

首个全球互联网项目报告发布

Justin Pierce 著

郭明珠 编译

全球网络项目(The World Internet Project, WIP)是一个综合性的针对互联网影响的全球调查,也是首个全球性互联网影响度调查,由南加州大学安南伯格信息学院数字未来中心主办,在全球13个合作国家和地区开展,包括北美、南美、欧洲、亚洲、中东、大洋洲等,旨在发现全球用户在使用和依赖网络上的显著相似和差异。

“这次首次的国际合作调查揭示了网络用户和非用户广泛而多样的观点。”南加州大学安南伯格信息学院数字未来中心主管 Jeffrey 表示,“我们相信这份年度调研将形成对全球网络使用情况的最新程度的理解。”

本次调查收集了网络用户和非网络用户在行为和观点方面的数据。以下为部分调查结果:

1 网络信息:是否可靠?

WIP 发现在网络信息可靠性方面被调查者的观点对比显著。尽管很多用户表示大部分网络信息是基本可靠的,但更多的用户认为只有半数或更少的网络信息是可靠的。

在10个WIP调查的国家和地区中,40%或以上的用户认为不到一半的网络信息是可靠的。

各国家和地区参与调查者认为一半、小部分或没有网络信息是可靠的比例为:中国城镇(70%)、瑞典(64%)、加拿大(62%)、澳大利亚(60%)、以色列(58%)、哥伦比亚(52%)、美国(52%)、新西兰(51%)。

然而,在WIP的6个调查国家和地区中超过40%的用户表示大部分的网络信息是可靠的。在以下国家和地区中,很高比例的用户表示大部分的网络信息是可靠的:捷克

(54%)、新西兰(49%)、哥伦比亚和美国(48%)。

2 网络:作为信息源的重要性

尽管大部分用户认为一半以上的网络信息是不可靠的,网络仍被认为是重要的信息源。

在除瑞典之外所有WIP调查的国家和地区中,超过2/3的用户表示网络是非常重要的信息源。

除澳门和瑞典以外的WIP调查国家和地区中,更大比例的用户将网络列为和电视,报纸和广播相比重要或十分重要的信息源。

3 寻找产品信息及网上购物

WIP发现很高比例的用户在网上查找产品信息,在被调研的8个国家和地区中,35%以上的用户表示至少每周一次在网上寻找产品信息。然而,在7个调研国家中,这样的用户中有一半以上从未真正在网上购物。

从未网上购物的用户比例,从美国的12%到哥伦比亚的92%不等。

反观使用网络购物的用户,4个国家和地区中至少每周在网上购物的用户比例达到了2位数,英国(18%)、美国(14%)、澳大利亚(40%)、捷克(12%)。

在9个WIP调查的国家和地区中,超过20%的用户表示至少每月进行网络购物,英国比例最高(47%)、美国(46%)、新西兰(40%)、澳大利亚(38%)。

4 学校中的网络使用

大部分的学生用户上网的目的是做作业,但也有大量的学生从未这样做过。

很大比例的学生用户上网寻找作业相关信息。在10个WIP调查国家和地区中,超过

70% 的学生用户至少每周上网寻找作业相关信息,9 个 WIP 调查国家和地区中,超过 30% 的学生用户每天一次或每天多次为完成作业使用网络。澳大利亚截止到目前每日使用比例最高(62%)。

尽管使用网络完成作业的学生比例很高,仍有很高比例的学生从未为了作业使用网络,或者低于每月使用一次;9 个 WIP 国家和地区的有两位数比例的这样的学生。哥伦比亚和以色列表示 30% 以上的学生从未使用网络完成作业,或者低于每月使用。

5 非网络用户:不使用网络的理由

为何全球有些人不使用网络?“没兴趣或没有用”是被选择频率最高的理由。“没兴趣”或“没有用”在匈牙利被超过半数的非网络用户列为不使用网络的理由。新西兰 45%、瑞典 40%、澳大利亚、加拿大、中国城镇,和以色列比例为 1/3。

值得特别注意的是,上网费用已经不再是重要的限制因素,除捷克以外,只有不到 10% 的非网络用户表示上网费用太贵或他们不能负担费用。

9 个 WIP 国家不到 22% 的非网络用户表示他们不使用网络是因为他们不知道如何使用或者被使用方法困扰。值得注意的是,在新加坡这一科技基础设施高度发达的国家,44% 的非网络用户表示他们不使用网络原因在于缺乏知识,比例高于中国城镇用户的两倍之多(22%)。

6 为健康信息上网

WIP 发现很大一部分用户为获得健康主题的信息上网。

在 6 个 WIP 国家和地区中 20% 以上的用户至少每周为健康信息上网一次,在 10 个 WIP 调查国家和地区中 30% 以上的用户至少每月上网寻找健康信息。使用网络寻找健康信息的用户在中国城镇和以色列尤其多(55%)、加拿大(50%)。

除美国以外超过 1/4 的用户从未上网搜

寻健康信息。

7 下载视频

总体来看,相当低比例的用户上网下载或在线观看视频。只有中国有超过 30% 的城市用户每周下载或观看视频。只有 17% 的美国用户表示只有每周一次下载或在线观看视频。

49% 的中国城镇用户至少每月为视频上网,捷克 43%、以色列 42%。

8 下载或欣赏音乐

与下载视频相比,更高比例的用户上网下载或在线欣赏音乐。

在 5 个 WIP 国家和地区中,超过 30% 的用户至少每周上网听歌或下载歌曲。

在中国城镇、捷克、匈牙利、以色列、澳门,47% 之上的用户至少每月上网下载或收听歌曲。

9 银行和财经服务

很高比例的用户在线支付账单。7 个 WIP 国家和地区中 30% 以上的用户至少每月上网支付账单。并且,更高比例的用户使用银行提供的网络服务。

在 8 个调查国家和地区中,超过 25% 的用户至少每周上网使用银行服务,35% 的用户至少每月上网使用。新西兰比例最高(56%)、澳大利亚(55%)、加拿大(48%)、美国(43%)。

10 年龄与网络使用

网络使用与年龄密切相关。相当高比例的网络用户低于 24 岁。即使在最低比例的国家——新加坡,18 - 24 岁中 3/4 的人群为网络用户。

用户超过 65 岁的使用者非常少,捷克、匈牙利、澳门只有低于 10% 的此年龄段的用户。然而,在加拿大、新西兰、瑞典和美国,至少 38% 的超过 65 岁的用户表示他们使用网络。

11 报纸:作为信息源的重要性

报纸被网络用户列为重要的信息源。

45%的用户将报纸视为重要或非常重要的信息源。

哪些地区报纸被视为不重要的信息源呢? 最高比例为加拿大(26%), 以色列(25%), 澳大利亚(23%), 新西兰和美国(20%)。

12 报纸: 作为终于信息源——用户和非用户

尽管许多用户为获取新闻使用网络, 高比例的用户仍将报纸视为重要或非常重要的信息源。在3个WIP调查国家和地区中(加

拿大、澳门、美国)更多用户比非用户表示报纸是重要或非常重要的信息源。

编译自: Center for the Digital Future at USC Annenberg with 13 Partner Countries Release First World Internet Project Report. Pioneering Report Finds Remarkable Similarities and Significant Differences Globally. <http://www.digitalcenter.org/WIP2009/WorldInternetProject-FinalRelease.pdf> [2009-2-4]

(李麟 校)

信息产业需解决信息质量问题

随着数据量的增长, 检索结果的查全率和查准率成为影响知识获取的关键因素; 信息生产的整个过程要求质量保证; 卡尔斯鲁厄专业情报中心(FIZ Karlsruhe)旨在解决信息产业中的数据质量问题。

“良好的科学信息服务要求对贯穿于信息生命周期的生产过程采取质量控制”, 萨比娜(Sabine Brünger-Weilandt)、卡尔斯鲁厄专业情报中心总裁兼首席执行官, 认为随着电子可获得研究信息的不断增加, 数据质量问题受到了高度重视。根据她的观点, 数据质量对信息系统中的检索结果有很大影响。用于重要商业决策的信息服务在内容、检索方法以及电子的后期处理方面必须是可靠的。

有必要让公众知道信息质量的重要性。在只需点击几下鼠标就能获取信息的互联网时代, 信息质量和信息技巧也应该被公众所关注。“从数百年以来的纸质存储介质发展到能够被动态修改的介质上来, 信息正在发生着变化。信息的存储、可获取性和呈现非常依赖于数据质量和软件系统”, 该总裁说。根据她的观点, 无论是对于相关信息能否被检全并呈现出来, 还是对于一个重复的检索能否产生同样的检索结果来说, 访问数据库方法的正确与否是具有决定性的。高准确率会避免用户在非相关答案的处理上浪费时间。萨比娜女士强调“随着数据量的增长, 检索结果的准确率和召回率成为影响知识获取的关键因素”。她认为, 为使公众都意识到该问题, 信息产业应该讨论信息质量方面的主题。

编译自: Information business has to address the issue of information quality. [http://www.fiz-karlsruhe.de/pressrelease_2008.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=675&tx_ttnews\[backPid\]=16&cHash=7f29b1624c](http://www.fiz-karlsruhe.de/pressrelease_2008.html?&tx_ttnews[tt_news]=675&tx_ttnews[backPid]=16&cHash=7f29b1624c). [2009-2-9]

(孙敏杰)