

# 臺北市立圖書館 110 年電子書借閱情形性別分析

## 壹、前言

臺北市立圖書館提供讀者多元且優質的閱讀管道，從民國 102 年起率先推出數位閱讀服務，因應數位科技快速發展及後疫情時代讀者閱讀習慣之改變，近年更加重視讀者數位閱讀之需求。

截至 110 年底本館共提供 7 萬 4,622 種、47 萬 6,844 冊電子書及電子雜誌，使用人次為 247 萬 2,268 人次；電子書及電子雜誌冊數較 109 年成長 2.53%，使用人次增加 98.56%。

由近年數據顯示，數位閱讀儼然已成為讀者疫情時代下安全便利的新選擇。為瞭解不同性別及年齡於數位閱讀之閱讀習慣、使用偏好等行為模式，本館透過分析量化數據來探討電子書借閱情形，並以最多讀者使用之「Ebook Taipei 臺北好讀」電子書平臺使用情形為例，研究本館 110 年度電子書借閱情形及性別分析，且提出有關之政策性建議，以期能滿足不同性別之閱讀需求。

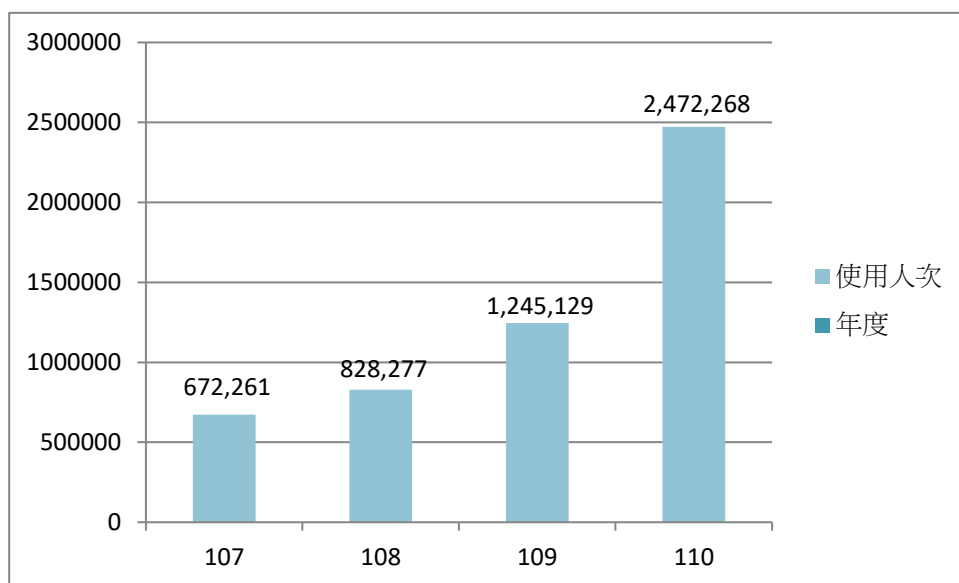


圖 1 107-110 年北市圖電子書使用人次成長圖

## 貳、性別統計分析

「Ebook Taipei 臺北好讀」電子書平臺計有 6 萬 3,823 種、44 萬冊電子書及電子雜誌。110 年共有 11 萬 8,775 位讀者使用北市圖「Ebook Taipei 臺北好讀」電子書平臺閱讀電子書，共閱讀 4 萬 3,778 種書，計閱讀 165 萬 5,534 次；4 萬 8,314 位讀者閱讀該平臺之電子雜誌，共閱讀 636 種雜誌，計閱讀 42 萬 8,251 次；總計讀者閱讀 208 萬 3,785 次。

其中電子書及電子雜誌借閱人數統計數據顯示，女性使用電子資源之人數高於男性，女性使用人數佔總人數之 62.20%，而男性佔 37.80%。閱讀次數統計數據顯示，女性的閱讀次數亦高於男性，女性借閱次數佔總次數之 62.14%，男性借閱次數佔總次數之 37.86%。

以不同類型之電子資源閱讀量數據來看，女性借閱電子書的數量遠高於男性，而在電子雜誌部分則是男性高於女性，顯示不同性別於不同類型電子資源之使用上確實存在不同偏好。

表 1. 110 年度北市圖電子書及電子雜誌使用人數及閱讀次數性別統計

	男性	男性百分比	女性	女性百分比
使用人數	電子書	42,590	76,185	64.14%
	電子雜誌	20,562	27,752	57.44%
	不同性別總計	63,152	103,937	62.20%
	總人數	167,089 人		
閱讀次數	電子書	555,600	1,099,934	66.44%
	電子雜誌	233,287	194,964	45.53%
	不同性別總計	788,887	1,294,898	62.14%
	總閱讀次數	2,083,785 人次		

由電子書借閱主題排行榜數據顯示，「財經商管」、「文學小說」、「親子童書」、「宗教心靈」等四大類主題不論性別皆是最受歡迎的主題。前 10 名排行榜中，除「醫藥養生」主題為女性閱讀次數第 8 名，「電腦資訊」主題為男性閱讀次數第 9 名外，其餘主題皆同時受兩性喜愛。從閱讀次數可以看出，男性排行榜榜首之「財經商管」主題閱讀次數遠高於第二名之「親子童書」，顯示男性讀者對於該主題顯露高度興趣，或是喜愛該主題之男性讀者偏好以數位閱讀方式取得該主題相關資訊。

表 2. 110 年度北市圖電子書男女借閱主題前 10 名排行榜

名次	女性電子書借閱主題排行	女性閱讀次數	男性電子書借閱主題排行	男性閱讀次數
1	財經商管	176,084	財經商管	121,843
2	文學小說	162,196	親子童書	65,516
3	親子童書	140,739	宗教心靈	53,691
4	宗教心靈	128,366	文學小說	52,697
5	休閒生活	113,591	人文社會	51,982
6	人文社會	91,273	休閒生活	44,740
7	語言學習	65,432	語言學習	31,562
8	醫藥養生	49,007	漫畫繪本	25,844
9	漫畫繪本	46,779	電腦資訊	23,892
10	科學科普	39,983	科學科普	23,178

進一步依年齡區間分析同為兩性電子書閱讀排行榜之「財經商管」、「文學小說」、「親子童書」、「宗教心靈」、「休閒生活」、「人文社會」等前 6 大主題。數據顯示男女數位閱讀力差異最大之年齡段主要為 18-24 歲、25-34 歲、35-44 歲等三個年齡層，0-5 歲部分主題顯示出較大的兩性差異，但考量閱讀之主題內容較不適合該年齡區間，可能原因為家長借用幼兒帳號閱讀如文學小說、財經商管等主題書籍，或是朗誦給幼兒聆聽，較無法準確判別家長或使用者性別差異。

表 3. 110 年電子書借閱排行前 6 名分齡閱讀力性別分析

主題	年齡區段	0-5	6-11	12-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	總計
人文 社會	男性閱讀次數	650	1,011	2,213	4,498	10,940	13,726	10,844	5,531	2,569	51,982
	男性百分比	47.76%	56.20%	44.04%	29.74%	25.04%	35.46%	46.13%	56.13%	61.39%	36.29%
文學 小說	女性閱讀次數	711	788	2,812	10,627	32,748	24,983	12,665	4,323	1,616	91,273
	女性百分比	52.24%	43.80%	55.96%	70.26%	74.96%	64.54%	53.87%	43.87%	38.61%	63.71%
休閒 生活	男性閱讀次數	627	2,877	5,603	3,144	8,386	11,526	11,904	5,613	3,017	52,697
	男性百分比	20.40%	39.75%	30.81%	13.77%	14.88%	22.37%	33.49%	37.09%	60.34%	24.52%
宗教 心靈	女性閱讀次數	2,446	4,360	12,583	19,683	47,981	40,002	23,637	9,521	1,983	162,196
	女性百分比	79.60%	60.25%	69.19%	86.23%	85.12%	77.63%	66.51%	62.91%	39.66%	75.48%
財經 商管	男性閱讀次數	626	2,181	2,032	2,344	8,671	13,138	10,012	4,143	1,593	44,740
	男性百分比	37.60%	43.89%	41.35%	20.01%	18.15%	28.20%	36.28%	42.44%	47.58%	28.26%
親子 童書	女性閱讀次數	1,039	2,788	2,882	9,373	39,100	33,452	17,583	5,619	1,755	113,591
	女性百分比	62.40%	56.11%	58.65%	79.99%	81.85%	71.80%	63.72%	57.56%	52.42%	71.74%
宗教 心靈	男性閱讀次數	562	733	1,406	4,186	12,940	16,025	12,294	4,172	1,373	53,691
	男性百分比	37.54%	52.10%	36.61%	22.33%	20.11%	31.27%	42.63%	44.64%	49.11%	29.49%
財經 商管	女性閱讀次數	935	674	2,434	14,560	51,403	35,215	16,548	5,174	1,423	128,366
	女性百分比	62.46%	47.90%	63.39%	77.67%	79.89%	68.73%	57.37%	55.36%	50.89%	70.51%
親子 童書	男性閱讀次數	1,532	1,191	1,601	8,294	30,548	40,080	26,386	9,827	2,384	121,843
	男性百分比	52.48%	49.65%	46.06%	31.63%	29.68%	45.23%	52.85%	59.96%	47.01%	40.90%
親子 童書	女性閱讀次數	1,387	1,208	1,875	17,925	72,362	48,539	23,538	6,563	2,687	176,084
	女性百分比	47.52%	50.35%	53.94%	68.37%	70.32%	54.77%	47.15%	40.04%	52.99%	59.10%
親子 童書	男性閱讀次數	2,012	21,497	4,031	1,028	2,832	20,586	10,577	1,410	1,543	65,516
	男性百分比	48.93%	46.12%	39.89%	17.82%	13.77%	24.87%	36.77%	38.65%	39.58%	31.76%
親子 童書	女性閱讀次數	2,100	25,112	6,075	4,742	17,735	62,196	18,186	2,238	2,355	140,739
	女性百分比	51.07%	53.88%	60.11%	82.18%	86.23%	75.13%	63.23%	61.35%	60.42%	68.24%

分析本館讀者閱覽電子書及電子雜誌常使用之管道，數據顯示最常被讀者使用之管道為線上瀏覽（98 萬 7,190 次）、其次為 APP（77 萬 9,188 次），最後則是網頁借閱（31 萬 7,407 次）。其中女性於不同載具的數位閱讀次數皆高於男性，APP 閱讀次數女性高於男性 22.76 個百分點，線上瀏覽女性高出 28.66 個百分點，說明本館提供的各項數位閱讀方式之使用對象皆以女性讀者為大宗。單就男性讀者使用量而言，APP 及線上瀏覽皆為該性別主要使用電子資源之途徑。

表 4. 110 年度不同管道之數位閱讀性別分析

	男性 借閱人次	男性 百分比	女性 借閱人次	女性 百分比	總借 閱人次
APP	300,911	38.62%	478,277	61.38%	779,188
網頁借閱	135,844	42.80%	181,563	57.20%	317,407
線上瀏覽	352,133	35.67%	635,057	64.33%	987,190

本館針對不同數位閱讀載具進行分齡性別使用分析，圖 2 顯示以 APP 做為數位閱讀載具者以 18 歲至 54 歲讀者為大宗，單以各別性別比較，女性讀者年齡以 25-44 歲為最主要的使用年齡，男性則是 35-54 歲為使用大宗。男女使用比例上，0-17 歲及 45-65 歲以上族群使用數量差異較小。

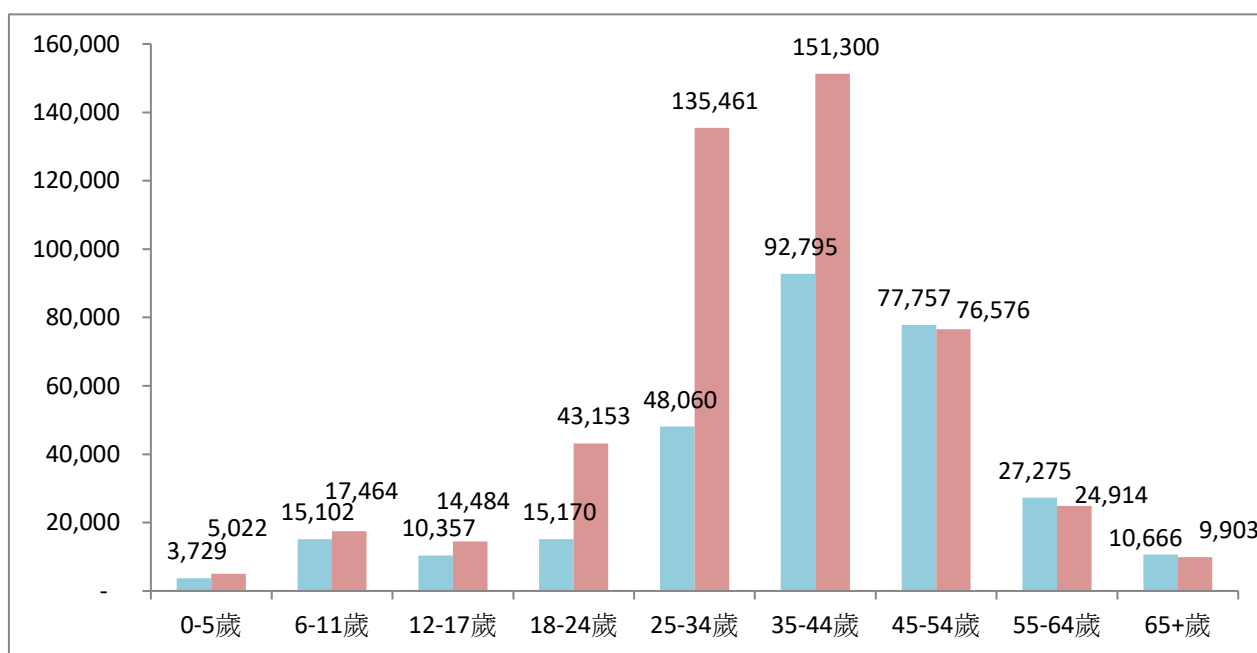


圖 2. 110 年使用 APP 載具閱覽電子書及電子雜誌次數分齡性別分析

圖 3 為於網頁借閱之讀者不同年齡層使用數據，整體而言以 6-11 歲、25-54 歲這幾個年齡層為主要的使用族群。兩性使用差距最大者為 25-34 歲，女性高於男性 1 萬 8,672 次，其次為 35-44 歲，女性高於男性 1 萬 8,002 次。而男性高於女性閱讀次數者則集中於 55-65 歲區間。

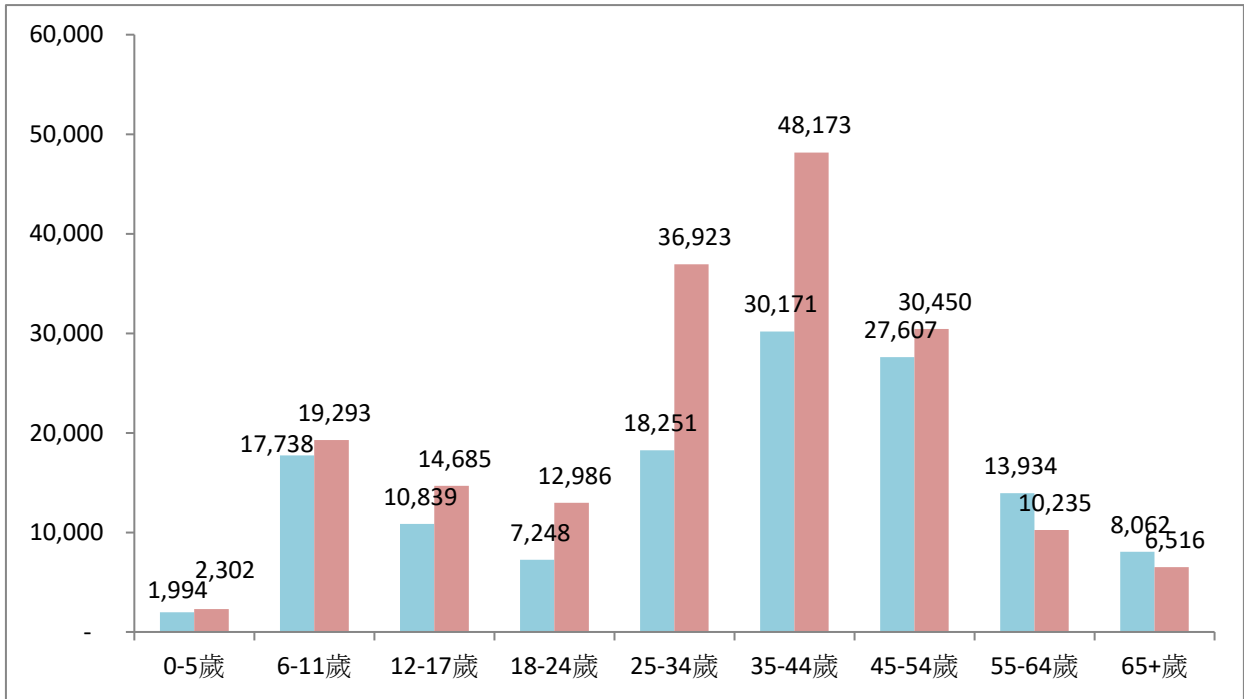


圖 3. 110 年使用網頁借閱電子書及電子雜誌次數性別分析

圖 4 為使用線上瀏覽之讀者不同年齡層使用數據；其中 18-44 歲年齡區間之使用者，女性閱讀次數明顯高於男性，特別是 25-34 歲區間段，女性高於男性 15 萬 4,943 次；0-11 歲、45-54 歲兩性使用量相當，55-65 歲以上者則男性略高於女性。

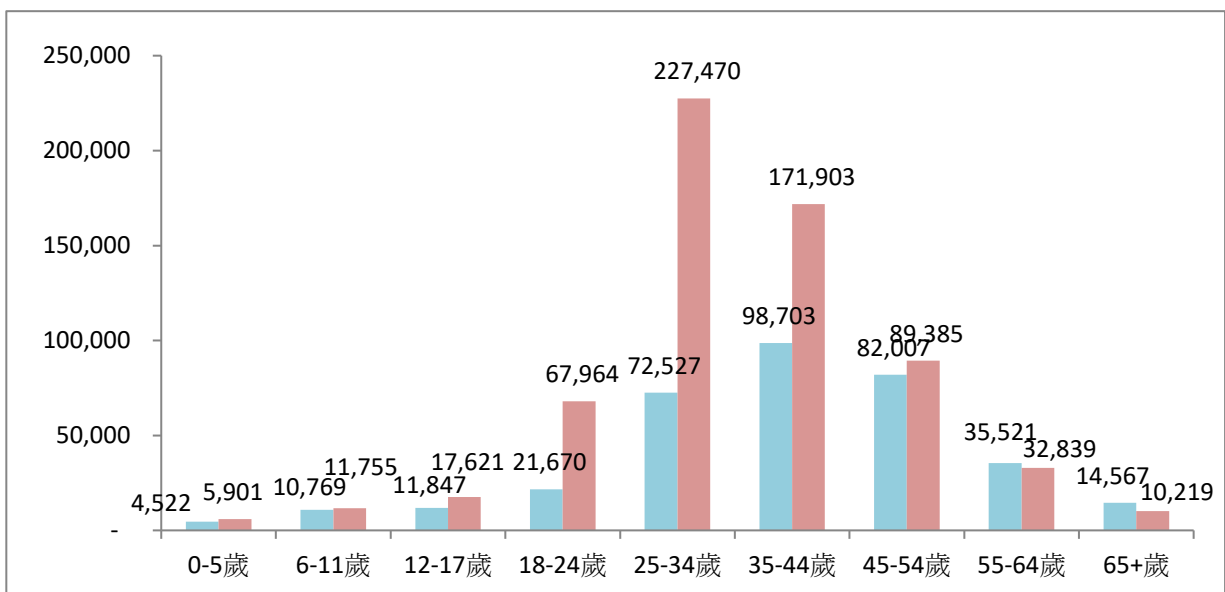


圖 4. 110 年線上瀏覽電子書及電子雜誌次數性別分析

圖 5 為實體館藏及電子館藏借閱次數年齡區間百分比，數據顯示實體館藏借閱主力集中在 6-11 歲與 35-44 歲，電子館藏借閱主力集中 25-44 歲。數據顯示使用年齡層分布上，6-11 歲年齡層偏好閱讀實體館藏，18-44 歲借閱電子館藏比例增加，55-65 歲以上使用偏好則以實體館藏為主。

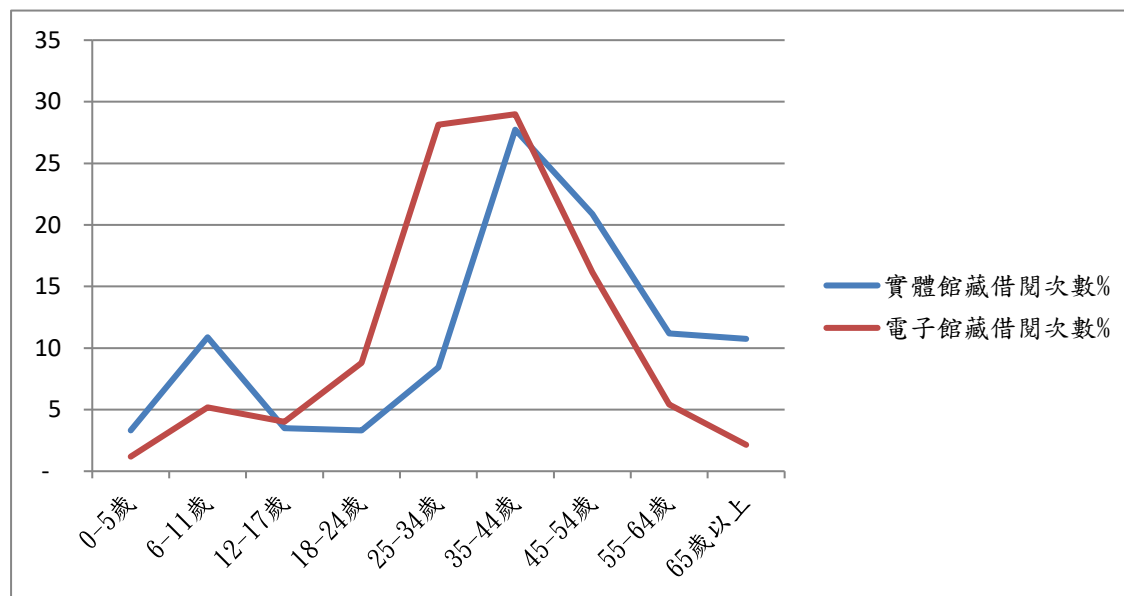


圖 5. 110 年實體館藏及電子館藏借閱次數年齡區間百分比

### 參、結論與建議

以臺北市立圖書館 110 年電子書及電子雜誌借閱情形進行分析，顯示於電子書、電子雜誌、各式數位閱讀管道使用情況皆為女性讀者人數多於男性讀者。以臺北市政府民政局 110 年統計數據來看，截至 110 年 12 月底，本市總人口數為 252 萬 4,393 人，男性為 120 萬 1,966 人，女性為 132 萬 2,427 人，性別比為 91:100，顯示本市人口組成女性略多於男性。分析本館數位閱讀兩性使用人數，性別比為 61:100，顯示本館使用者於性別上確實存在相當大的落差。

在電子書與電子雜誌兩性閱讀次數比較中，雖然電子雜誌之男性使用人數較女性少 7,190 人，但是於電子雜誌閱讀次數數據卻是男性略高於女性（多 3 萬 8,323 次），推測可能原因乃男性對於電子雜誌中部份主題較感興趣，或是電子雜誌資訊較為新穎且取得便利，故受到對部分主題感興趣之男性讀者喜愛。

於電子書主題及年齡分布上，數據顯示兩性感興趣之主題除「醫藥養生」、「電腦資訊」有所差異外，其餘 9 大主題皆相同。分析同為兩性閱讀排行榜第一名的「財經商管」年齡分布可發現以 18-45 歲為大宗，而兩性閱讀百分比則顯示 18-35 歲女性閱讀次數顯著高於男性，說明兩性相比之下，女性於該年齡區間對財經商管主題之關注度相當高。整體而言，女性於各主題閱讀次數級距差異較為穩定，每一主題略以 2 萬次閱讀次數差異遞減，而男性於各主題之閱讀次數上，第一名之財經商管（12 萬 1,843 次）與第二名「親子童書」（6 萬 5,516 次）閱讀次數差異近乎一倍，其餘各主題之閱讀次數差異則逐項少量遞減，顯示男性讀者對於男財經商管主題顯露高度興趣

於不同管道進行數位閱讀之數據顯示，男女皆以線上瀏覽為最主要之閱覽方式，其次為使用 APP，最後則是網頁借閱。分析原因可能為桌上型電腦或筆電為讀者主要使用之載體，閱讀體驗上也較舒適，而線上瀏覽則無需消耗電子書借閱次數（本館每位讀者每月上限為借閱 5 本電子書），故成為主要的使用管道。裝載於行動裝置上的 APP 則較為便利，僅使用手機或平板即可閱讀，故為第二大使用管道。然而無論哪種途徑，皆以女性為主要使用者，約佔 6 成之使用量。

以分齡方式針對不同使用途徑進行分析，數據顯示女性於三種途徑皆以 18-45 歲年齡區間為主要使用者。男性於 APP、網頁瀏覽則以 24-55 歲年齡區間為主要使用者，顯示男女於不同管道上之使用年齡確實存在差異。



依統計分析結果提出以下建議，作為未來規劃活動之參考依據：

- 一、選擇活動主題：本研究發現，女性讀者於數位閱讀主題上呈現多樣化的興趣趨勢，對於各主題之閱讀力皆相當可觀；男性讀者則偏好財經商管主題。故未來推廣活動可針對不同性別之閱讀主題偏好進行推廣。
- 二、持續辦理資訊素養與數位閱讀技能推廣課程：從不同管道之閱讀次數數據分析，兩性閱讀次數從 55 歲後開始便呈現明顯下滑，可能原因為數位閱讀對於眼睛負擔較大、不擅長操作數位載具或數位閱讀平臺、不熟悉本館提供之數位閱讀服務、有其他娛樂項目排擠閱讀時間等；故可針對數位載具及數位閱讀平臺之操作、本館提供之數位閱讀服務等項目開設推廣課程。
- 三、持續辦理性平活動：本研究數據顯示，女性讀者之閱讀力仍顯著高於男性讀者，故本館應持續辦理性平活動，以彌平兩性間之數位落差。