編號

臺北市政府 93 年度計畫研究報告

臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究

研究機關：臺北市立圖書館

日　　期：94 年 1 月 20 日

臺北市政府 93 年度自行研究計畫提要表			填表人：田代如 電話：27552823#2412 填表日期：93 年 1 月 20 日
研究項目	臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究		
研究單位 及人員	臺北市立圖書館 曾館長淑賢　陳怡佩　田代如 林淑君	研究期間	93 年 1 月 93 年 12 月

報告內容摘要	建議事項	建議參採機關
本研究的目的為： 一、瞭解市民閱讀的動機及習性如時間、地點、種類、花費等。 二、探討影響市民閱讀型態的因素及瞭解市民的閱讀類型。 三、瞭解閱讀的媒介如電子媒介及印刷媒介所扮演的角色及出版訊息。 四、市民與圖書館之間的閱讀關係與互動情形。 五、瞭解市民的閱讀風氣與型態，提供圖書館做為推廣閱讀活動的參考及營造符合市民需求的閱讀環境。	一、積極推動青少年閱讀 二、重視銀髮族閱讀 三、調整圖書館館藏經費分配 四、加強圖書館館藏行銷 五、閱讀風氣之開展應由政府主導	一、本市教育局、新聞處、文化局。 二、本館及其他公共圖書館。 三、本市國、高中。

目　次

第一章　緒 論

第一節　研究緣起……1

第二節　研究目的……2

第三節　研究範圍與限制……3

第四節　名詞解釋……4

第五節　研究貢獻……5

第二章　文獻探討

第一節　閱讀概念探析……7

第二節　閱讀媒介的轉變……14

第三節　有關青少年及成人閱讀的研究……19

第四節　出版與閱讀……24

第三章　研究設計與實施

第一節　研究架構……41

第二節　研究工具……42

第三節　資料處理 ……44

第四章　問卷調查結果分析

第一節　受訪者基本資料……47

第二節　閱讀調查結果分析……52

第五章　研究結論與建議

第一節　研究結論……..…….103

第二節　研究建議…….……..……111

第三節　進一步研究建議…….. ……114

參考書目……..……..117

附錄一：「臺北市越讀風氣及市民閱讀型態之研究」調查問卷」……125

附錄二：「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究」座談會議紀錄……129

表目次

表 2-2-1　出版流程典範.....15
表 2-4-1　1997、1999、 2000 及 2002 出版的圖書類別前 10 名.....25
表 2-4-2　金石堂 2003 年度銷售排行榜前 15 名.....28
表 2-4-3　誠品書店 2002 年 12 月至 2003 年 11 月上榜書種類別.....29
表 2-4-4　誠品書店單一書籍排行榜 TOP 20 29
表 2-4-5　臺北市立圖書館 91 年及 92 年一般圖書熱門借閱排行榜.....31
表 2-4-6　臺北市立圖書館 91 年及 92 年外借圖書分類借閱率排行榜.....32
表 4-1-1　受訪者性別之次數分配表.....47
表 4-1-2　受訪者年齡之次數分配表.....48
表 4-1-3　受訪者職業之次數分配表.....48
表 4-1-4　受訪者教育程度之次數分配表.....49
表 4-1-5　受訪者最近一年平均每月收入之次數分配表.....50
表 4-1-6　受訪者居住地區之次數分配表.....51
表 4-2-1　受訪者最常做的休閒活動分布表.....52
表 4-2-2　性別與前五大最常做的休閒活動分布表.....54
表 4-2-3　年齡與前五大最常做的休閒活動分布表.....55
表 4-2-4　教育程度與前五大最常做的休閒活動分布表.....56
表 4-2-5　閱讀對受訪者生活重要性分布表.....57
表 4-2-6　性別對受訪者生活重要性交叉表.....57
表 4-2-7　年齡對受訪者生活重要性交叉表.....58
表 4-2-8　職業對受訪者生活重要性交叉表.....58
表 4-2-9　教育程度對受訪者生活重要性交叉表.....59
表 4-2-10 月收入對受訪者生活重要性交叉表.....60
表 4-2-11 居住地區對受訪者生活重要性交叉表.....60
表 4-2-12 過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙分布表.....61
表 4-2-13 性別與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表.....61
表 4-2-14 年齡與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表.....62
表 4-2-15 職業與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表.....62
表 4-2-16 教育程度與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表.....63
表 4-2-17 月收入與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表.....64
表 4-2-18 居住地區與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表.....64
表 4-2-19 受訪者不閱讀之原因分布表.....65
表 4-2-20 受訪者閱讀報紙的頻率分布表.....66

表 4-2-21 性別與閱讀報紙的頻率交叉表.....67
表 4-2-22 年齡與閱讀報紙的頻率交叉表.....67
表 4-2-23 教育程度與閱讀報紙的頻率交叉表.....67
表 4-2-24 受訪者閱讀圖書的頻率分布表.....68
表 4-2-25 性別與閱讀圖書的頻率交叉表.....69
表 4-2-26 年齡與閱讀圖書的頻率交叉表.....69
表 4-2-27 教育程度與閱讀圖書的頻率交叉表.....70
表 4-2-28 受訪者閱讀雜誌的頻率分布表.....70
表 4-2-29 性別與閱讀雜誌的頻率交叉表.....71
表 4-2-30 年齡與閱讀雜誌的頻率交叉表.....72
表 4-2-31 教育程度與閱讀雜誌的頻率交叉表.....72
表 4-2-32 受訪者閱讀的時段分布表.....73
表 4-2-33 受訪者一邊閱讀一邊會做的事分布表.....73
表 4-2-34 受訪者閱讀動機分布表.....74
表 4-2-35 受訪者取得資料的來源為買或租之分布表.....76
表 4-2-36 受訪者取得資料的來源為借或免費贈送之分布表.....76
表 4-2-37 受訪者閱讀報紙版面類型分布表.....78
表 4-2-38 性別與前三大閱讀報紙版面類型分布表.....79
表 4-2-39 年齡與前三大閱讀報紙版面類型分布表.....79
表 4-2-40 教育程度與前三大閱讀報紙版面類型分布表.....80
表 4-2-41 職業與前三大閱讀報紙版面類型分布表.....81
表 4-2-42 居住地區與前三大閱讀報紙版面類型分布表.....82
表 4-2-43 受訪者閱讀圖書類型分布表.....83
表 4-2-44 性別與前三大閱讀圖書類型分布表.....84
表 4-2-45 年齡與前三大閱讀圖書類型分布表.....85
表 4-2-46 教育程度與前三大圖書版面類型分布表.....86
表 4-2-47 職業與前三大閱讀圖書類型分布表.....87
表 4-2-48 居住地區與前三大閱讀圖書類型分布表.....88
表 4-2-49 受訪者閱讀雜誌類型分布表.....89
表 4-2-50 性別與前三大閱讀雜誌類型分布表.....90
表 4-2-51 年齡與前三大閱讀雜誌類型分布表.....91
表 4-2-52 教育程度與前三大雜誌版面類型分布表.....92
表 4-2-53 職業與前三大閱讀雜誌類型分布表.....93
表 4-2-54 居住地區與前三大閱讀雜誌類型分布表.....94
表 4-2-55 受訪者最常閱讀的語文類別分布表.....94

表 4-2-56 受訪者選擇閱讀資料的因素分布表.....95
表 4-2-57 受訪者過去 6 個月內是否參與閱讀活動分布表.....96
表 4-2-58 受訪者參與閱讀活動分布表.....97
表 4-2-59 受訪者網路閱讀內容分布表.....97
表 4-2-60 受訪者習慣線上或離線閱讀分布表.....98
表 4-2-61 性別與線上或離線閱讀交叉表.....99
表 4-2-62 年齡與線上或離線閱讀交叉表.....99
表 4-2-63 教育程度與線上或離線閱讀交叉表..... 100
表 4-2-64 受訪者常瀏覽的閱讀網站分布表..... 100

圖目次

圖 3-1　研究架構圖.....41
圖 4-1-1　受訪者性別百分比分布圖.....47
圖 4-1-2　受訪者年齡百分比分布圖.....48
圖 4-1-3　受訪者職業百分比分布圖.....49
圖 4-1-4　受訪者教育程度百分比分布圖.....50
圖 4-1-5　受訪者最近一年平均每月收入百分比分布圖.....51
圖 4-1-6　受訪者居住地區百分比分布圖.....52
圖 4-2-1　受訪者最常做的休閒活動分布圖.....53
圖 4-2-2　閱讀對受訪者生活重要性分布圖.....57
圖 4-2-3　過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙分布圖.....61
圖 4-2-4　受訪者不閱讀之原因分布圖.....65
圖 4-2-5　受訪者閱讀報紙的頻率分布圖.....66
圖 4-2-6　受訪者閱讀圖書的頻率分布圖.....68
圖 4-2-7　受訪者閱讀雜誌的頻率分布圖.....71
圖 4-2-8　受訪者閱讀的時段分布圖.....73
圖 4-2-9　受訪者一邊閱讀一邊會做的事分布圖.....74
圖 4-2-10 受訪者閱讀動機分布圖.....75
圖 4-2-11 取得資料的來源為買或租.....76
圖 4-2-12 買或租得資料的地點.....76
圖 4-2-13 取得資料的來源為借或送.....77
圖 4-2-14 借或送取得資料的管道.....77
圖 4-2-15 受訪者閱讀報紙版面類型分布圖.....78
圖 4-2-16 受訪者閱讀圖書類型分布圖.....84
圖 4-2-17 受訪者閱讀雜誌類型分布圖.....90
圖 4-2-18 受訪者最常閱讀的語文類別分布圖.....95
圖 4-2-19 受訪者選擇閱讀資料的因素分布圖.....96
圖 4-2-20 受訪者參與閱讀活動分布圖.....97
圖 4-2-21 受訪者網路閱讀內容分布圖.....98
圖 4-2-22 受訪者習慣線上或離線閱讀分布圖.....98

第一章　緒論

第一節　研究緣起

閱讀是學習之始，尤其是進入知識世紀，一切的競爭與價值都以知識為主，而一切知識的基礎都自閱讀開始，閱讀已成為學習型社會的指標之一，是現代市民不可或缺的素養，近年國民的閱讀能力更成為國家競爭力的評鑑標竿。因此，世界各國從政府機構到民間組織莫不積極的推動閱讀活動，培養民眾閱讀風氣，聯合國教科文組織更將4月23日訂為「世界讀書日」。

自1995年以來，有愈來愈多的國家以實際的行動推廣閱讀，重視閱讀，例如訂定「全國閱讀年」、「讀者年」、「圖書月」、「青少年閱讀週」、「兒童圖書週」、「睡前閱讀週」、「圖書沙龍」、「圖書博覽會」、「閱讀優先」、「從出生就閱讀」、「放下一切去閱讀」、「國際兒童讀書日」、「閱讀派對」等，還有詩歌節、童話節、文學節等種種活動，請卡通人物、影歌星、足球明星、各界名人、總統夫人擔任代言人來炒讀書熱；還發行閱讀郵票、T恤、胸章、金幣和小手冊，票選「改變一生的25本書」，把讀書變成熱鬧滾滾的歡樂節慶（註1），這一切的努力無非是希望傾舉國之力，塑造良好的閱讀環境，為國家長期的發展紮穩基礎。

當世界各國都積極的打造閱讀新世界，視閱讀為全民的活動之際，反觀國內閱讀風氣卻始終無法持續提升。雖然前教育部長曾志朗先生在其任內曾大力宣傳閱讀活動，讓臺灣的閱讀運動一時間蓬勃了起來，出版界每年亦出版3萬多種新書，但可惜的是「從不閱讀，或者缺乏閱讀經驗的大人」似乎為數還不少。根據民國90年7月Net與Book與臺灣閱讀協會共同主辦一次針對「臺灣都會區閱讀習慣調查」，臺北、臺中及高雄三大都會一個月內一本書也未讀之民眾，比例將近4成（註2）。天下雜誌於民國91年進行的「全民閱讀大調查」顯示，一般民眾每天花在閱讀的時間，平均不過1小時，每個月平均看2.8本書。文建會的2000年出版市場研究報告亦說明，臺灣15歲以上的民眾從來不看書或幾個月才看一次的比例近4成（38.7%），半

年內，不曾購買圖書或雜誌的民眾更超過半數（51.2%）（註 3）。這樣的統計數據令人對國內的閱讀風氣感到憂心，也不禁讓人懷疑具有模範影響力的大人（父母）不閱讀，下一代的兒童能真正發自內心喜愛閱讀、習慣閱讀，持續悠遊於書海的比例又有多少。

再看民眾使用圖書館之頻率，從天下雜誌調查結果顯示，有 7 成以上的民眾很少使用圖書館，其中 4 成民眾是「幾乎不使用」，每人每年借書的數量平均僅有 1 冊（註 4），向來被認為接受資源豐富、人文薈萃之臺北市民亦只有 2 冊，相較於美國舊金山居民的 10 冊與芬蘭赫爾辛基市民的 16 冊，臺灣民眾借閱圖書比例不高，顯示公共圖書館在推廣閱讀的服務上仍有相當大之成長空間。然而綜觀公共圖書館每年舉辦的推廣閱讀活動內容豐富、不勝枚舉，服務內容亦常推陳出新，未來努力的方向應朝向哪裏，目前整體大環境的限制突破與閱讀活動之創新，其立基又在何處，這也是相當值得注意的。

推動全民閱讀的具體作法，首先要激發個人的閱讀動機，培養民眾的閱讀能力，養成人民的閱讀習慣，並且要塑造整體社會的學習風氣，才可能開展社會大眾的愛智心靈。另外，閱讀氛圍之營造無法一蹴即成，須結合圖書館、學校、企業、媒體、社區等力量，並且必須由政府主導推動，相互呼應，閱讀風氣才能全面推廣並維持長久。然而，政府在推動閱讀風氣之前，須先回歸閱讀的主體，民眾閱讀行為研究則為必備之先導工作，尤其臺北市身為全臺首善之區，是國內人才聚集之地，亦一向具有領導的地位，若能得知市民閱讀動機、習慣及類型...等行為模式，在閱讀活動之推行上必能達到事半功倍，對提升國內閱讀風氣亦有示範作用，爰此，實有必要對於市民的閱讀情形進行深入的瞭解，藉著瞭解市民的閱讀風氣與型態，提供圖書館做為推廣閱讀活動的參考及營造符合市民需求之優質閱讀環境。

第二節　研究目的

誠如研究緣起所述，本研究希望能藉由探究市民之閱讀風氣與型態瞭解以下內容：

一、瞭解市民閱讀動機及習性。如時間、地點、種類、花費等。

二、瞭解市民取得閱讀資料之主要方法及途徑。

三、探討影響市民閱讀型態的因素及瞭解市民的閱讀類型。

四、瞭解閱讀的媒介，如電子媒介及印刷媒介所扮演的角色及出 版訊息。

五、市民與圖書館之間的閱讀關係與互動情形。

第三節　研究範圍與限制

本研究之範圍與限制包括：

一、蒐集文獻：本研究所蒐集之資料以國內外之中、英文圖書文獻為限。

二、閱讀媒體：本研究將閱讀媒體限定於視覺閱讀範疇，並以印刷紙本出版品（圖書、期刊、雜誌、漫畫、報紙）及電子媒體出版物（電子書及網路）為主，並不包括大眾傳播視覺媒介如電視、電影、電腦遊戲...等。

三、研究對象：

為瞭解一個城市的閱讀風貌，本應將各年齡層之市民均納入調查，然顧及兒童與國中生之閱讀狀況容易受父母親及學校推行深耕閱讀活動之影響，較不易展現出自主性閱讀，其調查面向亦應特別設計，恐影響整體的調查結果，因此本次研究對象擬排除 0-14 歲之市民。

另考量臺北市都會特色，有許多長期租賃於臺北市卻設籍於外縣市之民眾，其生活習性與使用資源均與設籍於臺北市之民眾無異，因此本研究所調查之臺北市市民係符合以下條件：

（一）年滿 15 歲以上，在心理和情緒上成熟的個體，具有判斷力、自主能力，能對自己的行為負責。

（二）平常居住於臺北市者（不限設籍於臺北市）。

第四節　名詞解釋

一、閱讀

廣義的閱讀，原本是不分任何媒體形式的，聆聽一場精彩的演講可以算是閱讀，一幅好畫、一段音樂可以閱讀，舉凡用眼、耳、鼻、舌、聲、意，有「心」的駐足就是一種閱讀（註 5）。而狹義的閱讀則是偏向於以文字符號呈現出版品閱讀，藉助對上下文及其意義，加上對其句法知識和文章思想的了解，辨認文字與理解全文的意義。本研究所指的閱讀乃指後者。

二、閱讀媒介

存放知識、記載資訊紀錄的實體，可以是印刷式的出版型態，也可以是存在於電子媒體中的電子出版品，本研究的閱讀媒介可區分為兩大媒介：

（一）印刷式媒介：如圖書、期刊、雜誌、漫畫、報紙等。

（二）電子媒介：指電子書及網路閱讀，其內容為光碟為儲存媒體，或以電腦網路連線傳輸畫面、聲音、影像、文字的方式提供給使用者閱讀之媒介（註 6）。

三、閱讀風氣

閱讀風氣乃一抽象名詞，意指該地區居民對閱讀之重視程度與態度，可從以下幾個面向探討之：

（一）閱讀的頻率

（二）閱讀的普遍性

（三）與其他休閒活動之優先性

四、閱讀型態

閱讀型態泛指一群人之閱讀習慣、閱讀行為，例如：閱讀動機、閱讀類別、影響閱讀因素、閱讀媒介之轉變...等，所展現出之特定閱讀模式。

第五節　研究貢獻

本研究預期有下列貢獻：

一、 本研究探討臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態相關問題，可以瞭解在目前多樣化的閱讀管道及媒介下，圖書館所扮演的角色與未來努力的方向，提供臺北市立圖書館及其他公共圖書館針對現有服務及館藏蒐藏情形做一完整之審視。

二、 本研究之成果將有助於出版業及書店業者瞭解市民之閱讀習慣，可做為探知市場需求、改進目前行銷手法與經營企畫擬定之參考，以滿足市民之閱讀需求。

註釋

註 1：林武憲，「臺灣閱讀，加油」，全國新書資訊月刊54 期（民國 92 年 6 月）：頁 7。

註 2：Net and Books編輯部，「閱讀的風貌」在閱讀的風貌（臺北市：英屬蓋曼群島網路與書股份有限公司臺灣分公司，民國 90 年），頁 60。

註 3：齊若蘭，「快樂閱讀，開啟未來希望」，
＜http://www.lcenter.com.tw/2002edu/article.asp＞
（2004 年 1 月 27 日）

註 4：同註 1，頁 8。

註 5：吳美美，「這個城市的居民在讀些什麼？兼賀第三十九屆出版節」，全國新書資訊月刊16 期（民國 89 年 4 月）：頁 13。

註 6：嚴媚玲，「大學生的閱讀活動與其管道之研究」（淡江大學教育資料科學學系，碩士論文，民 88 年 6 月），頁 6。

第二章　文獻探討

根據 OECD（Organization for Economic Co-operation and Development）之調查，當學歷相當時，閱讀能力強的人擔任高技能白領工作的機率就明顯高得多，而且閱讀能力比學歷高低更能準確預測一個人在職場的發展（註 1）。然而，所謂「閱讀」是什麼？看似平常之活動會牽動未來之發展？這是令人好奇的。閱讀的動機與類型有哪些？再者，網際網路的盛行究竟對閱讀產生了哪些面向之影響？相關的青少年及成人閱讀研究或調查又有哪些發現？出版與閱讀之關係又是如何？這些都是本研究探究之重點，為建構相關理論之基礎與釐清問題的本意，本章試圖從文獻當中尋求以上疑問的解答。

第一節　閱讀概念探析

一、 閱讀的過程與意義

閱讀是人類最主要的學習活動之一，有人認為早在創造文字之前，人類就已學會了結繩記事、刻圖記事，辨解繩結與圖形便是最原始的閱讀行為（註 2），亦有人認為閱讀這種活動是隨文字的創造而產生的；然而不管其起源如何，不可諱言地，這是一種介入許多認知歷程的一項高度複雜的能力。

閱讀的過程無法透過機械模式來解釋，只知道它是發生於頭腦的某特定區域，也知道這些區域並非唯有的參與者；就像思考的過程一樣，閱讀的過程有賴於辨讀與運用語言的能力，也就是辨讀與運用構成文本（text）與思想之文字材料的能力（註 3）。認知心理學家認為，在閱讀過程中基本上運用許多心理活動，像策略的規劃、重點評鑑與選擇、概念的聯結、精緻化、預測、比較及複習背頌等，其中概念的聯結是閱讀者最常運用的心理活動（註 4）。而曾祥芹與韓雪屏認為閱讀過程包括以下發展階段：

（一）吸收詞義；

（二）理解及把握含義聯系；

（三）理解及解釋文章的內容含義及聯系；

（四）批判地分析文章，並瞭解作者的寫作意圖；

（五）進行創造性綜合歸納；

（六）創造性地模仿作者的作品（註 5）。

因此，閱讀並非一系列分離的技巧，而是一種需適當結合與運用已知經驗和知識的複雜心智歷程，如何引發相關的知識與適當的基模，是閱讀中重要的活動。而就字面上意義解釋，所謂的「閱讀」其實包含兩個動作，其一為「閱」，即看書刊資料；另一為「讀」，即看著文字發出聲音。二者合為一個詞，含義則有了轉折與變化，不僅是又「看」又「讀」，而且包含了理解文獻內容的意思（註 6）。更深入來說，閱讀包含兩個部分，一是認字（decoding），一是理解（comprehension）。認字是指閱讀時將印刷字轉換為口語力的能力；理解是思考文字符號意義的歷程，並整合整篇文章的意義。認字較適用於兒童剛開始學習閱讀，理解比較適合年長的學童或成人（註 7）。

Carver 則是更詳細提出了閱讀包含四個部分（註 8）：

（一）將文字解碼，決定這些字在句中的意義。

（二）將個別文字的意義加以聯結，以理解句子所要表達的意義。

（三）了解段落和段落中所隱含的主旨、原因和結果、假設、證明、含意、未明白說出的結論，甚至是與段落主旨有關但暫時離題的概念。

（四）評論各種觀念，包括邏輯、證明、真實性，與價值判斷等問題。

另外，黃寶財也簡要地提出閱讀的三個特質（註 9）：

（一）閱讀是一種享受（Read to Enjoy）；

（二）閱讀是一種分享（Read to Share）；

（三）閱讀是一種學習（Read to Learn）。

二、 閱讀的動機

所謂閱讀動機是指「引起個體的閱讀活動，維持已引起的

閱讀活動，必促使此閱讀活動朝向閱讀理解的目標進行的內在歷程」（註 10），而其形成的原因，除了可能是讀者本身生理或心理上的需求所引起的，也有可能是因為受到外界事物的影響或刺激而產生閱讀的動機（註 11）。Waples 進一步將閱讀動機歸納為：（一）聲望（prestige）的動機，閱讀是為了顯示個人重要性，或藉由閱讀某作品可獲得他人重視；（二）受職業（vocational）或興趣（practical-hobby）影響；（三）藉著閱讀瞭解他人；（四）休息（respite）、降低焦慮的動機；（五）需要更多的安全感（need for greater sense of security）（註 12）。

綜合國內外學者之意見將閱讀動機為六大方向（註 13、14、15）：

（一）與工作相關：

1. 解決工作發生的問題；
2. 專業的追求；
3. 二度就業做準備。

（二）與學習相關：

1. 吸收新知、新觀念，避免與社會脫節；
2. 完成教育需求。

（三）與認同相關：

1. 尋求個人的認同：可以幫助提升智慧與自我啟發，透過閱讀理解不同的經驗與學習可以尋求符合自身行為的模式並認同個人的價值與意義。
2. 尋求整合和社會互動：理解社會群體間的相關論題，將自己融入社會之中，與他人或社會產生良好的互動關係與提高聲望。

（四）與生活相關：日常生活中所遭遇到的問題，除可以和他人交換意見外，圖書提供很大的幫助，閱讀相關書籍可以找到解決的方法。

（五）與休閒娛樂相關：許多人因休閒時間增加，藉由閱讀活動來打發時間，以達娛樂目的。另一方面，閱讀過程因讀者對作品的投入有助個人感情的轉移，忘記不

愉快的經驗；而閱讀美好的作品，個人則可獲得情緒的安慰。

（六）與心靈提昇相關：多讀好書，無形中可以得到影響，提昇我們心靈，增加我們的智慧，充實精神生活。

而就動機來看，閱讀的目的可分成二類：

（一）為獲取資訊而閱讀（reading for information）

（二）為求得了解而閱讀（reading for understand）

每一個人的閱讀動機或多或少都混合了這兩種原因。而隨著大眾傳播的普及、閱讀媒介的增加，人們會視自己閱讀的動機、需求和成本，來決定自己閱讀的方式。此外，根據讀者反應理論的說法，每一本書對於不同人，甚至同一人不同時期的意義都會有差異，內容的意義由讀者決定，而非作者（註 16）。

其實，現代人消費書籍，享受書籍，大多數不是為了建構新理論，也不是為了改造自然與社會；閱讀純粹是為了獲得「文本中的愉悅」（註 17）。現代人對閱讀的看法，也已經超出了圖書館過去以書刊為主要對象的想法。事實上，根據國內外的各種調查發現，成人的閱讀興趣和習慣，書籍所佔的比重並不大，書也不是一般大眾得到資訊、知識的唯一來源。

三、影響閱讀之因素

影響閱讀的因素大致說來可包括兩大類別（註 18、19、20、21）：

（一）個人因素

1. 性別：許多研究指出性別是決定閱讀興趣重要因素，但也有報告覺得影響並不明顯。陳珮慈認為基本上男性和女性喜歡閱讀主題差異性很大，但受其他因素（例如教育程度、職業）交互影響下，性別變成不是決定因素（註 22）。
2. 年齡：閱讀內容會因年紀不同有所變化，主要是反映不同階段的任務與關心的焦點轉變，進而影響閱讀動機及興趣。

3. 喜好：由於成長背景與性格上之差異，每個人關心喜好的主題也會不同，對於有興趣的事情願意花時間與精力在其中。
4. 過去的閱讀習慣與態度：McEvoy 曾提到在青少年時期習慣閱讀的人，成年以後較有可能會增加閱讀的主題（註 23）。
5. 教育程度：根據 Hajda 的研究指出，教育程度較低者，受較多實務性和職業性的訓練，他們的閱讀的主題和生活型態相近；教育程度較高者，不只閱讀與生活相關的主題，他們閱讀的主題較廣（註 24），因此對理論性和抽象的資料接受程度較高。
6. 生活型態：生活型態反應人的實際生活行動、興趣與看法，是經由人格特質與外在環境的互動所產生的行為表現（註 25），生活型態是多面向的，瞭解閱讀也是瞭解生活的部分。
7. 當下想法與感受
8. 閱讀時機：例如有人習慣於睡前唸一點輕薄的書，以幫助睡眠，這時書的主題就有所區別。
9. 時間

（二）外界因素

1. 書籍本身
   1） 內容：包括主題、議題、人物、物件、事件、故事背景…等。
   2） 性質：品質、形式、外觀、價格、程度（入門書或進階）、時效性、完整性、版本…等。
   3） 作家：風格、背景…等。
   4） 知名度：通常經常出現於傳播媒體上的暢銷書也常是讀者選書的依據（註 26）。
2. 人際網路及大眾媒體
   1） 話題性：是不是社會趨勢、新聞焦點或明星出的書。
   2） 得獎或推薦之作品：經由票選、朋友推薦或各公信機

構推薦，像是臺北市立圖書館之好書大家讀、誠品的年度好書推薦、中國時報的開卷好書...等。

四、 閱讀的類型

德國閱讀研究工作者按讀者的主導動機來區別閱讀行為的類型，提出了以下幾種閱讀類型：

（一）用文章來作為工具獲得行動的目標。人們用這種閱讀方式閱讀菜譜、食譜、指南...等。

（二）用文章來作為規章，把文章所提及的社會行為規範作為對自己的約束力，視為行為標準的指南。

（三）了解情況，獲得信息，注意他人的習慣、觀點，了解他人的情況。

（四）個人的閱讀方式，在很大程度上與情感一致。

（五）啟迪閱讀方式，旨在獲得事實和資料，旨在盡可能客觀地從文章含義中領會及獲知文章所要表達的主題思想。

（六）批判、評價性閱讀方式，是以真理為標的態度，旨在確定文章反映現狀的真實與虛假的程度。

（七）消遣性審美閱讀方式，是透過閱讀得到消遣及審美享受。

（八）診斷性或表現性閱讀方式，旨在通過閱讀從文章中吸取對現實的評判。

（九）根據文章而行動的閱讀方式，體現了讀者對閱讀的行為動機，如引證、發表...等。

也有學者將閱讀分類為下列功能類型（註 27、28）：

（一）思想或教育性閱讀：

以思想教育為目的，通常由有關部門發動屬規模較大的閱讀活動，一般要有良好的讀物為基礎，另外單純性的教育閱讀，多指一種目的性閱讀，主要是培養訓練自己的閱讀能力，如學習外語或母語。

（二）積累性閱讀：

指以積累語言材料和自然、社會知識，以至一切學科知識與文化心理為目標的閱讀，凡閱讀都有積累作用，因此，終生閱讀可作最大的積累性閱讀。

（三）搜集性閱讀：

通常指為搜集某類材料而進行的閱讀，這種閱讀通常是某項學科研究的前奏。

（四）鑑賞性閱讀：

指對文學作品進行鑑別欣賞，一般讀者多以欣賞為主，評價鑑賞能力依讀者個人閱讀程度而定，讀者可在文學作品中視自己的情況（時間或理解程度）作必要的鑑賞分析，此種閱讀可使自己獲得更多的知識，受到更大的薰陶。

（五）評論性閱讀：

指對理論性讀物進形鑑定、評論的閱讀，是一種高層次的閱讀，要求對理論領域要有較高的程度及較厚實的知識基礎。

（六）創造性閱讀：

創造性閱讀是指在理解讀物內容的基礎上提出創見的閱讀，在閱讀過程中，有目的的、主動地激發新思想、新的理論觀點，使閱讀有更積極的成果。

（七）消遣性閱讀：

指在工餘、課外的閒暇時間進行不費力氣、輕鬆自在、隨興所至、以休息消遣為目的的閱讀。消遣性閱讀是人類社會中進行最廣泛的閱讀活動，一般都是自發性的，興趣導向的，因此對於讀物的選擇也比較盲目。

（八）治療性閱讀（註 29）：

透過個別諮商或團體的閱讀治療，由心理諮商員針對每個人不同的需求，選擇適當的圖書作為媒介，讓當事人在閱讀圖書的過程中產生新的認知，並與諮商員一同討論、交流互動，使當事人獲得領悟，進而有效地解決問題。這樣的治療方式可用於不同領域發揮不同的功

用，例如，它可以運用在慢性疾病的心理調適、自尊過低、肥胖的自卑感、人際關係受阻、要求自我實現、減少暴力行為等方面，而適用的年齡層或對象並無特殊限制，只是效果可能會因人、時、地而異。

第二節　閱讀媒介的轉變

網路的發展讓知識的傳遞掙脫了時間與地域的籓籬，當閱讀這件事，不單只經由傳統書籍或紙張這樣的媒介作為傳遞的單一管道時，面對資源與管道劇量爆增而「非書媒介」的多元面向卻無法對等承載的「窘境」之際，整個關乎閱讀問題的思考，便由此開始（註 30）。

一、衝擊對象

閱讀是人們普遍的行為，隨著網路盛行，對於閱讀行為產生很大改變，網路上自由、開放、多媒體特色，改變人們閱讀方式，更使大家重新思考舊有閱讀媒體的價值及新媒體帶來之衝擊，這樣的轉變同時存在於出版界、書店、圖書館及閱讀者。

（一）出版界

由於出版機會增加，促使人們得以”表現自我”為動機地出版作品。不同於以往的經典之作，這些作品所反映的是當代新的知識需求與交流組合的成果（註 31）。

這樣世俗化的發展改變出版的既定模式也改變讀者的閱讀習慣。以往以作者為主導，作者總是不斷的汰選與重複修改其著作，希望造就出登峰造極的閱讀佳作，所以過去的經典作品帶有文化上的傑出性。但是商業性出版品的目標在於暢銷書排行榜的創造，讀者的需要是決定市場的要素。

各種主題、各型式資訊隨商業出版系統做廣佈千里的流傳，同時也迅速更替著，加上其他媒體的發展影響，讀者對閱讀的意義看法完全不同於以往。一個「漫無目的地瀏覽各式文章的習慣終於站穩腳步」的時代來臨了（註 32），也顛覆了傳統出版業者的行銷方式。而出版者的價值鏈亦發生重大的改變，「印刷出版」與「電子出版」發展出二種不同的典範，如表

2-2-1（註 33、34）：

表 2-2-1　出版典範流程

印刷出版典範	電子出版典範
（一）程序 線性程序：編輯→美編→製作→行銷→傳佈	（一）程序 可重覆程序：概念提出→匯集→數位庫存→目標性行銷→整體解決銷售→客製化→電子傳播→客戶/社群使用→回饋→重覆→開始
（二）特質 1. 單向傳播 2. 平穩、可信賴、與可預測 3. 大眾傳播 4. 出版時間延遲	（二）特質 1.合作式 2.雙向傳播 3.縮短周期 4.大量客製化 5.由網路支援印刷媒體

（二）書店

九〇年代的圖書出版產業，圖書出版市場競爭激烈，朝專業化及集團化邁進，科技加速企業的革新，圖書出版產品內容多元化，書籍形式創新，網際網路成為圖書行銷的新通路，24小時的書店開啟新式的閱讀型態（註 35）。例如知名網路書店—博客來網路書店，它分為書籍館、音樂館、百貨館、雜誌館。不僅販賣書籍，還多元化經營。運用網路書店查所需之書籍資料、內容簡介，方便又省時，十分符合現代人的需求；另外，顧客也可透過網路機制來付費購買電子書（註 36）。

（三）圖書館

數位科技與網際網路帶給圖書館許多改變（註 37、38）：

1. 圖書館之間更需要合作。電子出版生態愈來愈複雜，產生許多圖書館聯盟，辦理館際互借與電子資源合作採購，以及向出版社與書商聯合談判電子資源採購簽約。
2. 線上電子期刊大量出現。圖書館遭遇如何維持電子取用與

紙本期刊保存問題。

3. 電子書的閱讀器設備與介面問題標準不一且技術尚在發展。圖書館提供電子書檢索與管理服務仍有問題，此外，電子書典藏與經濟模式尚未形成。
4. 數位音樂、數位影片與各種形式數位資源大量出現。
5. 數位環境高成本。數位館藏比印刷出版本更花成本，資料庫訂費逐年提升，電子出版的新經濟模式與智慧財產權帶給圖書館新問題。
6. 圖書館維護資訊系統與資源時必需兼顧傳統與電子媒體。
7. 圖書館採購電子資源不僅考慮取用資訊，還包括維護技術（含軟體、硬體、人力），以提供使用者。
8. 圖書館徵集電子館藏必須考慮使用者需求與遵守著作權法。

（四）閱讀者

由於電子文件複製、變造極易，也可以改變傳統書寫者和閱讀者分立的情況，一個人可以輕易的在閱讀之餘，修改作品或創造新作品，成為新創作者。而創作流程也不再像以往那樣不易發表，在網路上書寫的成果使人人都有機會成為出版者(註39)，也增加讀者上網閱讀的機會，較明顯例子就是網路連載小說的出現，透過發表於 BBS 或利用不斷轉寄的方式，漸漸改變讀者閱讀的模式。

另外，閱讀者從此可以依照自己的需求，選擇出版品呈現的方式；例如向業者訂購一本書，最終拿到的不一定是一本厚厚的書，它可以是分成數期傳遞的電子郵件或電子報，可以是光碟、特定規格之電子書。也或者什麼都沒有拿到，必須依靠業者所給予的帳號與密碼登錄網站，以閱讀書籍（註 40）。

二、網路時代的閱讀特性：

（一）編輯主體：

網際網路改變了平面媒體以文字鋪陳為主，圖片為輔的編輯方式。多媒體帶給閱讀者更大的感官刺激，也更吸引人們的

目光，多媒體百科全書就是一個例子。

（二）編輯架構：

紙本閱讀時，讀者循著編輯的邏輯依序看下去，可是網路文本編輯架構卻不一定如此。以網路雜誌「word」為例，她沒有一致性的架構，也沒有固定的閱讀方式，每篇文章都像是一個別的創作，初看像是學生習作拼湊在一起，讀者要逐字閱讀，才能看出創作者熟練的技巧。

（三）共同創作：

網路是由一群人去創造、開拓的園地，創造新的閱讀經驗。此外，在網路上不只閱讀，也可以書寫，過去作者與讀者的關係改變了，這使得網路上的文本，沒有所謂的完稿日，因為讀者可以隨時反應意見，使得文本內容每天更新，可使編輯過程更加透明化（註 41）。

（四）先閱讀才出書

痞子蔡網路小說「第一次的親密接觸」的暢銷，改寫了「先出版才有閱讀」的傳統出版模式；一個創作者可以上網發表作品，閱讀者有權利決定這本書要不要出版，即「先閱讀才出書」，作家的誕生，不再操控在出版社少數菁英的決策，而是下放給讀者，數位時代的大眾閱讀習慣將呈現嶄新的風貌，也有無限的發展可能（註 42）。

三、閱讀行為的改變

閱讀行為也會因為電子媒介的出現，而產生一些改變。根據英國「網路咖啡期刊使用者研究計畫」的結果顯示，使用者仍不習慣在電腦螢幕前閱讀，尤其是篇幅較長時（註 43）。美國微軟公司總裁比爾蓋茲（Bill Gates）在 1997 年預測：至少 10 年之內，讀書還是比在電腦螢幕上讀一篇長篇大論的文件來得方便。主要是因為書面為主的書籍、雜誌和報紙仍舊有許多電子文件沒有的優點，例如：書本不但輕巧、印刷精美，而且比個人電腦或其他用來閱讀數位資訊的設備便宜多了（註 44）。

另外，依據民國 87 年「臺灣出版圖書出版市場報告」的調查

結果，喜歡印刷書的受訪者比例為 67.5%，電子書 4.7，兩者皆喜歡為 27.8%，顯示平面出版仍是出版市場的主流。范豪英也從「中華民國 91 年出版年鑑」、「Bowker Annual」及「The 2000-2005 World Outlook for Books」三項資料分析，紙本圖書的出版量在過去 10 年仍在增長，而且極可能在未來的幾年也不會有大幅改變(註 45)。

而各項相關技術不夠成熟，使得網路閱讀談不上舒適，更談不上方便；網路閱讀內容主要還是文字內容的表現，還沒發展出自己特有的內容與設計概念，因此對讀者而言，和閱讀書籍的樂趣與收獲，區別不大；交易環境沒有成熟，創作者的權益難有保障，因而影響到內容創造與設計的意願；配合新型態閱讀所需要的新型態服務，亦未發展成熟（註 46），這些原因都影響到網路閱讀的普及性。

雖然，即使螢幕閱讀對使用者仍存在許多不便之處，但隨著科技發展，電子閱讀挾著其介面的優勢，能夠提供讀者更大的選擇性與互動關係，的確逐漸取代部分傳統媒體，並改變人們的閱讀習慣。再者，這也是突破城鄉與文化差距的一個好方法(註 47)。

然而，改變的不只是閱讀習慣，閱讀方式的轉變，會造成閱讀心理上的轉變，以及對知識接受模式的改變。麥克魯漢名言:「媒介即訊息」，指出閱讀媒介的改變，會對訊息傳播，以及接收模式造成全面性的改變。這當中包括（註 48）:

（一）學習與閱讀模式改變

事實上，網頁瀏覽本身就是一種「閱讀」的行為，參與資訊社會是以閱讀的隱喻進行的。課程與互動網頁結合已是未來必然趨勢，建立學習型虛擬社區，讓網民透過互動動程中，彼此交換心得與經驗，以及共同完成合作計畫，建立集體學習經驗，這也是網路時代最重要的學習模式。

（二）網路文化與數位霸權

面對這些不同文化差異，不同網民閱讀模式自然也就有所不同，能夠從網頁讀到的內容與資訊當然差別就很大。甚至，不同的網民所採取的根本就是不同的閱讀方式。 而不同的閱讀方式，就決定了網民建構自己的虛擬文化所依循的條件，所處

情境不同、條件有異，於是，網民就被分割在不同的數位分隔區塊中，形成了不同的數位次文化。

第三節　　有關青少年及成人閱讀之研究

一、研究論文

民國 83 年，陳珮慈探討成人閱讀行為，發表「成人閱讀之研究—以臺北市立圖書館永春分館讀者為例」，與 10 位成人讀者進行訪談，其結論有：（一）閱讀動機與目的：可歸納為與工作、學習、生活、休閒、心靈等五方面相關之因素。（二）閱讀興趣：受訪者的興趣偏重實用性、資訊性，與生活或工作密切相關的資訊。而且性別也是影響閱讀的一個重要因素。（三）平日閱讀情形：每日閱讀時數以 2 至 3 小時為最多，探討精神層面的書，閱讀人數較少；愈普及的閱讀資料，閱讀的人口也愈多。（四）選擇閱讀資料的考慮因素：以資料的主題內容為主要考慮因素。（五）閱讀資料的來源與使用圖書館館藏的情形：閱讀資料來源以圖書館排行最高，其次是書店，再其次為向親友借閱或自行購買，最後為利用公司的書籍。（六）圖書館館藏與成人閱讀需求：圖書館館藏不能滿足成人的閱讀需求。另外，提出三點建議：（一）針對民眾閱讀需求添購館藏；（二）加強圖書汰舊換新；（三）加強圖書館合作關係（註 49）。

民國 85 年，葉乃靜撰述「公共圖書館使用者閱讀行為之研究—以臺北市立圖書館為例」，以電話訪談方式，訪談臺北市立圖書館 84 年 7 月至 11 月間，圖書借閱排行榜上，借閱量最高的前 50 名讀者，藉以瞭解圖書館使用者的閱讀動機，及閱讀產生的影響。研究發現：（一）公共圖書館使用者借閱圖書資料動機為：1、幫小孩借書；2、休閒、打發時間；3、增長知識；4、滿足興趣；5、獲得資訊；6、生活學習；7、滿足工作的需求。（二）閱讀的影響力包括：1、提升孩子的作文能力；2、瞭解新知；3、培養孩子閱讀習慣；4、充實內涵、淘冶氣質。（三）公共圖書館

使用者獲得閱讀資料的管道：1、書店；2、租書店；3、專門圖書館或國家圖書館；4、廠商；5、自己訂購雜誌。最後針對研究結果予以三點建議：（一）針對使用者的需求加強特色館藏的蒐集、有效的分配圖書經費。（二）瞭解公共圖書館與書店、出版社等傳播管道之關係。（三）受訪者認為臺北市立圖書館應改善之處：1、加強圖書歸還後，是否有遭破壞之檢查；2、過濾圖書內容之品質；3、加強圖書採購的量；4、加強新書上架速度；5、加強圖書館員服務態度；6、加強圖書汰舊換新；7、加強書架整理；8、成立社區書報中心（註 50）。

民國 87 年，王峻翊等發表一篇「傳統書與電子書閱讀者之閱讀動機、閱讀行為及市場佔有率之研究」，以現任就讀大學學生為主，隨機抽樣當面訪談的問卷調查方式。研究得知：（一）傳統書與電子書閱讀者雖然在閱讀種類、閱讀地點、閱讀時間上並無相去太大的差別，但在閱讀頻率方面仍以傳統書籍為主。（二）一般使用者之閱讀動機，傳統書閱讀者為追求新資訊，電子書閱讀者則是追求休閒娛樂。（三）傳統書與電子書閱讀者選擇書籍之後能滿足的部分是不同的（註 51）。

民國 88 年，希臘圖書中心（National Book Centre）發表一篇「希臘人民的閱讀行為調查（Greek Survey on Reading Behaviour）」，在民國 87 年 11 月至隔年 1 月，共計 3 個月期間，以面對面發放問卷的方式，隨機針對全希臘 3,800 餘位 15 歲以上居民進行調查。研究問題包括：在過去一年中是否曾閱讀過任何一本書？偏好的書籍類別？每週或每天閱讀的時間？買書的場所？書籍的價值？影響閱讀的因素？從研究中發現，希臘人民在過去一年內有閱讀經驗的將近 4 成，其中閱讀超過 10 本以上的比例不到 1 成，而學歷的高低比年齡或性別的影響大（註 52）。

民國 91 年，黃詩騰、劉志春、劉姿君共同發表一篇「從閱讀習慣看電子報的接受度—以文化大學印傳系學生為例」，以問卷調查的方式瞭解不同的人口變項，對於閱讀電子報是否有差異。研究結論為：（一）不管是閱讀電子報或傳統報紙，閱讀上的舒適性與方便性，對讀者仍是重要的考量因素。（二）性別對

於閱讀電子報的視覺印象有顯著差異，這樣的結果與女生上網瀏覽電子報頻率較高有關。(三)年級對於閱讀電子報之閱讀屬性，並無顯著差異。(四)視覺印象與閱讀型態達到中度相關(註 53)。

民國 91 年，張鈿富與林淑萍共同撰述一篇「成人閱讀素養內涵與相關研究」，以文獻分析方式，針對「成人閱讀素養」該如何評斷，閱讀素養應具備哪些內涵才切合生活需要？國家應培養人民具備哪些基本的閱讀素養？以先進國家目前在成人閱讀素養所進行的研究及主要內涵為主，做一簡要的探討（註 54)。

民國 92 年，林珊如發表一篇「大學教師網路閱讀行為之初探」，以文獻分析與深度訪談來自 5 所大學 6 個院系的 24 位大學教師，探討其網路閱讀環境、網路閱讀行為、網路閱讀與媒體特性、以及網路閱讀之影響等四個層面現象，研究結論：(一）就研究中之大學教師而言，網路閱讀行為主要有三種類型：1、市場決定論：例如想知道別人意見看法或其他學者的對特定主題的意見與想法，因網路有此類內容的多元觀點，也最方便省時，則上網閱讀。2、科技決定論：如經常閱讀轉寄來的笑話或文章，這種閱讀行為若透過傳統媒體如郵寄信件是不易發生的。3、需求決定論：有些專業電子報或電子期刊，只有電子版本，有需求就必須上網閱讀（註 55)。

二、調查報告

香港青年事務委員會於民國 87 年曾透過面談形式，訪問 1,208 個年齡介於 12 至 14 歲的青少年使用媒介的習慣。根據統計結果，被訪者在周日的平均空餘時間為 3.9 小時，當中大部份花在媒介活動上。大部份年青人每日花 2 至 3 小時看電視，部份花約 2 小時使用電腦，其他亦花費數小時玩電子遊戲、聽流行音樂或聽收音機等，或花費 45 分鐘看報紙，亦經常觀看電腦光碟、影碟及數碼光碟等；每個月會讀少量雜誌及課外書，偶爾還會至戲院看戲及閱讀漫畫書。另外，對於不同年齡、性別的被訪者，對媒介使用習慣略有不同。一般而言，男性被訪者偏好使用電子遊戲、閱讀漫畫及報紙；女性被訪者較喜歡閱讀雜誌及看電影。

年紀較輕的被訪者愛花時間看電視及課外書，年齡較長的被訪者則多花時間在電腦、聽收音樂、看影像光碟、閱報及看電影等（註56）。

民國 89 年，行政院文化建設委員會採用電話調查訪問方式，針對臺灣地區 15 歲以上民眾進行「圖書雜誌消費者閱讀習慣與消費行為調查」，調查總結如下：（一）閱讀習慣：1、閱讀頻率：閱讀圖書與雜誌部分都以「不看或幾乎不看最高」。2、閱讀時間：在閱讀人口中，以每天花費「不到 30 分鐘」比例最高。3、閱讀地點：表示習慣於家中客、餐廳閱讀者較高。（二）消費習慣：1、就購買行為：有 48.83%的受訪者在最近半年購買圖書（雜誌），而未購買原因多表示為「沒想過要買」及「沒時間」；2、購買數量：圖書部分，半年內購買 3 本最多，金額大約在 1,000 以下，雜誌部分則平均購買 1.21 本，平均花費 244.11 元。3、購買原因：兩者皆以「為自己閱讀用」而購買比例最高，且主要原因為「休閒娛樂」。4、男女於購買圖書類型有些許差異性：男生顯然比較偏好電腦類（註 57）。

民國 90 年，美國教育部的國家教育統計中心（National Center for Education Statistics），曾就教育概況列出多項評比指標。文中提及，在民國 88 年一項針對成人（25 歲以上）閱讀習慣與媒體使用調查顯示，一半以上的民眾有定期閱讀的習慣（一星期至少閱讀一次報紙、雜誌，及半年內看過一本書）。女性閱讀習慣較為規律，在喜好型式上也有所不同，男生較常看報紙，女生則較偏好書籍。另外，教育程度與閱讀習慣呈現正向相關，擁有學士學位的民眾會固定閱讀的比例較高中學歷以下的民眾多了 3 倍之多（註 58）。

民國 90 年，Net and Books 與臺灣閱讀協會共同主辦一次針對臺灣都會地區（臺北、臺中、高雄）閱讀習慣的大規模科學化調查，依據 20 歲以上人口之比例進行分層隨機抽樣。調查結果發現：（一）不讀書的人口，將近 4 成：三大都會裡，最近一個月沒有讀過一本書的人口，有 37.7%。在讀書人口中，平均每天閱讀的時間是 1.90 小時。（二）6 成以上的人不使用網路，PDA 的

使用率只有 3.5%。使用網路人口中，每天平均上網時間為 1.92 小時。（三）閱讀面向集中：十分集中於文學、休閒、投資理財、勵志/傳記、電腦/資訊等五大類別。（四）男女的閱讀行為差距太大：臺灣男人的閱讀習慣前 3 名是電腦資訊、投資理財、休閒小說，實用性強；女人的前 3 名則為文學、休閒小說、醫療/心理。顯示兩者在自我期望、閱讀需求與心靈上，有相當大的差距。（五）閱讀動機主要為了興趣：此項比例遠高於「工作/課業上的需要」與「流行話題」。學生階層因為「無聊/打發時間」的因素而閱讀的比例，甚至比其他職業階層更多（註 59）。

民國 91 年，天下雜誌採分層隨機抽樣法，針對全國 20 歲以上的國民進行「全民閱讀大調查」，調查結果：（一）休閒寧可看電視：臺灣人平均每週花在閱讀的時間為 7.5 小時；有 34%的民眾，每年買書費用不到臺幣 1 仟元；民眾休閒活動第 1 選擇是「看電視」，第 4 選擇才是看書；女生比男性愛看書（二）臺北市民眾看書的數量為全臺之冠，平均為 3.3 本。（三）閱讀的樂趣有六成民眾認為是為了「增廣見聞」；（四）喜愛的書籍集中於休閒、生活類，其次是理財、管理類書籍。（五）公共圖書館利用率不高：從閱讀書的來源，有 58.2%的人到書店買書，11.8%到圖書館看書或借書。有 7 成以上的民眾很少使用圖書館，其中，4 成民眾是「幾乎不使用」（註 60）。

中國出版科學研究所分別於 1999、2001、2003 年進行 3 次有關中國國民閱讀與購買傾向的現狀與變化趨勢調查，2004 年版的《全國國民閱讀與購買傾向抽樣調查報告》嚴格按照科學的多層抽樣方法，選取了不同規模、不同區域的 20 個地區的城市及農村，採取入戶調查方式，取得了 6000 多個有效樣本、300 萬組調查數據。調查範圍全面覆蓋了圖書、雜誌、報紙、音像、電子出版物、網絡等出版門類，分析比較國民的閱讀目的、閱讀興趣、閱讀偏好、購買行為，以及各類出版物市場容量…等，並對近期圖書市場的發展趨勢進行了預測（註 61）。在調查結果中顯現，”以消遣為閱讀目的”、“讀書看報自己掏錢”、“購買盜版人數居高不下”等一系列現象成為普遍特徵（註 62）。2003 年全國

國民圖書閱讀率為 51.7%，比 1998 年下降了 8.7 個百分點。綜合三屆調查的結果還發現，中國國民中有日常讀書習慣的讀者僅佔 5%。在基本不讀書的人群當中，選擇”沒有時間讀書”的人佔 50.6%，其中有 32.3%的人是因為”工作學習太緊張”而沒有去讀書（註 63）。

第四節　　出版與閱讀

「出版」作為文化傳承的一項事業，它不僅記錄了人類歷史的點滴經歷，也見證著時代更迭的完整面貌。出版的趨勢變化，更直接、間接呈現了文化現象：有什麼樣出版品，即代表當時該社會群眾的文化水平及閱讀需求（註 64）。而出版與閱讀之關係在於生產端與消費端所產生之互動，一般而言，這種互動關係建立於雙方汲取商業利益及文化知識之需求上。其中究竟哪一方居於優勢而具主導地位？答案應該頗為一致但卻顯矛盾，那便是出版社可以透過選題、出版、發行而提供產品，甚至企圖引導讀者群的共同議題，營造出熱門時尚；然而，在另一端，消費者卻是根據自己的知識需求，不論從眾心理或自主意識強者，皆在信息紛陳的書種中挑選所愛，兩者共同營造書市景況（註 65）。這樣的關係複雜難解，爰此，本節由圖書出版狀況、書店暢銷書及圖書館借閱排行榜觀察閱讀之現象。

一、圖書出版狀況

根據行政院新聞局統計各縣市政府及經濟部商業司之出版社家數資料，至 2002 年底共計有 6,023 家出版社，其中以臺北市最多，比例高達 60.93%。平均每年每人可分配到 16.77 本新書，就臺灣現有人口數來看，可說是出版社眾多且新書出版量高（註 66）。

進一步分析出版類別，從行政院文化建設委員會於民國 86 及 89 年委託臺北市出版同業公會辦理「臺灣圖書出版市場研究報告」，完成「中華民國 87 年（1997）臺灣圖書出版

市場研究報告」及「中華民國 88 年（1999）臺灣圖書出版市場研究報告」；於民國 90 託中國圖書館學會完成「中華民國 89 灣圖書雜誌出版市場研究報告」，行政院新聞局於民國 92 華徵信所公布「圖書出版產業調查研究報告」中，整理出歷年來出版類別如表 2-4-1：

表 2-4-1 1997、1999、2000 及 2002 出版的圖書類別前 10 名（註 67、68、69）

名次	1997	1999	2000	2002
1	宗教哲學類	趣味休閒旅遊	文學類	漫畫書
2	教科參考書	宗教哲學類	工商企管與財經	兒童讀物
3	趣味休閒旅遊	文學類	漫畫書	小說
4	自然應用科學	教科參考書	醫學家政	考試用書
5	文學類	自然應用科學類	中小學教科書/考試用書	語言類
6	童話名著類	工商企管/經濟商學	兒童讀物	教科書
7	社會科學類	童話名著類	宗教類	電腦資訊科學
8	工商企管/經濟商學	視聽書	社會科學類	宗教類
9	視聽書	中外史地類	應用科學類	文學類
10	中外史地類	社會科學類	語言類	心理勵志類

註：1、1998、2001 年因無任何官方單位進行出版產業的產業調查或是以任何相同調查基礎所做的產業報告，因此缺 1998、2001 年之資料。

2、由於各單位所做調查時之分類及定義不盡相同，例如：1997 是依據「中國圖書分類編目」簡表分類，為便於比較，本

表 1997 年資料部分採用與 1999 年相同之類別，其餘則依樣摘錄。

3、出版之數量以種數為單位。

從上表可發現以下二點：

（一） 教科書/考試用書市場比例居高不下：

由於目前教育制度讓學生壓力增大，因此與輔教業或教學內容相關的書本銷售將會有所成長，對出版教科書或參考書之業者較有利。再者，青少年心理輔導鄉土教材帶動臺語教材、背唐詩、習論語帶動相關書籍的銷售成長（註 70）。

（二） 多元書種不斷出現：

隨著讀者的分眾化，許多專業性圖書都紛紛出現，由於風氣開放，較不受意識型態限制，臺灣出版的書籍不管是封面、標題與內容都較具創意性與多樣化。

二、書店暢銷書

閱讀資訊（包括連鎖書店、網路書店、發行商、圖書館、出版社與報紙）的公布及刊載，以及經由平面與廣電媒體的宣傳評介，熱門話題書訊就成為大多數人閱讀的指標。在這當中，雖然包含不少好書推介項目，但真正影響閱讀時尚的書籍，一般咸信仍為書市暢銷書排行榜屬之。

全國較大規模的「金石堂」、「誠品」等連鎖書店對許多讀者而言，或許就是「購書」與「閱讀」的代名詞。對某些讀者而言，排行榜書單是其買書的重要依據，就像到了連鎖超級市場，跟著每日特價品、排行榜名次購買些飲食，就成為他們最聰明又最便利的習慣（註 71）。因此，臺灣暢銷書排行榜自從由金石堂引進後，對書市的發展潮流與影響具有一定的指標意義（註 72），連帶影響其他書商紛起效尤。

在國外已有 Publishing Weekly 或 New York Times Book Review 針對全國各大書店暢銷排行榜整理出跨越書商/出版商之全國統合數據。但可惜的是，類似這樣的數據，在臺灣仍相當缺

乏（註 73）。因此，在暢銷書的市場分析上，擬以金石堂「長銷書 Top100」與「新書銷售 Top100」來作取樣並加以分析，並透過誠品書店所公布 2003 年度銷售超過 100 本的書種（以下簡稱上榜書種）類別與「單一書籍排行榜 TOP20」，約略瞭解消費市場的閱讀情況來反映趨勢（如表 2-4-2、2-4-3 及 2-4-4）。

（一）金石堂書店暢銷書排行榜（註 74）

1.長銷書：

1） 部分類別仍舊持續熱賣：如「影視相關書」有 13 種、「企管書」有 8 種、「網路小說」有 7 種、「英語學習書」有 6 種、「投資理財」有 4 種、「奇幻小說」有 10 種。

2） 「開運及命理書」受歡迎：或許是景氣不佳，也或許是電視開運節目眾多，捧紅了數位命理老師，凡這些老師一出書，很少有不賣的。

2.新書暢銷書：

1） 「影視相關書」紅透半邊天：這類書籍在「新書 Top100」中足足占了五分之一，像是明星寫真書：＜ 我討厭王仁甫＞、＜Energy 發電＞...等；明星美容保養書：賈永婕的＜魔鬼佳人 72 變＞...等；熱門節目相關書：此類以電視偶像劇為大宗，如＜薔薇之戀＞、＜舞動奇蹟＞、＜生活智慧王（2）＞...等。

2） 「女性成長書」巾幗不讓鬚眉：近來女性書已由食譜或兩性關係走向女性勵志書及理財書，像是＜女人要過好日子＞、＜一本女人寫給女人的理財書＞...等。

3） 「話題書」受囑目：因人物或內容本身之豐富性，加上媒體的推波助瀾，而使得這些書籍發燒，例如：＜哈利波特系列＞、＜西藏慾經＞、希拉蕊自傳＜活出歷史：希拉蕊回憶錄＞、＜我的心遺留在愛情海＞...等。

4） 「英語學習書」、「投資理財」、「網路小說」仍是「新書 Top100」的大多數，但「企管書」卻只有 4 種，不若以往熱絡。

表 2-4-2　金石堂 2003 年度銷售排行榜前 15 名

名次	長銷書排行榜	新書排行榜
1	從A到A^{+}	哈利波特（5）：鳳凰令的密令
2	無毒一身輕	執行力 EXECUTION
3	我的天才夢	鄭弘儀教你投資致富
4	人就這麼一輩子	危險心靈
5	英語直通車全集	幸福人的座右銘
6	孫子兵法：世界第一兵書	一本女人寫給女人的理財書
7	富爸爸· 窮爸爸	生活智慧王（2）
8	聽老闆的，就錯了	你轉身，我下樓
9	鰻魚的願望	做個好命女
10	第 8 號當鋪	創造自己的價值
11	御風而上	贏在影響力
12	地下血道：向達倫大冒險（3）	薔薇之戀（小說）
13	誰搬走了我的乳酪	B 棟 11 樓
14	夜玫瑰	從開始到現在：藤井樹短篇作品集
15	牛爾的美容書	西街少年 Comic Book（1）

註：1、長銷書排行榜之資料不含 2003 年出版之新書

2、新書排行榜之資料僅限 2003 年出版之新書

（二）誠品書店上榜書種與單一書籍排行榜

誠品書店 2003 年度在店中文圖書，不分新書（2002 年 12 月至 2003 年 11 月間）或舊書，有 13,427 種上榜書種，佔全數的 11.97%，依自行分類之類別分析上榜書種，其排名順序為：生活＞文學＞親子＞學習＞人文＞商業＞藝術＞科學自然，詳細種數與佔比如下表（註 75）。

表 2-4-3 誠品書店 2002 年 12 月至 2003 年 11 月上榜書種類別

類別	種數	所佔比例
生活	3,495	26.03%
文學	2,418	18.01%
親子	1,727	12.86%
學習	1,664	12.39%
人文	1,605	11.95%
商業	1,227	9.14%
藝術	775	5.77%
科學自然	516	3.84%
總和	13,427	100%

從表 2-4-3 中可以得知，誠品書店讀者需求最殷切的是生活類的書種，筆數超過四分之一，最少見是科學自然類，佔比還不到 5%。這個情況一方面反映了誠品讀者的閱讀需求，某種程度其實也反映了臺灣的出版生態（註 76）。

另外，就單一書籍排行榜 TOP20 觀之，在八大類的分布為文學類 7 種、人文類 1 種、商業類 8 種、生活類 3 種、親子類 1 種；藝術類、學習類和科學自然類三類未能進入 TOP20 排行榜。而在 2003 年度出版新書有 9 種，非 2003 年度出版者則有 11 種，書名如表 2-4-4 所列（註 77）：

表 2-4-4 誠品書店單一書籍排行榜 TOP20

名次	書名	出版日	類別
1	哈利波特（5）：鳳凰令的密令	92 年 9 月	親子
2	執行力	92 年 1 月	商業
3	從A到A^{+}	91 年 8 月	商業
4	鄭弘儀教你投資致富	92 年 9 月	商業
5	危險心靈	92 年 6 月	文學
6	海邊的卡夫卡（上）	92 年 2 月	文學
7	西藏慾經	92 年 3 月	人文
名次	書名	出版日	類別

8	海邊的卡夫卡（下）	92 年 2 月	文學
9	布瓜的世界（平裝）	91 年 9 月	文學
10	下一個社會	91 年 9 月	商業
11	我的天才夢	91 年 6 月	文學
12	發現我的天才	91 年 6 月	商業
13	無毒一身輕	91 年 11 月	生活
14	BEAUTY 102	91 年 11 月	生活
15	你們我們他們（平裝）	92 年 6 月	文學
16	御風而上	92 年 6 月	商業
17	孽子	86 年 1 月	文學
18	誰搬走了我的乳酪	88 年 4 月	商業
19	中華聯邦	92 年 1 月	商業
20	牛爾的美容書 2 全面保養 DIY	91 年 11 月	生活

就金石堂書店及誠品書店兩大連鎖書店的銷售排行榜予以分析，可以發現在 2003 年部分頂尖暢銷書，例如：＜哈利波特（5）：鳳凰令的密令＞、＜執行力＞、＜從A到A^{+}＞、＜鄭弘儀教你投資致富＞、＜危險心靈＞，在兩家書店的銷售均名列前矛，但有一部分圖書是沒有重疊的，顯示兩者的讀者需求略有差異或兩家銷售策略不同；商業類及文學類書籍根據以上資料觀察屬於兼具熱銷及長銷型的圖書類別。

三、圖書館借閱情形

圖書館是圖書消費的另一種場所，差別只在於它是免費的，圖書館的借閱類別紀錄，或多或少也可反映出社會大眾的閱讀行為。就臺北市立圖書館統計資料顯示（註 78、79），92 年借閱圖書的讀者人次雖然因為 SARS 的緣故，由 91 年的 1,749,891 人次小幅下降到了 1,736,598 人次，卻仍比 90 年的 1,671,561 人次成長，顯示仍有一定比例民眾是習慣到圖書館借閱書籍的。

而從 91 及 92 年所統計出的「一般圖書熱門排行榜」（如表

2-4-5）中發現這兩年變動不大：以武俠小說、偵探小說、歷史小說及漫畫較受歡迎。其他成人圖書如＜城邦暴力團＞、＜跟小小孩說英文＞、＜魔戒＞、＜最後十四堂星期二的課＞、＜讓高牆倒下吧＞、＜我只能為你畫一張小卡片＞、＜靈山＞、＜御風而上：嚴長壽談視野與溝通＞、＜青少年的四個大夢＞、＜雞婆醫生：臺北醫生故事＞、＜活出自己的智慧＞...等，都有很高的借閱率。

表 2-4-5 臺北市立圖書館 91 及 92 年一般圖書熱門借閱排行榜

名次	91 年	92 年
1	名偵探柯南	名偵探柯南
2	大唐雙龍傳	大唐雙龍傳
3	尋秦記	封神演義
4	新絕代雙驕	新絕代雙驕
5	天龍八部	尋秦記
6	鹿鼎記	天龍八部
7	紫青雙劍錄	城邦暴力團
8	神雕俠侶	鹿鼎記
9	天香	神雕俠侶
10	射雕英雄傳	射雕英雄傳
11	笑傲江湖	笑傲江湖
12	倚天屠龍記	倚天屠龍記
13	城邦暴力團	大旗英雄傳
14	大旗英雄傳	明日的王樣
15	驃騎	天香飆風

由「外借圖書分類借閱率之排行榜」之資料也發現，兒童圖書、文學與應用科學類是比例最高之前 3 名，而第 2 名文學的借閱冊數高於第 3 名的有 2 倍之多，顯示文學的確是讀者到圖書館借閱書籍最多的類別（如表 2-4-6）。

表 2-4-6 臺北市立圖書館 91 及 92 年外借圖書分類借閱率排行榜

	91 年		92 年	
名次	類別	外借冊數	類別	外借冊數
1	兒童圖書	1,974,143	兒童圖書	2,051,144
2	文學	1,348,515	文學	1,215,044
3	應用科學	508,778	應用科學	510,722
4	期刊	472,120	期刊	479,645
5	美術	461,804	美術	465,913
6	社會科學	367,250	社會科學	335,348
7	自然科學	221,023	自然科學	210,393
8	外國史地	196,224	外國史地	188,088
9	哲學	175,160	哲學	164,976
10	中國史地	138,980	中國史地	132,258
11	宗教	90,880	宗教	123,936
12	外文圖書	82,942	外文圖書	84,058
13	總類	27,016	總類	25,152

每個統計或調查，其採用分類或定義不盡相同，例如：圖書館用的是中國圖書分類法，而金石堂僅區分文學與非文學類，出版業採用的出版圖書類別又是另一套分法，然而根據以上現況，綜合歸納四點觀察：

（一）文學類圖書仍佔大宗

有人認為現今文學市場已慢慢式微，但其實文學一直是書店陳列的重要書籍類別，只是現在分枝更細，巨著較為難得。例如：因應國際化，多語文市場也漸漸打開，翻譯小說近來數量增多，例如：知名的＜哈利波特＞、＜魔戒＞系列；網路小說從作者在網路上隨筆，進而出書、拍電視劇時有所聞。整體來講，輕文學仍是出版及銷售大宗（註 80）。

（二）漫畫相當受到歡迎

有研究表明，人們讀圖和讀書時大腦進行的資訊加工過程不同，文字是高度凝練的，處理起來比較複雜，處理過程中會

調動更多的大腦潛能，而對圖片處理只是簡單的資訊加工過程。人們習慣於電視畫面的直觀、動態，這勢必對人們的閱讀習慣產生影響，因此人們喜歡讀圖也就不足為奇了。從近年來臺北國際書展漫畫書區總是人山人海就不難發現漫畫族群的龐大。從＜小叮噹＞大家延續至今的兒時回憶、＜名偵探柯南＞充滿懸疑的推理邏輯、＜阿貴＞溫馨親子互動、＜訐譙龍＞插科打諢的逗趣及辛辣的批判，再再吸引大批漫畫迷，同時也持續帶動漫畫人口之增長。

（三）實用性圖書成為大眾之選擇

過去半世紀以來，出版的數量及主題範圍在各地都有相當的擴張，但大部分的內容都已朝向實用性或操作性。大眾閱讀以直接受到利益而非創造性的理念主導（註 81、82）。像是理財、語言學習、身心成長、休閒類圖書近來都大行其道。休閒類圖書在 2002 年的調查中更是大眾之普選，平均每種銷售冊數最高（註 83）。這樣結果反映出社會的變遷，例如：電動玩具帶動遊戲書的興起、週休二日炒熱了紅酒、咖啡、旅遊景點、地圖等出版品、才藝班帶動鋼琴、美術、工藝等圖書之成長。

（四）圖文書逐漸流行

＜我的野生動物朋友＞和以＜向左走向右走＞為代表的”幾米系列”受到注目，反映了圖文書流行的趨勢。無獨有偶的，誠品網路書店也於民國 91 年正式成立「圖文店」，成為繼嬉獨店、哈利波特魔法舖、古書店等專門店之後的第 4 家專門店（註 84）。針對這樣的現象，北京大學社會學系夏學鑾教授認為，對於認知能力有限的孩子來說，讀圖文書有利於他們理解並吸收知識，但是對於成人而言，圖文書中的語言只是一種“小語言”，不一定能傳遞有效的知識，但在一定程度上卻可以緩解人們的緊張和焦慮。圖文書的暢銷，雖然就某種程度來說，人們從中獲得的知識是不系統、不完整的（註 85），但卻也體現了後現代文化對於知識的一種解構。

註釋

註 1：OECD,” Literacy Skill for the Knowledge Society：Further Results from the International Adult Literacy Survey.” ＜http://www.oecd.org/edu/adultlearning＞（17 February 2004）.

註 2：洪材章、錢道源、黃滄海主編，閱讀學（廣東省：廣東教育出版社，民國 81 年），頁 1-2。

註 3：阿爾維托・曼古埃爾著，閱讀地圖：一部人類閱讀的歷史（臺北市：臺灣商務，民國 88），頁 56。

註 4：黃明月，「我國空中大學學生閱讀策略之研究」，社會教育學刊 22 期（民國 82 年）：頁 168。

註 5：曾祥芹、韓雪屏主編，閱讀學原理（河南省：河南教育出版社，民國 81 年），頁 2。

註 6：陳明來，「臺北市公立國中生課外閱讀行為之研究」（國立政治大學圖書資訊研究所，碩士論文，民國 90 年），頁 7。

註 7：陳怡華，「國小學生家庭環境、閱讀動機與國語科學業成就之關係研究」（國立高雄師範大學教育學系，碩士論文，民國 90 年），頁 44。

註 8：邱美秀、林清山，「高中生閱讀兩難故事的工作記憶因果推論歷程研究」，教育心理學報29 期（民國 86 年 9 月）：頁 262。

註 9：阿草，「小小閱讀書城開幕典禮」 ＜http://www.hkedcity.net/article/cultural_feature/ readingland/index.phtml?print=1＞（2004 年 1 月 27 日）

註 10：林建平，「國小學童的閱讀動機、理解策略與閱讀成就之相關研究」，臺北市立師範學院學報26 期（民國 84 年）：頁 267-294。

註 11：楊曉雯，「高中生閱讀行為之研究：以臺北市立建國中學學生為例」（淡江大學教育資料研究所，碩士論文，民國 85 年），頁 12。

註 12 ：Douglas Waples, Bernard Berelson and Franklyn R.Bradshaw, What Reading does to People：a Summary of Evidence on the

Social Effects of Reading and a Statement of Problems for Research（Chicago：University of Chicago Press,1940）,92-98.

註 13：陳珮慈，「成人閱讀之研究—以臺北市立圖書館永春分館讀者為例」，圖書與資訊學刊 18 期（民國 85 年 8 月）：頁 45。

註 14：Henry A. Bumman,” Reading,”in The World Book Encyclopedia, Chicago : World Book,1990）,109.

註 15：蘇蘅，「青少年閱讀漫畫動機與行為之研究」新聞學研究第 48 集（民國 83 年 1 月）：頁 129-130。

註 16：吳紹群，「公共圖書館館藏發展的再思考」，在書苑季刊46 期＜http://public.ptl.edu.tw/publish/suyan/46/1.htm＞（2004 年 3 月 2 日）。

註 17：楊大春，解構理論（臺北市：揚智文化，民 83 年），頁 79。

註 18：林珊如，「休閒閱讀找書策略及影響選書因素之探討：以臺大 BBS Books版愛書人為例」，資訊傳播與圖書館學8 卷 2 期（民國 90 年 12 月）：頁 29-33。

註 19：同註 13，頁 46-48。

註 20：同註 6，頁 35-39。

註 21：嚴媚玲，「大學生的閱讀活動與其管道之研究」（淡江大學教育資料科學學系碩士班，碩士論文，民國 88 年 6 月），頁 27-30。

註 22：同註 13，頁 47。

註 23：George F. McEvoy, and Vincent,Cythia S,,”Who Reads and Why？,”Journal of Communication 30（winter 1980）：160-161.

註 24：Linda Lucas,”Reading Interests,Life Interests, and Life-style,”Public Library Quarterly 3（winter,1982）：15.

註 25：同註 11，頁 28。

註 26： John Y. Cole ed,Book in Our Future：Perspectives and Proposals（Washington：Library of Congress,1987）,99.

註 27：同註 2，頁 1。

註 28：孟昭晉，書評概論（南京市：南京大學出版社，民國 83 年），頁 126-128。

註 29： 郭羿婕，「閱讀原來可以是一種治療」，

＜http://vita.fju.edu.tw/ShowNewsDetail.asp？no=2003514125654＞（2004 年 2 月 18 日）

註 30：誠品書店，「世界正在讀什麼」，＜http://www.eslitebooks.com/exhibition/book/read/index.shtml＞（2004 年 1 月 27 日）

註 31：KJ. Mcgarry, Communication Knowledge and the Librarian（London：Clive Bingly）,117.

註 32：楊曉雯，「由書媒體探討當代閱讀的意義」，國立中央圖書館臺灣分館館刊3 卷 3 期（民國 86 年 3 月）：頁 58。

註 33：Ann Marion and Elizabeth H. Hacking, “Educational Publishing and the World Wide Web Retrieved” ＜http://www-jime.open.ac.uk/98/2/marion-98-2-paper.html＞（27 January 2004）.

註 34：王梅玲，「從學術出版的變遷探討學者、出版者與圖書館的角色」，國家圖書館館刊92 年第 1 期（民國 92 年 4 月）：頁 75。

註 35：廖梅馨，「圖書出版產業類型之探析」（中國文化大學新聞研究所，碩士論文，民國 88 年）（http://192.192.58.195/cgi-bin/theabs/1/flyweb.cgi？p=53570&I=135904&t=656&o=v11）（2004 年 1 月 29 日）

註 36：鄭茂禎，「網路閱讀及其衍生問題」，＜http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/29/29-08.htm＞（2004 年 2 月 18 日）

註 37：Committee on Information Technology Strategy for the Library of Congress ,LC21：Digital Strategy for the Library of Congress Executive Summary（Washington ,D.C.：National Academy Press,2001）＜http://book.nap.edu/html/lc21/es.html＞（27 January 2004）.

註 38：同註 34，頁 86。

註 39：同註 16。

註 40：陳惠娟，「線上出版與線上閱讀」，＜http://www.nhu.edu.tw/~appsoc/e-j/32/32-13.htm＞（2004 年 2

月 17 日）

註 41：葉乃靜，「網路閱讀及其問題」，在全國新書資訊月刊89 年 7 月號 ＜http://isrc.ncl.edu.tw/isbn/frmContent.asp?ID=209&callerpage=/isbn/frmIndex.asp&Year=89&Month=7＞（2004 年 2 月 17 日）。

註 42：陳信元，「數位時代的大眾閱讀習慣」，在全國新書資訊月刊89 年 4 月號 ＜http://isrc.ncl.edu.tw/isbn/frmContent.asp?ID=157&callerpage=/isbn/frmIndex.asp&Year=89&Month=4＞（2004 年 2 月 17 日）。

註 43：陳亞寧，「電子期刊的剖析研究」，資訊傳播與圖書館學6 卷 4 期（民國 89 年 6 月）：25。

註 44：同註 42。

註 45：范豪英，「從中興大學圖書館流通統計檢視閱讀活動」，中國圖書館學會會報71 期（民國 92 年 12 月）：頁 39。

註 46：Net and Books編輯部，「閱讀的風貌」，在閱讀的風貌（臺北市：英屬蓋曼群島網路與書股份有限公司臺灣分公司，民國 90 年），頁 19。

註 47：王洛夫，「科技與閱讀的約會」，師友427 期（民國 92 年 1 月）：頁 81。

註 48：翟本瑞，「網路閱讀與行為模式改變的社會學考察（初探）」＜http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/14/14-3.htm＞（2004 年 2 月 17 日）。

註 49：同註 13，頁 56-57。

註 50：葉乃靜，「公共圖書館使用者閱讀行為之研究：以臺北市立圖書館為例」（臺北市政府員工平時自行研究報告，民國 85 年），頁 92-94。

註 51：王峻翊等，「傳統書與電子書閱讀者之閱讀動機、閱讀行為及市場佔有率之研究」世新印刷學報4 期（民國 87 年 5 月）：頁 62。

註 52：National Book Centre, Greek Survey on Reading Behaviour：Results and Conclusions（Athens：National Book Centre,1999）, 3、5、97-105.

註 53：黃詩騰、劉志春、劉姿君，「從閱讀習慣看電子報的接受度—以文化大學印傳系學生為例」華岡印刷傳播學報33 期（民國 91 年）：頁 103。

註 54：張鈿富、林淑萍，「成人閱讀素養內涵之研究」，教育研究月刊96 期（民國 91 年 4 月）：頁 75。

註 55：林珊如，「大學教師網路閱讀行為之初探」，圖書資訊學刊1 卷 1 期（民國 92 年 6 月）：頁 75、89。

註 56：青年事務委員會，「傳媒對青少年影響研究調查報告書」＜http://www.info.gov.hk/coy/chi/report/media.htm）（2004 年 12 月 3 日＞

註 57：行政院文化建設委員會，「圖書雜誌消費者閱讀習慣與消費行為調查統計分析」，中華民國八十九年臺灣圖書雜誌出版市場研究報告（臺北市：文建會，民國 90），頁 63-91。

註 58：National Center for Education Statistics, ”Adult Literacy Habits and Media Use：Indicator 15”（2001）＜http://Indictor%2015%20%20Adult%20Literacy%20Habits%20and%20Media%20Use.htm＞（15 March 2004）

註 59： Net and Books編輯部，「臺灣都會區閱讀習慣調查」在閱讀的風貌（臺北市：英屬蓋曼群島網路與書股份有限公司臺灣分公司，民國 90 年），頁 57-69。

註 60：李雪莉，「臺灣的閱讀危機」，閱讀：新一代知識革命（臺北市：天下，民 92 年），頁 234-251。

註 61：彭天楚，「閱讀率下降功利性走強 全民閱讀調查現六大特點」＜http://big5.huaxia.com/xw/zh/2004/00270178.html＞（2004 年 12 月 10 日）

註 62：李冰，「國民閱讀調查結果顯示:我國年人均購書 43.67 元」＜http://big5.ce.cn/cysc/cmcb/chuban/200412/13/t20041213_2559527.shtml＞（2004 年 12 月 13 日）

註 63：同註 61。

註 64：KJ. Mcgarry,Communication Knowledge and the Librarian（London：Clive Bingly）,117.

註 65：邱炯友，「出版與閱讀議題下待解的三角習題」，出版界67 期

（民國 92 年 7 月）：頁 38。

註 66：行政院新聞局，「圖書出版業綜合分析」，圖書出版產業調查研究報告＜http://www.tibe.org.tw/new_web.htm＞（2004 年 2 月 25 日）。

註 67：行政院文化建設委員會，「業者經營狀況調查」，中華民國八十八年臺灣圖書出版市場研究報告（臺北市：文建會，民國 89），頁 25。

註 68：行政院文化建設委員會，「圖書雜誌出版社經營狀況與出版類別統計分析」，中華民國八十九年臺灣圖書雜誌出版市場研究報告（臺北市：文建會，民國 90），頁 47-48。

註 69：同註 66。

註 70：同前註。

註 71：傅凌，「六種 28 類種閱讀的獵人」，閱讀的狩獵（臺北市：網路與書，民國 93 年），頁 87。

註 72：同註 66。

註 73：同註 65，頁 39。

註 74：金石堂，出版情報 2004 年特刊（民 93 年 1 月）＜http://www.kingstone.com.tw/publish0401/189_000.asp＞（2004 年 3 月 2 日）

註 75：誠品書店編輯部，「2003 年銷售 100 總體分析」，誠品報告 2003：新競爭時代的閱讀記事.誠品書店 2003 年度中文圖書銷售 100 全記錄（臺北市：誠品，民國 93），頁 8。

註 76：同註 75，頁 14。

註 77：同前註，頁 9。

註 78：臺北市立圖書館，「臺北市立圖書館 91 年度借閱排行榜」，市圖之窗133 期（民國 92 年 2 月），第 2 版。

註 79：臺北市立圖書館，「從北市圖的使用率，看臺北市的閱讀風氣」市圖之窗145 期（民國 93 年 2 月），第 1、2 版。

註 80：同註 74。

註 81：Jesse H Shera, The Foundation of Education for Library（N.Y.：Becker and Hayes,Inc.,1972）,38-39.

註 82：楊曉雯，「由書媒體探討當代閱讀的意義」，國立中央圖書館臺灣分館館刊3 卷 3 期（民 86 年 3 月）：頁 59。

註 83：同註 66。

註 84：于善祿，「2001 年臺灣出版產業重點回顧」，中華民國九十一年出版年鑑（臺北市：新聞局），頁 187。

註 85：李康樂，「成人閱讀進入讀圖時代？」，

＜http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/
news.xinhuanet.com/book/2003-10/21/content_1132679.htm＞
（2004 年 3 月 19 日）

第三章　研究設計與實施

本研究旨在透過文獻分析、專家座談法及問卷調查方式，探討臺北市民閱讀風氣及閱讀型態相關問題，以下分就研究架構、研究工具、調查實施及資料處理說明之。

第一節 研究架構

本研究之研究架構設計如圖 3-1 所示，詳細說明於後：

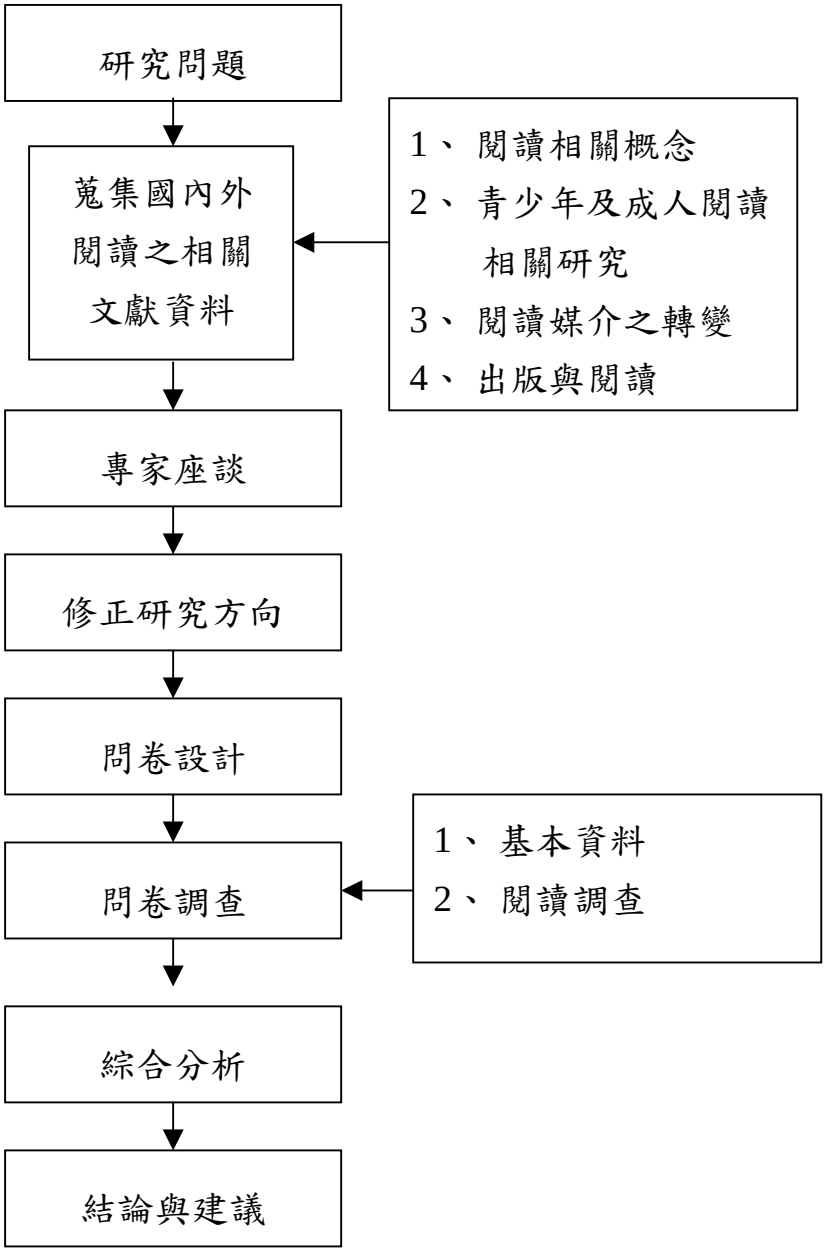


圖 3-1 研究架構圖

一、 制定研究問題與確立研究目的。

二、 蒐集相關文獻。

三、 瞭解國內外專家學者對閱讀之相關概念、探討閱讀媒介之轉變，對閱讀型態之影響、瞭解過去對於青少年及成人閱讀相關之研究及出版與閱讀之關係。

四、 參考文獻資料、專家學者意見及研究目的，設計「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態」調查問卷。

五、 針對臺北市民進行抽樣調查，並利用相關軟體進行統計及分析問卷結果。

六、 歸納研究成果，提出結論與建議。

第二節　研究工具

一、文獻分析法

本研究藉由文獻分析來探索與閱讀相關之研究，以作為研究之理論基礎和概念架構，主要針對下列主題相關文獻資料進行探討：

（一）閱讀的意義、動機、影響因素、類型。

（二）閱讀媒介之轉變對閱讀行為之影響。

（三）青少年及成人閱讀相關之研究。

（四）出版與閱讀風貌之觀察。

二、專家座談法

由於國內外文獻針對閱讀風氣與型態均無一確切之指標，為探尋各方意見，於 93 年 4 月 2 日召開專家學者座談會，會中邀請圖書館界學者：臺灣大學圖書資訊學系林珊如教授、淡江大學資訊與圖書館學系邱炯友副教授，大眾傳播界學者：世新大學公共關係暨廣告學系黃光玉副教授、文化大學資訊傳播研究所魏裕昌副教授，出版業者：中華民國圖書發行協進會王承惠理事長、遠流出版社王榮文董事長出版界學者：臺灣佛光大學文學研究所陳信元副教授、文化大學資訊傳播研究所魏裕昌副教授及長期觀

察閱讀現象之專家：中央大學學習與教學研究所柯華葳教授，針對閱讀風氣及閱讀型態之調查面向、適合本研究之研究方法及問卷內容之編製給予具體性意見。

三、問卷調查法

（一）問卷編製

本研究問卷係參考國內外相關之調查與實證研究、學者專家之建議及研究目的，研擬出問卷題目及選項。研究題目以封閉式為主，並輔以開放性問題，藉以調查臺北市市民閱讀風氣及型態。

（二）問卷內容（詳見附錄一）

本研究問卷內容包含閱讀調查及基本資料二大部份：

1. 閱讀調查：此部分共 16 道題目，主要是瞭解臺北市民之閱讀態度、頻率、動機、時段、來源、類別、因素及網路閱讀狀況。
2. 基本資料：此部分共 6 道題目，針對受訪者之性別、年齡、職業、教育程度、最近一年平均每月收入、居住行政區予以詢問。

（三）調查對象

本研究以年滿 15 歲以上居住於臺北市之市民（不限於設籍在臺北市）為研究母群。

（四）調查時間

於民國 93 年 8 月 11 日（三）至 8 月 13 日（五）進行電話調查工作。調查時間因考量民眾在家時間，為 18：00 至 22：00。

（五）調查方法

本研究運用電話訪問調查法，隨機抽訪臺北地區民眾，並自行於 6 月 20 日至 21 日針對不同年齡、職業、教育程度之臺北市民進行問卷預試，共計 10 位。

本次研究並委由臺北大學選舉研究中心進行電話訪問工作，透過再次討論、前測修正，導入（電腦電話訪問

輔助系統（Computer Assisted Telephone Interview），即CATI 系統）進行電訪。該系統可線上登錄各項問卷內容並可由督導利用主機系統進行監聽及親自巡視，瞭解訪員實際訪問情形，以便即時修正，以避免訪員之誤差而影響訪問結果之正確性，藉以真實呈現臺北市之閱讀風貌。

（六）抽樣設計：

本調查採分層隨機抽樣原則，戶中取樣採「任意成人法」，以接電話之第一人且有表達本項主題能力之條件者為本調查之合格「受訪者」，若該戶訪談不成功或無合格受訪者時，CATI 系統將產生相同區域的替代樣本戶電話，再行撥號，直到訪談成功，可維持樣本的行政區結構不變，確保樣本代表性。

（七）抽樣誤差

本調查進行樣本戶的電話訪問，抽取受訪者直到有效樣本至少達 1,068 人為止，本研究總撥號數為 9,845 通電話，排除非人為因素（住宅答錄機、非住宅電話、暫停使用、無人接聽、電話佔線、停話、空號、電話故障、傳真機）後，實際完成有效問卷 1,073 份，共有拒訪或中止訪問（非住宅電話、無合格受訪者、配額已滿、因受訪者生理或心理障礙，無法進行訪問、語言不通，無法進行訪問、對這個主題沒興趣或不清楚、覺得被侵犯個人隱私反對電話調查、太忙，現在沒時間、原因不明，甚麼都沒說就掛電話、系統自動中止）2,541 份。在九成五信心水準下，本研究全體樣本之最大抽樣誤差在正負 2.99 個百分點以內。

第三節　資料處理

一、專家座談資料整理（詳細會議紀錄詳見附錄二）

（一）閱讀的定義：

建議閱讀之定義以閱讀圖書、報紙、雜誌及透過網路

閱讀圖書、報紙與雜誌，而網路閱讀與影音閱讀當成競爭者，將之與閱讀圖書、報紙、雜誌做比較，並將網路閱讀及閱讀活動一併納入調查。

（二）閱讀風氣可由以下幾個面向來觀察，以反映其閱讀型態：

1. 頻率：時間、地點、金錢的頻率。
2. 普遍性：地點上普遍性、時間上的普遍性及選書上的普遍性。
3. 質：用比較的方式，例如有一筆錢會選擇去買書、看電影或其他休閒活動；旅行時會優先攜帶之物品，用比較方式傳達其閱讀風氣及型態上之不同。

（三）研究對象：

15 歲以上（不含 15 歲，高一以上）並居住於臺北市（設籍或不設籍皆可）之民眾為調查對象。

（四）調查方法：

以問卷電話訪談，分層抽樣方式進行。

（五）問卷內容：

修正部分題目選項文字，並將各題號次序再做清楚區分與安排。

二、問卷內容整理

首先將市民所回答之問卷內容一一編碼，並利用社會科學統計套裝軟體（Statistical Package for the Social Science，簡稱 SPSS for windows 10.0.7C）中文版進行建檔與資料統計分析。再將問卷內容根據次數分配、百分比統計、交叉分析、卡方檢定，瞭解臺北市市民之閱讀情形。

第四章　問卷調查結果分析

本章針對本研究問卷結果予以彙整分析，為達有效分析，分析時僅以有效樣本計算。第一節針對受訪者基本資料加以分析；第二節針對閱讀調查予以分析，並與人口變項進行交叉分析及整理開放性意見。各節內容分別敘述如後：

第一節　受訪者基本資料分析

受訪者之基本資料如下：

一、 性別：由表 4-1-1 及圖 4-1-1 可看出，女性 549 人；男性 524 人。

表 4-1-1 受訪者性別之次數分配表

性別	次數	百分比
女	549	51.2
男	524	48.8
總和	1,073	100

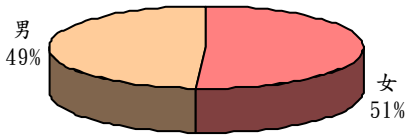


圖 4-1-1 受訪者性別百分比分布圖

二、 年齡：由表 4-1-2 及圖 4-1-2 可看出，受訪者中以「40-44 歲」最多，計 151 人；其次為「15-19 歲」及「25-29 歲」，計 121 人及 119 人。「65-69 歲」之受訪者最少，計 35 人。

表 4-1-2 受訪者年齡之次數分配表

年齡	次數	百分比
40-44 歲	151	14.1
15-19 歲	121	11.3
25-29 歲	119	11.1
50-54 歲	101	9.4
35-39 歲	100	9.3
30-34 歲	98	9.1
20-24 歲	89	8.3
45-49 歲	84	7.8
55-59 歲	66	6.2
60-64 歲	52	4.8
70 歲以上	51	4.8
65-69 歲	35	3.3
拒答	6	0.6
總和	1,073	100

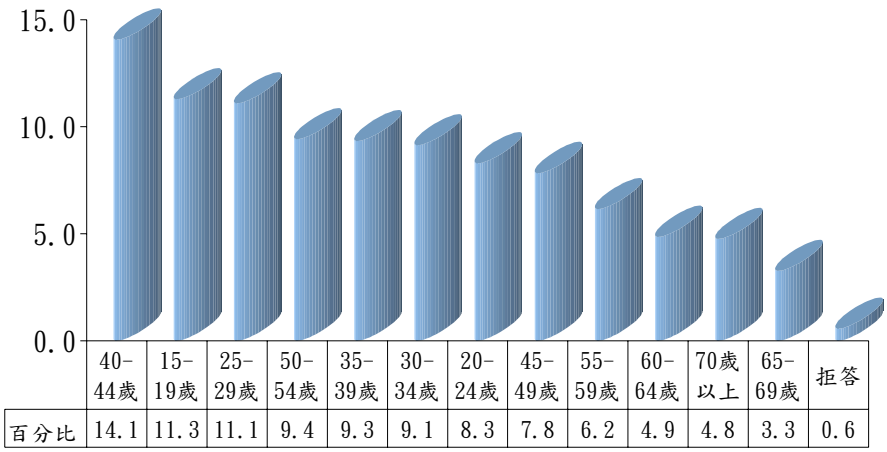


圖 4-1-2 受訪者年齡百分比分布圖

三、職業：表 4-1-3 可看出，受訪者中以「學生」、「商業、金融保險」、「服務業」、「家庭管理」較多，分別有 190、184、174、126 人。從事「農林漁牧」及「軍警」者最少，各僅有 3 人。

表 4-1-3 受訪者職業之次數分配表

職業	次數	百分比
學生	190	17.7
商業、金融保險	184	17.1
服務業	174	16.2

職業	次數	百分比
家庭管理	126	11.7
退休人士	96	8.9
公教	92	8.6
工（礦、製造、水電、營造）業	60	5.6
自由業	51	4.8
電子資訊業	41	3.8
其他	26	2.4
待業中	24	2.2
農林漁牧	3	0.3
軍警	3	0.3
拒答	3	0.3
總和	1,073	100

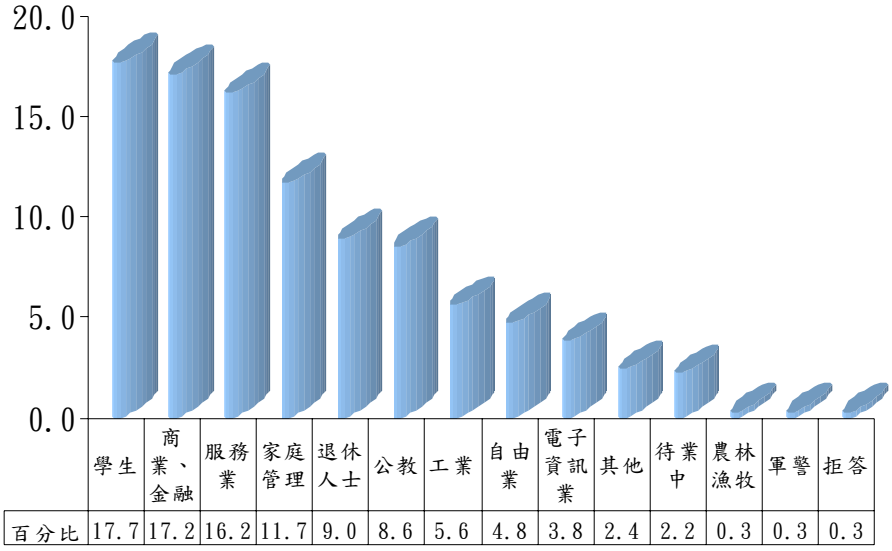


圖 4-1-3 受訪者職業百分比分布圖

三、 教育程度：表 4-1-4 及圖 4-1-4 可看出，受訪者教育程度以「大學或學院」最多，計 378 人；其次為「高中（職）」，計 304 人；再其次為「專科」，計 159 人。其餘各學歷均少於 100 人。

表 4-1-4　受訪者教育程度之次數分配表

教育程度	次數	百分比
大學或學院	378	35.2
高中（職）	304	28.3
專科	159	14.8
研究所以上	85	7.9
國（初）中	82	7.6

教育程度	次數	百分比
國小及以下	54	5.0
拒答	11	1.0
總和	1,073	100

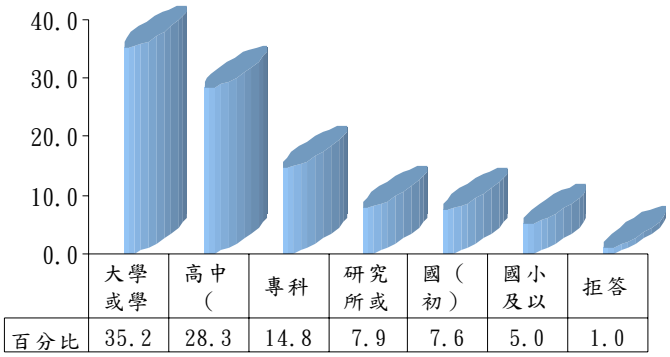


圖 4-1-4 受訪者教育程度百分比分布圖

四、 最近一年平均每月收入（或零用錢）：表 4-1-5 及圖 4-1-5 可看出，受訪者最近一年「沒有收入」者最多，計 215 人，應與本研究受訪者多為學生相關；其次為「30,001-40,000 元」及「40,001-50,000 元」者，計 136 及 104 人。另有 132 人拒答，此因該題涉及個人隱私，受訪者拒答比率較高。

表 4-1-5　受訪者最近一年平均每月收入之次數分配表

月收入	次數	百分比
沒有收入	215	20.0
30,001-40,000 元	136	12.7
40,001-50,000 元	104	9.7
20,001-30,000 元	85	7.9
50,001-60,000 元	66	6.2
10,001-20,000 元	48	4.5
1,000 元以下	44	4.1
100,001 元以上	43	4.0
1,001-3,000 元	42	3.9
5,001-10,000 元	41	3.8
3,001-5,000 元	37	3.4
60,001-70,000 元	30	2.8
70,001-80,000 元	27	2.5
90,001-100,000 元	15	1.4
80,001-90,000 元	8	0.7

月收入	次數	百分比
拒答	132	12.3
總和	1,073	100

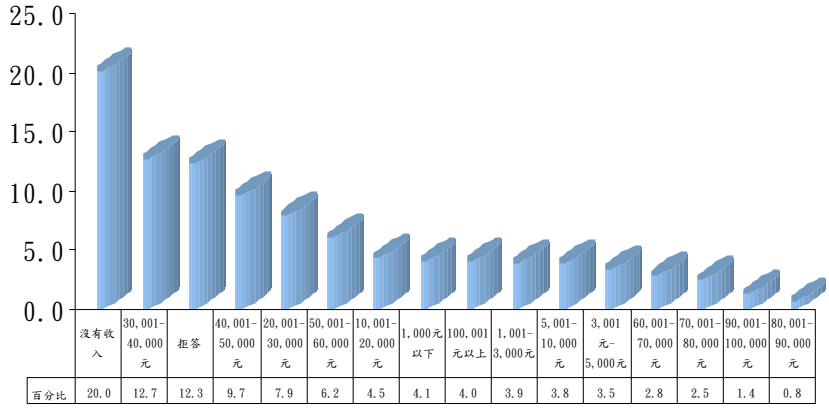


圖 4-1-5 受訪者最近一年平均每月收入之次數分布圖

五、 居住地區：表 4-1-6 及圖 4-1-6 可看出，受訪者以居住於「大安區」者最多，計 124 人；其次為「士林區」者，計 122 人；再其次為「內湖區」，計 113 人。另「南港區」、「大同區」及「中正區」者最少，均不到 60 人。

表 4-1-6 受訪者居住地區之次數分配表

居住地區	次數	百分比
大安區	124	11.6
士林區	122	11.4
內湖區	113	10.5
文山區	108	10.1
北投區	104	9.7
信義區	98	9.1
居住地區	次數	百分比
中山區	92	8.6
萬華區	82	7.6
松山區	76	7.1
中正區	58	5.4
大同區	50	4.7
南港區	46	4.3
總和	1,073	100

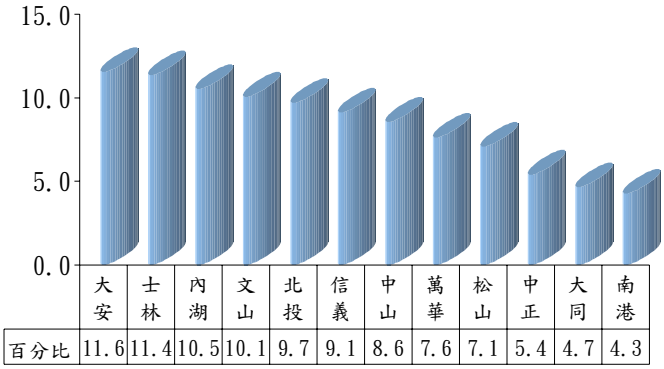


圖 4-1-6 受訪者性別百分比分布圖

第二節　閱讀調查結果分析

本節除針對各題閱讀調查予以次數分配分析外，並以人口統計變項（包括性別、年齡、職業、教育程度、平均月收入及居住地區）與閱讀調查進行交叉分析。於交叉分析檢定時，以 α＝0.05 作為顯著水準，當 P-value 小於 0.05 時則表示有顯著差異。

由於有些分類資料稀疏，因此將部分選項合併，包括年齡、教育程度及平均每月收入；職業及居住地區因性質差異較大，若合併進行分析，恐將失去一些訊息，因此在部分題目僅作次數百分比呈現。另外，在交叉分析時為求更有效之瞭解，拒答及回答其他者在此視為遺漏值，不列入分析。

一、受訪者最常做的休閒活動（複選題，最多 3 個選項）

由表 4-2-1 及圖 4-2-1 可知，受訪者最常做的休閒活動依序為「看電視」(每百人 33 人)、「運動」(每百人 33 人）及「看書報雜誌」(每百人 29 人)。此外，隨著網路的發達，「打電玩或上網」亦成為市民的休閒活動之一，每百位受訪者中有 17 人次。

表 4-2-1　受訪者最常做的休閒活動分布表（N=1,073）

休閒活動	勾選次數	相對次數百分比（每百人次）
看電視	355	33.1
運動	353	32.9
看書報雜誌	307	28.6

休閒活動	勾選次數	相對次數百分比（每百人次）
打電玩或上網	182	17.0
逛街	116	10.8
旅遊	111	10.3
聽音樂	81	7.5
看電影	62	5.8
其他	54	5.0
唱歌	22	2.1
打牌	5	0.5
拒答	8	0.7

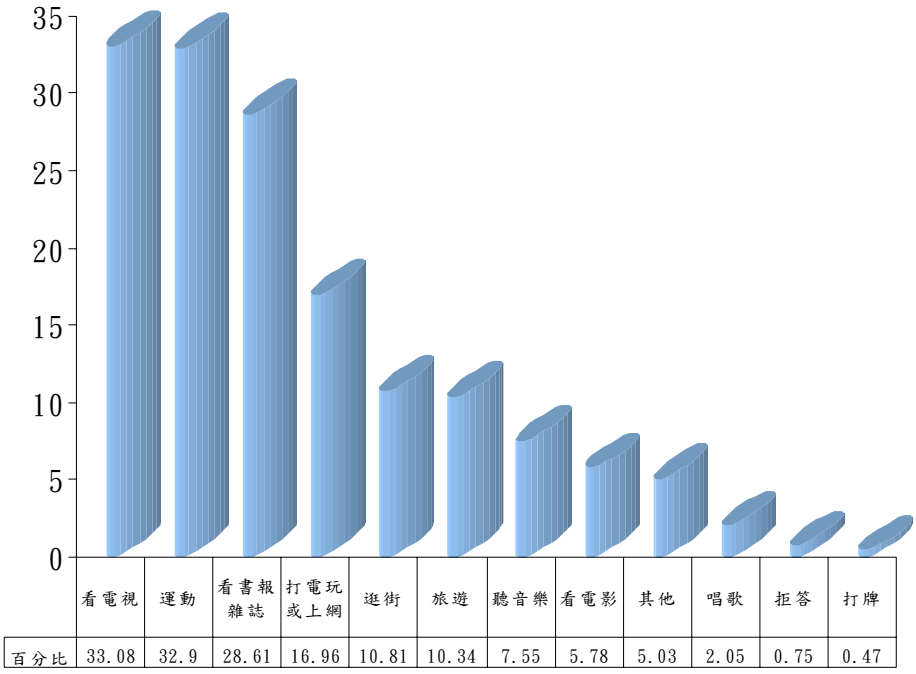


圖 4-2-1 受訪者最常做的休閒活動分布圖

為了解各背景變項在最常做的休閒活動上之情形，故進行以下之分析。

1. 性別：由表 4-2-2 可知：

（1）男性最常做的休閒活動依序為「運動」(每百人 43 人)、「看電視」(每百人 31 人)、「看書報雜誌」(每百人 24 人)、「打電玩或上網」(每百人 20 人) 及「旅遊」(每百人 10 人)。

（2）女性最常做的休閒活動依序為看電視」（每百人 38 人）、「看書報雜誌」（每百人 35 人）、「運動」「（每百人 27 人）、「逛街」（每百人 17 人）及「打電玩或上網」（每百人 16 人）。

表 4-2-2 性別與前五大最常做的休閒活動分布表

性別		前五大休閒活動				
男	活動	運動	看電視	看書報雜誌	打電玩上網	旅遊
	次數	212	156	122	98	51
	每百人次	42.5	31.3	24.4	19.6	10.2
女	活動	看電視	看書報雜誌	運動	逛街	打電玩上網
	次數	199	185	141	89	84
	每百人次	37.7	35.0	26.7	16.9	15.9

2. 年齡：由表 4-2-3 可知：

（1）15-19 歲的受訪者最常做的休閒活動依序為「打電動或上網」（每百人 41 人）、「運動」（每百人 35 人）、「看電視」（每百人 24 人）、「看書報雜誌」（每百人 21 人）、「聽音樂」（每百人 14 人）。

（2）20-24 歲的受訪者最常做的休閒活動依序為「打電動或上網」（每百人 40 人）、「運動」（每百人 30 人）、「看電視」（每百人 26 人）、「逛街」（每百人 16 人）、「看書報雜誌」（每百人 15 人）。

（3）25-34 歲的受訪者最常做的休閒活動依序為「看電視」（每百人 33 人）、「看書報雜誌」（每百人 33 人）、「打電動或上網」（每百人 26 人）、「運動」（每百人 22 人）、「逛街」（每百人 17 人）。

（4）35-54 歲的受訪者最常做的休閒活動依序為「看電視」（每百人 38 人）、「看書報雜誌」（每百人 35 人）、「運動」（每百人 33 人）、「旅遊」（每百人 13 人）、「逛街」（每百人 10 人）。

（5）55 歲以上的受訪者最常做的休閒活動依序為「運動」（每

百人 52 人)、「看電視」(每百人 38 人)、「看書報雜誌」(每百人 28 人)、「旅遊」(每百人 13 人)、「逛街」(每百人 6 人)。

表 4-2-3 年齡與最常做的休閒活動分布表

年齡		前五大休閒活動				
15-19 歲	活動	打電玩上網	運動	看電視	看書報雜誌	聽音樂
	次數	48	41	28	24	16
	每百人次	41.0	35.0	23.9	20.5	13.7
20-24 歲	活動	打電玩上網	運動	看電視	逛街	看書報雜誌
	次數	35	26	23	14	13
	每百人次	39.8	29.5	26.1	15.9	14.8
25-34 歲	活動	看電視	看書報雜誌	打電玩上網	運動	逛街
	次數	69	68	53	45	36
	每百人次	33.2	32.7	25.5	21.6	17.3
35-54 歲	活動	看電視	看書報雜誌	運動	旅遊	逛街
	次數	160	146	139	52	42
	每百人次	38.3	34.9	33.3	12.7	10.0
55 歲以上	活動	運動	看電視	看書報雜誌	旅遊	逛街
	次數	100	73	53	25	11
	每百人次	52.4	38.2	27.7	13.1	5.8

3. 教育程度：由表 4-2-4 可知：

（1）教育程度在研究所以上的受訪者最常做的休閒活動依序為「看書報雜誌」(每百人 43 人)、「看電視」(每百人 34 人)、「運動」(每百人 30 人)、「旅遊」(每百人 16 人)、「逛街」(每百人 12 人)、「打電動或上網」(每百人 12 人)。

（2）教育程度為大學或學院的受訪者最常做的休閒活動依序為「看書報雜誌」(每百人 34 人)、「看電視」(每百人 33 人)、「運動」(每百人 32 人)、「打電動或上網」(每百人 23 人)、「逛街」(每百人 12 人)。

（3）教育程度為專科的受訪者最常做的休閒活動依序為「運動」

（每百人 37 人）、「看電視」（每百人 34 人）、「看書報雜誌」（每百人 27 人）、「逛街」（每百人 17 人）、「打電動或上網」（每百人 17 人）。

（4）教育程度為高中（職）的受訪者最常做的休閒活動依序為「運動」（每百人 35 人）、「看電視」（每百人 33 人）、「看書報雜誌」（每百人 26 人）、「打電動或上網」（每百人 17 人）、「旅遊」（每百人 11 人）。

（5）教育程度為國（初）中以下的受訪者最常做的休閒活動依序為「看電視」每百人 43 人）、「運動」（每百人 42 人）、「看書報雜誌」（每百人 18 人）、「旅遊」（每百人 12 人）、「打電動或上網」（每百人 9 人）。

表 4-2-4 教育程度與最常做的休閒活動分布表

教育程度		前五大休閒活動					
研究所以上	活動	看書報雜誌	看電視	運動	旅遊	逛街	打電玩上網
	次數	36	28	25	13	10	10
	每百人次	43.4	33.7	30.1	15.7	12.0	12.0
大學或學院	活動	看書報雜誌	看電視	運動	打電玩上網	逛街	
	次數	126	123	118	85	43	
	每百人次	34.0	33.2	31.8	22.9	11.6	
專科	活動	運動	看電視	看書報雜誌	逛街	打電玩上網	
	次數	57	53	42	26	26	
	每百人次	37.0	34.4	27.3	16.9	16.9	
高中(職)	活動	運動	看電視	看書報雜誌	打電玩上網	旅遊	
	次數	101	94	76	49	13	
	每百人次	34.9	32.5	26.3	17.0	11.1	
國(初)中以下	活動	看電視	運動	看書報雜誌	旅遊	打電玩上網	
	次數	52	51	22	14	11	
	每百人次	42.6	41.8	18.0	11.5	9.0	

二、閱讀對受訪者生活重要性（單選題）

由表 4-2-5 及圖 4-2-2 可知，有超過 7 成的受訪者認為閱讀對生活是重要的，而認為閱讀對生活不重要的則低於 1 成。

表 4-2-5 閱讀對受訪者生活重要性分布表

重要性	次數	百分比
非常重要	341	31.8
重要	462	43.1
普通	173	16.1
不重要	83	7.7
非常不重要	10	0.9
沒意見	4	0.4
總和	1,073	100

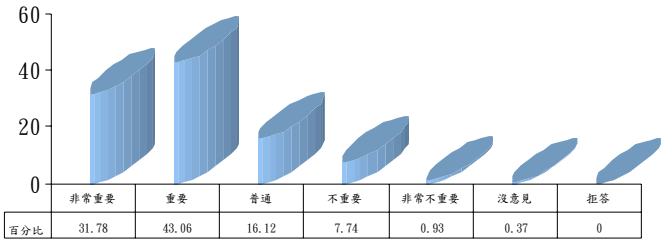


圖 4-2-2 閱讀對受訪者生活重要性分布圖

為了解各背景變項在閱讀對生活的重要性上之差異情形，故進行交叉分析。其中為符合卡方檢定基本要求（預期格數大於或等於 5），故將本題「非常重要」及「重要」兩選項合併為「重要」;「不重要」及「非常不重要」合併為「不重要」，以進行交叉分析如下。

1. 性別：由表 4-2-6 可知，不論性別為何，均有超過七成的受訪者認為閱讀對生活是重要的。

表 4-2-6 性別與閱讀對受訪者生活重要性交叉表

	合計		男		女	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
重要	803	75.1	381	73.1	422	77.0
普通	173	16.2	84	16.1	89	16.2
不重要	93	8.7	56	10.7	37	6.8

	合計		男		女	
合計	1069	100	521	100	548	100
卡方值=5.441;自由度=2;P 值=0.066＞0.05						

2. 年齡：由表 4-2-7 可知：

（1）年齡在閱讀對生活的重要性上有顯著差異。

（2）15-19 歲的受訪者認為閱讀對生活是重要的比例較其他年齡層低。

（3）15-19 歲的受訪者認為閱讀對生活的重要性為普通的比例較其他年齡層高。

表 4-2-7 年齡與閱讀對受訪者生活重要性交叉表

	合計		15-19 歲		20-24 歲		25-34 歲		35-54 歲		55 歲以上	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
重要	798	75.1	66	54.5	69	77.5	169	77.9	352	81.1	142	70.3
普通	173	16.3	45	37.2	16	18.0	34	15.7	57	13.1	21	10.4
不重要	92	8.7	10	8.3	4	4.5	14	6.5	25	5.8	39	19.3
合計	1063	100	121	100	89	100	217	100	434	100	202	100
卡方值=83.164;自由度=8;P值=0.000＜0.05												

3. 職業：由表 4-2-8 可知：

（1）職業在閱讀對生活的重要性上有顯著差異。

（2）受訪者的職業為軍警、退休人士、自由業及學生者認為閱讀對生活是重要的比例均低於七成，較其他職業者低。

（3）受訪者的職業為軍警、待業中及退休人士者認為閱讀對生活是不重要的比例高於其他職業。

表 4-2-8 職業與閱讀對受訪者生活重要性交叉表

	合計		工業		商業及金融保險		農林漁牧		軍警		電子資訊		公教	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
重要	781	75.1	42	71.2	155	84.7	3	100	2	66.7	33	80.5	81	88.0
普通	170	16.2	11	18.6	18	9.8	0	0.0	0	0.0	6	14.6	10	10.9
不重要	89	8.7	6	10.2	10	5.5	0	0.0	1	33.3	2	4.9	1	1.1
合計	1040	100	59	100	183	100	3	100	3	100	41	100	92	100

表 4-2-8 職業與閱讀對受訪者生活重要性交叉表（續）

	學生		家庭管理		服務業		自由業		待業中		退休人士	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
重要	121	63.0	96	76.8	133	76.4	35	68.6	17	70.8	63	66.3
普通	55	28.9	17	13.6	24	13.8	14	27.5	3	12.5	12	12.6
不重要	14	7.4	12	9.6	17	9.8	2	3.9	4	16.7	20	21.1
合計	92	100	125	100	174	100	51	100	24	100	95	100
卡方值=74.341;自由度=22;P 值=0.000＜0.05												

4. 教育程度：由表 4-2-9 可知：

（1）教育程度在閱讀對生活的重要性上有顯著差異。

（2）學歷為國（初）中以下的受訪者認為閱讀對生或是重要的比例低於五成，較其他學歷者低。

（3）學歷愈高，認為閱讀對生活是重要的比例愈高。

表 4-2-9 教育程度與閱讀對受訪者生活重要性交叉表

	合計		研究所以上		大學或學院		專科		高中(職)		國(初)中以下	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
重要	796	75.2	76	89.4	318	84.1	130	81.8	209	69.2	63	47.0
普通	172	16.3	9	10.6	46	12.2	21	13.2	67	22.2	29	21.6
不重要	90	8.5	0	0	14	3.7	8	5.0	26	8.6	42	31.3
合計	1058	100	85	100	378	100	159	100	302	100	134	100
卡方值=140.073 ;自由度=8;P值=0.000<0.05												

5. 最近一年平均每月收入：由表 4-2-10 可知：

（1）平均月收入在閱讀對生活的重要性上有顯著差異。

（2）平均月收入為 60,001 元以上的受訪者認為閱讀對生活是重要的比例高於九成，較其他月收入的受訪者高。

（3）平均月收入為 5,000 元以下的受訪者認為閱讀對生活是重要的比例低於七成，較其他月收入的受訪者低。

（4）平均月收入愈高，認為閱讀對生活是重要的比例愈高。

表 4-2-10 月收入與閱讀對受訪者生活重要性交叉表

	合計		60,001 元以上		40,000-60,001 元		20,001-40,000 元		5,000-20,000 元		5,000 元以下	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
重要	700	74.5	112	91.1	139	81.8	165	74.7	66	74.2	218	64.9
普通	155	16.5	6	4.9	23	13.5	36	16.3	16	18.0	74	22.0
不重要	84	8.9	5	4.1	8	4.7	20	9.0	7	7.9	44	13.1
合計	939	100	123	100	170	100	221	100	89	100	336	100
卡方值=40.484;自由度=8;P 值=0.000＜0.05												

6. 居住地區：由表 4-2-11 可知：

（1）居住地區在閱讀對生活的重要性上有顯著差異。

（2）不論居住地區為何，均有七成以上的受訪者認為閱讀對生活是重要的。

（3）居住於萬華區及大安區的受訪者認為閱讀對生活是重要的比例高於八成，較居住於其他地區者高。

（4）居住於中山區的受訪者認為閱讀對生活是不重要的比例約兩成，較居住於其他地區者低。

表 4-2-11 居住地區與閱讀對受訪者生活重要性交叉表

	合計		北投區		士林區		內湖區		松山區		信義區	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
重要	803	75.1	75	72.8	85	70.8	83	73.5	57	75.0	70	72.2
普通	173	16.2	18	17.5	23	19.2	19	16.8	15	19.7	19	19.6
不重要	93	8.7	10	9.7	12	10.0	11	9.7	4	5.3	8	8.2
合計	1069	100	103	100	12	10.0	113	100	76	100	97	100

表 4-2-11 居住地區與閱讀對受訪者生活重要性交叉表（續）

	南港區		中山區		大同區		萬華區		大安區		中正區		文山區	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
重要	33	71.7	67	72.8	35	70.0	69	84.1	104	83.9	45	77.6	80	74.1
普通	10	21.7	23	25.0	11	22.0	5	6.1	14	11.3	4	6.9	12	11.1
不重要	3	6.5	2	2.2	4	8.0	8	4.8	6	4.8	9	15.5	16	14.8
合計	46	100	92	100	50	100	124	100	124	100	58	100	108	100
卡方值=39.567;自由度=22;P 值=0.012＜0.05														

三、過去 6 個月內受訪者是否有閱讀圖書、雜誌、報紙

由表 4-2-12 及圖 4-2-3 可知，有超過 9 成的受訪者在過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙。

表 4-2-12 過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙之情形分布表

過去 6 個月閱讀	次數	百分比
有	972	90.6
沒有	101	9.4
總合	1,073	100

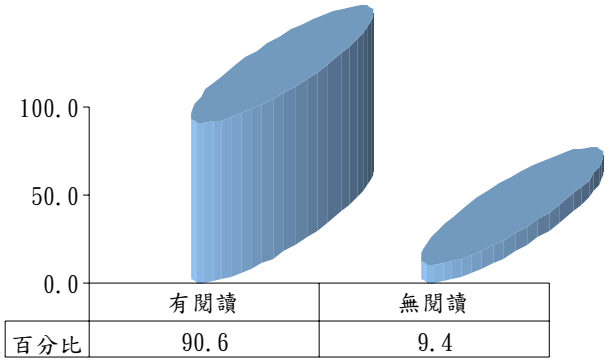


圖 4-2-3 過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙之情形分布圖

為了解各背景變項在過去 6 個月內是否閱讀圖書、雜誌、報紙上的差異情形，故進行交叉分析如下。

1. 性別：由表 4-2-13 可知：

（1）性別在過去 6 個月內是否閱讀圖書、雜誌、報紙上有顯著差異。

（2）不論性別為何，在過去 6 個月曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例均高於 8 成 5。

（3）女性受訪者在過去 6 個月曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例較男性高。

表 4-2-13 性別與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表

	合計		男		女	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
有看	972	90.6	462	88.2	510	92.9
沒看	101	9.4	62	11.8	39	7.1

	合計		男		女	
合計	1073	100	524	100	549	100
卡方值=7.029;自由度=1;P 值=0.008<0.05						

2. 年齡：由表 4-2-14 可知：

（1）年齡在過去 6 個月內是否閱讀圖書、雜誌、報紙上有顯著差異。

（2）54 歲以下的受訪者過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例均高於 9 成。

（3）55 歲以上的受訪者過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例約 7 成 4，較其他年齡層者低。

表 4-2-14 年齡與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表

	合計		15-19 歲		20-24 歲		25-34 歲		35-54 歲		55 歲以上	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
有看	966	90.5	117	96.7	84	94.4	209	96.3	406	93.1	150	73.5
沒看	101	9.5	4	3.3	5	5.6	8	3.7	30	6.9	54	19.3
合計	1067	100	121	100	89	100	217	100	436	100	204	100
卡方值=87.586;自由度=4;P 值=0.000<0.05												

3. 職業：由表 4-2-15 可知：

（1）職業在過去 6 個月內是否閱讀圖書、雜誌、報紙上有顯著差異。

（2）受訪者職業為農林漁牧及退休人士過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例均低於 7 成，較其他職業者低。

表 4-2-15 職業與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表

	合計		工業		商及金融保險		農林漁牧		軍警		電子資訊		公教	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
有看	945	90.6	53	88.3	176	95.7	2	66.7	3	100	40	97.6	91	98.9
沒看	99	9.4	7	11.7	8	4.3	1	33.3	0	0.0	1	2.4	1	1.1
合計	1044	100	60	100	184	100	3	100	3	100	41	100	92	100

表 4-2-15 職業與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表（續）

	學生		家庭管理		服務業		自由業		待業中		退休人士		其他	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	%	%	次數	%	次數	%
有看	184	96.8	107	84.9	156	89.7	46	90.2	20	83.3	67	69.8	24	92.3
沒看	6	3.2	19	15.1	18	10.3	5	9.8	4	16.7	29	30.2	2	7.7
合計	190	100	126	100	174	100	51	100	24	100	96	100	26	100
卡方值=81.308;自由度=11;P 值=0.000＜0.05														

4. 教育程度：由表 4-2-16 可知：

（1）教育程度在過去 6 個月內是否閱讀圖書、雜誌、報紙上有顯著差異。

（2）教育程度為高中（職）以上之受訪者過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例均高於 9 成。

（3）教育程度為國（初）中以下之受訪者過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例低於 6 成，較其他受訪者低。

（4）教育程度愈高，過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙的比例愈高。

表 4-2-16 教育程度與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表

	合計		研究所以上		大學或學院		專科		高中(職)		國(初)中以下	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
有看	962	90.6	83	97.6	368	97.4	151	95.0	281	92.4	79	58.1
沒看	100	9.4	2	2.4	10	2.6	8	5.0	23	7.6	57	41.9
合計	1062	100	85	100	378	100	159	100	304	100	136	100
卡方值=198.460;自由度=4;P 值=0.000<0.05												

5. 最近一年平均每月收入：由表 4-2-17 可知：

（1）平均月收入在過去 6 個月內是否閱讀圖書、雜誌、報紙上有顯著差異。

（2）平均月收入為 5,000 元以下之受訪者過去六個月內曾閱讀

圖書、雜誌、報紙之比例約 8 成 4，較其他月收入者低。

（3）平均月收入愈高，過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙之比例愈高。

表 4-2-17 月收入與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表

	合計		60,001 元以上		40,000-60,001 元		20,001-40,000 元		5,001-20,000 元		5,000 元以下	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
有看	852	90.5	118	95.9	160	94.1	210	95	82	92.1	282	83.4
沒看	89	9.5	5	4.1	10	5.9	11	5.0	7	7.9	56	16.6
合計	941	100	123	100	170	100	221	100	89	100	338	100
卡方值=32.113;自由度=4;P值=0.000＜0.05												

6. 居住地區：由表 4-2-18 可知，不論居住地區為何，過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙之比例均高逾 8 成。

表 4-2-18 居住地區與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表

	合計		北投區		士林區		內湖區		松山區		信義區	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
有看	972	90.6	92	88.5	107	87.7	103	91.2	72	94.7	92	93.9
沒看	101	9.4	12	11.5	15	12.3	10	8.8	4	5.3	6	6.1
合計	1073	100	104	100	122	100	113	100	76	100	98	100

表 4-2-18 居住地區與過去 6 個月內閱讀圖書、雜誌、報紙交叉表（續）

	南港區		中山區		大同區		萬華區		大安區		中正區		文山區	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
有看	41	89.1	82	89.1	47	94	68	82.9	117	94.4	53	91.4	98	90.7
沒看	5	10.9	10	10.9	3	6	14	17.1	7	5.6	5	8.6	10	9.3
合計	46	100	92	100	50	100	82	100	124	100	58	100	108	100
卡方值=13.340;自由度=11；P值=0.272＞0.05														

四、過去 6 個月內受訪者不閱讀之原因（可複選）

本研究中亦針對受訪者不閱讀的原因加以進行瞭解。此題是由過去六個月內未曾閱讀之受訪者回答，計有 101 人。

由表 4-2-19 及圖 4-2-4 可知，受訪者不閱讀的原因依序為「一直都沒時間閱讀」（每百人 30 人）、「沒有興趣閱讀」（每百人 25 人）、「健康因素」（每百人 25 人）。

表 4-2-19　受訪者不閱讀之原因分布表（N=101）

不閱讀之原因	勾選次數	相對次數百分比(每百人次)
一直都沒時間閱讀	30	29.7
沒有興趣閱讀	25	24.8
健康因素（例如：視力欠佳...等）	25	24.8
不識字	15	14.9
不知該看什麼書	7	6.9
其他	7	6.9
經濟因素	3	3.0
最近六個月內沒時間閱讀，但以往有閱讀習慣	3	3.0
附近沒有書店或圖書館	0	0.0

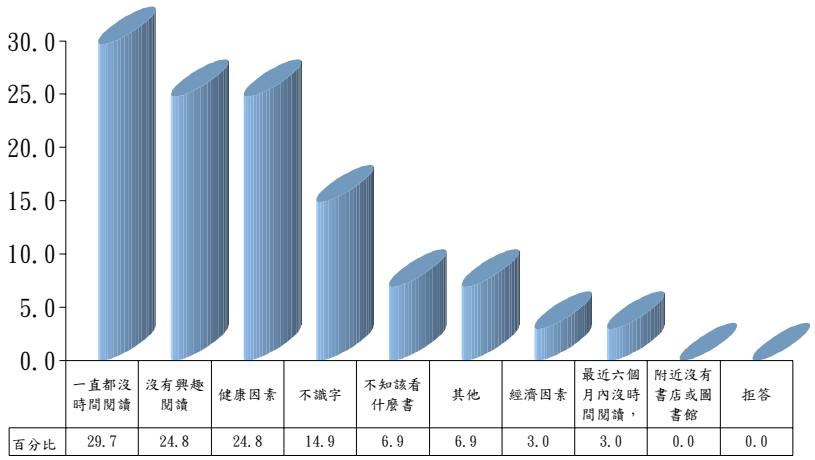


圖 4-2-4 受訪者不閱讀之原因分布圖

五、受訪者閱讀的頻率（單選題）

以下題項由過去 6 個月內曾閱讀圖書、雜誌、報紙之受訪者，及最近 6 個月內沒有時間閱讀，但以網友閱讀習慣之受訪者作

答，計 975 人。

本研究將針對受訪者閱讀報紙、圖書、雜誌的頻率進行瞭解，其分析如下：

（一）閱讀報紙的頻率

由表 4-2-20 及圖 4-2-5 可知，每天閱讀報紙的受訪者最多，佔 62.1%；其次為經常閱讀報紙者，佔 18.9%。由此顯示，有 8 成的受訪者經常閱讀報紙。

表 4-2-20 受訪者閱讀報紙的頻率分布表（N=975）

閱讀報紙頻率	次數	百分比
每天看	606	62.1
經常（隔幾天看一次）	184	18.9
偶而（隔幾週看一次）	86	8.8
很少（隔幾月看一次）	39	4.0
不看或幾乎不看	41	4.2
不一定	19	2.0
總和	975	100

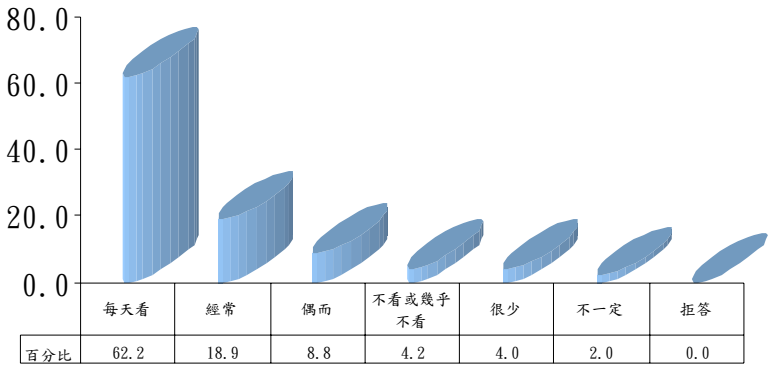


圖 4-2-5 受訪者閱讀報紙的頻率分布圖

為了解各背景變項在閱讀報紙頻率上之差異情形，故進行交叉分析如下。

1. 性別：由表 4-2-21 可知，不論性別為何，每天或經常閱讀報紙的比例均高於 8 成。

表 4-2-21 性別與閱讀報紙的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
男	464	100	310	66.8	79	17.0	34	7.3	19	4.1	15	3.2	7	1.5
女	511	100	296	57.9	105	20.5	52	10.2	20	3.9	26	5.1	12	2.3
合計	975	100	606	62.2	184	18.9	86	8.8	39	4.0	41	4.2	19	1.9
卡方值=9.815;自由度=5;P 值=0.081＞0.05														

2. 年齡：由表 4-2-22 可知：

（1）年齡在閱讀報紙頻率上有顯著差異。

（2）24 歲以下之受訪者每天閱讀報紙的比例約 4 成，較其他年齡層者低。

表 4-2-22 年齡與閱讀報紙的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
15-19 歲	117	12.1	45	38.5	32	27.4	20	17.1	11	9.4	4	3.4	5	4.3
20-24 歲	85	8.2	35	41.2	30	35.3	10	11.8	2	2.4	5	5.9	3	3.5
25-34 歲	210	21.7	125	59.5	48	22.9	19	9.0	7	3.3	9	4.3	2	1.0
35-54 歲	407	42.0	281	69.0	56	13.8	29	7.1	15	3.7	18	4.4	8	2.0
55 歲以上	150	15.5	115	76.7	18	12.0	7	4.7	4	2.7	5	3.3	1	0.7
合計	969	100	601	62.0	184	19.0	85	8.8	39	4.0	41	4.2	19	2.0
卡方值=84.635;自由度=20;P 值=0.000<0.05														

3. 教育程度：由表 4-2-23 可知，教育程度為專科之受訪者每天閱讀報紙的比例約三成七，較其他教育程度者低。

表 4-2-23 教育程度與閱讀報紙的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
研究所以上	83	100	58	69.9	11	13.3	6	7.2	3	3.6	3	3.6	2	2.4
大學或學院	369	100	240	65.0	72	19.5	26	7.0	12	3.3	14	3.8	5	1.4
專科	152	100	97	36.8	29	19.1	16	10.5	4	2.6	4	2.6	2	1.3

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
高中職	281	100	160	56.9	56	19.9	28	10.0	16	5.7	14	5.0	7	2.5
國(初)中以下	80	100	44	55.0	14	17.5	10	12.5	4	5.0	5	6.3	3	3.8
合計	965	100	599	62.1	182	18.9	86	8.9	39	4.0	40	4.1	19	2.0
卡方值=17.191;自由度=20;P 值=0.641＞0.05														

（二）閱讀圖書的頻率

由表 4-2-24 可知，偶而閱讀圖書的受訪者最多，佔 25.9%；其次經常閱讀圖書者，佔 24.3%；再其次為每天閱讀圖書者，佔 23.8%。

表 4-2-24 受訪者閱讀圖書的頻率分布表

閱讀圖書頻率	次數	百分比
偶而（隔幾週看一次）	252	25.9
經常（隔幾天看一次）	237	24.3
每天看	232	23.8
很少（隔幾月看一次）	123	12.6
不看或幾乎不看	75	7.7
不一定	56	5.7
總和	975	100

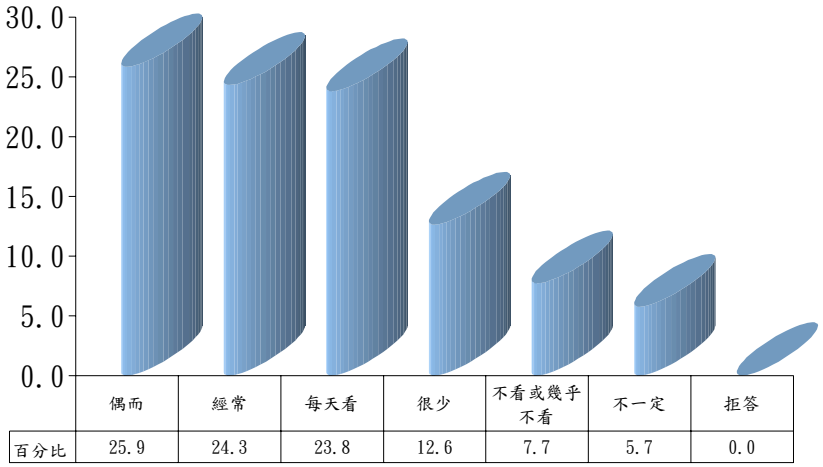


圖 4-2-6 受訪者閱讀圖書的頻率分布圖

為了解各背景變項在閱讀圖書頻率上之差異情形，故進行交叉分析如下。

1. 性別：由表 4-2-25 可知，男性及女性受訪者閱讀圖書頻率的比例相近。

表 4-2-25 性別與閱讀圖書的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
男	464	47.6	115	24.8	111	23.9	118	25.4	55	11.9	43	9.3	22	4.7
女	511	52.4	117	22.9	126	24.7	134	26.2	68	13.3	32	6.3	34	6.7
合計	975	100	232	23.8	237	24.3	252	25.8	123	12.6	75	7.7	56	5.7
卡方值=5.288;自由度=5;P 值=0.382＞0.05														

2. 年齡：由表 4-2-26 可知：

（1）年齡在閱讀圖書的頻率上有顯著差異。

（2）15-19 歲之受訪者每天閱讀圖書的比例低於 1 成 5，較其他年齡層者低。

（3）24 歲以下之受訪者很少閱讀圖書的比例高於 2 成，較其他年齡層者高。

表 4-2-26 年齡與閱讀圖書的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
15-19 歲	117	12.1	17	14.5	31	26.5	30	25.6	27	23.1	7	6.0	5	4.3
20-24 歲	85	8.8	19	22.4	15	17.6	20	23.5	18	21.2	6	7.1	7	8.2
25-34 歲	210	21.7	48	22.9	58	27.6	64	30.5	19	9.0	12	5.7	9	4.3
35-54 歲	407	42.0	112	27.5	101	24.8	103	25.3	43	10.6	30	7.4	18	4.4
55 歲以上	150	15.5	35	23.3	32	21.3	32	21.3	15	10.0	19	12.7	17	11.3
合計	969	100	231	23.8	237	24.5	249	25.7	122	12.6	74	7.6	56	5.8
卡方值=50.545;自由度=20;P 值=0.000＜0.05														

3. 教育程度：由表 4-2-27 可知：

（1）教育程度在閱讀圖書的頻率上有顯著差異。

（2）教育程度為研究所以上之受訪者每天閱讀圖書之比例高於4成，較其他教育程度者高。

表 4-2-27 教育程度與閱讀圖書的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
研究所以上	83	8.6	35	42.2	17	20.5	17	20.5	10	12.0	1	1.2	3	3.6
大學或學院	369	38.2	108	29.3	94	25.5	83	22.5	41	11.1	19	5.1	24	6.5
專科	152	15.8	28	18.4	45	29.6	47	30.9	17	11.2	7	4.6	8	5.3
高中（職）	281	29.1	44	15.7	69	24.6	78	27.8	48	17.1	27	9.6	15	5.3
國(初)中以下	80	8.3	16	20.0	11	13.8	23	28.8	6	7.5	19	23.8	5	6.3
合計	965	100	231	23.9	236	24.5	248	25.7	122	12.6	73	7.6	55	5.7
卡方值=83.740;自由度=20;P 值=0.000＜0.05														

（三）閱讀雜誌的頻率

由表 4-2-28 及圖 4-2-7 可知，偶而閱讀雜誌的受訪者最多，佔 30.0%；其次為經常閱讀雜誌者，佔 27.5%。

由上可知，就受訪者閱讀報紙、圖書、雜誌頻率來看，閱讀頻率由高至低依序為：報紙＞圖書＞雜誌。

表 4-2-28 受訪者閱讀雜誌的頻率分布表

閱讀雜誌頻率	次數	百分比
偶而（隔幾週看一次）	292	30.0
經常（隔幾天看一次）	268	27.5
很少（隔幾月看一次）	161	16.5
不看或幾乎不看	126	12.9
每天看	85	8.7
不一定	43	4.4
總和	975	100

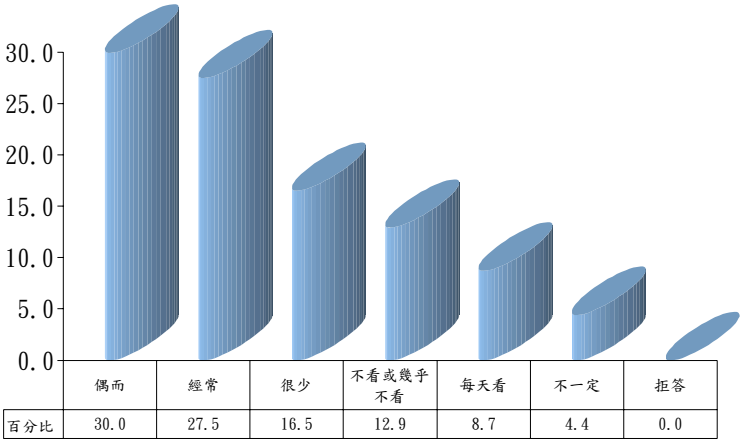


圖 4-2-7 受訪者閱讀雜誌的頻率分布圖

為了解各背景變項在閱讀雜誌頻率上之差異情形，故進行交叉分析如下。

1. 性別：由表 4-2-29 可知，男性受訪者每天及經常閱讀雜誌的比例均略高於女性，但差異不大。

表 4-2-29 性別與閱讀雜誌的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
男	464	47.6	45	9.7	131	28.2	131	28.2	71	15.3	70	15.1	16	3.4
女	511	52.4	40	7.8	137	26.8	161	31.5	90	17.6	56	11.0	27	5.3
合計	975	100	85	8.7	268	27.5	292	29.9	161	16.5	126	12.9	43	4.4
卡方值=7.875;自由度=5;P 值=0.163＞0.05														

2. 年齡：由表 4-2-30 可知：

（1）年齡在閱讀雜誌頻率上有顯著差異。

（2）24 歲以下之受訪者每天閱讀雜誌的比例較其他年齡層者低。

（3）15-19 歲之受訪者不看雜誌的比例約 1 成 5，較其他年齡層者高。

表 4-2-30 年齡與閱讀雜誌的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
15-19 歲	117	12.1	6	5.1	29	24.8	34	29.1	29	24.8	18	15.4	1	0.9
20-24 歲	85	8.8	2	2.4	23	27.1	29	34.1	15	17.6	12	14.1	4	4.7
25-34 歲	210	21.7	22	10.5	70	33.3	62	29.5	34	16.2	13	6.2	9	4.3
35-54 歲	407	42.0	41	10.1	110	27.0	128	31.4	59	14.5	49	12.0	20	4.9
55 歲以上	150	15.5	14	9.3	34	22.7	39	26.0	21	14.0	33	22.0	9	6.0
合計	969	100	85	8.8	266	27.5	292	30.1	158	16.3	125	12.9	43	4.4
卡方值=41.988;自由度=20;P 值=0.003＜0.05														

3. 教育程度：由表 4-2-31 可知：

（1）教育程度在閱讀雜誌頻率上有顯著差異。

（2）教育程度為國（初）中之受訪者不看雜誌的比例約 3 成 6，較其他教育程度者高。

（3）教育程度愈高，每天閱讀雜誌的比例愈高。

表 4-2-31 教育程度與閱讀雜誌的頻率交叉表

	合計		每天		經常		偶而		很少		不看		不一定	
	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
研究所以上	83	8.6	13	15.7	31	37.3	21	25.3	12	14.5	5	6.0	1	1.2
大學學院	369	38.2	37	10.0	107	29.0	116	31.4	51	13.8	38	10.3	20	5.4
專科	152	15.8	15	9.9	47	30.9	48	31.6	29	19.1	9	5.9	4	2.6
高中職	281	29.1	15	5.3	76	27.0	81	28.8	53	18.9	43	15.3	13	4.6
國中以下	80	8.3	4	5.0	5	6.3	24	30.0	14	17.5	29	36.3	4	5.0
合計	965	100	84	8.7	266	27.6	290	30.1	159	16.5	124	12.8	42	4.4
卡方值=41.988;自由度=20;P 值=0.003＜0.05														

六、受訪者通常閱讀的時段（可複選）

由表 4-2-32 及圖 4-2-8 可知，受訪者常閱讀的時段為「睡前」（每百人 42 人）及「空閒時」（每百人 41 人）。

表 4-2-32 受訪者閱讀的時段分布表 （N=975）

閱讀的時段	勾選次數	相對次數百分比(每百人次)
睡前	409	41.9
空閒時	396	40.6
清晨	138	14.2
假日/休假	90	9.2
中午	72	7.4
其他	52	5.3

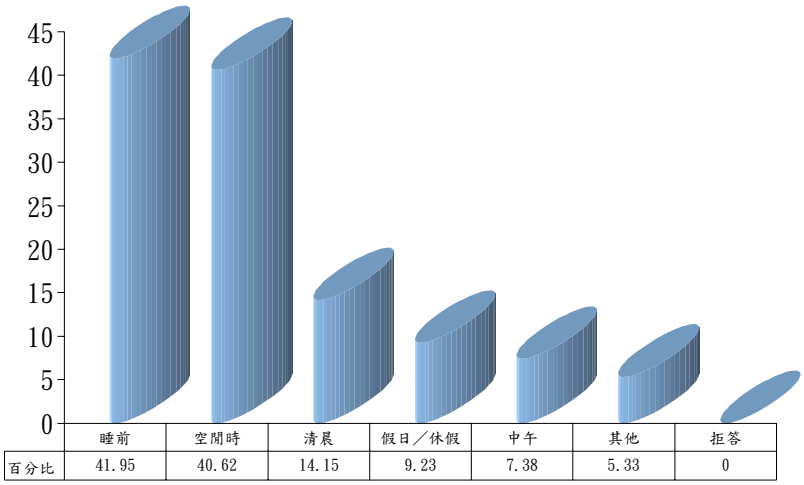


圖 4-2-8 受訪者閱讀的時段分布圖

七、受訪者一邊閱讀一邊會做的事（可複選）

由表 4-2-33 及圖 4-2-9 可知，受訪者一邊閱讀一邊會做的事依序為「專心看書不另做其他事」（每百人 64 人）及「聽音樂」（每百人 21 人）。

表 4-2-33 受訪者一邊閱讀一邊會做的事分布表

一邊閱讀一邊會做的事	勾選次數	相對次數百分比(每百人次)
專心看書，不另做其他事	589	60.4
聽音樂	200	20.5
看電視	61	6.3
吃飯	50	5.1
上廁所	49	5.0

一邊閱讀一邊會做的事	勾選次數	相對次數百分比(每百人次)
喝咖啡	35	3.6
其他	32	3.3
工作時	16	1.6
美容院洗頭	16	1.6
通勤/等車	10	1.0
等人	6	0.6
泡澡	4	0.4
搭飛機	0	0.0
SPA/日光浴	0	0.0
拒答	1	0.1

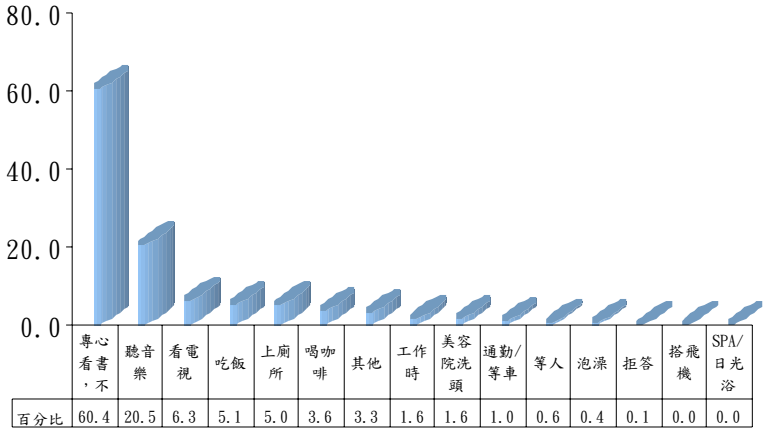


圖 4-2-9　受訪者一邊閱讀一邊會做的事分布圖

八、受訪者閱讀的動機（可複選，最多三個選項）

由表 4-2-34 及圖 4-2-10 可知，在訪員不主動提示問項的狀況下，受訪者的閱讀動機依序為「增廣見聞」(每百人 46 人)、「個人興趣」(每百人 30 人）及「打發時間」(每百人 25 人)。

表 4-2-34 受訪者閱讀動機分布表

閱讀的動機	勾選次數	相對次數百分比(每百人次)
增廣見聞	444	45.5
個人興趣	294	30.2
打發時間	241	24.7
工作需要	84	8.6
休閒娛樂	61	6.3
修身養性	48	4.9

閱讀的動機	勾選次數	相對次數百分比 (每百人次)
當工具書	30	3.1
其他	29	3.0
課業進修	16	1.6
投資理財	11	1.1
教育子女	9	0.9
培養才藝	8	0.8
解決問題	7	0.7
準備考試	6	0.6
人際溝通	1	0.1
拒答	3	0.3

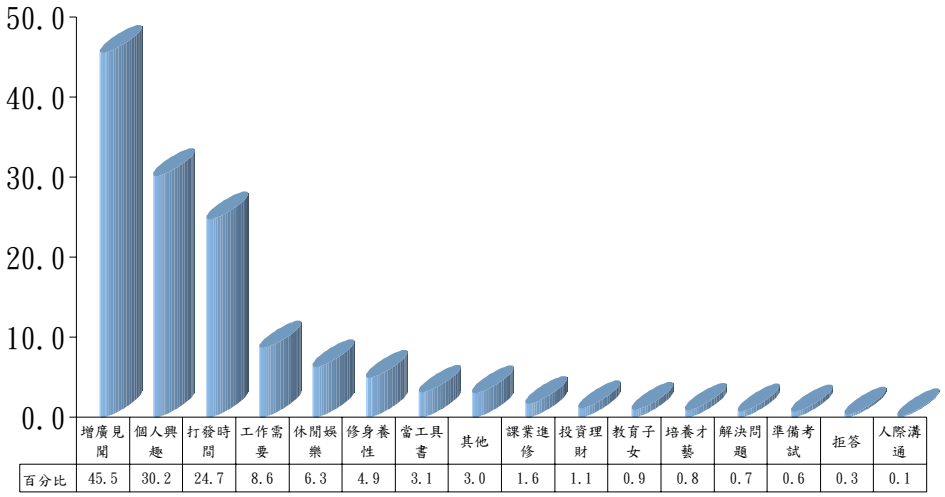


圖 4-2-10 受訪者閱讀動機分布圖

九、受訪者通常取得閱讀資料的來源（可複選）

為瞭解市民取得閱讀資料的來源為消費或免費方式，針對閱讀資料的取得以買或租、借或免費贈送進行調查，其分析如下：

（一）買或租

由表 4-2-35 可知，有 82.8%的受訪者閱讀資料來源為「買或租」。其中買或租的地點依序為「書店」(每百人 79 人)、「便利商店」(每百人 21 人）及「租書店」(每百人 12 人)。

由此可知，有八成以上的市民以購買或租的方式取得資料，而除了書店以外，便利商店的普設，已成為市民取得閱讀資料的管道之一。

表 4-2-35　受訪者取得資料的來源為買或租之分布表

買或租	次數	百分比			次數	相對次數百分比（每百人次）
是	807	82.8%	地點	書店	634	78.6
				便利商店	167	20.7
				租書店	96	11.9
				其他	64	7.9
				網路書店	59	7.3
否	168	17.2%				
總和	975	100%				

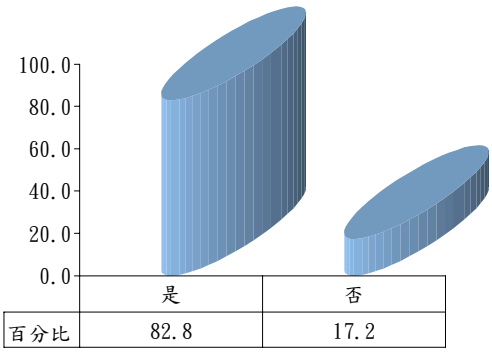


圖 4-2-11 取得資料的來源為買或租

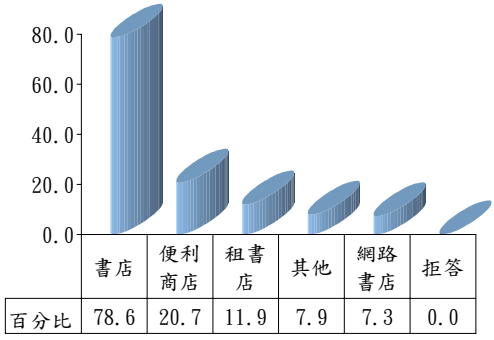


圖 4-2-12 買或租得資料的地點

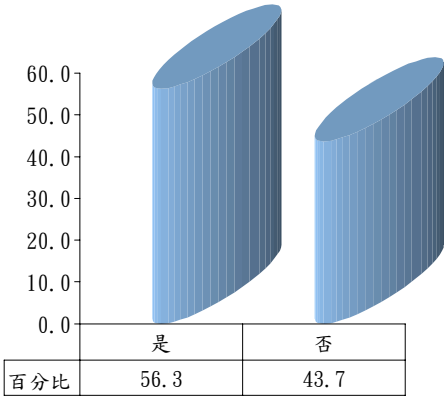
（二）借或免費贈送

由表 4-2-36 可知，有 56.3%的受訪者閱讀資料來源為「借或免費贈送」。其中借或免費贈送的管道依序為「圖書館」（每百人 61 人）及「向他人借閱」（每百人 34 人）。由此可知，圖書館為市民常利用取得閱讀資料的管道。

表 4-2-36　受訪者取得資料的來源為借或免費贈送之分布表

借或免費贈送	次數	百分比			次數	相對次數百分比（每百人次）
是	549	56.3%	管道	圖書館	336	61.2
				向他人借閱	184	33.5
				公司/學校	66	12.0
				其他	55	10.0
				捷運站	14	2.6
				拒答	7	1.3

				餐廳/咖啡廳	4	2.4
否	426	43.7%				
總和	975	100%				



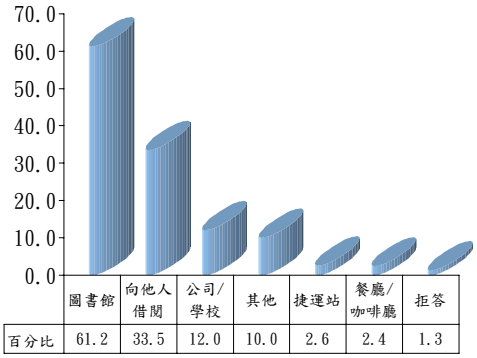


圖 4-2-13 取得資料的來源為借或送　　圖 4-2-14 借或送取得資料的管道

由以上結果可知，閱讀資料來源為買或租者高達八成；借或免費贈送者約五成六，顯示大部分的市民願意花錢取得閱讀資料，也有超過一半的市民是習慣透過免付費之管道獲得。

十、受訪者通常閱讀的類別（可複選，最多三個選項）

以下將分別探討受訪者閱讀報紙、圖書及雜誌之類型。

（一）閱讀報紙的類別

由表 4-2-37 及圖 4-2-15 可知，在訪員不主動提示問項的狀況下，受訪者較常閱讀報紙的版面類型依序為「社會新聞版」(每百人 39 人)、「娛樂版」(每百人 26 人）及「政治版」(每百人 23 人)。

此外有 169 人次填答「其他」項。其中，每百人有 12 人傾向整份報紙都閱讀。此外，隨便挑選版面（沒有特定偏好)、除了某特定版外（財經、體育、廣告、八卦）都看、其他名稱版面（頭版、廣告、評論、副刊）與不看等都是受訪者平日閱讀報紙之型態。

表 4-2-37 受訪者閱讀報紙版面類型分布表

閱讀報紙的類型	勾選次數	相對次數百分比（每百人次）
社會新聞版	382	39.2
娛樂版	256	26.3
政治版	225	23.1
其他	169	17.3
藝文版	146	15.0
生活版	145	14.9
財經版	137	14.1
體育版	125	12.8
國際要聞版	88	9.0
家庭版	70	7.2
醫藥版	38	3.9
拒答	7	0.7

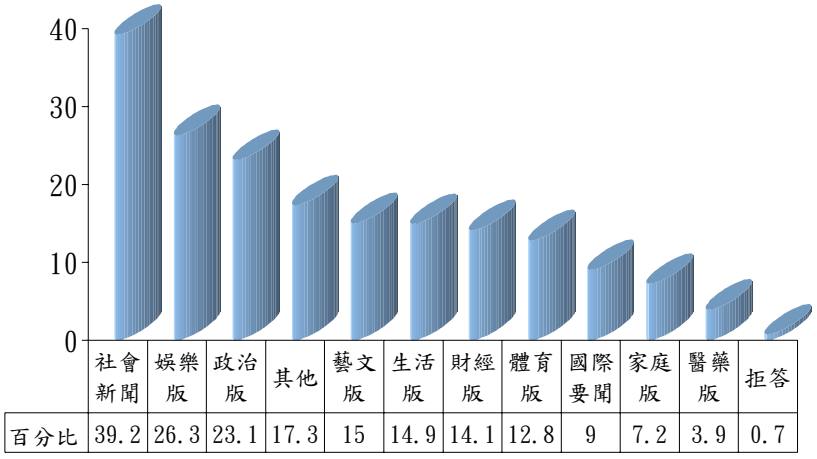


圖 4-2-15 受訪者閱讀報紙版面類型分布圖

為了解各背景變項在閱讀報紙版面類型上之情形，故進行以下之分析。

1. 性別：由表 4-2-38 可知：

（1）男性受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」(每百人 49 人)、「政治版」(每百人 38 人)、「體育版」(每百人 26 人)。

（2）女性受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」(每百人 46 人)、「娛樂版」(每百人 39 人)、「藝文版」(每百

人 26 人）。

表 4-2-38 性別與前三大閱讀報紙版面類型分布表

性別	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
男	社會版	190	49.4
	政治版	145	37.7
	體育版	101	26.2
女	社會版	192	45.6
	娛樂版	164	39
	藝文版	110	26.1

2. 年齡：由表 4-2-39 可知：

（1）15-19 歲之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「娛樂版」（每百人 60 人）、「政治版」（每百人 41 人）、「體育版」（每百人 27 人）。

（2）20-24 歲之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「娛樂版」（每百人 54 人）、「政治版」（每百人 47 人）、「體育版」（每百人 23 人）。

（3）25-34 歲之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」（每百人 44 人）、「娛樂版」（每百人 38 人）、「生活版」（每百人 25 人）。

（4）35-54 歲之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」（每百人 46 人）、「政治版」（每百人 32 人）、「娛樂版」（每百人 24 人）。

（4）55 歲以上之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」（每百人 60 人）、「政治版」（每百人 44 人）、「財經版」（每百人 26 人）。

表 4-2-39 年齡與前三大閱讀報紙版面類型分布表

年齡	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
15-19 歲	娛樂	58	59.8
	社會	40	41.2
	體育	26	26.8
20-24 歲	娛樂	43	54.4
	社會	37	46.8
	體育	18	22.8

年齡	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
25-34 歲	社會	73	44.0
	娛樂	63	38.0
	生活	41	24.7
35-54 歲	社會	153	46.4
	政治	105	31.8
	娛樂	79	23.9
55 歲以上	社會	77	59.7
	政治	57	44.2
	財經	34	26.4

3. 教育程度：由表 4-2-40 可知：

（1）教育程度為研究所以上之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「政治版」(每百人 39 人)、「社會版」(每百人 35 人)、「娛樂版」(每百人 30 人)。

（2）教育程度為大學或學院之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」(每百人 45 人)、「政治版」(每百人 32 人)、「娛樂版」(每百人 29 人)。

（3）教育程度為專科之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」(每百人 47 人)、「娛樂版」(每百人 33 人)、「政治版」(每百人 25 人)。

（4）教育程度為高中（職）之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」(每百人 50 人)、「娛樂版」(每百人 36 人)、「政治版」(每百人 24 人)。

（5）教育程度為國（初）中以下之受訪者較常閱讀的報紙版面類型依序為「社會版」(每百人 59 人)、「娛樂版」(每百人 33 人)、「藝文版」(每百人 25 人)。

表 4-2-40 教育程度與前三大閱讀報紙版面類型分布表

教育程度	版面	次數	相對次數百分比(每百人次)
研究所以上	政治	28	39.4
	社會	25	35.2
	娛樂	21	29.6
大學或學院	社會	133	44.9
	政治	94	31.8
	娛樂	86	29.1

教育程度	版面	次數	相對次數百分比(每百人次)
專科	社會	63	47.4
	娛樂	44	33.1
	政治	33	24.8
高中（職）	社會	115	50.0
	娛樂	82	35.7
	政治	54	23.5
國(初)中以下	社會	41	59.4
	娛樂	23	33.3
	藝文	17	24.6

4. 職業：表 4-2-41 可知：

（1）在所有職業中，最多人選擇的報紙版面類型為「社會版」(職業為工業、商業及金融保險、家庭管理、服務業、自由業、待業中、公教及退休人士者）及「娛樂版」(職業為學生、電子資訊業)。

（2）職業為工業、服務業、自由業、待業中之受訪者較常閱讀的版面類型均為「社會版」、「政治版」、「娛樂版」，僅順序略有不同。

（3）常閱讀「體育版」者多為學生；常閱讀「生活版」者多為家庭管理者；常閱讀「藝文版」者多為公教人員。

（4）職業為農林漁牧及軍警之受訪者，因樣本數過少，故不予以分析。

表 4-2-41 職業與前三大閱讀報紙版面類型分布表

職業		前三大報紙版面			職業		前三大報紙版面		
工業	類型	社會	政治	娛樂	學生	類型	娛樂	社會	體育
	次數	23	17	11		次數	89	65	42
	每百人次	51.1	37.8	24.4		每百人次	57.4	41.9	27.1
商及金融保險	類型	社會	政治	財經	家庭管理	類型	社會	娛樂	生活
	次數	63	46	43		次數	39	27	21
	每百人次	45.7	33.3	31.2		每百人次	48.8	33.8	26.3
農林漁牧	類型	生活	體育		服務業	類型	社會	娛樂	政治
	次數	1	1			次數	72	42	38
	每百人次	33.3	33.3			每百人次	52.2	30.4	27.5
軍警	類型	政治	財經		自由業	類型	社會	娛樂	政治/財經/藝文
	次數	2	1			次數	21	12	7
	每百人次	66.7	33.3			每百人次	50.0	28.6	16.7

職業		前三大報紙版面			職業		前三大報紙版面		
電子資訊	類型	娛樂	政治	財經/社會	待業中	類型	社會	娛樂	政治/藝文
	次數	12	11	10		次數	10	7	5
	每百人次	36.4	33.3	30.3		每百人次	50.0	35.0	25.0
公教	類型	社會	政治	藝文	退休人士	類型	社會	政治	國際
	次數	42	31	19		次數	30	26	12
	每百人次	53.2	39.2	24.1		每百人次	56.6	49.1	22.6

5. 居住地區：表 4-2-42 可知：

（1）「社會版」、「娛樂版」及「政治版」為居住於各行政區受訪者的前三大組合（居住於士林區、中山區、萬華區、內湖區、松山區、中正區、文山區、大安區者）。

（2）北投區與大同區「藝文版」的閱讀人口比例較其他區高。

表 4-2-42 居住地區與前三大閱讀報紙版面類型分布表

居住地區		前三大報紙版面			居住地區		前三大報紙版面		
北投區	類型	社會	娛樂	藝文	中山區	類型	社會	娛樂	政治
	次數	35	23	18		次數	33	26	21
	每百人次	46.1	30.3	23.7		每百人次	45.2	35.6	28.8
士林區	類型	社會	娛樂	政治	大同區	類型	社會	娛樂	藝文
	次數	34	34	24		次數	20	12	10
	每百人次	38.2	38.2	27.0		每百人次	48.8	29.3	24.4
內湖區	類型	社會	娛樂	政治	萬華區	類型	社會	政治	娛樂
	次數	44	37	24		次數	26	16	12
	每百人次	51.8	43.5	28.2		每百人次	50.0	30.8	23.1
松山區	類型	社會	娛樂	政治/財經	大安區	類型	社會	政治	娛樂
	次數	35	15	15		次數	45	28	23
	每百人次	59.3	25.4	25.4		每百人次	47.9	29.8	24.5
信義區	類型	社會	娛樂	生活	中正區	類型	社會	政治	娛樂
	次數	28	20	16		次數	18	13	12
	每百人次	37.3	26.7	21.3		每百人次	40.0	28.9	26.7
南港區	類型	社會	娛樂	財經	文山區	類型	社會	政治	娛樂
	次數	19	14	8		次數	45	35	28
	每百人次	61.3	45.2	25.8		每百人次	52.3	40.7	32.6

（二）閱讀圖書的類別

由表 4-2-43 可知，在訪員不主動提示問項的狀況下，受訪者較常閱讀圖書的類型依序為「小說」（每百人 22 人）、「文學（非

小說)」(每百人 19 人)、「財經投資」(每百人 14 人)、「心理勵志」(每百人 11 人)、「休閒娛樂」(每百人 10 人)。

此外有 96 人次填答「其他」項，其中，每百人有 5 人並沒有特別偏好的圖書類型，而每百人有 4 人幾乎都不閱讀書籍。

表 4-2-43 受訪者閱讀圖書的類型分布表

閱讀圖書的類型	勾選次數	相對次數百分比（每百人次）
小說	217	22.3
文學（非小說）	189	19.4
財經投資	135	13.8
心理勵志	104	10.7
休閒娛樂	100	10.3
其他	96	9.8
觀光旅遊	68	7.0
醫療保健	64	6.6
電腦	61	6.3
宗教/哲學	54	5.5
行銷企管	51	5.2
史地	50	5.1
社會人文	49	5.0
藝術	42	4.3
飲食生活	38	3.9
家庭教育/親子教育	35	3.6
自然科學	30	3.1
漫畫	24	2.5
應用科學	20	2.1
語言學習	19	1.9
童書	16	1.6
考試用書	15	1.5
法律/政治/軍事	6	0.6
百科年鑑	5	0.5
拒答	18	1.8

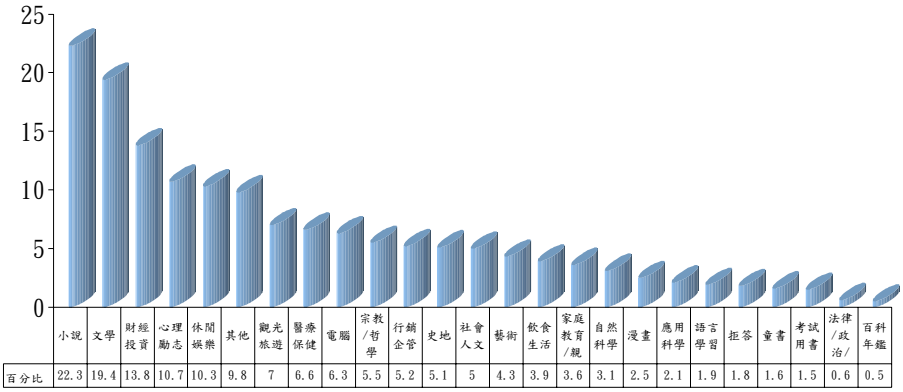


圖 4-2-16 受訪者閱讀圖書的類型分布圖

為了解各背景變項在閱讀圖書類型上之情形，故進行以下之分析。

1. 性別：由表 4-2-44 可知：

（1）男性受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「小說」(每百人 22 人)、「財經投資」(每百人 18 人)、「文學（非小說)」(每百人 15 人)。

（2）女性受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「文學（非小說)」(每百人 29 人)、「小說」(每百人 28 人)、「財經投資」(每百人 13 人)、「心理勵志」(每百人 13 人)。

表 4-2-44 性別與前三大閱讀圖書類型分布表

性別	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
男	小說	90	21.8
	財經投資	76	18.4
	文學（非小說）	60	14.5
女	文學（非小說）	129	28.5
	小說	127	28.1
	財經投資/ 心理勵志	59	13.1

2. 年齡：由表 4-2-45 可知：

（1）15-19 歲受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「小說」(每百人 58 人)、「文學(非小說)」(每百人 24 人)、「休閒娛樂」

（每百人 11 人）。

（2）20-24 歲受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「文學（非小說）」（每百人 32 人）、「小說」（每百人 31 人）、「休閒娛樂」（每百人 17 人）、「心理勵志」（每百人 17 人）。

（3）25-34 歲受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「小說」（每百人 26 人）、「文學（非小說）」（每百人 23 人）、「財經投資」（每百人 13 人）。

（4）35-54 歲受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「文學（非小說）」（每百人 20 人）、「小說」（每百人 19 人）、「財經投資」（每百人 18 人）。

（5）55 歲以上受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「財經投資」（每百人 24 人）、「文學（非小說）」（每百人 17 人）、「醫療保健」（每百人 16 人）。

（6）「文學（非小說）」圖書為各年齡層較常閱讀的圖書類型。

表 4-2-45 年齡與前三大閱讀圖書類型分布表

年齡	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
15-19 歲	小說	60	57.7
	文學（非小說）	25	24.0
	休閒娛樂	11	10.6
20-24 歲	文學（非小說）	25	32.1
	小說	24	30.8
	休閒娛樂/ 心理勵志	13	16.7
25-34 歲	小說	50	25.8
	文學（非小說）	45	23.2
	財經投資	26	13.4
35-54 歲	文學（非小說）	72	19.8
	小說	70	19.3
	財經投資	66	18.2
55 歲以上	財經投資	29	23.8
	文學（非小說）	21	17.2
	醫療保健	19	15.6

3. 教育程度：由表 4-2-46 可知：

（1）教育程度為研究所以上之受訪者較常閱讀的圖書類型依序

為「小說」(每百人 24 人)、「文學（非小說)」(每百人 18 人)、「財經投資」(每百人 17 人)。

（2）教育程度為大學或學院之受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「小說」(每百人 25 人)、「文學（非小說)」(每百人 25 人)、「財經投資」(每百人 21 人)。

（3）教育程度為專科之受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「小說」(每百人 22 人)、「文學(非小說)」(每百人 17 人)、「財經投資」(每百人 16 人)、「心理勵志」(每百人 16 人)。

（4）教育程度為高中（職）之受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「小說」(每百人 28 人)、「文學（非小說)」(每百人 22 人)、「財經投資」(每百人 11 人)、「休閒娛樂」(每百人 11 人)。

（5）教育程度為國（初）中以下之受訪者較常閱讀的圖書類型依序為「小說」(每百人 24 人)、「文學（非小說)」(每百人 21 人)、「宗教哲學」(每百人 18 人)。

（6）「文學（非小說)」及「小說」為各種教育程度之受訪者較常閱讀的圖書類型。

表 4-2-46 教育程度與前三大閱讀圖書類型分布表

教育程度	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
研究所以上	小說	19	24.1
	文學（非小說）	14	17.7
	財經投資	13	16.5
大學或學院	小說	85	24.9
	文學（非小說）	84	24.6
	財經投資	70	20.5
專科	小說	32	21.8
	文學（非小說）	25	17.0
	財經投資/心理勵志	23	15.6
高中（職）	小說	66	28.4
	文學（非小說）	52	22.4
	財經投資/休閒娛樂	26	11.2
國(初)中以下	小說	15	24.2
	文學（非小說）	13	21
	宗教/哲學	11	17.7

4. 職業：由表 4-2-47 可知：

（1）不同職業之受訪者較常閱讀的圖書類型略有差異，而「小說」與「文學（非小說）」是較普遍偏好的圖書類型。

（2）職業為工業及學生之受訪者較其他職業者偏好「休閒娛樂」類型的圖書。

（3）職業為商業及金融保險類之受訪者較其他職業者偏好「財經投資」類型的圖書。

（4）職業為家庭管理之受訪者較其他職業者偏好「家庭教育/親子教育」類型的圖書。

（5）職業為服務業及待業中之受訪者較其他職業者偏好「心理勵志」類型的圖書。

（6）職業為電子資訊業之受訪者較其他職業者偏好「電腦類」類型的圖書。

（7）職業為公教人員之受訪者較其他職業者偏好「史地」類型的圖書。

（8）退休人士除「小說」外，尚偏好「宗教/哲學」及「醫療保健」類書籍。

（9）職業為農林漁牧及軍警之受訪者，因樣本數過少，不予以分析。

表 4-2-47 職業與前三大閱讀圖書類型分布表

職業		前三大圖書類型			職業		前三大圖書類型		
工業	類型	休閒	小說	文學	學生	類型	小說	文學	休閒
	次數	8	7	6		次數	82	39	21
	每百人次	17.8	15.6	13.3		每百人次	49.4	23.5	12.7
商及金融保險	類型	財經	文學	小說	家庭管理	類型	家庭	文學	小說
	次數	51	36	24		次數	18	16	16
	每百人次	31.5	22.2	14.8		每百人次	19.6	17.4	17.4
農林漁牧	類型	文學	自然科學	醫療/社會	服務業	類型	文學	心理	小說
	次數	1	1	1		次數	31	27	24
	每百人次	50.0	50.0	50.0		每百人次	21.8	19.0	16.9
軍警	類型	財經	觀光		自由業	類型	小說	文學	財經
	次數	1	1			次數	12	9	6
	每百人次	50.0	50.0			每百人次	31.6	23.7	15.8

職業		前三大圖書類型			職業		前三大圖書類型		
電子資訊	類型	電腦	文學	小說	待業中	類型	小說	文學	心理
	次數	13	8	8		次數	7	4	4
	每百人次	33.3	20.5	20.5		每百人次	43.8	25.0	25.0
公教	類型	文學	小說	史地/財經	退休人士	類型	宗教	醫療	小說
	次數	26	23	11		次數	12	12	10
	每百人次	30.2	26.7	12.8		每百人次	21.4	21.4	17.9

5. 居住地區：由表 4-2-48 可知：

（1）「文學（非小說）」、「財經投資」、「小說」、「休閒娛樂」為居住於各行政區之受訪者喜愛閱讀的圖書類型

（2）居住於北投區之受訪者較居住於其他地區者偏好「心理勵志」的圖書類型。

（3）居住於南港區之受訪者較居住於其他地區者偏好「電腦」的圖書類型。

表 4-2-48 居住地區與前三大閱讀圖書類型分布表

居住地區		前三大圖書類型			居住地區		前三大圖書類型		
北投區	類型	文學	小說	心理	中山區	類型	財經	小說	休閒
	次數	24	23	12		次數	19	13	11
	每百人次	29.6	28.4	14.8		每百人次	25.3	17.3	14.7
士林區	類型	小說	文學	財經	大同區	類型	文學	小說	財經
	次數	26	19	16		次數	13	10	7
	每百人次	28.0	20.4	17.2		每百人次	32.5	25.0	17.5
內湖區	類型	文學	小說	休閒	萬華區	類型	文學	小說	財經
	次數	23	23	14		次數	11	10	8
	每百人次	25.6	25.6	15.6		每百人次	20.4	18.5	14.8
松山區	類型	小說	文學	財經	大安區	類型	小說	文學	財經
	次數	15	11	11		次數	31	26	22
	每百人次	24.2	17.7	17.7		每百人次	27.4	23.0	19.5
信義區	類型	小說	文學	財經	中正區	類型	小說	文學	休閒
	次數	25	15	15		次數	9	9	8
	每百人次	28.7	17.2	17.2		每百人次	19.1	19.1	17.0
南港區	類型	電腦	文學	小說	文山區	類型	小說	文學	財經
	次數	8	8	7		次數	25	24	13
	每百人次	22.2	22.2	19.4		每百人次	28.7	27.6	14.9

（三）閱讀雜誌的類別

由表 4-2-49 及圖 4-2-17 可知，在訪員不主動提示問項的狀況下，受訪者較常閱讀雜誌的類型依序為「時尚流行」(每百人 18 人)、「財經投資」(每百人 18 人)、「影音娛樂」(每百人 14 人)、「新聞時事」(每百人 11 人)。

此外有 159 人次填答「其他」項。其中，每百人有 10 人是不看雜誌的；每百人中有 6 人是沒有固定閱讀的雜誌類別；此外有極為少數的受訪者表示會閱讀宗教類的雜誌。

表 4-2-49 受訪者閱讀雜誌的類型分布表

閱讀雜誌的類型	勾選次數	相對次數百分比（每百人次）
時尚流行	178	18.3
財經投資	175	17.9
其他	159	16.3
影音娛樂	136	13.9
新聞時事	103	10.6
旅遊/史地	90	9.2
婦女/家庭/健康	71	7.3
電腦通訊	65	6.7
運動休閒	57	5.8
行銷企管	52	5.3
社會人文	47	4.8
文學藝術	39	4.0
語言學習	27	2.8
汽車機車	25	2.6
自然科學	22	2.3
建築居家雜貨	18	1.8
設計	9	0.9
軍事/法律	8	0.8
拒答	32	3.3

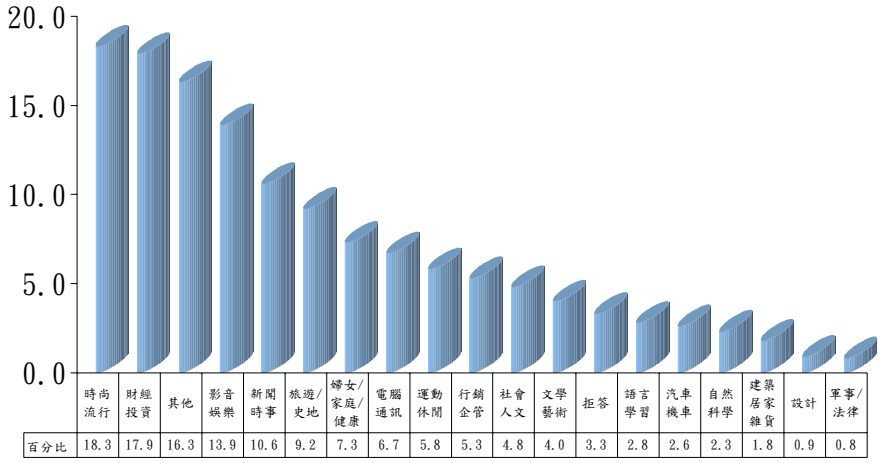


圖 4-2-17 受訪者閱讀雜誌的類型分布圖

為了解各背景變項在閱讀雜誌類型上之情形，故進行以下之分析。

1. 性別：由表 4-2-50 可知：

（1）男性受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「財經投資」(每百人 27 人)、「影音娛樂」(每百人 16 人)、「新聞時事」(每百人 15 人)。

（2）女性受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「時尚流行」(每百人 33 人)、「影音娛樂」(每百人 18 人)、「財經投資」(每百人 18 人)。

表 4-2-50 性別與前三大閱讀雜誌類型分布表

性別	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
男	財經投資	102	27.4
	影音娛樂	61	16.4
	新聞時事	57	15.3
女	時尚流行	137	33.0
	影音娛樂	75	18.1
	財經投資	73	17.6

2. 年齡：由表 4-2-51 可知：

（1）15-19 歲之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「時尚流行」

（每百人 40 人）、「影音娛樂」（每百人 27 人）、「電腦通訊」（每百人 13 人）。

（2）20-24 歲之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「時尚流行」（每百人 43 人）、「影音娛樂」（每百人 25 人）、「電腦通訊」（每百人 17 人）。

（3）25-34 歲之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「時尚流行」（每百人 28 人）、「財經投資」（每百人 20 人）、「影音娛樂」（每百人 16 人）、「旅遊史地」（每百人 16 人）。

（4）35-54 歲之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「財經投資」（每百人 28 人）、「新聞時事」（每百人 18 人）、「影音娛樂」（每百人 16 人）。

（5）55 歲以上之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「財經投資」（每百人 31 人）、「旅遊史地」（每百人 19 人）、「新聞時事」（每百人 18 人）。

表 4-2-51 年齡與前三大閱讀雜誌類型分布表

年齡	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
15-19 歲	時尚流行	39	39.8
	影音娛樂	26	26.5
	電腦通訊	13	13.3
20-24 歲	時尚流行	31	43.1
	影音娛樂	18	25
	電腦通訊	12	16.7
25-34 歲	時尚流行	52	28.0
	財經投資	38	20.4
	影音娛樂/旅遊史地	29	15.6
35-54 歲	財經投資	93	28.3
	新聞時事	58	17.6
	影音娛樂	54	16.4
55 歲以上	財經投資	30	30.6
	旅遊史地	19	19.4
	新聞時事	18	18.4

3. 教育程度：由表 4-2-52 可知：

（1）教育程度為研究所以上之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為

「財經投資」(每百人 35 人)、「新聞時事」(每百人 14 人)、「時尚流行」(每百人 14 人)。

（2）教育程度為大學或學院之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「財經投資」(每百人 28 人)、「新聞時事」(每百人 24 人)、「影音娛樂」(每百人 16 人)。

（3）教育程度為專科之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「財經投資」(每百人 21 人)、「影音娛樂」(每百人 21 人)、「時尚流行」(每百人 18 人)。

（4）教育程度為高中（職）之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「時尚流行」(每百人 20 人)、「新聞時事」(每百人 16 人)、「影音娛樂」(每百人 16 人)。

（5）教育程度為國（初）中以下之受訪者較常閱讀雜誌類型依序為「影音娛樂」(每百人 31 人)、「新聞時事」(每百人 11 人)、「時尚流行」(每百人 11 人)、「社會人文」(每百人 11 人)、「婦女/家庭/健康」(每百人 11 人)。

表 4-2-52 教育程度與前三大閱讀雜誌類型分布表

教育程度	類型	次數	相對次數百分比（每百人次）
研究所以上	財經投資	27	35.1
	新聞時事	11	14.3
	時尚流行	11	14.3
大學或學院	財經投資	87	27.7
	新聞時事	76	24.2
	影音娛樂	51	16.2
專科	財經投資	28	21.1
	影音娛樂	28	21.1
	時尚流行	24	18.0
高中職	時尚流行	62	20.4
	新聞時事	35	16.4
	影音娛樂	34	16.0
國(初)中以下	影音娛樂	14	31.1
	新聞時事/時尚流行	5	11.1
	社會人文/婦女、家庭、健康	5	11.1

4. 職業：由表 4-2-53 可知：

（1）職業為商業及金融保險類、公教人員及工業的受訪者經常閱讀「財經投資」類雜誌。

（2）職業為學生、服務業人員及待業中之受訪者經常閱讀「時尚」類雜誌。

（3）職業為電子資訊業之受訪者經常閱讀「電腦」類雜誌。

（4）職業為家庭管理之受訪者經常閱讀「婦女/家庭/健康」類雜誌。

（5）退休人士之受訪者以閱讀「旅遊」類雜誌較多。

表 4-2-53 職業與前三大閱讀雜誌類型分布表

職業		前三大雜誌類型			職業		前三大雜誌類型		
工業	類型	財經	新聞	旅遊	學生	類型	時尚	影音	電腦
	次數	6	6	6		次數	57	38	23
	每百人次	16.2	16.2	16.2		每百人次	36.5	24.4	14.7
商及金融保險	類型	財經	影音	時尚	家庭管理	類型	家庭	時尚	財經
	次數	59	29	27		次數	22	19	17
	每百人次	39.6	19.5	18.1		每百人次	26.5	22.9	20.5
農林漁牧	類型	新聞	影音	文學	服務業	類型	時尚	財經	影音
	次數	1	1	1		次數	36	25	18
	每百人次	100	100	100		每百人次	27.3	18.9	13.6
軍警	類型	財經	旅遊		自由業	類型	新聞	財經	旅遊
	次數	1	1			次數	9	8	6
	每百人次	50.0	50.0			每百人次	27.3	24.2	18.2
電子資訊	類型	電腦	財經	時尚	待業中	類型	時尚	影音	新聞
	次數	10	9	6		次數	5	3	3
	每百人次	30.3	27.3	18.2		每百人次	35.7	21.4	21.4
公教	類型	財經	時尚	影音	退休人士	類型	旅遊	財經	社會
	次數	19	15	15		次數	11	8	8
	每百人次	23.2	18.3	18.3		每百人次	23.4	17.0	17.0

5. 居住地區：由表 4-2-54 可知：

（1）居住於松山區、大安區、中山區及信義區之受訪者較常閱讀「財經投資」類雜誌。

（2）居住於北投區、內湖區、萬華區、士林區、大同區及文山區之受訪者較常閱讀「時尚流行」類雜誌。

（3）居住於中正區之受訪者較常閱讀「新聞時事」類雜誌。

（4）居住於南港區之受訪者較常閱讀「電腦通訊」類雜誌。

表 4-2-54 居住地區與前三大閱讀雜誌類型分布表

居住地區		前三大雜誌類型			居住地區		前三大雜誌類型		
北投區	類型	時尚	財經	婦女	中山區	類型	財經	時尚	影音
	次數	18	11	11		次數	18	14	11
	每百人次	24.3	14.9	14.9		每百人次	28.6	22.2	17.5
士林區	類型	時尚	財經	影音	大同區	類型	時尚	影音	旅遊
	次數	22	19	16		次數	13	7	6
	每百人次	23.9	20.7	17.4		每百人次	36.1	19.4	16.7
內湖區	類型	時尚	影音	財經	萬華區	類型	時尚	財經	新聞
	次數	24	21	17		次數	12	11	9
	每百人次	30.8	26.9	21.8		每百人次	24.5	22.4	18.4
松山區	類型	財經	影音	新聞	大安區	類型	財經	時尚	新聞
	次數	17	13	9		次數	29	21	16
	每百人次	29.3	22.4	15.5		每百人次	28.2	20.4	15.5
信義區	類型	財經	時尚	影音	中正區	類型	新聞	影音	財經
	次數	19	18	13		次數	10	9	9
	每百人次	23.8	22.5	16.3		每百人次	21.3	19.1	19.1
南港區	類型	電腦	時尚	影音	文山區	類型	時尚	財經	影音
	次數	8	6	6		次數	21	18	16
	每百人次	28.6	21.4	21.4		每百人次	26.6	22.8	16.5

十一、受訪者除正體中文外，最常閱讀的語文類別（可複選）

由表 4-2-55 及圖 4-2-18 可知，每百人中有 62 人只閱讀正體中文的書報雜誌。而受訪者除了正體中文外，會閱讀的其他語文依序為「英文」(每百人 30 人)、日文（每百人 8 人)、簡體中文（每百人 4 人)。

表 4-2-55 受訪者最常閱讀的語文類別分布表

最常閱讀的語文類別	勾選此數	相對次數百分比（每百人次）
沒有	607	62.3
英文	296	30.4
日文	80	8.2
簡體字	35	3.6

最常閱讀的語文類別	勾選此數	相對次數百分比（每百人次）
其他	7	0.7
法文	3	0.3
德文	0	0.0
西班牙文	0	0.0

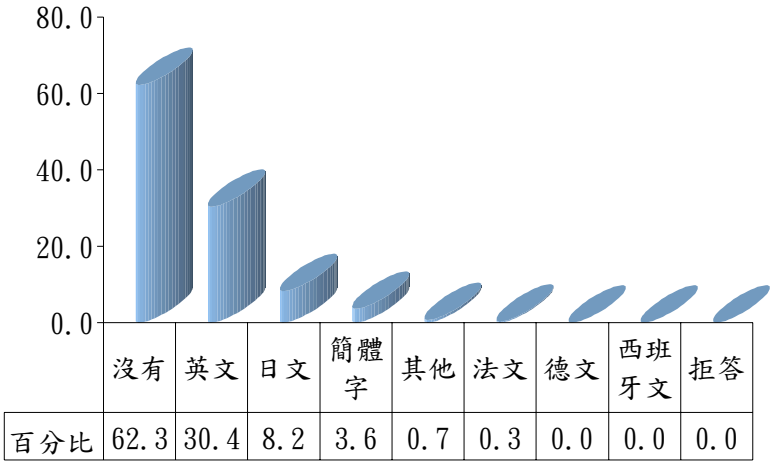


圖 4-2-18 受訪者最常閱讀的語文類別分布圖

十二、影響受訪者選擇閱讀資料的因素（可複選，最多三個選項）

由表 4-2-56 及圖 4-2-19 可知，在訪員不主動提示問項的情況下，受訪者選擇閱讀資料的因素依序為「主題內容（興趣）」（每百人 74 人）、「暢銷書籍」（每百人 19 人）、「話題書」（每百人 14 人）、「他人推薦」（每百人 12 人）及「書店促銷」（每百人 11 人）。

表 4-2-56 受訪者選擇閱讀資料的因素分布表 （N=975）

影響選擇閱讀資料因素	勾選次數	相對次數百分比（每百人次）
內容主題（興趣）	706	74.4
暢銷書籍	178	18.8
話題書	136	14.4
他人推薦	113	11.9
書店促銷	103	10.9
價格	90	9.5
特定作者	84	8.9
其他	72	7.6

影響選擇閱讀資料因素	勾選次數	相對次數百分比（每百人次）
可讀性（容易閱讀）	71	7.5
排版	65	6.9
封面介紹	52	5.5
出版社	47	5.0
得獎作品	39	4.1
書籍外觀	27	2.9
書評介紹	25	2.6
便於攜帶	9	1.0
拒答	9	1.0

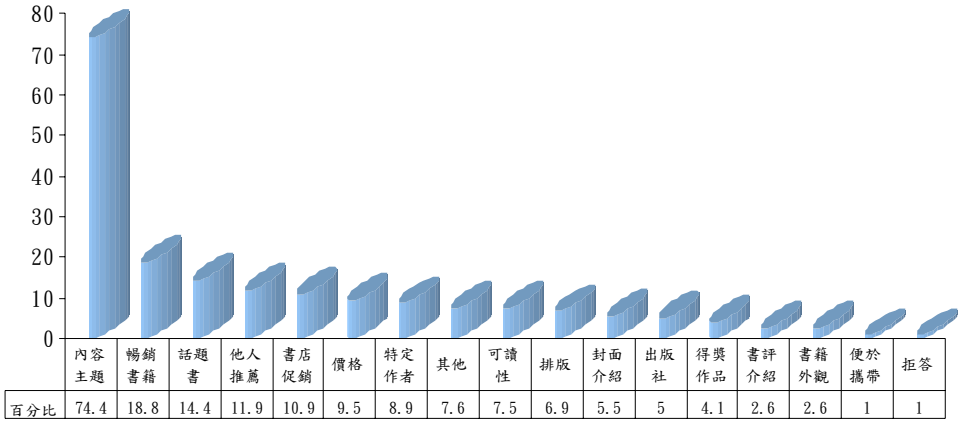


圖 4-2-19 受訪者選擇閱讀資料的因素分布圖

十三、過去 6 個月內受訪者是否參與閱讀活動

由表 4-2-57 及表 4-2-58 可知，有 11.5%的受訪者於過去 6 個月內曾參與閱讀活動。而受訪者參與的閱讀活動多為「書展」(每百人 56 人）及「讀書會」(每百人 36 人)。

表 4-2-57 受訪者過去 6 個月內是否參與閱讀活動分布表

過去 6 個月內是否參與閱讀活動		
	次數	百分比
是	112	11.5
否	862	88.4
拒答	1	0.1
總和	975	100

表 4-2-58 受訪者參與閱讀活動分布表

參與閱讀活動	勾選次數	相對次數百分比(每百人次)
書展	63	56.2
讀書會	40	35.7
閱讀講座	11	9.8
說故事活動	5	4.5
其他	5	4.5

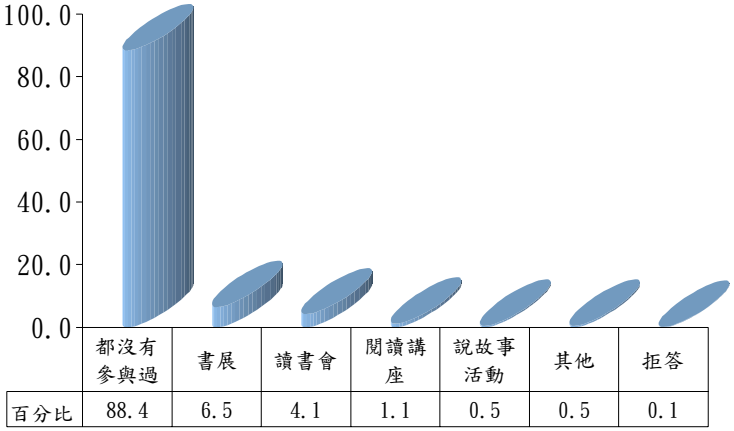


圖 4-2-20 受訪者參與閱讀活動分布圖

十四、受訪者網路閱讀的內容（不包括單純的瀏覽網站）（可複選）

由表 4-2-59 可知，每百人中有 64 人沒有網路閱讀的習慣。而有網路閱讀習慣的受訪者，其網路閱讀的內容依序為「電子報（不包含活動訊息）」（每百人 24 人）、「網路文學作品」（每百人 13 人）。

表 4-2-59 受訪者網路閱讀內容分布表（N=975）

網路閱讀的內容	勾選次數	相對次數百分比(每百人次)
都沒有	623	63.9
電子報（不包括活動訊息）	236	24.2
網路文學作品	131	13.4
電子期刊	97	9.9
電子書	96	9.8
其他	12	1.2

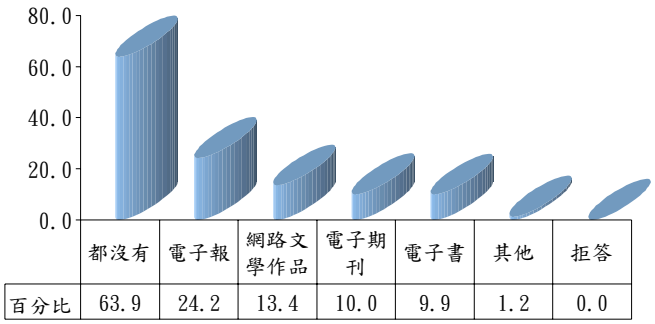


圖 4-2-21 受訪者網路閱讀內容分布圖

十五、受訪者習慣線上閱讀或離線閱讀網路上的文件

由表 4-2-60 可知，有 65.2%的受訪者習慣直接在線上閱讀網路上的文件；24.2%的受訪者習慣離線閱讀；而兩者皆有的受訪者則佔 10.0%。由此顯示多數的市民習慣直接於線上閱讀。

表 4-2-60 受訪者習慣線上或離線閱讀分布表

線上閱讀或離線閱讀	次數	百分比
線上閱讀	229	65.2
離線閱讀（下載或印出閱讀）	85	24.2
兩者皆有	35	10.0
拒答	2	0.6
總和	351	100

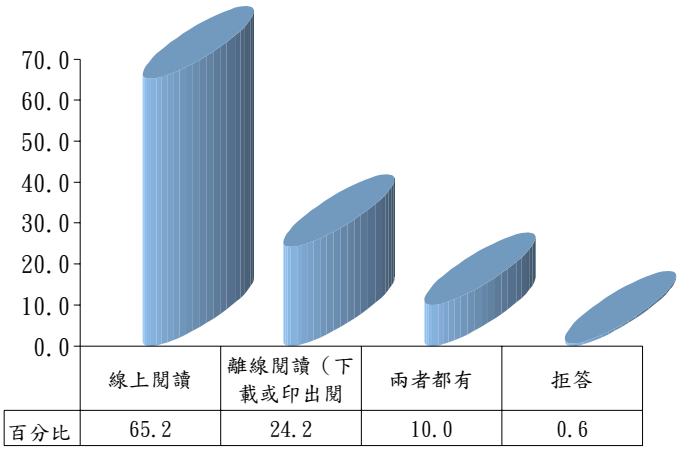


圖 4-2-22 受訪者習慣線上或離線閱讀分布圖

為了解各背景變項在閱讀網路上文件習慣上之差異情形，故進行交叉分析如下。

1. 性別：由表 4-2-61 可知，男性線上閱讀的比例略高於女性，但差異不大。

表 4-2-61 性別與線上或離線閱讀交叉表

	合計		男		女	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
線上	229	65.6	118	51.5	111	48.5
離線	85	24.4	37	43.5	48	56.5
兩者皆有	35	10.0	18	51.4	17	48.6
合計	349	100	173	49.6	176	50.4
卡方值=1.640;自由度=2;P 值=0.440＞0.05						

2. 年齡：由表 4-2-62 可知：

（1）各年齡層均有超過 6 成的受訪者習慣於線上閱讀。

（2）15-19 歲之受訪者習慣於線上閱讀的比例約 7 成 8，略高於其他年齡層。

表 4-2-62 年齡與線上或離線閱讀交叉表

	合計		15-19 歲		20-24 歲		25-34 歲		35-54 歲		55 歲以上	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
線上	227	65.4	47	78.3	31	67.4	68	60.7	70	63.1	11	61.1
離線	85	24.5	8	13.3	12	26.1	31	27.7	31	27.9	3	16.7
兩者皆有	35	10.1	5	8.3	3	6.5	13	11.6	10	9.0	4	22.2
合計	347	100	117	100	85	100	210	100	407	100	150	100
卡方值=10.403;自由度=8;P 值=0.238＞0.05												

3. 教育程度：由表 4-2-63 可知：

（1）教育程度在受訪者網路閱讀習慣上有顯著差異。

（2）教育程度為研究所以上及專科的受訪者線上閱讀的比例較其他教育程度者低。

（3）教育程度為高中（職）之受訪者線上閱讀的比例為 7 成 7，較其他教育程度者高。

表 4-2-63 教育程度與線上或離線閱讀交叉表

	合計		研究所以上		大學或學院		專科		高中(職)		國(初)中以下	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
線上	228	65.7	27	50.9	120	69.0	26	53.1	47	77.0	8	80.0
離線	85	24.5	16	30.2	41	23.6	17	34.7	11	18.0	0	0.0
兩者皆有	34	9.8	10	18.9	13	7.5	6	12.2	3	4.9	2	20.0
合計	347	100	83	100	369	100	152	100	281	100	80	100
卡方值=19.326;自由度=8;P 值=0.013<0.05												

十六、受訪者常瀏覽的閱讀網站

本題為開放性問題，目的在得知受訪者常瀏覽的閱讀網站名稱。根據電訪員紀錄結果，扣除搜尋網站名稱（例如：Google）、與閱讀無相關之網站〈例如：拍賣網〉、無明確說明網站名稱、經查證發現名稱不符者，由研究者一一上網瀏覽，更正為正確名稱並進行分類後整理如表 4-2-63。由表 4-2-63 可知，受訪者常閱讀的網站類型以電子報為主，其中以中時、聯合報為最多人閱讀。

表 4-2-64 受訪者常瀏覽的閱讀網站分布表

類別	網站名	次數
電子報	中時聯合報	22
	聯合新聞報	17
	東森新聞報	11
	奇摩電子報	9
	Pchome 電子報	4
	蘋果日報	2
	智邦生活館電子報	2
	世界新聞報	1
	魅力站電子報	1
	日本讀賣新聞〈日文網站〉	1
	早日新聞網〈日文網站〉	1
	CNN〈英文網站〉	1
	華爾街日報〈英文網站〉	1
網路文學作品	小說頻道	2
	傳統中國文學龍騰世紀書庫	2
	奇摩裡的閱讀網站	1
	Yahoo 的小說集	1
	楓情萬種文學網	1
	鮮網〈小說網站〉	1

	香港小說網	1
電子期刊	天下雜誌	5
	電腦類電子期刊	1
	數位雜誌	1
	遠見雜誌	1
	今周刊	1
	IEEE〈英文網站〉	1
	TIME〈英文網站〉	2
電子書	E 書時空	1
網路書店	博客萊	8
	遠流	2
	金石堂	1
	誠品	1
	Amazon 亞馬遜〈英文網站〉	1

第五章　研究結論與建議

本章依據研究目的及專家所建議之閱讀風氣調查面向，從文獻及調查統計結果中，將研究發現予以歸納整理。第一節根據問卷調查結果，瞭解臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態；第二節則基於第一節之發現，提供本館及相關單位參考意見，做為提升臺北市閱讀風氣之建議；第三節則依據本研究過程中發現可延伸之研究問題及研究方法提出建議。

第一節　研究結論

一、閱讀風氣

（一）閱讀態度

本次研究中發現高達 7 成的市民認為閱讀對他/她的生活是重要的，認為閱讀對生活不重要的則低於 1 成。綜而觀之，學歷愈高，認為閱讀對其生活重要性比例愈高。不過值得注意的是，15-19 歲的市民在對閱讀是否重要表現出的態度是比較不重視的，認為閱讀對生活「重要」之比例僅有 5 成 5，認為「普通」也將近 4 成。

（二）閱讀是否優於其他休閒活動

對照於實際表現於日常生活中，可從市民最常做的休閒活動排名第 3 項為「看書報雜誌」，與排名第 1 的「看電視」僅相差不到 5 個百分比做為驗證，顯現閱讀的確成為市民休閒生活的一部分。然從每個選項並沒有特別突出之情況來看，臺北市民的休閒生活是傾向多樣化發展的。

再從人口變項來分析臺北市的閱讀風氣與其他休閒活動的比較情形，可以發現不同性別、年齡與教育程度有相異之呈現。從調查中可發現，女性相較於男性是比較喜愛閱讀的一群。女性從事前五大休閒活動依序為「看電視」、「看書報雜誌」、「運動」、「逛街」與「打電玩上網」；男性則是「運動」、「看電視」、「看書報雜誌」、「打電玩上網」及「旅遊」。

從年齡方面來分析，年紀較輕（24 歲以下）之族群閱讀風氣較不興盛，「打電玩上網」是他/她們最常做的休閒活動，25 歲至 54 歲的臺北市民「看書報雜誌」皆是次於「看電視」的選擇。

由教育程度來分析，學歷大學以上的市民於閒暇時選擇「看書報雜誌」之順序是優於其他休閒活動的，顯示學歷較高之市民較有閱讀之習慣。

就休閒活動之而言，大致上與天下雜誌對全國二十歲以上民眾所進行「全民閱讀大調查」的結果順序差異不大，「看書報雜誌」在臺北市民日常生活中是次於「看電視」及「運動」的休閒活動，不過在本次調查中「看書報雜誌」（平均每百人中有 29 人）與「看電視」（平均每百人中有 33 人），兩者之差異不若「全民閱讀大調查」懸殊（「看書報雜誌」平均每百人中有 15 人，「看電視」平均每百人中有 28 人）；兩次調查中亦顯示女性的確比男性還愛看書，成熟期（約 31-50 歲）的市民也是較為偏愛閱讀的族群。

（三） 閱讀頻率

從閱讀頻率來觀察臺北市的閱讀風氣，可以發現，高達 9 成的市民在過去 6 個月內曾經閱讀圖書、雜誌及報紙。性別在過去 6 個月內是否閱讀圖書、雜誌及報紙上有顯著差異，女性的比例高於男性。

雖然 15-19 歲的市民對於閱讀態度不是十分重視，但在研究中發現，在所有年齡層中，過去 6 個月內閱讀過圖書、雜誌及報紙的以 15-19 歲的市民比例最高。在職業方面，則以從事軍警、公教人員、電子資訊業、學生、商業及金融保險業之工作者比例較高，均高達 9 成 5 以上。然而，55 歲以上、退休人士在這部分的比例均低於其他族群。

在教育程度方面，過去 6 個月內閱讀過圖書、雜誌及報紙的市民，學歷在國（初）中以下的比例偏低，整體而言，教育程度愈高，過去 6 個月內閱讀過圖書、雜誌及報紙的比例愈高。在月收入方面亦然，平均月收入愈高者，過去 6 個

月內閱讀過圖書、雜誌及報紙的比例愈高。不過，居住在臺北市哪一個行政區域在這方面的表現差異不大。

細看其頻率分布，報紙是最受大家喜愛的閱讀素材，每天閱讀的比例高達 6 成，不論男女，每天或經常閱讀之比例均高於 8 成，24 歲以下的受訪者每天閱讀報紙的比例較其他年齡層低。

閱讀圖書的狀況則較為平均，「每天看」、「經常〈隔幾天看一次〉及「偶而〈隔幾週看一次〉」都各占將近 2 成 5，不過就年齡層分析，15-19 歲之市民每天閱讀圖書之比例低於其他年齡層。教育程度為研究所以上之受訪者每天閱讀之比例較其他教育程度高。

閱讀雜誌的市民，就頻率上而言，略少於前兩者，集中在「經常〈隔幾天看一次〉及「偶而〈隔幾週看一次〉」較多。男性市民每天及經常閱讀雜誌的比例略高於女性，15-19 歲之市民不看雜誌的比例較其他年齡層高，24 歲以下市民每天閱讀雜誌之比例較其他年齡層低。

就本研究及「2000 臺灣圖書出版市場研究報告」中有關全國 15 歲以上圖書雜誌消費者閱讀習慣與消費行為調查均顯示，有閱讀圖書與雜誌之頻率，都以「偶而〈隔幾週看一次〉」最為普遍，且教育程度差異對於閱讀的頻率是有影響的，學歷愈高閱讀的頻率愈高，可見得不斷的刺激〈課業或工作上要求〉，對於閱讀習慣的持續培養是重要因素之一。

（四）不閱讀之原因

至於不閱讀之因素，則以「一直沒時間閱讀」居冠，有 3 成之比例，另外「沒有興趣閱讀」及因「健康因素」而不閱讀的人口並列第 2 名。「經濟因素」選項有 3%、「附近沒有書店或圖書館」的選項無人勾選，顯示不閱讀之原因與外在條件因素較無關係，個人內在因素〈時間、興趣及身體狀況〉在本次調查中影響較顯著。而 Net and books 與臺灣閱讀協會所進行的「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」中亦顯示「太忙了」是減少閱讀時間的主要原因。

二、 閱讀型態

（一）閱讀時段與地點

通常市民閱讀的時段會在「睡前」較多（平均每百人有 42 人），與在「空閒時」閱讀之比例〈平均每百人有 41 人〉相差甚小。兩者與其他選項懸殊的比例，與「全民閱讀大調查」中類似的結果，可說明全國民眾與臺北市民均將閱讀定位為休閒、沒有壓力的娛樂消遣之一，尤其在睡前可以幫助放鬆與入眠。

另外，高達 6 成的市民閱讀時相當專注，不會一邊做其他事，僅有一邊「聽音樂」之比例較高，約有 2 成市民。

大都會城市常會看到通勤時人手一冊閱讀的現象，在「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」中有 4.2%，而在臺北亦不顯著，本次調查中僅有 1%會利用等車或通勤時間閱讀，或許是因為臺北市捷運路程短、上下班或上下課時間人潮擁擠或民眾閱讀習慣尚未養成。

（二）閱讀動機

市民閱讀的動機在不主動提示選項內容情況下，市民最直接之反應為「增廣見聞」，比例高達 4 成 5；另外，「個人興趣」及「打發時間」之比例亦各有 2 成以上。顯示市民在閱讀動機上是比較主動積極的，較不會因為遇到困境需要解決而做消極性的閱讀。

在天下雜誌的「全民閱讀大調查」中有近 6 成民眾是為了「增廣見聞」及近 4 成民眾是為了「增加生活樂趣與技能」；在「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」中，「個人興趣」是最主要的動機，「增長見聞」隨教育程度而遞減，顯示臺北市民與全國民眾在閱讀動機上相仿，偏向於純為興趣的閱讀。

然而，關於工具性的閱讀、希望從書本中立即得到回饋的民眾比例，在「全民閱讀大調查」中發現約有 2 成 5 之民眾是為了「工作需要」及近 1 成的人回答「為了考試」；在「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」中，「工作/課業上的需要」有 2 成 9 的民眾，且隨教育程度而遞增；但這樣的結果由本次調

查臺北市民較難印證，由「工作需要」平均每百人中有 9 人及回答「為了考試」平均每百人中僅有 1 人，顯示臺北市民在實用性閱讀方面的需求是在全國民眾的平均值以下的。

（三）閱讀資料來源之取得

在取得閱讀資料來源部分，超過 8 成市民願意花費金錢取得閱讀來源，比較有趣的現象是除了民眾習慣的實體書店外，在便利商店購買的比例高於網路書店比例達 13%，可能是由於便利商店之普遍性，可在自宅附近購買到雜誌、報紙及熱門書籍，且單價一般而言不高，因此在本次調查中，便利商店也成為市民習慣取得的管道之一。另外，有將近 6 成的市民會利用不花錢的管道取得閱讀資料，圖書館仍是大部分民眾之首選〈在借閱的管道上占有 6 成〉，但若就全部市民而言，僅有 3 成 4 的民眾會選擇至圖書館閱讀。

從本調查、「全民閱讀大調查」結果、「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」及嚴媚玲之研究，均可發現，大部分的民眾的確比較習慣閱讀自己花錢購買的圖書資料，也可看出民眾使用書店的比例勝於使用圖書館。有些書店蒐藏的閱讀物不僅多又完整，主題分類清楚易聯想，符合讀者之習慣，新書多、裝潢舒適，所提供之書單又兼具”質”之表現，對某部分市民而言，到書店看書儼然已是一種流行。

然而，雖然臺北市民利用圖書館的比例仍偏低，但相較於全國民眾僅 1 成使用圖書館，臺北市民使用圖書館的情形較為普遍，並從「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」有近 2 成 5 民眾會選擇到圖書館看書，代表愈城市化的居民利用圖書館之比例愈高，可能與交通便利及教育程度普遍較高之緣故。

（四）閱讀類別及語文

在閱讀類別部分，市民大都集中在閱讀報紙的「社會新聞版」（平均每百人中有 39 人）、「娛樂版」〈平均每百人中有 26 人〉及「政治版」〈平均每百人中有 23 人〉，其他版面的比例均不高；除社會新聞是兩性關注焦點外，男性市民較

關切政治與體育新聞，女性則是較偏好娛樂及藝文新聞。另外，年紀愈輕喜歡娛樂性新聞的市民比例愈高，對社會新聞關注力較低；娛樂版可說是全民運動，不論教育程度為何，均入選前 3 名，教育程度愈高者對政治愈有興趣；各行政區的市民在閱讀報紙類別上僅有些微差異，仍以社會新聞、娛樂及政治新聞為閱讀最大宗，比較特別是北投區與大同區，兩區閱讀藝文版之人口比例較其他區高。

或許是因為閱讀類別眾多，在閱讀圖書上顯得頗為分散，僅有「小說」〈平均每百人中有 22 人〉、「文學〈非小說〉」〈平均每百人中有 19 人〉、「財經投資」〈平均每百人中有 14 人〉、「心理勵志」與「休閒娛樂」〈平均每百人中有 10 人〉較高，其餘類別比例較低；這樣的結果大致與「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」相符，在其調查中顯示前 5 類書籍分別依序為：「文學」、「休閒小說」、「投資理財」、「勵志/傳記」及「電腦/資訊」。

然而，在本次調查中，男女性喜愛閱讀的圖書類別差異不大，男性市民較常閱讀的圖書類型依序為「小說」、「財經投資」及「文學（非小說）」，女性則為「文學（非小說）」、「小說」、「財經投資」及「心理勵志」；但在「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」中，性別在這部分差異較大，男性依序為「電腦/資訊」、「投資理財」、「休閒小說」、「文學」、「勵志/傳記」及「政治/社會」，女性則為「文學」、「休閒小說」、「醫療/心理」、「投資理財」及「勵志/傳記」。

從年齡層來分析偏好的閱讀類別，可以發現「文學〈非小說〉」是各年齡層較常閱讀的圖書類型，年紀愈輕愈喜愛休閒娛樂性的圖書，25 歲以上的市民對「財經投資」興趣濃厚，尤其是年紀愈大比例愈高。綜合論之，年齡愈長者對於實用性書籍需求愈大；

除了教育程度在國（初）中以下的市民較常閱讀圖書類型特別偏好於宗教哲學外，其他教育程度的市民均集中閱讀「小說」、「文學（非小說）」、「財經投資」。在職業方面，可

以明顯看出各行業人士閱讀之類別多與自身職業有關書籍，例如：職業商業及金融保險業者偏好「財經投資」、家庭管理者偏好「家庭教育/親子教育」、服務業者偏好「心理勵志」，在退休人士身上也可發現「醫療保健」與「宗教/哲學」這類維持身心健康之書籍頗受歡迎。

閱讀雜誌類別則以「時尚流行」類最高，另外，相同於圖書，類別也頗為分散，「財經投資」、「影音娛樂」及「新聞時事」類較為熱門，其餘亦低於每百人中有 10 人的比例。在性別上可清楚看出，除了「影音娛樂」及「財經投資」雜誌外，「流行時尚」類雜誌頗受女性青睞，男性則對「新聞時事」較為偏好。在居住地區方面，居住於松山區、大安區、中山區及信義區之市民較常閱讀「財經投資」類雜誌，居住於北投區、內湖區、萬華區、士林區、大同區及文山區之市民較常閱讀「時尚流行」類雜誌。

從年齡分布來分析，年紀愈輕的市民追尋流行之腳步愈熱烈，年紀愈大者愈著重財經投資類雜誌。在嚴媚玲所撰寫的「大學生的閱讀活動與其管道之研究」論文中，也點出現在大學生普遍的閱讀態度是掌握「新」與「流行」的資訊，對於有話題性、可滿足自己求新知的好奇的時效性資訊最為熱衷，但是大學生較易有「速食」及「雜食」之閱讀心態，雖然引領大學生接觸很多新資訊與觀念，但可說是常識類多於知識類，廣博而不深入。

在閱讀語文類別選擇中，除了正體中文，「英文」毫無意外為最常閱讀的語文類別，約有 3 成；或許是因為閱讀素材之缺乏或市民的確尚無此需求，「德文」與「西班牙文」之選項並無任何人勾選。

（五）影響選擇閱讀資料因素

在影響市民選擇閱讀資料因素方面，超過 7 成市民著重在於主題是否符合自身興趣，「暢銷書籍」、「話題書」則是第 2 及第 3 個影響因素，可見得宣傳對於書籍之銷售頗有助益。但就比例而言，較「內容主題（興趣）」少得多，僅占

約 2 成；這些年來各界賣力從事圖書加值的工作，例如：「書評介紹」、「得獎作品」，在本次研究中勾選的市民比例比較少，僅略多於「便於攜帶」。

（六）閱讀活動

臺北市民是否曾在過去 6 個月內參加過閱讀活動的結果是相當令人沮喪的，將近 9 成民眾不曾參與。而市民參與的閱讀活動多為「書展」（平均每百人中有 56 人）及「讀書會」（平均每百人中有 36 人），顯示圖書館或相關單位須再更努力吸引民眾參與。

（七）網路閱讀

本次研究將網路閱讀限定於閱讀電子書、電子期刊、網路文學作品、電子報...等，一般上網行為，例如：瀏覽網站、看 email 及活動訊息並不在本次研究範圍中。由結果可發現，民眾上網閱讀這些類型之比例不高，有將近 6 成 4 的民眾並不曾進行網路閱讀。

相較於 91 年進行的「全民閱讀大調查」有 5 成 7 民眾很少或不會利用網路閱讀，及「臺灣都會區閱讀習慣調查報告」有 6 成 3 的民眾不上網，這樣的結果，顯示這幾年來民眾對於網路閱讀仍不夠主動，對於網路可提供延伸閱讀部分，觀念宜再加強或宣導。

就曾進行網路閱讀行為之市民而言，最常閱讀之內容是「電子報」及「網路文學作品」。由開放性填答可發現，「電子報」中以中時、聯合報為最多人閱讀；「網路文學作品」仍以小說類文章網站最受青睞；電子期刊類則以天下雜誌最多人點閱。

另外，有 65.2%的受訪者習慣直接在線上閱讀網路上的文件；24.2%的受訪者習慣離線閱讀；而兩者皆有的受訪者則占 10.0%。由此顯示多數的市民習慣直接於線上閱讀。男女性線上閱讀的比例差異不大；各年齡層均有超過 6 成的受訪者習慣於線上閱讀；15-19 歲之受訪者習慣於線上閱讀的比例略高於其他年齡層；教育程度以高中職學歷受訪者線上

閱讀的比例最高，研究所以上及專科的比例較低。

綜而論之，臺北市民的閱讀型態其實是自主、積極的，不吝於花錢購買，在動機上多半為了增廣見聞而閱讀，選擇資料時也主要是依內容主題及自身興趣為主，對於暢銷書、話題書雖然也會引起興趣，不過多半已針對特定之類別，尤其是休閒性及實用性主題，或許是因為大多於睡前或空閒時閱讀之緣故。

報紙、雜誌、圖書三種不同型態的資料類別所吸引的族群及其鎖定的內容也不盡相同，具有新聞性或時尚性方面資料，一般而言，會以閱讀報紙及雜誌為主；財經類資料會以閱讀雜誌及圖書較多，文學作品則以閱讀圖書為最大宗。

多數的市民均偏好實用性、資訊性與生活或工作密切相關的閱讀資料，男女生在偏好的閱讀類別有差異；年紀愈輕的市民較偏好休閒娛樂性及電腦相關資訊，較年長的市民則注重理財及身心靈成長的資訊；教育程度高者較能接受理論及抽象性資料，涉獵的範圍較為廣泛；而分屬不同行政區域的市民其閱讀型態並無太大差異。

第二節　研究建議

本節依據研究結論，提出以下建議以供本館、學校、出版界及相關單位參考。

（一）積極推動青少年閱讀

從本次調查中發現，青少年對於閱讀重視程度有略為偏低之傾向，繁重的課業壓力與其求新求變的特性，往往讓青少年的閱讀需求成為最難以捉摸的一環。然而，無庸置疑地，這個特殊族群傳播資訊之能力也是其他族群難望其項背的，在教育制度變革、教學方式改變及升學管道多元化後，更是推廣青少年閱讀的好時機。

建議學校方面須重視高中圖書館、鼓勵老師多利用圖

書館資源教學，並廣為增設閱讀相關課程，與本館建立合作關係，共同將閱讀活動融入教學中。本館及出版社人員在選擇圖書資料類型方面，並不須盲目地迎合青少年喜愛尋求刺激的需求，而是轉型符合年輕讀者閱讀趣味。透過新穎、多元化之閱讀媒體，鼓勵其廣泛閱讀，從科普讀物到推理小說，擴大興趣面和知識面並選擇能擁有更高的閱讀樂趣與想像力，又不失提升道德素養、豐富知識結構的有價值的閱讀資料，以持續培養青少年閱讀之習慣。

（二）重視銀髮族閱讀

臺灣已漸漸邁入高齡化之社會，靠著科技、醫學的不斷進步，可預見地銀髮族人口會愈來愈多。然而，從本次調查中發現，臺北市民 55 歲以上、退休人士在閱讀頻率的比例均低於其他族群，這是個值得注意的現象。

銀髮族消費能力高，關注的焦點注重實用性，例如：醫療保健、旅遊資訊、心靈成長..等方面的資訊。另外，在偏好的閱讀媒介上也與其他族群顯現不同特性。一般時尚流行的網路閱讀、利用 PDA、手機進行無線/限閱讀或許對銀髮族而言較為複雜且吃力，反倒是有聲圖書、大字版圖書之出版及蒐集是值得相關各界努力的方向。

（三）調整圖書館館藏經費分配

本館因有社教功能，提供廣泛各類型資源，以鼓勵市民終身學習。然文學、小說、財經、心理勵志及休閒娛樂為普遍受市民歡迎的圖書類型，女性對閱讀態度較為積極，因此本館在購買及蒐集館藏館藏時，可多考慮提高這幾個類別及女性書籍的比重，在經費分配時做整體之規劃與參考。

（四）加強圖書館館藏行銷

在本次調查中發現，大部分的讀者會選擇至書店而非

圖書館看書，就商業性導向考量，書店的書新穎、汰換速度快,的確滿足讀者渴求新知的欲望。然從『誠品報告 2003』一書中，銷售領先群中，超過一半以上是出版超過 1 年的舊書，及觀察本館借閱排行榜可發現，只要是優質好書是不會被忽略的。

本館一向在挑選館藏的品質上有縝密的把關，因此建議除持續推廣好書閱讀外，在圖書推廣上要有一套整體的行銷計畫。這樣的計畫須考量推廣活動效果是否能延續，而非僅曇花一現、在前線的館員自身對書籍的認知，是否知悉書的溫度，能適切推薦給讀者、閱覽環境及氣氛之營造、與媒體的良好互動、活動本身的創意性...等。

圖書館與書店都是推動閱讀風氣重要的一環，各自有其功能，北市圖要發揮更多的附加價值，例如提供資料庫查詢、主題閱讀與書展、多元化的讀書會，內容豐富的電子書、電子期刊，主動整理網站資源，並推薦優良閱讀網站，透過不斷的強力行銷曝光，市民的眼光自然會集中，誠如本次調查中「暢銷書」與「話題書」會影響市民選擇圖書資料一樣，在不斷潛移默化下，相信必會提高市民閱讀的意願。

（五）閱讀風氣之開展應由政府主導

全民閱讀風氣之提升首重於心態之轉變與整體大環境之配合，然而政府對於閱讀重不重視，往往是推動書香社會成功與否的關鍵因素。以每人每年平均閱讀 28 本圖書的日本為例，推行「讀書週間」已經 58 年，由 7 個主要團體〈包括日本書籍出版協會、日本雜誌協會、教科書協會、日本經銷商協會、日本書店商業組合連合會、日本圖書館協會及全國學校圖書館協議會〉共同組成「讀書推進運動協會」,並由日本文部省主管。讀書週間廣告不僅登載於 114 家雜誌內，各大報社和電視廣播等年輕人取向的節目，也應要求做讀書週間的宣傳，讓閱讀隨處可見、隨處可聽。

建議閱讀風氣之開展應分階段進行，指派權責單位，每年固定額度的經費，並結合圖書館、出版社、書店、學校、媒體全力配合，散播閱讀的種子，經過長年之耕耘，閱讀才真正能深植人心，變成全民運動。

第三節　進一步研究建議

（一）閱讀範圍

本次研究旨在初步瞭解臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態，在設定閱讀範圍上僅限定圖書、期刊、雜誌、漫畫、報紙、網路閱讀...等，因此所指閱讀範圍並不包含影音閱讀〈電視及電影閱讀〉，然事實上這也是廣義閱讀的一部分，市民在這些媒介的時間分配亦是相當值得關切與探討的。

另外，網路閱讀方面本次研究僅限定於閱讀電子書、電子期刊、網路文學作品、電子報...等，一般上網行為，例如：瀏覽網站、看 email 及活動訊息並不在本次研究範圍中。但對某些族群而言，瀏覽搜尋引擎、看 email、看 BBS 文章或許才是其利用網路最常做的事，就更寬廣的角度視之，其實亦可算為網路閱讀的一部分，臺北市民現今在網路上進行的各項活動有哪些，是否會因為網路之普級而影響到其他活動之減少，各行各業該如何調適與回應，這些都是值得後續觀察之現象。

（二）研究對象

本次研究因考量恐影響整體調查結果，在對象上預先排除兒童與國中生，但並不代表兒童及國中生閱讀相關調查是可以被忽略的，尤其臺北市政府教育局為營造全民閱讀而智慧起飛的風氣，首先由推動兒童深耕閱讀開始，擬定自民國 92 年至 95 年實施的 4 年計畫，期望能逐年踏實的達成預訂目標，並透過深耕閱讀的推廣而開創更精緻的國民教育，以提升教育的生命力，這樣的成效究竟如何是很值得被探討的。

（三）研究方法

本研究之實證研究係以問卷調查法為主，僅進行初探性之瞭解，且本次運用電話調查，題目數量需有所限制，以免受訪者不耐。但閱讀內容或目的常因情境而有不同結果，較不容易藉由普遍性調查得知，建議未來研究輔以質化的研究，將更有助於調查之深度。

註釋

註 1：林宜和，「日本的讀書運動—介紹讀書週間」，全國新書資訊月刊（民國 93 年 4 月）：頁 20-21。

註 2：曾雪娥，「引導孩子擁有一張經營智慧的悠遊卡—臺北市國民小學推動兒童深耕閱讀四年計畫」，全國新書資訊月刊（民國 93 年 4 月）：頁 4。

參 考 書 目

一、中文部分

（一）圖書

Net and Books編輯部。「閱讀的風貌」。在閱讀的風貌，頁19。臺北市：英屬蓋曼群島網路與書股份有限公司臺灣分公司，民國 90 年。

Net and Books編輯部。「臺灣都會區閱讀習慣調查」。在閱讀的風貌，頁 57-69。臺北市：英屬蓋曼群島網路與書股份有限公司臺灣分公司，民國 90 年。

于善祿。「2001 年臺灣出版產業重點回顧」。中華民國九十一年出版年鑑，頁 187。臺北市：新聞局，民國 92 年。

李雪莉。「臺灣的閱讀危機」。在閱讀：新一代知識革命，頁 234-251。臺北市：天下，民國 92 年。

行政院文化建設委員會。「業者經營狀況調查」。在中華民國八十八年臺灣圖書出版市場研究報告，頁 25。臺北市：文建會，民國 89。

行政院文化建設委員會。「圖書雜誌出版社經營狀況與出版類別統計分析」。在中華民國八十九年臺灣圖書雜誌出版市場研究報告，頁 47-48。臺北市：文建會，民國 90。

行政院文化建設委員會。「圖書雜誌消費者閱讀習慣與消費行為調查統計分析」在中華民國八十九年臺灣圖書雜誌出版市場研究報告，頁 63-91。臺北市：文建會，民國 90。

孟昭晉。書評概論。南京市：南京大學出版社，民國 83 年。

阿爾維托・曼古埃爾著。閱讀地圖：一部人類閱讀的歷史。臺北市：臺灣商務，民國 88。

陳穎青。「記錄過去預測未來—誠品報告和台灣人的心理

史學」。在誠品報告 2003：新競爭時代的閱讀記事，頁 14-17。臺北市：誠品，民國 93 年。

洪村章、錢道源、黃滄海主編。閱讀學。廣東省：廣東教育出版社，民國 81 年。

曾祥芹、韓雪屏主編。閱讀學原理。河南省：河南教育出版社，民國 81 年。

傅凌。「六種 28 類種閱讀的獵人」。在閱讀的狩獵。臺北市：網路與書，民國 93 年。

誠品書店編輯部。「2003 年銷售 100 總體分析」。在誠品報告 2003：新競爭時代的閱讀記事，頁 8-13。臺北市：誠品，民國 93 年。

楊大春。解構理論。臺北市：揚智文化，民國 83 年。

（二）期刊論文

王洛夫。「科技與閱讀的約會」。師友427 期（民國 92 年 1 月）：頁 79-81。

王峻翊等。「傳統書與電子書閱讀者之閱讀動機、閱讀行為及市場佔有率之研究」。世新印刷學報4 期（民國 87 年 5 月）：頁 47-64。

王梅玲。「從學術出版的變遷探討學者、出版者與圖書館的角色」。國家圖書館館刊92 年 1 期（民國 92 年 4 月）：頁 67-93。

林武憲。「臺灣閱讀，加油」。全國新書資訊月刊54 期（民國 92 年 6 月）：頁 7-8。

林建平。「國小學童的閱讀動機、理解策略與閱讀成就之相關研究」。臺北市立師範學院學報26 期（民國 84 年）：頁 267-294。

林珊如。「大學教師網路閱讀行為之初探」。圖書資訊學刊 1 卷 1 期（民國 92 年 6 月）：頁 75-92。

林珊如。「休閒閱讀找書策略及影響選書因素之探討：以臺大BBS Books版愛書人為例」。資訊傳播與圖書館

學第 8 卷 2 期（民國 90 年 12 月）：頁 23-37。
吳美美。「這個城市的居民在讀些什麼？兼賀第三十九屆出版節」。全國新書資訊月刊16 期(民國 89 年 4 月)：頁 6-14。
邱美秀、林清山。「高中生閱讀兩難故事的工作記憶因果推論歷程研究」。教育心理學報29 期（民國 86 年 9 月）：頁 259-278。
邱炯友。「出版與閱讀議題下待解的三角習題」。出版界67 期（民國 92 年 7 月）：頁 38-41。
范豪英。「從中興大學圖書館流通統計檢視閱讀活動」。中國圖書館學會會報71 期(民國 92 年 12 月)：頁 37-49。
陳亞寧。「電子期刊的剖析研究」。資訊傳播與圖書館學6 卷 4 期（民國 89 年 6 月）：頁 71-91。
陳珮慈。「成人閱讀之研究—以臺北市立圖書館永春分館讀者為例」。圖書與資訊學刊 18 期(民國 85 年 8 月)：頁 41-61。
張鈿富、林淑萍。「成人閱讀素養內涵與相關研究」。教育研究月刊96 期（民國 91 年 4 月）：頁 75-86。
黃明月。「我國空中大學學生閱讀策略之研究」。社會教育學刊22 期（民國 82 年）：頁 168-173。
黃詩騰、劉志春、劉姿君。「從閱讀習慣看電子報的接受度—以文化大學印傳系學生為例」。華岡印刷傳播學報33 期（民國 91 年）：頁 99-105。
楊曉雯。「由書媒體探討當代閱讀的意義」。國立中央圖書館臺灣分館館刊3 卷 3 期(民國 86 年 3 月)：頁 55-66。
臺北市立圖書館。市圖之窗133 期（民 92 年 2 月），第 2 版。
臺北市立圖書館。市圖之窗145 期(民 93 年 2 月)，第 1、2 版。
蘇蘅。「青少年閱讀漫畫動機與行為之研究」。新聞學研究第 48 集（民國 83 年 1 月）：頁 123-145。

（三）學位論文

陳怡華。「國小學生家庭環境、閱讀動機與國語科學業成就之關係研究」。國立高雄師範大學教育學系，碩士論文，民國 90 年。

陳明來。「臺北市公立國中生課外閱讀行為之研究」。國立政治大學圖書資訊研究所，碩士論文，民國 90 年。

楊曉雯。「高中生閱讀行為之研究：以臺北市立建國中學學生為例」。淡江大學教育資料研究所，碩士論文，民國 85 年。

嚴媚玲。「大學生的閱讀活動與其管道之研究」。淡江大學教育資料科學學系，碩士論文，民國 88 年 6 月。

（四）網路資源

行政院新聞局。「圖書出版業綜合分析」。圖書出版產業調查研究報告。
＜http://www.tibe.org.tw/new_web.htm＞（2004 年 2 月 25 日）。

李冰。「國民閱讀調查結果顯示:我國年人均購書 43.67 元」。
＜http://big5.ce.cn/cysc/cmcb/chuban/200412/13/t20041213_2559527.shtml＞（2004 年 12 月 13 日）

李康樂。「成人閱讀進入讀圖時代？」。
＜http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/book/2003-10/21/content_1132679.htm＞（2004 年 3 月 19 日）

阿草。「小小閱讀書城開幕典禮」。
＜http://www.hkedcity.net/article/cultural_feature/readingland/index.phtml?print=1＞（2004 年 1 月 27 日）

吳紹群。「公共圖書館館藏發展的再思考」。書苑季刊46期（民89年10月）。
＜http://public.ptl.edu.tw/publish/suyan/46/1.htm＞（2004年3月2日）
青年事務委員會。「傳媒對青少年影響研究調查報告書」。＜ http://www.info.gov.hk/coy/chi/report/media.htm ＞（2004年12月3日）。
金石堂。出版情報2004年特刊（民93年1月）。
＜http://www.kingstone.com.tw/publish0401/189_000.asp＞（2004年3月2日）。
郭羿婕。「閱讀原來可以是一種治療」。
＜http://vita.fju.edu.tw/ShowNewsDetail.asp？no=2003514125654＞（2004年2月18日）。
陳信元。「數位時代的大眾閱讀習慣」。全國新書資訊月刊16 （民89年4月）。
＜http://isrc.ncl.edu.tw/isbn/frmContent.asp?ID=157&callerpage=/isbn/frmIndex.asp&Year=89&Month=4＞（2004年2 月17日）。
陳惠娟，「線上出版與線上閱讀」。
＜http://www.nhu.edu.tw/~appsoc/e-j/32/32-13.htm）（2004年2月17日）。
彭天楚。「閱讀率下降功利性走強 全民閱讀調查現六大特點」。
＜http://big5.huaxia.com/xw/zh/2004/00270178.html＞（2004年12月10日）。
誠品書店。「世界正在讀什麼」。
＜http://www.eslitebooks.com/exhibition/book/read/index.shtml＞（2004年1月27日）
葉乃靜。「網路閱讀及其問題」。全國新書資訊月刊19（民89年7月）。
＜http://isrc.ncl.edu.tw/isbn/frmContent.asp?ID=209&callerpage=/isbn/frmIndex.asp&Year=89&Month=7＞

（2004 年 2 月 17 日）。

齊若蘭。「快樂閱讀，開啟未來希望」。在海闊天空網站＜http://www.lcenter.com.tw/2002edu/article.asp＞（2004 年 1 月 27 日）。

廖梅馨。「圖書出版產業類型之探析」。中國文化大學新聞研究所，碩士論文，民國 88 年。＜http://192.192.58.195/cgi-bin/theabs/1/flyweb.cgi？p=53570&I=135904&t=656&o=v11＞（2004/01/29）

翟本瑞。「網路閱讀與行為模式改變的社會學考察（初探）」。＜http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/14/14-3.htm＞（2004 年 2 月 17 日）。

鄭茂禎。「網路閱讀及其衍生問題」。＜http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/29/29-08.htm＞（2004 年 2 月 18 日）。

二、英文部分

（一）圖書

Shera, Jesse H. The Foundation of Education for Library. N.Y.：Becker and Hayes, Inc., 1972.

Cole,John Y. ed. Book in Our Future：Perspectives and Proposals. Washington：Library of Congress, 1987.

Waples, Douglas, Bernard Berelson and Franklyn R. Bradshaw. What Reading does to People：a Summary of Evidence on the Social Effects of Reading and a Statement of Problems for Research. Chicago：University of Chicago Press, 1940.

Mcgarry, KJ.. Communication Knowledge and the Librarian. London：Clive Bingly.

National Book Centre. Greek Survey on Reading Behaviour：Results and Conclusions. Athens：National Book Centre, 1999.

Henry A. Bumman. ”Reading.” In The World Book Encyclopedia, 1990.

（二）期刊論文

McEvoy, George F. and Vincent,Cythia S.. ”Who Reads and Why？.”Journal of Communication 30（winter 1980）：160-161.

Lucas, Linda. ”Reading Interests, Life Interests, and Life-style.” Public Library Quarterly 3（winter 1982）：15-18 .

（三）網路資源

Marion, Ann and Elizabeth H. Hacking.“ Educational Publishing and the World Wide Web Retrieved.” ＜http://www-jime.open.ac.uk/98/2/marion-98-2-paper.html＞（27 January 2004）

Committee on Information Technology Strategy for the Library of Congress. ”LC21：Digital Strategy for the Library of Congress Executive Summary.”（Washington ,D.C.：National Academy Press,2001）＜http://book.nap.edu/html/lc21/es.html＞（27 January 2004）

National Center for Education Statistics. ”Adult Literacy Habits and Media Use：Indicator 15.”（2001）＜http://Indictor%2015%20（2001）%20Adult%20Literacy%20Habits%20and%20Media%20Use.htm＞（15 March 2004）

OECD. ”Literacy Skill for the Knowledge Society：Further Results from the International Adult Literacy Survey.”＜http://www.oecd.org/edu/adultlearning＞（17 February 2004）

附錄一

「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究」調查問卷

先生（小姐）您好：

我們是台北大學選研中心，我們接受臺北市立圖書館的委託，進行一項「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態」的調查，想耽誤您幾分鐘的時間，請教您幾個問題，謝謝。

首先向您說明本次調查所指之閱讀不包括為升學目的而閱讀之學校指定參考用書。

一、閱讀調查

（一）您最常做的休閒活動？（複選題，最多三個選項）

□看電視 □看電影 □看書報雜誌 □運動 □逛街 □旅遊
□聽音樂 □打牌 □打電玩或上網 □ 唱歌
□其他_____（請填寫）

（二）您覺得閱讀對您的生活而言重要嗎？（單選題）

□非常重要 □重要 □普通 □不重要 □非常不重要
□沒意見

（三）您過去 6 個月內是否有閱讀圖書、雜誌、報紙？

□有 【請跳答第五題】 □沒有 【請續答下題】

（四）您不閱讀之原因為：(可複選)

□一直都沒時間閱讀 □不識字 □沒有興趣閱讀 □經濟因素
□健康因素（例如：視力欠佳...等） □不知該看什麼書
□附近沒有書店或圖書館
□其他_____（請填寫）
【請跳答基本資料】
□最近 6 個月內沒時間閱讀，但以往有閱讀習慣
【請續答下題】

（五）您閱讀的頻率為：(每小題均為單選題)

1、報紙：□每天看 □經常（隔幾天看一次）□偶而（隔幾週看一次）
□很少（隔幾月看一次） □不看或幾乎不看 □不一定
2、圖書：□每天看 □經常（隔幾天看一次）□偶而（隔幾週看一次）
□很少（隔幾月看一次） □不看或幾乎不看 □不一定
3、雜誌：□每天看 □經常（隔幾天看一次）□偶而（隔幾週看一次）
□很少（隔幾月看一次） □不看或幾乎不看 □不一定

（六）您通常閱讀的時段：(可複選)

□清晨　□中午　□睡前　□假日／休假　□空閒時
□其他_____（請填寫）

（七）您會一邊做什麼事時一邊閱讀：

□上廁所　□吃飯　□通勤/等車　□工作時　□美容院洗頭
□喝咖啡　□搭飛機　□泡澡　□SPA/日光浴　□等人
□ 看電視　□聽音樂　□專心看書，不另做其他事
□其他_____（請填寫）

（八）您個人閱讀的動機為：（不主動提示，可複選最多 3 個選項）

□休閒娛樂　□培養才藝　□投資理財　□增廣見聞
□個人興趣　□修身養性　□教育子女　□工作需要
□人際溝通　□當工具書　□準備考試　□課業進修
□解決問題　□打發時間□其他_____（請填寫）

（九）您通常取得閱讀資料的來源為：（可複選）

□買或租（需自行花錢）→ □租書店 □書店 □便利商店
□網路書店 □其他_____（請填寫）
□借或免費贈送 → □向他人借閱 □圖書館 □公司/學校
□餐廳/咖啡廳 □捷運站口
□其他_____（請填寫）

（十）您通常閱讀的類別是：（不主動提示，可複選最多 3 個選項）

1、報紙：□政治版 □財經版 □社會新聞版 □國際要聞版
□娛樂版 □生活版 □藝文版　□體育版
□醫藥版 □家庭版 □其他_____（請填寫）

2、圖書：□行銷企管 □財經投資 □電腦　□文學（非小說）
□小說　□休閒娛樂 □藝術　□觀光旅遊
□心理勵志 □語言學習 □社會人文 □史地
□宗教/哲學 □應用科學 □自然科學 □醫療保健
□飲食生活 □考試用書 □百科年鑑 □童書
□漫畫　□家庭教育/親子教育□法律/政治/軍事
□其他_____（請填寫）

3、雜誌：□語言學習 □自然科學 □電腦通訊 □財經投資
□新聞時事 □行銷企管 □汽車機車 □時尚流行
□影音娛樂 □設計　□建築居家雜貨
□旅遊/史地 □文學藝術 □社會人文 □婦女/家庭/健康
□軍事/法律 □運動休閒 □其他_____（請填寫）

（十一）除了正體中文之外，最常閱讀的語文類別為：（可複選）

□沒有 □簡體字 □英文 □日文 □法文 □德文
□西班牙文　□其他_____（請填寫）

（十二）影響您選擇閱讀資料的因素：（不主動提示，可複選最多 3 個選項）

□書籍外觀 □特定作者 □排版□內容主題(興趣)□書店促銷
□封面介紹 □書評介紹 □暢銷書籍 □話題書 □便於攜帶
□他人推薦 □價格 □得獎作品 □出版社 □可讀性(容易閱讀)
□其他_____（請填寫）

（十三）您過去 6 個月內是否曾經參與過任何閱讀活動：

□ 是，內容為(以下為選項) □否
□閱讀講座(如：每月一書講座) □說故事活動
□讀書會 □書展 □其他相關活動

（十四）請問您網路閱讀的內容為：(可複選，提示選項)(不包括瀏覽網站)

□電子書 □電子期刊 □電子報（不包括活動訊息）
□網路文學作品
□其他_____（請填寫）
【請續答下題】
□沒有 【請跳答基本資料】

（十五）您較習慣線上閱讀或離線閱讀網路上的文件（字）：

□線上閱讀 □離線閱讀（下載或印出閱讀）

（十六）您常瀏覽的閱讀網站有哪些？ _____

二、基本資料

（一）性別：□ 男 □ 女

（二）年齡：□ 15-19 歲 □ 20-24 歲 □ 25-29 歲 □ 30-34 歲
□ 35-39 歲 □ 40-44 歲 □ 45-49 歲 □ 50-54 歲
□ 55-59 歲 □ 60-64 歲 □ 65-69 歲 □ 70 歲以上

（三）職業：□工（礦、製造、水電、營造）業 □商業、金融保險
□農林漁牧 □軍警 □電子資訊業 □公教
□學生 □家庭管理 □服務業
□自由業 □待業中 □退休人士
□其他_____（請填寫）

（四）教育程度：□研究所或以上 □大學或學院 □專科
□高中（職） □國（初）中 □國小及以下

（五）您最近一年的平均每月收入（或零用錢）(若拒答，請受訪者回答一大概的範圍)：

□1,000 元以下 □1,001-3,000 元 □3,001 元-5,000 元
□5,001-10,000 元 □10,001-20,000 元 □20,001-30,000 元
□30,001-40,000 元 □40,001-50,000 元 □50,001-60,000 元
□60,001-70,000 元 □70,001-80,000 元 □80,001-90,000 元
□90,001-100,000 元 □100,001 元以上 □沒有

□不便回答

（六）居住地區：

□北投區 □士林區 □內湖區 □松山區 □信義區

□南港區 □中山區 □大同區 □萬華區 □大安區

□中正區 □文山區

附錄二

「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究」座談會
會議紀錄

壹、 時間：93 年 4 月 2 日（星期五）下午 2 時 30 分

貳、 地點：總館 10 樓會議室

參、 出席人員：如簽到單

肆、 主持人：曾館長淑賢

記錄：陳怡佩

伍、 討論事項

一、「閱讀風氣」及「閱讀型態」之調查面向

（一）王榮文董事長：

1. 在名詞解釋中提到「閱讀媒介」包括印刷式媒介及電子媒介，事實上除了以上兩種媒介外，電視及電影在日常閱讀中也是扮演重要角色，市民在這些媒介的時間分配亦是相當值得關切與探討的。
2. 網路閱讀的定義在調查問卷上要更區分清楚，因為上網並不表示在閱讀。
3. 從目的來看若只調查 20 歲以上市民之閱讀風氣來代表整個臺北市民的閱讀風氣，似乎顯得有點狹礙。
4. 網路書店之購買群名單可取樣當成背景資料，包括其年齡、消費能力...等，如果鎖定特定族群分析，這樣來源會更具代表性。
5. 問卷內容可再加入消費地點、閱讀地點...等，會更臻完善。
6. 每個問卷題目應有其背後要代表的目的。
7. 建議文獻分析中可加入中國大陸的閱讀調查報告。
8. 從業界角度希望瞭解環境的變化是否改變閱讀風氣，尤其是購書地點、閱讀時間與方法之變化。
9. 不閱讀之人口之原因相當重要。

（二）黃光玉副教授：

1. 本次研究首要釐清其結果所要表達之目的，是否要包括讀書的情況及不讀書的情況，如此才能決定是要針對閱讀人口或做全面性之普查。
2. 閱讀風氣及型態建議可由以下幾方面做調查：讀書習慣、消費行為、對讀書、書籍之認知與態度，例如：何種情況會買書。

（三）柯華葳教授：

1.閱讀風氣可由以下幾個面向來觀察，以反映其閱讀型態：

1）頻率：時間、地點、金錢的頻率。

2）普遍性：地點上普遍性、時間上的普遍性及選書上的普遍性。

3）質：用比較的方式，例如有一筆錢會選擇去買書、看電影或其他休閒活動；旅行時會優先攜帶之物品，用比較方式傳達其閱讀風氣及型態上之不同。

2.透過問卷設計來比較書店購買者、網路書店消費者與市圖讀者之異同，做為推動閱讀風氣之參考。

（四）林珊如副教授：

1. 建議界定「休閒閱讀」或統合非休閒閱讀（例如：工作上所需之閱讀）。
2. 閱讀內容或目的應是情境導向，較不容易藉由普遍性調查來得知。
3. 在閱讀型態中「偏好」相當重要，當有許多媒體都有同樣內容時，會傾向選擇哪一種，類似比較性層次的思維，會較容易呈現閱讀型態的真實狀況。

（五）魏裕昌教授：

1. 閱讀風氣與型態其指標與量表要先界定出來。
2. 在名詞解釋中提到之「閱讀」，已經限定範圍，較無法推論

至整個臺北市之閱讀風氣。

3. 不建議用讀書與不讀書人口來區分閱讀風氣。

（六）陳信元副教授：

1. 何謂「閱讀」可做更精確之定義，例如：影音閱讀是否包含在內。
2. 研究對象之年齡層建議不受限制，較能反映全面性的閱讀風氣。
3. 可增加調查每個行政區之閱讀特色。
4. 可思考有哪些調查是以往閱讀調查所沒有做過的，會比較具有意義，例如：利用圖書館之頻率、出版社品牌...等，是否會影響消費行為。]
5. 網路閱讀的人口比例、民眾花於網路上閱讀時間、費用多寡，亦是相當重要的參考資料。
6. 建議與臺灣前幾年之閱讀調查做對照，並可做延伸性調查。

（七）邱炯友副教授

1. 本研究考量公共圖書館發揮之功能，所指之閱讀應指休閒性閱讀，排除因考試、學業上而產生之閱讀。
2. 建議研究對象上只排除小學生。
3. 網路閱讀應界定清處，因接收 email 而產生之閱讀應排除。
4. 建議增加大都會之通勤閱讀狀況。
5. 文字與圖像閱讀應予分開，語文類別亦須分開較為適當。

二、閱讀之定義：

建議閱讀之定義以閱讀圖書、報紙、雜誌及透過網路閱讀圖書、報紙與雜誌，而網路閱讀與影音閱讀當成競爭者，將之與閱讀圖書、報紙、雜誌做比較，並將網路閱讀及閱讀活動一併納入調查。

三、研究對象：

15 歲以上（不含 15 歲，高一以上）並居住於臺北市（設籍或不設籍皆可）之民眾為調查對象。

四、調查方法：

以問卷電話訪談，分層抽樣方式進行。

五、問卷內容：

（一）閱讀調查中不閱讀之原因一定要調查，但其中有一選項為「看不懂」，建議改為「不識字」較佳；「最近沒心情」選項無意義。

（二）閱讀調查中參與政府機關或民間團體所舉辦之閱讀活動措詞上建議修正。

（三）閱讀調查中之閱讀類別建議不寫休閒小說，區分為「非小說（文學）」及「小說」即可；「運動/瘦身」建議修正為「運動/美容」；「投資/理財」修正為「財經/企管/行銷」。

（四）利用圖書館的頻率須做修正。

（五）獲得閱讀資料的來源建議修正為取得資料來源較為適當。

（六）基本資料放置問卷最後較佳。

（七）影響選擇閱讀資料建議加入「書店品牌」選項。

（八）個人閱讀動機中「休閒」與「無聊、打發時間」擇一即可。

（九）選項次序與各題次序須再做清楚區分與安排。

陸、 散會：下午 5 時