

109 年通訊傳播市場發展概況
與趨勢調查分析委託研究案
案號：NCCT109008

109 年寬頻使用調查結果摘要報告

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 110 年 2 月

109 年委託研究報告

案號：NCCT109008

**通訊傳播市場發展概況
與趨勢調查分析委託研究案
寬頻使用調查結果摘要報告**

計畫主持人

鍾銘泰博士

研究人員

劉柏立、陳思豪、王怡惠、陳萱、

曾筱媛、陳勁碩、蔡孟珂、蘇秋惠

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 110 年 2 月

目錄

壹、調查目的	1
貳、調查方法	1
一、問卷設計	1
二、調查對象與方法	1
三、調查執行情形	10
四、研究限制	14
參、寬頻使用調查結果	15
一、網路使用行為	15
二、社群媒體使用行為	30
三、網路交易	58
四、網路資訊搜尋與分享行為	64
五、網路資訊查證行為與資訊安全	66
六、網路使用對工作或日常生活的影響	67
參考文獻	76

圖目錄

圖 1	採取哪些措施來保護上網安全.....	15
圖 2	過去 12 個月內使用網路時曾遇到的狀況.....	16
圖 3	曾使用網路從事哪些查詢活動.....	20
圖 4	曾使用網路從事哪些社交或溝通活動.....	20
圖 5	曾使用哪些網路服務.....	21
圖 6	曾使用網路從事哪些行為.....	22
圖 7	有沒有在家中以外的地方上網.....	23
圖 8	在家中以外地方上網通常是哪些地方.....	23
圖 9	對於使用網路有沒有顧慮.....	28
圖 10	使用網路有顧慮的部分（前十名）.....	28
圖 11	有沒有社群媒體或即時通訊軟體帳號.....	30
圖 12	以真名或假名申請社群媒體或即時通訊帳號.....	31
圖 13	擁有哪些仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號.....	32
圖 14	過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容.....	34
圖 15	在看到令人反感或厭惡的內容後曾採取的行動.....	34
圖 16	有沒有曾經在社群媒體上分享文章連結.....	36
圖 17	經常在還未看完文章全文時便在社群媒體上分享文章連結.....	37
圖 18	使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性...39	
圖 19	認為所有在這些網站或 App 上看到資訊的真實性程度.....	39
圖 20	使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的.....	41
圖 21	有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見.....	42
圖 22	當有選擇時願不願意以真名分享意見.....	42
圖 23	發佈照片時考慮到隱私或安全事情之頻率.....	44
圖 24	標註照片中的其他人時考慮到隱私或安全事情之頻率.....	45
圖 25	查證新聞報導或文章內資訊是否屬實所採取之行動.....	47
圖 26	必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容.....	48
圖 27	知不知道社群媒體上可用回報按鈕或標記檢舉不當內容.....	49
圖 28	有沒有在社群媒體上看過認為不適宜的內容.....	51
圖 29	有沒有向社群媒體檢舉過不當內容.....	51
圖 30	在網路上找到資訊時透過哪些方式確認其真實性.....	53
圖 31	在網站上提供不正確或假的資訊以保護個人身分.....	54
圖 32	只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊.....	55
圖 33	在網路上搜尋資訊時，曾透過哪些方式來獲取資訊.....	57
圖 34	有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗.....	58
圖 35	有沒有在網路上購物的經驗.....	59
圖 36	最近 12 個月內在網路上購物的產品類型（前十名）.....	61

圖 37	有沒有在網路販售商品的經驗.....	62
圖 38	最近 12 個月內在網路販售商品的類型（前十名）.....	63
圖 39	購買產品或使用服務前後的資訊分享行為.....	64
圖 40	在網站註冊個人資訊前會考慮的事情.....	66
圖 41	網路使用對工作或日常生活造成之正面影響.....	68
圖 42	網路使用對工作、學習或日常生活造成之負面影響.....	69

表目錄

表 1	各層別鄉鎮市區列表.....	2
表 2	地理分層設計表.....	4
表 3	各調查地點樣本配置計畫表.....	6
表 4	各調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表.....	7
表 5	正式樣本實際執行狀況.....	8
表 6	寬頻使用調查地點完成數加權前代表性檢定.....	10
表 7	寬頻使用調查樣本檢定表.....	13
表 8	各年齡層樣本加權後之膨脹倍數.....	13
表 9	使用網路的自信程度.....	17
表 10	平均每週在工作場合或求學處上網時數（區域別）.....	25
表 11	平均每週在其他地方（非在家、工作場合或求學處）上網時數（區域別）	26
表 12	平均每週在家上網時數（區域別）.....	27
表 13	平均每週使用社群媒體時數（區域別）.....	33
表 14	就寢時使用手機習慣.....	70
表 15	民眾對網路的感受.....	72
表 16	關於民眾網路感受之單因子變異數檢定結果.....	75

壹、調查目的

資通訊科技發展迅速，帶動整體數位經濟蓬勃發展。在匯流趨勢下，通訊傳播產業攸關國家經濟與發展，特別是消費者在通訊傳播市場的使用行為，除與整體通訊傳播產業之商業經營、科技發展息息相關外，更逐漸擴大影響多元產業。

透過通訊傳播統計調查，可確實掌握國家發展與民眾使用情形。目前在世界許多主要先進國家，已建立長期通訊傳播市場與消費行為之調查機制，舉凡如英國通訊傳播主管機關 Ofcom、日本總務省、韓國 KCC 與新加坡 IMDA 等，均固定彙蒐並累積相關資訊，以作為國家通訊傳播產業之重要統計數據。而上述定期調查機制，一方面可作為了解國家整體發展的重要指標，再則可藉由消費者的通訊傳播使用行為，完整呈現需求面的消費態樣與市場資訊。

國家通訊傳播委員會自 106 年起，進行我國首次通訊傳播市場調查，今年為第四年執行。調查目的在於透過全面且深入之需求面調查，掌握第一手消費者行為與創新應用現況，除此之外，經由調查所得客觀與細緻的消費者行為資訊，亦可作為觀察我國數位經濟發展依據，以提供未來擘劃通訊傳播市場政策與法規之重要參考。

貳、調查方法

一、問卷設計

本調查主要參酌英國通訊傳播主管機關 Ofcom 調查消費者在通訊傳播市場之使用行為及其趨勢，並配合國內寬頻使用現況予以調整設計問卷。

二、調查對象與方法

(一) 調查對象

以臺澎金馬為訪問區域。並以年齡在 16 歲及以上（民國 93 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。

(二) 抽樣方法

本調查在抽樣設計方面係依分層三階段抽取率與單位大小成比例（Stratified

Three-Stage Probabilities Proportional To Size Sampling, PPS) 抽樣法，於第一及第二階段依照各地區人口等比例分配樣本，第三階段則採便利抽樣完成受訪樣本。

本研究的抽樣參考侯佩君等人(2008)建立的七個鄉鎮市區發展類型做為抽樣分層的基礎，將台灣地區 358 個鄉鎮市區劃分成七個層級(如表 1)，包含：都會核心、工商市區、新興市鎮、傳統產業市鎮、低度發展鄉鎮、高齡化鄉鎮、偏遠鄉鎮等七個階層。第一階段的抽出單位為鄉鎮市區，第二階段抽出單位為村里，第三階段則於抽出村里的人口聚集處設置訪問點，供民眾填答。

表 1 各層別鄉鎮市區列表

層別代碼	鄉鎮市區名稱
1	臺北市松山區、臺北市信義區、臺北市大安區、臺北市中正區、臺北市大同區、臺北市萬華區、新北市永和區、臺中市西區、臺中市北區、臺南市東區、臺南市中西區、高雄市鹽埕區、高雄市三民區、高雄市新興區、高雄市前金區、高雄市苓雅區
2	臺北市中山區、臺北市文山區、臺北市南港區、臺北市內湖區、臺北市士林區、臺北市北投區、新北市板橋區、新北市三重區、新北市中和區、新北市新莊區、新北市淡水區、新北市蘆洲區、新北市林口區、桃園縣桃園市、桃園縣中壢市、新竹縣竹北市、新竹市東區、新竹市北區、臺中市南區、臺中市西屯區、臺中市南屯區、臺中市北屯區、臺南市北區、高雄市鼓山區、高雄市左營區、高雄市鳳山區
3	新北市新店區、新北市樹林區、新北市鶯歌區、新北市三峽區、新北市汐止區、新北市土城區、新北市泰山區、桃園縣楊梅市、桃園縣蘆竹鄉、桃園縣大園鄉、桃園縣龜山鄉、桃園縣八德市、桃園縣龍潭鄉、桃園縣平鎮市、新竹縣竹東鎮、新竹縣湖口鄉、新竹縣新豐鄉、新竹縣芎林鄉、新竹縣寶山鄉、新竹市香山區、苗栗縣竹南鎮、苗栗縣頭份鎮、臺中市豐原區、臺中市沙鹿區、臺中市梧棲區、臺中市潭子區、臺中市大雅區、臺中市烏日區、臺中市龍井區、臺中市太平區、臺中市大里區、臺南市善化區、臺南市仁德區、臺南市歸仁區、臺南市永康區、臺南市安南區、臺南市安平區、高雄市楠梓區、高雄市小港區、高雄市大寮區、高雄市大社區、高雄市仁武區、高雄市鳥松區、高雄市岡山區
4	基隆市中正區、基隆市七堵區、基隆市暖暖區、基隆市仁愛區、基隆市中山區、基隆市安樂區、基隆市信義區、新北市五股區、新北市深坑區、新北市八里區、苗栗縣苗栗市、臺中市東區、彰化縣彰化市、彰化縣員林鎮、雲林縣斗六市、嘉義市東區、嘉義市西區、臺南市新營區、臺南市南區、高雄市前鎮區、高雄市旗津區、屏東縣屏東市、宜蘭縣宜蘭市、宜蘭縣羅東鎮、花蓮縣花蓮市、花蓮縣吉安鄉
5	新北市瑞芳區、新北市三芝區、新北市石門區、新北市金山區、新北市萬里區、桃園縣大溪鎮、桃園縣新屋鄉、桃園縣觀音鄉、新竹縣新埔鎮、新竹縣關西鎮、新竹縣橫山鄉、新竹縣北埔鄉、苗栗縣苑裡鎮、苗

層別 代碼	鄉鎮市區名稱
	<p>栗縣通霄鎮、苗栗縣後龍鎮、苗栗縣公館鄉、苗栗縣銅鑼鄉、苗栗縣頭屋鄉、苗栗縣三義鄉、苗栗縣造橋鄉、苗栗縣三灣鄉、臺中市大甲區、臺中市清水區、臺中市后里區、臺中市神岡區、臺中市石岡區、臺中市外埔區、臺中市大安區、臺中市大肚區、臺中市霧峰區、彰化縣鹿港鎮、彰化縣和美鎮、彰化縣線西鄉、彰化縣伸港鄉、彰化縣福興鄉、彰化縣秀水鄉、彰化縣花壇鄉、彰化縣芬園鄉、彰化縣溪湖鎮、彰化縣田中鎮、彰化縣大村鄉、彰化縣埔鹽鄉、彰化縣埔心鄉、彰化縣永靖鄉、彰化縣社頭鄉、彰化縣北斗鎮、彰化縣埤頭鄉、南投縣南投市、南投縣埔里鎮、南投縣草屯鎮、雲林縣斗南鎮、雲林縣虎尾鎮、雲林縣林內鄉、嘉義縣太保市、嘉義縣民雄鄉、嘉義縣水上鄉、嘉義縣中埔鄉、臺南市鹽水區、臺南市柳營區、臺南市麻豆區、臺南市下營區、臺南市六甲區、臺南市官田區、臺南市佳里區、臺南市學甲區、臺南市西港區、臺南市七股區、臺南市將軍區、臺南市北門區、臺南市新化區、臺南市新市區、臺南市安定區、臺南市山上區、臺南市關廟區、高雄市林園區、高雄市大樹區、高雄市橋頭區、高雄市燕巢區、高雄市阿蓮區、高雄市路竹區、高雄市湖內區、高雄市茄苳區、高雄市永安區、高雄市彌陀區、高雄市梓官區、屏東縣潮州鎮、屏東縣東港鎮、屏東縣恆春鎮、屏東縣萬丹鄉、屏東縣長治鄉、屏東縣麟洛鄉、屏東縣九如鄉、屏東縣內埔鄉、屏東縣新園鄉、宜蘭縣蘇澳鎮、宜蘭縣頭城鎮、宜蘭縣礁溪鄉、宜蘭縣壯圍鄉、宜蘭縣員山鄉、宜蘭縣冬山鄉、宜蘭縣五結鄉、臺東縣臺東市</p>
6	<p>新北市石碇區、新北市坪林區、新北市平溪區、新北市雙溪區、新北市貢寮區、新竹縣峨眉鄉、苗栗縣卓蘭鎮、苗栗縣大湖鄉、苗栗縣南庄鄉、苗栗縣西湖鄉、苗栗縣獅潭鄉、苗栗縣泰安鄉、臺中市東勢區、臺中市新社區、臺中市和平區、彰化縣二水鄉、彰化縣二林鎮、彰化縣田尾鄉、彰化縣芳苑鄉、彰化縣大城鄉、彰化縣竹塘鄉、彰化縣溪州鄉、南投縣竹山鎮、南投縣集集鎮、南投縣名間鄉、南投縣鹿谷鄉、南投縣中寮鄉、南投縣魚池鄉、南投縣國姓鄉、南投縣水里鄉、南投縣信義鄉、雲林縣西螺鎮、雲林縣土庫鎮、雲林縣北港鎮、雲林縣古坑鄉、雲林縣大埤鄉、雲林縣莿桐鄉、雲林縣二崙鄉、雲林縣崙背鄉、雲林縣東勢鄉、雲林縣褒忠鄉、雲林縣臺西鄉、雲林縣元長鄉、雲林縣四湖鄉、雲林縣口湖鄉、雲林縣水林鄉、嘉義縣朴子市、嘉義縣布袋鎮、嘉義縣大林鎮、嘉義縣溪口鄉、嘉義縣新港鄉、嘉義縣六腳鄉、嘉義縣東石鄉、嘉義縣義竹鄉、嘉義縣鹿草鄉、嘉義縣竹崎鄉、嘉義縣梅山鄉、嘉義縣番路鄉、臺南市白河區、臺南市後壁區、臺南市東山區、臺南市大內區、臺南市玉井區、臺南市楠西區、臺南市南化區、臺南市左鎮區、臺南市龍崎區、高雄市田寮區、高雄市旗山區、高雄市美濃區、高雄市六龜區、高雄市甲仙區、高雄市杉林區、高雄市內門區、屏東縣里港鄉、屏東縣鹽埔鄉、屏東縣高樹鄉、屏東縣萬巒鄉、屏東縣竹田鄉、屏東縣新埤鄉、屏東縣枋寮鄉、屏東縣崁頂鄉、屏東縣林邊鄉、屏東縣南州鄉、屏東縣佳冬鄉、屏東縣車城鄉、屏東縣滿州鄉、屏東縣枋山鄉、澎湖縣湖西鄉、澎湖縣白沙鄉、澎湖縣西嶼鄉、澎湖縣望安鄉、澎湖縣</p>

層別代碼	鄉鎮市區名稱
	七美鄉、宜蘭縣三星鄉、花蓮縣鳳林鎮、花蓮縣玉里鎮、花蓮縣壽豐鄉、花蓮縣光復鄉、花蓮縣豐濱鄉、花蓮縣瑞穗鄉、花蓮縣富里鄉、臺東縣成功鎮、臺東縣關山鎮、臺東縣卑南鄉、臺東縣鹿野鄉、臺東縣池上鄉、臺東縣東河鄉、臺東縣長濱鄉、臺東縣太麻里鄉
7	新北市烏來區、桃園縣復興鄉、新竹縣尖石鄉、新竹縣五峰鄉、南投縣仁愛鄉、雲林縣麥寮鄉、嘉義縣大埔鄉、嘉義縣阿里山鄉、高雄市茂林區、高雄市桃源區、高雄市那瑪夏區、屏東縣琉球鄉、屏東縣三地門鄉、屏東縣霧臺鄉、屏東縣瑪家鄉、屏東縣泰武鄉、屏東縣來義鄉、屏東縣春日鄉、屏東縣獅子鄉、屏東縣牡丹鄉、澎湖縣馬公市、宜蘭縣大同鄉、宜蘭縣南澳鄉、花蓮縣新城鄉、花蓮縣秀林鄉、花蓮縣萬榮鄉、花蓮縣卓溪鄉、臺東縣大武鄉、臺東縣綠島鄉、臺東縣海端鄉、臺東縣延平鄉、臺東縣金峰鄉、臺東縣達仁鄉、臺東縣蘭嶼鄉

表 2 地理分層設計表

地理區	層別代碼	合併層別代碼
北北基宜	1	1
	2	2
	3、4	3
	5、6、7	4
桃竹苗	1、2	1
	3、4	2
	5、6、7	3
中彰投	1、2	1
	3、4	2
	5	3
	6、7	4
雲嘉南	1、2、3	1
	4、5	2
	6、7	3
高屏澎	1、2	1
	3、4	2
	5、6、7	3
花東	4、5	1
	6、7	2

1. 前測試訪調查

前測試訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，由於預試預計完成案數不多，在顧及後續調查時程規劃、考量調查成本的前提之下，將本計畫正式調查所使用的抽樣分層加以調整，排除花蓮與台東地區，以五個「地理區」依序北北基宜、桃竹苗、中彰投、雲嘉南與高屏澎，僅各抽取一個地理分層進行調查。先依據內政部戶政司所提供民國 108 年 12 月底人口統計資料計算各地理區的人口比例，再依所計算出的人口比例計算各地理區所需抽取的鄉鎮市區數，並調整抽取村里數與各村里應完成數。實際成功樣本數為 30 人。

2. 正式調查

正式面訪調查依據內政部戶政司所提供民國 108 年 12 月底的人口統計資料計算各地理區的人口比例，再依所計算出的人口比例計算各地理區所需抽取的鄉鎮市區數，並調整抽取村里數與各村里應完成數，使得臺灣本島（含澎湖）問卷應完成樣本數為 1,100 案，金馬地區問卷應完成樣本數各為 30 案。鑒於花東及金馬地區人口數過少及人口密度分佈極不平均，為了確保取樣能充分代表該地區，在實際執行抽樣時，採用分層二階段 PPS 抽樣法，其他地區仍採用分層三階段 PPS 抽樣法：第一階段共抽取 44 個鄉鎮市區，第二階段共抽取 88 個村里（參見表 3），第三階段則於中選村里的人口聚集處（如：公園、繁華的街口等）設置訪問點，供民眾填答問卷¹。

各階段的抽樣單位，茲說明如下：

- (1) 二階段抽樣：第一階段的單位為「村里」，接著抽出「人」。該地理分層之「鄉鎮市區」全部涵蓋在內；
- (2) 三階段抽樣：第一階段的單位為「鄉鎮市區」，其次抽出「村里」，最後抽出「人」。

調查執行時，亦將根據性別與年齡結構進行嚴格控管，以期調查結果能夠趨近母體結構，若調查所得樣本與母體不一致，則依據性別、年齡、縣市別變數進行加權，而各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數±60%。

¹ 在選定的訪問點，請訪員以男女間隔的方式邀請民眾參與問卷填答。

3. 樣本配置

依委託單位需求，本次調查問卷至少完成 1,160 份有效樣本(含金馬地區)，在 95%的信心水準下，抽樣誤差介於正負 3.0 個百分點以內。

表 3 各調查地點樣本配置計畫表

調查地點抽樣架構				原始調查地點預計完成之樣本配置				
調查地點 地理分層	層級	16歲以上 人口數	人口比例	調查地點 預計樣本配置	調查地點 鄉鎮市區 抽取數	調查地點 村里 抽取數	調查地點 各村里 預計完成數	調查地點 總村里數 抽取數
北北基宜	第1層	1,221,392	18.82%	66	3	2	11	6
	第2層	3,205,432	49.40%	174	7	2	12	14
	第3層	1,658,774	25.56%	90	4	2	11	8
	第4層	403,164	6.21%	22	1	2	11	2
	小計	6,488,762	32.06%	353	14			30
桃竹苗	第1層	1,176,640	36.79%	64	3	2	11	6
	第2層	1,499,522	46.89%	82	3	2	14	6
	第3層	521,746	16.32%	28	1	2	14	2
	小計	3,197,908	15.80%	174	7			14
中彰投	第1層	923,773	23.57%	50	2	2	13	4
	第2層	1,283,279	32.74%	70	3	2	12	6
	第3層	1,279,001	32.63%	70	3	2	12	6
	第4層	433,564	11.06%	24	1	2	12	2
	小計	3,919,617	19.37%	213	9			18
雲嘉南	第1層	930,101	31.90%	51	2	2	13	4
	第2層	1,214,657	41.65%	66	2	2	17	4
	第3層	771,364	26.45%	42	2	2	10	4
	小計	2,916,122	14.41%	159	6			12
高屏澎	第1層	1,134,075	35.00%	62	2	2	15	4
	第2層	993,762	30.67%	54	2	2	14	4
	第3層	1,111,938	34.32%	60	2	2	15	4
	小計	3,239,775	16.01%	176	6			12
花東	第1層	251,969	53.14%	14	1	1	14	1
	第2層	222,160	46.86%	12	1	1	12	1
	小計	474,129	2.34%	26	2			2
總數		20,236,313	100.00%	1,100	44			88

表 3 為各調查地點樣本配置計畫表，先依各層級人口比例計算出調查地點預計樣本配額後，以 30 個樣本數為一單位決定調查地點鄉鎮市區抽取數。其中除了花東地區人口較少，直接採各抽取 1 個村里外，其他縣市皆採每鄉鎮市區抽取 2 個村里。

因原調查地點樣本配置是以母體人口之比例計算而出，於實際執行時分配樣本之數量配額，可能因無法整除而有做些微調整，另因針對年齡層調查有特別要求各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數±60%，因此針對此項目於後續執行樣本配額時也一併納入考量進行配額之調整。調整後之調查地點樣本配額請參見表 4。

表 4 各調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表

調查地點抽樣架構				依母體年齡層調整調查地點配額(單一點位預計完成數)								
調查地點 地理分層	層級	16歲以上 人口數	人口比例	調查地點 各層原始 預計完成數	調查地點 16-25歲 預計完成 數	調查地點 26-35歲 預計完成 數	調查地點 36-45歲 預計完成數	調查地點 46-55歲 預計完成 數	調查地點 56-65歲 預計完成數	調查地點 65歲以上 預計完成數	調查地點 各村里 預計完成數	依年齡層 調查地點各 層 預計完成數
北北基宜	第1層	1,221,392	18.82%	66	1	2	2	2	2	2	11	66
	第2層	3,205,432	49.40%	168	2	2	2	2	2	2	12	168
	第3層	1,658,774	25.56%	88	2	2	2	2	2	1	11	88
	第4層	403,164	6.21%	22	2	2	2	2	2	1	11	22
	小計	6,488,762	32.06%	344	7	8	8	8	8	6	45	344
桃竹苗	第1層	1,176,640	36.79%	66	2	2	2	2	2	1	11	66
	第2層	1,499,522	46.89%	84	3	3	2	2	2	2	14	84
	第3層	521,746	16.32%	28	2	2	2	3	2	1	12	24
	小計	3,197,908	15.80%	178	7	7	6	7	6	4	37	174
中彰投	第1層	923,773	23.57%	52	2	2	2	3	2	2	13	52
	第2層	1,283,279	32.74%	72	2	2	2	2	2	2	12	72
	第3層	1,279,001	32.63%	72	2	2	2	2	2	2	12	72
	第4層	433,564	11.06%	24	2	3	2	2	2	1	12	24
	小計	3,919,617	19.37%	220	8	9	8	9	8	7	49	220
雲嘉南	第1層	930,101	31.90%	52	3	3	2	2	2	1	13	52
	第2層	1,214,657	41.65%	68	2	3	3	3	3	3	17	68
	第3層	771,364	26.45%	40	1	1	2	2	2	2	10	40
	小計	2,916,122	14.41%	160	6	7	7	7	7	6	40	160
高屏澎	第1層	1,134,075	35.00%	60	3	3	2	3	2	2	15	60
	第2層	993,762	30.67%	56	2	3	3	2	2	2	14	56
	第3層	1,111,938	34.32%	60	3	3	3	2	2	2	15	60
	小計	3,239,775	16.01%	176	8	9	8	7	6	6	44	176
花東	第1層	251,969	53.14%	14	2	3	3	3	2	1	14	14
	第2層	222,160	46.86%	12	2	3	2	2	2	1	12	12
	小計	474,129	2.34%	26	4	6	5	5	4	2	26	26
總數		20,236,313	100.00%	1,104							0	1,100

(三) 調查時間

自民國 109 年 4 月 15 日至 6 月 5 日於抽出之訪問區域進行訪問。

表 5 正式樣本實際執行狀況

抽樣架構		中選訪問之	各訪問地點	
地區	分層	鄉鎮市區	預計配額 (共 1,160 份)	實際完成數 (共 1,169 份)
北北基宜	第一層	臺北市信義區	22	22
		臺北市中正區	22	22
		臺北市大同區	22	22
	第二層	臺北市文山區	24	24
		新北市板橋區	24	24
		新北市新莊區	24	24
		臺北市南港區	24	24
		新北市淡水區	24	24
		新北市蘆洲區	24	24
		新北市林口區	24	24
	第三層	新北市新店區	22	22
		基隆市仁愛區	22	22
		基隆市中山區	22	22
		宜蘭縣宜蘭市	22	22
第四層	宜蘭縣員山鄉	22	22	
		小計	344	344
桃竹苗	第一層	桃園市桃園區	22	22
		新竹市東區	22	22
		新竹市北區	22	22
	第二層	新竹縣湖口鄉	28	28
		桃園市龍潭區	28	28
		桃園市八德區	28	28
	第三層	苗栗縣大湖鄉	24	24
			小計	174
中彰投	第一層	臺中市西屯區	26	26
		臺中市南區	26	26
	第二層	彰化縣彰化市	24	24
		臺中市太平區	24	24
		臺中市龍井區	24	24
	第三層	南投縣南投市	24	24
		彰化縣埔心鄉	24	24
		南投縣埔里鎮	24	24

抽樣架構		中選訪問之	各訪問地點	各訪問地點
地區	分層	鄉鎮市區	預計配額 (共 1,160 份)	實際完成數 (共 1,169 份)
	第四層	南投縣名間鄉	24	24
	小計		220	220
雲嘉南	第一層	臺南市永康區	26	26
		臺南中西區	26	26
	第二層	嘉義市西區	34	34
		雲林縣斗六市	34	35
	第三層	嘉義縣新港鄉	20	20
		嘉義縣朴子市	20	20
	小計		160	161
高屏澎	第一層	高雄市鹽埕區	30	30
		高雄市鼓山區	30	30
	第二層	高雄市小港區	28	29
		屏東縣屏東市	28	28
	第三層	高雄市美濃區	30	32
		澎湖縣白沙鄉	30	31
	小計		176	180
花東	第一層	花蓮縣吉安鄉	14	14
	第二層	臺東縣成功鎮	12	12
	小計		26	26
金馬	金門縣		30	30
	連江縣		30	34
	小計		60	64
合計			1,160	1,169

調查地點實際完成數與原先配置各調查地點預計完成之樣本數落差說明：

1. 本調查於執行過程中均按照企劃書所訂的點位及配額進行訪問，惟因樣本年齡控制及各點位民眾受訪意願不一等因素，故部分調查點位未能如預期規劃完成預定之調查樣本配置數。
2. 雖然部分調查點位的完成樣本數未如企劃書內所規劃，但在各調查地區點位之完成樣本於加權前的檢定均符合原調查地點之樣本配置的分布（參見表 6）。
3. 表 6 為呈現原始調查地點配置之完成數與最終訪員於各調查地點實際執行完成之有效樣本數於加權前即具代表性，而後續於本報告內呈現之調查分析結果係依據受訪對象之戶籍地進行樣本與人口母體資料之檢定與加權處理。

由於本問卷設計上並未加以限制合格受訪對象的戶籍地僅能以訪員執行訪問當下之縣市地點作為篩選依據，且今年採同步於臺灣本島和金馬地區進行面訪調查，因此最終資料的整併、檢定、加權係以受訪者的戶籍地做進一步的劃分呈現。

表 6 寬頻使用調查地點完成數加權前代表性檢定

調查地點 數量配置	配置		加權前		加權前 卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	
總計	1,100	100.0%	1,105	100.0%	
調查地點					卡方值為0.231，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與當初樣本配置分配沒有顯著差異。
北北基宜	344	31.5%	344	31.2%	
桃竹苗	174	15.6%	174	15.8%	
中彰投	220	19.6%	220	19.9%	
雲嘉南	160	14.9%	161	14.6%	
高屏澎	176	16.0%	180	16.3%	
花東	26	2.4%	26	2.4%	

註：表 6 係針對樣本配置和加權前之樣本數作一致性檢定。

三、 調查執行情形

(一) 調查說明

在正式執行前，於 109 年 2 月著手問卷相關準備工作，109 年 4 月 2 日至 109 年 4 月 10 日進行前測試訪調查，經與委託單位開會討論修正問卷後，自 109 年 4 月 15 日正式開始執行調查，實施期程說明如下：

1. 準備期：自 109 年 2 月 20 日至 4 月 14 日。
2. 調查期：第一階段調查期自 109 年 4 月 2 日至 4 月 10 日
第二階段調查期自 109 年 4 月 15 日至 6 月 5 日。
3. 核閱期：自 109 年 6 月 5 日至 6 月 14 日。

(二) 輔助調查工具

在調查方法上，以面訪調查方式進行，並採「電腦輔助面訪調查系統」輔以紙本問卷來進行。

(三) 統計分析方式

1. 樣本代表性與加權

本研究的調查結果在經由複查機制的查核後，為使樣本能充分反映母體結構，增加樣本的代表性及可靠性，本研究以無母數卡方檢定方式（NPAR Chi-square Test）逐一檢視樣本年齡、性別、及縣市人口比例等分配與母體結構之間的差異檢定²。檢定結果若發現樣本與母體結構產生顯著差異，則以加權方式處理，使樣本結構與母體產生一致。

加權方式採用「多變項反覆多重加權」(Raking)，依序以性別、年齡、戶籍地區變項進行調整，如此反覆進行，直到每一變數的樣本分配與母體分配已無顯著差異，才停止 raking。

調查結果每一筆資料都乘以調整權數， $\frac{N_i}{N} / \frac{n'_i}{n}$ ， N_i 和 n'_i 是第 i 交叉組的母體人數和樣本加權人數，而 N 和 n 是母體總人數和樣本加權總人數，這樣使樣本與母體的分配在調整後完全一致。最後的權數是各步調整權數累乘。

2. 信度分析

信度是指可靠性或一致性，在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果。Cronbach (1951) 所提出之 α 信賴係數，是目前行為研究最常使用之信度指標。Nunnally (1967) 建議 Cronbach α 值在 0.7 以上時為可接受範圍，亦得稱為高信度。

3. 次數分配 (Frequency)

藉由各題項之次數分配及百分比所呈現之數據，瞭解民眾對各主題內容的認知情形及評價。

4. 交叉分析及卡方檢定 (a Cross Analysis & a Chi-Square Test)

以「各項議題」對基本資料做交叉分析表，以瞭解不同背景的受訪者在各議題方面是否具有差異性。交叉表並採用 Pearson 卡方檢定分析法，卡方檢定統計值 (W) 定義如下：

² 本研究採用 SPSS 統計分析軟體。

$$W = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2((r-1)(c-1)), \text{ 其中}$$

O_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之觀察次數，

E_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之理論次數。

當卡方檢定統計值的 p-value 小於 0.05 時，表示在 95% 的信心水準下，兩變數間並非獨立，亦即，不同背景受訪者在該題項中達到統計上的顯著差異。

5. ANOVA 變異數分析

變異數分析係將總變異分解為組間變異、組內變異兩個來源，其分析原理即在求取組間及組內變異的比例，如果組間變異數明顯大於組內變異數，則顯示各組的平均數中，至少有兩組以上具有顯著差異，如果無顯著差異，則各組的平均數亦無顯著不同。變異數分析 F 值計算方式如下所示：

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} = \frac{SS_b / k - 1}{SS_w / n - k}$$

其中， n 為樣本數， k 為組別數目，

$$SS_b = n \sum_{i=1}^k (\bar{X}_i - \bar{X})^2, \text{ 是各組平均數對總平均數差量的平方和，}$$

$$SS_w = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X}_i)^2, \text{ 是各組分數對本組平均數差量的平方和。}$$

(四) 調查樣本結構

本次調查訪問區域包含臺澎金馬，惟因金馬地區母體人口數過少，16 歲及以上總人口數為 137,933 人，於整體 22 縣市一起進行加權分析時，金馬地區樣本數將被壓縮為 8 筆，且為利進行年度資料之比較，故將臺灣本島（含澎湖）與金馬地區分開檢視。

截至 109 年 6 月 14 日止，研究團隊已完成本案調查之執行與核閱，寬頻使用問卷調查共完成 1,105 個³有效樣本，調查樣本結構如表 7。

³ 本次調查訪問區域為臺澎金馬，惟在進行分析時因金馬地區人口數過少，故將臺灣本島（含澎湖）與金馬地區分開檢視，且為進行縣市別加權調整，亦依據受訪者的戶籍地重新分類（即在臺灣本島訪問到戶籍地為金馬地區者，將其歸類為金馬地區有效樣本；在金馬地區訪問到戶

表 7 寬頻使用調查樣本檢定表

人口變數	母體		加權前樣本數		加權後樣本數		加權前 卡方檢定	加權後 卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比		
總計	20,236,313	100.0%	1,105	100.0%	1,105	100.0%		
性別							卡方值為0.118， p -value=0.731， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。	卡方值為0.000， p -value=0.999， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。
男	9,957,272	49.2%	538	48.7%	544	49.2%		
女	10,279,041	50.8%	567	51.3%	561	50.8%		
年齡							卡方值為19.294， p -value=0.001， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配有顯著差異。	卡方值為0.000， p -value=1.000， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。
16-25歲	2,848,953	14.1%	187	16.9%	156	14.1%		
26-35歲	3,226,276	15.9%	194	17.6%	176	15.9%		
36-45歲	3,901,910	19.3%	209	18.9%	213	19.3%		
46-55歲	3,581,873	17.7%	196	17.7%	196	17.7%		
56-65歲	3,389,119	16.7%	184	16.7%	185	16.7%		
66歲及以上	3,288,182	16.2%	135	12.2%	180	16.2%		
縣市別							卡方值為305.293， p -value=0.000 ，在5%顯著水準下，樣本與母體 分配有顯著差異。	卡方值為0.000， p -value=1.000， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。
新北市	3,496,771	17.3%	166	15.0%	191	17.3%		
臺北市	2,268,067	11.2%	115	10.4%	124	11.2%		
桃園市	1,891,291	9.3%	78	7.1%	103	9.3%		
臺中市	2,386,347	11.8%	86	7.8%	130	11.8%		
臺南市	1,637,097	8.1%	55	5.0%	89	8.1%		
高雄市	2,420,482	12.0%	114	10.3%	132	12.0%		
宜蘭縣	396,287	2.0%	44	4.0%	22	2.0%		
新竹縣	466,323	2.3%	34	3.1%	25	2.3%		
苗栗縣	473,111	2.3%	26	2.4%	26	2.3%		
彰化縣	1,096,893	5.4%	65	5.9%	60	5.4%		
南投縣	436,377	2.2%	58	5.2%	24	2.2%		
雲林縣	597,967	3.0%	42	3.8%	33	3.0%		
嘉義縣	452,239	2.2%	50	4.5%	25	2.2%		
屏東縣	725,792	3.6%	33	3.0%	40	3.6%		
臺東縣	189,642	0.9%	25	2.3%	10	0.9%		
花蓮縣	284,487	1.4%	14	1.3%	16	1.4%		
澎湖縣	93,501	0.5%	30	2.7%	5	0.5%		
基隆市	327,637	1.6%	17	1.5%	18	1.6%		
新竹市	367,183	1.8%	27	2.4%	20	1.8%		
嘉義市	228,819	1.1%	26	2.4%	12	1.1%		

註：母體人口資料來源為內政部內政資料開放平台所提供之10812各村（里）戶籍人口結構資料。

註：表 7 中縣市別之樣本數係依據戶籍地做加權調整，並針對加權前後之樣本數作一致性檢定。

另各年齡層樣本加權後之膨脹倍數如表 8 所示，皆符合「各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數±60%」之規定。

表 8 各年齡層樣本加權後之膨脹倍數

人口變數	加權前		加權後		年齡層加權前後比例 (占原樣本之倍數)
	人數	百分比	人數	百分比	
總計	1,105	100.0%	1,105	100.0%	
年齡					
16-25歲	187	16.9%	156	14.1%	0.83
26-35歲	194	17.6%	176	15.9%	0.91
36-45歲	209	18.9%	213	19.3%	1.02
46-55歲	196	17.7%	196	17.7%	1.00
56-65歲	184	16.7%	185	16.7%	1.01
66歲及以上	135	12.2%	180	16.2%	1.33

籍地為臺灣本島者，將其歸類為臺灣本島有效樣本)。

四、 研究限制

為掌握我國民眾於數位經濟時代下之通訊傳播使用行為，國家通訊傳播委員會規劃辦理通訊傳播產業匯流發展趨勢調查，調查採取面訪方式，以臺澎金馬為訪問區域，並以年齡在 16 歲及以上（民國 93 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。惟在實際調查執行作業時，仍面臨研究限制如下：

（一） 抽樣架構之限制

按本年度通傳會標規需求，本次調查臺灣地區（含澎湖）需完成 1,100 份以上成功樣本，並按各縣市母體比例進行樣本配置。

為求抽樣嚴謹性，本研究參考中央研究院「台灣社會變遷基本調查計畫」之抽樣架構，進行本次面訪調查抽樣。但本研究與「台灣社會變遷基本調查計畫」以戶籍資料作為抽樣清冊為前提之調查不同，因本研究受限於無法取得全臺灣地區戶籍資料作為抽樣清冊，故無法採取入戶方式的調查，而採取於挑選之鄉鎮市人口聚集處進行訪問。

（二） 樣本回收之限制

本調查問卷題數 103 題，為期達成問卷成功回收樣本數至少 1,100 份之計畫要求，本研究於挑選的各鄉鎮市村里，安排兩人一組之面訪訪問員，在其較熱鬧、人潮較多之據點，如公園、繁華的街口等，進行本次面訪調查。

本次調查平均拒訪人次為 9.54 次，其中 55 歲以上樣本的平均拒訪率約達 12.48 次，較年輕民眾樣本的完訪困難度高。即便不易完訪，但本調查今年度在執行初期便強烈要求執行訪員遵照各點位需完成的性別、年齡樣本數進行訪問，使得整體樣本的各年齡層加權後皆未超過原樣本數的±60%。

（三） 樣本推論之限制

樣本經加權後，年輕樣本如 16-25 歲被放大 0.83 倍；26-35 歲被放大 0.91 倍；36-45 歲被放大 1.02 倍；中壯年樣本如 46-55 歲被放大 1 倍；56-65 歲被放大 1.01 倍；66 歲及以上則約被放大 1.33 倍左右。本次研究計畫為非機率抽樣之調查結果，因此各界在統計推論使用上須謹慎小心。

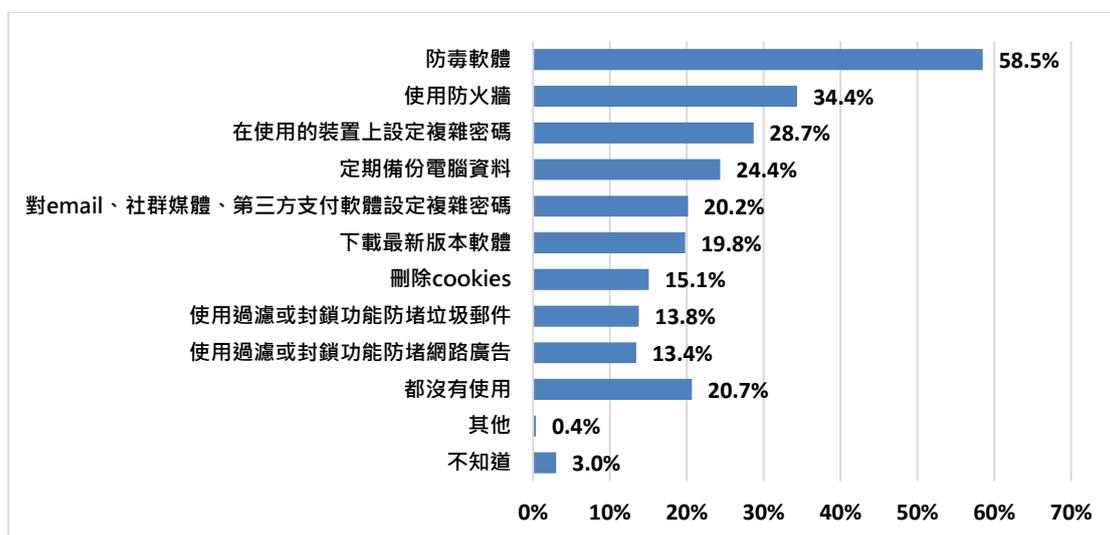
參、寬頻使用調查結果

一、網路使用行為

(一) 為保護上網安全所採取之措施 Q7

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾為保護上網安全所採取之措施，以使用防毒軟體的比例最高，達 58.5%，其次為使用防火牆（34.4%）、在使用的裝置上設定複雜密碼（28.7%），但有 2 成（20.7%）民眾都沒有使用任何措施來保護上網安全【參照圖 1】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於 0 者）

圖 1 採取哪些措施來保護上網安全

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，民眾為保護上網安全所採取之措施，各地區皆以使用防毒軟體為主，其中除北北基地區（41%）外，其餘地區占比皆超過 6 成，又以高屏澎地區的 72% 最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性（60.8%）和女性（56.3%）為保護上網安全所採取之措施皆以使用防毒軟體為主，且除了使用過濾或封鎖功能防堵垃圾郵件以女性占比較高外，男性會採取其餘措施保護上網安全的比例皆高於女性，而女性都沒有使用的比例（23%）略高於男性（18.2%）。

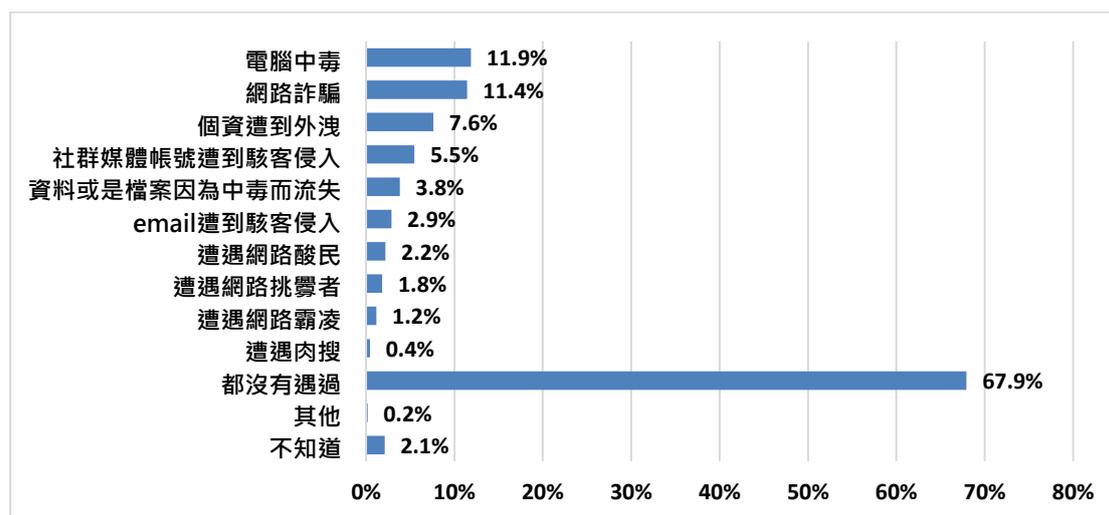
依年齡區分，民眾為保護上網安全所採取之措施，除 66 歲及以上（63.9%）以都沒有使用的比例最高外，其餘年齡層皆以使用防毒軟體為主，其中又以 26-35 歲（71.7%）比例最高、56-65 歲（48.4%）比例最低。

依婚姻狀況區分，民眾為保護上網安全所採取之措施，未婚者（70.2%）、已婚者（53.1%）和鰥寡/分居者（40%）皆以使用防毒軟體為多數，但鰥寡/分居者有近 4 成（37.4%）都沒有使用。

（二）過去 12 個月內使用網路狀況 Q8

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾在過去 12 個月內使用網路時曾遇到的狀況，以都沒有遇過的比例最高，達 67.9%，有遇過者則以電腦中毒（11.9%）占比最高，網路詐騙（11.4%）次之【參照圖 2】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於 0 者）

圖 2 過去 12 個月內使用網路時曾遇到的狀況

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾在過去 12 個月內使用網路時曾遇到的狀況，各地區皆以都沒有遇過為多數，且比例皆超過 6 成，其中又以北北基地區的 77.1% 最高、高屏澎地區的 60% 最低；若曾遇過網路狀況，除中彰投地區（16.8%）、宜花東地區（18.9%）以網路詐騙的比例最高外，其餘地區皆以電腦中毒為多數。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（65.4%）和女性（70.4%）在過去 12 個月內使用網路時

皆以都沒有遇過狀況占比最高；若曾遇過網路狀況，男性(14.1%)和女性(9.8%)皆以電腦中毒的比例最高。

依年齡區分，民眾在過去 12 個月內使用網路時曾遇到的狀況，各年齡層皆以都沒有遇過為主，且比例皆超過 6 成，其中又以 66 歲及以上 (77.3%) 最高、26-35 歲 (62.7%) 最低；若曾遇過網路狀況，除 46-55 歲 (13.6%)、56-65 歲 (12.6%) 以網路詐騙占比最高外，其餘年齡層皆以電腦中毒為多數。

依婚姻狀況區分，民眾在過去 12 個月內使用網路時曾遇到的狀況，各婚姻狀況皆以都沒有遇過為主，且比例皆超過 6 成，其中又以已婚者 (72.2%) 最高、未婚者 (61.8%) 最低；若曾遇過網路狀況，未婚者 (14.6%) 以電腦中毒的比例最高，已婚者 (11.1%) 以網路詐騙的比例為最高，鰥寡/分居者 (11.8%) 則以個資遭到外洩的比例最高。

(三) 使用網路的自信程度 Q12 Q13 Q14 Q15

1. 整體分析

整體而言，我國 16 歲以上民眾對使用網路的自信程度平均為 6.51 (1 代表完全沒自信，10 代表非常有自信)，其中又以閱讀網路資訊時判別是否為廣告的自信程度最高 (6.61)，其次為撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片 (5.63) 和掌握自己在網路上公開個人資訊 (5.04)【參照表 9】。

表 9 使用網路的自信程度

網路行為	自信程度 (平均)
閱讀網路資訊時判別是否為廣告	6.61
撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片	5.63
掌握自己在網路上公開個人資訊	5.04
整體使用網路	6.51

Base：N=932 (上網網齡大於 0 者)

資料來源：本研究彙整。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾對於「撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片」、「掌握自己在網路上公開個人資訊」、「閱讀網路資訊時判別是否為廣告」的自信程度於居住地區皆達顯著差異。

依居住地區區分，民眾對於撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片的自信

程度，以宜花東地區的 6.31 最高、高屏澎地區的 4.92 最低；對於掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度，以宜花東地區的 5.67 最高、中彰投地區的 4.61 最低；對於閱讀網路資訊時判別是否為廣告的自信程度，以宜花東地區的 7.24 最高、高屏澎地區的 5.98 最低；對於整體使用網路的自信程度，則以宜花東地區的 6.99 最高、高屏澎地區的 5.96 最低。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾對於「掌握自己在網路上公開個人資訊」、「閱讀網路資訊時判別是否為廣告」、「整體使用網路」的自信程度，於性別達顯著差異；對於「撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片」、「掌握自己在網路上公開個人資訊」於年齡狀況達顯著差異；對於「撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片」的自信程度，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性對於撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片 (5.65)、掌握自己在網路上公開個人資訊 (5.25)、閱讀網路資訊時判別是否為廣告 (6.85) 或是整體使用網路 (6.66) 的自信程度，皆高於女性 (分別為 5.62、4.85、6.38、6.36)。

依年齡區分，民眾對於「撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片」、「掌握自己在網路上公開個人資訊」、「整體使用網路」的自信程度皆隨年齡遞減，其中撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片的自信程度以 16-25 歲的 6.65 最高、66 歲及以上的 3.7 最低；掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度以 16-25 歲的 6.15 最高、66 歲及以上的 3.48 最低；整體使用網路的自信程度則同樣以 16-25 歲的 7.37 最高、66 歲及以上的 4.7 最低。民眾對於閱讀網路資訊時判別是否為廣告的自信程度亦大致隨年齡遞減，以 26-35 歲的 7.26 最高、66 歲及以上的 4.83 最低。

依婚姻狀況區分，未婚者對於撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片 (6.18)、掌握自己在網路上公開個人資訊 (5.7)、閱讀網路資訊時判別是否為廣告 (7.01) 和整體使用網路 (7.21) 的自信程度皆最高，而鰥寡/分居者對於進行各項網路活動的自信程度皆最低 (分別為 4.83、4.16、5.87、5.59)。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾對於「掌握自己在網路上公開個人資訊」、「閱讀網路資訊時判別是否為廣告」、「整體使用網路」的自信程度，皆於居住狀

況、教育程度達顯著差異；對於「撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片」，於居住狀況、教育程度、職業、收入達顯著差異。

依居住狀況區分，租屋者對於撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片 (6.28)、掌握自己在網路上公開個人資訊 (5.54)、閱讀網路資訊時判別是否為廣告 (7.14) 或是整體使用網路 (7.1) 的自信程度，皆高於自有房屋者 (分別為 5.42、4.88、6.44、6.32)。

依教育程度區分，民眾對於進行各項網路活動的自信程度皆隨教育程度遞增，其中撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片的自信程度以碩士及以上程度者的 6.73 最高、小學及以下程度者的 2.72 最低；掌握自己在網路上公開個人資訊的自信程度以碩士及以上程度者的 5.75 最高、小學及以下程度者的 2.44 最低；閱讀網路資訊時判別是否為廣告的自信程度以碩士及以上程度者的 7.71 最高、小學及以下程度者的 3.43 最低；整體使用網路的自信程度則以碩士及以上程度者的 8.05 最高、小學及以下程度者的 3.33 最低。

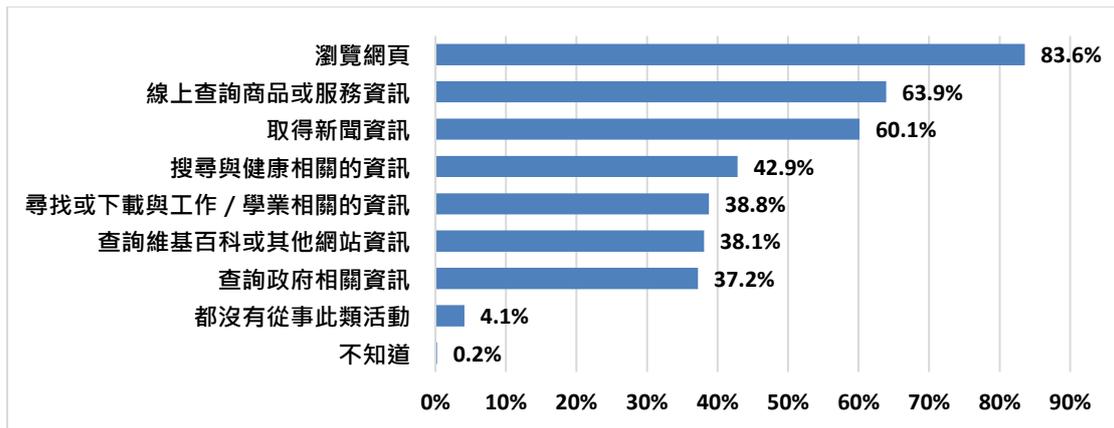
依職業區分，民眾對於撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片的自信程度，以藝術/娛樂及休閒服務業的 7.33 最高、農/林/漁/牧業的 4.01 最低。

依個人平均月收入區分，民眾對於撰寫部落格、網路分享照片或是上傳影片的自信程度，以 6 萬元以上收入者的 6.78 最高、未滿 1 萬元收入者和 1 萬-未滿 2 萬元收入者的 5.06 最低。

(四) 曾使用網路從事之活動 Q18 Q19

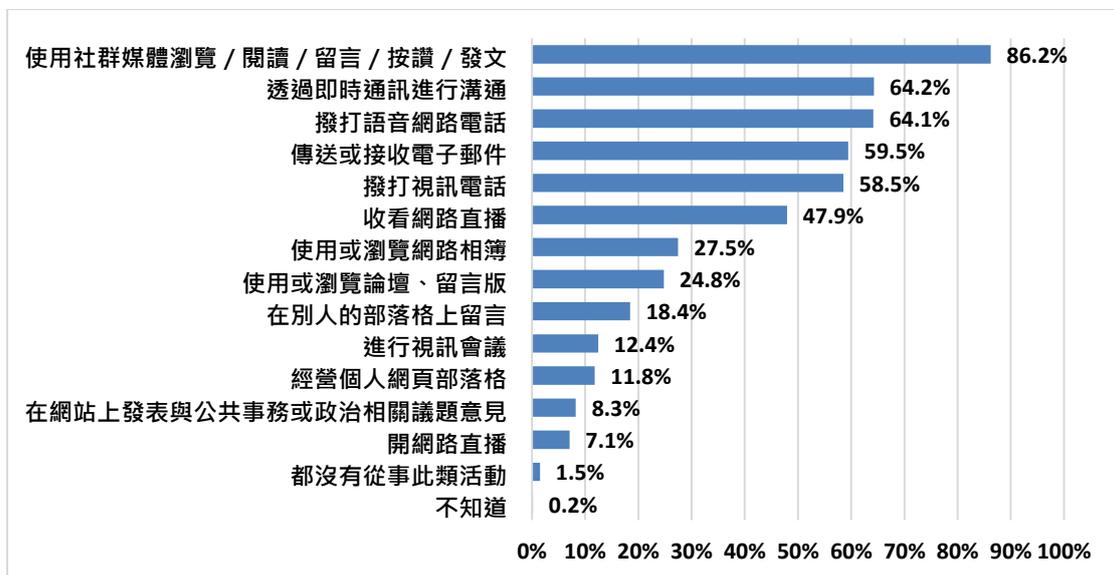
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾曾使用網路從事的查詢活動，以瀏覽網頁為主，比例達 83.6%，其次為線上查詢商品或服務資訊 (63.9%)、取得新聞資訊 (60.1%)【參照圖 3】。曾使用網路從事的社交或溝通活動，以使用社群媒體 (如 Facebook、LINE、Instagram 等) 瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文的比例最高 (86.2%)，其次為透過即時通訊進行溝通 (如 Facebook Messenger、LINE、Skype、WhatsApp、WeChat、Telegram 等)、撥打語音網路電話 (如 Facebook Messenger、LINE、Skype、FaceTime、Telegram 等)，分別占 64.2% 和 64.1%【參照圖 4】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於0者）

圖 3 曾使用網路從事哪些查詢活動



Base：N=932，複選（上網網齡大於0者）

圖 4 曾使用網路從事哪些社交或溝通活動

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各地區曾使用網路從事的查詢活動，各地區皆以瀏覽網頁所占比例最高，其中又以宜花東地區的 91.2% 最高、北北基地區的 79.8% 最低。關於民眾曾使用網路從事的社交或溝通活動，各地區皆以使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文為主，其中除桃竹苗地區（79.8%）以外之地區占比皆達 8 成以上，又以北北基地區的 94.6% 最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性（82.8%）及女性（84.3%）曾使用網路從事的查詢活動皆

以瀏覽網頁為多數。而男性（85.6%）和女性（86.8%）曾使用網路從事的社交或溝通活動皆以使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文為主。

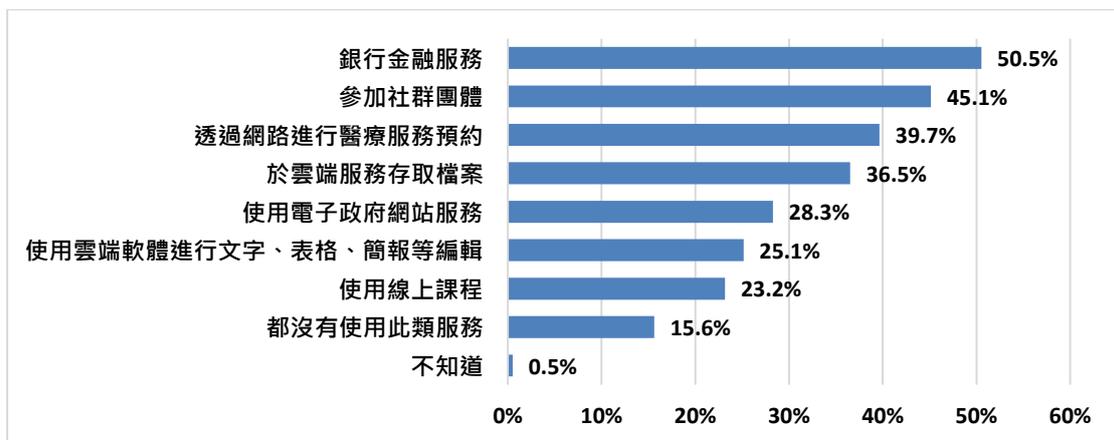
依年齡區分，各年齡層曾使用網路從事的查詢活動，皆以瀏覽網頁為主，其中又以 26-35 歲（93.8%）比例最高、66 歲及以上（58.5%）比例最低。各年齡層曾使用網路從事的社交或溝通活動，皆以使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文為多數，且比例大致隨年齡遞減，以 26-35 歲的 92.7%最高、66 歲及以上的 72.2%最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況曾使用網路從事的查詢活動，皆以瀏覽網頁為主，其中又以未婚者的 90.1%最高、鰥寡/分居者的 67%最低。各婚姻狀況曾使用網路從事的社交或溝通活動，皆以使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文為主，其中又以未婚者的 89%最高、鰥寡/分居者的 83.7%最低。

（五）曾使用網路服務及從事之行為 Q20 Q21

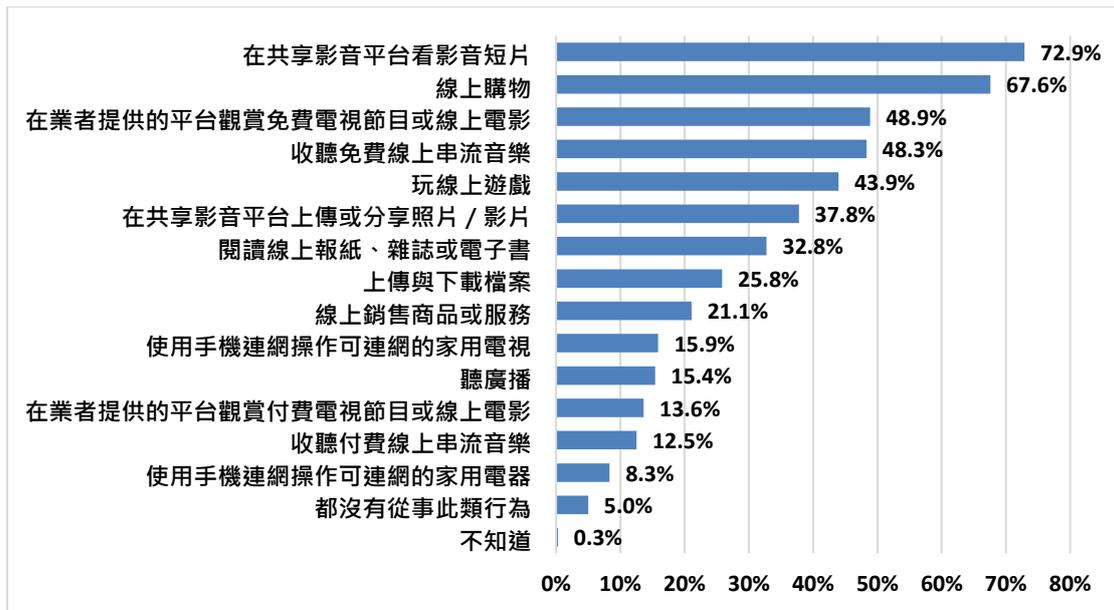
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾曾使用的網路服務，以銀行金融服務（50.5%）所占比例最高，其次為參加社群團體（45.1%）、透過網路進行醫療服務預約（39.7%）【參照圖 5】；曾使用網路從事的行為，以在共享影音平臺看影音短片（如 YouTube、Facebook 等）為主，比例達 72.9%，其次為線上購物（如購買各式商品、服務或票券）（67.6%）、在業者提供的平臺觀賞免費電視節目或線上電影（48.9%）【參照圖 6】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於 0 者）

圖 5 曾使用哪些網路服務



Base：N=932，複選（上網網齡大於0者）

圖 6 曾使用網路從事哪些行為

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，關於民眾曾使用的網路服務，北北基地區（47.3%）、桃竹苗地區（55.1%）、雲嘉南地區（52.8%）高屏澎地區（52.5%）皆以銀行金融服務為主，中彰投地區（46.9%）、宜花東地區（62.2%）則以參加社群團體為多數。關於民眾曾使用網路從事的行為，除北北基地區（64.2%）、宜花東地區（78.8%）以線上購物為主外，其餘地區皆以在共享影音平臺看影音短片的占比最高，其中又以桃竹苗地區的81.1%最高、中彰投地區的73.5%最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性（50.1%）和女性（50.9%）曾使用的網路服務皆以銀行金融服務的比例最高；而男性（74.1%）曾使用網路從事的行為以在共享影音平臺看影音短片為主，女性（73.6%）則以線上購物為多數。

依年齡區分，關於民眾曾使用的網路服務，26-35歲（69%）、36-45歲（67.7%）、46-55歲（49.7%）皆以銀行金融服務所占比例最高，16-25歲（55.2%）以雲端服務存取檔案為主，56-65歲（40.5%）以參加社群團體為主，66歲及以上（38.7%）則是都沒有使用此類服務的比例最高。關於民眾曾使用網路從事的行為，除16-25歲（85.5%）、26-35歲（84.2%）以線上購物比例最高外，其餘年齡層皆以在共享影音平臺看影音短片為多數，其中又以36-45歲的81.6%最高、66歲及以上

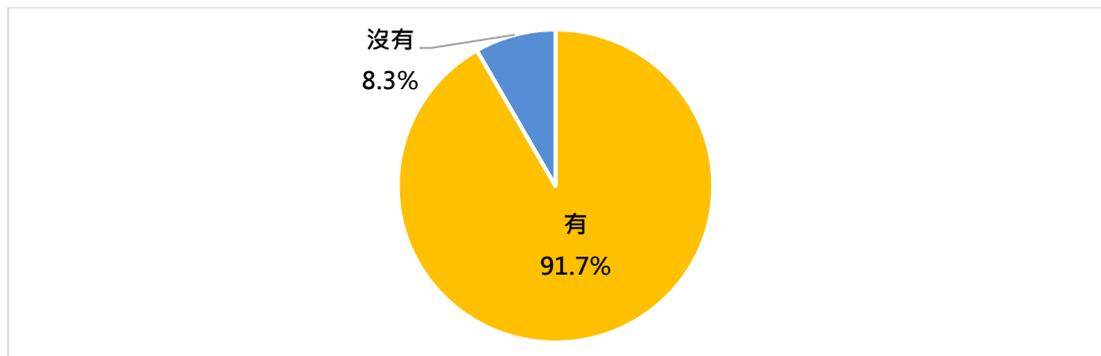
的 48.4% 最低。

依婚姻狀況區分，關於民眾曾使用的網路服務，未婚者(52.6%)、已婚者(51%)以銀行金融服務為多數，鰥寡/分居者(44.6%)則以透過網路進行醫療服務預約的比例最高。關於民眾曾使用網路從事的行為，未婚者(80.6%)以線上購物比例最高，已婚者(70.4%)、鰥寡/分居者(72.7%)則以在共享影音平臺看影音短片為主。

(六) 在家中以外地方上網情形 Q22 Q23

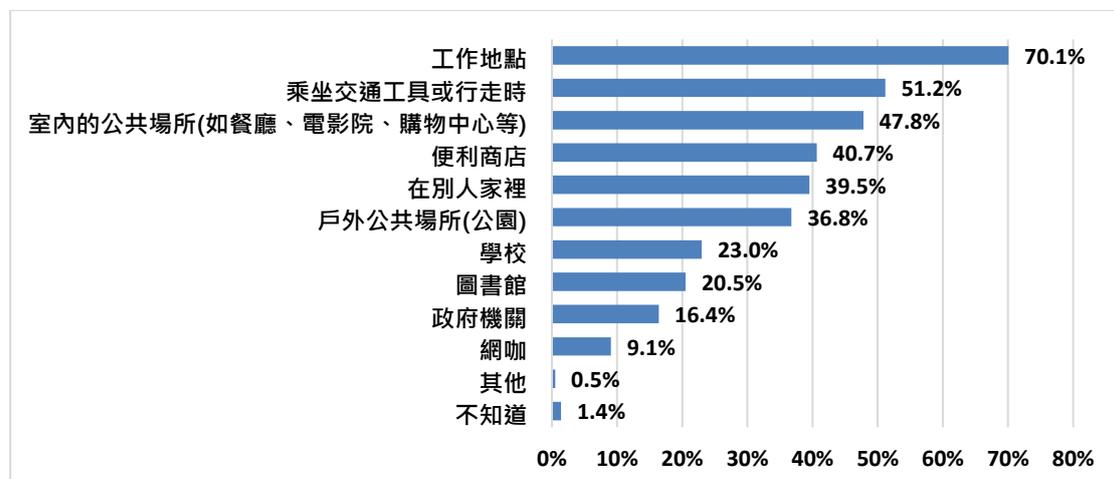
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾有在家中以外地方上網的比例高達 91.7%【參照圖 7】，其中以在工作地點上網的占比最高，達 70.1%，其次為乘坐交通工具或行走時(51.2%)、室內的公共場所(如餐廳、電影院、購物中心等)(47.8%)【參照圖 8】。



Base：N=932，單選（上網網齡大於 0 者）

圖 7 有沒有在家中以外的地方上網



Base：N=855，複選（有在家中以外地方上網者）

圖 8 在家中以外地方上網通常是哪些地方

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在家中以外地方上網，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，關於民眾有沒有在家中以外地方上網，各地區皆以有的比例較高，其中又以高屏澎地區的 98.2%最高、雲嘉南地區的 86.3%最低。民眾在家中以外上網的地點，各地區皆以工作地點為主，且除宜花東地區（57.3%）外，其餘地區占比皆達 6 成以上，又以雲嘉南地區的 80.4%最高；另外較特別的是，桃竹苗地區（63.1%）乘坐交通工具或行走時上網、高屏澎地區（30.7%）在政府機關上網、宜花東地區（36.7%）在學校上網的比例皆明顯高於其他地區，北北基地區則是在學校（17.6%）、室內的公共場所（37.8%）、便利商店（29%）和政府機關（7.2%）上網的比例明顯較其他地區為低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在家中以外地方上網，於居住地區、性別、年齡、婚姻狀況、教育程度達顯著差異。

依性別區分，絕大多數男性（93.7%）和女性（89.8%）皆有在家中以外地方上網，而兩者在家中以外上網的地點皆以工作地點為多數，並以男性（73.4%）比例高於女性（66.7%）。

依年齡區分，關於民眾有沒有在家中以外地方上網，各年齡層皆以有的占比較高，且比例隨年齡遞減，以 16-25 歲的 98.7%最高、66 歲及以上的 73.5%最低。民眾在家中以外上網的地點，除 16-25 歲（73.2%）以學校、66 歲及以上（43.2%）以戶外公共場所占比最高外，其餘年齡層皆以工作地點為主，其中又以 26-35 歲（90.6%）比例最高、56-65 歲（56.4%）比例最低。

依婚姻狀況區分，關於民眾有沒有在家中以外地方上網，各婚姻狀況皆以有為多數，其中又以未婚者（96.9%）比例最高、鰥寡/分居者（87.1%）比例最低。民眾在家中以外上網的地點，各婚姻狀況皆以工作地點占比最高，其中又以未婚者的 71.6%最高、鰥寡/分居者的 66.8%最低；且除政府機關、戶外公共場所外，未婚者於家中以外其他地點上網的比例皆高於已婚者、鰥寡/分居者。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在家中以外地方上網，於教育程度達顯著差

異。

依教育程度區分，關於民眾有沒有在家中以外地方上網，各教育程度皆以有為多數，且比例隨教育程度遞增，以碩士及以上程度者的 96.5%最高、小學及以下程度者的 67.6%最低。

(七) 平均每週在家中以外地方上網時數 Q25 Q26

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾平均每週在工作場合或求學處上網的時數為 20.79 小時 (N=855, 有在家中以外地方上網者); 平均每週在其他地方 (非在家、工作場合或求學處) 上網的時數為 11.39 小時 (N=855, 有在家中以外地方上網者)。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依居住地區區分，民眾平均每週在工作場合或求學處上網的時數，除北北基地區 (16.58 小時)、宜花東地區 (16.41 小時) 外，其餘地區皆達 20 小時以上，其中又以雲嘉南地區 (27.2 小時) 時數最多【參照表 10】；民眾平均每週在其他地方上網的時數，除北北基地區 (9.63 小時)、宜花東地區 (7.84 小時) 外，其餘地區皆達 10 小時以上，且同樣以雲嘉南地區 (15.78 小時) 時數最多【參照表 11】。

表 10 平均每週在工作場合或求學處上網時數 (區域別)

單位：小時

居住地區	平均時數
北北基	16.58
桃竹苗	22.25
中彰投	20.69
雲嘉南	27.20
高屏澎	21.36
宜花東	16.41
總平均	20.79

資料來源：本研究彙整。

表 11 平均每週在其他地方（非在家、工作場合或求學處）上網時數（區域別）

單位：小時

居住地區	平均時數
北北基	9.63
桃竹苗	10.63
中彰投	11.99
雲嘉南	15.78
高屏澎	11.55
宜花東	7.84
總平均	11.39

資料來源：本研究彙整。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性平均每週在工作場合或求學處上網的時數為 22.62 小時，高於女性的 18.88 小時；男性平均每週在其他地方上網的時數為 11.52 小時，同樣高於女性的 11.25 小時。

依年齡區分，民眾平均每週在工作場合或求學處上網的時數，以 26-35 歲的 25.98 小時最多、66 歲及以上的 8.94 小時最少；民眾平均每週在其他地方上網的時數，同樣以 26-35 歲（13.7 小時）時數最多、66 歲及以上（4.93 小時）時數最少。

依婚姻狀況區分，民眾平均每週在工作場合或求學處上網的時數，以未婚者的 24.82 小時最多、已婚者的 17.68 小時最少；民眾平均每週在其他地方上網的時數，以未婚者的 13.93 小時最多、已婚者的 9.62 小時最少。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾平均每週在工作場合或求學處上網的時數，於個人平均月收入達顯著差異；民眾平均每週在其他地方上網的時數，於教育程度達顯著差異。

依教育程度區分，民眾平均每週在其他地方上網的時數隨教育程度遞增，以碩士及以上程度者的 14.67 小時最多、小學及以下程度者的 6.68 小時最少。

依個人平均月收入區分，民眾平均每週在工作場合或求學處上網的時數，以 6 萬元以上收入者的 25.52 小時最多、1 萬-未滿 2 萬元收入者的 13.6 小時最少。

(八) 在家中每週平均上網時數 Q28

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾平均每週在家上網的時數為 27.17 小時 (N=924, 知道在家中使用網路頻率者)。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依居住地區區分，民眾平均每週在家上網的時數，以雲嘉南地區的 31.96 小時最多、桃竹苗地區的 22.41 小時最少【參照表 12】。

表 12 平均每週在家上網時數 (區域別)

單位：小時

居住地區	平均時數
北北基	31.03
桃竹苗	22.41
中彰投	25.77
雲嘉南	31.96
高屏澎	23.83
宜花東	28.37
總平均	27.17

資料來源：本研究彙整。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾平均每週在家上網的時數，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性和女性平均每週在家上網的時數相近，分別為 27.03 小和 27.3 小時。

依年齡區分，民眾平均每週在家上網的時數大致隨年齡遞減，以 26-35 歲的 32.09 小時最多、66 歲及以上的 18.86 小時最少。

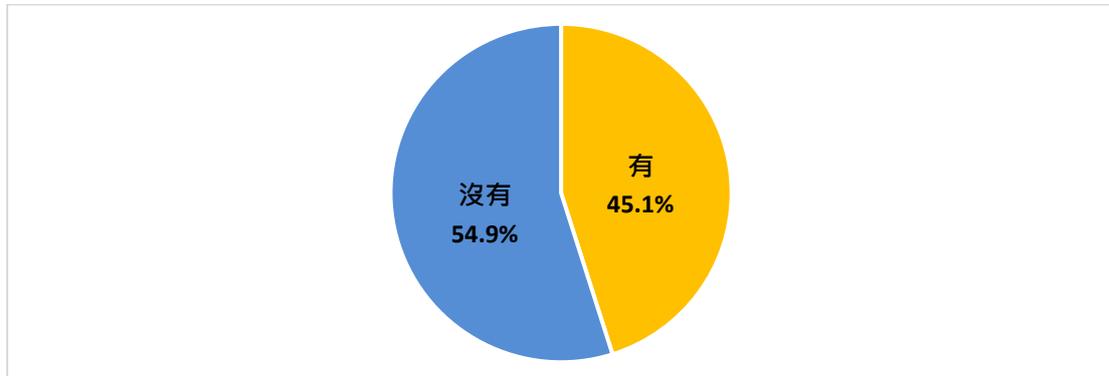
依婚姻狀況區分，民眾平均每週在家上網的時數，以未婚者的 31.1 小時最多、鰥寡/分居者的 23.69 小時最少。

(九) 使用網路的顧慮 Q29 Q30

1. 整體分析

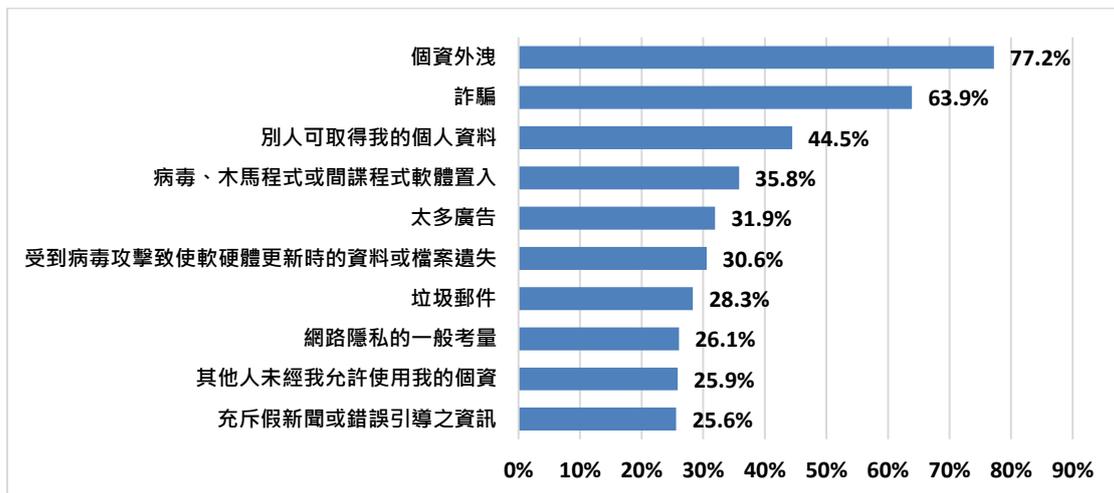
關於我國 16 歲以上民眾對於使用網路有沒有顧慮，超過 5 成 (54.9%) 表示

沒有顧慮，有顧慮者則占 45.1%【參照圖 9】；其中有顧慮的部分以個資外洩為主，比例高達 77.2%，其次為詐騙（63.9%）、別人可取得我的個人資料（44.5%）【參照圖 10】。



Base：N=1,105，單選

圖 9 對於使用網路有沒有顧慮



Base：N=499，複選（使用網路有顧慮者）

圖 10 使用網路有顧慮的部分（前十名）

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾對於使用網路有沒有顧慮，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，關於民眾對於使用網路有沒有顧慮，除高屏澎地區（57.1%）以有顧慮的比例較高外，其餘地區皆以沒有顧慮為多數，其中又以宜花東地區的 62.6%最高、雲嘉南地區的 54.2%最低。有顧慮的部分，除高屏澎地區（72.3%）和宜花東地區（84%）以詐騙為多數外，各地區皆以個資外洩為主，且比例皆達 7 成以上，其中又以雲嘉南地區的 84.5%最高、北北基地區的 72.7%最低；另外

較特別的是，宜花東地區顧慮網站張貼兒童不雅照片（24.8%）的比例明顯較其他地區為高，而北北基地區顧慮各事項的比例皆普遍較低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾對於使用網路有沒有顧慮，於年齡達顯著差異。

依性別區分，男性（57.9%）和女性（52%）對於使用網路皆以沒有顧慮的比例較高；而兩者有顧慮的部分皆以個資外洩為主，男性（76.8%）比例略低於女性（77.6%）。

依年齡區分，關於民眾對於使用網路有沒有顧慮，除 56-65 歲（50.4%）以有顧慮為多數外，其餘年齡層皆以沒有顧慮為主，其中又以 66 歲及以上的 67% 最高、46-55 歲的 51.8% 最低。有顧慮的部分，除 66 歲及以上（67%）以詐騙所占比例最高外，其餘年齡層皆以個資外洩為多數，其中又以 36-45 歲的 85.2% 最高、56-65 歲的 74.6% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況對於使用網路皆以沒有顧慮為多數，其中又以鰥寡/分居者的 59.2% 最高、已婚者的 53.7% 最低。有顧慮的部分，未婚者（81%）、已婚者（76%）以個資外洩為主，鰥寡/分居者（76.4%）則以詐騙占比最高。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾對於使用網路有沒有顧慮，於教育程度、職業、個人平均月收入達顯著差異。

依教育程度區分，關於民眾對於使用網路有沒有顧慮，除碩士及以上程度者（55.2%）以有顧慮的比例較高外，其餘教育程度皆以沒有顧慮為多數，其中又以小學及以下程度者的 67.4% 最高、專科程度者的 50.4% 最低。

依職業區分，關於民眾對於使用網路有沒有顧慮，除農/林/漁/牧業（69.1%）、批發及零售業（51%）、金融及保險業（53.5%）、教育業（50.9%）、公共行政及國防/強制性社會安全（62.6%）、醫療保健及社會工作服務業（67.5%）、藝術、娛樂及休閒服務業（50.7%）以有顧慮的比例較高外，其餘職業皆以沒有顧慮為多數，其中又以出版/影音製作/傳播及資通訊服務業的 77.7% 最高。

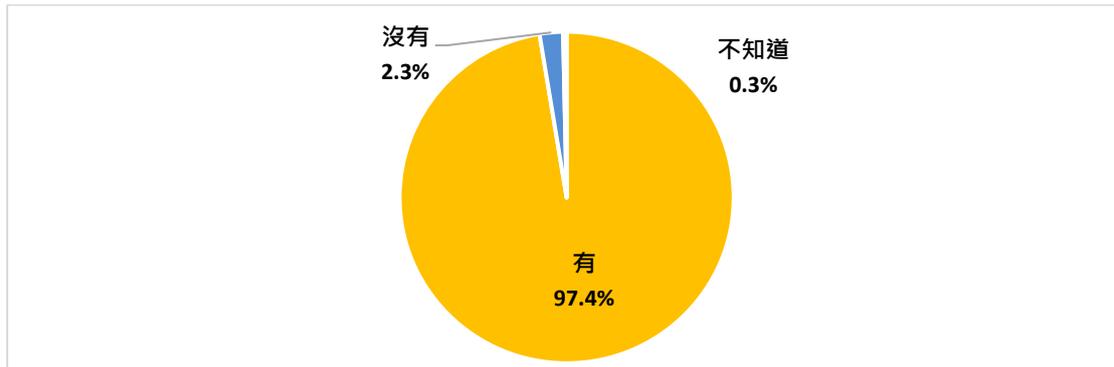
依個人平均月收入區分，關於民眾對於使用網路有沒有顧慮，除 3 萬-未滿 4 萬元收入者（52.6%）和 6 萬元以上收入者（55.8%）以有顧慮的比例較高外，其餘收入水準皆以沒有顧慮為多數，其中又以無收入者的 63.1% 最高。

二、社群媒體使用行為

(一) 社群媒體或即時通訊軟體帳號 Q31

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾擁有社群媒體（如 Facebook、Instagram、Twitter 等）或即時通訊（如 Facebook Messenger、LINE、Skype、WhatsApp、WeChat、Telegram 等）帳號的比例高達 97.4%【參照圖 11】。



Base：N=932，單選（上網網齡大於 0 者）

圖 11 有沒有社群媒體或即時通訊軟體帳號

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各地區擁有社群媒體或即時通訊帳號的比例皆達 9 成以上，其中又以中彰投地區的 98.9% 最高、宜花東地區的 95.3% 最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性和女性擁有社群媒體或即時通訊帳號的比例相近，分別為 97.7% 和 97.1%。

依年齡區分，各年齡層擁有社群媒體或即時通訊帳號的比例皆達 9 成以上，其中又以 16-25 歲的 99.7% 最高、46-55 歲的 95% 最低。

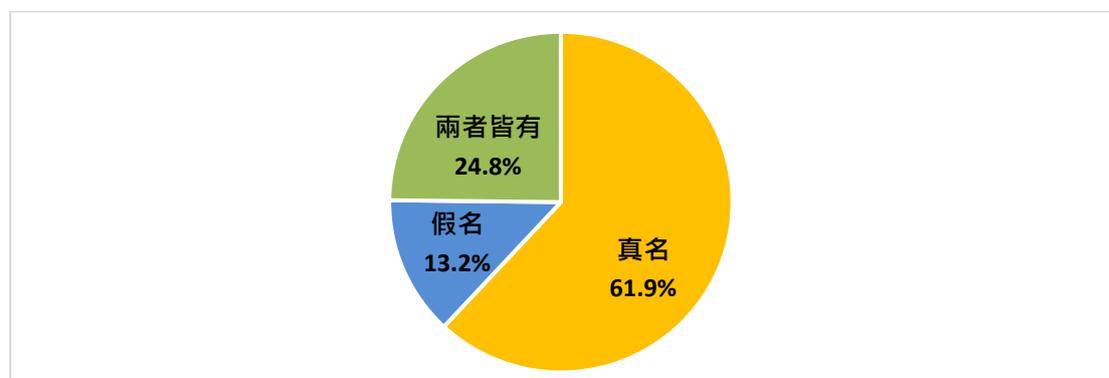
依婚姻狀況區分，各婚姻狀況擁有社群媒體或即時通訊帳號的比例皆達 9 成以上，其中又以未婚者的 98% 最高、鰥寡/分居者的 96.5% 最低。

(二) 是否以真名申請社群媒體 Q32

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾是以真名或假名申請社群媒體（如 Facebook、

Instagram、Twitter 等)或即時通訊(如 Facebook Messenger、LINE、Skype、WhatsApp、WeChat、Telegram 等)帳號，達 6 成 (61.9%) 是以真名申請，13.2%以假名申請，24.8%則是兩者皆有。【參照圖 12】



Base：N=908，複選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 12 以真名或假名申請社群媒體或即時通訊帳號

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是以真名或假名申請社群媒體或即時通訊帳號，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆以使用真名申請社群媒體或即時通訊帳號為多數，其中除高屏澎地區 (46.8%) 外，其餘地區占比皆超過 5 成，又以宜花東地區的 71.6% 最高；以假名申請者，以高屏澎地區 (19.2%) 比例最高、宜花東地區 (5%) 比例最低；兩者都有申請者，則以高屏澎地區的 34% 最高、北北基地區的 18.6% 最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是以真名或假名申請社群媒體或即時通訊帳號，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性 (63%) 和女性 (60.9%) 皆以使用真名申請社群軟體或即時通訊帳號的比例較高，且兩者同時使用真名與假名申請的比例相同 (24.8%)。

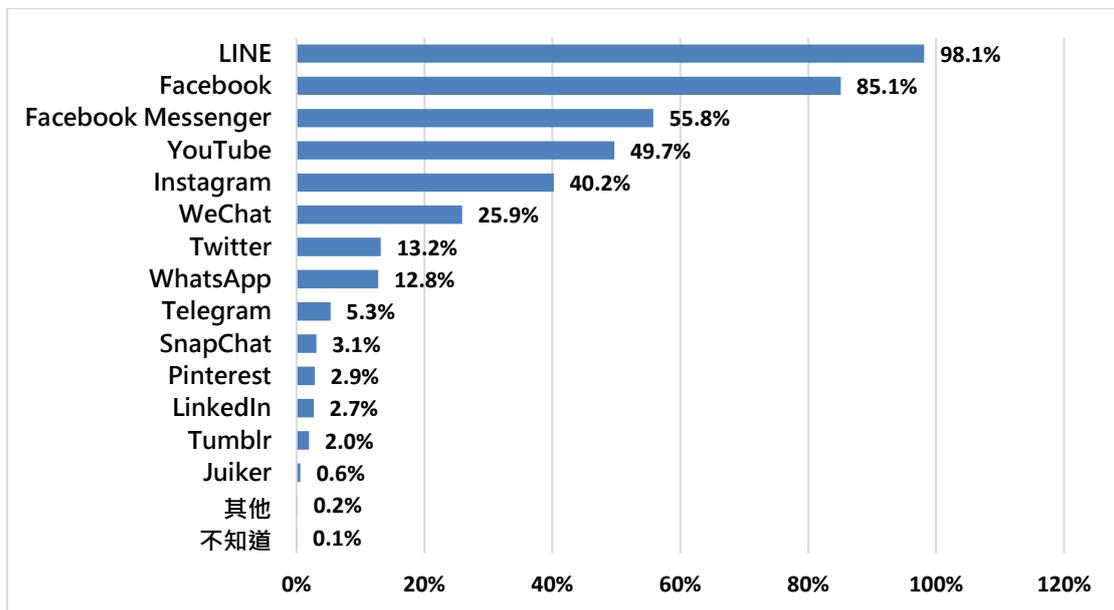
依年齡區分，各年齡層皆以使用真名申請社群軟體或即時通訊帳號為多數，且比例隨年齡遞增，以 16-25 歲的 44.7% 最低、66 歲及以上的 85.4% 最高；此外各年齡層同時使用真名與假名申請的比例隨年齡遞減，以 16-25 歲的 39.5% 最高、66 歲及以上的 8% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以使用真名申請社群軟體或即時通訊帳號為主，其中又以已婚者的 71.1% 最高、未婚者的 48.2% 最低；此外未婚者 (35.5%) 同時使用真名與假名申請的比例明顯高於已婚者 (18%) 和鰥寡/分居者 (16.9%)。

(三) 仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號 Q33

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號，以 LINE 的比例最高，達 98.1%，其次為 Facebook (85.1%)、Facebook Messenger (55.8%) 【參照圖 13】。



Base：N=908，複選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 13 擁有哪些仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各地區仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號皆以 LINE 為主，且比例皆達 9 成 5 以上，其中中彰投地區和宜花東地區占比更高達 100%；另除北北基地區 (76.5%) 外，其餘地區仍在使用的 Facebook 的比例亦達 8 成以上。而所有地區中，只有宜花東地區仍在使用的 YouTube (64.6%) 的比例高於 Facebook Messenger (56.5%)。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性 (98.6%) 和女性 (97.7%) 仍在使用的社群媒體或即時通

訊帳號皆以 LINE 占比最高，兩者仍在使用的 Facebook 的比例亦達 8 成以上。

依年齡區分，各年齡層仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號皆以 LINE 為主，且比例皆達 9 成 5 以上；此外，各年齡層仍在使用的 Facebook、Facebook Messenger、Instagram、和 YouTube 的比例皆隨年齡遞減。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號皆以 LINE 為主，且比例皆達 9 成 5 以上，其中鰥寡/分居者(98.7%)和已婚者(98.8%)的比例相近，未婚者(97.1%)占比則相對略低；而未婚者除 LINE 以外，仍在使用的其他社群媒體或即時通訊帳號的比例皆明顯高於已婚者、鰥寡/分居者。

(四) 平均每週使用社群媒體時數 Q35

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾平均每週使用社群媒體(如 Facebook、LINE、Instagram)瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文的總時數為 17.1 小時(N=907，有回答仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號者)。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依居住地區區分，民眾平均每週使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文的總時數，以宜花東地區的 24.06 小時最多、北北基地區的 12.65 小時最少【參照表 13】。

表 13 平均每週使用社群媒體時數(區域別)

單位：小時

居住地區	平均時數
北北基	12.65
桃竹苗	15.95
中彰投	16.83
雲嘉南	23.23
高屏澎	17.87
宜花東	24.06
總平均	17.10

資料來源：本研究彙整。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性(17.62 小時)平均每週使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按

讚/發文的總時數略高於女性（16.59 小時）。

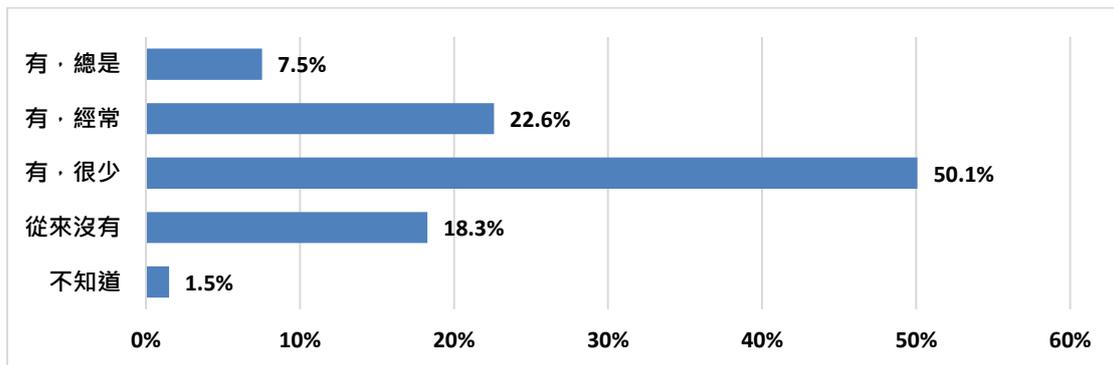
依年齡區分，民眾平均每週使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文的總時數大致隨年齡遞減，以 16-25 歲的 20.9 小時最多、66 歲及以下的 9.52 小時最少。

依婚姻狀況區分，未婚者平均每週使用社群媒體瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文的總時數達 20.4 小時，明顯高於未婚者（15.03 小時）和鰥寡/分居者（16.03 小時）。

（五）在社群媒體看到令人反感或厭惡之內容 Q37 Q38

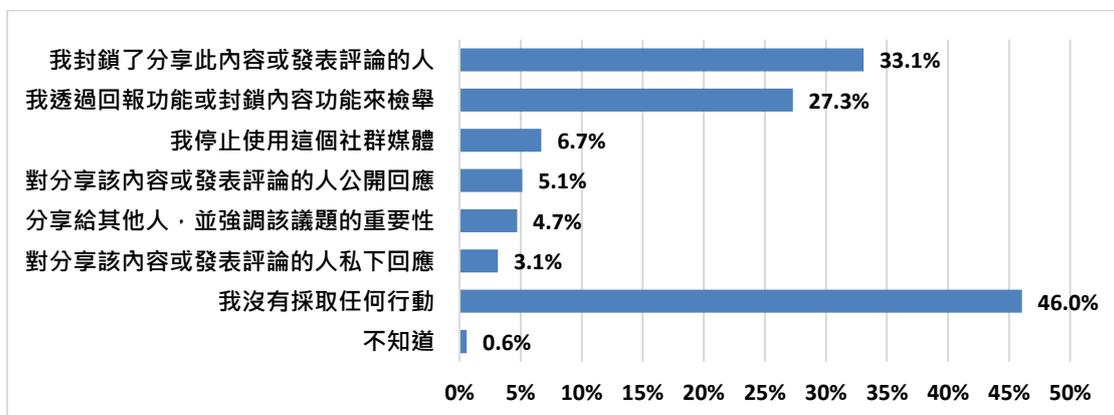
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾超過 8 成（80.2%）表示在過去 12 個月內，有在社群媒體看到令人反感或厭惡的內容（合計總是、經常和很少），僅有 18.3% 表示從來沒有看到【參照圖 14】；關於民眾在看到令人反感或厭惡的內容後曾採取的行動，高達 46% 沒有採取任何行動，其次為封鎖了分享此內容或發表評論的人（33.1%）、透過回報功能或封鎖內容功能來檢舉（27.3%）【參照圖 15】。



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 14 過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容



Base：N=728，複選（有在社群媒體看到令人反感或厭惡之內容者）

圖 15 在看到令人反感或厭惡的內容後曾採取的行動

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，關於過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，各地區皆以很少看到為主，其中又以高屏澎地區的 55.9% 最高、桃竹苗地區的 42.1% 最低。在看到令人反感或厭惡的內容後曾採取的行動，除桃竹苗地區以封鎖了分享此內容或發表評論的人（39.4%）和沒有採取任何行動（39.9%）占比相近外，其餘地區皆以沒有採取任何行動為主，其中又以北北基地區的 49.4% 最高、宜花東地區的 42.1% 最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，於年齡達顯著差異。

依性別區分，男性（50.1%）和女性（50.1%）在過去 12 個月內皆以很少在社群媒體看到令人反感或厭惡的內容為多數，但男性總是（9.3%）和經常（24%）看到的比例皆較女性（分別為 5.8% 和 21.2%）為高，而女性（20.5%）從來沒有看到的比例則高於男性（16%）。在看到令人反感或厭惡的內容後曾採取的行動，兩者皆以沒有採取任何行動為主，且女性（46.4%）比例略高於男性（45.7%）。

依年齡區分，關於過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，各年齡層皆以很少看到為多數，其中又以 16-25 歲的 58.3% 最高、66 歲及以上的 36.5% 最低。在看到令人反感或厭惡的內容後曾採取的行動，除 16-25 歲（45.8%）以透過回報功能或封鎖內容功能來檢舉的比例最高外，其餘年齡層皆以沒有採取任何行動為多數，且比例隨年齡遞增，以 66 歲及以上的 59.4% 最高。

依婚姻狀況區分，關於過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，各婚姻狀況皆以很少看到為主，其中又以未婚者（53.7%）比例最高、已婚者（47.6%）比例最低。在看到令人反感或厭惡的內容後曾採取的行動，各婚姻狀況皆以沒有採取任何行動為主，其中又以鰥寡/分居者的 56.8% 最高、未婚者的 39.5% 最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，於教育程度、個人平均月收入達顯著差異。

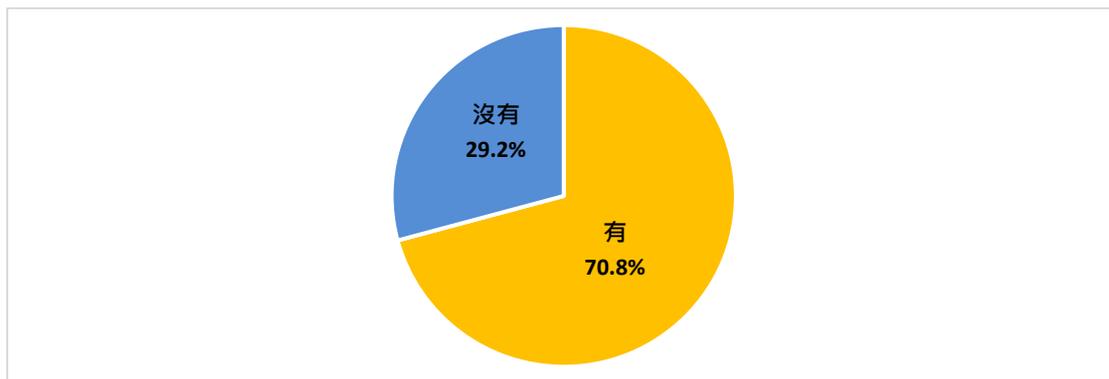
依教育程度區分，關於過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，除小學及以下程度者（44.6%）以從來沒有看到的比例最高外，其餘教育程度皆以很少看到為主，其中又以大學程度者的 54.4% 最高、國中或初中程度者的 41.5% 最低；此外，碩士及以上程度者（17.8%）總是在社群媒體看到令人反感或厭惡內容的比例明顯較其他程度者高。

依個人平均月收入區分，關於過去 12 個月內有沒有在社群媒體看到任何令人反感或厭惡的內容，除 5 萬-未滿 6 萬元收入者（35.5%）以經常看到的比例最高外，其餘收入水準皆以很少看到為主，其中又以 2 萬-未滿 3 萬元收入者的 54.7% 最高、1 萬-未滿 2 萬元收入者的 44.1% 最低。

(六) 在社群媒體分享文章連結 Q42 Q43

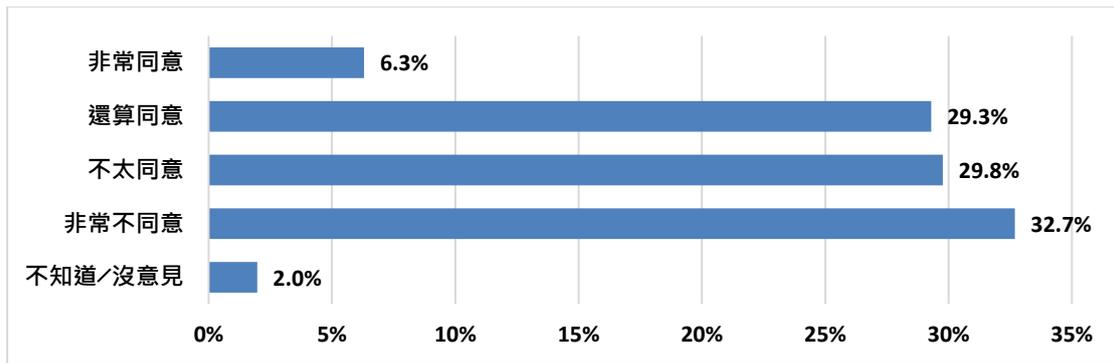
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾超過 7 成（70.8%）曾在社群媒體（如 Facebook、LINE、Instagram 等）上分享文章連結【參照圖 16】；其中 35.6% 同意經常在還未看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結（合計非常同意和還算同意，以下同），62.4% 則不同意（合計非常不同意和不太同意，以下同）【參照圖 17】。



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 16 有沒有曾經在社群媒體上分享文章連結



Base：N=643，單選（曾在社群媒體上分享文章連結者）

圖 17 經常在還未看完文章全文時便在社群媒體上分享文章連結

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，有沒有曾在社群媒體上分享文章連結、經常在還未看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆以曾在社群媒體上分享文章連結為主，且除北北基地區（57.6%）、中彰投地區（66.7%）外，其餘地區占比皆達7成以上，其中又以高屏澎地區的80.3%最高。對於經常在還未看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結，各地區皆以不同意為主，同意者則以宜花東地區（45%）比例最高、桃竹苗地區（22.5%）比例最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，有沒有曾在社群媒體上分享文章連結，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（67.2%）和女性（74.3%）皆以曾在社群媒體上分享文章連結為多數，但對於經常在還未看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結，兩者皆以不同意為主，同意者則以男性（34.7%）比例略低於女性（36.4%）。

依年齡區分，除66歲及以上（59.1%）以沒有在社群媒體上分享文章連結的比例較高外，其餘年齡層皆以曾分享過為多數，且比例隨年齡遞減，以16-25歲的85.4%最高、56-65歲的57.6%最低。對於經常在還未看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結，各年齡層皆以不同意為主，其中又以56-65歲（67.2%）比例最高、66歲及以上（52.8%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以曾在社群媒體上分享文章連結為多數，其中又以未婚者（80.7%）比例最高、鰥寡/分居者（59.9%）最低。對於經常在還未

看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結，各婚姻狀況皆以不同意為主，其中又以已婚者（64.6%）比例最高、鰥寡/分居者（60.7%）比例最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，有沒有曾在社群媒體上分享文章連結，於居住狀況、教育程度、職業達顯著差異；經常在還未看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結，於教育程度達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（68.5%）和租屋者（80.5%）皆以曾在社群媒體上分享文章連結為多數，但後者比例明顯較高。

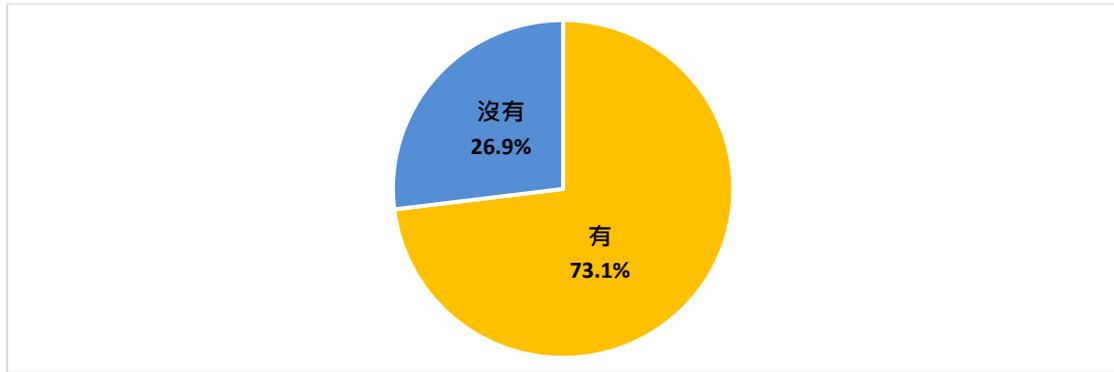
依教育程度區分，除小學及以下程度者（60.5%）和國中或初中程度者（53.9%）以沒有在社群媒體上分享文章連結的比例較高外，其餘教育程度皆以曾分享過為多數，其中又以大學程度者的 81%最高、高中職程度者的 66.6%最低。對於經常在還未看完文章全文便在社群媒體上分享文章連結，除小學及以下程度者（63.1%）以同意的比例較高外，其餘教育程度皆以不同意為主，其中又以碩士及以上程度者（74.3%）比例最高、國中及初中程度者（54.4%）比例最低。

依職業區分，除退休者（59.9%）以沒有在社群媒體上分享文章連結的比例較高外，其餘職業皆以曾分享過為主，其中又以藝術、娛樂及休閒服務業的 93.5%最高，出版/影音製作/傳播及資通訊服務業的 55.1%最低。

(七) 社群媒體上訊息之真實性 Q44 Q45

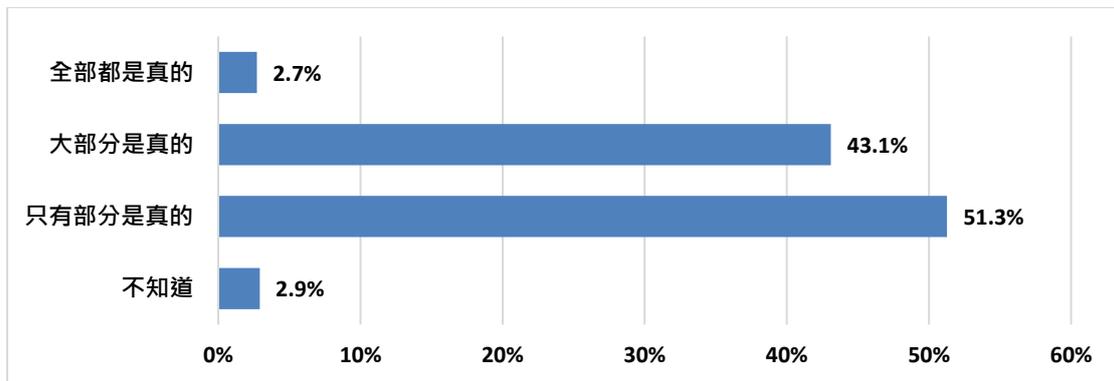
1. 整體分析

關於使用社群媒體（如 Facebook、LINE、Instagram 等）時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，我國 16 歲以上民眾超過 7 成（73.1%）表示有想過、26.9%沒有想過【參照圖 18】；有想過訊息真實性者，以認為這些資訊只有部分是真的（51.3%）為多數，而認為大部分是真的占 43.1%、認為全部是真的占 2.7%【參照 19】。



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 18 使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性



Base：N=663，單選（有想過在這些網站或 App 上發布訊息之真實性者）

圖 19 認為所有在這些網站或 App 上看到資訊的真實性程度

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性、認為網站或 App 上看到資訊的真實性程度，皆於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，關於使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，各地區皆以有想過為主，其中又以宜花東地區（83.3%）比例最高、北北基地區（61.6%）比例最低。有想過訊息真實性者，除北北基地區（50.8%）和高屏澎地區（50.8%）以認為這些資訊大部分是真的占比最高外，其餘地區皆以認為這些資訊只有部分是真的為主，其中又以桃竹苗地區的 60.8% 最高、雲嘉南地區和宜花東地區的 55.1% 最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上

發布訊息的真實性，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，關於使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，男性（75%）和女性（71.3%）皆以有想過為主；有想過訊息真實性者，男性（54.9%）和女性（47.6%）皆以認為這些資訊只有部分是真的為多數。

依年齡區分，關於使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，除 66 歲及以上有想過（50.3%）和沒有想過（49.7%）比例相近外，其餘年齡層皆以有想過為多數，且比例隨年齡遞減，以 16-25 歲的 82.7% 最高、56-65 歲的 59.1% 最低。有想過訊息真實性者，除 36-45 歲（47.5%）以認為這些資訊大部分是真的占比最高外，其餘年齡層皆以認為這些資訊只有部分是真的為主，其中又以 66 歲及以上的 56.3% 最高、46-55 歲的 50.1% 最低。

依婚姻狀況區分，關於使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，各婚姻狀況皆以有想過為多數，其中又以未婚者（79.2%）比例最高、鰥寡/分居者（65.4%）比例最低。有想過訊息真實性者，除鰥寡/分居者（50.4%）以認為這些資訊大部分是真的占比最高外，未婚者（53.2%）和已婚者（49%）皆以認為這些資訊只有部分是真的為多數。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，於教育程度、職業達顯著差異。

依教育程度區分，關於使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，除小學及以下程度者（68.6%）以沒有想過的比較高外，其餘教育程度皆以有想過為多數，且比例隨教育程度遞增，以國中或初中程度者的 58.7% 最低、碩士及以上程度者的 86.1% 最高。

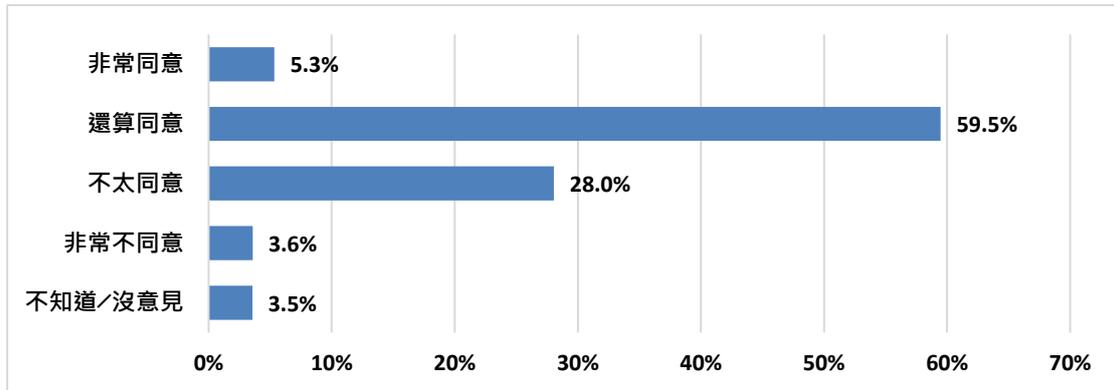
依職業區分，關於使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或 App 上發布訊息的真實性，各職業皆以有想過為主，其中又以專業、科學及技術服務業的 95.8% 最高、退休者的 54% 最低。

(八) 使用社群媒體或 App 相信所讀到或所看到的 Q46

1. 整體分析

對於使用社群媒體（如 Facebook、LINE、Instagram 等）時傾向相信所讀到或看到的，我國 16 歲以上民眾超過 6 成（64.8%）表示同意（合計非常同意和還

算同意，以下同)，不同意者則占 31.6% (合計非常不同意和不太同意，以下同)
【參照圖 20】。



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 20 使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，對於使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的，各地區皆以同意為多數，其中又以北北基地區的 73.5%最高、桃竹苗地區的 50%最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，對於使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的，男性（65%）和女性（64.7%）皆以同意為多數。

依年齡區分，對於使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的，各年齡層皆以同意為多數，且比例皆超過 6 成，其中又以 56-65 歲的 69.1%最高、66 歲及以上的 61.3%最低。

依婚姻狀況區分，對於使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的，各婚姻狀況皆以同意為多數，其中又以鰥寡/分居者（71.9%）比例最高、已婚者（64.1%）比例最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的，於教育程度達顯著差異。

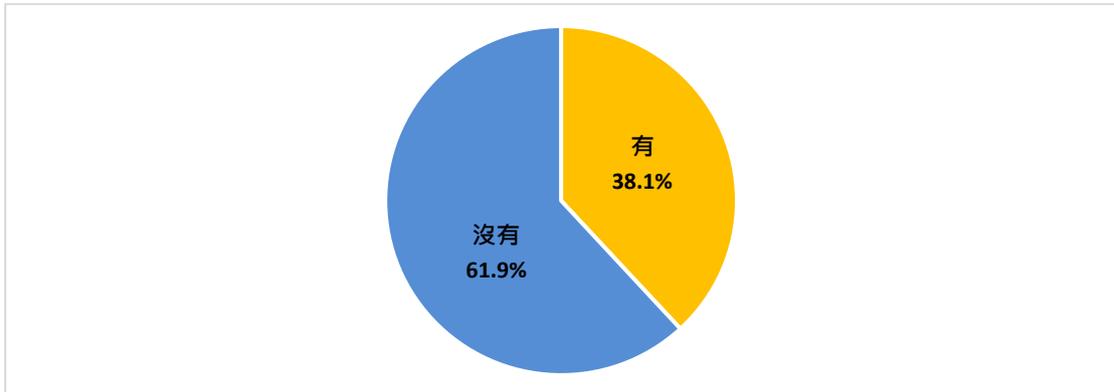
依教育程度區分，對於使用社群媒體時傾向相信所讀到或看到的，除碩士及

以上程度者（49.2%）以不同意的比例較高外，其餘教育程度皆以同意為主，其中又以專科程度者的 75.4%最高、小學及以下程度者的 61.1%最低。

（九）在社群媒體分享意見 Q48 Q49

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾近 4 成（38.1%）有在社群媒體（如 Facebook、LINE、Instagram 等）上與不認識的人分享過意見，61.9%沒有【參照圖 21】；當有選擇時，52%的人願意以真名分享意見【參照圖 22】。



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 21 有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 22 當有選擇時願不願意以真名分享意見

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見、當有選擇時願不願意以真名分享意見，皆於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆以沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見為多

數，其中又以北北基地區（70.1%）比例最高、高屏澎地區（48%）比例最低。當有選擇時，北北基地區（54.9%）、中彰投地區（50.5%）、高屏澎地區（52.6%）皆以不願意以真名分享意見的比例較高，桃竹苗地區（54.1%）、雲嘉南地區（63.1%）、宜花東地區（78.9%）則以願意為多數。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見，於性別、年齡、婚姻狀況達顯著差異；當有選擇時願不願意以真名分享意見，於性別達顯著差異。

依性別區分，男性（57.5%）和女性（66%）皆以沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見為主；當有選擇時，男性（54.3%）以願意以真名分享意見的比例較高，女性則是不願意（50.2%）和願意（49.8%）的比例相近。

依年齡區分，關於有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見，除 16-25 歲（52.9%）、26-35 歲（52.3%）以有分享過的比例較高外，其餘年齡層皆以沒有為多數，其中又以 66 歲及以上的 92.5% 最高、36-45 歲的 55.8% 最低。當有選擇時，除 16-25 歲（54.2%）和 36-45 歲（54.3%）不願意以真名分享意見的比例較高之外，其餘年齡層皆以願意為主，其中又以 46-55 歲的 58.1% 最高、66 歲及以上的 51.6% 最低。

依婚姻狀況區分，關於有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見，除未婚者有（49.3%）和沒有（50.7%）的比例相近外，已婚者（70.3%）和鰥寡/分居者（64.1%）皆以沒有為多數。當有選擇時，各婚姻狀況皆以願意以真名分享意見的占比較高，其中又以鰥寡/分居者的 59.7% 最高、未婚者的 50.6% 最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見，於居住狀況、教育程度、職業達顯著差異；當有選擇時願不願意以真名分享意見，於職業、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（64.6%）和租屋者（52.8%）皆以沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見為主，且自有房屋者比例高於租屋者。

依教育程度區分，各教育程度皆以沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見為主，其中又以小學及以下程度者的 94.8% 最高、大學程度者的 53.8% 最低。

依職業區分，關於有沒有在社群媒體上與不認識的人分享過意見，除農/林/

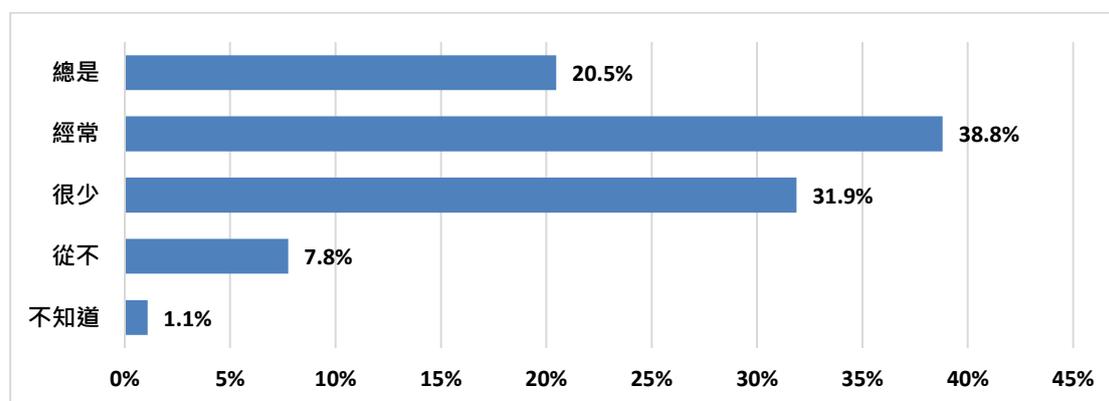
漁/牧業 (52.2%)、運輸及倉儲業 (51.4%)、出版/影音製作/傳播及資通訊服務業 (58.6%)、金融及保險業 (64.3%)、藝術、娛樂及休閒服務業 (60%)、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者 (50.4%) 以有的比例較高外，其餘職業皆以沒有為多數，其中又以退休者的 88.7% 最高、學生的 50.2% 最低。當有選擇時，除農/林/漁/牧業 (62.1%)、製造業 (55.7%)、運輸及倉儲業 (66.3%)、住宿及餐飲業 (62.6%)、出版/影音製作/傳播及資通訊服務業 (64.1%)、專業/科學及技術服務業 (54.4%)、公共行政及國防/強制性社會安全 (57.8%)、學生 (58.7%) 皆以不願意以真名分享意見為多數，以及營建工程業願意 (50%) 和不願意 (50%) 的比例相同外，其餘職業皆以願意為多數，其中又以醫療保健及社會工作服務業的 79% 最高、家管的 52.6% 最低。

依個人平均月收入區分，當有選擇時，除未滿 1 萬元收入者 (65.3%) 以不願意以真名分享意見的比例較高、2 萬-未滿 3 萬元願意 (49.8%) 和不願意 (50.2%) 的比例相近外，其餘收入水準皆以願意為多數，其中又以 1 萬元-未滿 2 萬元收入者的 59.3% 最高、無收入者的 50.6% 最低。

(十) 發佈照片及標註照片中其他人時考慮隱私或安全的事情 Q50 Q51

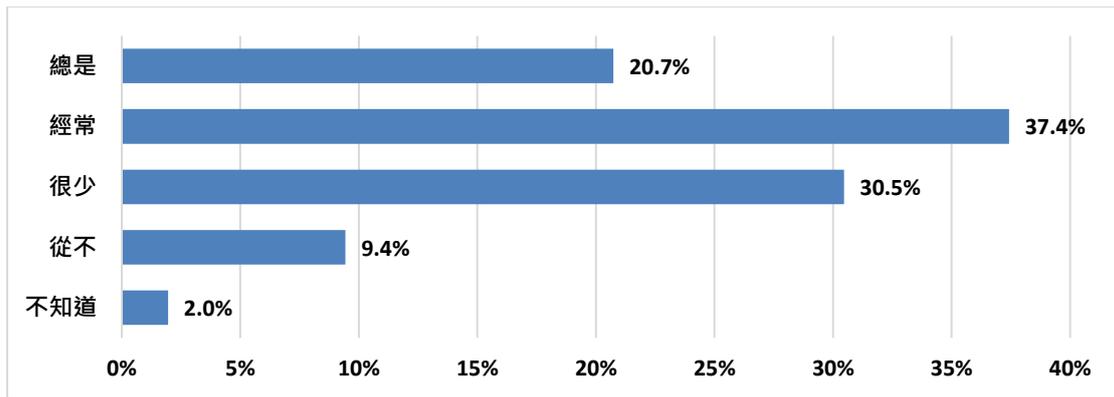
1. 整體分析

每當發佈照片時，我國 16 歲以上民眾約 6 成 (59.3%) 會考慮到隱私或安全的事情 (合計總是和經常，以下同)，而 39.7% 不會考慮 (合計很少和從不，以下同)【參照圖 23】；每當標註照片中的其他人時，同樣有約 6 成 (58.1%) 會考慮到隱私或安全的事情，而 39.9% 不會考慮【參照圖 24】。



Base: N=908, 單選 (擁有社群媒體或即時通訊帳號者)

圖 23 發佈照片時考慮到隱私或安全事情之頻率



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 24 標註照片中的其他人時考慮到隱私或安全事情之頻率

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，每當發佈照片時多常會考慮到隱私或安全的事情、每當標註照片中的其他人時多常會考慮到隱私或安全的事情，皆於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，每當發佈照片時，除北北基地區（53.2%）以不會考慮到隱私或安全的事情占比較高外，其餘地區皆以會考慮為多數，其中又以高屏澎地區的 72.7%最高、中彰投地區的 58.2%最低；每當標註照片中的其他人時，同樣除北北基地區（53.9%）以不會考慮到隱私或安全的事情占比較高外，其餘地區皆以會考慮為多數，其中又以高屏澎地區的 70.6%最高、桃竹苗地區的 60.2%最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，每當發佈照片時多常會考慮到隱私或安全的事情、每當標註照片中的其他人時多常會考慮到隱私或安全的事情，皆於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，每當發佈照片時，男性（60.1%）和女性（58.5%）皆以會考慮到隱私或安全的事情為多數；每當標註照片中的其他人時，兩者同樣以會考慮到隱私或安全的事情占比較高，分別為 57.8%和 58.6%。

依年齡區分，每當發佈照片時，除 66 歲及以上（62.6%）以不會考慮到隱私或安全的事情占比較高外，其餘年齡層皆以會考慮為主，其中又以 16-25 歲的 65.2%最高、56-65 歲的 56.9%最低。每當標註照片中的其他人時，除 66 歲及以上（64.7%）以不會考慮到隱私或安全的事情占比較高外，其餘年齡層皆以會考

慮為多數，其中又以 36-45 歲的 70.2%最高、46-55 歲的 57.2%最低。

依婚姻狀況區分，每當發佈照片時，各婚姻狀況皆以會考慮到隱私或安全的事情為多數，其中又以未婚者的 63.2%最高、鰥寡/分居者的 53%最低。每當標註照片中的其他人時，各婚姻狀況同樣皆以會考慮到隱私或安全的事情為主，其中又以未婚者的 61.2%最高、鰥寡/分居者的 51.7%最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，每當發佈照片時多常會考慮到隱私或安全的事情，於教育程度、個人平均月收入達顯著差異；每當標註照片中的其他人時多常會考慮到隱私或安全的事情，於教育程度達顯著差異。

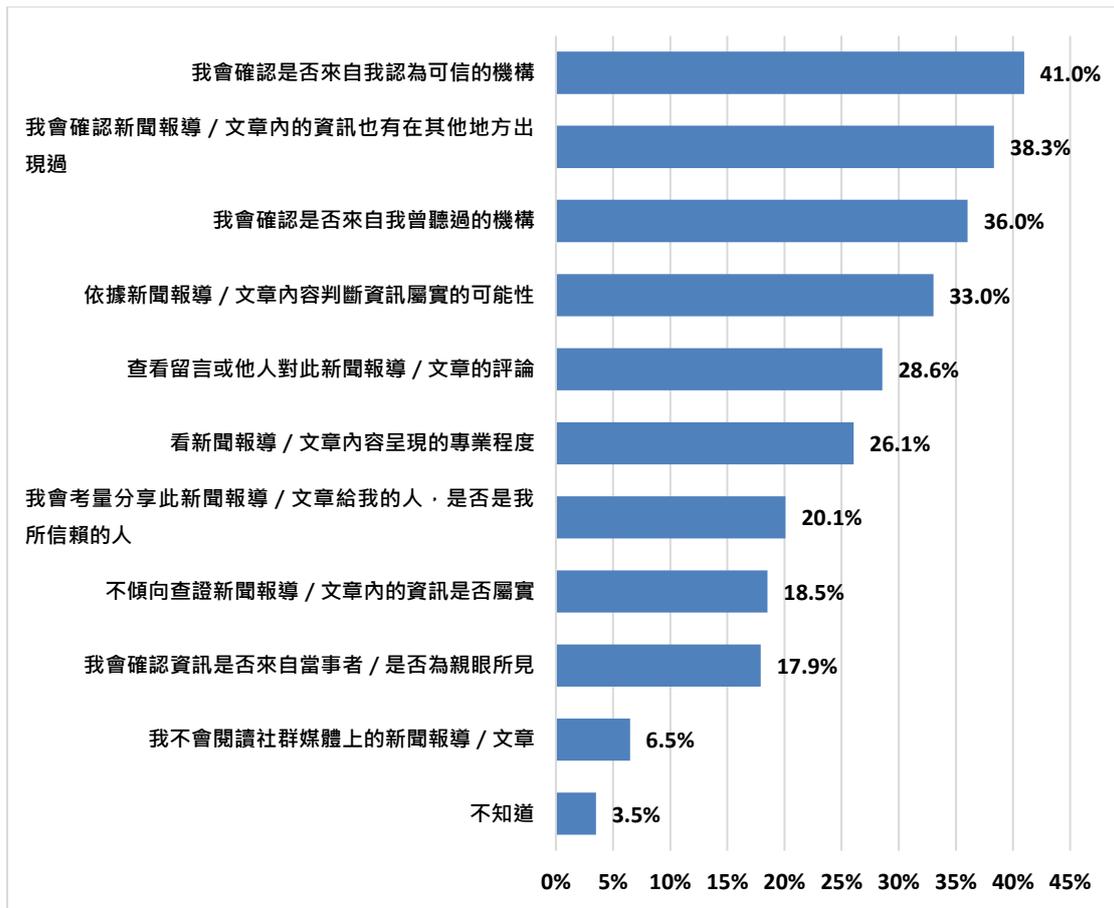
依教育程度區分，每當發佈照片時，除小學及以下程度者（56.9%）以不會考慮到隱私或安全的事情占比較高外，其餘教育程度皆以會考慮為主，其中又以碩士及以上程度者的 77.1%最高、國中或初中程度者的 50.3%最低。每當標註照片中的其他人時，除小學及以下程度者（59.1%）和國中或初中程度者（57.7%）以不會考慮到隱私或安全的事情占比較高外，其餘教育程度皆以會考慮為多數，其中又以碩士及以上程度者的 76.8%最高、高中職程度者的 55.3%最低。

依個人平均月收入區分，每當發佈照片時，除 2 萬-未滿 3 萬元收入者(49.9%)以不會考慮到隱私或安全的事情占比較高外，其餘收入水準皆以會考慮為多數，其中又以 5 萬-未滿 6 萬元收入者的 70.9%最高、1 萬-未滿 2 萬元收入者的 51.4%最低。

(十一) 查證新聞報導或文章內資訊真實性所採取之行動 Q55

1. 整體分析

當我國 16 歲以上民眾在社群媒體上看到新聞報導或文章，想查證其中資訊是否屬實時會採取的行動，以會確認是否來自其認為可信的機構（41%）占比最高，其次為會確認新聞報導/文章內的資訊也有在其他地方出現過（38.3%）、會確認是否來自曾聽過的機構（36%）【參照圖 25】。



Base：N=908，複選（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）

圖 25 查證新聞報導或文章內資訊是否屬實所採取之行動

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，當民眾在社群媒體上看到新聞報導或文章，想查證其中資訊是否屬實時會採取的行動，除雲嘉南地區（54.4%）、宜花東地區（49.8%）以會確認是否來自我曾聽過的機構占比最高外，其餘地區皆以會確認是否來自其認為可信的機構為主，其中又以高屏澎地區的 50.8% 最高、北北基地區的 34% 最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性（44.6%）和女性（37.5%）在社群媒體上看到新聞報導或文章，想查證其中資訊是否屬實時會採取的行動，皆以會確認是否來自其認為可信的機構為多數。

依年齡區分，當民眾在社群媒體上看到新聞報導或文章，想查證其中資訊是否屬實時會採取的行動，除 36-45 歲（47.6%）和 46-55 歲（42.6%）以會確認新聞報導/文章內的資訊也有在其他地方出現過為多數，以及 66 歲及以上（54.1%）

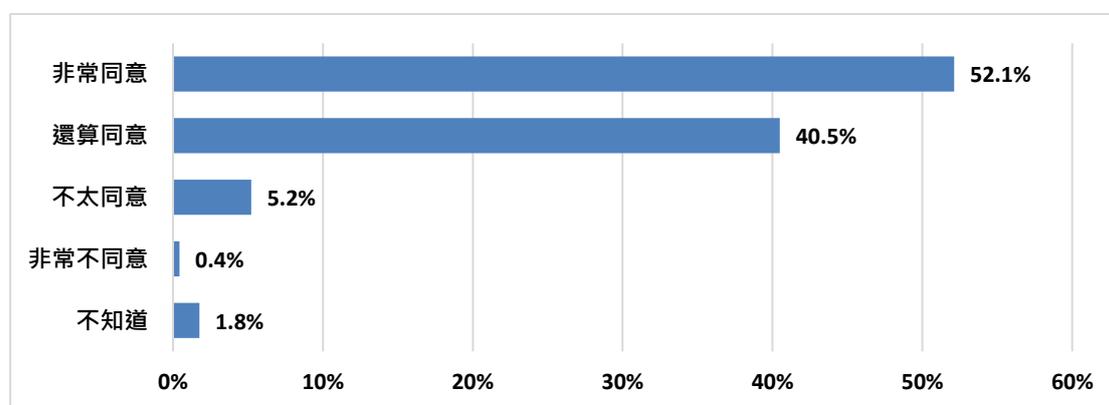
以不傾向查證新聞報導/文章內的資訊是否屬實占比最高外，其餘年齡層皆以會確認是否來自其認為可信的機構為多數，其中又以 16-25 歲的 52.8% 最高、56-65 歲的 28.7% 最低。此外，民眾為查證資訊是否屬實所採取各項行動的比例皆以 16-25 歲為最高，顯示年輕族群更加重視資訊的真實性。

依婚姻狀況區分，當民眾在社群媒體上看到新聞報導或文章，想查證其中資訊是否屬實時會採取的行動，除鰥寡/分居者（33.3%）以會確認是否來自曾聽過的機構占比最高外，未婚者（46.8%）和已婚者（39.6%）皆以會確認是否來自其認為可信的機構為主。此外，未婚者為查證資訊是否屬實所採取各項行動的比例皆為最高。

（十二）保護網路使用者不會看到不宜的內容 Q56

1. 整體分析

對於必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容，我國 16 歲以上民眾高達 92.6% 表示同意（合計非常同意和還算同意，以下同），不同意者僅占 5.6%（合計非常不同意和不太同意，以下同）【參照圖 26】。



Base: N=932, 單選（上網網齡大於 0 者）

圖 26 必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，對於必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容，各地區皆以同意為多數，且除北北基地區（89.1%）、桃竹苗地區（89.6%）外，其餘地區占比皆達 9 成以上，其中又以高屏澎地區的 95.1% 最高。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容，於性別達顯著差異。

依性別區分，男性（89.9%）和女性（95.2%）對於必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容皆以同意為主。

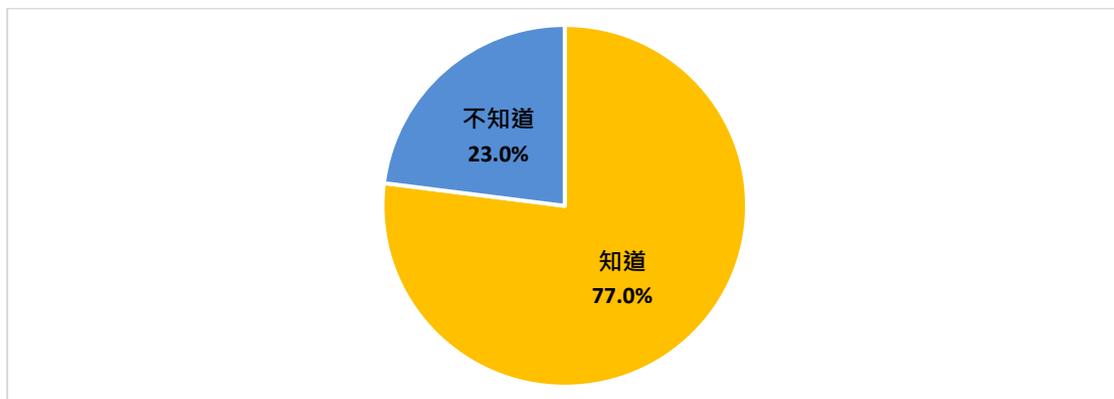
依年齡區分，對於必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容，各年齡層皆以同意為主，且除 66 歲及以上（89.6%）外，其餘年齡層占比皆達 9 成以上，其中又以 56-65 歲的 95.3% 最高。

依婚姻狀況區分，對於必須保護網路使用者不會看到不適當或令人反感或厭惡的內容，各婚姻狀況皆以同意為主，且比例皆達 9 成以上，其中又以鰥寡/分居者的 96.1% 最高、未婚者的 90.9% 最低。

(十三) 對於社群媒體上可檢舉不當內容之知悉程度 Q57

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾達 77% 知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容，僅有 23% 不知道【參照圖 27】。



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時帳號者）

圖 27 知不知道社群媒體上可用回報按鈕或標記檢舉不當內容

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，除北北基地區（72.7%）外，其餘地區知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容的比例皆達 7 成 5 以上，其中又以雲嘉南地區的 86.2% 最高。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（78.6%）和女性（75.5%）皆以知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容為主。

依年齡區分，除 66 歲及以上（62.1%）以不知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容的比例較高外，其餘年齡層皆以知道為多數，且比例隨年齡遞減，以 16-25 歲的 92.8% 最高、56-65 歲的 60.8% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容為多數，但未婚者（87.4%）知道的比例明顯高於已婚者（70.7%）和鰥寡/分居者（66.3%）。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容，於居住狀況、教育程度達顯著差異。

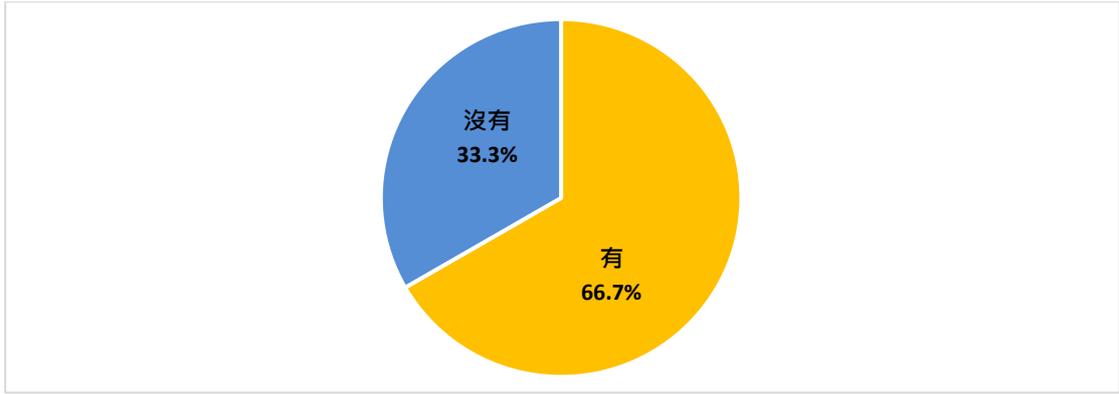
依居住狀況區分，自有房屋者（73.6%）和租屋者（86.6%）皆以知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容為主，且後者的比例明顯較高。

依教育程度區分，除小學及以下程度者（66.3%）以不知道社群媒體上可以用回報按鈕或標記檢舉不當內容的比例較高外，其餘教育程度皆以知道為主，其中又以大學程度者的 87.8% 最高、國中或初中程度者的 56.4% 最低。

(十四) 檢舉社群媒體上不當內容 Q58 Q59

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾超過 6 成（66.7%）有在社群媒體上看過認為不適宜的內容【參照圖 28】，其中只有 40.6% 有向社群媒體檢舉過【參照圖 29】。



Base：N=908，單選（擁有社群媒體或即時帳號者）

圖 28 有沒有在社群媒體上看過認為不適宜的內容



Base：N=605，單選（有在社群媒體上看過不當內容者）

圖 29 有沒有向社群媒體檢舉過不當內容

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在社群媒體上看過認為不適宜的內容，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆以有在社群媒體上看過認為不適宜的內容為多數，其中又以宜花東地區（76.8%）比例最高、北北基地區（59.1%）比例最低。有看過不當內容者，皆以沒有檢舉過為多數，其中又以中彰投地區的 62.4%最高、雲嘉南地區的 54.3%最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在社群媒體上看過認為不適宜的內容，於性別、年齡、婚姻狀況達顯著差異；有沒有向社群媒體檢舉過不當內容，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（70.6%）和女性（62.9%）皆以有在社群媒體上看過認為

不適宜的內容占比較高；且有看過不當內容者，兩者皆以沒有向社群媒體檢舉過為多數，分別占 56.4%和 62.6%。

依年齡區分，除 66 歲及以上 (50.4%) 以沒有在社群媒體上看過認為不適宜的內容占比較高外，其餘年齡層皆以有看過為多數，且比例隨年齡遞減，以 16-25 歲的 75.9%最高、56-65 歲的 58.5%最低。有看過不當內容者，除 16-25 歲 (64.3%) 以有向社群媒體檢舉過的比例較高外，其餘年齡層皆以沒有檢舉過為多數，且民眾有檢舉過的比例隨年齡遞減，66 歲及以上僅占 10.6%。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以有在社群媒體上看過認為不適宜的內容占比較高，其中又以未婚者的 71.2%最高、鰥寡/分居者的 60.9%最低。有看過不當內容者，除未婚者(53.2%)以有向社群媒體檢舉過的比例較高外，已婚者(70.3%)和鰥寡/分居者 (59.8%) 皆以沒有檢舉過為多數。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在社群媒體上看過認為不適宜的內容，於教育程度、職業達顯著差異；有沒有向社群媒體檢舉過不當內容，於居住狀況、教育程度、職業達顯著差異。

依居住狀況區分，關於民眾有沒有向社群媒體檢舉過不當內容，自有房屋者 (63.1%) 以沒有的比例較高，租屋者 (50.8%) 則以有的比例較高。

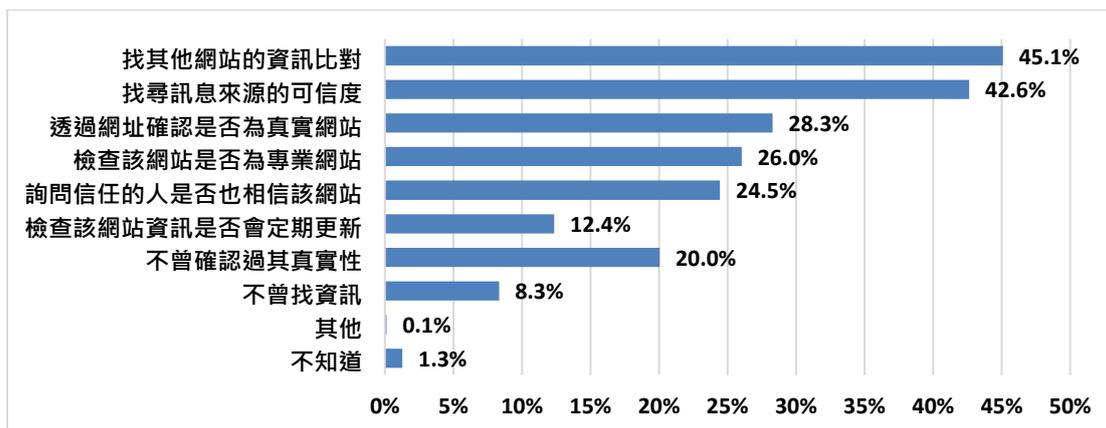
依教育程度區分，除小學及以下程度者(59.7%)和國中或初中程度者(54%) 以沒有在社群媒體上看過認為不適宜的內容占比較高外，其餘教育程度皆以有看過為多數，其中又以碩士及以上程度者的 83.1%最高、專科程度者的 63.5%最低。有看過不當內容者，除碩士及以上程度者 (50.6%) 以有向社群媒體檢舉過的比例較高外，其餘教育程度皆以沒有檢舉過為多數，其中又以小學及以下程度者的 90.3%最高、大學程度者的 50.7%最低。

依職業區分，各職業皆以有在社群媒體上看過認為不適宜的內容為主，其中又以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者的 85.4%最高、不動產業的 53.5%最低。有看過不當內容者，除農/林/漁/牧業 (68.7%)、出版/影音製作/傳播及資通訊服務業 (78.6%)、金融及保險業 (50.9%)、專業/科學及技術服務業 (62.1%)、學生 (75.1%) 以有向社群媒體檢舉過的比例較高外，其餘職業皆以沒有檢舉過為主。

(十五) 透過哪些方式確認網路資訊真實性 Q63

1. 整體分析

每當我國 16 歲以上民眾在網路上找到資訊時，用來確認其真實性的方式，以找其他網站的資訊比對(45.1%)占比最高，其次為找尋訊息來源的可信度(如作者名稱、連結原始資料來源等)(42.6%)、透過網址確認是否為真實網站(28.3%)【參照圖 30】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於 0 者）

圖 30 在網路上找到資訊時透過哪些方式確認其真實性

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，每當在網路上找到資訊時用來確認其真實性的方式，桃竹苗地區(54.1%)、雲嘉南地區(55.4%)、宜花東地區(61.1%)以找其他網站的資訊比對為主，北北基地區(34.2%)、中彰投地區(46%)、高屏澎地區(48.4%)則以找尋訊息來源的可信度為主。

(2) 基本差異分析

依性別區分，每當在網路上找到資訊時用來確認其真實性的方式，男性(52.2%)和女性(38.3%)皆以找其他網站的資訊比對為多數。

依年齡區分，每當在網路上找到資訊時用來確認其真實性的方式，除 66 歲及以上(45.9%)以不曾確認過其真實性的比例最高、36-45 歲(48.4%)和 46-55 歲(40.8%)以找尋訊息來源的可信度為多數外，其餘年齡層皆以找其他網站的資訊比對為主，其中又以 16-25 歲的 66.3%最高、46-55 歲的 31.6%最低。

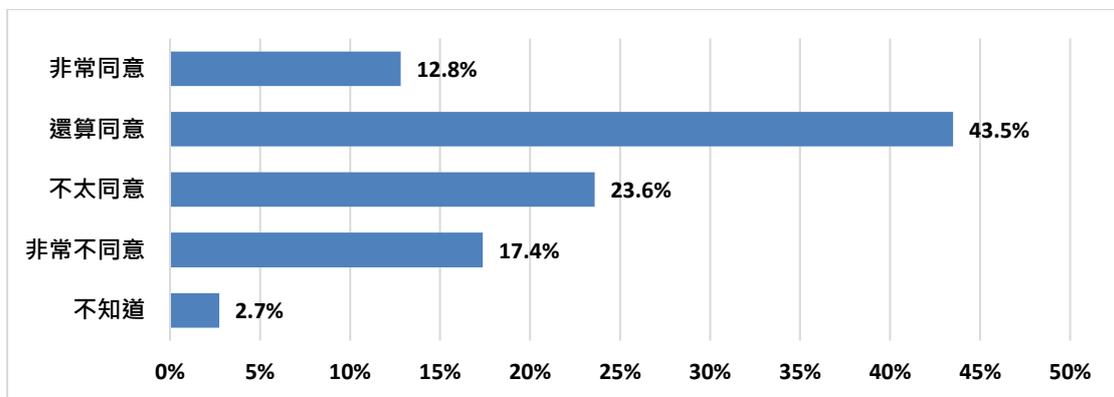
依婚姻狀況區分，每當在網路上找到資訊時用來確認其真實性的方式，除鰥

寡/分居者以找尋訊息來源的可信度（27.7%）和不曾確認過其真實性（27.5%）比例相近外，未婚者（60%）和已婚者（37.2%）皆以找其他網站的資訊比對為主。

（十六）在網站上提供不正確或假資訊以保護個人身份 Q64

1. 整體分析

對於在網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護個人身份，我國 16 歲以上民眾超過半數（56.3%）表示同意（合計非常同意和還算同意，以下同），不同意者則占 41%（合計非常不同意和不太同意，以下同）【參照圖 31】。



Base：N=899，單選（上網網齡大於 0 者）

圖 31 在網站上提供不正確或假的資訊以保護個人身分

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，對於在網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護個人身份，除宜花東地區（58%）以不同意的比例較高外，其餘地區皆以同意為多數，其中又以高屏澎地區的 64.8% 最高、桃竹苗地區的 54.1% 最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，在網站上提供不正確或假的資訊以在網路上保護個人身份，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，對於在網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護個人身份，男性（54.8%）和女性（57.7%）皆以同意的占比較高。

依年齡區分，對於在網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護個人身份，除 56-65 歲（55.3%）、66 歲及以上（51.2%）以不同意的比例較高外，其餘

年齡層皆以同意為多數，其中又以 16-25 歲的 68.4%最高、46-55 歲的 49.1%最低。

依婚姻狀況區分，對於在網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護個人身份，未婚者(63.7%)和已婚者(53%)皆以同意為多數，鰥寡/分居者(47.9%)則以不同意的比例較高。

(3) 社會經濟身分差異分析

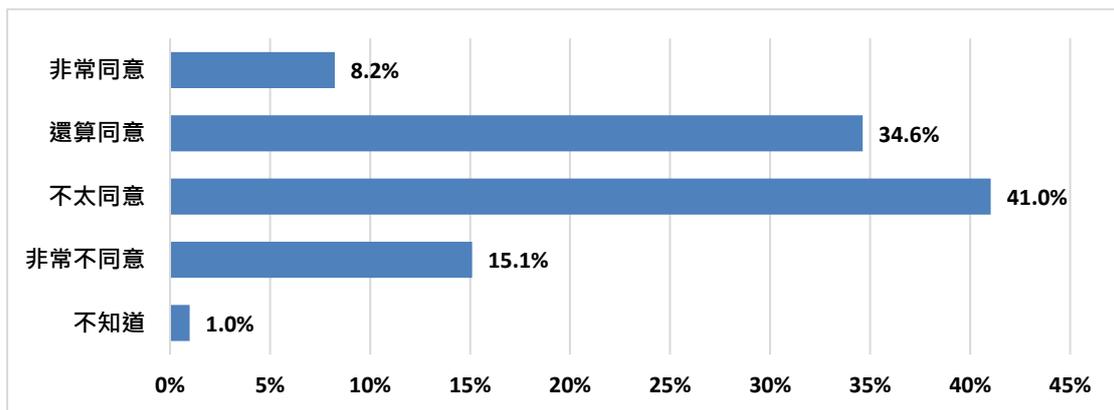
卡方檢定結果顯示，在網站上提供不正確或假的資訊以在網路上保護個人身份，於職業達顯著差異。

依職業區分，對於在網站上提供不正確或假的資訊，以在網路上保護個人身份，除營建工程業(54.2%)、專業/科學及技術服務業(52.2%)、支援服務業(53.8%)、退休者(58.7%)、在找尋工作或等待恢復工作者(61.7%)以不同意的比例較高外，其餘職業皆以同意為主，其中又以公共行政及國防/強制性社會安全的 74.6%最高、醫療保險及社會工作服務業的 50.6%最低。

(十七) 為得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊 Q65

1. 整體分析

對於只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊，我國 16 歲以上民眾有 56.1%表示不同意(合計非常不同意和不太同意，以下同)，同意者則占 42.8% (合計非常同意和還算同意，以下同)【參照圖 32】。



Base: N=932, 單選 (上網網齡大於 0 者)

圖 32 只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，只要能得到想要的便樂意在網路上提供個人資訊，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，對於只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊，除北北基地區（54.3%）以同意占比較高外，其餘地區皆以不同意為多數，其中又以中彰投地區（67.9%）比例最高、雲嘉南地區（50.9%）比例最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，只要能得到想要的便樂意在網路上提供個人資訊，於年齡達顯著差異。

依性別區分，對於只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊，男性（55%）和女性（57.2%）皆以不同意的比例較高。

依年齡區分，對於只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊，各年齡層皆以不同意為多數，其中又以66歲及以上的69.5%最高、36-45歲的50.8%最低。

依婚姻狀況區分，對於只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊，各婚姻狀況皆以不同意為多數，其中又以未婚者的57.1%最高、已婚者的55.4%最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，只要能得到想要的便樂意在網路上提供個人資訊，於教育程度、職業達顯著差異。

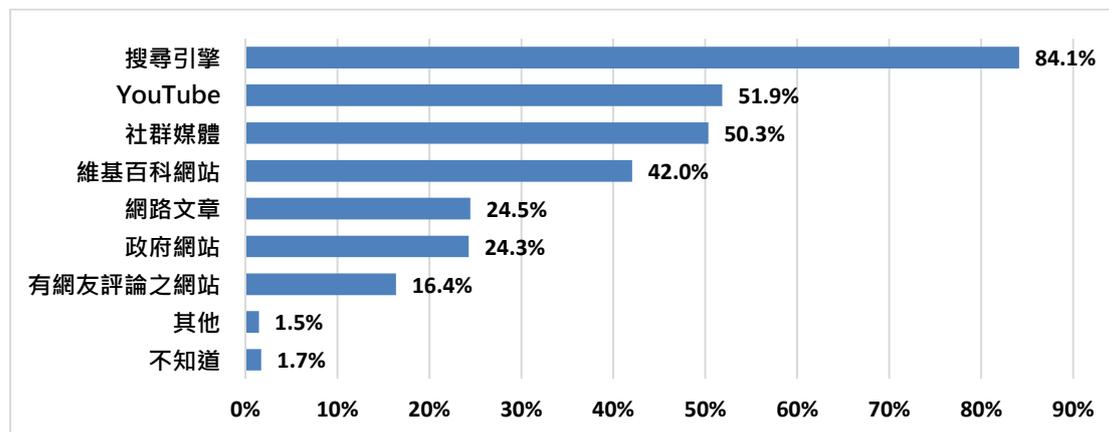
依教育程度區分，對於只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊，各教育程度皆以不同意為多數，其中又以小學及以下程度者的75.1%最高、專科程度者的52.4%最低。

依職業區分，對於只要能得到想要的，便樂意在網路上提供個人資訊，除農/林/漁/牧業（60.1%）、營建工程業（60.4%）、批發及零售業（54.3%）、金融及保險業（61.6%）、不動產業（73.4%）、藝術/娛樂及休閒服務業（51.1%）以同意的比例較高外，其餘職業皆以不同意為多數，其中又以退休者的67.1%最高、出版/影音製作/傳播及資通訊服務業的50.5%最低。

（十八）在網路上透過哪些方式獲取資訊 Q67

1. 整體分析

每當我國 16 歲以上民眾想在網路上搜尋資訊時，超過 8 成（84.1%）會使用搜尋引擎（如 Google 等）獲取資訊，其次為透過 YouTube（51.9%）、社群媒體（50.3%）【參照圖 33】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於 0 者）

圖 33 在網路上搜尋資訊時，曾透過哪些方式來獲取資訊

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，每當想在網路上搜尋資訊時，各地區皆以透過搜尋引擎來獲取資訊為主，其中又以雲嘉南地區的 91.9% 最高、高屏澎地區的 77.5% 最低。且較特別的是，除北北基地區和雲嘉南地區透過社群媒體（43.3%、64.6%）獲取資訊的比例高於 YouTube（36.9%、58.5%）外，其餘地區皆以透過 YouTube 獲取資訊的占比較高。

（2）基本差異分析

依性別區分，每當想在網路上搜尋資訊時，男性（85.6%）和女性（82.8%）皆以透過搜尋引擎來獲取資訊的比例最高。

依年齡區分，每當想在網路上搜尋資訊時，各年齡層皆以透過搜尋引擎來獲取資訊為主，其中又以 26-35 歲的 93.9% 最高、66 歲及以上的 55.5% 最低。

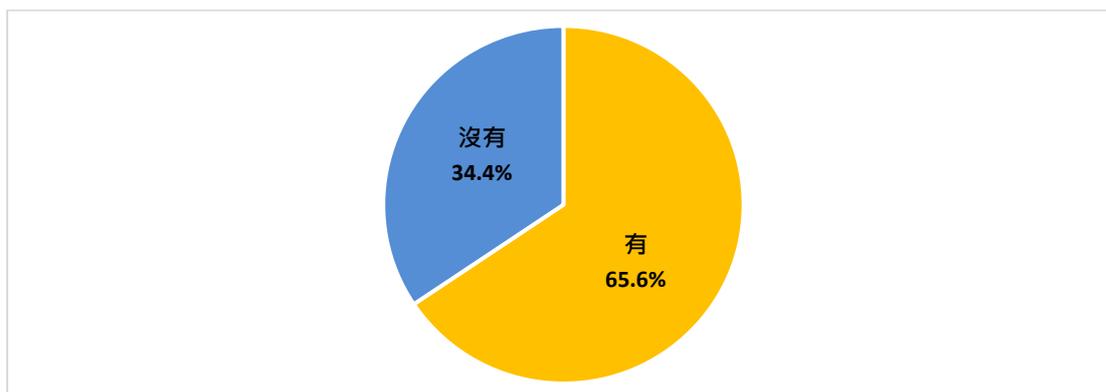
依婚姻狀況區分，每當想在網路上搜尋資訊時，各婚姻狀況皆以透過搜尋引擎來獲取資訊為主，其中又以未婚者（88.8%）比例最高、鰥寡/分居者（70.6%）比例最低。

三、網路交易

(一) 網路查詢產品資訊與比價 Q68

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾超過 6 成 (65.6%) 有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗【參照圖 34】。



Base : N=932, 單選 (上網網齡大於 0 者)

圖 34 有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆以有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為主，其中又以宜花東地區 (78.2%) 比例最高、北北基地區 (54.7%) 比例最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性 (62.9%) 和女性 (68.2%) 皆以有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為多數。

依年齡區分，除 56-65 歲 (56.6%)、66 歲及以上 (68.3%) 以沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為多數外，其餘年齡層皆以有的比例較高，其中又以 16-25 歲的 84.8% 最高、46-55 歲的 61% 最低。

依婚姻狀況區分，未婚者 (79.5%) 和已婚者 (58.5%) 皆以有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為主，鰥寡/分居者 (54.8%) 則以沒有為多數。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗，於居住狀況、教育程度、職業、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者(63.1%)和租屋者(75.2%)皆以有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為多數，但後者比例明顯較高。

依教育程度區分，除小學及以下程度者(81.1%)、國中或初中程度者(70.6%)以沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為主外，其餘教育程度皆以有的比例較高，其中又以碩士及以上程度者的 92.8%最高、高中職程度者的 59.6%最低。

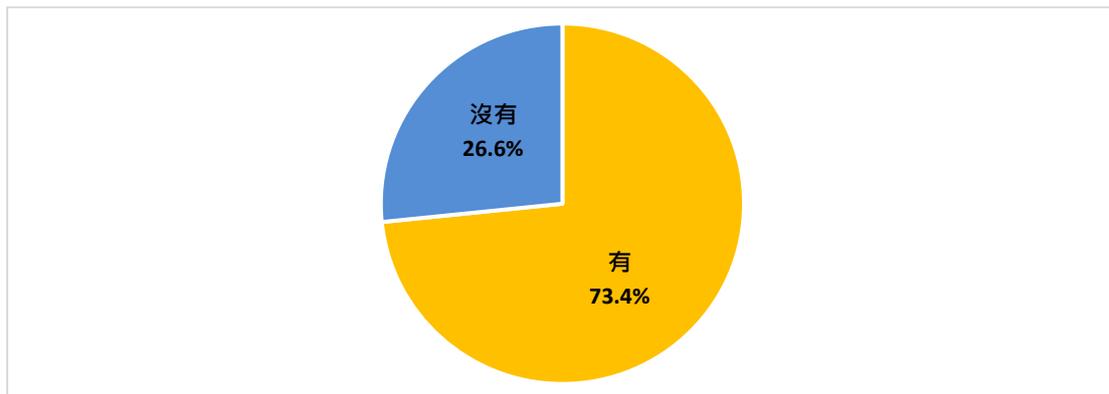
依職業區分，除營建工程業(50.9%)、不動產業(52.7%)、支援服務業(52%)、退休者(60.9%)以沒有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為多數外，其餘職業皆以有的比例較高，其中又以公共行政及國防/強制性社會安全的 91.2%最高、家管的 51.2%最低。

依個人平均月收入區分，各收入水準皆以有在網路上查詢產品資訊與比價的經驗為多數，其中又以 6 萬元以上收入者的 80%最高、1 萬元-未滿 2 萬元收入者的 53.2%最低。

(二) 網路購物經驗 Q71

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾超過 7 成(73.4%)有在網路上購物的經驗【參照圖 35】。



Base : N=932，單選(上網網齡大於 0 者)

圖 35 有沒有在網路上購物的經驗

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路上購物的經驗，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆以有在網路上購物的經驗為多數，其中又以高屏澎地區（83.1%）比例最高、北北基地區（67.4%）比例最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路上購物的經驗，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（66.8%）和女性（79.6%）皆以有在網路上購物的經驗為主。

依年齡區分，除 66 歲及以上（67.3%）以沒有在網路上購物的經驗為多數外，其餘年齡層皆以有的占比較高，且比例隨年齡遞減，其中又以 16-25 歲的 92.3% 最高、56-65 歲的 51.1% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以有在網路上購物的經驗為多數，其中又以未婚者（85.9%）比例較高、鰥寡/分居者（62.3%）比例較低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路上購物的經驗，於居住狀況、教育程度、職業、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（70%）和租屋者（84.5%）皆以有在網路上購物的經驗為主，但後者比例明顯較高。

依教育程度區分，除小學及以下程度者（79%）以沒有在網路上購物的經驗為多數外，其餘教育程度皆以有的占比較高，且比例隨教育程度遞增，其中又以國中或初中程度者的 51.7% 最低、碩士及以上程度者的 90.2% 最高。

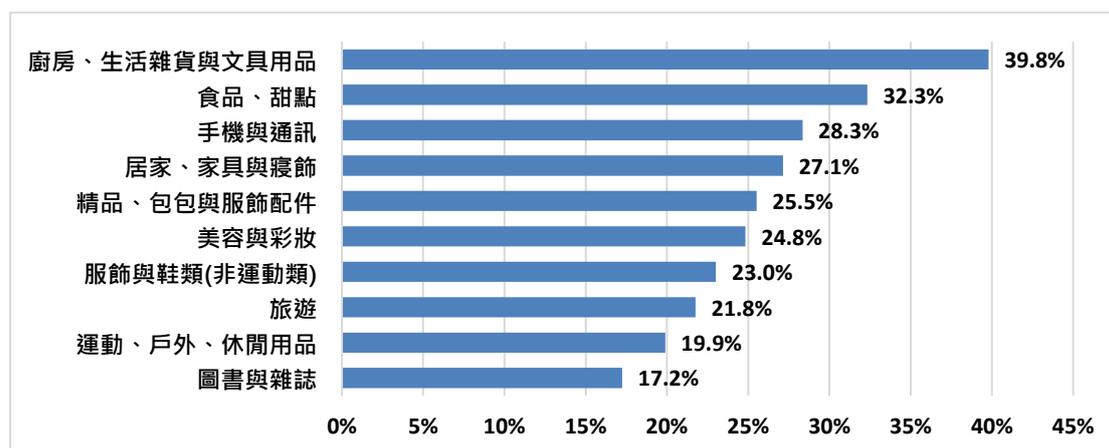
依職業區分，除退休者（54.6%）以沒有在網路上購物的經驗為主外，其餘職業皆以有的比例較高，其中又以醫療保險及社會工作服務業的 93.9% 最高、支援服務業的 52.1% 最低。

依個人平均月收入區分，各收入水準皆以有在網路上購物的經驗為多數，且比例皆超過 6 成，其中又以 3 萬元-未滿 4 萬收入者的 79.5% 最高、未滿 1 萬元收入者的 64.9% 最低。

(三) 網路購物產品類型 Q73

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾最近 12 個月內在網路上購物的產品類型，以廚房、生活雜貨與文具用品 (39.8%) 占比最高，其次為食品、甜點 (含餐券) (32.3%) 和手機與通訊 (28.3%)【參照圖 36】。



Base：N=528，複選（最近 12 個月內網路購物次數達 1 次以上者）

圖 36 最近 12 個月內在網路上購物的產品類型（前十名）

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，民眾最近 12 個月內在網路上購物的產品類型，除北北基地區 (40.4%) 和中彰投地區 (41.6%) 以食品、甜點 (含餐券) 為主外，其餘地區皆以廚房、生活雜貨與文具用品的占比最高，其中又以宜花東地區的 49% 最高、雲嘉南地區的 36% 最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，民眾最近 12 個月內在網路上購物的產品類型，男性 (41%) 以手機與通訊為主，女性 (46.5%) 則以廚房、生活雜貨與文具用品的比例最高。

依年齡區分，民眾最近 12 個月內在網路上購物的產品類型，除 16-25 歲 (36.3%) 以精品、包包與服飾配件為多數，以及 66 歲及以上 (63.3%) 以食品、甜點 (含餐券) 為主外，其餘年齡層皆以廚房、生活雜貨與文具用品占比最高，其中又以 56-65 歲的 50.7% 最高、26-35 歲的 38.4% 最低。

依婚姻狀況區分，民眾最近 12 個月內在網路上購物的產品類型，除未婚者以手機與通訊 (30.3%) 和廚房、生活雜貨與文具用品 (30.7%) 比例相近外，已

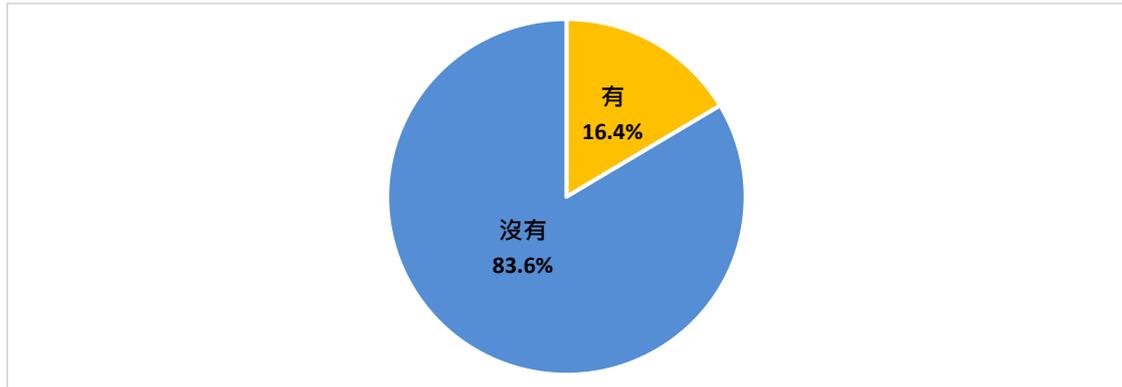
婚者（49.8%）和鰥寡/分居者（37.5%）皆以廚房、生活雜貨與文具用品為主。

（四）網路販售商品經驗 Q78

1. 整體分析

我國16歲以上民眾大多沒有在網路販售商品的經驗，比例高達八成(83.6%)

【參照圖 37】。



Base：N=932，單選（上網網齡大於0者）

圖 37 有沒有在網路販售商品的經驗

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各地區皆以沒有在網路販售商品的經驗為多數，且比例皆達7成以上；而有販售經驗者以宜花東地區的28.5%最高、北北基地區的11.7%最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路販售商品的經驗，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（85.6%）和女性（81.6%）皆以沒有在網路販售商品的經驗為主。

依年齡區分，各年齡層皆以沒有在網路販售商品的經驗為多數，而有販售經驗者以26-35歲（30.8%）比例最高、66歲及以上（1.1%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以沒有在網路販售商品的經驗為多數，而有販售經驗者以未婚者的23.2%最高、鰥寡/分居者的8.3%最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有在網路販售商品的經驗，於教育程度達顯著

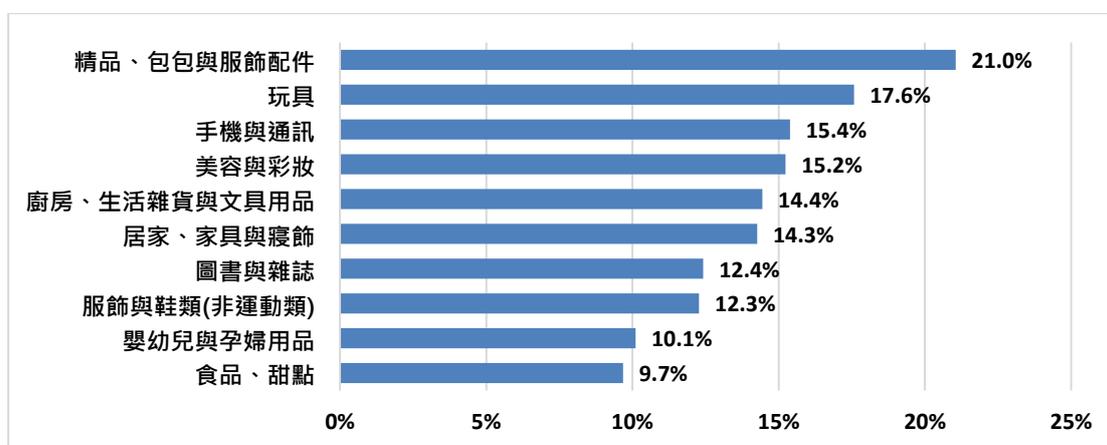
差異。

依教育程度區分，各教育程度皆以沒有在網路販售商品的經驗為主，而有販售經驗者以大學程度者的 23.4% 最高、小學及以下程度者的 0% 最低。

(五) 網路販售商品類型 Q80

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾最近 12 個月內在網路販售商品的類型，以精品、包包與服飾配件 (21%) 占比最高，其次為玩具 (17.6%)、手機與通訊 (15.4%) 【參照圖 38】。



Base: N=90, 複選 (最近 12 個月內在網路販售商品次數達 1 次以上者)

圖 38 最近 12 個月內在網路販售商品的類型 (前十名)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，最近 12 個月內在網路販售商品的類型，北北基地區以音樂或影片 (含票券) (30.9%) 和玩具 (30%) 比例相近，桃竹苗地區 (26.5%)、中彰投地區 (31.5%) 以精品、包包與服飾配件為多數，高屏澎地區 (46.3%) 以玩具占比最高，雲嘉南地區 (29.3%) 則以廚房、生活雜貨與文具用品為主，宜花東地區 (22.2%) 以手機與通訊為多數。

(2) 基本差異分析

依性別區分，最近 12 個月內在網路販售商品的類型，男性 (25.4%) 以玩具為多數，女性 (26.7%) 則以精品、包包與服飾配件為主。

依年齡區分，最近 12 個月內在網路販售商品的類型，16-25 歲以手機與通訊

(21.7%)和美妝與彩妝(22%)比例相近，26-35歲(31.4%)以服飾與鞋類(非運動類)占比最高，36-45歲(27.2%)以精品、包包與服飾配件為主，46-55歲(26.8%)則以居家、家具與寢飾為多數。

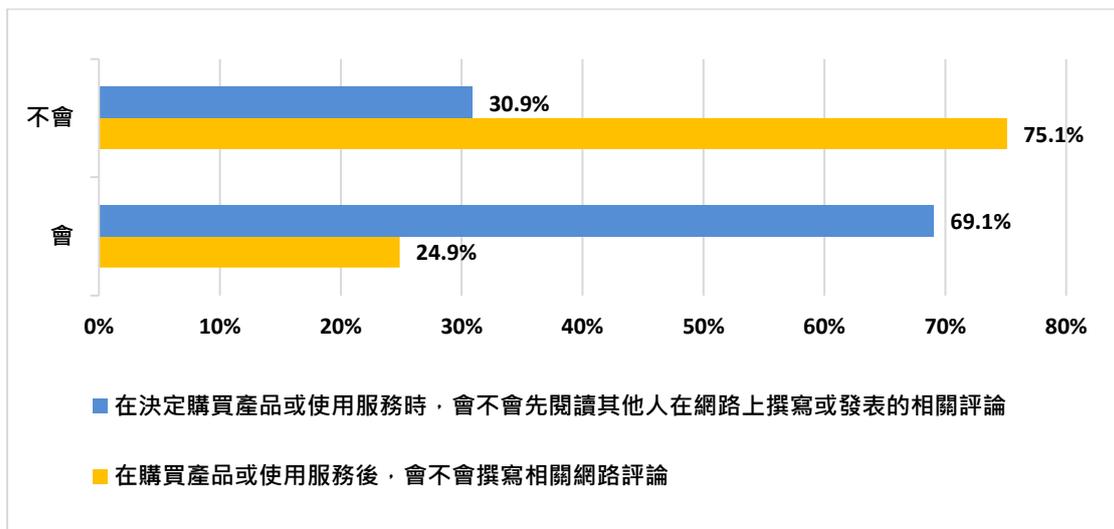
依婚姻狀況區分，最近12個月內在網路販售商品的類型，未婚者(21.8%)以玩具為多數，已婚者(22.9%)則以居家、家具與寢飾所占比例最高。

四、網路資訊搜尋與分享行為

(一) 購買產品或使用服務前後的資訊分享行為 Q83 Q84

1. 整體分析

我國16歲以上民眾將近7成(69.1%)在購買產品或使用服務前，會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論；而在購買產品或使用服務後，會撰寫相關網路評論者僅占24.9%【參照圖39】。



Base: N=932, 單選(上網網齡大於0者)

圖 39 購買產品或使用服務前後的資訊分享行為

1. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，在購買產品或使用服務前會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論、在購買產品或使用服務後會不會撰寫相關網路評論，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，在購買產品或使用服務前，各地區皆以會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論為多數，其中又以中彰投地區(75.1%)和高屏澎地

區（75%）比例最高、北北基地區（58.4%）比例最低。在購買產品或使用服務後，各地區皆以不會撰寫相關網路評論為主，且除宜花東地區（66.4%）外，其餘地區占比皆達7成以上；而會撰寫者以宜花東地區的33.6%最高、中彰投地區的16.1%最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，在購買產品或使用服務前會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論，於性別、年齡、婚姻狀況達顯著差異；在購買產品或使用服務後會不會撰寫相關網路評論，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（68.5%）和女性（69.7%）在購買產品或使用服務前，皆以會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論為多數。在購買產品或使用服務後，兩者皆以不會撰寫相關網路評論為主，而會撰寫的比例以女性（28.3%）高於男性（21.3%）。

依年齡區分，在購買產品或使用服務前，除56-65歲（52.4%）、66歲及以上（67.4%）以不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論為主外，其餘年齡層皆以會先閱讀為多數，且比例隨年齡遞減，以16-25歲的89.3%最高、46-55歲的70.9%最低。在購買產品或使用服務後，各年齡層皆以不會撰寫相關網路評論為主，且比例隨年齡遞增，而會撰寫者以16-25歲的41.3%最高、66歲及以上的4.8%最低。

依婚姻狀況區分，在購買產品或使用服務前，各婚姻狀況皆以會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論為多數，其中以未婚者的80.6%最高、鰥寡/分居者的54%最低。在購買產品或使用服務後，各婚姻狀況皆以不會撰寫相關網路評論為主，而會撰寫者以未婚者的31.3%最高、鰥寡/分居者的15.4%最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，在購買產品或使用服務前會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論，於居住狀況、教育程度、職業達顯著差異；在購買產品或使用服務後會不會撰寫相關網路評論，於教育程度、職業達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（67.3%）和租屋者（78%）在購買產品或使用服務前，皆以會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論為多數，但後者比例明顯較高。

依教育程度區分，在購買產品或使用服務前，除小學及以下程度者（80.2%）、

國中或初中程度者（55.8%）以不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論為主外，其餘教育程度皆以會先閱讀的比例較高，其中又以碩士及以上程度者的 87.7%最高、專科程度者的 62.1%最低。在購買產品或使用服務後，各教育程度皆以不會撰寫相關網路評論的占比較高，而會撰寫者以大學程度者的 33.7%最高、小學及以下程度者的 2.2%最低。

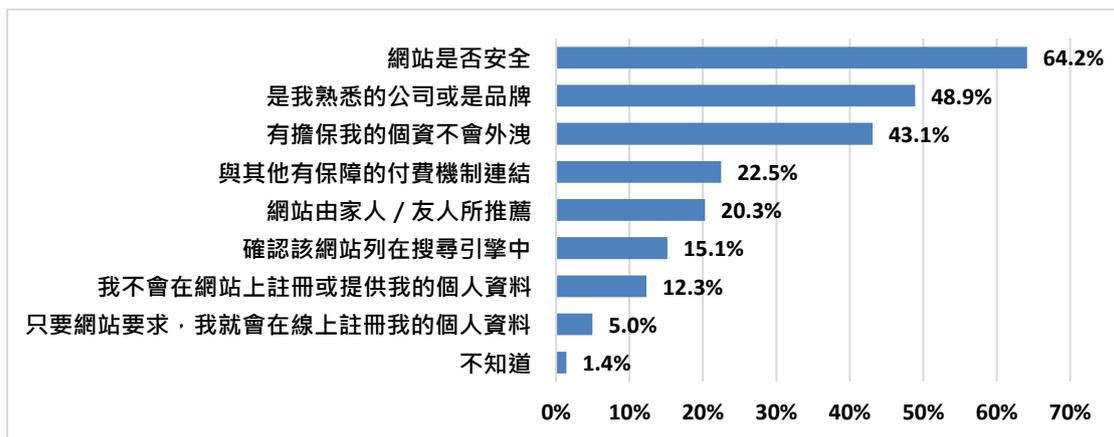
依職業區分，在購買產品或使用服務前，除退休者（55.3%）以不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表的相關評論為多數外，其餘職業皆以會先閱讀的比例較高，其中又以學生的 91.2%最高、營建工程業的 54.4%最低。在購買產品或使用服務後，各職業皆以不會撰寫相關網路評論為主，而會撰寫者以在尋找工作或等待恢復工作而無報酬者的 40.5%最高、支援服務業的 5%最低。

五、網路資訊查證行為與資訊安全

（一）在網站註冊個人資訊前會考慮的事項 Q87

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾在網站註冊個人資訊前，會考慮的事情以網站是否安全（64.2%）為主，其次為是否為自己熟悉的公司或品牌（48.9%）、有擔保個資不會外洩（43.1%）【參照圖 40】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於 0 者）

圖 40 在網站註冊個人資訊前會考慮的事情

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，在網站註冊個人資訊前，各地區會考慮的事情皆以網站是否

安全為多數，其中又以雲嘉南地區的 74.6%最高、桃竹苗地區的 58.6%最低；此外，桃竹苗地區（5.2%）會確認該網站列在搜尋引擎中（如 Google 等）的比例明顯低於其他地區。

（2）基本差異分析

依性別區分，在網站註冊個人資訊前，男性（65.2%）和女性（63.1%）會考慮的事情皆以網站是否安全為主。

依年齡區分，在網站註冊個人資訊前，民眾會考慮的事情，除 66 歲及以上以網站是否安全（36.5%）和不會在網站上註冊或提供個人資料（36.6%）的比例相近外，其餘年齡層皆以網站是否安全為主，且比例隨年齡遞減，以 16-25 歲的 77.7%最高、56-65 歲的 52.8%最低；此外，民眾考慮是否為自己熟悉的公司或品牌的比例隨年齡遞減，而不會在網站上註冊或提供個人資料的比例則隨年齡遞增。

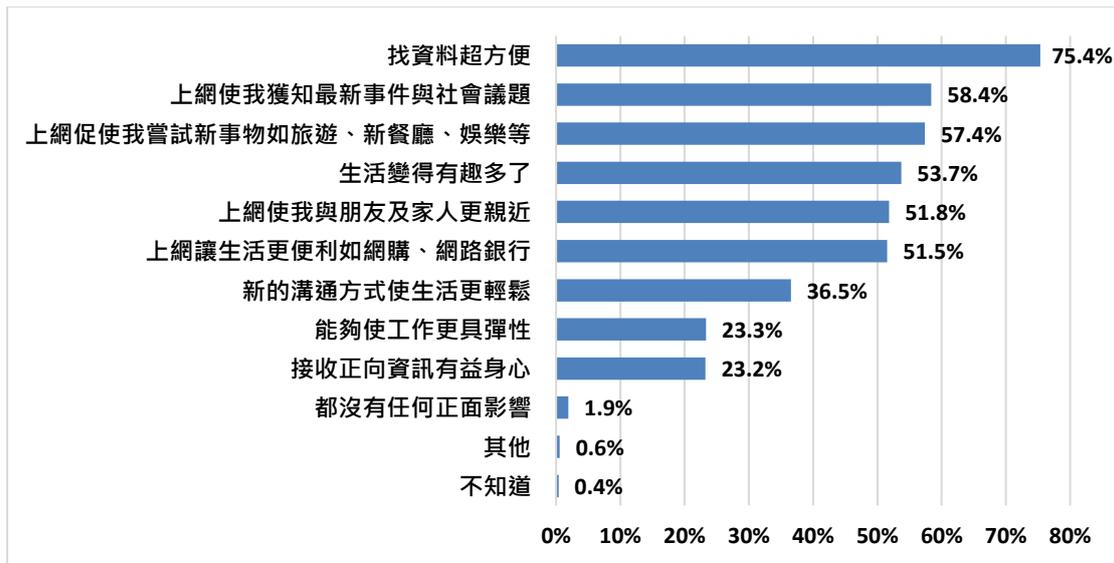
依婚姻狀況區分，在網站註冊個人資訊前，各婚姻狀況會考慮的事情皆以網站是否安全為多數，其中又以未婚者的 71.1%最高、鰥寡/分居者的 50.4%最低。此外，鰥寡/分居者會考慮其他有保障的付費機制連結的比例（9%）明顯較低；未婚者會確認該網站列在搜尋引擎中的比例（23.2%）則明顯較高。

六、網路使用對工作或日常生活的影響

（一）網路使用對工作或日常生活造成的正面影響 Q88

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾認為網路使用對工作或日常生活造成的正面影響，以找資料超方便（75.4%）占比最高，其次為上網使自己獲知最新事件與社會議題（58.4%）、上網促使自己嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等（57.4%）【參照圖 41】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於0者）

圖 41 網路使用對工作或日常生活造成之正面影響

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，對於網路使用對工作或日常生活造成的正面影響，各地區皆以找資料超方便為主，其中又以宜花東地區的 85.7% 最高、高屏澎地區的 68.8% 最低。此外，各地區認為上網使自己獲知最新事件與社會議題、上網使我獲知最新事件與社會議題的比例皆達 5 成以上。

(2) 基本差異分析

依性別區分，對於網路使用對工作或日常生活造成的正面影響，男性(76%) 和女性(74.7%) 皆以找資料超方便的比例最高，且兩者認為上網使自己獲知最新事件與社會議題、生活變得有趣多了，以及上網促使自己嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂的比例皆超過 5 成。

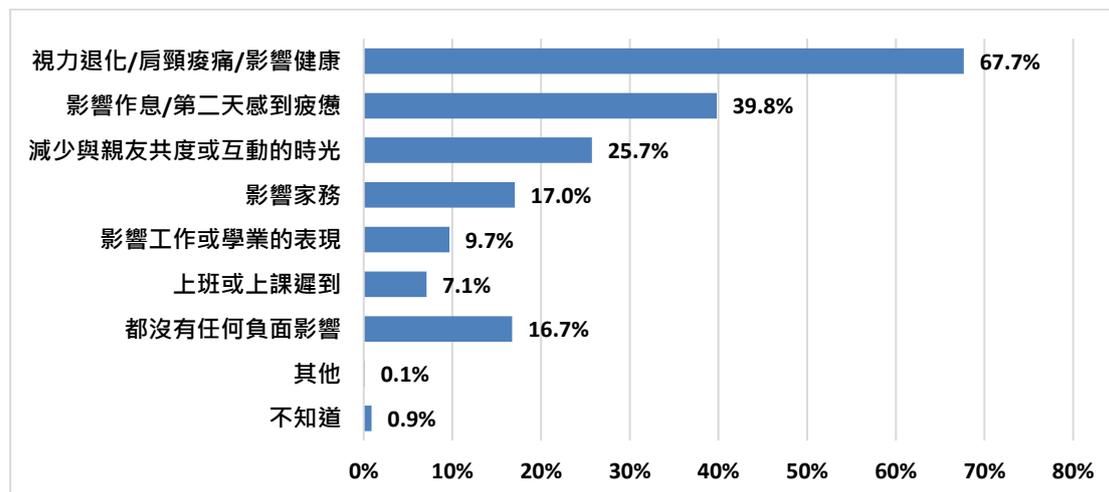
依年齡區分，對於網路使用對工作或日常生活造成的正面影響，除 66 歲及以上(52.4%) 以上網使自己與朋友及家人更親近的比例最高外，其餘年齡層皆以找資料超方便為主，其中又以 16-25 歲的 84.8% 最高、46-55 歲的 73.7% 最低。

依婚姻狀況區分，對於網路使用對工作或日常生活造成的正面影響，各婚姻狀況皆以找資料超方便為主，其中又以未婚者的 80.5% 最高、鰥寡/分居者的 66.6% 最低。

(二) 網路使用對工作或日常生活造成的負面影響 Q89

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾認為網路使用對工作、學習或日常生活造成的負面影響，以視力退化/肩頸痠痛/影響健康（67.7%）為主，其次為影響作息/第二天感到疲憊（39.8%）、減少與親友共度或互動的時光（25.7%）【參照圖 42】。



Base：N=932，複選（上網網齡大於 0 者）

圖 42 網路使用對工作、學習或日常生活造成之負面影響

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，對於網路使用對工作、學習或日常生活造成的負面影響，各地區皆以視力退化/肩頸痠痛/影響健康為多數，其中又以雲嘉南地區（77.3%）比例最高、北北基地區（55.6%）比例最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，對於網路使用對工作、學習或日常生活造成的負面影響，男性（67%）和女性（68.3%）皆以視力退化/肩頸痠痛/影響健康所占比例最高。

依年齡區分，對於網路使用對工作、學習或日常生活造成的負面影響，各年齡層皆以視力退化/肩頸痠痛/影響健康為多數，其中又以 36-45 歲的 72.9% 最高、26-35 歲的 57.9% 最低。此外，民眾認為都沒有任何負面影響的比例大致隨年齡遞增，以 16-25 歲的 12.3% 最低、66 歲及以上的 25.6% 最高；而民眾認為影響作息/第二天感到疲憊的比例則隨年齡遞減，以 16-25 歲的 53.8% 最高、66 歲及以上的 16.1% 最低。

依婚姻狀況區分，對於網路使用對工作、學習或日常生活造成的負面影響，各婚姻狀況皆以視力退化/肩頸痠痛/影響健康為主，其中又以鰥寡/分居者(72.7%)比例最高，未婚者(67.1%)和已婚者(67.2%)比例相近。此外，未婚者認為影響工作或學業的表現(15.1%)和上班或上課遲到(13.3%)的比例明顯較高。

(三) 手機對睡眠的影響 Q90~Q93

調查結果以等距尺度 1-10 顯示我國 16 歲以上民眾對該題目的同意程度，1 表示非常不同意，10 表示非常同意。

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾睡覺時使用手機情形，以睡覺時確認手機在身邊(5.23)的同意程度最高，其次為睡前一定會檢視手機(5.21)、睡醒第一件事就是檢視手機(4.86)、半夜醒來第一件事就是檢視手機(3.4)【參照表 14】。

表 14 就寢時使用手機習慣

項目	同意程度(平均)
睡覺時確認手機在身邊	5.23
睡前一定檢視手機(不含設鬧鈴、不含看時間)	5.21
睡醒第一件事就是檢視手機(不含關鬧鈴、不含看時間)	4.86
如果半夜醒來第一件事就是檢視手機(不含看時間)	3.40

Base: N=1,105

資料來源：本研究彙整。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析結果顯示，如果半夜醒來第一件事就是檢視手機的同意程度，於居住地區達顯著差異。

依居住地區區分，對於睡覺時使用手機情形的同意程度，睡覺時確認手機在身邊以桃竹苗地區的 5.87 最高、宜花東地區的 4.72 最低；睡前一定檢視手機以桃竹苗地區的 5.61 最高、宜花東地區的 4.13 最低；睡醒第一件事就是檢視手機以北北基地區和雲嘉南地區的 5.08 最高、高屏澎地區的 4.17 最低；如果半夜醒來第一件事就是檢視手機則以北北基地區的 3.98 最高、宜花東地區的 2.82 最低。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析結果顯示，睡覺時確認手機在身邊、睡醒第一件事就是檢視手機的同意程度，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，對於睡覺時使用手機情形的同意程度，睡覺時確認手機在身邊以男性的 5.27 高於女性的 5.19；睡前一定檢視手機以女性的 5.23 高於男性的 5.18；睡醒第一件事就是檢視手機以女性的 4.9 高於男性的 4.81；如果半夜醒來第一件事就是檢視手機則以女性的 3.42 高於男性的 3.38。

依年齡區分，民眾對於睡覺時確認手機在身邊、睡前一定檢視手機、如果半夜醒來第一件事就是檢視手機的同意程度皆隨年齡遞減，以 16-25 歲最高（分別為 7.09、7.02 和 4.54）、66 歲及以上最低（分別為 2.67、2.76 和 2.06），而睡醒第一件事就是檢視手機的同意程度同樣以 16-25 歲的 6.33 最高、66 歲及以上的 2.41 最低。

依婚姻狀況區分，民眾對於睡覺時確認手機在身邊、睡前一定檢視手機、睡醒第一件事就是檢視手機、如果半夜醒來第一件事就是檢視手機的同意程度，皆以未婚者最高（分別為 6.62、6.4、5.75 和 3.98）、鰥寡/分居者最低（分別為 4.19、3.48、3.67 和 2.75）。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析結果顯示，睡覺時確認手機在身邊的同意程度，於居住狀況、個人平均月收入達顯著差異；睡前一定檢視手機於居住狀況、職業、個人平均月收入達顯著差異；睡醒第一件事就是檢視手機的同意程度，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，租屋者對於睡覺時確認手機在身邊（6）、睡前一定檢視手機（6.07）、睡醒第一件事就是檢視手機（5.69）的同意程度，皆高於自有房屋者（分別為 4.98、4.94 和 4.6）。

依職業區分，各職業對於睡前一定檢視手機的同意程度，以藝術/娛樂及休閒服務業的 6.87 最高、退休者的 3.05 最低。

依個人平均月收入區分，睡覺時確認手機在身邊、睡前一定檢視手機的同意程度，皆以 4 萬-未滿 5 萬元收入者（分別為 5.79、5.93）最高、未滿 1 萬元收入者（分別為 4.26、4.2）最低

(四) 民眾對網路的感受 Q95~Q103

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾對於各項網路感受的同意程度（1 表示非常不同意，10

表示非常同意)，以因為有網路讓我的生活不無聊的 6.63 最高，而不能上網人生無趣 (6.03)、覺得脫離網路很困難 (5.59)、不上網不知道如何找到資料 (5.49)、不上網不知道外界發生什麼事件 (5.45) 的同意程度皆達 5 以上【參照表 15】。

表 15 民眾對網路的感受

項目	同意程度 (平均)
因為有網路讓我的生活不無聊	6.63
不能上網人生無趣	6.03
覺得脫離網路很困難	5.59
不上網不知道如何找到資料	5.49
不上網不知道外界發生什麼事件	5.45
不上網讓我覺得焦慮	4.64
不上網讓我覺得失落	4.60
無法連網時猶如脫離真實世界	4.59
當我上網時我覺得自己正在工作	3.87

Base：N=929 (上網網齡大於 0 者)

資料來源：本研究彙整。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析結果顯示，不能上網人生無趣、不上網不知道外界發生什麼事件、不上網讓我覺得失落、當我無法連網時猶如脫離真實世界、當我上網時我覺得自己正在工作、因為有網路讓我的生活不無聊的同意程度，於居住地區達顯著差異。

依居住地區區分，民眾對於各項網路感受的同意程度，皆以北北基地區最高。其中不能上網人生無趣以北北基地區的 6.37 最高、宜花東地區的 5.02 最低；不上網不知道如何找到資料以北北基地區的 6.01 最高、桃竹苗地區的 4.81 最低；不上網不知道外界發生什麼事件以北北基地區的 5.77 最高、桃竹苗地區的 4.88 最低；不上網讓我覺得焦慮以北北基地區的 5.37 最高、宜花東地區的 3.69 最低；不上網讓我覺得失落以北北基地區的 5.44 最高、宜花東地區的 3.8 最低；覺得脫離網路很困難以北北基地區的 6.23 最高、宜花東地區的 4.71 最低；無法連網時猶如脫離真實世界以北北基地區的 5.49 最高、宜花東地區的 3.73 最低；當我上網時我覺得自己正在工作以北北基地區的 4.34 最高、桃竹苗地區的 3.27 最低；因為有網路讓我的生活不無聊以雲嘉南地區的 7.07 最高、宜花東地區的 6.02 最低。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析結果顯示，不能上網人生無趣、不上網不知道外界發生什麼事件、不上網讓我焦慮、不上網讓我覺得失落、當我無法連網時猶如脫離真實世界的同意程度，皆於性別達顯著差異；不能上網人生無趣、不上網不知道如何找到資料、不上網不知道外界發生什麼事件、不上網讓我焦慮、不上網讓我覺得失落、覺得脫離網路很困難、無法連網時猶如脫離真實世界的同意程度，皆於年齡達顯著差異；不能上網人生無趣、不上網不知道如何找到資料、不上網讓我覺得焦慮、不上網讓我覺得失落、覺得脫離網路很困難的同意程度，皆於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，民眾對於各項網路感受的同意程度，女性皆高於男性。其中不能上網人生無趣以女性的 6.3 高於男性的 5.74；不上網不知道如何找到資料以女性的 5.8 高於男性的 5.17；不上網不知道外界發生什麼事件以女性的 5.65 高於男性的 5.24；不上網讓我覺得焦慮以女性的 4.84 高於男性的 4.43；不上網讓我覺得失落以女性的 4.84 略高於男性的 4.34；覺得脫離網路很困難以女性的 5.71 略高於男性的 5.46；無法連網時猶如脫離真實世界以女性的 4.85 略高於男性的 4.32；當我上網時我覺得自己正在工作以女性的 3.88 略高於男性的 3.85；因為有網路讓我的生活不無聊以女性的 6.72 高於男性的 6.53。

依年齡區分，民眾對於各項網路感受的同意程度皆以 66 歲及以上最低，而除不上網讓我感到焦慮的同意程度以 16-25 歲最高外，其餘網路感受的同意程度皆以 36-45 歲最高。其中不能上網人生無趣以 36-45 歲的 6.82 最高、66 歲及以上的 4.1 最低；不上網不知道如何找到資料以 36-45 歲的 6.15 最高、66 歲及以上的 3.89 最低；不上網不知道外界發生什麼事件以 36-45 歲的 6.26 最高、66 歲及以上的 3.5 最低；不上網讓我覺得焦慮以 16-25 歲的 5.48 最高、66 歲及以上的 3.03 最低；不上網讓我覺得失落以 36-45 歲的 5.36 最高、66 歲及以上的 3.54 最低；覺得脫離網路很困難以 36-45 歲的 6.44 最高、66 歲及以上的 3.78 最低；無法連網時猶如脫離真實世界以 36-45 歲的 5.18 最高、66 歲及以上的 3.53 最低；當我上網時我覺得自己正在工作以 36-45 歲的 4.93 最高、66 歲及以上的 2.51 最低；因為有網路讓我的生活不無聊以 36-45 歲的 7.46 最高、66 歲及以上的 5.08 最低。

依婚姻狀況區分，民眾對於各項網路感受的同意程度，皆以未婚者最高、鰥

寡/分居者最低。其中不能上網人生無趣以未婚者的 6.53 最高、鰥寡/分居者的 4.65 最低；不上網不知道如何找到資料以未婚者的 5.77 最高、鰥寡/分居者的 4.2 最低；不上網不知道外界發生什麼事件以未婚者的 5.79 最高、鰥寡/分居者的 3.95 最低；不上網讓我覺得焦慮以未婚者的 5.04 最高、鰥寡/分居者的 3.64 最低；不上網讓我覺得失落以未婚者的 4.84 最高、鰥寡/分居者的 3.64 最低；覺得脫離網路很困難以未婚者的 6.06 最高、鰥寡/分居者的 4.35 最低；無法連網時猶如脫離真實世界以未婚者的 4.82 最高、鰥寡/分居者的 3.51 最低；當我上網時我覺得自己正在工作以未婚者的 4.01 最高、鰥寡/分居者的 3.48 最低；因為有網路讓我的生活不無聊以未婚者的 6.92 最高、鰥寡/分居者的 5.3 最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析結果顯示，不能上網人生無趣、不上網讓我覺得焦慮、覺得脫離網路很困難的同意程度，皆於居住狀況達顯著差異；不能上網人生無趣、不上網不知道外界發生什麼事件、不上網讓我覺得焦慮、不上網讓我覺得失落、因為有網路讓我的生活不無聊的同意程度，皆於教育程度、職業達顯著差異；不能上網人生無趣、不上網不知道外界發生什麼事件、不上網讓我覺得焦慮、不上網讓我覺得失落、覺得脫離網路很困難、無法連網時猶如脫離真實世界、當我上網時我覺得自己正在工作的同意程度，於個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，民眾對於各項網路感受的同意程度，皆以租屋者高於自有房屋者。其中不能上網人生無趣以租屋者的 6.56 高於自有房屋者的 5.86；不上網讓我覺得焦慮以租屋者的 4.99 高於自有房屋者的 4.47；覺得脫離網路很困難以租屋者的 6.05 高於自有房屋者的 5.41。

依教育程度區分，民眾對於各項網路感受的同意程度，皆以小學及以下程度者最低。其中不能上網人生無趣以碩士及以上程度者的 6.69 最高、小學及以下程度者的 3.52 最低；不上網不知道外界發生什麼事件以碩士及以上程度者的 6.04 最高、小學及以下程度者的 2.59 最低；不上網讓我覺得焦慮以大學程度者的 5.11 最高、小學及以下程度者的 2.67 最低；不上網讓我覺得失落以大學程度者的 4.98 最高、小學及以下程度者的 2.88 最低；因為有網路讓我的生活不無聊以碩士及以上程度者的 7.09 最高、小學及以下程度者的 4.87 最低。

依職業區分，民眾對於各項網路感受的同意程度，不能上網人生無趣以出版/影音製作/傳播及資通訊服務業的 7.78 最高、農/林/漁/牧業的 4.19 最低；不上網

不知道外界發生什麼事件以出版/影音製作/傳播及資通訊服務業的 7.17 最高、退休者的 3.81 最低；不上網讓我覺得焦慮以藝術/娛樂及休閒服務業的 6.68 最高、退休者的 3.1 最低；不上網讓我覺得失落以藝術/娛樂及休閒服務業的 5.71 最高、農/林/漁/牧業的 3.47 最低；因為有網路讓我的生活不無聊以出版/影音製作/傳播及資通訊服務業的 7.68 最高、農/林/漁/牧業的 5.01 最低。

依個人平均月收入區分，民眾對於各項網路感受的同意程度，皆以 4 萬-未滿 5 萬元收入者最高。其中不能上網人生無趣以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 7.1 最高、1 萬-未滿 2 萬元收入者的 5.45 最低；不上網不知道外界發生什麼事件以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 6.07 最高、未滿 1 萬元收入者的 4.75 最低；不上網讓我覺得焦慮以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 5.72 最高、未滿 1 萬元收入者的 3.91 最低；不上網讓我覺得失落以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 5.39 最高、未滿 1 萬元收入者的 3.83 最低；覺得脫離網路很困難以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 6.89 最高、1 萬-未滿 2 萬元收入者的 4.79 最低；無法連網時猶如脫離真實世界以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 5.27 最高、未滿 1 萬元收入者的 3.59 最低；當我上網時我覺得自己正在工作以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 4.66 最高、1 萬-未滿 2 萬元收入者的 2.95 最低。

表 16 關於民眾網路感受之單因子變異數檢定結果

單因子變異數檢定結果 (one-way ANOVA)	
題項	顯著差異變項
不能上網人生無趣	居住地區、性別、年齡、婚姻狀況、居住狀況、教育程度、職業、個人平均月收入
不上網不知道如何找到資料	年齡、婚姻狀況
不上網不知道外界發生什麼事件	居住地區、性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入
不上網讓我覺得焦慮	性別、年齡、婚姻狀況、居住狀況、教育程度、職業、個人平均月收入
不上網讓我覺得失落	居住地區、性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、個人平均月收入
覺得脫離網路很困難	年齡、婚姻狀況、居住狀況、個人平均月收入
無法連網時猶如脫離真實世界	居住地區、性別、年齡、個人平均月收入
當我上網時我覺得自己正在工作	居住地區、個人平均月收入
因為有網路讓我的生活不無聊	居住地區、教育程度、職業

資料來源：本研究彙整

參考文獻

中文文獻

1. 侯佩君、杜素豪、廖培珊、洪永泰、章英華 (2008)。台灣鄉鎮市區類型之研究：台灣社會變遷基本調查第五期計畫之抽樣分層效果分析。

外文文獻

1. Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, vol. 16, issue 3, 297-334.
2. Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory*, 1st Edition, McGraw-Hill, New York.