HP / August 03, 2010 06:35AM

網路調查：美國入口網失寵 社群網站燒 / 經濟日報 2010.08

【經濟日報/編譯余曉惠 / 綜合外電】

Facebook等社群網站人氣已超越了傳統入口網站和電子郵件，也改變了人們上網的習慣。（路透社）

社群網站已成為一個社會現象！根據尼爾森公司（Nielsen）的研究，美國網友6月平均花六小時上社群網站和部落格，其受歡迎程度已經超越電子郵件和傳統入口網站，顯示Facebook、推特（Twitter）和YouTube的影響力與日俱增。

根據尼爾森公司的研究，6月使用個人電腦的美國網友，平均花23%的上網時間造訪社群網站和部落格，遠高於一年前的16%，主要由Facebook所帶動。而開心農場（FarmVille）等網路遊戲則占10%，取代電子郵件成為第二受歡迎的活動。

尼爾森研究部門副總裁馬丁指出，社群網站改變了人們交流和搜尋資訊的方式。造訪雅虎或微軟的入口網站人數下滑，網友在此耗費的時間也從5月的5.5%降至4.4%，也就是說，雖然大家仍需寫信給同事或看新聞，卻比較喜歡在社群網站上和認識的人互動。

馬丁說：「現在你可以在Facebook上展開新的一天，這裡也能滿足很多基本的溝通。過去人們多半登入雅虎電子郵件和MSN，然後到雅虎入口網站看最新消息。」

網友使用電子郵件和即時通訊軟體的時間雖然減少，但推論兩者將式微還嫌太早。根據統計，網友花在電子郵件和即時通訊軟體的時間仍高居第三，各占8%和4%。

社群網站興起，帶動了影片、電影、新聞和運動文章的需求，朋友和家人也會彼此推薦內容。調查顯示，6月網友觀看影片和電影的時間比率增至3.9%。

社群網站的使用者年齡也有增長趨勢，50歲以上的成人是18 歲以下的孩子的兩倍。

63歲的瓊斯是無數個熱愛數位生活網友的最佳縮影。在電力公司工作的她，一年前從未上過Facebook，如今每隔幾天就要上去晃晃，和同事、朋友聯繫感情，她也十分熱中於寫電子郵件。

尼爾森的馬丁說：「儘管網海無邊無際，但半數網友還是做這三件事：上社群網站、玩遊戲和發電子郵件。」