

以基模變化探討Blog設計之研究

王淑慧* 莊東燐** 方國定** 何明泉*

*國立雲林科技大學設計學研究所

**國立雲林科技大學資訊管理系

摘 要

由於國內寬頻網路環境日趨成熟與普及，網友在網路的使用上，無論頻率、時間或深度均逐年增加，網際網路上的活動與行為成了各界關注的焦點；部落格 (Blog) 的經營是年輕網友相當喜愛的網路活動之一，與 Blog 有關的話題也成為年輕人生活上重要的一環。因此，本研究目的在於探索個人與團體的認知基模變化，並利用基模變化對業者提出 Blog 設計方向；此外，本研究將以質性 (qualitative) 研究法的敘事研究 (narrative research) 詮釋年輕網友其認知基模轉變歷程；研究訪談四位 Blog 使用者，兩位受訪者是設計背景，另外兩位非設計背景，其使用經驗 1-2 年，收集資料以半結構式訪談，研究歷時三個月，分別以 t1、t2、t3 三個時間點區分，深度訪談後的逐字稿分別以開放譯碼 (open coding)、主軸譯碼 (axial coding) 的概念 (或主題) 做歸類，開放譯碼 (open coding) 由三位研究者達成共識分析而得，並詮釋 blog 使用現象，與追蹤其基模變化。於 t1 時間點四位受訪者的共同認知基模有六個，於 t2 時間點有四個，於 t3 時間點有六個，結論將對經營者提出 Blog 設計改進方向。

關鍵詞：基模變化、Blog 設計、敘事研究、紮根理論分析

I. 前 言

根據資策會資訊市場情報中心 (Market Intelligence Center, MIC) 「2005年台灣網路使用者行為分析」一文提到，台灣Blog的發展在2004、2005年開始引起重視，根據此次的調查結果顯示，已有43%網友曾使用過Blog，且有越年輕越熱衷的趨勢 (<http://mic.iii.org.tw/intelligence/>)，因此隨著網際網路的成熟，個人化網站風氣興起，網路日誌 (Blog) 已經成為時下年輕人日常生活的一部份。對於Blog的使用及設計上的改進，或是企業公司運用Blog延伸消費市場的服務，都是值得我們探討。國內對於Blog的學術研究目前尚未成熟，其認知與瞭解大部份皆延用國外文獻，往往忽略掉台灣的社會風氣、歷史文化及研究對象的背景等等重要特性，此外，國內學術也顯少有縱貫性研究 (Longitudinal research) 探討心理面、心態上或認知結構隨著時間變化的歷程，然而，要如何探索個人與團體使用Blog之認知變化？要如何利用基模轉變歷程探討Blog設計？將是值得大眾深思之處。

1.1 研究動機與目的

Nonaka (1998) 將人類的知識可分為外顯知識 (tacit

knowledge) 及內隱知識 (explicit knowledge)，內隱知識較難以取得與認知，皮亞傑 (Piaget, 1954) 認為知識結構的基本單位為基模，如何辨識、解讀人的內隱知識及認知變化呢？本研究藉由分析Blog的使用經驗累積，希望能達到以下的目的：

1. 探討個人與團體使用Blog認知基模變化。
2. 利用認知基模轉變建議業者Blog設計方向。

1.2 研究範圍

本研究從個人與團體的基模變化探討Blog設計，以Blog使用者經驗的深度訪談，並利用基模變化探討Blog的設計，進而提出改進Blog設計的建議。

1.3 研究架構

從提出問題、文獻探討至相關研究等，本研究討論Blog發展脈絡及理論相關知識，研究方法採質性 (qualitative) 研究法中的敘事 (narrative research) 研究並用紮根理論分析，以敘事研究之特性將不同時間點的因果關係呈現事件關聯性，故以t1、t2、t3三個連續的時間點深度訪談四位Blog使用者，所得的12段訪談錄音檔，將分別轉騰為成逐



字稿，三位研究者經紮根理論分析並取得共識，將開放譯碼 (open coding) 歸類成主軸譯碼 (axial coding)，依不同的時間點分別提出研究發現及結論。

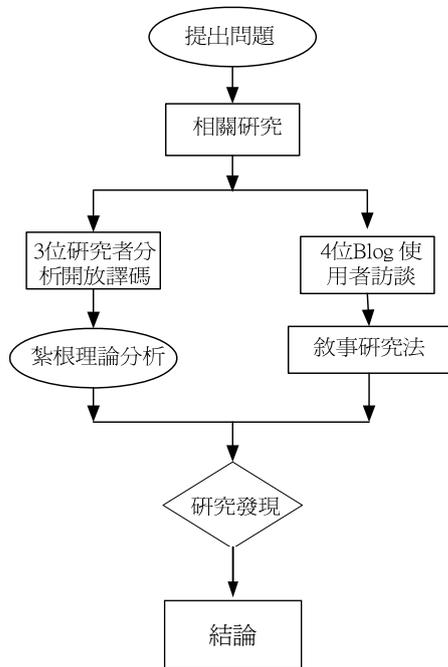


圖1 研究架構

II. 相關研究

依研究目的所述，本章節之文獻主要涵蓋Blog相關知識、認知的發展與基模理論。

2.1 Blog相關知識

1. Blog背景與現況

部落格 (Blog) 最早的原型誕生於1993年，原本是一種網路過濾器 (filter)，功能僅限挑選一些網站，並做些簡單的介紹。一九九四年美國史瓦斯摩爾大學 (Swathmore College) 大學生霍爾 (Justin Hall) 建立了第一個Blog，然而卻因受限於技術，直到1999年「Blog」名稱正式出現時，全球也不過只有二十三個部落。同年，美國工程師威廉斯 (Evan Williams) 開發出方便市井小民自助架設部落格的網站 Blogger 後，和其他類似的網路服務商一舉帶動起「部落格全球風潮」，至今全球已經有三千一百萬個部落格 (史倩玲, 2005)。在台灣地區，Blog的發展主要是在2002年由「藝立協」組織將Blog的技術和觀念引進台灣，剛開始使用的族群多為新聞工作者或文學創作者，近來來由於研究生與大專院校學生的熱衷參與和討論，使得台灣網路天空聚集了數以萬計的部落格族群 (郭姮劭, 2005)，根據資策會資訊市場情報中心 (2005) 公佈之「2005年台灣網路使用者行為

分析」報告，Blog為興新的網路活動，已有43%的台灣網友擁有過使用Blog經驗。以年齡層區分，19歲以下網友使用比例高達52%，其次為20-29歲，比例佔48%；以性別區分，女性佔54%，男性佔46%；以參與撰寫Blog文章區分，女性佔的比例約61%，男性僅有39%，由此可見女性網友在自我表達方面較活躍，年輕世代參與Blog較為積極 (<http://mic.iii.org.tw/intelligence/>)。此外，根據資策會創新應用服務研究所FIND (Foreseeing Innovative New Digiservices) 中心 (2006) 公佈之「2006年我國家庭寬頻、行動與無線應用現況與需求調查」報告中提到，透過2005年及2006年的數據相較，各項網路應用行為的使用人口皆呈現成長的現象，其中「管理使用網路日誌 (Blog)」的使用人口年成長率超過四成 (45.1%) 比例 (<http://www.find.org.tw/find/home.aspx>)，由此可見，台灣部落格的現況，在過去一年有長足的成長，台灣Blog熱潮已邁向網路全民運動 (創市際市場研究顧問公司, 2007)。

2. Blog定義與類型

部落格 (Blog) 為網路上的記錄 (Log)，這些紀錄的內容可以為任何內容，例如商業網頁、正式文件、個人日記等等，它是一種新興的電子媒體系統 (熊波波, 2004)，也是一種進入門檻低的線上發表工具 (Gumbrecht, 2004)，更是私人的佈告欄 (史倩玲, 2005)，可以讓每一個人輕鬆在網路上創作或出版也可以將意見公開呈現於給大眾 (熊波波, 2004; Gumbrecht, 2004)，就像是一個新的、充滿熱情的頻道，網路朋友可在此交換關於產品、政治、甚至其他媒體的資訊 (Smith, 2005)。此外，Blog不僅是一種個人表達方式，它亦提供了一個私人且受保護的空間，Blog的作者可以藉此和其他人溝通，同時保有控制權 (Gumbrecht, 2004)。在台灣，致力於推動Blog的林克襄 (2004) 則認為Blog並非特定軟體，也不是特定的系統或服務，Blog實際上是一種強調吸收資訊及分享的生活態度，象徵著代表作者的價值觀與信念，是一種以作者為中心的傳播媒體，其影響力就像世界的耳朵和眼睛，以公民、記者身份確認尚未決定的重要事物 (Fernando and Angelo, 2004)。在類型部分，Blood (2002) 界定Blog有三種基本的類型，過濾器 (filter)、個人日記 (personal diary) 與筆記本 (notebook)。在Blog普及化後，網友發現它在網頁上不僅好學、好用，亦可以用文字串聯照片及影音，而且還可以互相鏈結，因此，Blog立刻變成建立「個人網頁」的最佳解決方案，而它簡單容易上手的特性，也造成Blog的數量以等比級數的速度增加，呼應著二十一世紀個人主義時代「喊出自我」的潮流 (史倩玲, 2005)。

2.2 認知的發展



心理學中，「認知」(cognition) 一詞涉及的範圍很廣，由較低層次的感知覺 (sensory-perceptual process)、注意，到記憶、概念、思考、判斷、解決問題，甚至於創造、審美等問題都可說是認知問題 (張欣戊等, 2004)。認知是知識的獲得與使用，其中牽涉了兩個層面的問題：一是知識在記憶中是如何被貯存的，以及貯存什麼的意義內容問題；二是知識是如何被使用或處理的歷程問題。前者強調的是心智結構，後者強調的是心智歷程 (鄭麗玉, 1993) 此外，認知亦是一種知覺、記憶及訊息處理的心理歷程，透過這種心理歷程，個人能獲得知識、解決問題的能力，並且能計畫未來 (周宏室, 2002)。因此，認知可泛指注意、知覺、理解、記憶、思考、語文、解決問題、智力、創造力等心智活動 (溫世頌, 2000)。總而言之，認知是一個系統，它由許許多多的成份或元素構成，認知和世界上的任何其他系統一樣，具有自己的結構、過程和功能 (彭聃齡, 張必隱, 2000)。認知發展 (cognitive development) 是指個體自出生後在適應環境的活動中，對事物的認識以及面對問題情境時的思維方式與能力表現 (張春興, 1999)。Neisser (1967) 認為認知是將感覺輸入後，經過轉換、去除、儲存、再還原並使用的過程 (傅秀娟, 1998)。人類的心智歷程謂之認知 (Rothenberg, 1981)，因此認知包含諸多的心理活動，諸如知覺、學習、記憶、推理和判斷等心智能力 (Hahn and Lopater, 1975)。一般而言，認知發展是指個人心智結構的成長及心智活動的發展歷程 (陳李綢, 1992)，Rogers (1995) 指出一些顯著影響認知到採用行為的通則，包括：年齡、教育程度、社經地位、社會參與、社會體系連結程度、與決策者的接觸程度及傳播媒介接觸情形等。人類認知發展的基本單位是基模 (schema)，它是會組織及會重複出現的行為模式 (蘇建文等, 1995)，在皮亞傑 (1952) 的研究中有提到認知發展具有兩項功能，即是組織 (organization) 和適應 (adaption)。認知的組織是指每個人認知行為是相互連結成一系統的，而非獨立的 (陳李綢, 1992)。在適應的部份是指個人認知結構 (cognitive structure) 與環境交互作用，亦是個體的認知結構或基模因環境限制而主動改變的心理歷程 (張春興, 1999)。皮亞傑 (1954) 認為適應過程分為兩種：即同化 (assimilation) 及調適 (accommodation)，同化的歷程是個體以現有的認知結構與基模，直接將外界的事物納入或吸收。調適的歷程是個體需要改變內在的認知結構，去適應外在事物或環境 (蘇建文等, 1995)。同化與調適是相輔相成的概念，也是認知發展的基礎，認知的發展是在同化與調適兩種過程下產生 (張欣戊等, 2004) (如圖2所示：)。

基模與基模之間會相互組織，再形成另一個認知行為的基

模 (陳李綢, 1992)，在圖2的認知結構 A，在同化與調適相互的作用下慢慢變化、修正，最後變成另一個認知結構 B，由 A 至 B 的轉變就是認知上的發展 (張欣戊等, 2004)。因此，認知是把現實同化於轉換的結構中，認知能助長智力建構，為個人行動思維的延伸 (林益昌, 1999)。此外，行為或思維方式也可被稱為認知結構或基模 (溫世頌, 2000)，在個體的認知發展活動中，可以把認知理解成一種統合運用其認知基模的結果，而這種統合運用基模的功能，是所有人類個體在任何發展時段中都會具備的 (張春興, 1999)。

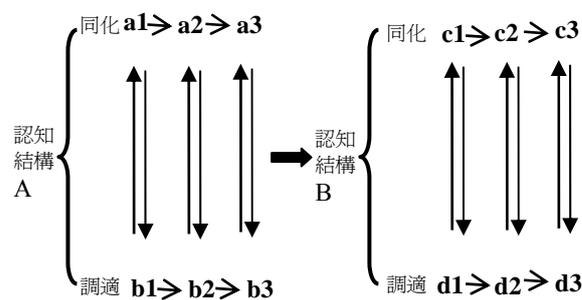


圖2 認知的發展示意圖

2.3 基模理論

Adams and Collins (1979) 對基模 (Schema) 的基本假設是閱讀理解時的基模，「文章」(口說或書寫) 本身不具意義，僅提供聽者或讀者方向來使用自己貯存的知識提取和建構意義，這牽涉了資料導向和概念導向的歷程。在皮亞傑 (1954) 的認知發展理論中，認知結構的組織單位是基模，也代表某一類事物的共同特稱與歸納此類事物的原則 (蘇建文等, 1995)。基模亦是事件、情境或物體有組織的知識單位 (Moates and Schumacher, 1980)。例如，我們的「颱風」基模包括了大風、下大雨、積水 (有些地區還淹水)、樹可能倒了、停電、一些必要的防颱準備及蔬菜漲價...等。由於基模會引導新訊息的接收與舊訊息的提取，所以我們聽到颱風要來時，我們會做一些防颱準備，如買蠟燭、準備手電筒、有的人還會搶購蔬菜...等，這些行為都受颱風基模的引導 (鄭麗玉, 1993)。因為每個人有其基模，因此對事物的詮釋、理解也不盡相同。有研究證實假如沒有恰當的基模可用，理解和記憶都會很差 (Bransford and Johnson, 1972; Dooling and Mullet, 1973)。基模可視為複雜的認知系統，由各類不同屬性或關聯屬性之次基模共同形成人類的「知識體」，因為基模的知識包含了情境整體及個別事物的主要特質，此外，還包括這些特質彼此之間的關係。從另一方面來看，基模的知識同樣包含了對未來可能發生的事情的一種預期結果與行為模式 (Graber, 1988)。認知結構

也可稱之為基模 (schema)，是個人對人、事、物所具有的認知，個人的認知結構是認知的基礎 (溫世頌, 2000)。Fiske and Taylor (1991) 指出，基模是人類處理訊息時一個很重要的心理機制，它是人類基於對某個體的了解與過去的經驗所形成的知識結構，結構中包含了與這個體相關的概念，以及概念間的關係，以下將分別敘述基模的由來、概念、功用及運作。然而，基模亦是每個人獨特的知識系統，所以同樣讀一篇文章，輸入相同，每個人領會的意義卻不一樣。鄭麗玉 (2000) 認為基模是讀者讀有關於概念、字的意義、每天的活動和事件...等有組織的知識。此外，當人們接觸到一個新的資訊或概念，基模會提供一連串完整有組織的概念類目，以消化此訊息 (Fiske and Taylor, 1991)。Bartlett (1932) 認為，基模是一個人用以同化新資訊及產生訊息統整的知識結構，亦是個人所有認知的基礎 (Rumelhart, 1984)。Anderson (1980) 亦指出，基模是一抽象的認知結構，由許多概念與概念之間的關係組織而成，當概念間的關係被啟動時，彼此會互相連結，但因個人的先前經驗不同，所以在不同的情境下，啟動的概念數量亦有差異。因此，基模的功用主要幫助人們建構、組織、解釋新的資訊或刺激，它需要對相關訊息的編碼、儲存、提取的一連串動作，這些動作會影響認知基模的架構 (簡嘉良, 2003; Potter, 1998)。

III. 研究方法

吳芝儀 (2005) 認為敘事研究即建構歷程，本研究欲建構接觸Blog網友認知轉變的歷程，故將以故事的形式來表達組織性基模 (Polkinghorne, 1988)，以下介紹本研究之架構與方法。

3.1 研究架構

基於能夠系統地、詳細地得到心理在時間上發展的實際變化資料、瞭解行為發展的連續過程 (林崇德, 1998; 蘇建文等, 1995)，本研究架構屬於縱貫性研究 (Longitudinal research)，研究架構如圖3所示，在橫軸部份有標示 t1、t2 與 t3，即訪談的前後三個時間點，此外，基於時間脈絡的角度，本研究每隔四至五週再次訪談受訪者，以便追蹤其認知基模變化；在縱軸的部份為訪談者編號 (P1-P4)，共四人；個人的認知基模以圓形符號表示。經過三個時間點的訪談，將建構四位受訪者認知基模變化歷程，並提供業者設計上的建議。

3.2 研究方法

本研究之類型隸屬質性 (qualitative) 研究法中的敘事 (narrative research) 研究。Polkinghorne (1995) 認為「敘事

研究」乃是應用故事描述人類經驗和行動的探究方法，由於人們透過敘說故事來為其生活賦予意義，Franzosi (1998) 認為敘事研究應包含故事和情節，故事是具有時間邏輯順序的事件；在Denzin (1989) 所著《詮釋互動論》(Interactive Interactionism) 中將敘事界定為：「一個敘事即是一個故事，述說對敘事者和其聽眾有意義的一系列事件。敘事，如同故事一般，有其情節，一個開端、一個中段和一個結語。它具有敘事者可以理解的內在邏輯。敘事以時間的、因果的序列來使事件彼此相關聯，每一個敘事都描述了一系列已經發生的事件。」，故要研究人們如何建構其生活經驗之意義，敘事研究應是最恰當的研究方式。

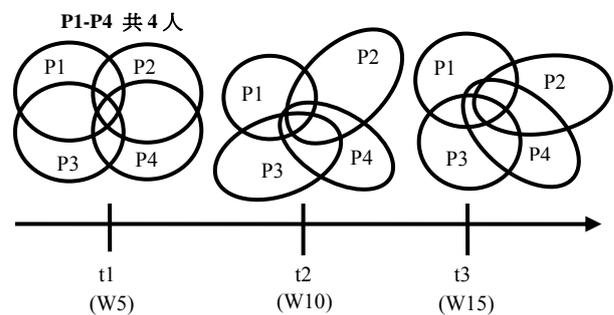


圖3 基模變化研究架構

3.3 研究對象

根據MIC於2005年7月上旬公佈之「2005台灣網路使用者行為分析」報告，已有43%的台灣網友擁有使用經驗；在年齡層部份，根據創市際ARO (Access Rating Online) 網路測量資料庫在2005年8月的數據顯示，台灣部落格相關網站之使用族群過半數為29歲以下的網友，其中又以學生為主要族群，(http://www.insightxplorer.com/news/news_10_18_06.html)。本研究為質性研究所採用樣本是立意抽樣，受訪者共有四位其中兩位是設計背景，兩位是非設計背景，立意抽樣的主要原因：受訪者有1-2年部落格經營經驗。表1為訪談對象基本簡介。

表1 研究對象基本資料

編號	P1	P2	P3	P4
性別	男	男	男	男
目前年級	研二	研二	研二	研二
背景背景	工業設計	工業設計	資訊管理	資訊管理
年齡	25	24	24	26
使用平台	MAC	MSN	MSN	無名小站
部落格經驗	一年以上	兩年以上	近兩年	一年以上

3.4 訪談時間



Julia and Gerry (2004) 探討中階經理認知轉變與發展歷程的研究中指出，前後訪談時間的區間以四週以上較為恰當，本研究訪談時間類似其作法，每四至五週為一個訪談週期，以便追蹤其認知基模變化歷程，四位受訪者的訪談次數皆為三次，訪談紀錄如表2所示。

表2 訪談時間紀錄

編號	次數	日期 (t1)	日期 (t2)	日期 (t3)
P 1	3	95.10.19	95.11.15	95.12.22
P 2	3	95.10.19	95.11.15	95.12.21
P 3	3	95.10.20	95.11.15	95.12.22
P 4	3	95.10.20	95.11.15	95.12.12

3.5 資料收集

深度訪談是一種存在已久的資料蒐集方式 (Platt, 2002)，也是質性研究中最常被採用的資料收集法 (Marshall and Rossman, 1995)，它的目的在取得正確的資訊或瞭解訪談對象其真實世界的想法、態度與感受 (王仕圖, 吳慧敏, 2005)。在訪談進行之前，會依據研究動機與目的來設計訪談大綱，而訪談問題皆圍繞個人對Blog的認知，例如：「您對Blog的認知為何？」、「Blog對您生活有何影響？」、「對Blog印象深刻之處？」等等，為了保持資料的完整性，訪談過程皆有錄音存證，事後會將錄音檔轉錄為逐字稿 (verbatim)，以便於資料完整呈現，另外，亦會請受訪者再次確認逐字稿的內容是否與其原來相同，以提昇本研究之效度。表3為逐字稿檔名清單，後續呈現除了檔名外，在檔名後還會以 1來表示該話出現於逐字稿某行，例如：P2：「記錄心情的東西，可以放一些照片」(P2-t1-15)，其中P2-t1為逐字稿檔名，15即此段話出現於逐字稿第五行。

表3 逐字稿紀錄

編號	檔名 (t1)	檔名 (t2)	檔名 (t3)
P 1	P1-t1	P1-t2	P1-t3
P 2	P2-t1	P2-t2	P2-t3
P 3	P3-t1	P3-t2	P3-t3
P 4	P4-t1	P4-t2	P4-t3

3.6 資料分析

本研究資料分析是依據Lieblich, Tuval-Mashiach and Zilber (1998) 提出一個整合「內容」和「形式」，並分別以「整體」的和「類別」的觀點來進行分析的敘事分析模式。敘事的「內容」(content) 是指從敘事者的立場關照發生了什麼事、為何發生、誰參與此事等，其目標是藉由探問故事的意義、某個部份傳達什麼個人特質或動機、什麼意象被敘事者用來作為敘事的象徵而得到隱喻的內容等。敘事的「形式」(form) 是指情節的結構、事件的順序、與時間軸的相關性，故事的複雜度及連貫性、經由故事所引發的感覺、敘事的方式、隱喻或文字的選擇 (主動或被动) 等等。

「整體」(holistic) 的觀點是指將個人生命故事或敘事視為整體，在內容部份可以數個主要主題掌握其整體的印象。

「類別」(categorical) 的觀點在內容部份分析類似於傳統的內容分析 (content analysis) 或主題分析 (thematic analysis)，將故事段落依其意義概念或主題加以分類和歸納；在形式部份則檢驗其認知功能和情緒表達 (吳芝儀, 2005)。將深度訪談所蒐集到的資料擷取出與主題相關的字辭 (基模)，再將基模濃縮成數個類別，這些類別即是概念或主題，用來代表資料中所象徵的特殊意義。為使編碼具有效度，以三位質性研究者透過開放性編碼 (open coding) 討論達成共識後擷取。之後，再依主軸編碼 (axial coding) 的目的，將開放編碼中所找到的概念 (或主題) 做歸類的動作，以對某種現象做更精確複雜的詮釋。

IV. 研究結果

本章節依第三章描述的研究方法進行分析，每個時間點執行步驟皆相同，分析結果將依t1、t2與t3時間點完整呈現並以圖形化的方式呈現認知轉變。本研究以「Blog」本身是一個Schema，本文譯碼後所得的範疇如「Blog優點」、「Blog分享」...等項目是「Blog」這個Schema的內容成分而不是獨立的Schema，但為寫作之便利故將上述「成份」指稱為個別的Schema特予說明。

4.1 t1時間點的研究分析

從四位受訪者 (P1、P2、P3與P4) 的訪談逐字稿中擷取出受訪者個人對Blog的認知基模，於t1時間點，四位受訪者認知基模數量分別為39個、43個、17個與21個，其概念 (開放性編碼) 與範疇 (主軸編碼) 如表4所示，圖4是以圖形化的方式呈現四位受訪者於t1的認知基模分部情形。在四位受訪者親自經營Blog，他們對Blog皆有一定的體驗與認知，經範疇歸類後四位共同的認知基模主要有六個，分別是Blog使用感受、Blog分享、Blog溝通、Blog網站、Blog內容與Blog功能。在Blog功能方面，有兩人 (P1和P2) 對目前認為Blog功能設計無法滿足使用者的需求；另外兩人 (P3和P4) 則認為網站提供的是制式化的Blog。

在Blog內容方面，則以日誌、記錄自己的事情、相簿為四位受訪者較常使用，使用習慣上會有固定的時間在瀏覽其他人或朋友的Blog或經營Blog。在Blog網站部份，大部分使用無名小站、MSN等提供的網站，只有一人 (P1) 使用付費的Apple網站中的Blog，屬於對Blog有高度需求與顯現較多表現個人的介面設計功能。Blog 溝通方面，對四位受訪者而言，是跟朋友或其他人的溝通工具，傳遞訊息、發表個人想法與了解朋友近況的空間。在Blog分享部分，對四位受訪者而言，分享個人想法、關心朋友、發表感覺，



希望別人或是自己能被別人或朋友有更多的了解。 Blog 使用感受的情形，對四位受訪者而言，主要是抒發心情、了解別人，也是表現自我的方式之一。總結四位受訪者對於Blog內容、Blog溝通、Blog分享、Blog使用感受等是現代年輕人對外表現自己、與他人分享溝通的途徑。因此，Blog網站的選用似乎就很重要，但目前提供免費的Blog在Blog功能都採取制式化的配套功能選項及介面設計。制式化Blog是否能滿足Blog愛用者或是希望有更多個人化的功能，顯然有更多空間可以改善。

表4 四位受訪者於t1開放性編碼及主軸編碼

範疇	概念
Blog 功能	展示、規格都很制式、換換底部、排列那些格式、Free 的空間 (P1)；限定開放、照片功能、video 的功能、vlog (P2)；全世界的人幾乎都可以看到 (P3)；取代以前那種個人網頁 (P4)。
Blog 網站	Weblog、微軟、無名小站、Apple、msn、天空部 (P1)；無名小站、靜態跟動態的部落格、msn、Microsoft Messenger 上面部落格 (P2)；無名、msn 的 space (P3)；無名、msn (P4)。
商業價值	企業開始重視這個東西、使用者的一些反應、維護的意見、回饋給消費、專門的人員在做部落格、公司的制度 (P1)
Blog 未來的功能	聊天的空間、讓它更開放一點、類似聊天室、版面的話讓我自已設計、把自己設計的圖片可以放上去、建築的空間、東方主義、空間越大越好 (P2)
Blog 缺點	隔閡 (P2)；得到一些有的沒的資訊、浪費多餘的時間 (P3)；接觸上的障礙、制約、會拉遠距離、造成更大的誤會 (P4)。
Blog 分享	交流、最近發生的事情、一些看法 (P1)；交流、把自己的事情公佈...洩漏一點點、抒發自己心情 (P2)；看法、事情的感想 (P3)；習慣會去看別人的、知道別人最近發生了什麼事 (P4)。
Blog 優點	一些新的反思、新的想法、客觀、超然的立場、透過部落格去看到不同的人、所見即所得的方法去設計製作出來的 (P1)；連繫的感覺、show 給更多人看 (P2)；拉近距離的、媒體制衡 (P4)。
Blog 隱私	隱蔽空間 (P2)。
Blog 溝通	自由溝通、匿名、他會更認識我、改變對他的觀感 (P1)；傳遞訊息、根據、說服我 (P2)；固定時間會去看別人的部落格、變異自己的部落格、了解自己的好友最近發生了什麼事 (P3)；傳達工具、資訊的傳達能力、準備發表的時候會慎重一點 (P4)。
Blog 技術	User 就會去測試、繪畫排版軟體 (P1)；軟體、掛在網路上伺服器 (P2)；windows 的介面、效仿它的技術、模組、視覺上的拖拽 (P3)。
Blog 內容	日誌、記錄自己的一些生活事情、分享一些照片、看到了什麼他們沒看到的東西 (P1)；記錄心情、搞笑短片、照片、音樂、日記、圖片、一些形式、影音日記、日誌、相片、網誌 (P2)；相簿 (P3)；私秘或會引起誤會、對號入座、透過部落格來影射一些事情 (P4)。
Blog 使用感受	so far so good、抒發你自已的心裡、窺看別人的內心世界 (P1)；使用者想用什麼方式去表達的、抒發心情、新的樂趣、寫一寫沒人會看，所以就比較淡 (P2)；情緒上的抒解、使用者使用上認知的問題 (P3)；抒發情感、為寫而寫、巫力、被它給束縛住 (P4)。

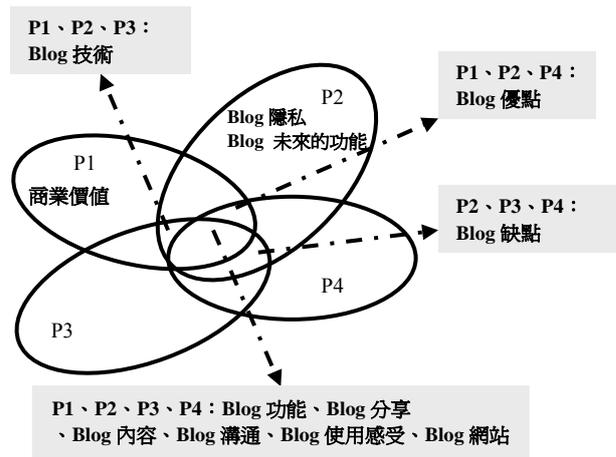


圖4 四位受訪者於t1基模關係圖

在三者交集的部份有三個，第一部分在P1、P2、P3三位受訪者的共識，在Blog技術部分，對三位受訪者而言，會去測試附在Blog上軟體。但是否滿足或有更多的需求，受訪者表示網站有附軟體會去試，兩位設計背景者 (P1和P2) 認為更開放的技術更好，如所見即所得編排方式或是繪畫排版軟體等。非設計背景但因為是資管系 (P3) 認為Blog技術根本不會覺得很shock。如果能增加技術的變化，也是改進Blog的方法之一。第二部分在P1、P2、P4三位受訪者的共識，在Blog優點部分，對三位受訪者而言，Show給人看有自己的舞台，強調個人的表現。但在制式化的Blog是否真正滿足了個人的表現？第三部分在P2、P3、P4三位受訪者的共識，在Blog缺點部分，對三位受訪者而言，產生隔閡、誤解和垃圾消息。這是負面的溝通不良，改善Blog設計是否有助於資訊溝通的正面性。在個人認知基模部份，P1認為Blog的商業價值有些企業已在公司網站裡架設Blog提供服務與消費者。P2覺得Blog隱私如同個人隱蔽空間但同時兼具開放的特性和Blog未來的功能認為Vlog有靜態跟動態的部落格較優。

4.2 t2時間點的研究分析

從四位受訪者 (P1、P2、P3與P4) 的訪談逐字稿中擷取出受訪者個人對Blog的認知基模，於t2時間點，四位受訪者認知基模數量分別13個、19個、42個與15個，其概念 (開放性編碼) 與範疇 (主軸編碼) 如表5所示，圖5是以圖形化的方式呈現四位受訪者於t2的認知基模分部情形。

在t2時間點四位受訪者經範疇歸類後，四位共同的認知基模主要有四個，Blog功能、Blog分享、Blog內容、Blog優點，四位受訪者在t2時間點上對Blog功能有新的體認，如記錄的行為、科技還原、新的資訊來源等。Blog分享方面，



四位受訪者在t2時間點上的認知無新的觀點。Blog內容方面，四位受訪者在t2時間點上的認知有新的體認，如六度分隔理論、真實訊息、介紹自己專長、美食等。Blog優點方面，四位受訪者在t2時間點上的認知無新的觀點。

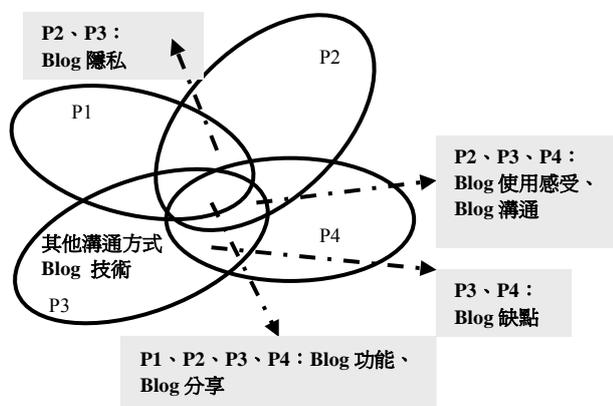


圖5 四位受訪者於t2基模關係圖

表5 四位受訪者於t2開放性編碼及主軸編碼

範疇	概念
Blog 功能	記錄的行為、平台、聯絡、交談 (P1)；跟人家討論、觀賞別人的部落格 (P2)；個人網頁、模組、科技還原、簡單、留言 (P3)；逛別人網站的習慣、新的資訊來源 (P4)。
其他溝通方式	手機、e-mail (P3)
Blog 技術	技術層次的那種門檻比較低 (P3)
Blog 優點	別人的一些回應、不一樣的想法、得到一些 feedback、別人怎麼去看這件事情 (P1)；展現自己、不像紙本那樣容易消失不見、方便 (P2)；朋友認識新的管道、用另外一個方式去看看一些事情、方便、不一定就是說要直接找他、獲得資訊 (P3)；抒發自己心情、了解別人 (P4)。
Blog 使用感受	秀出來心情、花了很多時間 (P2)；抒發自己的情緒、人類本質、自由的、發揮自己、部落格會做一些隱喻、用隱喻的方式、習慣部落格 (P3)；打發時間 (P4)。
Blog 缺點	blog 也會掩蔽、習慣用部落格來評斷一個人、不會去用當面溝通 (P3)；不知道他消息來源是真的還假的 (P4)。
Blog 隱私	小收藏、小空間、小天地、私人的感覺 (P2)；有些事情不是他願意會跟你講、冷靜的空間 (P3)。
Blog 分享	分享、照片 share、分享照片 (P1)；分享、交流、抒發心情 (P2)；了解你、了解對方、認識人的機會 (P3)；最近發生什麼事、看到別人的想法、看別人 blog (P4)。
Blog 溝通	有意無意、故意透露了訊息 (P2)；發表自己對一些事情的看法、表達自己的想法、誤會、達訊息的管道、客觀、誤解、間接、資訊逆、逆流、資訊反轉 (P3)；溝通的一個管道、自己的...一些事情、自己好朋友看到 (P4)。
Blog 內容	心裡面的事情、生活經歷、日誌 (P1)；相片、照片、日記 (P2)；好或不好、就是很難界定、六度分隔理論、真實訊息 (P3) 照片、介紹自己專長、賽車的專欄、美食、game (P4)。

在三者交集的部份有二個，P2、P3、P4三位受訪者的共識有，Blog使用感受 & Blog溝通。顯示三者者在t2時間點上的認知有愈來愈一致的看法。三者者在Blog使用感受無新的感受與t1時間點上趨於一致。在Blog溝通方面，顯示三者者在t2時間點上的認知有新的認知，如間接、資訊逆、逆流、資訊反轉等。

在二者交集的部份有二個，第一部分在P2和P3二位受訪者的共識有Blog隱私，顯示二者者在t2時間點上的認知上覺得愈來愈重視。第二部分在P3和P4二位受訪者的共識有Blog缺點，顯示二者對訊息的真實性的懷疑。在個人認知基模部份有二個，P3認為Blog技術和其他溝通方式。認為Blog技術屬於層次低，也可以使用其他溝通方式。

4.3 t3時間點的研究分析

從四位受訪者 (P1、P2、P3和P4) 的訪談逐字稿中擷取出受訪者個人對Blog的認知基模，於t3時間點，四位受訪者認知基模數量分別為23個、18個、20個與26個，其概念 (開放性編碼) 與範疇 (主軸編碼) 如表6所示，圖6是以圖形化的方式呈現四位受訪者於t3的認知基模分部情形。

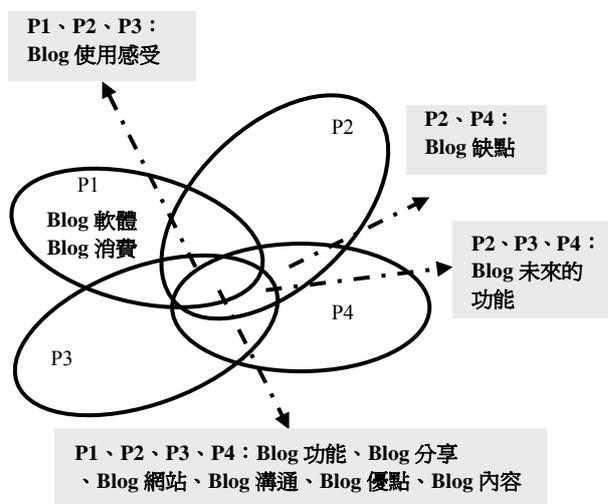


圖6 四位受訪者於t3基模關係圖

在t3時間點四位受訪者經範疇歸類後，四位共同的認知基模主要有六個，分別是Blog優點、Blog分享、Blog溝通、Blog網站、Blog內容與Blog功能。在t3時間點中，四位受訪者對Blog優點，顯示出新的體認，如想像空間、發洩。在Blog分享方面，無新的體認。Blog溝通方面，新的體認有，如資訊傳導、資訊傳遞是由下而上的、挖八卦的好地方。在Blog網站方面，有較不同的網站出現，如自有網站、SURVIVE資訊。在Blog內容方面，無新的體認。在Blog功能方面，顯示出新的體認，如創作中心、音樂多媒體。

在三者交集的部份有二個，第一部分在P1、P2和P3三位受訪者的共識有Blog使用感受，無新的感受。第二部分在P2、P3和P4三位受訪者的共識有Blog未來的功能，顯示t3時間點上，對blog的功能有改善增強的需求。如電子簡訊、增加網頁的彈性、字跟圖可以有些小動作、速度快、整合其他的工具、由上而下的資訊傳遞模式。

在二者交集的部份有一個，在P2和P4二位受訪者的共識有Blog缺點，如效率不太好、步驟有點囉嗦、它沒辦法自己調等無法獲得滿足。

在個人認知基模部份有一個，P1認為Blog消費和Blog軟體，在Blog消費方面，認同可以花一筆錢獲取較多blog的功能及界面個人化。在Blog軟體方面，認為如CORELDRAW、排版軟體、繪圖軟體等有助界面個人化的設計使用。

表6 四位受訪者於t3開放性編碼及主軸編碼

範疇	概念
Blog 功能	多媒體、創作中心、制式的排版、制式的 (P1); 在網頁上記錄 (P2); 音樂多媒體 (P3); VLOG (P4)。
Blog 網站	APPLE、無名、SURVIVE 資訊 (P1); 網頁、空間、MSN (P2); MSN、無名、Blog (P3); 自有網站、MSN、MSN SPACE 的部落格空間 (P4)。
Blog 溝通	了解他、OPEN 出來、了解你 (P1); 任何想觀看這網頁的人可以看、圖片下面可以寫一些註文心得 (P2); 溝通、資訊傳導、由下而上的 (P3); 有些話你沒辦法直接講、抒發管道、挖八卦的好地方 (P4)。
Blog 優點	他的特色 (P1); 它不會不見 (P2); 外掛或找 link、客觀 (P3); 想像空間、發洩 (P4)。
Blog 分享	照片、影片、近況、SHARE 出來 (P1); 分享、比較喜歡看人家的、看別人的心情 (P2); 了解你、容易有對號入座的狀況 (P3) 生活感言、搞笑 (P4)。
Blog 使用感受	自由發揮、花不少時間、想像力 (P1); 心情點滴 (P2); 抒發情感、好或壞，還是不能去斷定 (P3)。
Blog 消費	花一筆錢、免費試用 (P1)
Blog 未來的功能	電子簡訊、增加網頁的彈性、字跟圖可以有些小動作、速度快 (P2); 整合其他的工具、聚合在一起、改進一個由上而下的資訊傳遞模式 (P3); 改善它的速度 (P4)。
Blog 缺點	步驟有點囉嗦、有點慢 (P2); 花太多的時間、浪費時間、效率不太好耶，就是有點慢、空間的問題、照片可能不能傳太多、顏色、配色什麼的，它沒辦法自己調 (P4)。
Blog 內容	日記、自己的心情、圖畫 (P1); 記錄心情、照片、影音 (P2); 生活紀事、隱喻的動作、照片 (P3); 寫出自己的知識、自己生活趣事、最近的想法、影音、寫一些自己想寫的東西 (P4)。
Blog 軟體	CORELDRAW、排版軟體、繪圖軟體 (P1)

4.4 t1、t2、t3三個時間點的比較研究分析

研究發現t1、t2、t3三個時間點四位受訪者共同的認知基模主要有三個，Blog功能、Blog分享和Blog內容，維持對Blog的一致性。而Blog網站在t2時間點一變無。Blog 使用感受在t2、t3時間點一變成三者的共識，顯然仍是被重視。Blog 溝通在t2時間點變成三者的共識，在t3時間點變回四者的共識，顯示仍是很被重視。

三個時間點在三者交集的部份，Blog技術方面，由t1三者共識到t2個人最後t3變無，顯示Blog技術屬於層次低，也可以使用其他溝通方式。Blog缺點方面，由t1三者共識到t2和t3二者仍有共識，對Blog缺點好、壞有各一半的感受。Blog優點方，由t1三者共識到t2和t3四者仍有共識，顯示使用者越來越對Blog使用有更高的興趣。

三個時間點在二者交集的部份，Blog隱私方面，由t1個人認知到t2二者共識最後t3變無，顯示Blog隱私覺得愈來愈重視，但網路公開特性如何保持隱私與公開的平衡？對目前使用者而言，仍有待解決的問題。

三個時間點在個人認知部分有六個，t1除了Blog隱私時間點演變有差異外，Blog未來的功能、商業價值、t2其他溝通方式和t3 Blog軟體、Blog消費，分別在t1、t2和t3各個時間點上提出。其中Blog未來的功能由t1個人認知到t3三者共識，顯示出Blog的功能有改善增強的需求，使用者期望Blog有更強的溝通功能。如電子簡訊、增加網頁的彈性、字跟圖可以有些小動作、速度快、整合其他的工具、由上而下的資訊傳遞模式。

V. 結論與建議

1993年Blog的發展至今才短短的14年，已經為大多數的人使用過，每年使用人口成長超過四成。Blog能夠讓人輕鬆在網路上創作或發表，將自己意見公開呈現於給大眾，並成為個人的表演舞台。由於Blog日漸被重視，但Blog的設計未被討論及是否滿足使用者的需求等。本研究發現，Blog的設計和未來的功能等，使用者皆有高度期望Blog有更強的設計與溝通功能，其商業價值將是未來可研究的方向之一。

表7 三個時間點的比較

時間	Blog 功能	Blog 網站	Blog 內容	Blog 使用 感受	Blog 技術	Blog 缺點	Blog 優點	Blog 分享	Blog 溝通	Blog 隱私	Blog 未來 的功能	商業價值	其他溝 通方式	Blog 軟體	Blog 消費
t1	VI	VI	VI	VI	III	III	III	VI	VI	*	*	*			
t2	VI		VI	III	*	II	VI	VI	III	II			*		
t3	VI	VI	VI	III		II	VI	VI	VI		III			*	*

個人認知基模：代號-*；二者交集的部份：代號-II；三者交集的部份：代號-III；四位共同的認知基模：代號-VI



5.1 研究結論

綜合Blog在t1、t2和t3三個時間點的基模變化與三個時間點的比較分析，所得的結論如下：

1. t1時間點的研究結論

四位受訪者親自經營Blog，且對Blog皆有一定的體驗與認知，經範疇歸類後四位共同的認知基模主要有六個，分別是Blog使用感受、Blog分享、Blog溝通、Blog網站、Blog內容與Blog功能。三者交集的部份有三個，Blog技術、Blog優點和Blog缺點。在t1時間點沒有二者交集的部份。在個人認知基模部份有三個，商業價值、Blog隱私和Blog未來的功能總計12個基模。研究發現此階段四位受訪者有極高的共識，較少討論的是商業價值、Blog隱私和Blog未來的功能。誠如林克寰 (2004) 認為Blog並非特定軟體，也不是特定的系統或服務，Blog實際上是一種強調吸收資訊及分享的生活態度，象徵著代表作者的價值觀與信念，是一種以作者為中心的傳播媒體，其影響力就像世界的耳朵和眼睛，以公民、記者身份確認尚未決定的重要事物 (Fernando and Angelo, 2004)。

2. t2時間點的研究結論

四位受訪者在此階段共同的認知基模主要有四個，分別是Blog功能、Blog分享、Blog內容、Blog優點。在三者交集的部份有二個，Blog使用感受和Blog溝通。二者交集的部份有二個，Blog隱私和Blog缺點。個人認知基模部份有二個，Blog技術和其他溝通方式總計10個基模。研究發現此階段四位受訪者的共識較少，變的較為分散，較少討論Blog技術和其他溝通方式。Blog的分享和溝通對使用者而言是一個重要的觀點，除了展現自己外，也重視與外部的溝通。

3. t3時間點的研究結論

四位受訪者在此階段共同的認知基模主要有六個，分別是Blog優點、Blog分享、Blog溝通、Blog網站、Blog內容與Blog功能。在三者交集的部份有二個，Blog使用感受和Blog未來的功能。二者交集的部份有一個Blog缺點。個人認知基模部份有二個Blog消費和Blog軟體。總計11個基模。研究發現此階段四位受訪者取得多數一致性共識，較少討論的是Blog消費和Blog軟體。Blog的使用前提是免費，關於Blog消費的討論較少，以「社會交換理論」角度給Blog網站經營者建議，Homans (1958) 認為人際間的互動行為是一種過程，在這過程中雙方參與者執行與對方有關的活動，且交換有價值的資源，而Munch (1993) 指出，當人們覺得交換關係具有吸引力，才會繼續與對方互動。

4. 三個時間點的比較分析

四位受訪者在t1到t3的共同認知基模維持4-6個基模，研究發現顯示這幾個基模如Blog使用感受、Blog分享、Blog溝通、Blog網站、Blog內容、Blog優點與Blog功能，一直較多人關注。另一方面，較少為人認知的如商業價值、Blog隱私、Blog技術、其他溝通方式、Blog消費、Blog軟體和Blog未來的功能。鄭麗玉 (2000) 認為基模是讀者讀有關於概念、字的意義、每天的活動和事件...等有組織的知識。此外，當人們接觸到一個新的資訊或概念，基模會提供一連串完整有組織的概念類目，以消化此訊息 (Fiske and Taylor, 1991)。

5. Blog設計的歸納分析

以Blog設計歸納分析主要對Blog功能、價值、隱私、溝通及未來的發展等提出設計方面的問題和建議。如Blog的功能有改善增強的需求，使用者期望Blog有更強的溝通功能。如電子簡訊、增加網頁彈性、字與圖可以混合搭配使用、系統的反應速度要加強與整合其他軟體工具。在Blog軟體方面，認為如排版軟體、繪圖軟體、CORELDRAW等有助於界面個人化的設計使用。在t1到t3的時間點都顯示出目前Blog設計使用者期望有更多元化的變化和選擇。Gérard Mermoz (2006) “The Designer as Author: Reading the City of Signs—Istanbul: Revealed or Mystified?”一文中討論設計者如同作者，以平面設計角度探討城市符號美學，一個實驗的研究，讓設計者以活動網絡參予城市的各種形態探索，思考如何透過圖像為媒介以創造城市的不同遠景。相對於Blog設計，以設計者如同作者的概念探討Blog設計策略的虛擬烏托邦。

5.2 未來研究建議

Blog設計建議未來研究朝幾個問題探討：

1. Blog商業價值：目前企業使用Blog與消費者溝通，其商業價值如何評估。
2. 未來Blog的功能：Blog未來以何種形式與大眾溝通互動？什麼方式才能達到正面的溝通。
3. Blog隱私：政府或相關單位如何辨別公開或私密的Blog內容？個人如何管理Blog隱私及安全性等問題。

致 謝

在此感謝資訊管理博士班顏同學，在資料的收集上給予支援，讓本研究在資料的收集上能如期完成。

參考文獻

王仕圖，吳慧敏，2005，深度訪談與案例演練，收錄於質性研究方法與資料分析，齊力、林本炫編，高雄：南

- 華大學教育社會研究所。
- 史倩玲, 2005, 解讀Blog全球旋風, 數位時代雙週, 108, 頁56-58。
- 吳芝儀, 2005, 敘事研究的方法論探討, 收錄於質性研究方法與資料分析, 齊力、林本炫編, 高雄: 南華大學教育社會研究所。
- 周宏室, 2002, 運動教育學, 台北: 師大書苑。
- 林益昌, 1999, 建構企業學習型組織之研究, 國立台灣師範大學工業教育研究所博士論文。
- 林崇德, 1998, 發展心理學, 台北: 東華。
- 林克寬《Jedi's Blog》個人網站, 擷取日期 2004 年 5 月 11 日, <http://jedi.org/Blog/archives/003856.html#entry>
- 張欣戊, 徐嘉宏, 程小危, 雷庚玲, 郭靜晃, 2004, 發展心理學, 台北: 國立空中大學。
- 張春興, 1999, 教育心理學, 台北: 東華。
- 郭烜劭, 2005, BLOG部落格私房書, 台北: 金禾資訊。
- 陳李綱, 1992, 認知發展與輔導, 台北: 心理。
- 傅秀媚, 1998, 特殊幼兒教材教法, 台北: 五南。
- 創市際 (InsightXplorer) 市場研究顧問公司網頁, 擷取日期 2007 年 02 月 28 日, http://www.insightexplorer.com/news/news_10_18_06.html
- 彭淮棟, 1985, 博藍尼演講集: 人之研究、科學信仰與社會、默會致知, 台北: 聯經。
- 彭聃齡, 張必隱, 2000, 認知心理學, 台北: 東華。
- 溫世頌, 2000, 心理學, 台北市: 三民。
- 資策會 FIND 網站, 擷取日期 2007 年 02 月 26 日, http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=151andSearchString=2006年我國家庭寬頻、行動與無線應
- 資策會資訊市場情報中心 (Market Intelligence Center) 網頁, 擷取日期 2007 年 02 月 28 日, <http://mic.iii.org.tw/intelligence/>
- 熊波波, 2004, 網路新興勢力—部落格, 台北市: 文魁資訊。
- 鄭麗玉, 1993, 認知心理學—理論與應用, 台北: 五南。
- 簡嘉良, 2003, 漫畫讀者對「霹靂風暴」與《漫畫大霹靂》的基模研究, 私立中國文化大學新聞研究所碩士論文, 未出版, 台北。
- 蘇建文, 程小危, 柯華葳, 林美珍, 吳敏而, 幸曼玲, 陳李綱, 林惠雅, 陳淑美, 1995, 發展心理學, 台北: 心理。
- Adams, M. J. and Collins, A., 1979, A schema- theoretic view of reading, Norwood, NJ: Ablex.
- Anderson, J. R., 1980, Cognition psychology and its implications, San Francisco: W.H. Freeman,
- Bartlett, F. C., 1932, Remembering: A study in experimental and social psychology, New York and London: Cambridge University Press.
- Blood, R., 2002, The weblog handbook: practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog, Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Bransford, J. D. and Johnson, M. K., 1972, Contextual prerequisites for understanding: Some investigations of comprehension and recall, Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, 11, pp. 717-726.
- Denzin, N. K., 1989, Interactive interactionism, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dooling, D. J. and Mullet, R. L., 1973, Locus of thematic effects in retention of prose, Journal of Experimental Psychology, 97, pp. 404-406.
- Fernando and Angelo, 2004, Tech talk, big blogger is watching you! Reputation Management in an Opinionated, Hyperlinked World, Communication World, 10.
- Fiske, S. T. and Taylor, Shelley, 1991, Social cognition (2nd edition), New York: McGraw-Hill.
- Franzosi, R., 1998, Narrative analysis-or why (and how) sociologists should be interested in narrative, Annual Review of Sociology, 24, pp. 517-554.
- Gérard Mermoz, 2006, The Designer as Author: Reading the City of Signs—Istanbul: Revealed or Mystified? Design Issues: Volume 22, Number 2 Spring, pp. 77-87
- Graber, Doris, A., 1988, Processing the news, N Y: Longman.
- Gumbrecht, M., 2004, Blog as Protected Space. In the Workshop on the Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis, and Dynamics, New York.
- Hahn, J. F. and Lopater, S., 1975, One-and two-frequency stimulation of tactile receptors: Test of a model, 57 (3), pp. 696-701.
- Homans, G. C., 1958, Social behavior as exchange, The American Journal of Sociology, pp. 597-606.
- Julia, B. and Gerry, J., 2004, Organizational restructuring and middle manager sensemaking, Academy of Management Journal, 47 (4), 523-549.
- Lieblich, A., Tuval-Mashiach, R., and Zilber, T., 1998, Narrative research: Reading, analysis, and interpretation, Thousand Oaks: Sage.
- Marshall, Catherine and Rossman, Gretchen, B., 1995, Designing qualitative research. second edition, Newbury Park, CA: Sage.
- Moates, D. R. and Schumacher, G. M., 1980, An introduction to cognitive psychology, Belmont, CA: Wadsworth.
- Munch, R., 1993, Sociological theory: From the 1850s to the Present, Chicago: Nelson-Hall Publishers.
- Nonaka, I., 1998, The knowledge-creating company, In Har-



- vard Business Review on Knowledge Management., Boston: Harvard Business School Press.
- Piaget, J., 1952, The origins of intelligence in children, New York : International University Press.
- Piaget, J., 1954, The construction of reality in the child, New York : Basic Books.
- Platt, J., 2002, The history of the interview, In Jaber F.Gubrium and James A. Holstein (eds) : Handbook of interview research : context and method, London : Sage, pp. 33-54.
- Polkinghorne, D. E., 1988, Narrative knowing and the human sciences, Albany : University of New York Press.
- Polkinghorne, D. E., 1995, Narrative configuration in qualitative analysis, In J.A.Hatch and R.Wisniewski (Eds.) .Life History and Narrative. Washington, DC : Falmer Press, pp. 5-24.
- Potter, W. J., 1998, Media literac, London : Sage Publications.
- Rogers, M. E., 1995, Diffusion of innovations, 4th edition , New York: The Free Press.
- Rothenberg, M., 1981, Acoustic interactin between the glottal source and the vocal tract, Vocal Fold Physiology, (K.N. Stevens and M. Hirano, eds.) University of Tokyo Press, pp. 305-323.
- Rumelhart, David E., 1984, Schemata and the cognitive system, In Robert S. Wyer, Jr. and Srull, Thomas K. Handbook of social cognition, Vol. 1, pp. 161-188.
- Smith, Steve., 2005, In Search of Blog, Econtentmag. com, 28.

Received 20 September 2007
Accepted 9 December 2008

A STUDY OF BLOG DESIGN THROUGH THE INVESTIGATION OF SCHEMA CHANGES

Shu-Huei Wang*, Tung-Lin Chuang**,
Kwoting Fang** and Ming-Chyuan Ho*

*Graduate School of Design

**Department of Information Management
National Yunlin University of Science and Technology
Yunlin, Taiwan 64002, R. O. C.

ABSTRACT

Blog has been a new activity on internet in recent years. It is gradually emergent and popular in Taiwan now. Given a variety of activities on internet, young people dote on blog which has become a part of living life. Hence, the call for the internet researchers to understand the perspectives of the young generation in this cyberspace has become loud and clear. The main purposes of this thesis were twofold. First, it investigated the cognitive change of the young people from the schema-based perspective systemically. Second, from the viewpoint of schema change, it compared group schema similarities and differences in terms of three periods, by using open coding and axial coding. The research methodology based on qualitative data is narrative research to probe into young people who's cognitive development and change in different period (t1, t2 and t3). There are six schematas on the t1 period; at the end of t2 period has four, and the last period of t3 six.

Keywords : schema change, blog design, narrative research, ground theory analysis

