之一《共生脫鉤，矛盾相容：廣告與日記並存的部落格空間》，[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=17588](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=17588)。

陳徵蔚（2005）。部落格系列之二《似遠實近，身份重疊：部落格重塑「作者」形

- 象，[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=18067](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=18067)。
- 陳徵蔚（2005）。部落格系列之三《部落格應用，行之有年：閒話台灣個人網誌發展》，  
[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=18497](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=18497)。
- 陳徵蔚（2005）。部落格系列之四《新興媒體，驚爆內幕：走在新聞檢查前的部落格》，  
[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=18865](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=18865)。
- 陳徵蔚（2005）。部落格系列之五《行為改變，形塑思維：部落格與網路文化衝擊》，  
[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=19260](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=19260)。
- 陳徵蔚（2005）。部落格系列之六《微型革命，權力下放：部落格所呈現的網路願景》，  
[http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=19696](http://mag.udn.com/mag/dc/storypage.jsp?f_ART_ID=19696)。
- 創市際市場研究顧問公司（2005）。臺灣部落熱(部落格)觀察，  
[http://www.find.org.tw/0105/cooperate/cooperate\\_disp.asp?id=139](http://www.find.org.tw/0105/cooperate/cooperate_disp.asp?id=139)。
- 創市際市場研究顧問公司（2005）。臺灣部落熱(Blog)觀察，  
[http://www.insightxplorer.com/news/news\\_04\\_28\\_05.html](http://www.insightxplorer.com/news/news_04_28_05.html)。
- 黃怡音、周樹林（2006）。部落格考驗數位出版模式，  
[http://部落格.chinatimes.com/部落格\\_news/archive/2006/03/13/46199.html](http://部落格.chinatimes.com/部落格_news/archive/2006/03/13/46199.html)。
- 葉允斌（2004）。淺談 Blog 與其社會實踐意義，  
<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/40/40-36.htm>。
- 維基百科（2005）。載體。  
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%BD%BD%E4%BD%93>。
- 劉常勇（2004）。科技與社會經濟發展，  
<http://www.cme.org.tw/itkm/sub0/%AC%EC%A7%DE%BBP%AA%C0%B7|%B8g%C0%D9%B5o%AEi.doc>。
- 數位學習概論（2005）。什麼是 RSS？

<http://wiki.mis.nchu.edu.tw/mediawiki/index.php?title=%E4%BB%80%E9%BA%BC%E6%98%AFRSS%EF%BC%9F>。

潘裕豐（2005）。創造過程論與創造思考的技巧，

<http://o2u.org.tw/pyf001/modules/tinyd0/word/200520.doc>。

謝清富（2005）。部落格 帶動個人化出版風潮，

[http://marketing.chinatimes.com/ItemDetailPage/MainContent/05MediaContent.asp?MMContentNoID=14312&MMMediaType=marketing\\_survey](http://marketing.chinatimes.com/ItemDetailPage/MainContent/05MediaContent.asp?MMContentNoID=14312&MMMediaType=marketing_survey)。

## 附錄一 描述性問卷

您好：

我是南華大學出版事業管理研究所的研究生，目前論文在研究有關於 BLOG（部落格）相關之議題，爲了能更瞭解 BLOG 對現今出版影響以及未來的發展，希望能透過您填寫的問卷，得到這方面的資料。此份問卷是針對 BLOG 台長而設計，因此，若您是 BLOG 台長，希望您能抽空填寫這份問卷，問卷內容資料僅供學術研究之參考，未來也希望分析的資料能有助於對 BLOG 的研究。待您完成填答，請您 e-mail 回覆此一信箱 [chun.yi227@msa.hinet.net](mailto:chun.yi227@msa.hinet.net)。十分感謝您的協助。

研究生 廖純怡敬上

請您依下列問題，簡單的陳述您的看法，每一題皆回答三則答案，謝謝您！

一、若您要對 BLOG（部落格）下定義，您會如何定義它？

1.

---

2.

---

3.

---

二、您認爲 BLOG（部落格）創作與傳統創作相比，有些什麼特質？

1.

---

2.

---

3.

---

三、您認爲在 BLOG（部落格）中，台長和讀者能夠即時交流的功能呈現出主要意義爲何？

1.

---

2.

---

3.

---

四、如果 BLOG（部落格）是一種趨勢，您覺得它會如何發展？

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

五、您認為 BLOG（部落格）的出現，對於傳統出書模式造成的影響為何？  
（若您曾任職出版相關工作，或對此一問項有任何想法，請您填答此一問項；若無，可免填答）

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

六、個人資料

1. 性別：
2. 年齡：
3. 職業：
4. 學歷：
5. 專長領域：
6. 擔任 BLOG（部落格）台長資歷：
  - 半年以下    半年至一年    一年至兩年    兩年至三年
  - 三年至五年    五年以上

謝謝您的耐心填答！



## 附錄二 參與觀察之記錄

### 【線上日記類型部落格】工頭堅部落

觀察者姓名：廖純怡

觀察內容標題：BLOG 之文章議題、作者與讀者或讀者與讀者的互動回應

觀察期：2006.03.31 ~ 2006.05.31

觀察部落格：工頭堅部落

BLOG 介紹：

- ◆ 網址：<http://worker.bluecircus.net/>
- ◆ 此 BLOG 於 2003 年 9 月開台至今，算是相當早開始建立部落格。作者工頭堅，本身是一個旅遊企劃者，也常帶團到世界各地，作品形式不拘，任何類型的文章都書寫，因此，此部落格無特定的主題，而是生活上、工作上的分享，屬於個人的、私人的創作，所以將其歸類為線上日記類型。
- ◆ 作者書寫的內容範圍相當的廣泛，其中包含的主題分別有【工頭堅網摘】、【部落誌】、【近日閱聽】、【日日夜夜】、【網事如夢】、【網路見聞】、【部落客旅行團】、【旅行|台灣|回歸線】、【旅行|世界|換日線】、【如何向北京網友解釋台北】、【工頭堅的旅行書架】、【40 歲的探索】、【活動訊息與新聞稿】、【吳哥窟】、【平凡旅行社企劃日記】等等。
- ◆ 此部落格建立在「憂鬱馬戲團」之下，「憂鬱馬戲團」是一個提供申請部落格的平台，而這個「友情平台」、「虛擬生活社區」，沒有其他的目的，只是希望藉由網誌的力量，連繫朋友的感情，互相分享各人的生活、知識、心情、想法。

### 三月份觀察彙整：

2006.03.01 加油團出國前的努力(之二)：Justin 攝影新作上線(回應 2) --- 【平凡旅行社企劃日記】

→ 推薦讀者 Justin 的《在吳哥遇見微笑天使》新書，並邀請讀者可以參加 4/15(六) Justin 講座—在吳哥遇見微笑天使(金石堂)活動，及附上線上報

名、Justin 攝影新作—在吳哥遇見微笑天使的連結。3 月 5 日有二位讀者回應，都是藉由提供的連結，連結到 Justin 攝影新作上看照片，並表示照片都很吸引人。

2006.03.01 加油團出國前的努力(之三)：WBC2006 部落格補完計畫（回應 5）  
--- **【平凡旅行社企劃日記】**

→ 此篇內容，是作者記錄在建立世界棒球經典賽相簿集的艱辛歷程，最後終於完成了「2006WBC 世界棒球經典賽 加油團部落格」，裡面提供世界棒球經典賽的照片及相關報導。前二天各有二篇回應內容，引來讀者支持中華隊的呼聲，也感謝作者的用心，以及有讀者願意幫忙作者解決在網路上碰到的困難。

2006.03.07 一切盡在不言中—經典賽加油團《堅果團》相簿上線（回應 22）---  
**【平凡旅行社企劃日記】**

→ 公佈「2006 世界棒球經典賽加油團」的相簿正式上線，讀者紛紛去看照片，憶當時幫中華隊加油的情況，且激起支持中華隊的熱情，不管在虛擬空間還是現實空間都凝聚了一股無形的力量，回應期達一個星期，其中第二到第四天是高峰期。

2006.03.15 吾友常怡送來新書（回應 2）--- **【工頭堅的旅行書架】**

→ 描述收到朋友贈書後，引發的一些感想，便記錄下來。隔天有一則讀者的問候，另一則是作者的回應。

2006.03.17 論文季節到，問卷填不完（回應 5）--- **【活動訊息與新聞稿】**

→ 作者將二篇問卷連結到自己的網站，希望有心的朋友可以幫忙填寫。回應分散在前四天，內容在討論現在可以上網做研究很方便。

2006.03.18 WBC 堅果團網摘—是熱情的你們，給了我勇氣（回應 8）--- **【旅行|世界換日線】**

→ 文章在記錄 03/02-03/06 作者和前往東京經典賽加油團的共同記憶，並作了 18 個其他相關文章的部落格的連結。引發許多讀者勉勵的留言，回應期約一星期，以第一天為最多。

2006.03.20 雨天聽到派特·曼西尼 Pat Metheny (回應 16) --- **【近日閱聽】**

→ 此篇為作者近幾日為了做一個企業標團的案子，而舒發的心情記錄，其中有提到一片音樂 CD，引發了許多讀者對音樂互相分享及討論，回應期有十天之久，前三天為最多。

2006.03.23 熱門旅遊社群的靈魂揭秘—專訪《背包客棧》創辦人：小眼睛先生〔上下集均已上線〕(回應 7) --- **【平凡旅行社企劃日記】**

→ 內容記錄作者邀請目前在自助旅行界相當火紅的旅遊社群《背包客棧》的棧主之一：小眼睛先生，進行的訪問經歷，並連結了整個訪談內容與讀者分享。回應散佈到隔月還有，都是在下載檔案時提出的問題，並無明顯的回應高峰期。

2006. 03.23 每兩週發一次的八零年代熱 (回應 12) --- **【日日夜夜】**

→ 因作者大約固定每兩個禮拜都得進一次錄音室，錄製 ETFM 聯播網的玩家帶路節目；除了邀請來賓、蒐集旅遊新聞，也負責每集選五首歌曲在節目中播出，因此，在此篇中提及了八零年代的音樂討論，讓許多有感的讀者也發表了自己的想法和不同感受。回應期約十天，第一和第三天為最多。

2006.03.29 舉辦部落格活動的樂趣，就在於... (回應 13) --- **【平凡旅行社企劃日記】**

→ 作者為了推廣吳哥窟旅遊，以及新建的和平飯店而開設的《吳哥窟旅遊部落格》，以及這個“曙光再現—免費招待部落客去吳哥窟住和平飯店圓夢之旅！”的部落格活動，在此篇中分享了整個推動過程的心得、感受。引來許多讀者的支持和鼓勵，回應在第六天為最高峰，作者也會不定時的回應讀者的發表。

2006.03.29 Newsgator 改版，影響了許多 Blog 社群的自製聯播機制（回應 13）

--- **【部落誌】**

→ 此篇提及因 Newsgator 改版，影響了許多 Blog 社群的自製聯播機制，而分享自己的過去使用網誌的經驗。引發讀者針對改版的議題，提出自己的看法，回應期約三個星期之久，最多回應篇數則是在前二天。

#### 四月份觀察彙整：

2006.04.01 ...你覺得自己是假仙的人嗎？為何？（回應 1）--- **【活動訊息與新聞稿】**

→ 爲了慶祝朋友邱祖胤，在中時編輯部落格開張一年，因而做了個一連結。

2006.04.05 [4/15 網誌青年運動會] 部落格行銷+網路青年的春天吶喊！（回應 13）--- **【活動訊息與新聞稿】**

→ 宣傳「TW Blogger BoF 網誌青年運動會」活動，並陳述自己對於舉辦此一活動的感想。引發讀者想要參加活動的意願，以及鼓勵辦此活動的熱情，回應期維持十天，第一天爲高峰期，有七篇回應。

2006.04.06 2006 墾丁，不再吶喊的春天（回應 23）--- **【旅行|台灣|回歸線】**

→ 此篇記錄作者對墾丁的記憶，以及不能參加墾丁春天吶喊的遺憾。讀者們紛紛討論者自己到墾丁的經驗，以及這次期待墾丁春天吶喊的心情。回應期將近二個星期，以第二天回應 8 篇爲最多，其中有七篇是作者回應讀者，可見作者有積極的參與互動過程。

2006.04.18 如果部落格是一種自我療癒（回應 8）--- **【部落誌】**

→ 作者看到一篇報導，爲 AOL 所做的部落格使用者調查，其中有接近 50% 的人表示，寫部落格是爲了「自我療癒」，因此，作者寫下自己對書寫部落格的感想。有讀者也提出了自己認爲書寫部落格的想法，回應期達一星

期，前二天為高峰期。

2006.04.20 回應：你的 KTV 夢幻歌單？（回應 14）---【日日夜夜】

→ 回應朋友要求作者寫五首 KTV 夢幻歌單一文，並說明喜歡的理由，輕鬆的話題，讓讀者勇躍分享了自己在 KTV 的有趣經驗，或自己的夢幻歌單。陸續到八月都還有讀者回應，但高峰期還是在第一天。

2006.04.21 《日本戰國武將之旅》，對上《伊恩萊特，台北有約》！（回應 14）---【活動訊息與新聞稿】

→ 宣傳作者籌劃的「日本戰國武將之旅 4/22(六)14:00-16:00」講座活動，並提供線上預約，作者還在本文中提及自己對似活動的想法和心得。有讀者表示很希望可以參加此類的活動，也有讀者對於講座的主角發表一些看法，回應期約一個星期，以第二天為高峰期。

2006.04.24 正在測試如何將音效檔放入部落格，以經典賽台韓之戰現場播報為例（回應 9）---【部落誌】

→ 此篇分享將音效檔放入部落格的經驗，讀者試聽後，分享了試聽的感想，回應期只有二天，第一天略比第二天篇數多一點。

2006.04.25 天空部落啊，能否改善單篇文章標題的呈現方式？（回應 19）---【部落誌】

→ 作者因為想重新整頓另外一個「旅行社企劃」部落格，因此在尋找適合的平台，而分享了一個部落格使用者的需求，希望提供平台的業者可以參考，而讀者們也分享了自己使用不同平台的經驗，也提供作者可以到其他的平台試試，呈現一種資訊交流的功能。回應期維持 18 天，以第二天回應篇數最多。

2006.04.27 關於 TiVo 的報導文章與討論串之網摘（回應 11）---【試用報告】

→ 作者花了一些時間蒐集了和 TiVo 相關的網摘，與讀者分享，共連結了 15

篇報導文章。引發讀者對 TiVo 的互相討論，回應期有 17 天，以第一天為最多。作者也會在其中回應讀者的問題。

2006. 04.27 [出團訊息] 6 月 24 日，共同開啓吳哥窟—和平飯店的神秘之門(回應 87) --- **【吳哥窟】**

→ 此篇宣傳由作者擔任領隊，到吳哥窟旅遊的訊息，文中有一些行程的介紹。回應部分，引來熱烈的回響，許多人詢問詳細的出團情形，甚至提供建議，或分享自己的出遊經驗。回應期長達一個半月之久，平均每天都有讀者發表回應，但是以第一、第二天篇數略高一點。

2006.04.29 用 Xplus 下載大陸的男人誌 (回應 14) --- **【網路見聞】**

→ 作者在文中分享第一次使用 Xplus (一種電子雜誌平台) 的經驗和心得，並發表了個人對這種平台的看法。讀者提出了相關的問題請教，也有分享自己的經驗，或是提供相關資訊。回應期有一個半月，回應篇數分散，並無明顯的高峰期。

2006. 04.29 [吳哥窟] 替吳哥微笑剪頭髮？ (回應 25) --- **【旅行|世界|換日線】**

→ 此篇是作者第三次到吳哥窟的心得分享，以及提到與前二次不同的收穫。回應上，多半是讀者針對吳哥窟的議題做一些自身的分享，回應已經陸續持續到八月份，目前以前三天的回應為最熱烈。

#### 五月份觀察彙整：

2006.05.04 [status report]“義”外的旅程—5/11 不去吳哥窟，5/13 要去義大利(回應 13) --- **【平凡旅行社企劃日記】**

→ 作者說明自己的出團行程有變，對衝著工頭而來報名的朋友，向他們即時做了說明，也取得了諒解。讀者們回應的部分，提及有關義大利旅遊的經驗，和相關的疑問，回應期維持一星期，以前二天為高峰期。

2006.05.05“只要能離開這個爛到極點的世界，什麼都好”(回應 47) --- **【部落**

誌】

→ 此篇文章並無特別值得討論之處，只是作者針對身邊發生的事件，一時的有感而發，但卻引來不少讀者的熱烈回響，紛紛提出自己對類似事情的感受或想法，或有讀者給予作者加油打氣，回應期維持約二十天，還是以第一天回應為最多。

2006.05.09 晚上睡不著？來聽工頭堅和查理王哈啦吳哥窟吧！（回應 6）---

【平凡旅行社企劃日記】

→ 此篇作者說明，會陸續將過去一年來錄製的《玩家帶路俱樂部》的廣播訪談菁華片段，轉成聲音部落格形式，上傳到部落格上與讀者分享。讀者在聽了第一個上傳檔案後，留下了鼓勵的回應，以隔天回應篇數為最多。

2006.05.23 義大利帶團十天回來之後的感覺...（回應 28）--- 【平凡旅行社企劃日記】

→ 作者在文中簡單的分享了義大利帶團十天回來之後的感覺，並附上一張照片，讀者對於久違的文字有熱烈的回響，多半話題是圍繞在旅遊上，特別是義大利和吳哥窟二個國家。回應期多達二個多星期，以第二天 12 篇為最多。

2006.05.24 對於公益，我們是如此地戒慎恐懼—支持《運豬人李松鑫和他的柔道學生》（回應 9）--- 【活動訊息與新聞稿】

→ 作者藉由《運豬人李松鑫和他的柔道學生》故事，對「公益」發表了自己的感言，讓讀者對「公益」也做了一番反省，和提出自己的看法。回應陸續持續二個星期，以第二天為回應高峰期。

2006.05.25 [義大利] 別在威尼斯的聖馬可廣場餵鴿子！（回應 32）--- 【旅行世界|換日線】

→ 文中介紹水都威尼斯的聖馬可廣場，以及分享作者親眼所見餵鴿子的趣事，還放上拍攝下來一連串的餵鴿子有趣照片。讀者在看了照片後也都覺

得很有趣，因此留下自己開心的心情。回應期達二週，以第二天有 12 篇回應為最多。

2006.05.26 [status report] 吳哥窟百分百，達文西密碼之旅開講，還有「最佳雙人舞」的下集... (回應 25) --- 【平凡旅行社企劃日記】

→ 作者發表了從義大利回國後，遇到的三件事，包括了四~五月份的吳哥窟團體有百分之百的達成率、金石堂開講「達文西密碼之旅」、接受中時電子報的影音專訪已經上線了。回應期達二週，以第一天為最多，內容多是針對以上三個議題做簡單的回應。

發現：

- ◆ 雖然作者很早就建立了部落格，但由於在當時部落格並未如此盛行，因此可以看出在回應的數量上，和現在有明顯的落差。剛開始幾乎都沒有讀者回應，現在都有一定的回應數量，在特定的內容上，更可以發現讀者回響的熱烈情況。
- ◆ 此一部落格，有很多宣傳活動資訊的部份，也有使用某些產品後的心得分享，多半都是作者有親身參與的活動或經驗，這些都引來讀者高度的回應和討論，也有讀者提供解決問題的方法，或是自己的使用經驗，呈現了一種資訊交流的功能。
- ◆ 另外，此部落格沒有固定的討論議題，有旅遊記是，有活動訊息，有個人感想舒發，有對時事的看法等，可顯示此部落格非常的多元化，由此，也可以很明顯的看出所謂部落格的特質，比如說個人化、多元性、分享交流的功能、社群的凝聚力量等等。
- ◆ 經觀察，通常文章在發表後，即會有讀者作出回應，或通常是文章發表的第一天或第二天為回應的高峰期，以此可以說明，基本上，此部落格都有固定的、忠實的讀者，幾乎每天都會上網瀏覽，留下足跡。因此，若是作者有心經營一個部落格，是可以凝聚到一些人氣的。
- ◆ 由觀察發現，作者也算小有知名度，因其從事的本身就是大眾傳播相關的工作，接觸到的人群比一般人多，因此，為獲得不少讀者的支持，也不斷的增加個人部落格的人氣指數，本身的條件或是後天的經營都有可能影響部落格的發展。



- ◆ 作者將現實生活和網路結合在一起，把工作和交朋友結合在一起，因此，有效的建立了人脈關係，同時現實和虛擬的世界相輔相成，其實已無法明顯區分何者為虛擬，何者為現實了。如此，也會無形中建立自己的固定讀者群，其讀者已經不是單純到網路上來瀏覽的網友，而是已經變成生活中的朋友。

## 【個人專欄類型部落格】米果·私生活意見

觀察者姓名：廖純怡

觀察內容標題：BLOG 之文章議題、作者與讀者或讀者與讀者的互動回應

觀察期：2006.01.01 ~ 2006.03.31

觀察部落格：米果·私生活意見

BLOG 介紹：

- ◆ 網址：<http://blog.yam.com/chensumi/>
- ◆ 此 BLOG 於 2005 年 6 月開台至今，作者米果，作品多以專欄形式呈現，包含的主題分別有【私·生活·意見】、【厚眠夢株式會社】、【完全燃燒棒球部落】、【電影·閱讀·旅行】、【台南幫俱樂部】、【聖心教養院】。
- ◆ 四月份新增主題【輕食主張】，書寫的內容是過去對食物的記憶。六月份新增主題【青春紀念冊】，書寫的內容為兒時的記憶，包括建築、漫畫等。
- ◆ 作者曾以紙本出版之作品有【覺是今生】、【慾望街右轉】、【尋找淺見先生】、【五年級同學會】、【五年級青春紀念冊】、【不敗上班族】、【完全燃燒棒球部落】。
- ◆ 此一 BLOG 雖區分了幾個類型文章，但主要的議題扣緊在棒球上，因此吸引了許多棒球迷不定期的來此交流分享，回應的部份在棒球議題上也明顯的比較熱烈，因此將其歸類於有關棒球的專欄式 BLOG，而非一般日記式或心情紀錄的 BLOG。

一月份觀察彙整：

主題：【私·生活·意見】

2006.01.13 辦公室破病達人（回應 5）

→ 針對此篇「達人」二字回應討論，但作者並未參與討論。回應的高峰期在文章刊登後的第二天~第四天。

主題：【厚眠夢株式會社】

2006.01.12 幫誰的腦備份？（回應 17）

→ 讀者針對文章內容，分享了自己在電腦應用上的心得，同時有幾則回應是對此篇文章的插圖給予正面鼓勵的回應，其中作者有二則回應讀者的討論。當天即有八篇回應內容，隔天有七篇回應內容。

主題：**【完全燃燒棒球部落】**

2006.01.04 明天，你還愛誠泰 Cobras 嗎？（回應 43）

→ 讀者針對此議題，分享自己是否會繼續支持誠泰，提出不同的看法和角度，作者於此議題也提出一則回應。回應高峰期在當日，有二十一篇，隔日也有十一篇。

2006.01.07 忍不住想與你分享（回應 77）

→ 此篇在敘述作者要出版棒球相關書籍之甘苦談，主要說明此書可能不被看好的情況，而回應的讀者都給予作者極大的鼓勵和支持，並且都表示會支持這本書的出版，想必書正式出版之時，已經有一些基本的銷售量。回應最高峰是前三天，前一個星期都算是回應熱烈期。

2006.01.11 贊助美和棒球隊添購新球衣（回應 4）

→ 只是一則活動的預告，因此並無太多的討論與回應。

2006.01.16 **【世界經典棒球賽熱血應援團第一報】**東京巨蛋，我來了！（回應 89）

→ 此篇在討論組團去東京為世界經典棒球賽加油的內容，引來很多人的響應，作者在此篇也有較多的回應，共二十三篇。基本上許多讀者都沒有見過面，但卻很期待可以在這次的東京行可以結識一群志同道合的人。

2006.01.17 **【世界經典棒球賽熱血應援團第二報】**目指す！野球少年林威助（回應 57）

→ 文章的內容在介紹棒球員林威助，讀者回應還算熱烈，甚至補充不少作者沒有提到的有關林威助的資料和報導，讓整篇文章的介紹更加的完整和充實。回應期在前一星期都很熱烈，最高峰則在文章刊登後的第二、

第三天。

2006.01.20 棒球之神眷顧的棒球夢田（回應 92）

→ 此篇有些接續一月十七日的文章，表示棒球書在二月即將發行，而敘述出書過程的心得感想。讀者與前一次一樣，給與作者極大的支持和鼓勵，甚至已經有讀者進行預購。回應期熱烈持續一個星期，之後還有零散的幾篇回應。

2006.01.24 【世界經典棒球賽熱血應援團第三報】解鄉愁的 BOSS 咖啡（回應 17）

→ 由於文章內容提到了咖啡和棒球，因此此篇文章的回應方向大致可以被區分為二類，一是 BOSS 咖啡，二是世界經典棒球賽。讀者在其中分享了一些有關 BOSS 咖啡的記憶，並提供一些有關 BOSS 咖啡的資訊，另外則是表現了有關經典賽的熱情。回應高峰期並未特別明顯，而是平均分佈在頭一個星期中。

主題：【電影・閱讀・旅行】無

主題：【台南幫俱樂部】無

主題：【聖心教養院】無

二月份觀察彙整：

主題：【私・生活・意見】

2006.02.13 掛心陌生人（回應 13）

→ 多數讀者也分享了自己曾經與陌生人發生的故事，作者回應一則。回應的高峰期在文章刊登後的第二天及第三天。

主題：【厚眠夢株式會社】

2006.02.27 「部落格有啥了不起」串聯大遊行（回應 18）

→ 較屬於閒聊式的回應，有一搭沒一搭的回應作者此篇內容，表示自己認

同的部份等等。作者在此篇有一則回應，回應日期平均分布在文章刊登的一個星期內。

主題：【完全燃燒棒球部落】

2006.02.05 出賣自己 為中華隊加油（回應 2）

→ 此篇內容僅是代另外一位 BLOG 作者作宣傳，此宣傳有一種類似連署的效應，在多處 BLOG 都可以見到，可見社群的力量很大，可以得到的效果可能在預期之外。

2006.02.06 《完全燃燒·棒球部落》新書熱血登板（回應 179）

→ 回應期比之前的都久，約持續了三個星期，讀者紛紛為此書加油打氣，並表示了實際的行動（不但買書來讀，也買書送人，也積極分享與推薦他人）。網路社群的力量不可忽視，可讓一本原來可能默默無聞的書，變成一本暢銷的書，且透過了交流分享，更凝聚了一種特別的情感。

2006.02.10 【世界經典棒球賽熱血應援團第四報】絕不讓中華隊在東京巨蛋孤單應戰（回應 48）

→ 回應的部份持續了十天，除了前三天稍微多幾則（並不明顯），其他大致上都平均分佈。透過文章的內容，以及世界經典棒球賽的帶動，激起了棒球迷對棒球的熱情，因此回應的內容都非常正面。除了回應外，並沒有太多討論的部份。

2006.02.15 誰應該給中華隊一個機會（回應 25）

→ 此篇提出球員在經典賽前喝酒之醜聞，讀者在此篇的回應，有明顯的不同反應，有許多反對的聲音，並非對文章作出負面的反應，而是對議題提出不同的看法。由於後續相關文章在第二天便更新，因此此篇回應只在短短的二天內便結束。

2006.02.16 開心點囉！沒那麼糟（回應 29）

→ 持續前一篇的話題，回應高峰期明顯的出現在文章刊登後的第二天。除了討論議題內容，此篇有讀者提出如何跟學校爭取架設大型螢幕收看經典賽轉播的問題，也引起了作者和讀者的回應，幫忙提問者集思廣益。

2006.02.22 ☆緊急插播☆前進東京巨蛋・【堅果團】報到區（回應 113）

→ 文章內容並沒有太多值得探討的地方，但回應依舊熱烈的環繞在經典賽上，可以組團去東京的表現出激進的熱情，不能去的則表現出遺憾，但精神與之同在的支持。另外前一篇提到之大型螢幕架設一事，提問者表示已得到學校首肯，非常開心。

2006.02.28 「D-DAY」 IS COMING ! WILL YOU BE THERE?（回應 133）

→ 熱身賽的展開，更讓此一話題不斷的延續發燒，讀者不論輸贏都給予中華隊正面的肯定，網路集結起來各方的力量極為強大。一整個星期的回應都非常熱烈。

主題：【電影・閱讀・旅行】

2006.02.01 紀念的另一種層次・彷彿也在中寮相遇（回應 7）

→ 作者在此篇文章中分享了看完紀錄片的感想，扣著 921 的話題，回應雖不多，但回應的內容比其他文章的回應內容都要來得長，可見不同的議題會引起不同的回應，921 這樣的議題讓許多人都餘悸猶存，引來的是比較深層深刻的回應。

主題：【台南幫俱樂部】無

主題：【聖心教養院】

2006.02.18 聖心野球少年（回應 26）

→ 內容為聖心教養院的棒球迷請願，希望大家可以幫忙想辦法，來完成教養院裡球迷們可以去球場看球，或見到偶像球員的心願。經過網友的幫

忙，經歷約半個月的時間，最後果真帶來了好消息，讓教養院裡球迷們完成了心願。

#### 2006.02.20 聖心教養院——我們的責任（回應 32）

→ 此篇在介紹聖心教養院的蒲敏道神父，也引起了許多讀者對於公益或者弱勢此一類話題的回應，還有二十位網友引用了此篇文章。回應的高峰期在前三天，後續還有零散的回應表示對公益及弱勢的支持。

#### 三月份觀察彙整：

主題：【私·生活·意見】無

主題：【厚眠夢株式會社】無

主題：【完全燃燒棒球部落】

#### 2006.03.07 【WBC 感動之旅 Game 1】辛苦了，台灣棒球！（回應 88）

→ 描寫在東京看世界經典棒球賽時的實況，由於世界經典大賽是許多人注目的賽事，因此回應情況相當熱烈，以前三天最多，且第二天明顯又比第一天和第三天多出二倍之多，可以看出回應的高峰期，以及時事回應的即時性，此篇回應只維持一個星期。

#### 2006.03.09 【WBC 感動之旅 Game 2】比 30 年還要遙遠的距離（回應 77）

→ 內容為作者藉由世界經典棒球賽，而對棒球提出的一番見解，主要分析台灣和日本的棒球情況，回應達 77 篇之多，其中有許多讀者贊許作者的分析，也有許多讀者分享自己對台灣及日本棒球的看法。回應在第一天最為明顯，有四十五篇之多，超過總回應數量的一半，應是作者在凌晨一點半即發表此篇文章原因。

#### 2006.03.10 【WBC 感動之旅 Game3】親情的遠征（回應 32）

→ 描寫旅外球員和家人之間的感情，及旅外奮鬥的辛苦，在回應中，透過

作者感性的文字，多半讀者都表現出感動的情緒，以及鼓勵的吶喊，也有讀者分享了自己在異地讀書或工作的經驗來回應此篇文章。回應期將近一星期，期中以前二天為回應高峰期。

2006.03.13 跑啊！西岡剛.....走れ！！ツヨシ（回應 68）

→ 持續記錄了世界經典棒球賽的經過，並且在文中介紹了日本球員西岡剛。因為此篇賽事是美國對日本的比賽，因此，許多讀者們分享了他們對於這場比賽的看法，也有讀者對於日本球員西岡剛發表看法，回應期維持一星期左右，以前三天為高峰期。

2006.03.15 Captain ICHIRO 之燒肉「決起集會」（回應 49）

→ 作者在日本報上讀到一篇有關於鈴木一朗的報導，因此寫了有關鈴木一朗的短篇故事，強調日本人不屈不撓的精神。回應期約五天，以第二及第三天為回應的高峰期，讀者們在此篇中，回應了他們在看今年世界經典棒球賽的心情、對賽事的期待，對戰局的分析等等。

2006.03.17 【WBC 感動之旅 Game 4】「我們」的堅果團（回應 60）

→ 文章內容描述經由網路部落格集結成形的加油團的心情、經過，以及堅果團共同留下的回憶。推測有不少回應的讀者是堅果團的一份子，也引起其他的讀者有興趣在下次機會一起加入堅果團，回應期也維持了七天左右，因作者發表此篇文章時，已是晚上十點半左右，因此，回應高峰期在文章發表的第二天。

2006.03.18 Kaku's Children —— 我的 Honey 蛇寶貝（回應 39）

→ 此篇作者發表了有關於對誠泰 COBRAS 的看法，以及對於新球季開始，誠泰 COBRAS 全隊的分析。引起許多讀者分享過去看台灣職棒的記憶，以及對新球季的期待，也有許多讀者分享了對誠泰 COBRAS 的支持。回應期相較於前幾篇文章稍長了一點，大約有十天，推測因文章內容不侷限在時事上，所以回應退燒沒有那麼快，而回應高峰期則在第二及第三



天。

#### 2006.03.22 WBC 時差・調整中（回應 60）

→ 作者回顧在日本東京看世界經典棒球賽的經過，其中為期 18 天的點滴，以及有關鈴木一朗的看法。其中多數讀者也發表了對鈴木一朗的看法，有支持者，也有非支持者，提出自己的看法作交流，而有少數讀者回應了 18 天來的感動心情，回應期約五天，高峰期在第二天，第一及第三天也有不少的回應篇數。

#### 2006.03.25 緊急插播，堅果團天母觀戰計畫（回應 38）

→ 此篇為堅果團回台灣的活動，約在天母球場看台灣職棒的公告。可見部落格可以凝聚的力量不可忽視，其不只是虛擬空間的凝聚，還可以轉化為現實空間的凝聚。讀者分別回應能不能參加這次活動，以及對於此賽事的分析或期待等等。回應期只有三天，以第二天為最多。

#### 2006.03.27 好個假日一壘側（回應 40）

→ 作者描述當天看球的心情，及看球過程的記錄，讀者也分享了自己看同一場球賽的感想，以及許多人相約以後可以一起看球，一起為支持的球隊加油。回應期約一星期，以第一天為最多，第二天以後的回應篇數較平均分佈。

#### 2006.03.27 棒球的心意（回應 37）

→ 此篇記錄二月十八日發表之「聖心野球少年」的後續報導，並宣傳統一聖心系列活動，328 開跑，以及『完全燃燒，棒球部落』書籍義賣活動、『完全燃燒，棒球部落』書籍合影活動。讀者對於可以幫助聖心教養院的朋友圓夢，皆表現出感動與支持，同時也支持『完全燃燒，棒球部落』的新書出版。回應的情況，最高峰明顯出現在第一天，其餘都是個位數的零散回應。

主題：【電影・閱讀・旅行】

2006.03.26 月光光心慌慌（回應 1）

→ 介紹『月光光心慌慌』此一新書，以及介紹著作此書的二位作者。唯一回應的讀者，表示因為作者的推薦而去看了『月光光心慌慌』作者的作品，表示讚賞，及感謝作者的推薦。

主題：【台南幫俱樂部】無

主題：【聖心教養院】無

發現：

- ◆ 回應部份多半約在前三天特別的熱烈，少數議題可以持續到一個星期。由於網路的方便性，隨時都有網友會上網瀏覽，因此並無明顯的區分上網留言的時間。
- ◆ 基本上此一 BLOG 的互動都是正向的，讀者針對議題提出自己的看法，或分享自己的經驗，而不會有相互攻擊的情況發生。因此參與互動者想必已經無形中成為了作者的忠實讀者，甚至經由網聚與作者或其他讀者成為了朋友。由於許多讀者本身也有自己的 BLOG，因此彼此也會到彼此的 BLOG 去瀏覽，但【米果・私生活意見】是聚多讀者的一個主要交流的園地。
- ◆ 作者在回應上並未有特別積極的態度，主要還是以更新文章為主，每月平均有十篇新的文章登刊。在回應讀者的過程中，多半是有讀者詢問作者問題時，作者才會回應。也許是因為作者已有名氣，因此不需要特別的維持與讀者之間的關係，也能留住這些讀者，當然作品本身也要有一定的品質與特質，才能吸引及維持讀者。
- ◆ 有特定議題的 BLOG，或是名人的 BLOG，更能吸引志同道合的網友聚集一堂，形成一個社群。一般日記式的 BLOG 多半只是一種作者舒發的平台，讀者通常是作者本身的朋友。【米果・私生活意見】即是一個以棒球為議題的 BLOG，已累積了一定數量的讀者，並有良好的互動交流。
- ◆ 未來出版的方式若是可以結合紙本平台與網路平台，或許是一種相輔相成的方法，網路平台可以讓作者與書的知名度打開，增加紙本書籍的銷售量。

- ◆ 互動的過程中，並不是針對一個議題作深入的討論，而是著重在一種交流互動的感覺，一種認同及歸屬的感受，不見得可以在討論的過程中增長智慧或知識，但卻可以得到心靈上的一種快樂。
- ◆ 推測由於三月份作者有一段時間在日本，主要是爲了觀賞世界經典棒球賽，因此，所發表之文章皆集中在【完全燃燒棒球部落】的議題上，其他議題的文章幾乎未發表，從此可以突顯作者在棒球議題上的專注，發表的文章也有相當的說服力，因此，可以吸引許多讀者。
- ◆ 由堅果團回台灣的活動，約在天母球場看台灣職棒的公告，甚至其他看球的活動或非關球賽的活動，可以看見部落格可以凝聚的力量不可忽視，其不只是虛擬空間的凝聚，還可以轉化爲現實空間的凝聚。

## 【合作內容創造類型部落格】宣和 EVA 的交換日記

觀察者姓名：廖純怡

觀察內容標題：BLOG 之文章議題、作者與讀者或讀者與讀者的互動回應

觀察期：2006.05.01 ~ 2006.07.31

觀察部落格：宣和 EVA 的交換日記

BLOG 介紹：

- ◆ <http://blog.yam.com/ourpaper>
- ◆ BLOG 於 2005 年 1 月開台至今，在分類上歸類為合作的內容創造類，此部落格的內容由兩個認識 10 年的好友，分別住在南北半球，相約一起交換日記。開台超過一年半，平均每個月有十篇左右的文章發表量。
- ◆ 文章以交換日記的方式呈現，包含的主題分別有【交換日記】、【結婚準備】、【非巧婦要下廚】、【10 Places of My City】、【2005 復活節慶】、【新婚感想】、【工作不容易】、【肥油跟你說 BYEBYE】、【六年級大會堂】、【Eva 的異國聯姻】、【說到移民阿】、【一起享受烘烤樂趣吧！】、【2005 聖誕節】、【宣的澳洲生活】等。
- ◆ 此一 BLOG 雖區分了幾個類型文章，但最主要的還是在交換日記，多半都是二個女生的生活或者心情交換，內容形式不拘，像是寫信一樣，只是發表在網路上減少了魚雁往返的時間，更比傳統信件更公開化。
- ◆ 讀者部分，因為二位作者並非名人，也未曾出版過紙本書，因此，推測一開始的讀者是宣和 EVA 二個人的朋友為主，當然也有一些讀者是靠連結進來，進而成為固定讀者。

五月份觀察彙整：

2006.05.03 思親（回應 2）--- 【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，描寫身邊朋友的故事，主要在描述親情的部分，當天有一位讀者的回應，表示看了很感動，另一則是作者隔天回應讀者，說明在書寫的過程中也邊寫邊哭。

2006.05.03 這世界的規則（回應 2）--- 【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，藉由作者去瀏覽他人的網站，而引發本身的感想和對人生的感嘆，隔天有一則讀者回應，分享了自己身邊類似的故事，另一則是作者對於讀者的回應。

#### 2006.05.04 同理心（回應 0）---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，內容主要是針對 5 月 3 日 EVA 發表之「思親」一文作一回應。此篇無讀者回應。

#### 2006.05.07 徵求湯食譜！（回應 15）---【非巧婦要下廚】

→ 此篇由 EVA 發表，內容在徵求湯食譜，引起的回應較熱烈，有許多讀者提供了有關湯的食譜，作者與讀者也互相進行討論，及分享經驗，有 14 篇回應都在 5 月 8 日，一篇在 5 月 9 日。

#### 2006.05.10 澳洲怪譚之一，頭蝨篇（回應 11）---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，描述澳洲小朋友多半都有頭蝨的煩惱，也是 EVA 在澳洲生活的分享，讀者在回應中分享了對頭蝨的瞭解，而 EVA 和宣都跟讀者有明顯的互動和討論，回應期持續了一個星期之久，並沒有明顯的高峰期，而是很平均分佈，隔了一星期後又有三篇回應出現。

#### 2006.05.14 母親節快樂（回應 8）---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，是作者寫給媽媽的話，引起讀者對母親節的感想，也分享應該如何過母親節。八則回應中有一則是作者 EVA 與讀者的互動，回應該維持三天，分佈在第一及第三天。

#### 2006.05.16 最近忙什麼？（回應 1）---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，主要在描述最近搬家的生活，並問候宣。只有一則回應，是讀者表示對 EVA 有了自己的新家感到歡心。

2006.05.16 一天數一天的日子（回應 5）---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，針對 EVA 的問候作回應，說明自己最近的生活狀況，包括換工作的想法，引起四位讀者回應，對於換工作的部分給予看法和意見，另一則是宣對讀者作回應。回應期維持三天，在第二天有三篇回應為高峰期。

2006.05.17 晚上去試禮服（回應 9）---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，記錄因為要當朋友的伴娘而去試禮服的經驗和想法。引起讀者對於宣穿禮服的好奇，因此紛紛要求宣拍照給大家看。回應期有一星期，每隔一或二天都有二或三篇的回應內容，並無特別明顯的高峰期。

2006.05.21 前進（回應 2）---【新婚感想】

→ 此篇由 EVA 發表，針對上一篇文章作回應，分享自己在一年前結婚時，試婚紗的經驗，並分享新居落成的喜悅。二篇都是當天回應，也都是讀者對於 EVA 新居落成表以祝福。

2006.05.25 坦白的感覺真好（回應 3）---【工作不容易】

→ 此篇由宣發表，內容描述作者在工作上碰到的困頓，其中有一位讀者也分享了在工作中碰到的類似經驗。三篇回應分佈在前三天。

2006.05.28 你、我的六月（回應 7）---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，內容並無特別的主題，只是簡單的對搬家整理東西做一個陳述，讀者分享了整理東西的感想和經驗，回應期集中在前三天，並無特別明顯的高峰期。

2006.05.31 學騎腳踏車&第一次釣蝦（回應 9）---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，主要在分享學騎腳踏車和第一次釣蝦的經驗。讀者用一種玩笑式的方式關心作者學騎腳踏車的情況。回應期維持一星期，集中在第一天，有五篇的回應。

六月份觀察彙整：

2006.06.09 私奔團回家啦！（回應 4）---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，簡述了本週與朋友去環島一週。有讀者要求作者將去的地方和感想都書寫出來給大家看。回應分佈在前三天。

2006.06.15 真的一切要重新開始了（回應 9）---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，文章敘述在這份工作的最後一天情形，及發現錢包遺失的經過。讀者回應都是在關心錢包遺失的情況，回應期也只有三天，主要集中在第二天，有五篇回應。

2006.06.17 感覺真好（回應 3）---【新婚感想】

→ 此篇由 EVA 發表，內容敘述已經把新家整理好，並期待新的生活。讀者對於 EVA 的新生活都表以祝福的態度。當天有二位讀者回應，最後一篇是 EVA 隔三天後回應讀者的內容。

2006.06.20 台北有多熱？（回應 2）---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，簡單陳述了最近的生活，包括天氣，以及和家人相處的情形，唯一一則回應也是關心的問候，推測是作者多年的朋友，另一則是 EVA 的回應。

2006.06.21 快熱爆了+詐騙集團太誇張了（回應 3）---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，主要回應 EVA 上一篇的內容，並且提及最近碰到詐騙集團的經驗。回應只在前二天，都是針對詐騙集團，作經驗和想法的陳述。

2006.06.27 寶寶真重！（回應 0）---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，除了關心的問候外，還分享了兼差照顧寶寶的趣事。

此篇無回應。

**2006.06.28 我是停不下來的勞碌命（回應 5）---【交換日記】**

→ 此篇由宣發表，內容在敘述最近的生活，以及上一段工作結束後，新接的一個製作網站的 Case，並描寫製作的經過。前四篇回應在前四天發表，讀者要求作者製作完成後可以給大家欣賞，作者在一星期後便回應讀者，將製作好的網站網址公佈。

**七月份觀察彙整：**

**2006.07.02 今天真是幫幫忙（回應 7）---【交換日記】**

→ 此篇由宣發表，紀錄了當天參加拍攝昆蟲活動的過程，和迷糊的趣事。有些讀者希望可以見到作者拍攝昆蟲的照片，有些讀者則分享了自己迷糊的經驗。回應期維持五天，並無明顯的高峰期。

**2006.07.10 感冒休兩天（回應 0）---【交換日記】**

→ 此篇由 EVA 發表，描述自己感冒的情形，以及最近工作上的分享。此篇並無回應。

**2006.07.10 園藝阿（回應 9）---【交換日記】**

→ 此篇由 EVA 發表，文章內容提及作者自家的小花園，及照顧小花園的一些情況。回應部分，作者和讀者相互討論及分享自己種花的心得，回應為期五天，其中高峰期在第二天。

**2006.07.12 來亂的颱風中追尋晴朗的天空（回應 4）---【交換日記】**

→ 此篇由宣發表，文章內容在說近日有颱風侵台，而作者卻在颱風天偷閒與朋友相約出遊的情形。讀者也分享了自己所在地的天氣情況，四篇回應都在隔天發表。



2006.07.20 即將離開台灣的小掙扎--從夏日變成冬日(回應 8)---【交換日記】

→ 此篇由宣發表，描述要到澳洲拜訪 EVA 的臨行心情，回應部分包括 EVA 和宣互相發表雀躍的心情，以及讀者祝宣一路順風。回應期維持四天，高峰期在第一天，有五篇回應內容。

2006.07.22 你終於要來了(回應 13)---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，內容在陳述期待宣到澳洲作客的雀躍心情，以及到了澳洲以後的安排。讀者都期待看到宣到澳洲後的心情與感想，希望宣可以和大家分享，回應期維持了一週，在第二天為最多。

2006.07.23 爲了那隻粉紅大頭貓(回應 7)---【宣的澳洲生活】

→ 此篇由宣發表，因爲好友 EVA 把客房佈置成粉紅色，因此，宣發表自己對粉紅色的喜愛。讀者回應部分，推測都是二位作者本身的好友，多半都是關心的問候，以及對於好友相聚一事感到開心。回應期有五天，以第五天為最多。

2006.07.27 彩虹的祝福(回應 2)---【宣的澳洲生活】

→ 此篇由宣發表，文章記錄作者第一天到墨爾本的經過和心情。本篇只有一則讀者回應，祝福作者一路順風，另一則是作者感謝讀者的回應。

2006.07.28 幸運星(回應 4)---【交換日記】

→ 此篇由 EVA 發表，內容描述 EVA 非常開心與好友宣的相聚，以及記錄了宣帶給自己一些幸福的事情。讀者爲宣是幸運星感到開心，宣也回應讀者以示感謝，回應篇數在當天已發表三篇。

2006.07.30 從自己的房間開始(回應 1)---【宣的澳洲生活】

→ 此篇由宣發表，持續記錄在墨爾本的生活情形。回應雖只有三篇，但分散到八月底，分別在 7 月 31 日、8 月 25 日、8 月 27 日，其中有讀者表示非

常喜歡宣，希望和宣作朋友。

發現：

- ◆ 此類型之部落格，有固定的書寫對象，像是二個朋友的書信往返，而非有意傳播給大眾讀者，因此，推測能夠吸引其他讀者的機率相對不高，因為其他人較不瞭解二人的交情和生活，因此較不能融入其中。或者經過的網友，只是作一番瀏覽，而不見得會對文章作回應，因此，相較於其他類型的部落格，回應的數量明顯偏少。
- ◆ 雖然也許讀者多半可能為二位作者本身的朋友，而非網路上被文章吸引的網友，但也可以看出回應的部分，最高峰還是在第二天居多。
- ◆ 而由於二位作者並非名人，或者在工作或生活中有過多的事物要處理，所以對於回應讀者的部分，比較熱切，不管是分享，或是感謝讀者的關心，雖然較看不出讀者與讀者之間的互動，但可以清楚的看到作者和讀者的互動。
- ◆ 部落格和傳統書籍一樣，有類別的區分，有暢銷和非暢銷之分，文章的內容吸不吸引人，站台有沒有特別宣傳，也都會影響部落格的人氣，像此一觀察之部落格，二位作者多半只是在舒發自己的心情讓對方知道，有沒有其他讀者也就不是那麼重要了。

## 【支持群組類型部落格】五年級訓導處・樂多分校

觀察者姓名：廖純怡

觀察內容標題：BLOG 之文章議題、作者與讀者或讀者與讀者的互動回應

觀察期：2006.04.01 ~ 2006.06.30

觀察地點：五年級訓導處・樂多分校

BLOG 介紹：

- ◆ <http://blog.yam.com/ourpaper>
- ◆ 此部落格於 2005 年 8 月開台至今，原來是幾個同是五年級生的朋友發想，將部落格的文章匯集於此，意外的引發網路效應，因為網路的關係，有更多的五年級生加入這個行列，大家便聚集於此，與志同道合的朋友一起交流、分享、互相關心、加油打氣，或傳達訊息。
- ◆ 五年級訓導處・樂多分校是平台中的平台，樂多部落格提供了一個發表文章，或資訊交流的平台，而五年級訓導處・樂多分校像是一個文章的集散地，如市集一般，將許多文章放在同一個平台上，讓有興趣的讀者可以在同一個平台上連結到不同作者的部落格，看到不同作者的文章。
- ◆ 此部落格並不針對每篇文章作個別回應，文章的回應還是回歸到每個不同作者個人的部落格上，但是這裡依舊有開辟一個留言版，讓每位作者及其他讀者可以在這個平台上互通資訊和關心。
- ◆ 五年級訓導處・樂多分校聚集的部落格共有 36 個，分列如下：
  - 【駝鳥手記】<http://blog.chinatimes.com/turtle>
  - 【淡水生活】<http://eroach.typepad.com/tamshuilife/>
  - 【米果・私生活意見】<http://blog.yam.com/chensumi>
  - 【russchao : note cannot note】<http://blog.yam.com/russchao>
  - 【IS LIFE 黃小黛】<http://www.islife.info/>
  - 【工頭堅部落】<http://worker.bluecircus.net/>
  - 【太妃糖憂鬱狂歡節】<http://carol.bluecircus.net/>
  - 【來自 島嶼 的消息】<http://blog.sina.com.tw/1422/>

【達爾文居】 <http://blog.sina.com.tw/3387/>

【哈囉～馬凌諾斯基】 <http://www.wretch.cc/blog/annpo>

【閱讀與書寫】 <http://blog.sina.com.tw/6130/>

【部落漂浪】 <http://blog.yam.com/obs>

【燦爛流光】 <http://blog.yam.com/flyaway66/>

【關於關魚】 <http://blog.yam.com/aboutfish/>

【流離思索】 <http://blog.yam.com/giff>

【冷咖啡的賞味期限】 <http://blog.yam.com/coldcoffee>

【風中的老古董】 <http://blog.yam.com/cpshyu/>

【TaipeiMars—馬蹄】 <http://blog.yam.com/taipeimars/>

【無角度】 <http://www.wretch.cc/blog/dennischan>

【客途異旅】 <http://darwinlin.blogspot.com/>

【洄瀾紀行】 <http://www.wretch.cc/blog/hujlan>

【伯軒媽媽的部落格】 <http://blog.yam.com/julianachou/>

【漂流在斗室與天涯之間】 <http://blog.webs-tv.net/nickie>

【玉里書】 <http://eroach.typepad.com/yuli/>

【流浪女的旅行繪本】 <http://blog.yam.com/nygirl/>

【畢小娜的天空】 <http://blog.yam.com/nanabee430/>

【旅行社企劃的世界步行】 <http://blog.yam.com/neteast>

【困在職場裏的老古董】 <http://tw.myblog.yahoo.com/cpshu2001/>

【困在職場裏的浪蕩者】 <http://blog.sina.com.tw/1887/>

【水瓶子城市手札】 <http://novelwriters.blogspot.com/>

【城市旅行 TRIP WRITER】 <http://tripwriter.blogspot.com/>

【達爾文居。天空凝望】 <http://tw.myblog.yahoo.com/darwinlin/>

【陳豐偉的 Xoops 愛玩站】 <http://www.eroach.net/modules/news/>

【阿腸出版中心】(暫時失聯)

【桔娜的樂客色客 gina's logo sogo】<http://www.wretch.cc/blog/ginatsai>

四月份留言板觀察彙整：

聽說要自己來文摘，我高興的來了。昨晚寫了羅馬的西班牙階梯-----上方是山上聖三一教堂，法國人建於 1495 年，在方尖碑後的教堂也是左右對稱的兩個鐘樓，而西班牙階梯是 1726 年完成連結西班牙廣場的獨特地標。

[http://tripwriter.blogspot.com/2006/04/blog-post\\_03.html](http://tripwriter.blogspot.com/2006/04/blog-post_03.html)

Posted by 水瓶子 at 2006 年 04 月 4 日 10:31

=====

工頭：

不小心逛來這，呵呵....

雖然我不是五年級的，可不可以也跟你們大家一起玩耍啊？

如果可以，我也想要參加聯播。

先把我的 RSS 寫上來，希望不會造成困擾。

<http://spaces.msn.com/vincent0103/feed.rss>

Posted by vincent at 2006 年 04 月 6 日 22:59

=====

vincent, 我介紹你去六年級大會堂啦：

<http://blog.yam.com/sixty>

目前五年級暫不開放參加，如果將來真的要開放，我想也是會以「真正的」五年級為主，因為我覺得這樣的族群，在網路上的空間真的是比較少。請多包涵~~

Posted by 工頭 at 2006 年 04 月 7 日 10:34

=====

謝囉!工頭...

我已經去六年級報到了...我還是會經常來跟五年級哈拉的^^

Posted by Vincent at 2006 年 04 月 7 日 12:38

=====

阿潑

來這裡找妳可能比較快。妳的 MyShare 書籤，必須加上「網摘註解」，才會被送到網摘精華區去啦。已經摘錄的書籤，如果覺得有很需要推薦的，麻煩回頭去加上註解。

PS. 透露一下半成品的網摘精華區 <http://digest.url.com.tw/digester>

Posted by ROACH at 2006 年 04 月 10 日 23:51

五月份留言板觀察彙整：

請問如何加入聯播，我和老公都是 5 年級喔。

HeartQ

<http://www.wretch.cc/blog/HeartQ&commentsRss20=1>

Bagend

<http://www.blogtw.com/rss.php?user=bagend>

Posted by HeartQ at 2006 年 05 月 23 日 15:25

=====

我每天都有來逛喔（扣除沒上網路的週末），同學的新文章都有去看喔

Posted by 阿潑 at 2006 年 05 月 29 日 11:12

=====

我也是幾乎每天都來

Posted by ROACH at 2006 年 05 月 29 日 12:12

=====

扣除通常失去自由的星期天，我也是天天來啊。

Posted by 漂浪 at 2006 年 05 月 29 日 14:46

六月份留言板觀察彙整：

結果沒有天天來的人是我，該打該打。如果沒出國的時候，大概平均兩三天來一次...;-P

Posted by 工頭 at 2006 年 06 月 2 日 09:45

=====

我回來啦，各位同學好久不見～

個人感想：

之前的版型很夏天，現在的版型很涼爽。

Posted by 關報到魚 at 2006 年 06 月 14 日 06:27

=====

關魚，好久不見了，部落格要更新啊! 都沒有新貨。

這版型很清爽，字也很大，訓導主任已經出師了。

Posted by 水瓶子 at 2006 年 06 月 14 日 15:47

=====

果然這才是五年級的感覺阿

從工頭家晃過來

我也是五年級^^

Posted by jakeandy at 2006 年 06 月 25 日 10:16

=====

歡迎 jakeandy，要常來留言討論。

Posted by 水瓶子 at 2006 年 06 月 26 日 11:36

=====

水瓶子你好

找到了這裡,以後會常來的^^

Posted by jakeandy at 2006 年 06 月 26 日 11:42

說明：

- ◆ 由於此一類型部落格的呈現方式與其他三類不盡相同，因此，歸整的方式也不太一樣，不是針對各篇文章作整理，而是直接對留言板的留言作整理、分析。由於留言則數過多，所以經由研究者篩選過後，直接將部分留言轉貼在此，以作記錄。

發現：

- ◆ 類似此一類型的部落格還有【六年級大會堂】、【中時部落格-作家部落格】等，此一類型之部落格，都是一個文章的集散地，聚集一個社群的文章，採用聯播的方式不斷更新站台的首頁，讓瀏覽的人可以第一時間瞭解所用作者在個人部落格上是否有新文章刊登。另外，並提供一個地方，供同一個社群的朋友在此交流，當然，其他瀏覽此部落格的網友，也可以隨時加入討論。
- ◆ 其中四月份的留言共有 23 篇，五月份的留言共有 18 篇，六月份的留言共有 33 篇。多半都是五年級訓導處的成員留這居多，推測在某一個層面上，此部落格已經在無形中形成一個具有獨特性的站台，而每個作者也已經從虛擬世界的的朋友中，轉化成爲實體世界的朋友，因而，雖然這個圈子歡迎新朋友加入，但卻不是其他網友可以輕易就融入的。
- ◆ 此部落格強烈的表現出「虛擬社群」的部分，像是一個俱樂部，要加入要經過篩選，而會員會不定期的舉行聚會，不但在網路上可以互相交流、分享、相互關懷，還現實生活中可以用另一種方式交流，讓社群的凝聚力更加濃厚與堅固。
- ◆ 留言的部分，並沒有區分所謂的高峰期，因爲不是針對每篇文章做回應，大家只是在有空的時間上網瀏覽，遇見自己有興趣，或可以回答的問題，作留言和回應。從留言板的觀察彙整可以發現，有幾位作者幾乎固定每天都會到此報到，不管有沒有留言，但都會進行瀏覽。
- ◆ 在留言板上的互動的過程中，大家並不是針對一個議題作深入的討論，而是著重在一種交流互動的感覺，這種感覺可以視爲一種認同或歸屬的感受，不見得可以在討論的過程中增長智慧或知識，但卻可以得到心靈上的一種快樂，跟現實生活中交朋友的過程類似。