

天主教輔仁大學圖書資訊學系碩士班碩士論文

指導教授：李正吉 博士

網路文學閱讀習慣分析－

以巴哈姆特電玩資訊站為例

An Analysis of Reading Habits of Online Literature:

A Case Study of Bahamut Game Community

研究生：林聖邦 撰

中華民國一百一十年十一月

私立輔仁大學圖書資訊學系碩士班
論文口試委員會審定書

林聖邦 先生之碩士學位論文

網路文學閱讀習慣分析—
以巴哈姆特電玩資訊站為例

An Analysis of Reading Habits of Online Literature: A Case Study
of Bahamut Game Community

經本委員會審議合格，特此證明。

論文口試委員

指導老師

吳政叡 (召集人)

李正吉

吳政叡

李正吉

李俊達

李俊達

系主任

李正吉

李正吉

中華民國 110 年 11 月

謝辭

大學畢業在職場工作一陣子後，有感職業能力的不足，因此脫離職場重回學生生活，回首這一路上要感謝的人實在太多了！感謝家人們的支持與理解，讓我能夠心無旁貸的完成所有課業與畢業論文。感謝崇瑋在科技部計畫時能一起努力完成計畫論文。感謝助教們的照顧與協助，學校生活的諸多事務以及畢業論文準備工作，都是靠助教們的幫忙才能順利完成。感謝吳政叡老師、李俊達老師在計畫書與口試時給予我諸多寶貴意見，使論文有改進的方向，補足不足的部分，讓論文更加的完善。更要感謝願意擔任我指導教授的李正吉老師，在迷惘時指引我選擇自己適合的道路，從最初論文题目的訂定到最後論文完成，總是不厭其煩地教導我、給予我最適切的修改建議。同時給予我機會幫忙完成科技部計畫，讓我有機會鍛鍊自己寫作論文的能力。畢業論文能快速地完成，脫離不了之前製作科技部計畫的經驗。圖資所的這幾年，讓我短暫忘記了枯燥的職場生活，學習到許多新知識充實自己。也慶幸遇到天使般的同學們，在繁忙的課業中帶來許多歡樂，讓我研究生生活不孤單。

聖邦謹誌

2021.12

摘要

近年來，網路文學越來越受到普遍大眾注目。在臺灣搭乘交通工具時，時常能見到許多人，在遊玩手機遊戲、閱覽影片外，還有許多民眾在閱讀網路文學。但在網路文學這項研究領域中，臺灣鮮少有相關研究。在中國，每一年都會統計網路文學用戶的使用情況。臺灣僅有文化部與臺灣網路資訊中心做類似的研究調查，但皆專注在電子書的調查上，並沒有網路文學的調查資料。本研究目的旨在調查臺灣民眾閱讀網路文學的情況，瞭解讀者閱讀網路文學的偏好、行為、動機與習慣，以及閱讀網路文學後對比以往閱讀紙本小說時有甚麼改變。調查樣本從巴哈姆特電玩資訊站收集網路問卷作調查。研究結果指出在巴哈姆特電玩資訊站閱讀網路文學的讀者，較偏向男性年輕族群。且閱讀網路文學後的閱讀量與閱讀類別都呈現出比閱讀紙本小說族群更多的趨勢。閱讀數量與閱讀時間越多，會越加強網路小說對自己的重要性，同時也會對閱讀習慣產生影響。與之前的研究論文做比較，可看出普遍大眾因為智慧型手機的盛行而對數位閱讀的接受度越來越高。

關鍵字：網路文學、網路小說、閱讀行為、閱讀動機、閱讀習慣

Abstract

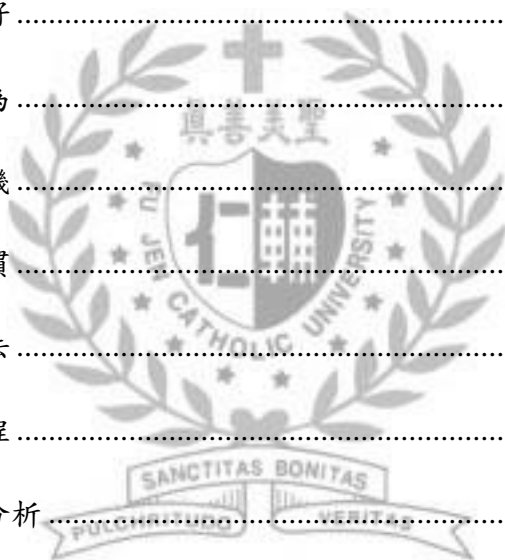
In recent years, internet literature has attracted more and more public attention. In Taiwan, it is common to see people playing mobile phone games, watching movies, and reading internet literature in the public transportation. However, there are few relevant studies in the field of internet literature in Taiwan. In China, statistics are made on the usage of internet literature users every year. In Taiwan, only the Ministry of Culture and the Taiwan Network Information Center have conducted similar researches. They both focus on e-books but not the data on internet literature. The purpose of this study is to investigate the situation of internet literature reading in Taiwan, and to understand the preferences, behaviors, motivations and habits of readers in reading internet literature; as well as the changes in internet literature reading compared with previous paper novel reading. The questionnaire was collected from Bahamut Game Community. The result indicates that the readers who read internet literature at Bahamut Game Community tend to be young men. After reading internet literature, the reading amount and reading category show a trend of more than those who read paper novels. The more you read the more time you spend on reading, the more important online novels will become to you, and it will also have an impact on your reading habits. A comparison with previous research papers shows that the public is becoming more receptive to digital reading because of the popularity of smart phones.

Keywords: Internet Literature, Internet Novel, Reading Behavior, Reading Motivation, Reading Habit

目次

| | |
|---------------------|----|
| 第一章 緒論 | 1 |
| 第一節、研究背景與動機 | 1 |
| 第二節、研究目的與問題 | 10 |
| 第三節、研究範圍與限制 | 11 |
| 第二章 文獻探討 | 12 |
| 第一節、網路文學 | 12 |
| 第二節、網路文學網站 | 18 |
| 一、晉江文學城 | 19 |
| 二、起點中文網 | 20 |
| 三、縱橫中文網 | 21 |
| 四、魔法のiらんど | 21 |
| 五、成為小說家吧 | 22 |
| 六、KAKUYOMU | 22 |
| 七、飛燕文創 | 23 |
| 八、POPO 原創市集 | 23 |
| 九、鏡文學 | 24 |
| 十、小說頻道 | 24 |
| 第三節、網路文學的作品類別 | 26 |
| 第四節、巴哈姆特電玩資訊站 | 29 |
| 第五節、閱讀習慣相關研究 | 34 |

| | |
|-------------------|----|
| 第三章 研究方法 | 38 |
| 第一節、研究方法 | 38 |
| 第二節、研究對象與範圍 | 39 |
| 一、研究對象 | 39 |
| 二、問卷發放 | 39 |
| 第三節、研究工具與設計 | 39 |
| 一、基本資料 | 40 |
| 二、閱讀偏好 | 40 |
| 三、閱讀行為 | 41 |
| 四、閱讀動機 | 41 |
| 五、閱讀習慣 | 42 |
| 五、統計方法 | 44 |
| 第四節、研究流程 | 46 |
| 第四章 研究結果與分析 | 48 |
| 第一節、基本資料分析 | 48 |
| 第二節、閱讀偏好分析 | 51 |
| 第三節、閱讀行為分析 | 59 |
| 第四節、閱讀動機分析 | 69 |
| 第五節、閱讀習慣分析 | 75 |
| 第六節、綜合討論 | 84 |
| 第五章 結論與建議 | 94 |



| | |
|-----------------------------------|-----|
| 第一節、結論 | 94 |
| 一、瞭解閱讀網路文學的用戶群體分佈 | 94 |
| 二、各讀者大部分閱覽哪個平臺的作品及閱讀偏好 | 94 |
| 三、瞭解閱讀網路文學在生活中的行為以及閱讀動機 | 95 |
| 四、閱讀網路文學的習慣以及閱讀實體書與數位書的習慣改變 | 97 |
| 第二節、建議 | 99 |
| 一、對於圖書館之建議 | 99 |
| 二、對於臺灣網路文學網站之建議 | 100 |
| 三、對於未來研究之建議 | 101 |
| 參考文獻 | 102 |
| 一、中文文獻 | 102 |
| 二、外文文獻 | 104 |
| 三、網路資料 | 106 |
| 附錄一、網路小說閱讀情況調查問卷 | 111 |

表目次

| | |
|--------------------------------------|----|
| 表 1 網路文學特性 | 16 |
| 表 2 網路文學網站作品數及閱覽限制 (2021/3/26) | 25 |
| 表 3 網路文學分類 | 26 |
| 表 4 Top Sites in Taiwan | 33 |
| 表 5 網路文學網站與巴哈姆特全球網站流量排名 | 33 |
| 表 6 成人閱讀動機量表 | 42 |
| 表 7 閱讀自我報告習慣指數 | 43 |
| 表 8 閱讀網路小說與紙本小說時的習慣變化 | 43 |
| 表 9 性別與年齡分佈概況 | 49 |
| 表 10 出生地次數分佈概況 | 49 |
| 表 11 教育程度次數分佈概況 | 50 |
| 表 12 各職業人數分佈概況 | 50 |
| 表 13 最常使用的設備分佈概況 | 52 |
| 表 14 最常閱讀的地點分佈概況 | 54 |
| 表 15 閱讀偏好國家依年齡分別計次之分配表 | 54 |
| 表 16 最常使用網路小說網站分佈概況 | 56 |
| 表 17 挑選作品的影響因素順位 | 58 |
| 表 18 每日閱讀時間依年齡分別計次之分配表 | 59 |
| 表 19 閱讀資歷依年齡分別計次之分配表 | 60 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| 表 20 閱讀數量依年齡分別計次之分配表 | 61 |
| 表 21 閱讀誘因依閱讀數量分別計次之分配表 | 62 |
| 表 22 資訊來源管道依閱讀時間分別計次之分配表 | 64 |
| 表 23 購買小說網站服務金額依年齡分別計次之分配表 | 66 |
| 表 24 購買網路小說電子書金額依年齡分別計次之分配表 | 66 |
| 表 25 購買網路小說實體書金額依年齡分別計次之分配表 | 66 |
| 表 26 下載數量（本）分佈概況 | 68 |
| 表 27 下載數量（套）分佈概況 | 68 |
| 表 28 Cronbach's Alpha 值參考標準 | 69 |
| 表 29 閱讀動機信度分析表 | 69 |
| 表 30 閱讀動機之同意程度情形分析 | 70 |
| 表 31 不同性別之閱讀動機 T 檢定分析 | 71 |
| 表 32 不同職業身分之閱讀動機 T 檢定分析 | 72 |
| 表 33 不同閱讀時間之閱讀動機單因數變異數分析（ANOVA） | 73 |
| 表 34 不同閱讀數量之閱讀動機單因數變異數分析（ANOVA） | 74 |
| 表 35 閱讀習慣信度分析表 | 75 |
| 表 36 閱讀習慣之同意程度情形分析 | 76 |
| 表 37 不同性別之閱讀習慣 T 檢定分析 | 77 |
| 表 38 不同職業身分之閱讀習慣 T 檢定分析 | 78 |
| 表 39 不同閱讀時間之閱讀習慣單因數變異數分析（ANOVA） | 79 |
| 表 40 不同閱讀數量之閱讀習慣單因數變異數分析（ANOVA） | 80 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 表 41 開始閱讀網路小說後閱讀習慣的變化情況 | 81 |
| 表 42 閱讀網路小說與紙本小說的習慣差異 | 82 |
| 表 43 閱讀類別選擇情況 | 83 |
| 表 44 基本資料比較表 | 85 |
| 表 45 閱讀偏好比較表 | 86 |
| 表 46 網路文學網站知名度與讀者喜好 | 86 |
| 表 47 考量因素比較表 | 87 |
| 表 48 閱讀行為比較表 | 88 |
| 表 49 購買誘因及意願表 | 89 |
| 表 50 閱讀動機同意程度比較表 | 89 |
| 表 51 閱讀習慣同意程度比較表 | 92 |
| 表 52 閱讀習慣改變比較表 | 93 |



圖目次

| | |
|--|----|
| 圖 1 2016.12-2020.12 網路文學用戶規模及使用率 | 4 |
| 圖 2 2016.12-2020.12 手機網路文學用戶規模及使用率 | 5 |
| 圖 3 2020 年教育應用使用者輪廓（財團法人臺灣網路資訊中心，2020） | 6 |
| 圖 4 2018 年漫畫、動畫、電子遊戲參與率（文化部文化統計網，2020） | 7 |
| 圖 5 2018 年民眾閱讀出版品之類型（文化部文化統計網，2019） | 8 |
| 圖 6 巴哈姆特討論區（巴哈姆特，2021） | 9 |
| 圖 7 輕小說綜合討論區，「成為小說家吧」討論區塊人氣度 | 30 |
| 圖 8 巴哈姆特學術研究 | 31 |
| 圖 9 研究流程圖 | 46 |
| 圖 10 閱讀網路小說曾使用過的設備 | 52 |
| 圖 11 閱讀時間點 | 53 |
| 圖 12 曾看過的小說網站調查 | 55 |
| 圖 13 喜愛小說類別調查 | 57 |
| 圖 14 購買誘因調查 | 65 |
| 圖 15 數位化對實體本的閱讀行為影響調查 | 67 |

第一章 緒論

第一節、研究背景與動機

閱讀，自古以來一直是人類的休閒項目之一。在所有書籍類別中，語言文學類更是國民最受歡迎的閱讀書籍。自 2011 年開始，國家圖書館每年都會統計國民的閱讀情況。在國家圖書館的統計報告中，語言文學類一直都是借閱圖書中最多的類別（國家圖書館，2021）。在 2016 年的 PIRLS 臺灣國家報告中，也提出讓孩子多閱讀故事體與長篇書籍的建議，可以增進閱讀素養的培養（柯華葳，2017）。在國家圖書館 108 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告中，哈利波特系列、金庸系列小說是歷久不衰的經典名著，在臺灣民眾最愛圖書排行中名列前茅，排名前 10 名，有 5 名都是金庸小說（國家圖書館，2020）。但在現今網路盛行的情況下，因應網際網路而崛起的網路文學成為新生的文學樣式，帶給民眾更豐富多樣的小說。

網路文學是指由網民（網路用戶）在電腦、手機或其他電子產品上創作後，通過網路發表，供其他網路用戶欣賞或參與討論的新文學樣式。內容主要以小說為主，所以網路小說的說法較為人知，另有散文、詩詞等形式。不同類型（如奇幻、修仙、愛情等）、寫法風格（如無限流、系統流、穿越流等）以及文本量大的特點，給現代人在休閒閱讀的選擇上有了一個全新的方向（N. Katherine Hayles，2007；單小曦，2010；譚雪芳，2011；落合早苗，2012；林心涵，2013；林文軒，2015；謝奇任，2016；黃衛的，2018；Jia-Wen Wang，2018；玉井建也，2018；戰玉冰，2019；Zhange Ni，2020）。網路文學的文本量有多有少，多字數的網路

文學比起哈利波特全套小說（約 300 萬字）及金庸十五部小說（約 3000 萬字，平均一部 200 萬字），有更大量豐富的內容。有許多網路文學作品的字數都高達百萬字數，更甚者有達到千萬字數的作品，如起點中文網的《修真四萬年》就高達 1079.31 萬字。網路文學如哈利波特系列的奇幻小說或是如金庸系列的武俠小說更是比比皆是，甚至有哈利波特及金庸系列的二次創作改編作品，如起點中文網的《在霍格華茲淡定地喝紅茶》、《金庸絕學異世橫行》。這些二次創作作品，可以給看過原作的讀者在閱讀過程中帶來獨特的熟悉感與新奇感，改變原作的既定歷史軌跡，更可以解決某些角色在原作中的遺憾，以吸引讀者觀看，如哈利波特後期身亡的教父，透過不同的事件存活下來。網路文學大量不同類型的小說及高字數的文本量，更可以給予喜歡閱讀的民眾更高的閱讀饗宴，避免陷入找不到書籍閱讀的書荒中。時至今日，在公共地區也甚少看到有民眾隨手拿著紙本書閱讀，倒是有許多民眾在乘坐大眾運輸工具時，閱覽手機上的資訊。黃淼（2018）的研究中，在臺灣平日的捷運站出入口，有約 25% 的民眾都在閱覽手機資訊。

閱讀書籍有許多好處，例如可接收新知識可以讓大腦保持活躍，長久的使用大腦能提高理解能力，對事物的理解能力會越來越好（王嘉琪，2017）。放鬆心情，暫時拋開現實中的煩惱，投入閱讀書籍的故事中，更可以放鬆逐漸緊繃的心靈。在蔡雅音（2015）的研究中指出「所謂的「休閒閱讀」是一種不帶有任何功利目的且隨時隨地可以閱讀」。休閒時閱讀圖書可以紓緩壓力，依據讀書類型的不同也可以累積多方面的知識，並且可以在閱讀過程中得到心靈上的滿足。在 Joe Verghese 等人（2003）的研究中，表明休閒閱讀與減少患上癡呆症的情形有相關，可以減少老年人的認知退化。證實了閱讀在對心靈與身體上都是有益的休閒

活動。

大量的閱讀也可以增進人類的閱讀理解能力，讓人類在文字溝通上可以減少許多誤會，也可以藉由故事的隱含意義反思自己的生活。唐淑華（2015）的研究認為能將青少年輔導工作搭架於課外閱讀之中，可以借重閱讀的力量，讓青少年透過自學的模式進行自我辯證。國際社會近幾年來也越來越關注人類的閱讀素養，國際學生能力評量計劃（Programme for International Student Assessment，簡稱 PISA），是經濟合作暨發展組織（Organisation for Economic Co-operation and Development，簡稱 OECD）舉辦的計畫。計畫中會評估接近完成基礎教育的十五歲學生習得多少必備的知識和技能（PISA，2021）。在 2000 年第一次舉辦的 PISA 測驗中，研究重心就是閱讀能力。同時公佈的國際成人閱讀能力調查報告中也指出閱讀能力強的人較容易找到工作，甚至薪水也比較高（齊若蘭，2002）。在最近 PISA 2018 年的調查中（PISA，2019），臺灣學生閱讀素養的平均值在 79 個國家中排名第 17，比 2009 年有明顯進步的表現（2009 年在 65 個國家中排名第 23）。

「國際教育成就調查委員會」（International Association for the Evaluation of Educational Achievement，簡稱 IEA）在 2001 開始舉辦「促進國際閱讀素養研究」（Progress in International Reading Literacy Study，簡稱 PIRLS）的調查計畫。PIRLS 會調查全球各國小學四年級學生的閱讀素養，每五年舉辦一次，2021 年預計舉辦第四次（PIRLS，2021）。在 2016 年的 PIRLS 臺灣國家報告中（柯華葳，2017），臺灣學生排名全球第 8 名，成績與前兩次比較是穩定的進步。以上兩個國際報告都顯示臺灣學生的閱讀能力越來越好。

在亞洲也有許多組織針對數位閱讀做研究，但針對網路文學的研究較少。在中國，每年都會由中國互聯網絡資訊中心進行全國的網路發展調查，網路文學的閱讀人數就是其中一項調查項目之一。第 47 次中國互聯網絡發展狀況統計報告（中國互聯網絡資訊中心，2021）中，利用電腦網路閱讀網路文學的用戶規模達到了 4.6 億人，佔全體網民的 46.5%（n=9.89 億人）；利用手機閱讀網路文學的用戶規模達到了 4.59 億人，佔全體手機用戶的 46.5%（n=9.86 億人）。可從數據看出在使用網路與手機的用戶裡面，有將近一半的中國人都會閱讀網路文學。從圖 1 與圖 2 中可看出，中國閱讀網路文學的民眾人數有逐年增加的趨勢。同時報告中指出，閱文集團（起點中文網母公司）的用戶月平均付費從 2019 年上半年的 22.5 元增至 2020 年上半年的 34.1 元，增幅高達 51.6%，代表閱覽正版網路文學的用戶可能有增加的趨勢。

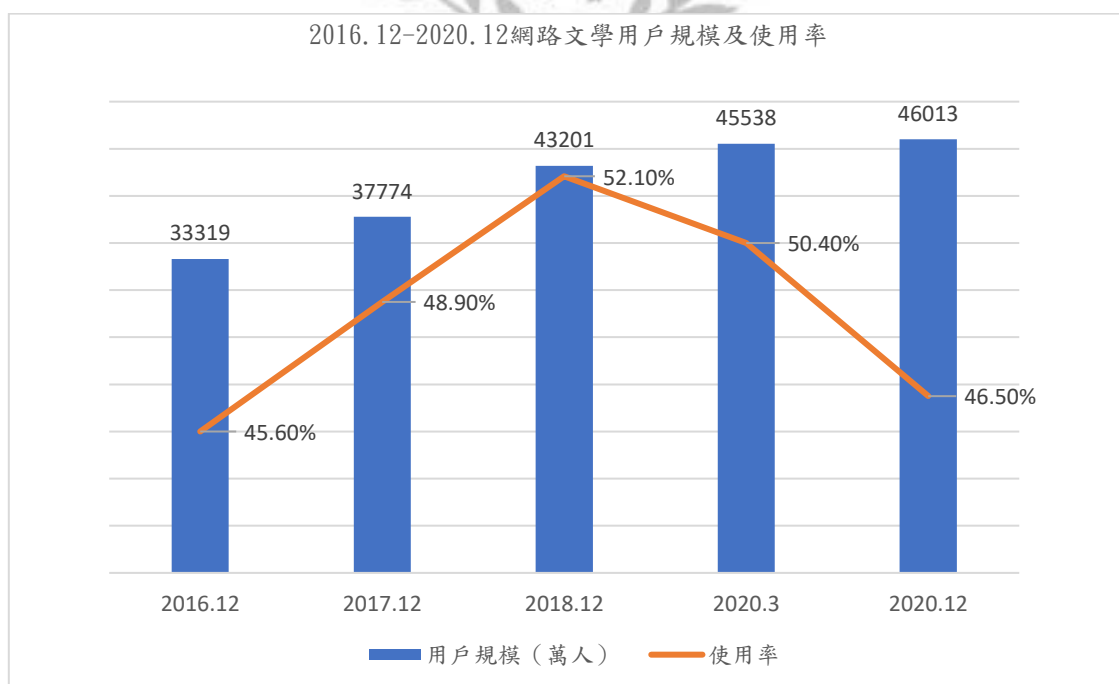


圖 1 2016.12-2020.12 網路文學用戶規模及使用率（中國互聯網絡資訊中心，2021）

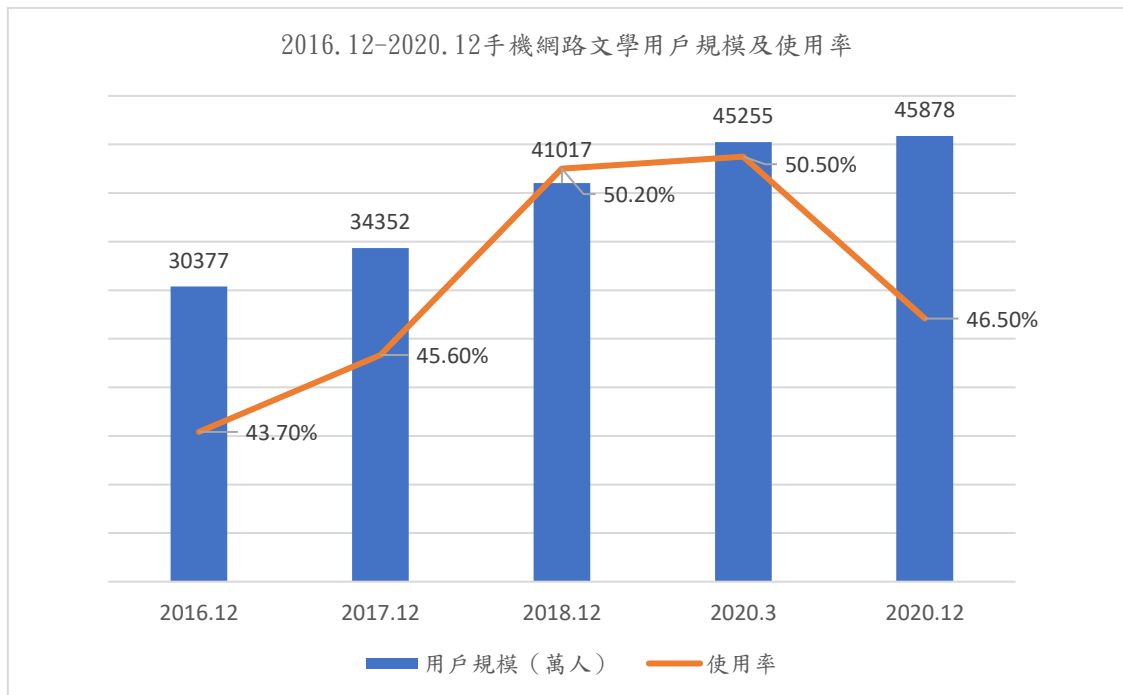


圖 2 2016.12-2020.12 手機網路文學用戶規模及使用率 (中國互聯網絡資訊中心, 2021)

臺灣網路報告 (財團法人臺灣網路資訊中心, 2020) 指出, 臺灣民眾在使用網路應用服務時, 有約 31.8% 的民眾會閱讀電子書。其中閱讀的民眾以男性 12-14 歲、35-39 歲及 45-49 歲這三個區段所佔的比例較高 (圖 3)。臺灣網路報告以往沒有收集電子書的統計資料, 直到 2019 年開始才收集閱讀電子書的資料, 可見電子書在近年來越來越受到重視。但此份調查的電子書並無指定特定項目, 雜誌、小說、圖書等都包含在內, 無法瞭解網路文學的閱讀情形。

109 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告 (國家圖書館, 2021) 中指出, 在 2020 年間, 從圖書館借書的民眾中以女性占多數, 女性讀者借閱數達 4,827 萬冊 (60.22%), 男性讀者則只有 3,188 萬冊 (39.78%)。借閱書籍的數量以語言文學類最多, 年度借閱冊數逾 3,920 萬冊, 占總借閱量 48.92%。其中男性借閱語言文學類的數量為 1,443 萬冊 (36.81%), 女性借閱的數量為 2477 萬冊

(63.19%)。電子書的借閱數量為 363 萬冊，比 2019 年的 255 萬冊多出了 108 萬冊 (增長 42.35%) 的數量，表示電子書籍越來越受讀者所接受。但是此報告只收集圖書館借閱的資料，無法瞭解臺灣民眾在圖書館之外閱讀的情況。

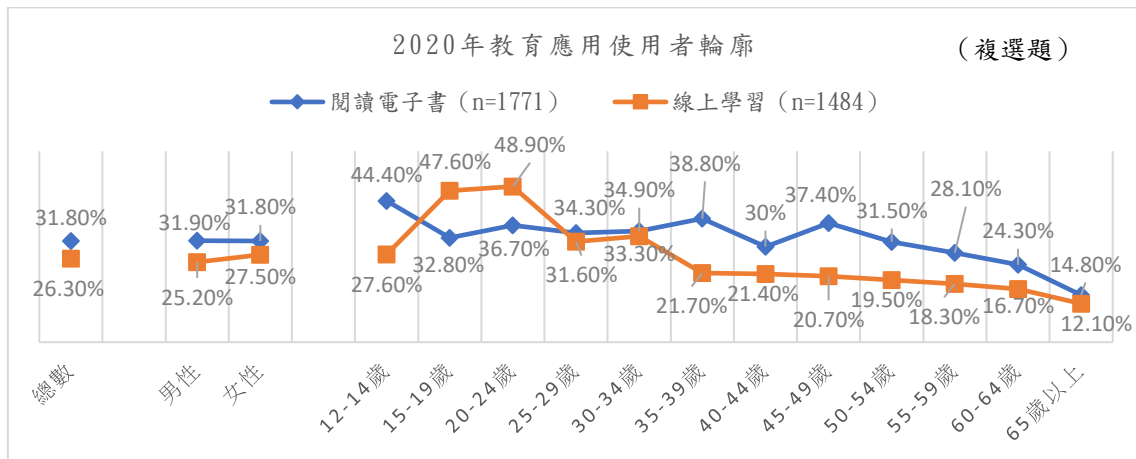


圖 3 2020 年教育應用使用者輪廓 (財團法人臺灣網路資訊中心，2020)

在臺灣文化部《2018 產業調查暨民眾消費行為趨勢分析》(文化部文化統計網，2020) 中，有針對動畫 (Anime)、漫畫 (Comics) 與電子遊戲 (Games) 合稱為 ACG 的發展與消費行為作調查統計。此份研究調查中雖無網路小說的統計資料，但其實 ACG 的部分內容與小說 (Novel) 的關係密不可分，有不少 ACG 作品都是由小說改編而來的。如臺灣作者貓邏曾在「冒險者天堂 (銘顯文化)」上連載的網路小說《零度領域》改編成漫畫作品；以及 2018 年在巴哈姆特動畫瘋上映的《關於我轉生變成史萊姆這檔事》，是從日本「成為小說家吧」的同名小說改編而來。從圖 4 中能看出，在受訪的臺灣民眾中有約 3 成的民眾都接觸過 ACG 相關的產物，其中有部分民眾也可能同時接觸到網路小說的領域，可惜此研究未收集網路小說的相關資料。

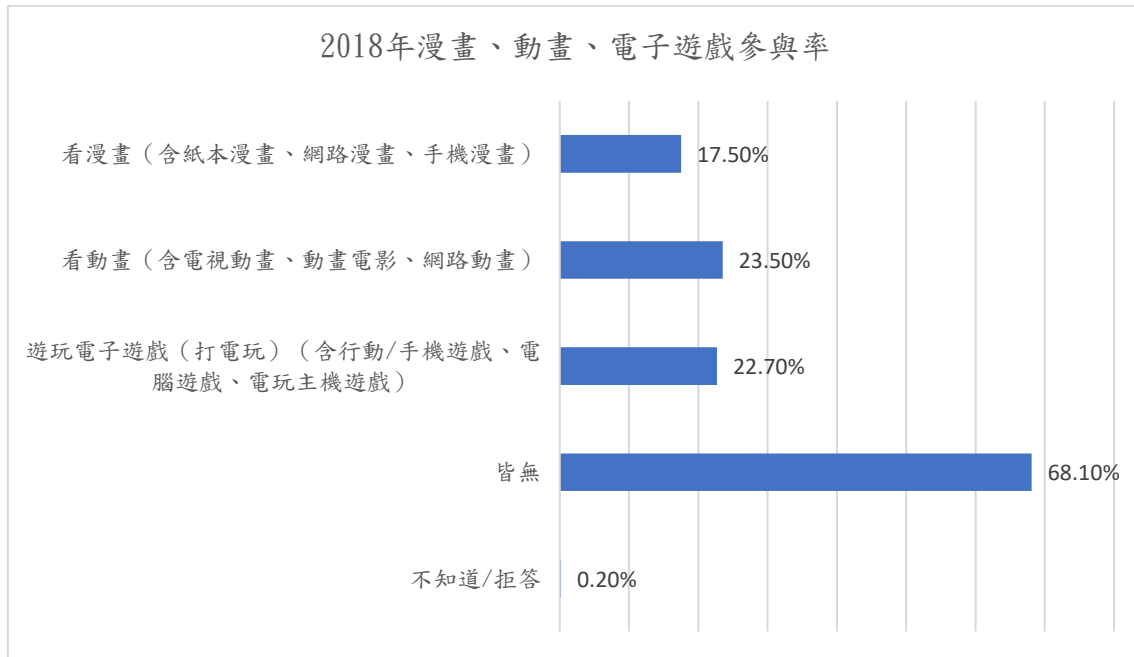


圖 4 2018 年漫畫、動畫、電子遊戲參與率 (文化部文化統計網, 2020)

臺灣文化部的另一項研究《2018 民眾閱讀及消費行為調查報告》中，有針對紙本閱讀以及數位閱讀作調查。但是可從圖 5 中看出，數位閱讀方面只收集了電子報、電子書、電子漫畫、電子雜誌 4 項，並沒有針對小說或是網路文學的項目做資料收集 (文化部文化統計網, 2019)。

目前臺灣眾多文獻中，甚少有對臺灣民眾閱讀網路文學的閱讀習慣作調查。習慣可以被定義為在常態的行為中，會為對特定線索的產生自動反應，並在實現特定目標或最終狀態方面起作用 (Bas Verplanken, 1999)。簡單來說，習慣的特徵是有重複的歷史，並將一個行為的執行與一個特定的線索相結合而形成，會在有意識或無意識中就完成習慣的行為。習慣養成後可以在部分情況時提高效率，因為解放了思維能力，可以在同一時間內做其他事情 (Bas Verplanken, 2003)。目前國家圖書館的研究也只針對館藏電子書的借出紀錄做調查，所以無法瞭解到

臺灣民眾閱讀網路文學的習慣。此研究的目的是調查臺灣民眾閱讀網路文學的習慣，瞭解網路文學出現後對以往閱讀習慣的改變影響。且閱讀習慣的形成與閱讀動機、閱讀偏好和閱讀行為息息相關，有閱讀的動機才會開始閱讀，有喜歡偏好的讀物才會有意願持續閱讀，長久閱讀的行為會慢慢演變成閱讀習慣。因此本研究會同時調查讀者們的閱讀動機、偏好及行為。

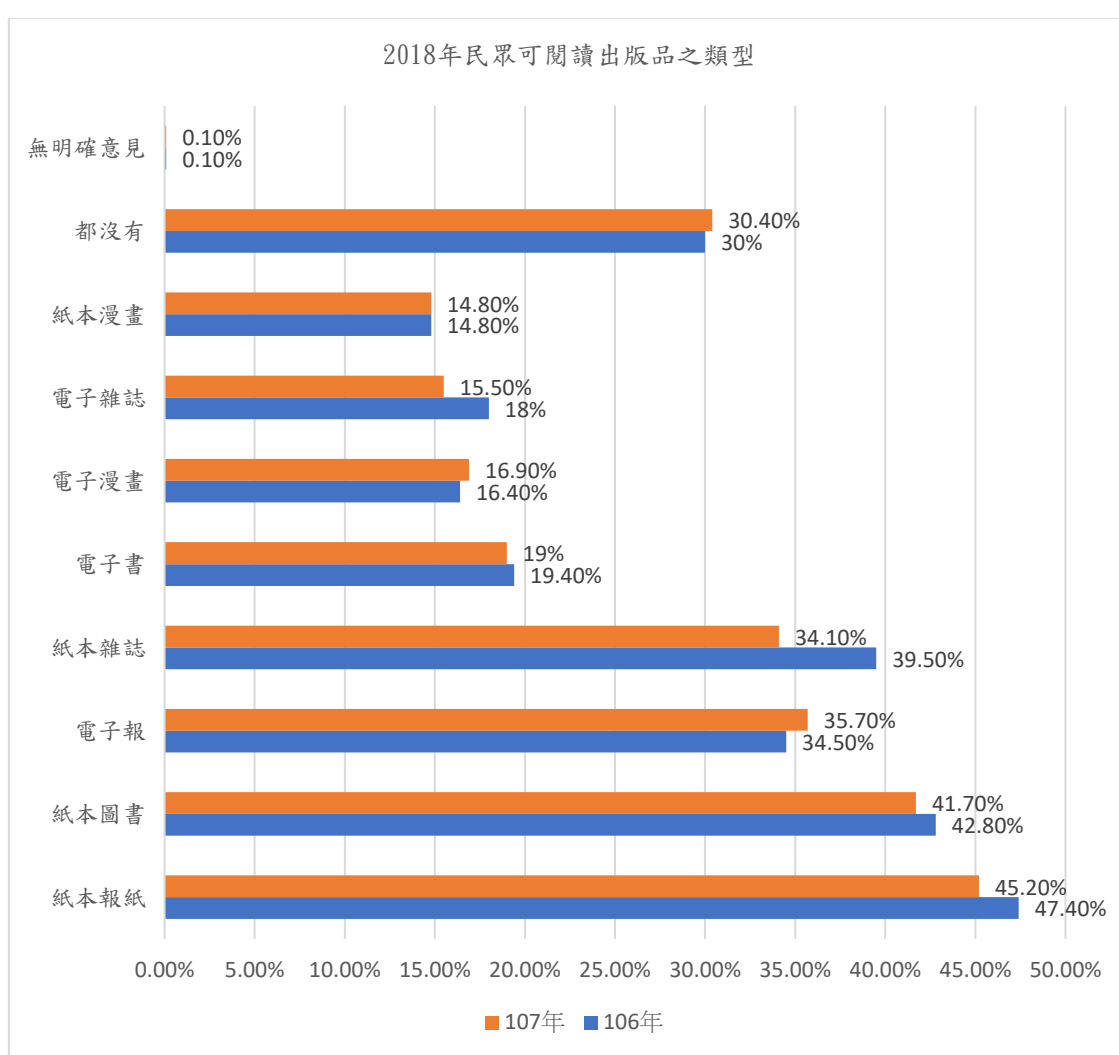


圖 5 2018 年民眾閱讀出版品之類型 (文化部文化統計網, 2019)

本研究藉由巴哈姆特電玩資訊站收集閱讀網路文學民眾的問卷。巴哈姆特電

玩資訊站為臺灣網路流量排名前 50 名的網站之一（Alexa Internet，2021），是最大的電玩社群網站，且比其他網路文學網站的流量排名更高。有許多學術研究也是藉由巴哈姆特的高流量，以此收集大量資訊來研究不同的學科領域（Jacob Chia-An Tsai，2019；Gen-Yih Liao，2020；Ching-I Teng，2021）。同時巴哈姆特電玩資訊站有各式各樣的討論區（圖 6），不單純只是討論電玩遊戲的社群網站。在輕小說綜合討論區有許多網路文學的資訊，如哪本書會出版成實體書之類的情報、找特定劇情的小說或是分享閱讀後的心得，是許多小說愛好者的討論聖地之一。巴哈姆特的輕小說綜合討論區比起有同有討論區網路文學網站（飛燕文創，2021），有更熱烈的討論度，幾乎每日都有新的討論版塊誕生。

所以本研究以有不同網路文學讀者會互相討論、分享情報的網路論壇，巴哈姆特電玩資訊站為研究場域。研究目的是調查臺灣民眾閱讀網路文學的閱讀動機、閱讀偏好、閱讀行為、閱讀習慣以及近年來閱讀習慣的改變。

| 熱門看板 | | 手機 | PC | TV 掌機 | 動漫畫 | 主題 | 場外 |
|---|-------------|--------|----|-------|-----------------------|------|----------------|
| PS5 PS4 XboxSX Switch iOS Android | | | | | | | 11/29 12:00 更新 |
| 哈啦板 | | | | 哈啦板 | | | |
| 昨日人氣 | | | | 昨日人氣 | | | |
| 1 | 電腦應用綜合討論 | 202602 | | 11 | 偽娘向上委員會 | 3185 | |
| 2 | Steam 綜合討論板 | 133697 | | 12 | 輕小說綜合 | 2599 | |
| 3 | 綜合公仔玩具討論區 | 79308 | | 13 | 桌上角色扮演遊戲(TRPG)討論 | 2467 | |
| 4 | 智慧型手機 | 33795 | | 14 | Cosplay 電漫角色扮演哈啦板 | 2016 | |
| 5 | 動漫相關綜合 | 24059 | | 15 | Unity3D 遊戲引擎 | 880 | |
| 6 | 布袋戲文化綜合討論區 | 23816 | | 16 | 女性向遊戲哈拉板 | 866 | |
| 7 | 模型技術與資訊 | 8600 | | 17 | 美少女遊戲哈拉板 | 851 | |
| 8 | 電視遊樂器綜合討論區 | 8380 | | 18 | 歐美動畫綜合討論 | 838 | |
| 9 | VR 虛擬實境綜合討論 | 6312 | | 19 | PC 線上遊戲綜合討論區 | 648 | |
| 10 | 繪畫與影像技術交流 | 3837 | | 20 | 桌上遊戲 (BoardGame) 綜合討論 | 539 | |

圖 6 巴哈姆特討論區（巴哈姆特，2021）

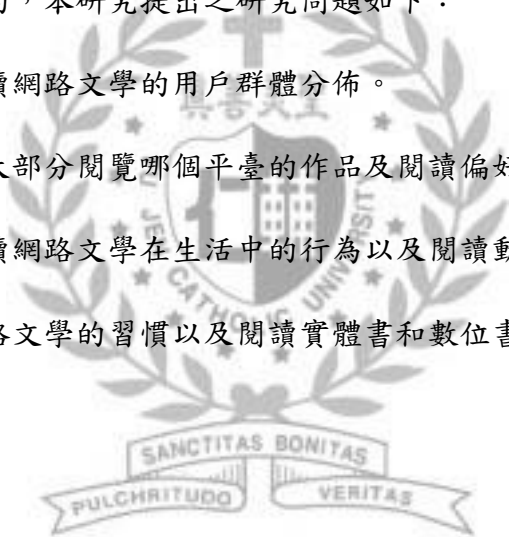
第二節、研究目的與問題

本研究以巴哈姆特電玩資訊站曾閱讀過網路文學的民眾為研究對象，使用網路問卷的方式收集讀者們的填答資料。具體研究目的為：

- 一、 瞭解臺灣民眾閱讀網路文學的閱讀習慣、動機、偏好、行為。
- 二、 閱讀網路文學後對閱讀實體書的影響。
- 三、 瞭解網路文學的盛行情況。

根據以上研究目的，本研究提出之研究問題如下：

- 一、 瞭解閱讀網路文學的用戶群體分佈。
- 二、 各讀者大部分閱覽哪個平臺的作品及閱讀偏好。
- 三、 瞭解閱讀網路文學在生活中的行為以及閱讀動機。
- 四、 閱讀網路文學的習慣以及閱讀實體書和數位書的習慣改變。



第三節、研究範圍與限制

- 一、文獻探討：本研究所蒐集之文獻類型包括國內外之中、英、日文期刊、博碩士論文、政府公開資訊、網路上公開的統計資料為限。
- 二、研究場域：本研究以巴哈姆特電玩資訊站首頁以及輕小說綜合討論區為研究場域。首頁有專門的學術研究區供放置網路問卷來收集資料，可依靠網站本身大量的日流量吸引填答者填寫問卷。輕小說綜合討論區則是專門討論輕小說的討論區，輕小說是指可輕鬆閱讀的小說，有許多輕小說都由網路小說改編而來。許多讀者閱讀的輕小說實際上都是網路文學，可藉由輕小說討論區收集閱讀網路文學讀者的問卷資料。巴哈姆特電玩資訊站在使用繁體語言的華人中，是最大的電玩社群網站，在臺灣網站流量排名中也比其他網路文學網站排名高，因此本研究以此網站作為研究場域。
- 三、研究對象及限制：本研究只針對巴哈姆特電玩資訊站的使用者中，有閱讀網路文學的民眾收集資料。

第二章 文獻探討

本章節說明本研究在參照不同文獻對網路文學的定義後，整理出本研究對網路文學的定義和網路文學相關的資料，以及目前閱讀習慣相關的研究。同時介紹巴哈姆特資訊站在研究上的優勢。本章共分五小節，第一節網路文學，第二節網路文學網站，第三節網路文學的作品類別，第四節巴哈姆特電玩資訊站，第五節閱讀習慣相關研究，茲分述如下。

第一節、網路文學

早期網路文學普遍被認為不登大雅之堂，較少研究網路文學的相關文獻。近幾年，由於網路文學相關產業的迅速發展（如許多影視、動漫作品的誕生），在臺灣、中國的學術界陸續有許多研究學者對網路文學展開研究。

在臺灣與中國兩地，對網路文學的發展有深刻影響的是 1997 年由痞子蔡創作的《第一次親密接觸》。起初在成大 BBS 站發表，1998 年在臺灣出版實體書，隔年在大陸發行簡體版本（謝奇任，2013）。在日本對網路文學發展有深刻影響的是 2000 年由 Yoshi 創作的《Deep Love》。起初發表在 i-mode 非官方網站上，在 2002 年開始出版實體書，出版販售量高達 270 萬冊（落合早苗，2012）。這兩部作品的發展，影響現今許多網路文學網站與網路小說的誕生。

所謂網路文學有多種說法，如網路文學（Internet Literature）、網路小說（Internet Novel、Network Novel）、線上小說（Online Novel）、線上文學（Online Literature）、電子書（EBook）、網絡小說（Web Novel）、數位文學

(Digital Literature)、電子文學 (Electronic Literature)、手機小說 (Mobile Phone Novel) 等，這幾種說法在一定程度上都含括網路文學的特性。其中的作品以小說居多，所以網路小說的說法較廣為人知。

林文軒 (2015) 定義網路文學 (Internet Literature) 是指以互聯網為展示平臺和傳播媒介，借助超文字連接和多媒體演藝等手段來表現的文學作品、類文學文本和含有文學成分的網路藝術品，其中以小說居多。黃衛的 (2018) 《當代網路文學研究》一書指出，網路文學 (Internet Literature) 的定義大致分為廣義和狹義兩種。廣義來講，網路文學分為印刷品的數位化、網路原創文學、通過電腦軟體生成的文學作品上傳至網路上。而狹義的網路文學指的就是網路原創文學。書中也有提到中國的「起點中文網」，由於是分章節連載更新，作者會參考每章節網民的評論建議改變小說後續的劇情走向。

謝奇任 (2016) 的《致我們的青春：臺灣、日本、韓國與中國大陸的網路小說產業發展》一書中為網路小說 (Internet Novel) 定義了兩種類型。第一種類型：網路小說是以網路技術創造的一種多媒體網路文學，也被稱為「超文字文學」或「多向文本文學」。超文字文學透過文字、圖像、動畫與聲音的整合，並利用超連結特性，改變原本平面文本的靜態書寫，呈現出敘事上動態、互動的形式，可以讓讀者選擇不同的閱讀方向改變劇情的結果。第二種類型：在網路上原創，以網路為傳播平臺進行連載發表，供他人閱讀的多主題作品，並且作者與讀者之間有互動管道。

戰玉冰 (2019) 為線上小說 (Online Novel) 舉出了四個特徵：1. 文本體量大，且情節曲折。2. 類型文學特徵明顯。3. 關注現實生活並從中取才的作品是主流。4.

部分作品與傳統文學作品有彌合現象。某些網路文學描寫內容走向只有現實主義文學才會涉足的題材，如教師放棄城市優良環境走向深山小村當教師的感人故事。

譚雪芳（2011）指出線上文學（Online Literature）有幾個創新的面向：1.簡單、生活化的構詞。會把流行網路用語、顏文字、諧音梗等內容運用在小說上增加小說的趣味性，如「氣死我了」寫成 7456，「(ノ`□´)ノ(└─┘)」代表掀桌子不幹了。2.拼貼戲架式的表達，會把傳統文學的段落改編成符合所寫小說的形式。如《冰火魔廚》中出現的橋段：「肉絲誠可貴，肉片價更高，若有大塊肉，兩者皆可拋」（唐家三少，2007）就改編自匈牙利詩人裴多菲的名詩《自由與愛情》，詩文內容是「生命誠可貴，愛情價更高，若為自由故，兩者皆可拋」。3.粗口式的話語方式。

Jia-WenWang（2018）定義電子書（EBook）是以數位格式出版，並可以透過網路傳輸，讀者可將電子書下載到電腦或是移動式電子產品上閱覽。電子書檔案格式包含了TXT、DOC、HTML、CHM、PDF、EPUB等。在Qihua Liu（2020）的研究中，更是直接把網路文學網站的作品認定是電子書（EBook）做研究。

玉井建也（2018）定義網絡小說（Web Novel）需要在網路上發表，並且會定期更新小說章節。網路文學網站都有設置排行榜，排名高的書出實體書的機率會高。作者會受讀者評論影響而修改小說內容，以符合大多數讀者的喜好。

單小曦（2010）指出數位文學（Digital Literature）基本上是透過數位運算，把資訊轉化成語言符號文本，可以透過無數次的修改更改內容。並且透過數位化電子媒介和網路的資訊傳播功能，可以把作者和讀者進行即時溝通甚至在線互動，一個作品的誕生不只單靠作者，還有讀者的影響在內。

美國電子文學組織（Electronic Literature Organization，簡稱 ELO）成立於 1999 年，是美國研究數位元文學作品的學術機構，典藏了相當多美國的數位小說、詩歌和其他文學形式的作品。N. Katherine Hayles（2007）在 ELO 的「Electronic Literature: What is it?」文章中定義了電子文學（Electronic Literature）：1. 第一次出版即是數位化資料。2. 第一次出版在電腦上，後續以印刷形式出版的作品也視為電子文學。3. 經由網路或是可攜式電子用品創建或閱覽的作品視為電子文學，換句話說，在網路上閱覽的文章、新聞、論文等內容都已經算是電子文學的範疇。4. 電子文學包含的類別有網路小說、互動小說、超文字小說、文本生成技術、Flash 詩歌等。

落合早苗（2012）研究中指出 2010 年是日本的「電子書元年」，原因是 Google Book Search 普及化，龐大的數位書庫達到了 700 萬的點閱率。同時還有世界最大的網路書店 Amazon 開始販賣電子書籍。在電子書元年開始前，日本自 2000 年開始盛行手機小說（ケータイ小説；Mobile Phone Novel）。手機小說是指在傳統手機（非 Android、iPhone 等智慧型手機（スマートフォン；Smart Phone））網頁上連載，可利用手機觀看的小說，手機小說內容轉為實體書後也被稱為手機小說。手機小說主要以免費閱覽為主，採用連載的形式更新小說，會依照作者的閱覽數或留言來變更故事的進行。在當時日本對手機小說的評價普遍不高，因為大多數的手機小說都偏向愛情類，大部分有描述性愛場景。直到 2011 年後智慧型手機盛行，開啟了電子書的時代，同時傳統手機小說（ケータイ小説）也漸漸變為智慧型手機小說（スマホ小説）。作品風格漸漸偏向幻想、科幻、恐怖類，使得手機小說大受歡迎，去除掉以往的情色偏見。

表 1 網路文學特性

| | | 數位化 | 網路傳播 | 網路小說為主 | 印刷品數位化 | 作者與讀者互動 | 文本大 | 從現取材 | 文學特徵明顯 | 類似傳統文學作品 | 網路小說實體化 | 排行榜 |
|----|--|-----|------|--------|--------|---------|-----|------|--------|----------|---------|-----|
| 臺灣 | 林文軒 (2015) 網路文學 (Internet Literature) | ○ | ○ | ○ | | | | | | | | |
| | 謝奇任 (2013、2016) 網路小說 (Internet Novel) | ○ | ○ | ○ | | ○ | | | ○ | | | ○ |
| | 黃衛 (2018) 網路文學 (Internet Literature) | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | | | | | | |
| | Jia-Wen Wang (2018) 電子書 (EBook) | ○ | ○ | | | | | | | | | |
| 中國 | 單小曦 (2010) 數位文學 (Digital Literature) | ○ | ○ | ○ | | ○ | | | | | | |
| | 譚雪芳 (2011) 線上文學 (Online Literature) | ○ | ○ | ○ | | | | ○ | | ○ | | |
| | 戰玉冰 (2019) 線上小說 (Online Novel) | ○ | ○ | ○ | | | ○ | ○ | ○ | ○ | | |
| | Qihua Liu (2020) 電子書 (EBook) | ○ | ○ | ○ | | | ○ | | | | | ○ |
| 日本 | 落合早苗 (2012) 手機小說 (Mobile Phone Novel) | ○ | ○ | ○ | | ○ | | | ○ | | ○ | |
| | 玉井建也 (2018) 網絡小說 (Web Novel) | ○ | ○ | ○ | | ○ | | | | | ○ | ○ |
| 美國 | N. Katherine Hayles (2007) 電子文學 (Electronic Literature) | ○ | ○ | | ○ | | | | | | ○ | |

註：○代表此研究論文有描述此特點。資料來源：研究者自行整理。

綜合以上各研究網路文學重複的共通點（表 1），本研究對網路文學定義為：

- 一、第一次出現皆以網站為載體，發佈在網路文學網站上之小說、散文、詩等，其中小說是作品數最多的類別。
- 二、可隨時隨地利用不同類型的電子產品觀看（如傳統手機、智慧型手機、平板電腦、桌上型電腦、電子遊樂器、電子書閱讀器、MP3 播放機、智慧電視等）。
- 三、大部分皆未一次發佈完，是歷經數次更新才完成（短篇故事例外），部分作品文本量大（如起點中文網完結作品：修真四萬年，1079.31 萬字）。
- 四、網路文學網站皆有排行榜，會依照閱讀次數、讀者評分來排名。
- 五、網路文學網站平臺通常能讓讀者評語或留言，作者會受讀者影響修改作品內容。
- 六、網路文學實體書出版品也視為網路文學。
- 七、基本上可免費閱覽，部分平臺的小說後續內容須付費才可閱覽。

本研究目標是以小說為主要表示形式之網路文學，詩歌、散文等網路文學作品不包含在本研究範圍內。研究目標的網路小說，不論小說長短及其類型皆在研究範圍內。

第二節、網路文學網站

網路文學網站是網路文學的載體，是網路文學的作者書寫小說後上傳公開小說，給讀者閱覽網路文學的共通平臺。

林心涵（2013）指出文學網站的興起，提供了文學愛好者一個跳脫管制、自由書寫的空間，文學的發表不需要再經過重重的關卡過濾。非專職的作家也能發表自己的創作，如醫學、工程師等特殊職業也能依據自己的工作職場經驗，產出較專業的文學作品。發表和閱讀都變成取決於自我的個人活動，連帶的使文學生產行為產生了極大的變化。

在 Zhang Ni（2020）的研究中，指出「起點中文網」是 Netflix 或 Spotify 的文學版本，讀者通過支付訂閱費才能閱讀小說的特定章節，並且可以參與線上討論與其他讀者或作者互動。依照點擊數和訂閱數，網路文學網站會與作者簽訂合同，讓一部分的訂閱費回饋給作者，並給作者帶來後續出售改編權給電視或電影公司的管道。謝奇任（2013）指出，需要付費才能閱讀的小說稱為 VIP 作品，會依據讀者排行榜從原本免費閱覽的形式轉為部分章節收費的形式。起點的 VIP 會員制會依照會員閱讀的字數付給作者稿費，如 VIP 會員花 3 分錢閱讀 1000 字的付費章節，作者可分到 1 分錢的稿費。每年有數十億的讀者在網路文學網站閱覽小說，頂級的作者年收入可達到 10 億人民幣。在當代網路文學研究（黃衛，2018）一書中也有提到中國的起點中文網，由於是分章節連載更新，作者會參考每章節網民的評論建議改變小說後續的劇情走向。目前起點中文網的經營模式已經成為目前中國網路小說的主導模式（樊柯，2012）。

在陳淑滿（2014）的研究中指出網路文學網站上的互動有如制動文本，閱讀

者能在評論區與其他讀者和作者討論，影響後續劇情的發展，使讀者獲得參與感與控制感，這是以往的紙本閱讀體會不到的。

在中國、日本、臺灣有數個網路文學網站供作者書寫與讀者閱覽，這邊列舉幾個例子。在中國較有名的網路文學網站有「晉江文學城」、「起點中文網」、「縱橫中文網」等。在日本較有名的網路文學網站有「魔法のいらんど」、「成為小說家吧（小説家になろう）」、「KAKUYOMU（カクヨム）」等。在臺灣較有名的文學網站有「飛燕文創」、「POPO 原創市集」、「鏡文學」、「小說頻道」。

一、晉江文學城

晉江文學城 (<https://www.jjwxc.net/>) 創立於 2003 年，是中國具有較高影響力的女性向網路文學網站之一。擁有線上網路小說 402 餘萬部，已出版小說近萬部，簽約版權作品 25 萬餘部，平均每個月新增簽約版權在 2800 部以上。註冊作者數逾 173 萬，平均日更新字數超過 3600 萬，網站累計發佈字數超過 997 億。自 2008 年 1 月網站 VIP 業務開通起，截止到 2021 年 3 月，註冊用戶數已超 4589 萬，日平均線上時間長達 80 分鐘。在訪問晉江的用戶中，有 67% 以上來自上海、北京、臺灣、香港、廣州等經濟活躍的一線城市。時至今日，晉江文學城已經從一個簡單的文學愛好者的集散地成長為覆蓋 PC、WAP、APP 等各類平臺的行業領頭網站，網站流量從 2007 年末的 1500 萬，增長至現在的日均閱覽超過 4 個億，全球有近 200 個國家和地區的使用者訪問晉江，其中美國、加拿大、澳大利亞等發達國家占到很大比重，海外用戶流量比重超過 10%（晉江文學城，2021）。代表作

《花千骨》、《鎮魂》、《知否？知否？應是綠肥紅瘦》等。

二、起點中文網

起點中文網 (<https://www.qidian.com>) 是中國的原創文學網站，因收錄玄幻、武俠、軍事等網路文學作品而著名。起點中文網創立於 2002 年，前身是 2001 年創立的玄幻文學協會網路論壇。在 2003 開啟在線收費閱讀服務成為網路文學營利模式的先鋒之一。在 2004 年被盛大網絡收購，2008 年盛大文學成立，起點中文網成為盛大文學的一部份。在 2015 年由騰訊收購，並且整編原有的騰訊文學成為閱文集團 (Wiki-閱文集團，2020)。此網站作品數由於中國政策和部分作品內容原因，在 2020 年 10 月份時，全部作品只有顯示 1,097,614 個作品 (起點中文網，2020)。此網站的網路文學閱覽方式是採取部分免費部分收費的模式，小說前面的章節提供免費閱讀，後面章節須付費後才可觀看。類似 Netflix 或 Spotify 的文學版本 (Zhang Ni, 2020)，需要支付費用才能觀看小說及參與討論。但偶爾會舉辦限時免費閱讀活動，此時則可觀看部分小說的收費章節。起點中文網通過與網路遊戲公司、影視公司和出版社合作，有許多網路文學改編成遊戲、影劇、實體書出版，在多元行銷方面可謂最為全面。中國影音平臺 bilibili 也在 2016 年開始引進網路文學改編的動畫，有部分動畫與日本合作，請日本聲優配音製成日語版本。在 2019 年的 bilibili 國創動畫導視中 (bilibili, 2019)，更是公佈了眾多的網路文學改編成動畫的消息。代表作《詭秘之主》、《修真聊天群》、《凡人修仙傳》、《鬥羅大陸》、《神墓》、《星辰變》等。

三、縱橫中文網

縱橫中文網 (<http://www.zongheng.com/>) 創立於 2008 年，在 2013 年後由百度收購，與百度的資源全面整合。現在是中國知名的網路文學創作平臺和數位閱讀平臺，有超過 20 萬個文學作品以及總計 1400 萬的日用戶量 (Qihua Liu, 2020)。依靠平臺領先的內容簽約和孵化能力，重點進行付費閱讀、版權分銷、IP 改編、原創漫畫、作品出版、海外發行等版權相關業務，並通過重點作者作品的整體運營，與合作夥伴聯合進行小說改編影視/遊戲/漫畫/有聲書等 IP 相關專案的投資開發，打造基於文學版權的泛娛樂生態圈 (縱橫中文網, 2021)。代表作《錦衣春秋》、《龍符》、《妙醫鴻圖》、《羅浮》等。

四、魔法の i らんど

魔法の i らんど (<https://maho.jp/>) 成立於 1999 年，在當時是可用日本 i-mode 手機和 PC 上網時，免費創建網頁的網站。在當時，有眾多的用戶利用魔法の i らんど可用手機編輯與閱覽的特點，書寫及閱覽小說。在 2000 年時，在網站上發布的小說都稱為「手機小說」。目前在魔法の i らんど上有約 68 萬部作品。最暢銷作品的《恋空》，於 2006 年出版實體書，累計發售量超過 200 萬本，後續更是製成電影和電視劇。但現今使用創建網頁與部落格功能的人逐漸減少，魔法の i らんど在 2020 年轉為專門投稿小說的網路文學網站 (YAHOO! ニュース, 2020; Wiki-魔法の i らんど, 2020)。代表作《恋空》、《赤い糸》、《携帯彼氏》等。

五、成為小說家吧

成為小說家吧（原文：小説家になろう，<https://syosetu.com/>）是日本的一個投稿型小說網站（Wiki-小説家になろう，2020），在該網站註冊即可登錄為作者，便能在該網站上公布自己寫的小說給網民觀看。成為小說家吧最初是梅崎祐輔在2004年開設的個人網站。在2008年後轉移給集團營運，在2010年為了更好的管理各項服務而成立ヒナプロジェクト公司專門營運成為小說家吧網站。此網站作品數在2021年3月份時約有797,959個作品（小説家になろう，2020），註冊的使用者數達到了1,918,111人，並且作品數與使用者隨著時間持續增加。此網站的網路文學閱覽方式基本上都屬於免費線上觀看，讀者不需要註冊會員。讀者如註冊會員，可追蹤喜愛的作品，也可發布小說成為作者。網站另有把網頁文字轉成日本輕小說直書格式的PDF檔功能，可像輕小說一樣在平板電腦上觀看。網站會把較優秀的書籍作成實體書，並附加插畫做為輕小說形式，結合Amazon網路商店販賣書籍。自2013年「紀錄的地平線」動畫化開始，近幾年來有大量的小說作品動畫化，動畫播出時通常都會帶動小說或是漫畫的販售成長量，可帶來正向的增益。代表作《關於我轉生變成史萊姆這檔事》、《無職轉生～到了異世界就拿出真本事～》、《Re：從零開始的異世界生活》、《平凡職業造就世界最強》、《為美好的世界獻上祝福！》、《OVERLORD》等。

六、KAKUYOMU

KAKUYOMU（原文：カクヨム，<https://kakuyomu.jp/>）是由日本角川於2015年創建的一個小說投稿網站（Wiki-カクヨム，2021）。優秀的作品會由角川公司

直接轉成實體書出版。與成為小說家吧類似，在 2019 年開始有作品動畫化。KAKUYOMU 有統計作品數及占比的網站，在 2021 年 3 月份時，有 225,992 個作品（カクヨム統計，2021），作者人數達到了 122,779 人。此網站的網路文學閱覽方式基本上都屬於免費線上觀看，並且不需要註冊會員。註冊會員會提供追蹤功能，可即時知道喜愛小說的更新狀況。代表作《這個勇者明明超 TUEEE 卻過度謹慎》、《在異世界獲得超強能力的我，在現實世界照樣無敵》、《刮掉鬍子的我與撿到的女高中生》等。

七、飛燕文創

飛燕文創-新冒險者天堂（<https://paradise.feiyantw/>）舊稱冒險者天堂，是銘顯文化公司在 2002 年創建的網路文學網站（FANDOM，2020），現在是由飛燕文創在營運。網站上大部分小說在註冊會員後都可免費閱覽，小部分小說只提供試閱前期文章，後期文章需購買實體書閱覽。在 2021 年 3 月時的作品數達到了 91,952 套文學作品。作品數眾多的原因是作品包含了詩詞、雜記、同人文等作品，並沒有限於小說，所以作品數眾多（飛燕文創，2020）。代表作《1/2 王子》、《特殊傳說》、《穿越變蘿莉》、《不想成為騎士的我》。

八、POPO 原創市集

POPO 原創市集（<https://www.popo.tw/index>）創立於 2009 年，是一個集合線上創作、閱讀、出版的服務平臺。POPO 原創市集的營運模式類似中國的起點中文網，部分文章需付費後才可觀看後面的文章，但多了註冊會員後才可閱覽的限

制。實體書有詳細的出版流程，作家只要達到條件即可投稿給出版社出版實體書作品。在 2021 年 3 月時的作品數達到了 63,185 (POPO 原創市集, 2020)。代表作《學長，叫我可愛學妹。》、《召喚師的馴獸日常》、《討厭喜歡你》、《古埃及王的祝福》等。

九、鏡文學

鏡文學網站 (<https://mirrorfiction.com/>) 創立於 2017 年，是一個臺灣的小說與劇本平臺。有完善的作家經濟制度，會協助創作者的作品正式出版、授權與改編成影視作品、電玩遊戲、漫畫、衍伸周邊商品等。雖然作品數沒有飛燕文創與 POPO 原創市集多，但已有部分作品改編成短片或連續劇，如有影片能吸引大量民眾觀看，或許鏡文學網站未來在網路文學上的成就會比 POPO 原創市集更有發展性。網站作品需註冊會員後才可閱覽 (鏡文學, 2020)。代表作《臺北故事》、《轉心訣》、《獻給殺人魔的居家清潔指南》。

十、小說頻道

小說頻道 (<http://www.nch.com.tw/>) 是 2000 年時期與鮮網、銘顯文化 (冒險者天堂) 並稱的三大繁體網路小說發行網站，並都有將網路小說轉成實體書的商業行為。但現今鮮網與冒險者天堂都已關閉或被其他網站併入，小說頻道網站也將在 2021 年 7 月 31 日畫下句點，關閉網站業務，將來只專注在實體書籍的出版上。小說頻道是目前少有保有網站計數器的小說網站，可從計數器報表看出小說頻道在 2004 年時的興盛時期，有 43 萬的日訪問量，但現今 2021 年日訪量已降至

500左右。小說頻道約有5千個作品，大部分小說都可免費閱覽，是目前臺灣網路文學網站中少有不須註冊會員即可閱覽的網站。少部分小說的後續內容需購買電子書或是實體書才可觀看（小說頻道，2020）。代表作《異俠》、《異人傲世錄》、《半仙闖江湖》、《赫氏門徒》、《誅仙》。

可從表 2 看出，中國的網站偏向前期免費觀看吸引人氣，再用付費機制閱覽後期章節的方式營利，雖也有後續的出版製作，但作者大部分的收入都是從網路小說的訂閱費取得。日本則是完全免費觀看，沒有收費項目，賺取營利的方式都在後續的出版行為上面，可說是讀者限制最小的。臺灣則是大部分網站都綁定會員限制才可閱覽，同時限制付費閱覽後期章節，可說是三個國家的網路文學網站中，對讀者限制最大的。另外在讀者間的互動部分，雖然大部分的文學網站都能在小說各章節留言評論，但只有臺灣的飛燕文創有討論區供讀者討論。不過飛燕文創的討論區討論熱度不高，較少人利用此討論區討論內容。

表 2 網路文學網站作品數及閱覽限制 (2021/3/26)

| | 網站名稱 | 作品數 | 會員閱覽限制 | 付費閱覽限制 | 討論區 |
|----|-----------|-------------|--------|--------|-----|
| 中國 | 晉江文學城 | 約 4,020,000 | × | ○ | × |
| | 起點中文網 | 1,097,614 | × | ○ | × |
| | 縱橫中文網 | 約 200,000 | × | ○ | × |
| 日本 | 成為小說家吧 | 797,959 | × | × | × |
| | 魔法のiらんど | 約 685,000 | × | × | × |
| | KAKUYOMU | 225,992 | × | × | × |
| 臺灣 | 飛燕文創 | 91,952 | ○ | ○ | ○ |
| | POPO 原創市集 | 63,185 | ○ | ○ | × |
| | 鏡文學 | 10,264 | ○ | × | × |
| | 小說頻道 | 5,430 | × | ○ | × |

註：○代表此網站有符合此特點，×代表此網站沒有符合此特點。資料來源：研究者自行整理。

第三節、網路文學的作品類別

網路文學的作品類別繁多，依照大分類可大致分成奇幻、武俠、科幻、仙俠、玄幻、都市、現實、軍事、歷史、遊戲、體育、恐怖、推理、輕小說、同人、童話、詩歌、散文等（表 3）。其中童話、詩歌與散文不在本研究的範圍內，所以不加以討論。

表 3 網路文學分類

| 網路文學分類 | | | | |
|--------|----|----|-----|----|
| 奇幻 | 武俠 | 玄幻 | 科幻 | 仙俠 |
| 都市 | 現實 | 軍事 | 歷史 | 遊戲 |
| 體育 | 恐怖 | 推理 | 輕小說 | 同人 |
| 言情 | 童話 | 詩歌 | 散文 | |

資料來源：研究者自行整理。

奇幻小說主題通常與劍、魔法、冒險者、地下城和西方奇幻生物（如龍、吸血鬼等）有關。如《哈利波特》系列、起點中文網《巫師之旅》、成為小說家吧《爆肝工程師的異世界狂想曲》等，都是含有魔法與奇幻生物的小說。

武俠小說通常是描述對人戰鬥與行俠仗義的過程，能力表現不會過於誇張，背景社會大多為古代中國。如《金庸》系列小說、起點中文網《血獄江湖》。

科幻故事主題通常與機器人、超能力、異能、系統、外星人、星際旅行等有關。如起點中文網《學霸的黑科技系統》描述主角利用系統學習各種未來知識、成為小說家吧《Re：Monster》描述主角使用超能力學習其他物種的能力。

仙俠通常與修真、修仙、煉丹、中國神話等有關。修真是指通過呼吸練習、冥想和一系列修行，清除身體的汙穢或缺陷，將其身融合到自然（天道）中得到超凡能力的做法，是凡人昇華到仙人的轉變。起點中文網《修真聊天群》、《凡人修仙傳》都屬於此類。

玄幻小說通常是指不能明確歸類於科幻、武俠、恐怖等傳統範疇的幻想小說（Wiki-玄幻，2021），或是故事含有多個類別的要素。起點中文網《鬥羅大陸》、成為小說家吧《我不是說了能力要平均值嗎？》都屬於此類。

都市故事通常是主角擁有超凡能力進入到現代的故事。如起點中文網《修真聊天群》描述主角使用現代聊天系統與修真者接觸、《絕對一番》描述主角使用重生前的記憶，在平行世界的現代帶來前所未見的電視劇；KAKUYOMU《異世界帰りの勇者が現代最強》描述穿越到異世界的勇者回到現代的故事。

現實故事通常較少擁有超凡能力，主要以各職業的生活百態或戀愛故事為主。如起點中文網《大國小商》。

軍事故事通常與國家之間或是不同世界的戰爭有關。如起點中文網《諜影風雲》描述主角穿越回過去追尋間諜的故事、《第一重裝》描述宇宙間的戰鬥。

歷史故事通常描述主角穿越回到過去的時代，改變歷史的故事，或是虛構的歷史故事。如起點中文網《回到明朝當王爺》、成為小說家吧《戰國小町苦勞譚》。

遊戲故事通常講述與遊戲有關的劇情。如起點中文網《全職高手》描述主角當職業遊戲選手參加比賽、《從零開始》描述主角在遊戲內成為最強玩家、《怎麼又是天譴圈》描述主角玩遊戲實況時的故事；成為小說家吧《轉生成女性向遊戲只有毀滅END的壞人大小姐》描述主角穿越到遊戲中擔任反派，努力改變原有遊戲劇情的故事。

體育故事通常講述體育競技的故事。如起點中文網《天生就會跑》。

恐怖故事通常講述靈異鬼怪或是有血腥、虐待、驚悚描述的故事，如起點中

文網《深夜書屋》。

推理故事通常是主角通過各種線索，思考後得出答案的劇情。如起點中文網《我真不會推理》、成為小說家吧《異世界の名探偵》。

輕小說（ライトノベル，Light Novel）為日本所發明的名詞，從字面上的解釋為「可輕鬆閱讀的小說」。特點是將動漫形式風格的劇情演出轉換為文字小說，文體淺顯直白，大量使用年輕人的慣用口語書寫（Wiki-輕小說，2021）。目標族群為青少年讀者，故事背景或內容帶有幻想的元素，如有出實體書，通常在封面及內頁中會使用漫畫風格之插畫（林巧敏 2017）。如起點中文網《人生交換遊戲》、《從繪畫開始的東京生活》，另外日系網路文學大多屬於此類。

同人故事通常是利用其他作品的故事背景與角色設定，描寫出不同發展的二次創作，類似平行世界的概念。如起點中文網《黛西在漫威世界》、《在霍格華茲淡定地喝紅茶》、《帶著火影重生日本東京》；飛燕文創《我家審神者有點帥》。

言情故事又稱愛情故事或羅曼史故事，情節注重在尋找理想的對象或是維繫愛情關係（Wiki-愛情小說，2021）。如起點中文網《毒寵小謀妃》；POPO 原創市集《釀春光》；KAKUYOMU《お見合いしたくなかったので、無理難題な条件をつけたら同級生が来た件について》。

以上的類別只屬於大致的分類，一本小說的內容可能包含多項類別。如《帶著火影重生日本東京》在起點中文網的分類上屬於同人故事，但實際故事內容包含了都市的背景設定、奇幻的超凡設定、科幻的模仿研發超凡能力、恐怖的殘酷描述、軍事的國家競爭、輕小說輕鬆的日常生活描述等要素。

第四節、巴哈姆特電玩資訊站

巴哈姆特電玩資訊站 (<http://www.gamer.com.tw>，以下簡稱巴哈姆特)，是華人世界最大的電玩社群網站 (羅蓉蓉，2006)。巴哈姆特創立於 1996 年，當時是以 BBS (電子佈告欄) 的型態問世，是臺灣第一個以電玩為主題凝聚社群的平臺。2019 年合併營收約 2 億臺幣，會員註冊數約 250 萬人、每日活躍用戶 (DAU) 約 100 多萬人，合計每日頁面瀏覽量 (Page View, PVs) 約 2500 萬次 (鐘張涵，2020)。

巴哈姆特的運作方式是透過無數的網站使用者，分享電玩遊戲、動畫、漫畫、插畫、小說、模型、公仔、Cosplay 等相關資訊與經驗，供其他使用者查詢情報以及互相討論的社群網站。這些資訊不是由專家或遊戲公司所編寫，而是任何人都能參與討論編寫的內容 (黃翊煊，2011)。在單純的遊戲資訊之外，也有許多網站使用者創作同人圖、同人小說等作品，與其他網站使用者分享自己對遊戲角色、場景或遊戲劇情不同的看法。

此外，除了遊戲討論區，巴哈姆特還有各式各樣的討論區 (圖 6)，如輕小說綜合、電腦應用、綜合公仔玩具、布袋戲文化綜合討論區等。這些討論區供對不同主題感興趣的使用者來此搜尋或討論相關內容。巴哈姆特雖還是以電玩遊戲為主要討論的社群網站，但其他包羅萬象的內容也是值得研究的社群空間，如羅蓉蓉 (2006) 的研究就是以巴哈姆特上的 KUSO 創作來當作研究主題。

其中輕小說綜合討論區是專門討論輕小說的討論區，輕小說如本研究第二章第三節所介紹，泛指「可輕鬆閱讀的小說」。以往日本的輕小說有許多都是由作者投稿到出版社出書，但現今有許多的輕小說都是由網路文學改編而來。網路文

學網站可由讀者評分或評論，能輕易看出作品的人氣程度。出版社可藉由人氣度來與作者聯絡出版實體書籍，高人氣的作品在出版實體書後銷售量都不會太差。在中國的起點中文網也有許多作品是出版商看到有高人氣，才與作者聯繫出版實體書，或是改編成遊戲與動畫。在圖 7 圈起來的方框處，可看到第二章第二節介紹的網路文學網站「成為小說家吧」的討論區塊相當高人氣，有 1 百多萬的點擊數（人氣）。可見網路文學也是輕小說綜合討論區的交流因素之一。並且依照第二章第一節的定義，出版實體書的網路文學也視作網路文學作品，因此本研究藉由巴哈姆特的輕小說綜合討論區來收集網路文學讀者的問卷資料。

The screenshot shows a forum page with several posts. The first post is highlighted with a red box around its statistics. The statistics are: 1246 / 1468k p1ayer, dated 11/20 16:47. The post title is '【情報】成為小說家吧, 已出版的日文小說'. The second post is titled '【心得】評《在戀愛遊戲中死掉, 就再也沒辦法復活了喔!》: 讓畫師大大畫個幾頁就爆頭標題超字'. The third post is titled '【心得】退隊流輕小說, 動畫改編《因為不是真正的夥伴(略)》設定介紹及閱讀心得, 解疑相關問題'. The fourth post is titled '【心得】創始魔法師腰斬了'. The fifth post is titled '【討論】現在還有實體小說派的嗎?(會持續買的請進 分享心得 2020/10/26更新收納盒)'. The sixth post is titled '【心得】創始魔法師腰斬了'.

| Category | Post Title | Clicks / Views | Author | Date |
|----------|---|---------------------|-------------|-------------|
| 情報 | 【情報】成為小說家吧, 已出版的日文小說 | 1246 / 1468k p1ayer | p1ayer | 11/20 16:47 |
| 心得 | 【心得】評《在戀愛遊戲中死掉, 就再也沒辦法復活了喔!》: 讓畫師大大畫個幾頁就爆頭標題超字 | 2 / 1166 | gd fate | 11/20 13:55 |
| 疑難雜症 | 本討論串已無文章 | 1 / 442 | f2090565 | 11/19 19:43 |
| 心得 | 【心得】退隊流輕小說, 動畫改編《因為不是真正的夥伴(略)》設定介紹及閱讀心得, 解疑相關問題 | 6 / 1086 | marco0817 | 11/19 18:02 |
| 心得 | 【心得】創始魔法師腰斬了 | 21 / 4009 | raykao0815 | 11/18 02:11 |
| 交流討論 | 【討論】現在還有實體小說派的嗎?(會持續買的請進 分享心得 2020/10/26更新收納盒) | 151 / 30k | jk076618311 | 11/17 00:17 |

圖 7 輕小說綜合討論區，「成為小說家吧」討論區塊人氣度

有許多學術研究也藉由巴哈姆特的高人氣以及高流量來發放問卷，以此來收集大量的問卷數據。巴哈姆特在首頁有專門設置學術問卷專區，供研究者放置網路問卷來收集問卷資料（圖 8）。每日首頁上千萬的瀏覽量可增加學術研究問卷的曝光率，即使只有少部分填答者填寫問卷也可收集到不錯的問卷量。如黃翊煊（2011）調查虛擬社群的資訊分享行為、Jacob Chia-An Tsai（2019）調查網路社群的社區認同、Gen-Yih Liao（2020）調查培養網路社群的忠誠度、Ching-I Teng（2021）調查虛擬物品對玩家的忠誠度等研究，都是藉由巴哈姆特這個平台來做學術研究。



圖 8 巴哈姆特學術研究

Alexa Internet (<https://www.alexa.com>，以下簡稱 Alexa) 是 Amazon 的一家子公司，專門收集網站流量的資訊來製作排名表。可用此排名來衡量網站的相對聲譽，也可以瞭解到企業發放廣告後吸引客戶的成效 (Issa Najafi, 2017)。排名是依據前一個月網站平均每日訪問量和綜合瀏覽量計算得出，訪問者數量和綜合瀏覽量組合最高的網站排名第一 (Alexa Internet, 2021)。

依靠 Alexa 網站查詢流量，在 2021 年 5 月的臺灣網站流量排名中，巴哈姆特的流量排名在第 26 名 (表 4)。排名在巴哈姆特前的網站都較無專門討論網路文學的社群空間，不太適合做此研究的問卷發放。在 Alexa 的臺灣流量排名中，各類網路文學網站的排名都在 50 名之外。在 Alexa 的全球網站流量排名也只有巴哈姆特電玩資訊站排名在 1000 名左右 (表 5)，其他網路文學網站流量排名都比巴哈姆特電玩資訊站低。網路文學網站如表 2 所示，大部分都無讀者間的相互討論空間，唯一有討論區的飛燕文創，討論熱度也不高，大概好幾個月才多一篇討論區塊。相較之下巴哈姆特的討論區，則有較多小說愛好者集結討論各小說的資訊，幾乎每日都有新的討論區塊誕生，討論熱度非常高。這代表有大量的小說讀者會去巴哈姆特的輕小說綜合討論區，尋找感興趣的討論區塊閱覽資訊或參與討論。從網路流量排名以及巴哈姆特的討論熱度來比較，巴哈姆特比其他網路文學網站更適合做問卷發放的研究場域。所以本研究以巴哈姆特首頁的學術研究區域以及輕小說綜合討論區為研究場域，發放問卷收集閱讀網路文學讀者們的閱讀情況。

表 4 Top Sites in Taiwan

| | Site | Daily Time on Site | Daily Pageviews per Visitor | % of Traffic From Search | Total Sites Linking In |
|----|-----------------|--------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------------|
| 1 | Google.com | 17:13 | 18.18 | 0.30% | 1,300,441 |
| 2 | Youtube.com | 19:10 | 10.19 | 13.80% | 988,820 |
| 3 | Ettoday.net | 04:07 | 2.47 | 27.20% | 11,834 |
| 4 | Momoshop.com.tw | 06:36 | 3.29 | 35.40% | 14,904 |
| 5 | Pixnet.net | 02:34 | 2.05 | 61.90% | 50,666 |
| 6 | Yahoo.com | 05:09 | 4.74 | 8.80% | 319,186 |
| 7 | Ltn.com.tw | 03:13 | 2.31 | 35.40% | 18,877 |
| 8 | Facebook.com | 18:40 | 8.82 | 8.90% | 2,181,031 |
| 9 | Google.com.tw | 04:15 | 7.71 | 10.30% | 10,454 |
| 10 | Setn.com | 03:02 | 1.4 | 24.80% | 6,025 |
| 11 | Shopee.tw | 10:46 | 8.53 | 30.00% | 368 |
| 12 | Dcard.tw | 04:09 | 3.86 | 45.60% | 3,025 |
| 13 | Udn.com | 04:35 | 3.12 | 32.70% | 8,779 |
| 14 | Wikipedia.org | 03:46 | 3.07 | 74.80% | 763,999 |
| 15 | Ebc.net.tw | 02:24 | 1.6 | 16.50% | 2,649 |
| 16 | Pchome.com.tw | 05:56 | 6.49 | 37.90% | 10,256 |
| 17 | Newtalk.tw | 03:56 | 2.24 | 35.90% | 3,660 |
| 18 | 104.com.tw | 08:54 | 6.71 | 33.20% | 11,528 |
| 19 | Line.me | 02:30 | 2.49 | 13.30% | 66,419 |
| 20 | Netflix.com | 04:47 | 3.34 | 9.40% | 10,865 |
| 21 | Cna.com.tw | 03:23 | 2.29 | 42.10% | 6,815 |
| 22 | Storm.mg | 02:28 | 1.66 | 46.60% | 5,540 |
| 23 | Edh.tw | 02:12 | 1.95 | 43.80% | 2,321 |
| 24 | Ptt.cc | 03:51 | 4.4 | 41.00% | 852 |
| 25 | Nownews.com | 13:21 | 6.99 | 14.80% | 7,198 |
| 26 | Gamer.com.tw | 04:59 | 2.83 | 27.60% | 3,125 |
| 27 | Microsoft.com | 04:34 | 3.39 | 28.10% | 235,680 |
| 28 | Biggo.com.tw | 02:24 | 2.24 | 57.20% | 1,202 |
| 29 | Cmoney.tw | 06:16 | 3.72 | 37.60% | 2,350 |
| 30 | Appledaily.com | 04:34 | 2.64 | 26.00% | 334 |

資料來源：Alexa，臺灣網站流量排名（2021/06/28）

表 5 網路文學網站與巴哈姆特全球網站流量排名

| 國家 | 網站名稱 | Alexa 90 天內全球網站排名 |
|----|-----------------|-------------------|
| 中國 | 晉江文學城 | 1,936 |
| | 起點中文網 | 7,154 |
| | 縱橫中文網 | 63,105 |
| 日本 | 成為小說家吧(小説家になろう) | 1,865 |
| | 魔法のiらんど | 145,654 |
| | KAKUYOMU(カクヨム) | 31,726 |
| 臺灣 | 飛燕文創(新冒險者天堂) | 1,478,551 |
| | POPO 原創市集 | 241,409 |
| | 鏡文學 | 321,377 |
| | 小說頻道 | 2,591,513 |
| | 巴哈姆特電玩資訊站 | 1,002 |

資料來源：Alexa（2021/07/05）

第五節、閱讀習慣相關研究

習慣可以被定義為在常態的行為中，會為對特定線索的產生自動反應，並在實現特定目標或最終狀態方面起作用（Bas Verplanken, 1999）。簡單來說，習慣的特徵是有重複的歷史，並將一個行為的執行與一個特定的線索相結合而形成，會在有意識或無意識中就完成習慣的行為，例如進入電梯看到鏡子，就會整理自己的服裝儀容。習慣養成後可以在部分情況時提高效率，因為解放了思維能力，可以在同一時間內做其他事情（Bas Verplanken, 2003）。由此定義延伸，本研究所指之「閱讀習慣」是指在長久閱讀書籍的過程中，逐漸固定行為化的閱讀過程，會在特定時間、地點或是某種誘因而產生閱讀的行為動作。

閱讀習慣的形成與閱讀動機、閱讀偏好和閱讀行為息息相關，有閱讀的動機（誘因）才會開始閱讀，有喜歡偏好的讀物才會有意願持續重複的閱讀行為，長久在日常生活中閱讀的行為會慢慢演變成閱讀習慣，如搭乘交通工具會習慣使用手機閱讀網路文學。因此本研究會同時調查讀者們的閱讀動機、偏好、行為及習慣。本章節會探討有關閱讀動機、偏好、行為及習慣的文獻，以製作本研究網路問卷的相關問題。

Ziming Liu (2005) 的研究中，通過邀請受訪者填寫閱讀體驗變化問卷，來研究十年間閱讀數位文章與紙本文章的行為變化。由於十年週期太過漫長，無法獲得受訪者詳細的變化資訊，因此此實驗只調查受訪者行為的變化，如增加、減少或不變等行為變化。

在許鴻勇 (2007) 的研究中，使用網路問卷來調查臺灣民眾對網路小說網站的收費接受度。具體作法是在各個網路小說平臺設置問卷，同時調查讀者與作者

對網路小說平臺收費接受度的看法，同時調查網路成癮對使用小說網站的關聯性。

Ziming Liu (2016) 的研究中，調查中國學生在電腦與手機上閱讀行為的比較。許多訪問者表示利用智慧型手機閱讀可充分的利用時間，無論何時何地都可閱讀，比在電腦上閱讀方便許多。同時女性讀者對紙本書更為偏愛，紙本書的味道與觸感無法被電子用品取代。

在 Fabian T. C. Schmidt (2016) 的研究中，他將 Bas Verplanken (2003) 開發的自我報告習慣指數 (Self-Report Habit Index, 簡稱 SRHI) 用於調查閱讀習慣，並證實了 SRHI 用在測試閱讀習慣時的有效性。在 Schmidt 的研究中，修改了 SRHI 量表的 12 個問題，將閱讀自我報告習慣指數 (Self-Report Habit Index for Reading, 簡稱 SRHI-R) 修改為 10 個問題的調查量表，並由「餘暇時間中閱讀對我來說是甚麼？」來引入問題。

以往研究所指閱讀偏好，通常指書籍的載體 (如紙本書或電子書)，或是書籍類型 (如小說、報紙或非小說)。在 Kat Landry Mueller (2017) 的研究中，擴展了休閒書籍閱讀偏好的研究，擴展的調查包含了作品類型、閱讀載體、書籍語言、書籍來源管道、選書的因素等。調查的結果指出圖書館並不是休閒書籍最好的來源管道。大多數的人都從網路下載免費休閒書籍或是從實體書店購買休閒書籍。

在林巧敏 (2017) 的研究中，探討青少年閱讀輕小說的閱讀動機與閱讀行為。研究使用問卷調查法，向新北市的國中生及高中生發放問卷。收集問卷後使用 SPSS 統計軟體來處理相關資料。研究結果指出男生比女生有更強的閱讀輕小說動機，最喜愛的輕小說類型為奇幻冒險，閱讀輕小說的媒介載體以紙本書為主。

文化部 2018 年臺灣 ACG 產業調查暨民眾消費行為趨勢分析報告（文化部文化統計網，2020），是針對動畫（Anime）、漫畫（Comics）與電子遊戲（Games），合稱為 ACG 的發展與消費行為作調查統計。ACG 的部分內容其實與小說（Novel）略有相關，有不少 ACG 作品都是由小說改編而來的，但此份研究並沒有特別提到小說的部分。在此研究中，讀者們挑選網路漫畫的考量因素優先順位是 1.劇情內容簡介吸引。2.圖面或畫風。3.特定作者的作品。4.有名的作品。5.網路點閱人氣排行高。

Qihua Liu（2020）從縱橫中文網的小說排名榜，研究資訊串聯對付費及免費網路小說的影響變化。資訊串聯（Information Cascades）是指用戶會受前人的評價，而受影響跟從前人的行為（如初始閱讀讀者的評語給予正向意見，後續讀者評語也會偏向正向意見）。研究結果指出不論是免費小說還是付費小說，因排名榜的影響而達到資訊串聯現象上，都有達到顯著影響。其中付費小說的資訊串聯行為比免費小說更顯著。

在林怡秀（2020）的研究中，針對 Ebook Taipei 這個電子書平臺的使用需求與滿意度來調查。在第二章第一節的定義中，網路文學與電子書有部分共同點。研究中以 21~30 歲的年輕族群使用者較多，另外訪問者大多覺得 Ebook Taipei 平臺的書籍量不太充足，也限制了借閱次數，無法滿足使用者需求。

澤崎宏一（2020）的研究中，調查了日本靜岡縣立大學 2009-2018 年的閱讀習慣變化。實驗結果發現大學生的閱讀時間比之前國高中時少，但閱讀網路文章或新聞的時間逐漸增多。

Hitomi Kambara（2021）在研究中，使用 AMRS 量表對日本人調查驗證後，

修改優化使之適合日本人使用。成人閱讀動機量表（Adult Motivation for Reading Scale，簡稱 AMRS）是由 Nicola Schutte（2007）所針對澳大利亞地區開發，目前唯一用於評估成人閱讀動機的工具（Hitomi Kambara，2021）。Nicola Schutte 開發的 AMRS 量表分析了 21 個問題，並將其分為 4 個因素。4 個因素分別為：1. 閱讀作為自我的一部分。2. 閱讀迴避與閱讀效能。3. 閱讀是為了獲得認同。4. 閱讀是為了在其他領域表現更出色。Hitomi Kambara 在研究後修改為 7 個問題，並將其簡化分類成兩個因素：1. 閱讀的重要性。2. 自我效能和閱讀的外在動機。



第三章 研究方法

本章節說明研究方法的設計與實施之情形。本章共分四節，第一節研究方法，第二節研究對象與範圍，第三節研究工具與設計，第四節研究流程，茲分述如下。

第一節、研究方法

本研究採用問卷調查法，調查法是透過一套標準刺激（如問卷），蒐集一群有代表性受訪者的回應或答案，據以分析推估全體母群對於特定問題的態度或行為反應。調查法最大的優勢是能夠在最短的時間內蒐集到最多且嚴謹的量化資料。問卷調查法是透過研究者所設計的問卷，蒐集具代表性填答者所填的答案，來進行分析推估，蒐集廣泛的量化資料，受訪者也不會因為面對研究者而產生心理負擔，收集資料也較容易標準化（邱皓政，2010）。

編製問卷方式使用文獻分析法與專家諮詢法，研究問題參考不同的國外文獻做初稿設計，並考慮網路文學的特性設計適合之題項，之後與指導教授討論修正不適宜的地方。整份問卷分為五個部分。第一部分是受訪者的基本資料。第二部份是受訪者的閱讀偏好。第三部分是受訪者的閱讀行為。第四部份是受訪者的閱讀動機分為兩個構面，分別為：（一）閱讀的重要性，（二）自我效能和閱讀的外在動機。第五部分是受訪者的閱讀習慣，其中又分為閱讀習慣與閱讀習慣的改變兩部份。

為增加問卷效度，在發放正式問卷前，會先請數位測試者填答。針對其所回饋的資訊，經與指導教授討論後，進行問卷問題修正，再製成正式問卷。

第二節、研究對象與範圍

一、研究對象

本研究主要是探討巴哈姆特電玩資訊站使用者閱讀網路文學的習慣，調查對象以有使用各種電子用品閱讀網路文學的民眾為主，未曾閱讀過網路小說的讀者不在調查對象之內。

二、問卷發放

本研究問卷採用網路問卷形式發放，在執行過程中會將問卷設置於巴哈姆特電玩資訊站首頁的學術研究問卷區與哈拉版的輕小說綜合討論區。巴哈姆特電玩資訊站不單只是電玩遊戲的討論網站，除了電玩遊戲以外還有其他娛樂的討論區，其中就包含了輕小說綜合討論區。輕小說討論區在第二章第四節有所介紹，有部分網路文學的讀者會瀏覽此討論區。所以本研究除了巴哈姆特首頁的學術問卷區以外，也會在輕小說綜合討論區同步發放問卷，藉此收集網路文學讀者的問卷。兩個地方的問卷問題相同，最後會綜合兩方的結果一起製作統計資料。發放問卷時間為 1 個月（2021/07/03~2021/08/02）。製作網路問卷的方式是使用 Google 表單功能製作網路問卷。

第三節、研究工具與設計

本研究問卷參考相關的研究論文，將問題大致分為五個類別，分別為基本資料、閱讀偏好、閱讀行為、閱讀動機、閱讀習慣。其中閱讀習慣包含了閱讀習慣與閱讀習慣的改變。

一、基本資料

在許鴻勇（2007）的研究中，使用網路問卷來調查臺灣民眾對網路小說網站的收費接受度。在林巧敏（2017）的研究中，探討青少年閱讀輕小說的閱讀動機與閱讀行為。在林怡秀（2020）的研究中，針對電子書的使用需求與滿意度來調查，在第二章的定義中網路文學與電子書是有部分共同點的。結合三者論文的共通點，再略為修改來設計基本資料問題。問卷第一部分基本資料的調查問題包含【性別】、【年齡】、【出生地】、【學歷】、【職業】等五項。

二、閱讀偏好

以往研究所指閱讀偏好，通常指書籍的載體（如紙本書或電子書），或是書籍類型（如小說、報紙或非小說）。在 Kat Landry Mueller（2017）的研究中，閱讀偏好擴展到喜好作品類型、閱讀載體、書籍語言、書籍來源管道、選書的因素等項目。因此本研究所指之閱讀偏好，是指讀者閱讀讀物的喜好，包含使用的閱讀工具、喜愛的讀物類型、作品來源國、閱讀地點等。此類問題問卷設計參考文化部文化統計網（2020）的調查報告以及許鴻勇（2007）、Ziming Liu（2016）、Qihua Liu（2020）與澤崎宏一（2020）等人的研究論文。文化部 2018 年臺灣 ACG 產業調查暨民眾消費行為趨勢分析報告中，ACG 的部分內容其實與小說（Novel）略有相關，有不少 ACG 作品都是由小說改編而來的。且小說同屬娛樂項目之一，因此本研究將漫畫的調查資料部分引用至網路文學的調查上。最常使用的小說網站問題會使用第二章第二節的網路文學平臺，作品類型問題會依據第二章第三節的分類來設計問題。挑選作品的因素參考 Qihua Liu（2020）的研究，

再增加一些其他的研究因素，用以瞭解臺灣民眾會受哪些因素影響挑選網路小說的選擇動作。

問卷第二部分閱讀偏好的調查問題分為【閱讀工具】、【閱讀時間點】、【閱讀地點】、【作品來源國】、【使用的小說網站】、【作品類型】、【挑選作品的因素】等七項。

三、閱讀行為

閱讀行為是指閱讀者實際從事閱讀活動的方式、花在閱讀的時間及閱讀書本的數量（黃家瑩，2006）。此類問題問卷設計參考文化部文化統計網（2020）的調查報告以及許鴻勇（2007）等人的研究論文。問卷第三部分閱讀行為的調查問題分為【閱讀時間】、【閱讀資歷】、【閱讀數量】、【閱讀誘因】、【資訊來源管道】、【購買誘因】、【付費調查】、【數位化對實體本的影響】、【離線閱讀數量】等九項。

四、閱讀動機

閱讀動機被定義為激發和維持閱讀活動的內在過程，是一種思想、信念和自我認知，為維持與閱讀有關的活動提供了動力（Norman J. Unrau，2014）。閱讀動機的問題使用 Hitomi Kambara（2021）在研究中針對日本人調查驗證後，經過修改優化的成人閱讀動機量表（Adult Motivation for Reading Scale，簡稱 AMRS）。Hitomi Kambara 簡化的 AMRS 量表由日本人測試過，比 Nicola Schutte（2007）針對澳大利亞地區開發的原始 AMRS 量表，更適合同為亞洲區黃種人的臺灣人使用。

Hitomi Kambara (2021) 的 AMRS 量表分為兩個部分，分別為閱讀的重要性以及自我效能和閱讀的外在動機 (表 6)。其中閱讀的重要性有三題，自我效能和閱讀的外在動機有四題。但由於本研究題目是針對網路文學作問答的，有略為修改自我效能和閱讀的外在動機的 5、6、7 問題選項，使之較適合網路文學方面的回答。

問卷第四部份閱讀動機的量表評分方式使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意 (1 分)」到「非常同意 (5 分)」分為五個等級。另外會與前面調查的性別及職業身分做 T 檢定分析，與閱讀時間和閱讀數量一起做單因數變異數分析 (ANOVA)。

表 6 成人閱讀動機量表

| | | 問題 |
|------|--------------|---|
| 閱讀動機 | 閱讀的重要性 | 1.不讀書，我的生活很無聊。 |
| | | 2.花時間閱讀對我來說非常重要。 |
| | | 3.與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。 |
| | 自我效能和閱讀的外在動機 | 4.告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。 |
| | | 5.我喜歡閱讀需要多加思索的小說 (如推理小說或隱藏的伏筆橋段)，以考驗我的推理能力。 |
| | | 6.我相信我能讀懂需要多加思索的小說。 |
| | | 7.閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。 |

五、閱讀習慣

問卷第五部分閱讀習慣的調查分為兩大類，第一類是閱讀習慣，第二類是閱讀習慣的變化。第一類閱讀習慣的調查使用 Schmidt (2016) 的 SRHI-R 問卷。該量表顯示出良好的心理計量學特性，並支持內部和外部的有效性。閱讀自我報告習慣指數 (Self-Report Habit Index for Reading, 簡稱 SRHI-R) 分為 10 個項目的調

查（表 7），並由「餘暇時間中閱讀對我來說是甚麼？」來引入問題。

閱讀習慣的量表評分方式使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意（1 分）」到「非常同意（5 分）」分為五個等級。另外會與前面調查的性別及職業身分做 T 檢定分析，與閱讀時間和閱讀數量一起做單因數變異數分析（ANOVA）。

表 7 閱讀自我報告習慣指數

| | |
|----------------------|--------------------------|
| 閱讀 習慣 | 我在餘暇時間閱讀的習慣是？ |
| | 1.我經常閱讀。 |
| | 2.我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。 |
| | 3.我不知不覺就在閱讀。 |
| | 4.如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 |
| | 5.我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。 |
| | 6.需要努力克制自己才能不去閱讀。 |
| | 7.閱讀已經是我的日常例行活動。 |
| | 8.我不需要去想就會去閱讀。 |
| | 9.餘暇時間閱讀是我的個人風格。 |
| 10.我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 | |

第二類閱讀習慣的變化使用 Ziming Liu（2005）的問卷。此研究有略修改研究問題來調查閱讀網路文學與紙本書的習慣變化（表 8）。量表評分方式 1~5 題使用四個選項，選項分為「減少」、「增多」、「不變」、「不知道」四種。6~13 題使用四個選項「總是」、「頻繁」、「偶爾」、「從不」四種。14 題使用四個選項「紙本小說」、「網路小說」、「兩者皆可」、「其他」四種。

表 8 閱讀網路小說與紙本小說時的習慣變化

| | |
|--|-----------------------------------|
| 閱讀 網路 小說 後的 改變 | 1.花在閱讀上的時間。 |
| | 2.閱讀紙本小說時間的占比。 |
| | 3.閱讀網路小說時間的占比。 |
| | 4.在開始閱讀網路小說後，你閱讀的書籍量？ |
| | 5.在開始閱讀網路小說後，你閱讀的書籍類別？（如奇幻、愛情、同人） |
| 閱讀 網路 小說 與紙 本小 說的 差異 | 6.網路小說閱讀完時會再去尋找新的網路小說。 |
| | 7.紙本小說閱讀完時會再去尋找新的紙本小說。 |
| | 8.網路小說閱讀完時，會在重看一遍回顧劇情。 |
| | 9.紙本小說閱讀完時，會在重看一遍回顧劇情。 |
| | 10.閱讀網路小說會撰寫心得文分享或與他人討論劇情。 |
| | 11.閱讀紙本小說會撰寫心得文分享或與他人討論劇情。 |
| | 12.閱讀紙本小說時會與其他事情一起做？（如走路、吃飯、上廁所） |
| | 13.閱讀網路小說時會與其他事情一起做？（如走路、吃飯、上廁所） |
| 14.閱讀時，同樣的小說優先選擇哪一類？ | |

五、統計方法

本研究根據研究目的，使用 IBM SPSS 28.0 版之統計軟體進行資料分析，以及使用 Excel 製作圖表。分析內容分為 1.描述性統計分析。2.信度檢定。3.T 檢定分析。4.單因數變異數分析（ANOVA）。

回收問卷後，先將問卷進行編碼，轉化為可辨識的文字或數字。問卷各題項會先進行描述型統計分析，如基本資料及閱讀偏好。之後再運用次數分配、交叉分析、T 檢定及單因數變異數分析（ANOVA）等統計方法分析各題項。期望瞭解臺灣民眾各族群在閱讀偏好、閱讀行為、閱讀動機與閱讀習慣上的差異。

首先對受訪者的基本資料作統計分析，分別對受訪者的性別、年齡、出生地、學歷、職業等做次數統計，調查受訪者的分佈狀況。接著對受訪者的閱讀偏好、閱讀行為等項目類別作描述性統計分析。各別的项目會參考文化部文化統計網（2020）的 ACG 產業調查研究，使用特定資料製作交叉表觀察數據。

最後針對閱讀動機以及閱讀習慣做信度檢定、T 檢定與單因數變異數分析

(ANOVA)。在本問卷中，有兩個部分採用李克特量表，分別是閱讀動機的 AMRS 量表以及閱讀習慣的 SRHI-R 量表。針對李克特量表會做信度檢定，衡量標準使用 Cronbach's α 進行係數分析，以檢測問卷量表的內部一致性。

接著會使用性別、職業身分、閱讀時間、閱讀數量 (Fabian T. C. Schmidt, 2016; 林巧敏, 2017; 林怡秀, 2020; Hitomi Kambara, 2021) 做 T 檢定與單因數變異數分析 (ANOVA)。本研究將利用 T 檢定分析不同性別、職業身分，在閱讀動機及閱讀習慣上是否存在顯著差異。單因數變異數分析 (ANOVA) 則用於檢驗不同的閱讀時間與閱讀數量，在閱讀動機及閱讀習慣上是否存在顯著差異。



第四節、研究流程



圖 9 研究流程圖

- 一、 擬定研究主題：以網路文學閱讀習慣為研究主題，由於閱讀習慣與其他項目有相關連，因此同時調查讀者的閱讀動機、偏好以及行為。
- 二、 確定研究問題及目的：確定研究目的為調查網路文學讀者的閱讀習慣，並選擇研究對象與範圍。
- 三、 蒐集與整理相關文獻：閱讀相關文獻，瞭解不同調查項目評量方式的

量表。

- 四、 設計研究問卷：依據研究問題及目的，與先前蒐集之文獻資料作結合設計問卷題目。
- 五、 問卷前測與修正：為避免正式發放問卷出問題，在正式發放問卷前，先進行小範圍的測試。針對受訪者所回饋的內容，修正問卷中的問題。
- 六、 正式問卷發放及回收：問卷內容確定後，製成網路問卷並招募網路文學讀者填寫問卷，後回收問卷整理填答結果。
- 七、 問卷結果分析：先將回收之填答結果進行編碼，再運用統計軟體 IBM SPSS 工具分析問卷之調查結果。
- 八、 結論與建議：最後依據文獻探討及問卷資料的統計結果，提出研究結論與建議。



第四章 研究結果與分析

本章節彙整問卷回饋答案，使用 SPSS 統計軟體分析統計結果並加以討論。部分圖表使用 Excel 軟體繪製。問卷於 2021 年 7 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日期間發放，為期 30 日。共計回收 168 份問卷，其中有效問卷為 168 份。根據問卷調查結果，以統計方式進行分析資料，將分成六節作探討。第一節為基本資料分析；第二節為閱讀偏好分析；第三節為閱讀行為分析；第四節為閱讀動機分析；第五節為閱讀習慣分析；第六節為綜合討論。

第一節、基本資料分析

本節針對問卷第一部分基本資料進行分析，內容包含【性別】、【年齡】、【出生地】、【學歷】、【職業】等五項。在性別方面，男性 110 人（65.48%），女性 58 人（34.52%），在閱讀網路小說的問卷調查中以男性居多。在年齡分佈中，以 21-30 歲區段最多，共 79 人（佔 47.02%），其次依序為 20 歲以下共 49 人（佔 29.17%），31-40 歲區段共 35 人（佔 20.83%），41-50 歲區段共 4 人（佔 2.38%），51-60 歲區段共 1 人（佔 0.60%）。請詳見表 9。

在出生地分佈情況中，大部分的填答者都為臺灣人。有部分中國、香港、日本民眾也填答了此問卷，共計 6 人（佔 3.57%）。這 6 人的職業都為學生，推測應是留學生身份，因來臺灣留學才接觸到巴哈姆特電玩資訊站。請詳見表 10。

在教育程度分佈情況中，以大學學歷最多，共 93 人（佔 55.36%），其次依序為高中（職）學歷共 35 人（佔 20.83%），研究所（含以上）學歷共 20 人（佔

11.90%)，國(初)中學歷共11人(佔6.55%)、專科學校學歷共8人(佔4.76%)、國小(含以下)學歷共1人(佔0.60%)。若將高中為分界線，高中(含)以下的人數較少，佔27.98%。大學以上學歷(含專科、研究所)者較多，佔72.02%。請詳見表11。

表 9 性別與年齡分佈概況

| 性別 年齡 | 男性 | | 女性 | | 總計 | |
|----------|-----|--------|----|--------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 20歲以下 | 30 | 17.86% | 19 | 11.31% | 49 | 29.17% |
| 21-30歲 | 51 | 30.36% | 28 | 16.67% | 79 | 47.02% |
| 31-40歲 | 25 | 14.88% | 10 | 5.95% | 35 | 20.83% |
| 41-50歲 | 3 | 1.79% | 1 | 0.60% | 4 | 2.38% |
| 51-60歲 | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% |
| 總計 | 110 | 65.48% | 58 | 34.52% | 168 | 100.00% |

註：N=168

表 10 出生地次數分佈概況

| 出生地 | 人數 | 百分比 |
|-----|-----|---------|
| 臺灣 | 162 | 96.43% |
| 中國 | 3 | 1.79% |
| 香港 | 2 | 1.19% |
| 日本 | 1 | 0.60% |
| 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

在職業分佈情況中，以學生最多，共77人(佔45.83%)佔據了約一半的問卷填答者。其次依序為服務業共21人(佔12.50%)，自由業共20人(佔11.90%)，製造業共19人(佔11.31%)，公職人員共6人(佔3.57%)，資訊業、醫護、金融各4人，教師與軍警各3人，家管與農漁各2人，科技業、研究人員、待業者各1人。若將學生與其他職業身分者分成兩個群體，將學生以外的職業者合稱為社會人士。

則學生共77人（佔45.83%），社會人士共91人（佔54.17%），兩者約各佔一半。

請詳見表12。

表 11 教育程度次數分佈概況

| 教育程度 | 人數 | 百分比 | 教育程度 | 人數 | 百分比 |
|----------|-----|---------|---------------|-----|---------|
| 國小（含）以下 | 1 | 0.60% | 高中（含） 以下 | 47 | 27.98% |
| 國（初）中 | 11 | 6.55% | | | |
| 高中（職） | 35 | 20.83% | | | |
| 專科學校 | 8 | 4.76% | 大學（含專 科）以上 | 121 | 72.02% |
| 大學 | 93 | 55.36% | | | |
| 研究所（含）以上 | 20 | 11.90% | | | |
| 總計 | 168 | 100.00% | 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

表 12 各職業人數分佈概況

| 職業 | 人數 | 百分比 | 職業 | 人數 | 百分比 | | | |
|------|-----|---------|------|----|--------|----|-----|---------|
| 學生 | 77 | 45.83% | 學生 | 77 | 45.83% | | | |
| 教師 | 3 | 1.79% | 社會人士 | 91 | 54.17% | | | |
| 醫護 | 4 | 2.38% | | | | | | |
| 服務業 | 21 | 12.50% | | | | | | |
| 科技業 | 1 | 0.60% | | | | | | |
| 金融 | 4 | 2.38% | | | | | | |
| 家管 | 2 | 1.19% | | | | | | |
| 農漁 | 2 | 1.19% | | | | | | |
| 自由業 | 20 | 11.90% | | | | | | |
| 製造業 | 19 | 11.31% | | | | | | |
| 軍警 | 3 | 1.79% | | | | | | |
| 資訊業 | 4 | 2.38% | | | | | | |
| 公職人員 | 6 | 3.57% | | | | | | |
| 研究人員 | 1 | 0.60% | | | | | | |
| 待業 | 1 | 0.60% | | | | | | |
| 總計 | 168 | 100.00% | | | | 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

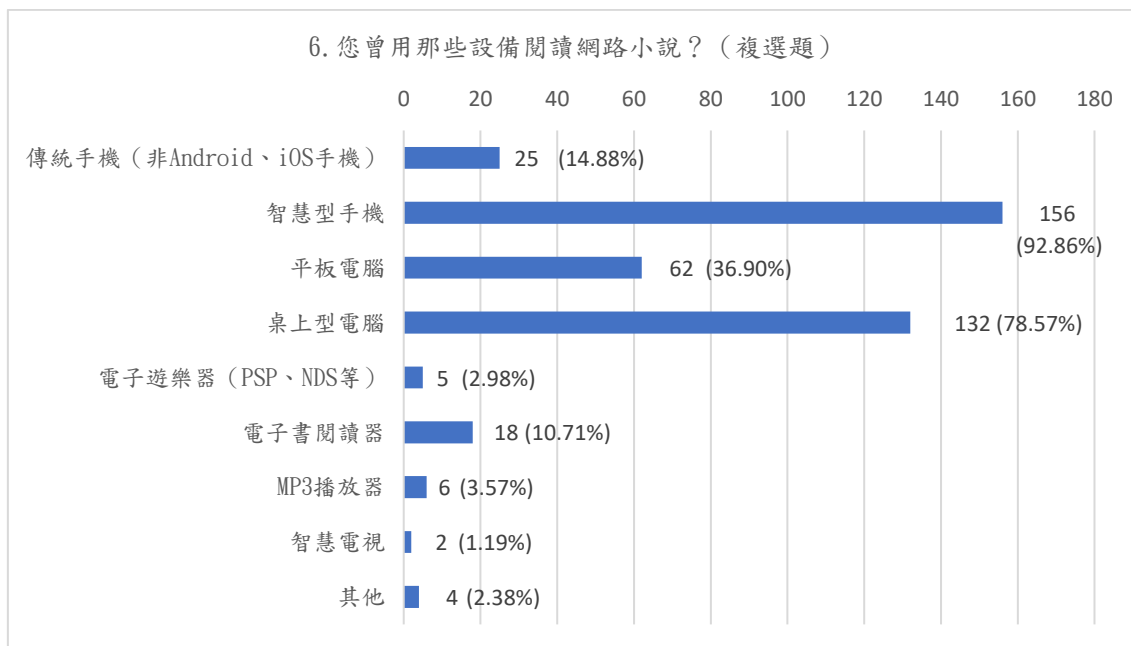
第二節、閱讀偏好分析

本節針對問卷第二部分閱讀偏好作分析，調查方面有【閱讀工具】、【閱讀時間點】、【閱讀地點】、【作品來源國】、【使用的小說網站】、【作品類型】、【挑選作品的因素】等七項。

閱讀工具的調查分為兩部分，分別是問卷第6題調查曾使用過的設備，問卷第7題調查目前最常使用的設備。

閱讀網路小說曾使用過的設備調查採用複選題作答。各讀者在曾使用過閱讀網路小說的設備上，以智慧型手機是最多使用者使用過的。在圖10曾使用的設備調查中，有156位使用者（佔92.86%）都曾使用過智慧型手機閱讀。其次依序是桌上型電腦132位（佔78.57%），平板電腦62位（佔36.90%）、傳統手機25位（佔14.88%）、電子書閱讀器18位（佔10.71%），MP3播放機6位（佔3.57%），電子遊樂器5位（佔2.98%），智慧電視2位（佔1.19%），其他選項的使用者有4位（佔2.38%），使用的設備有PDA（Personal Digital Assistant，個人數位助理）與筆記型電腦。傳統手機、MP3播放機大部分支援txt檔案的讀取，是在智慧型手機與平板電腦還未流行前，代替桌上型電腦使用的閱讀設備。請詳見圖10。

最常使用的閱讀設備調查採用單選題作答。在調查中，只有109位（佔64.88%）使用智慧型手機。可見有些人不習慣使用螢幕過小的設備閱讀小說，雖嘗試用過智慧型手機閱讀，但最常使用的是其他閱讀設備。其次最常閱讀的設備依序是桌上型電腦43位（佔25.60%），平板電腦8位（佔4.76%），傳統手機與電子書閱讀器各3位（各佔1.79%），筆記型電腦2位（佔1.19%）。請詳見表13。



註：N=168

圖 10 閱讀網路小說曾使用過的設備

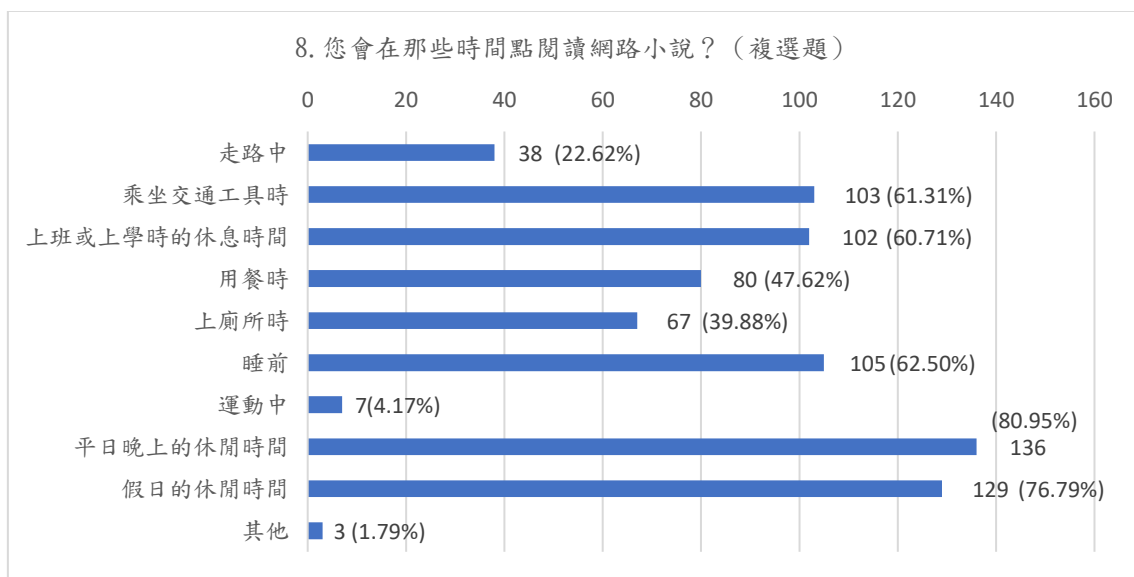
表 13 最常使用的設備分佈概況

| 設備 | 總計 | |
|--------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 |
| 傳統手機 | 3 | 1.79% |
| 智慧型手機 | 109 | 64.88% |
| 平板電腦 | 8 | 4.76% |
| 桌上型電腦 | 43 | 25.60% |
| 電子書閱讀器 | 3 | 1.79% |
| 筆記型電腦 | 2 | 1.19% |
| 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

閱讀時間點的調查是問卷第8題，採用複選題作答。在調查中，以晚上的休閒時間點是最多讀者勾選的，有136位（佔80.95%）。其次依序是假日的休閒時間129位（佔76.79%），睡前105位（佔62.50%），乘坐交通工具時103位（佔

61.31%)，上班或上學時的休息時間102位(佔60.71%)，用餐時80位(佔47.62%)，上廁所時67位(佔39.88%)，走路中38位(佔22.62%)，運動中7位(佔4.17%)，其他3位(佔1.79%)都是不固定時段閱讀。約8成左右的讀者都會在晚上或假日的休閒時間閱讀網路小說。約6成的讀者在乘坐交通工具、上班/上學休息時間與睡前閱讀網路小說，打發零碎的空閒時間。請詳見圖11。



註：N=168

圖 11 閱讀時間點

閱讀地點的調查是問卷第9題，採用單選題作答。在調查中以家裡閱讀的讀者最多，共有136位(佔80.95%)。其次依序為交通工具上12位(佔7.14%)，公司或學校11位(佔6.55%)，不知道/忘記了4位(佔2.38%)，床上2位(佔1.19%)，圖書館、空曠公共地區(如公園、運動場)、醫院各1位(各佔0.60%)。請詳見表14。

作品來源國的調查是問卷第10題，調查讀者最喜歡閱讀哪個國家的網路小說。

依照文化部文化統計網（2020）的ACG產業調查研究，同樣使用年齡製作交叉表，在調查中以日本的網路小說最受歡迎，有71人（佔42.26%）選擇此類。其次依序是無偏好57人（佔33.93%），中國網路小說35人（佔20.83%），臺灣網路小說4人（佔2.38%），香港網路小說1人（佔0.60%）。另外可發現20歲以下的年輕人多數偏好日本網路小說，21-40歲的青壯年人則是以無特定偏好最多。請詳見表15。

表 14 最常閱讀的地點分佈概況

| 地點 | 總計 | |
|---------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 |
| 交通工具上 | 12 | 7.14% |
| 家裡 | 136 | 80.95% |
| 圖書館 | 1 | 0.60% |
| 公司或學校 | 11 | 6.55% |
| 空曠公共地區 | 1 | 0.60% |
| 不知道/忘記了 | 4 | 2.38% |
| 醫院 | 1 | 0.60% |
| 床上 | 2 | 1.19% |
| 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

表 15 閱讀偏好國家依年齡分別計次之分配表

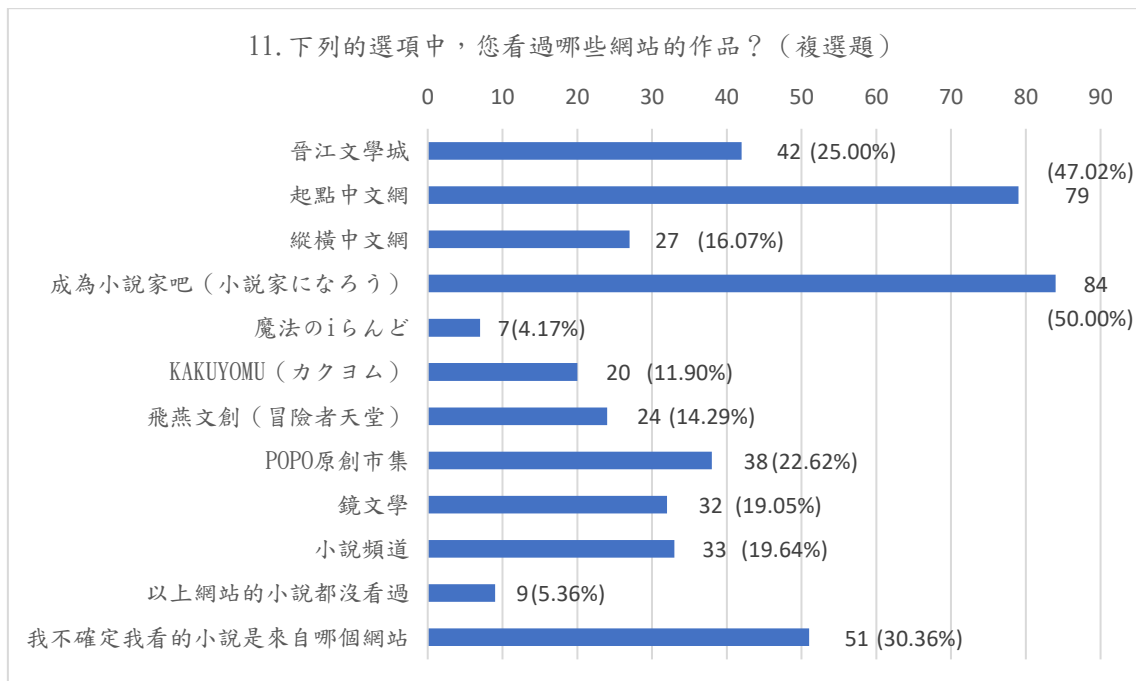
| 國家 \ 年齡 | 20歲以下 | | 21-30歲 | | 31-40歲 | | 41-50歲 | | 51-60歲 | | 總計 | |
|---------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 臺灣 | 1 | 0.60% | 3 | 1.79% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 4 | 2.38% |
| 中國 | 5 | 2.98% | 19 | 11.31% | 9 | 5.36% | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% | 35 | 20.83% |
| 日本 | 36 | 21.43% | 23 | 13.69% | 11 | 6.55% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 71 | 42.26% |
| 無特定偏好 | 6 | 3.57% | 34 | 20.24% | 15 | 8.93% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 57 | 33.93% |
| 香港 | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% |
| 總計 | 49 | 29.17% | 79 | 47.02% | 35 | 20.83% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 168 | 100.00% |

註：N=168

使用的小說網站調查分為兩個部分，分別是問卷第11題調查曾看過的小說網

站，以及問卷第12題調查目前最常使用哪個網站（或軟體）閱讀網路小說。

曾看過的小說網站調查採用複選題作答。在調查中，有約5成民眾看過中國的起點中文網與日本的成為小說家吧的作品。約2成的民眾有閱讀過臺灣的網路小說（飛燕文創、POPO原創市集、鏡文學、小說頻道）。有約三成的民眾不確定自己看過的小說來自哪個網站，推測有可能是使用盜版網站或軟體來閱讀網路小說。請詳見圖12。



註：N=168

圖 12 曾看過的小說網站調查

在最常使用哪個網路小說網站（或軟體）的調查採用單選題作答。在調查中，以日本的成為小說家吧為最多人使用的網站，有47人（佔27.98%）都使用此網站閱讀網路小說。次多人使用的網站為中國的起點中文網，有26人（佔15.48%）使

用。在其他的選項中包含了原創星球、Bookwalker、巴哈姆特、Pixiv、Google圖書、菠蘿包輕小說、紙言、EP、PTT marvel版、刺蝟貓、讀墨電子書等項目。盜版網站或軟體的項目則是經查證後，確認為複製其他網路文學網站的小說或是擅自翻譯日本文學網站小說的網站或軟體。項目有真白萌、動漫之家、UU看書網、愛下電子書、飛翔鳥、多點小說app、鉛筆小說、ESJ、繁體小說網、筆趣閣、飄天文學、輕鬆讀小說、伊莉、alreader、卡提諾、線上小說閱讀器、輕小說文庫等。請詳見表16。

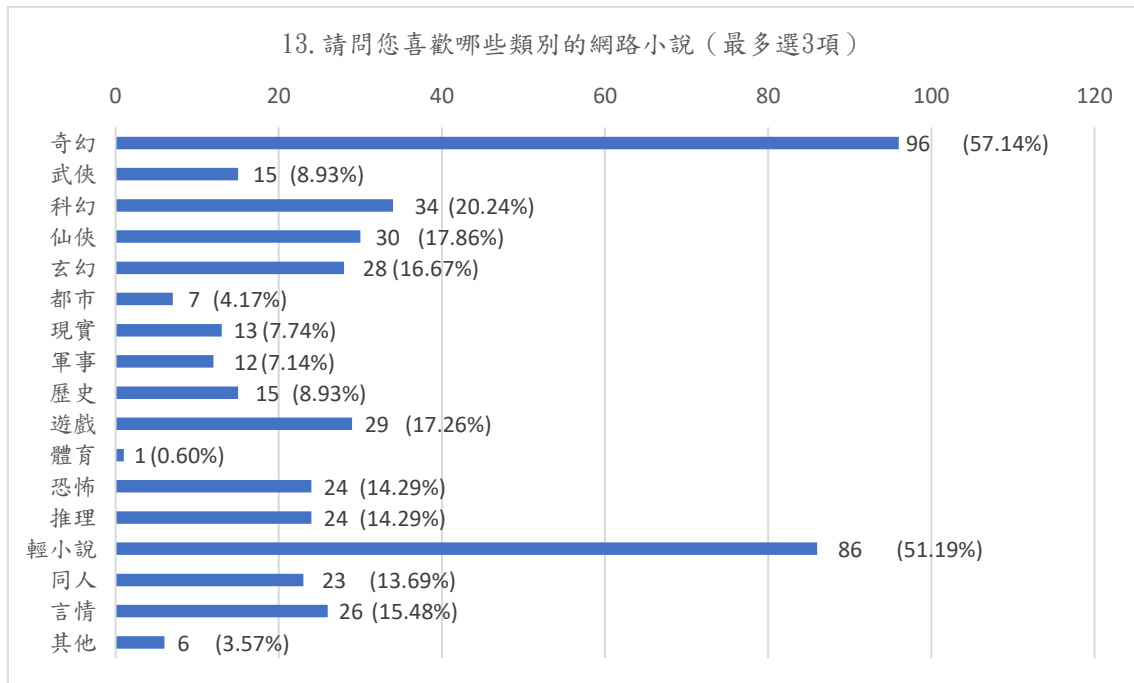
表 16 最常使用網路小說網站分佈概況

| 使用網站 | 總計 | |
|-----------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 |
| 晉江文學城 | 15 | 8.93% |
| 起點中文網 | 26 | 15.48% |
| 縱橫中文網 | 5 | 2.98% |
| 成為小說家吧 | 47 | 27.98% |
| 魔法のiらんど | 2 | 1.19% |
| KAKUYOMU | 2 | 1.19% |
| 飛燕文創 | 3 | 1.79% |
| POPO 原創市集 | 12 | 7.14% |
| 鏡文學 | 7 | 4.17% |
| 小說頻道 | 6 | 3.57% |
| 其他 | 21 | 12.50% |
| 盜版網站或軟體 | 22 | 13.10% |
| 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

作品類型的調查是問卷第13題，調查讀者們喜愛的網路小說類別，採用複選題作答，每個人最多只能勾選三項類別。調查中以奇幻類別及輕小說類別最多人喜愛，有約5成的讀者都喜歡這2個類別。體育類別則是最少人喜愛觀看的網路小

說。在其他的選項中包含了純哲學文學、百合、色情、耽美等項目。請詳見圖13。



註：N=168

圖 13 喜愛小說類別調查

挑選作品的因素調查是問卷第14題。在調查中，每個影響因素只會排一次順位，如第一、第二順位元最高次數都是「作品題材、類型」，因此第二順位的影響因素為第二高次數的「看過動畫、電影或漫畫等改編作品而想看原作小說」因素。排名第一順位元是「作品題材、類型」最多人選擇，有67人選擇此項（佔39.88%）。第二順位是「看過動畫、電影或漫畫等改編作品而想看原作小說」，有27人選擇此項（16.07%）。第三順位是「其他讀者的評論」與「看過同作者其他作品」兩個選項，各有20人（佔11.90%）。第四順位是「可否免費閱讀」，有19人選擇此項（佔11.31%）。第五順位是「作品是否完結」，有21人選擇此項

(12.50%)。填寫其他的因素有受協力廠商排行榜影響(如這本輕小說真厲害!年度排行榜)、書名影響、封面或插畫影響、簡介影響、無CP影響(指主角沒有特定配偶,如整篇故事只有男主角沒有女主角,或是主角跟複數角色有親密關係)、好或壞結局影響、用詞通順影響等。請詳見表17。

表 17 挑選作品的影響因素順位

| 影響因素 | 第一順位 | | 第二順位 | | 第三順位 | | 第四順位 | | 第五順位 | |
|---------------------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|
| | 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 |
| 1.網站點擊數排名 | 5 | 2.98% | 11 | 6.55% | 8 | 4.76% | 12 | 7.14% | 6 | 3.57% |
| 2.網站月票數排名 | 0 | 0.00% | 3 | 1.79% | 5 | 2.98% | 2 | 1.19% | 4 | 2.38% |
| 3.網站收藏榜排名 | 2 | 1.19% | 6 | 3.57% | 6 | 3.57% | 5 | 2.98% | 3 | 1.79% |
| 4.網站推薦榜排名 | 5 | 2.98% | 11 | 6.55% | 15 | 8.93% | 12 | 7.14% | 19 | 11.31% |
| 5.作品字數 | 4 | 2.38% | 10 | 5.95% | 14 | 8.33% | 12 | 7.14% | 8 | 4.76% |
| 6.其他讀者的評論 | 8 | 4.76% | 15 | 8.93% | 20 | 11.90% | 31 | 18.45% | 21 | 12.50% |
| 7.是否可免費閱讀 | 22 | 13.10% | 16 | 9.52% | 15 | 8.93% | 19 | 11.31% | 13 | 7.74% |
| 8.親友推薦或親友正在觀看 | 3 | 1.79% | 5 | 2.98% | 12 | 7.14% | 10 | 5.95% | 13 | 7.74% |
| 9.作品是否完結 | 13 | 7.74% | 16 | 9.52% | 18 | 10.71% | 9 | 5.36% | 21 | 12.50% |
| 10.看過動畫、電影或漫畫等改編作品而想看原作小說 | 21 | 12.50% | 27 | 16.07% | 14 | 8.33% | 19 | 11.31% | 15 | 8.93% |
| 11.作品題材、類型 | 67 | 39.88% | 30 | 17.86% | 17 | 10.12% | 12 | 7.14% | 12 | 7.14% |
| 12.看過同作者其他作品 | 15 | 8.93% | 15 | 8.93% | 20 | 11.90% | 14 | 8.33% | 17 | 10.12% |
| 13.看過新聞或雜誌文章報導而感興趣 | 0 | 0.00% | 2 | 1.19% | 3 | 1.79% | 8 | 4.76% | 10 | 5.95% |
| 14.其他因素 | 3 | 1.79% | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% | 3 | 1.79% | 6 | 3.57% |
| 總計 | 168 | 100.00% | 168 | 100.00% | 168 | 100.00% | 168 | 100.00% | 168 | 100.00% |

註：N=168

第三節、閱讀行為分析

本節針對問卷第三部分閱讀行為作分析，調查方面有【閱讀時間】、【閱讀資歷】、【閱讀數量】、【閱讀誘因】、【資訊來源管道】、【購買誘因】、【付費調查】、【數位化對實體本的影響】、【離線閱讀數量】等九項。

閱讀時間的調查是問卷第15題，採用單選題作答。依照文化部文化統計網（2020）的ACG產業調查研究，同樣使用年齡製作交叉表。在調查中，每日閱讀時間最多的選項是31分鐘-1小時，有52人（佔30.95%）。其次依序為1-2小時37人（佔22.02%），4小時以上23人（佔13.69%），30分鐘內21人（佔12.5%），2-3小時13人（佔7.74%），3-4小時與不知道/忘記了選項各都11人（各佔6.55%）。另外可發現20歲以下的讀者每日閱讀時間多為31分鐘-1小時。21-30歲的讀者每日閱讀時間雖還是31分鐘-1小時最多，但與次之的1-2小時讀者人數差距不大。請詳見表18。

表 18 每日閱讀時間依年齡分別計次之分配表

| 時間 \ 年齡 | 20歲以下 | | 21-30歲 | | 31-40歲 | | 41-50歲 | | 51-60歲 | | 總計 | |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 30分鐘內 | 3 | 1.79% | 11 | 6.55% | 7 | 4.17% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 21 | 12.50% |
| 31分鐘-1小時 | 18 | 10.71% | 22 | 13.10% | 10 | 5.95% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 52 | 30.95% |
| 1-2小時 | 8 | 4.76% | 18 | 10.71% | 8 | 4.76% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 37 | 22.02% |
| 2-3小時 | 3 | 1.79% | 8 | 4.76% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 13 | 7.74% |
| 3-4小時 | 3 | 1.79% | 6 | 3.57% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 11 | 6.55% |
| 4小時以上 | 9 | 5.36% | 9 | 5.36% | 5 | 2.98% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 23 | 13.69% |
| 不知道/忘記了 | 5 | 2.98% | 5 | 2.98% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 11 | 6.55% |
| 總計 | 49 | 29.17% | 79 | 47.02% | 35 | 20.83% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 168 | 100.00% |

註：N=168

閱讀資歷的調查是問卷第16題，採用單選題作答。依照文化部文化統計網（2020）的ACG產業調查研究，同樣使用年齡製作交叉表。在閱讀資歷的調查中，總計閱讀資歷最多的是10年以上時間區段，有46人（佔27.38%）。其次依序為5-10年有33人（19.64%），2-3年有22人（13.10%），1-2年有19人（11.31%）。3-4年與4-5年各15人（8.93%），1年以內與不知道/忘記了各9人（5.36%）。另外可發現在21-30歲和31-40歲年齡選項中都是10年以上的閱讀者最多。20歲以下的青少年則是以2-3年和3-4年兩個時間選項最多。不過有一位在20歲以下的青少年，閱讀網路小說達10年以上，代表至少10歲起就開始接觸到網路小說。請詳見表19。

表 19 閱讀資歷依年齡分別計次之分配表

| 時間 \ 年齡 | 20歲以下 | | 21-30歲 | | 31-40歲 | | 41-50歲 | | 51-60歲 | | 總計 | |
|---------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 1年以內 | 5 | 2.98% | 2 | 1.19% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 9 | 5.36% |
| 1-2年 | 6 | 3.57% | 11 | 6.55% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 19 | 11.31% |
| 2-3年 | 13 | 7.74% | 6 | 3.57% | 3 | 1.79% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 22 | 13.10% |
| 3-4年 | 10 | 5.95% | 3 | 1.79% | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 15 | 8.93% |
| 4-5年 | 4 | 2.38% | 9 | 5.36% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 15 | 8.93% |
| 5-10年 | 9 | 5.36% | 19 | 11.31% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 33 | 19.64% |
| 10年以上 | 1 | 0.60% | 25 | 14.88% | 17 | 10.12% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 46 | 27.38% |
| 不知道/忘記了 | 1 | 0.60% | 4 | 2.38% | 4 | 2.38% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 9 | 5.36% |
| 總計 | 49 | 29.17% | 79 | 47.02% | 35 | 20.83% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 168 | 100.00% |

註：N=168

閱讀數量的調查是問卷第17題，採用單選題作答。依照文化部文化統計網（2020）的ACG產業調查研究，同樣使用年齡製作交叉表。在每年閱讀數量的調查中，總計閱讀最多的是20套以上51人（佔30.36%）。其次依序為2~5套50人（佔29.76%），6~10套23人（佔13.69%），11~20套21人（佔12.50%），1套以內

12人（佔7.14%），不知道/忘記了11人（6.55%）。另外可發現20歲以下與31-40歲閱讀數量最多的選項都是20套以上。21-30歲閱讀數量最多的選項是2~5套，次之的選項也是20套以上。唯一一位收集到的51-60歲讀者也是每年閱讀20套小說以上。請詳見表20。

表 20 閱讀數量依年齡分別計次之分配表

| 年齡 數量 | 20歲以下 | | 21-30歲 | | 31-40歲 | | 41-50歲 | | 51-60歲 | | 總計 | |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 1套以內 | 2 | 1.19% | 5 | 2.98% | 5 | 2.98% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 12 | 7.14% |
| 2~5套 | 12 | 7.14% | 28 | 16.67% | 9 | 5.36% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 50 | 29.76% |
| 6~10套 | 10 | 5.95% | 10 | 5.95% | 3 | 1.79% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 23 | 13.69% |
| 11~20套 | 8 | 4.76% | 7 | 4.17% | 4 | 2.38% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 21 | 12.50% |
| 20套以上 | 15 | 8.93% | 24 | 14.29% | 11 | 6.55% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 51 | 30.36% |
| 不知道/忘記了 | 2 | 1.19% | 5 | 2.98% | 3 | 1.79% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 11 | 6.55% |
| 總計 | 49 | 29.17% | 79 | 47.02% | 35 | 20.83% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 168 | 100.00% |

註：N=168

閱讀誘因的調查是問卷第18題，採用單選題作答。依照文化部文化統計網（2020）的ACG產業調查研究，同樣使用閱讀數量製作交叉表。在開始閱讀網路小說的誘因調查中，總計最多的誘因是「看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說」，有51人（佔30.56%）。其次依序是「想找打發時間的方法」31人（佔18.45%），「閱讀到出版實體書的網路小說，想看最新的劇情而去看原作的網路小說」29人（佔17.26%），「親友推薦或親友正在閱讀」與「搜尋其他資訊時偶然找到」各18人（各佔10.71%），受「小說討論區的網友推薦」或「評論影響」14人（佔8.33%），受「網頁廣告」與「新聞（雜誌）影響」的各1人（0.60%）。回答其他的選項共5人（佔2.98%），選項有實體租書店倒閉、寫劇

本參考用、家中空間不足以收藏實體書等。另外可發現每年閱讀20套小說以上的讀者，受「閱讀到出版實體書的網路小說，想看最新的劇情而去看原作的網路小說」誘因引響的人最多。而閱讀2~5套小說的讀者，受「看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說」誘因引響最多。閱讀量多的人較會主動追尋新內容，而閱讀量少的人較偏好有畫面的作品，並會受影響而去閱讀原作的文字小說。請詳見表21。

表 21 閱讀誘因依閱讀數量分別計次之分配表

| 誘因 | 1 套以內 | | 2~5 套 | | 6~10 套 | | 11~20 套 | | 20 套以上 | | 不知道/忘記了 | | 總計 | |
|----------------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 親友推薦或親友正在閱讀。 | 4 | 2.38% | 6 | 3.57% | 2 | 1.19% | 2 | 1.19% | 3 | 1.79% | 1 | 0.60% | 18 | 10.71% |
| 小說討論區的網友推薦或評論。 | 1 | 0.60% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 3 | 1.79% | 5 | 2.98% | 0 | 0.00% | 14 | 8.33% |
| 觀看網頁時，旁邊的廣告或資訊欄推薦。 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% |
| 看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說。 | 5 | 2.98% | 19 | 11.31% | 9 | 5.36% | 3 | 1.79% | 13 | 7.74% | 2 | 1.19% | 51 | 30.36% |
| 觀看雜誌或新聞而好奇去搜尋。 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% |
| 搜尋其他資訊時偶然找到。 | 1 | 0.60% | 9 | 5.36% | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% | 5 | 2.98% | 1 | 0.60% | 18 | 10.71% |
| 閱讀到出版實體書的網路小說，想看最新的劇情而去看原作的網路小說。 | 0 | 0.00% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 8 | 4.76% | 16 | 9.52% | 3 | 1.79% | 29 | 17.26% |
| 想找打發時間的方法。 | 1 | 0.60% | 8 | 4.76% | 8 | 4.76% | 4 | 2.38% | 7 | 4.17% | 3 | 1.79% | 31 | 18.45% |
| 其他 | 0 | 0.00% | 2 | 1.19% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 5 | 2.98% |
| 總計 | 12 | 7.14% | 50 | 29.76% | 23 | 13.69% | 21 | 12.50% | 51 | 30.36% | 11 | 6.55% | 168 | 100.00% |

註：N=168

資訊來源管道的調查是問卷第19題，採用單選題作答，調查讀者尋找新網路小說的方法。依照文化部文化統計網（2020）的ACG產業調查研究，同樣使用閱讀時間製作交叉表。在調查中，從「各小說網站排名榜、推薦榜尋書」的人數最多，共53人（佔31.55%）使用此方法尋找新書。其次依序是「小說討論區的網友推薦或評論」42人（佔25.00%），「看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說」32人（佔19.05%），「搜尋其他資訊時偶然找到」18人（佔10.71%），「親友推薦或親友正在閱讀」11人（佔6.55%）。「閱讀網路小說旁的廣告或資訊欄推薦」、「閱讀到出版實體書的網路小說」、其他的選項各4人（各佔2.38%）。回答其他選項的回答有，讀過某部作品作者的書而想去尋找其他作品、逛到小說網站受簡介或讀者感想而感興趣等。另外可發現每日閱讀31分鐘-1小時的讀者，資源來源管道以「小說討論區的網友推薦或評論」最多。每日閱讀1-2小時與4小時以上的讀者，資源來源管道以「各小說網站排名榜、推薦榜」最多。而每日閱讀30分鐘內的讀者，資源來源管道以「看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說」最多。閱讀時間長的偏向自己去小說網站找小說，而閱讀時間短的偏向受他人影響或改編作品影響。請詳見表22。

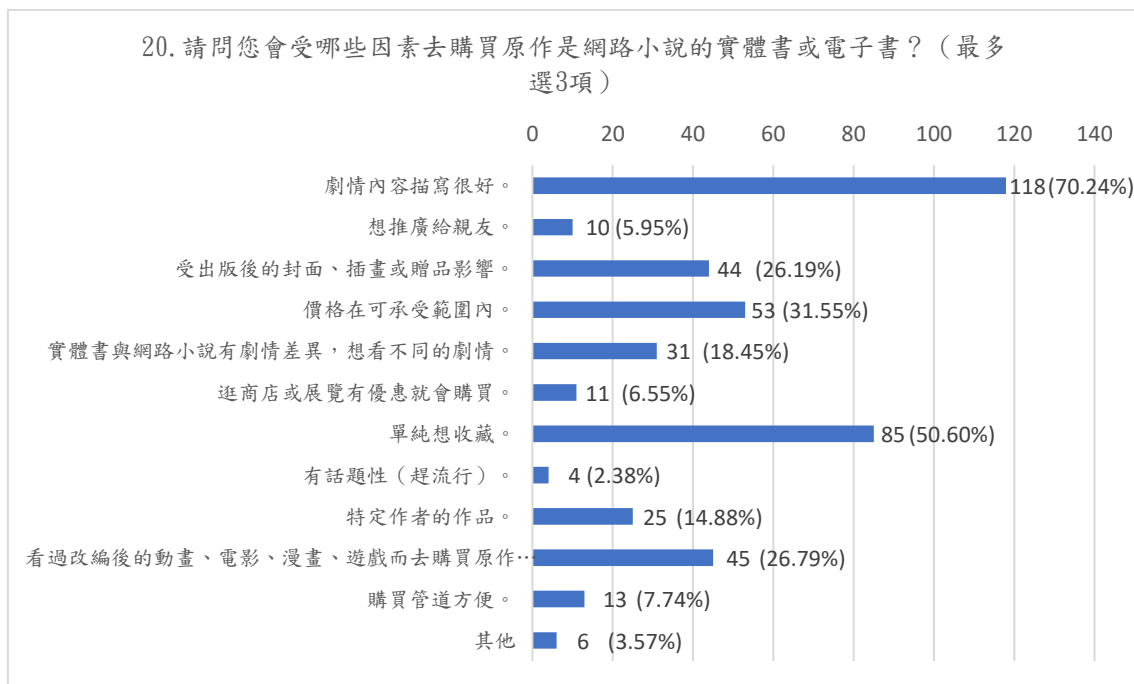
購買誘因的調查是問卷第20題，採用複選題作答，每個人只能勾選三項誘因。在這調查中，「劇情內容描寫很好」是最多人選擇的選項，有118人（佔70.24%）選擇此選項。其次依序是「單純想收藏」85人（佔50.60%），「價格在可承受範圍內」53人（佔31.55%），「看過改編作品而去購買」45人（佔26.79%），受「封面、插畫或贈品」影響44人（佔26.19%），受「實體書與網路小說有劇情差異」影響31人（佔18.45%），受「特定作者的作品」影響25人（佔14.88%），

「購買管道方便」13人（佔7.74%），「逛商店有優惠而購買」11人（佔6.55%），「想推廣給親友」10人（佔5.95%），「有話題性（趕流行）」4人（佔2.38%）。回答其他選項有6人（佔3.57%），回答答案有中國網路小說劇情過長就不購買、不想花錢、只看特定作者、特定題材（百合，指女性間的愛情故事）等。請詳見圖14。

表 22 資訊來源管道依閱讀時間分別計次之分配表

| 因素 | 30 分鐘內 | | 31 分鐘-1 小時 | | 1-2 小時 | | 2-3 小時 | | 3-4 小時 | | 4 小時以上 | | 不知道/忘記了 | | 總計 | |
|-----------------------------------|--------|--------|------------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|---------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 親友推薦或親友正在閱讀。 | 1 | 0.60% | 4 | 2.38% | 3 | 1.79% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 11 | 6.55% |
| 各小說網站排名榜、推薦榜。 | 3 | 1.79% | 14 | 8.33% | 15 | 8.93% | 4 | 2.38% | 2 | 1.19% | 11 | 6.55% | 4 | 2.38% | 53 | 31.55% |
| 小說討論區的網友推薦或評論。 | 2 | 1.19% | 16 | 9.52% | 9 | 5.36% | 4 | 2.38% | 4 | 2.38% | 5 | 2.98% | 2 | 1.19% | 42 | 25.00% |
| 觀看網路小說時，旁邊的廣告或資訊欄推薦。 | 0 | 0.00% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 4 | 2.38% |
| 看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說 | 9 | 5.36% | 8 | 4.76% | 6 | 3.57% | 3 | 1.79% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 4 | 2.38% | 32 | 19.05% |
| 搜尋其他資訊時偶然找到。 | 5 | 2.98% | 6 | 3.57% | 3 | 1.79% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 18 | 10.71% |
| 閱讀到出版實體書的網路小說，想看最新的劇情而去查看原作的網路小說。 | 1 | 0.60% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 4 | 2.38% |
| 其他 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 4 | 2.38% |
| 總計 | 21 | 12.50% | 52 | 30.95% | 37 | 22.02% | 13 | 7.74% | 11 | 6.55% | 23 | 13.69% | 11 | 6.55% | 168 | 100.00% |

註：N=168



註：N=168

圖 14 購買誘因調查

付費調查分為三個部分，都採用單選題作答。分別是問卷第21題調查購買小說網站服務（表23），問卷第22題調查購買網路小說電子書（表24），問卷第23題調查購買網路小說實體書（表25）。

在購買網路小說相關產品或服務的付費調查中，依照文化部文化統計網（2020）的ACG產業調查研究，同樣使用年齡製作交叉表。表23願意購買小說網站服務的共有79人（總計47.02%），表24願意購買網路小說電子書的共有81人（總計48.21%），其中21-30歲的讀者購買意願比較高。從表23、24能看出有約一半的人不願意或不確定自己會不會購買這些虛擬產品或服務，多數人只願意看免費的。反而在表25實體書的調查中，共有115人（總計68.45%）願意花錢購買實體書，而且20歲以下的購買意願大幅提高。表23與表24中，20歲以下有意願購

表 23 購買小說網站服務金額依年齡分別計次之分配表

| 年齡 價格 | 20歲以下 | | 21-30歲 | | 31-40歲 | | 41-50歲 | | 51-60歲 | | 總計 | |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 50元以下 | 3 | 1.79% | 4 | 2.38% | 4 | 2.38% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 11 | 6.55% |
| 51~200元 | 9 | 5.36% | 23 | 13.69% | 8 | 4.76% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 41 | 24.40% |
| 200~500元 | 5 | 2.98% | 11 | 6.55% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 19 | 11.31% |
| 501元以上 | 1 | 0.60% | 5 | 2.98% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 8 | 4.76% |
| 只看免費的 | 24 | 14.29% | 28 | 16.67% | 15 | 8.93% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 70 | 41.67% |
| 不知道 | 7 | 4.17% | 8 | 4.76% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 17 | 10.12% |
| 其他 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 2 | 1.19% |
| 總計 | 49 | 29.17% | 79 | 47.02% | 35 | 20.83% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 168 | 100.00% |

註：N=168

表 24 購買網路小說電子書金額依年齡分別計次之分配表

| 年齡 價格 | 20歲以下 | | 21-30歲 | | 31-40歲 | | 41-50歲 | | 51-60歲 | | 總計 | |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 50元以下 | 3 | 1.79% | 1 | 0.60% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 6 | 3.57% |
| 51~200元 | 8 | 4.76% | 20 | 11.90% | 7 | 4.17% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 35 | 20.83% |
| 200~500元 | 4 | 2.38% | 18 | 10.71% | 4 | 2.38% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 28 | 16.67% |
| 501元以上 | 2 | 1.19% | 5 | 2.98% | 5 | 2.98% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 12 | 7.14% |
| 只看免費的 | 26 | 15.48% | 20 | 11.90% | 12 | 7.14% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 61 | 36.31% |
| 不知道 | 5 | 2.98% | 12 | 7.14% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 19 | 11.31% |
| 其他 | 1 | 0.60% | 3 | 1.79% | 3 | 1.79% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 7 | 4.17% |
| 總計 | 49 | 29.17% | 79 | 47.02% | 35 | 20.83% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 168 | 100.00% |

註：N=168

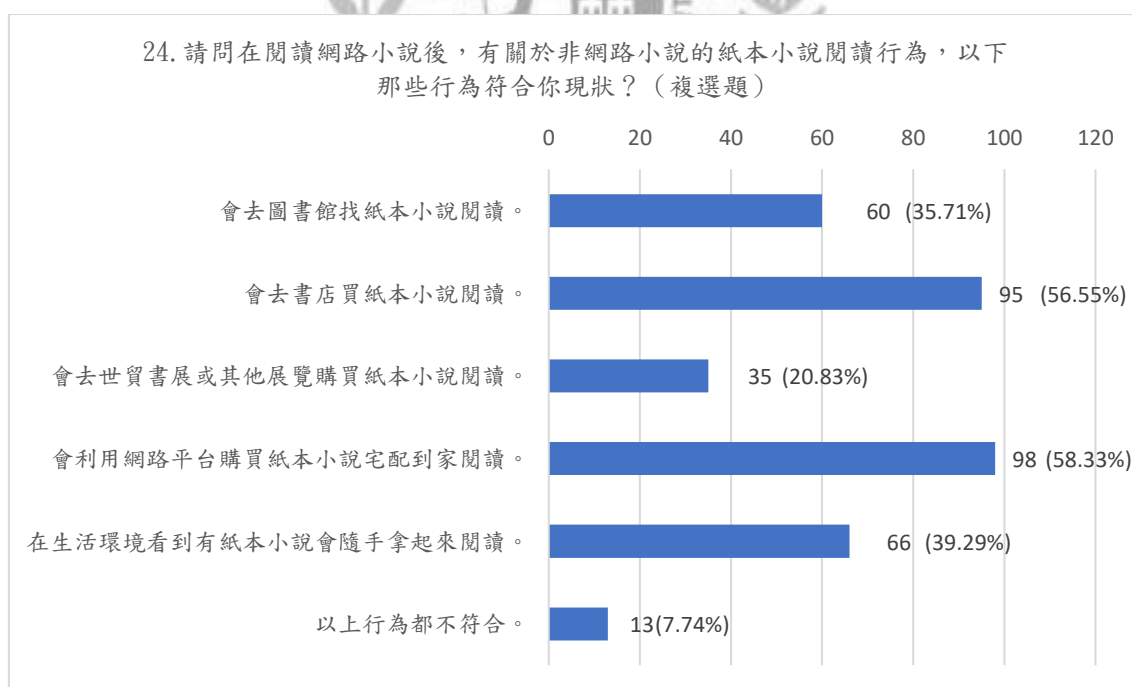
表 25 購買網路小說實體書金額依年齡分別計次之分配表

| 年齡 價格 | 20歲以下 | | 21-30歲 | | 31-40歲 | | 41-50歲 | | 51-60歲 | | 總計 | |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 | 人數 | 百分比 |
| 50元以下 | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% | 1 | 0.60% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 3 | 1.79% |
| 51~200元 | 4 | 2.38% | 12 | 7.14% | 3 | 1.79% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 19 | 11.31% |
| 200~500元 | 21 | 12.50% | 22 | 13.10% | 9 | 5.36% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 52 | 30.95% |
| 501元以上 | 15 | 8.93% | 19 | 11.31% | 7 | 4.17% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 41 | 24.40% |
| 只看免費的 | 4 | 2.38% | 7 | 4.17% | 9 | 5.36% | 2 | 1.19% | 1 | 0.60% | 23 | 13.69% |
| 不知道 | 3 | 1.79% | 13 | 7.74% | 4 | 2.38% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 22 | 13.10% |
| 其他 | 1 | 0.60% | 5 | 2.98% | 2 | 1.19% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 8 | 4.76% |
| 總計 | 49 | 29.17% | 79 | 47.02% | 35 | 20.83% | 4 | 2.38% | 1 | 0.60% | 168 | 100.00% |

註：N=168

買的人分別是18人（佔10.71%）與17人（佔10.12%），而在表25中，20歲以下有購買意願的人提升到41人（佔24.4%）。推測年輕族群較願意對實體碰觸到的書籍付費，而虛擬產品則以免費閱讀意願的人居多。請詳見表23、24、25。

數位化對實體本的閱讀行為影響調查是問卷第24題，採用複選題作答。在調查中，以「會去世貿書展或其他展覽購買紙本小說閱讀。」的行為影響最大，只剩下35人（佔20.83%）願意去展覽會購買紙本小說。去圖書館或是生活周遭有小說就會閱讀的人也大幅減少，分別剩下60人（佔35.71%）與66人（佔39.29%）保持此行為。讀者利用書店和網路平台購買紙本小說的影響最小，分別有95人（佔56.55%）與98人（58.33%）還保持購買書籍的行為。請詳見圖15。



註：N=168

圖 15 數位化對實體本的閱讀行為影響調查

下載閱讀的調查分為兩個部分，都採用單選題作答。分別是問卷第25題調查下載數量（本），一本小說約六至十萬字（約6-10章劇情）（表26）。問卷第26題調查下載數量（套），一套完結的小說約一百萬至三百萬字（表27）。

在表26下載數量（本）的調查中，有91人（佔54.17%）不曾下載過單本小說閱讀。會下載單本小說閱讀的人共有63人（總計37.50%）。

在表27下載數量（套）的調查中，有79人（佔47.02%）不曾下載過全套小說閱讀，比下載單本小說的人略少一些。會下載全套小說閱讀的人共有89人（總計52.98%）。下載全套小說閱讀的人比下載單本小說閱讀的人多，可能已完結作品較容易吸引讀者下載閱讀。請詳見表26、27。

表 26 下載數量（本）分佈概況

| 數量 | 總計 | |
|-------------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 |
| 1 本 | 5 | 2.98% |
| 2-5 本 | 19 | 11.31% |
| 6-10 本 | 7 | 4.17% |
| 11 本以上 | 32 | 19.05% |
| 不曾下載，都在線上閱讀 | 91 | 54.17% |
| 只下載完結的整套小說 | 14 | 8.33% |
| 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

表 27 下載數量（套）分佈概況

| 數量 | 總計 | |
|--------------|-----|---------|
| | 人數 | 百分比 |
| 1 套 | 12 | 7.14% |
| 2-5 套 | 47 | 27.98% |
| 6-10 套 | 8 | 4.76% |
| 11 套以上 | 22 | 13.10% |
| 不曾下載過全套完結的小說 | 79 | 47.02% |
| 總計 | 168 | 100.00% |

註：N=168

第四節、閱讀動機分析

閱讀動機分析的調查是問卷第 27 題，從「我對閱讀的感受？」來引入問題，瞭解使用者對各題項的同意程度，再利用性別、職業身分、閱讀時間、閱讀數量等觀察變相分析差異（林巧敏，2017；林怡秀，2020；Hitomi Kambara，2021）。評分方式使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意（1 分）」到「非常同意（5 分）」分為五個等級。分析先使用信度分析，接著使用 T 檢定、單因數變異數分析（ANOVA）觀察哪些變相會造成顯著差異。

針對李克特量表的信度分析，本研究採用 Cronbach's Alpha（Lee J. Cronbach，1951）係數進行分析，來檢測其內部的一致性，得到問卷量表的信度係數。閱讀動機的 Cronbach's Alpha 係數，達到 0.702，在吳統雄（1985）的建議中屬於中上信度（表 28）。請詳見表 29。

表 28 Cronbach's Alpha 值參考標準

| Cronbach's Alpha 值範圍 | 參考標準 |
|--|--------|
| Cronbach's $\alpha < 0.5$ | 沒有信度意義 |
| $0.5 \leq \text{Cronbach's } \alpha < 0.7$ | 中下信度 |
| $0.7 \leq \text{Cronbach's } \alpha < 0.9$ | 中上信度 |
| $0.9 \leq \text{Cronbach's } \alpha$ | 高信度 |

表 29 閱讀動機信度分析表

| 閱讀動機信度分析 | | | |
|--------------------|-------------------------|--------|-------|
| Cronbach's Alpha 值 | Standardized item alpha | F | P |
| 0.702 | 0.722 | 72.729 | 0.000 |

在閱讀動機的 7 個題項中，以「閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。」的同意程度平均 4.14 最高（ $SD=0.804$ ），有 82.74% 讀者同意此題項，僅 3.58% 讀者不同意此題項。其次題項同意程度依序為「花時間閱

讀對我來說非常重要。」 ($M=3.93, SD=0.890$)、「與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。」 ($M=3.77, SD=0.894$)及「我相信我能讀懂需要多加思索的小說。」 ($M=3.77, SD=0.846$) 同意程度平均相同、「我喜歡閱讀需要多加思索的小說(如推理小說或隱藏的伏筆橋段)，以考驗我的推理能力。」 ($M=3.55, SD=0.977$)、「不讀書，我的生活很無聊。」 ($M=3.53, SD=1.203$)。最低則是「告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。」 ($M=2.43, SD=1.103$) 同意程度平均最低，只有 2.43，有 53.57% 讀者不同意此題項，僅有 15.47% 讀者同意此題項。顯見網路小說讀者普遍認為讀小說可以幫助自己進步或放鬆心情。讀多少本書則只有自己知道即可，不須告知他人。請詳見表 30。

表 30 閱讀動機之同意程度情形分析

| 27.我對閱讀的感受? | | | | | | | | |
|--------------|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------|-------|
| 題項 | | 同意程度 | | | | | 平均值 | 標準差 |
| | | 非常不同意 | 不同意 | 尚可 | 同意 | 非常同意 | | |
| | | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | | |
| 閱讀的重要性 | 不讀書，我的生活很無聊。 | 13 7.74% | 21 12.50% | 38 22.62% | 56 33.33% | 40 23.81% | 3.53 | 1.203 |
| | 花時間閱讀對我來說非常重要。 | 0 0.00% | 9 5.36% | 45 26.79% | 62 36.90% | 52 30.95% | 3.93 | 0.890 |
| | 與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。 | 0 0.00% | 14 8.33% | 48 28.57% | 68 40.48% | 38 22.62% | 3.77 | 0.894 |
| 自我效能和閱讀的外在動機 | 告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。 | 39 23.21% | 51 30.36% | 52 30.95% | 18 10.71% | 8 4.76% | 2.43 | 1.103 |
| | 我喜歡閱讀需要多加思索的小說(如推理小說或隱藏的伏筆橋段)，以考驗我的推理能力。 | 4 2.38% | 17 10.12% | 59 35.12% | 58 34.52% | 30 17.86% | 3.55 | 0.977 |
| | 我相信我能讀懂需要多加思索的小說。 | 3 1.79% | 5 2.98% | 50 29.76% | 79 47.02% | 31 18.45% | 3.77 | 0.846 |
| | 閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。 | 1 0.60% | 5 2.98% | 23 13.69% | 80 47.62% | 59 35.12% | 4.14 | 0.804 |

註：N=168

針對不同性別對閱讀動機差異分析結果顯示，男性與女性並未對閱讀動機的問題題項造成明顯差異($p > 0.05$)。請詳見表 31。

表 31 不同性別之閱讀動機 T 檢定分析

| 27.我對閱讀的感受？ | | | | | | | |
|--|----|------|-------|------|-------|-------|-------|
| 題項 | 性別 | 男性 | | 女性 | | T | P |
| | | 平均值 | 標準差 | 平均值 | 標準差 | | |
| 不讀書，我的生活很無聊。 | | 3.43 | 1.184 | 3.72 | 1.225 | -1.53 | 0.838 |
| 花時間閱讀對我來說非常重要。 | | 3.86 | 0.893 | 4.07 | 0.876 | -1.43 | 0.455 |
| 與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。 | | 3.71 | 0.892 | 3.90 | 0.892 | -1.30 | 0.506 |
| 告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。 | | 2.43 | 1.169 | 2.45 | 0.976 | -0.12 | 0.148 |
| 我喜歡閱讀需要多加思索的小說（如推理小說或隱藏的伏筆橋段），以考驗我的推理能力。 | | 3.48 | 1.002 | 3.69 | 0.922 | -1.31 | 0.585 |
| 我相信我能讀懂需要多加思索的小說。 | | 3.75 | 0.837 | 3.81 | 0.868 | -0.41 | 0.659 |
| 閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。 | | 4.01 | 0.840 | 4.38 | 0.671 | -2.90 | 0.987 |

註：N=168

針對不同職業身分對閱讀動機差異分析結果則顯示，學生與社會人士僅有「閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。」($t=1.84$ ， $p=0.003$) 達顯著差異，學生對閱讀網路小說可以提高自己學業成果同意程度高於社會人士。其餘題項則均未達顯著差異($p > 0.05$)。請詳見表 32。

表 32 不同職業身分之閱讀動機 T 檢定分析

| 27.我對閱讀的感受？ | | | | | | | |
|--|----|------|------|------|------|-------|----------------|
| 題項 | 職業 | 學生 | | 社會人士 | | T | P |
| | | 平均值 | 標準差 | 平均值 | 標準差 | | |
| 不讀書，我的生活很無聊。 | | 3.42 | 1.26 | 3.63 | 1.15 | -1.13 | 0.125 |
| 花時間閱讀對我來說非常重要。 | | 3.87 | 0.92 | 3.99 | 0.86 | -0.86 | 0.190 |
| 與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。 | | 3.78 | 0.90 | 3.77 | 0.90 | 0.07 | 0.907 |
| 告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。 | | 2.60 | 1.13 | 2.30 | 1.07 | 1.77 | 0.644 |
| 我喜歡閱讀需要多加思索的小說（如推理小說或隱藏的伏筆橋段），以考驗我的推理能力。 | | 3.64 | 0.99 | 3.48 | 0.97 | 1.01 | 0.707 |
| 我相信我能讀懂需要多加思索的小說。 | | 3.86 | 0.85 | 3.70 | 0.84 | 1.18 | 0.703 |
| 閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。 | | 4.26 | 0.87 | 4.03 | 0.74 | 1.84 | 0.003** |

註：N=168；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$

以獨立樣本單因數變異分析（ANOVA）比較不同閱讀時間的讀者，對於閱讀動機的同意程度之差異，結果顯示只有「花時間閱讀對我來說非常重要。」（ $F=2.33$ ， $p=0.035$ ）與「與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。」（ $F=3.29$ ， $p=0.004$ ）兩個題項有達到顯著差異，其餘題項未達顯著差異（ $p > 0.05$ ）。兩個顯著的題項都屬於閱讀的重要性因素，閱讀時間的長短會影響閱讀的重要性與其他活動相比的重要性，閱讀時間越長的同意程度越高。相較之下自我效能和閱讀的外在動機因素的題項則都沒有顯著題項。請詳見表 33。

表 33 不同閱讀時間之閱讀動機單因數變異數分析 (ANOVA)

| | | 27.我對閱讀的感受? | | | | | | | F | P |
|--|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------|----------------|
| 時間 | 題項 | 30分鐘 內 | 31分- 1小時 | 1-2 小時 | 2-3 小時 | 3-4 小時 | 4小時 以上 | 不知道/ 忘記了 | | |
| | | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | | |
| 閱讀 的 重 要 性 | 不讀書，我的 生活很無聊。 | 3.24 | 3.31 | 3.49 | 4.08 | 4.18 | 3.74 | 3.55 | 1.65 | 0.137 |
| | | 1.136 | 1.245 | 1.261 | 0.862 | 1.079 | 1.322 | 0.820 | | |
| | 花時間閱讀 對我來說非常 重要。 | 3.71 | 3.77 | 3.95 | 4.38 | 4.18 | 4.30 | 3.55 | 2.33 | 0.035* |
| | | 1.007 | 0.921 | 0.780 | 0.650 | 1.079 | 0.822 | 0.688 | | |
| | 與其他活動 相比，閱讀 對我來說非常 重要。 | 3.71 | 3.50 | 3.76 | 4.00 | 4.45 | 4.17 | 3.45 | 3.29 | 0.004** |
| | | 0.956 | 0.960 | 0.760 | 0.707 | 0.934 | 0.778 | 0.688 | | |
| 自我 效能 和閱 讀的 外 在 動 機 | 告訴他人您 正在閱讀多 少書，這一 點很重要。 | 2.57 | 2.46 | 2.14 | 2.31 | 2.55 | 2.70 | 2.55 | 0.79 | 0.581 |
| | | 1.248 | 0.999 | 1.004 | 0.855 | 1.440 | 1.259 | 1.214 | | |
| | 我喜歡閱讀 需要多加思 索的小說， 以考驗我的 推理能力。 | 3.43 | 3.62 | 3.46 | 3.54 | 3.64 | 3.57 | 3.73 | 0.22 | 0.972 |
| | | 1.207 | 1.013 | 0.836 | 0.877 | 0.924 | 1.121 | 0.786 | | |
| | 我相信我能 讀懂需要多 加思索的小 說。 | 3.71 | 3.73 | 3.76 | 3.85 | 3.73 | 3.91 | 3.82 | 0.17 | 0.985 |
| | | 0.902 | 0.866 | 0.641 | 0.689 | 1.191 | 1.083 | 0.603 | | |
| | 閱讀可以放 鬆心情，並 且提高我在 工作或學習 時的成果或 靈感。 | 4.00 | 4.00 | 4.08 | 4.38 | 4.09 | 4.52 | 4.18 | 1.51 | 0.179 |
| | | 0.837 | 0.792 | 0.894 | 0.506 | 0.944 | 0.665 | 0.751 | | |

註：N=168；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$

以獨立樣本單因數變異分析 (ANOVA) 比較不同閱讀數量的讀者，對於閱讀動機的同意程度之差異，結果顯示「不讀書，我的生活很無聊。」($F=7.249$ ， $p=0.000$)、「花時間閱讀對我來說非常重要。」($F=3.744$ ， $p=0.003$)與「與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。」($F=2.303$ ， $p=0.047$)這三個題項有達到顯著差異，其餘題項未達顯著差異($p > 0.05$)。這三個顯著的題項都屬於閱

讀的重要性因素，閱讀數量的多寡會影響閱讀的重要性與其他活動相比的重要性，
 閱讀數量越多的同意程度越高。相較之下自我效能和閱讀的外在動機因素的題項
 則都沒有顯著題項。請詳見表 34。

表 34 不同閱讀數量之閱讀動機單因數變異數分析 (ANOVA)

| 數量 | | 27.我對閱讀的感受？ | | | | | F | P | |
|--|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|-------|-----------------|
| | | 1 套以內 | 2~5 套 | 6~10 套 | 11~20 套 | 20 套以 上 | | | 不知道/ 忘記了 |
| | | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | | | 平均值 (標準差) |
| 閱讀 的 重 要 性 | 不讀書，我的生 活很無聊。 | 1.92 | 3.36 | 3.74 | 3.48 | 3.98 | 3.64 | 7.249 | 0.000*** |
| | | 0.793 | 1.025 | 0.864 | 1.365 | 1.191 | 1.206 | | |
| | 花時間閱讀對我 來說非常重要。 | 3.42 | 3.66 | 3.87 | 4.19 | 4.25 | 3.91 | 3.744 | 0.003** |
| | | 0.996 | 0.939 | 0.815 | 0.814 | 0.771 | 0.831 | | |
| | 與其他活動相 比，閱讀對我來 說非常重要。 | 3.28 | 3.62 | 3.78 | 3.81 | 4.06 | 3.64 | 2.303 | 0.047* |
| | | 1.055 | 0.878 | 0.998 | 0.814 | 0.785 | 0.924 | | |
| 自我 效能 和閱 讀的 外 在 動 機 | 告訴他人您正在 閱讀多少書，這 一點很重要。 | 2.33 | 2.52 | 2.61 | 2.48 | 2.35 | 2.09 | 0.462 | 0.804 |
| | | 1.073 | 1.074 | 1.234 | 1.030 | 1.163 | 0.944 | | |
| | 我喜歡閱讀需要 多加思索的小 說，以考驗我的 推理能力。 | 3.08 | 3.54 | 3.48 | 3.57 | 3.67 | 3.73 | 0.787 | 0.56 |
| | | 1.084 | 1.034 | 0.947 | 0.746 | 1.033 | 0.786 | | |
| | 我相信我能讀懂 需要多加思索的 小說。 | 3.33 | 3.84 | 3.83 | 3.57 | 3.90 | 3.64 | 1.273 | 0.278 |
| | | 0.888 | 0.766 | 0.834 | 0.746 | 0.964 | 0.674 | | |
| | 閱讀可以放鬆心 情，並且提高我 在工作或學習時 的成果或靈感。 | 3.58 | 4.16 | 4.39 | 4.10 | 4.22 | 3.82 | 2.133 | 0.064 |
| | | 0.900 | 0.618 | 0.722 | 0.700 | 0.901 | 1.079 | | |

註：N=168；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$

第五節、閱讀習慣分析

問卷第 28 題是調查讀者的閱讀習慣，從「我在餘暇時間閱讀的習慣是？」來引入問題。瞭解使用者對各題項的同意程度，再利用性別、職業身分、閱讀時間、閱讀數量等觀察變相分析差異（Fabian T. C. Schmidt, 2016；林巧敏, 2017；林怡秀, 2020）。評分方式使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意（1 分）」到「非常同意（5 分）」分為五個等級。分析先使用信度分析，接著使用 T 檢定、單因數變異數分析（ANOVA）觀察哪些變相會造成顯著差異。

針對李克特量表的信度分析，同樣採用 Cronbach's Alpha 係數進行分析，來檢測其內部的一致性，得到問卷量表的信度係數。閱讀習慣的 Cronbach's Alpha 係數，達到 0.906，在吳統雄（1985）的建議中屬於高信度（表 28）。請詳見表 35。

表 35 閱讀習慣信度分析表

| 閱讀習慣信度分析 | | | |
|--------------------|-------------------------|----------|----------|
| Cronbach's Alpha 值 | Standardized item alpha | <i>F</i> | <i>P</i> |
| 0.906 | 0.907 | 45.549 | 0.000 |

在閱讀習慣的 10 個題項中，以「我經常閱讀。」的同意程度平均 4.11 最高（ $SD=0.872$ ），有 75.59% 讀者同意此題項，僅 4.17% 讀者不同意此題項。其次題項同意程度依序為「我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。」（ $M=4.08$ ， $SD=0.916$ ）、「餘暇時間閱讀是我的個人風格。」（ $M=3.90$ ， $SD=0.952$ ）、「我不知不覺就在閱讀。」（ $M=3.85$ ， $SD=0.922$ ）、「我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。」（ $M=3.83$ ， $SD=0.922$ ）、「閱讀已經是我的日常例行活動。」（ $M=3.67$ ， $SD=1.052$ ）、「我不需要去想就會去閱讀。」（ $M=3.64$ ， $SD=1.017$ ）、「我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。」（ $M=3.55$ ， $SD=$

1.093)、「如果不去閱讀的話會覺得不對勁。」($M=3.27$, $SD=1.161$)。最低則是「需要努力克制自己才能不去閱讀。」($M=2.88$, $SD=1.180$) 同意程度平均最低, 只有 2.88, 有 42.26% 讀者不同意此題項, 僅有 29.76% 讀者同意此題項。請詳見表 36。

表 36 閱讀習慣之同意程度情形分析

| 28.我在餘暇時間閱讀的習慣是？ | | | | | | | |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------|-------|
| 題項 | 同意程度 | | | | | 平均值 | 標準差 |
| | 非常不同意 | 不同意 | 尚可 | 同意 | 非常同意 | | |
| | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | | |
| 我經常閱讀。 | 0 0.00% | 7 4.17% | 34 20.24% | 60 35.71% | 67 39.88% | 4.11 | 0.872 |
| 我會自動地(特定時間或地點)去閱讀。 | 6 3.57% | 24 14.29% | 46 27.38% | 55 32.74% | 37 22.02% | 3.55 | 1.093 |
| 我不知不覺就在閱讀。 | 2 1.19% | 11 6.55% | 41 24.40% | 71 42.26% | 43 25.60% | 3.85 | 0.922 |
| 如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 | 9 5.36% | 37 22.02% | 54 32.14% | 36 21.43% | 32 19.05% | 3.27 | 1.161 |
| 我在閱讀時沒想別的內容, 只專注在書本情節上。 | 0 0.00% | 14 8.33% | 46 27.38% | 63 37.50% | 45 26.79% | 3.83 | 0.922 |
| 需要努力克制自己才能不去閱讀。 | 19 11.31% | 52 30.95% | 47 27.98% | 31 18.45% | 19 11.31% | 2.88 | 1.180 |
| 閱讀已經是我的日常例行活動。 | 5 2.98% | 18 9.52% | 45 29.17% | 59 36.90% | 41 21.43% | 3.67 | 1.052 |
| 我不需要去想就會去閱讀。 | 5 2.98% | 16 9.52% | 49 29.17% | 62 36.90% | 36 21.43% | 3.64 | 1.017 |
| 餘暇時間閱讀是我的個人風格。 | 2 1.19% | 11 6.55% | 40 23.81% | 64 38.10% | 51 30.36% | 3.90 | 0.952 |
| 我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 | 2 1.19% | 6 3.57% | 34 20.24% | 61 36.31% | 65 38.69% | 4.08 | 0.916 |

註：N=168

針對不同性別以及不同職業身分對閱讀習慣差異分析結果顯示，性別與職業身分皆未對閱讀習慣的問題題項造成明顯差異($p > 0.05$)。請詳見表 37、38。

表 37 不同性別之閱讀習慣 T 檢定分析

| 28.我在餘暇時間閱讀的習慣是？ | | | | | | |
|------------------------|------|-------|------|-------|--------|-------|
| 題項 | 男性 | | 女性 | | T | P |
| | 平均值 | 標準差 | 平均值 | 標準差 | | |
| 我經常閱讀。 | 4.06 | 0.921 | 4.21 | 0.767 | -1.013 | 0.140 |
| 我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。 | 3.54 | 1.098 | 3.59 | 1.093 | -0.280 | 0.633 |
| 我不知不覺就在閱讀。 | 3.77 | 0.974 | 3.98 | 0.805 | -1.408 | 0.075 |
| 如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 | 3.25 | 1.175 | 3.31 | 1.143 | -0.344 | 0.729 |
| 我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。 | 3.83 | 0.917 | 3.83 | 0.939 | -0.002 | 0.801 |
| 需要努力克制自己才能不去閱讀。 | 2.91 | 1.201 | 2.81 | 1.146 | 0.515 | 0.670 |
| 閱讀已經是我的日常例行活動。 | 3.65 | 1.079 | 3.71 | 1.009 | -0.306 | 0.945 |
| 我不需要去想就會去閱讀。 | 3.58 | 1.053 | 3.76 | 0.942 | -1.072 | 0.171 |
| 餘暇時間閱讀是我的個人風格。 | 3.85 | 0.979 | 4.00 | 0.898 | -1.001 | 0.391 |
| 我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 | 4.02 | 0.919 | 4.19 | 0.907 | -1.155 | 0.746 |

註：N=168

以獨立樣本單因數變異分析（ANOVA）比較不同閱讀時間的讀者，對於閱讀習慣的同意程度之差異，結果顯示大部分題項皆有顯著性影響。具有同意程度差異之題項為「我經常閱讀。」（ $F=6.353$, $p=0.000$ ）、「我不知不覺就在閱讀。」（ $F=3.621$, $p=0.002$ ）、「如果不去閱讀的話會覺得不對勁。」（ $F=3.05$, $p=0.007$ ）、「我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。」（ $F=$

2.724, $p=0.015$)、「需要努力克制自己才能不去閱讀。」($F=3.279$, $p=0.005$)、「閱讀已經是我的日常例行活動。」($F=3.814$, $p=0.001$)、「餘暇時間閱讀是我的個人風格。」($F=2.775$, $p=0.014$)、「我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。」($F=4.504$, $p=0.000$)，其餘題項未達顯著差異($p > 0.05$)。大部分差異顯著的題項都是閱讀時間越長，同意程度的平均值越高。「我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。」題項，則是閱讀 2-3 小時的時間區段，同意程度平均值越高(平均值=4.31)。請詳見表 39。

表 38 不同職業身分之閱讀習慣 T 檢定分析

| 28.我在餘暇時間閱讀的習慣是？ | | | | | | |
|------------------------|------|-------|------|-------|--------|-------|
| 題項 | 職業 | | 社會人士 | | T | P |
| | 學生 | 標準差 | 平均值 | 標準差 | | |
| 我經常閱讀。 | 4.14 | 0.884 | 4.09 | 0.865 | 0.406 | 0.501 |
| 我會自動地(特定時間或地點)去閱讀。 | 3.53 | 1.131 | 3.57 | 1.066 | -0.230 | 0.447 |
| 我不知不覺就在閱讀。 | 3.96 | 0.895 | 3.75 | 0.938 | 1.503 | 0.408 |
| 如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 | 3.34 | 1.131 | 3.21 | 1.188 | 0.716 | 0.634 |
| 我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。 | 3.88 | 0.946 | 3.78 | 0.904 | 0.720 | 0.679 |
| 需要努力克制自己才能不去閱讀。 | 2.77 | 1.224 | 2.97 | 1.140 | -1.100 | 0.394 |
| 閱讀已經是我的日常例行活動。 | 3.66 | 1.071 | 3.68 | 1.042 | -0.116 | 0.449 |
| 我不需要去想就會去閱讀。 | 3.64 | 1.025 | 3.65 | 1.015 | -0.076 | 0.544 |
| 餘暇時間閱讀是我的個人風格。 | 3.95 | 0.916 | 3.86 | 0.984 | 0.616 | 0.620 |
| 我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 | 4.13 | 0.864 | 4.03 | 0.960 | 0.682 | 0.456 |

註：N=168

表 39 不同閱讀時間之閱讀習慣單因數變異數分析 (ANOVA)

| 28.我在餘暇時間閱讀的習慣是？ | | | | | | | | | | |
|------------------------|----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|-----------------|
| 題項 | 時間 | 30分鐘 內 | 31分- 1小時 | 1-2 小時 | 2-3 小時 | 3-4 小時 | 4小時 以上 | 不知道/ 忘記了 | F | P |
| | | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | | |
| 我經常閱讀。 | | 3.48 | 3.94 | 4.19 | 4.46 | 4.64 | 4.70 | 0.37 | 6.353 | 0.000*** |
| | | 0.98 | 0.92 | 0.74 | 0.52 | 0.67 | 0.56 | 0.79 | | |
| 我會自動地(特定時間或地點)去閱讀。 | | 3.29 | 3.56 | 3.38 | 3.92 | 3.55 | 4.04 | 3.18 | 1.635 | 0.141 |
| | | 0.96 | 1.11 | 1.16 | 0.76 | 1.29 | 1.02 | 1.08 | | |
| 我不知不覺就在閱讀。 | | 3.38 | 3.75 | 3.68 | 4.00 | 4.18 | 4.48 | 3.91 | 3.621 | 0.002** |
| | | 0.97 | 0.88 | 0.97 | 0.82 | 0.87 | 0.73 | 0.70 | | |
| 如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 | | 2.90 | 2.98 | 3.16 | 3.62 | 3.64 | 4.00 | 3.36 | 3.050 | 0.007** |
| | | 1.14 | 1.11 | 1.19 | 1.04 | 1.03 | 1.21 | 0.81 | | |
| 我在閱讀時沒想別的內容,只專注在書本情節上。 | | 3.33 | 3.73 | 3.78 | 4.31 | 4.27 | 4.13 | 3.73 | 2.724 | 0.015* |
| | | 0.73 | 0.93 | 0.95 | 0.75 | 0.79 | 0.92 | 1.01 | | |
| 需要努力克制自己才能不去閱讀。 | | 2.38 | 2.62 | 2.86 | 3.08 | 3.55 | 3.57 | 2.73 | 3.279 | 0.005** |
| | | 1.12 | 1.11 | 1.16 | 0.95 | 1.29 | 1.31 | 0.79 | | |
| 閱讀已經是我的日常例行活動。 | | 3.19 | 3.37 | 3.84 | 3.77 | 4.27 | 4.26 | 3.55 | 3.814 | 0.001** |
| | | 1.08 | 0.99 | 1.07 | 0.60 | 0.79 | 1.10 | 1.04 | | |
| 我不需要去想就會去閱讀。 | | 3.29 | 3.56 | 3.54 | 3.85 | 4.18 | 4.04 | 3.45 | 1.873 | 0.089 |
| | | 1.10 | 0.87 | 1.07 | 0.56 | 0.98 | 1.30 | 0.82 | | |
| 餘暇時間閱讀是我的個人風格。 | | 3.52 | 3.67 | 3.89 | 4.00 | 4.45 | 4.35 | 4.09 | 2.775 | 0.014* |
| | | 1.03 | 0.94 | 0.91 | 0.91 | 0.69 | 0.94 | 0.83 | | |
| 我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 | | 3.52 | 3.87 | 4.08 | 4.38 | 4.73 | 4.57 | 4.09 | 4.504 | 0.000*** |
| | | 1.03 | 0.93 | 0.72 | 0.65 | 0.65 | 0.95 | 0.83 | | |

註：N=168；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$

以獨立樣本單因數變異分析 (ANOVA) 比較不同閱讀數量的讀者，對於閱讀習慣的同意程度之差異，結果顯示大部分題項皆有顯著性影響。具有同意程度差異之題項為「我經常閱讀。」 ($F=8.451, p=0.000$)、「我不知不覺就在閱讀。」 ($F=3.283, p=0.008$)、「如果不去閱讀的話會覺得不對勁。」 ($F=3.028, p=0.012$)、「需要努力克制自己才能不去閱讀。」 ($F=2.637, p=$

0.025)、「閱讀已經是我的日常例行活動。」($F=4.016, p=0.002$)、「餘暇時間閱讀是我的個人風格。」($F=4.813, p=0.000$)、「我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。」($F=8.583, p=0.000$)，其餘題項未達顯著差異($p > 0.05$)。大部分差異顯著的題項都是閱讀數量越多，同意程度的平均值越高與閱讀時間的結果類似。請詳見表 40。

表 40 不同閱讀數量之閱讀習慣單因數變異數分析 (ANOVA)

| 28.我在餘暇時間閱讀的習慣是？ | | | | | | | | | |
|------------------------|----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|-----------------|
| 題項 | 數量 | 1 套以內 | 2~5 套 | 6~10 套 | 11~20 套 | 20 套以上 | 不知道/忘記了 | F | P |
| | | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | 平均值 (標準差) | | |
| 我經常閱讀 | | 3.42 | 3.70 | 4.26 | 4.43 | 4.53 | 3.91 | 8.451 | 0.000*** |
| | | 0.90 | 0.84 | 0.69 | 0.68 | 0.67 | 1.22 | | |
| 我會自動地(特定時間或地點)去閱讀。 | | 3.42 | 3.36 | 3.74 | 3.52 | 3.69 | 3.64 | 0.643 | 0.667 |
| | | 0.90 | 0.99 | 1.05 | 1.08 | 1.26 | 1.12 | | |
| 我不知不覺就在閱讀。 | | 3.17 | 3.66 | 3.96 | 3.74 | 4.14 | 4.09 | 3.238 | 0.008** |
| | | 0.72 | 0.90 | 0.83 | 0.85 | 1.02 | 0.54 | | |
| 如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 | | 2.67 | 3.06 | 3.09 | 3.24 | 3.75 | 3.09 | 3.028 | 0.012* |
| | | 1.07 | 1.10 | 1.04 | 1.14 | 1.15 | 1.38 | | |
| 我在閱讀時沒想別的內容,只專注在書本情節上。 | | 3.33 | 3.72 | 3.96 | 3.95 | 3.98 | 3.64 | 1.383 | 0.233 |
| | | 0.78 | 1.01 | 0.93 | 0.74 | 0.86 | 1.12 | | |
| 需要努力克制自己才能不去閱讀。 | | 2.25 | 2.66 | 2.57 | 3.05 | 3.24 | 3.18 | 2.637 | 0.025* |
| | | 0.97 | 1.10 | 1.08 | 0.97 | 1.34 | 1.08 | | |
| 閱讀已經是我的日常例行活動。 | | 3.08 | 3.34 | 3.52 | 3.86 | 4.10 | 3.82 | 4.016 | 0.002** |
| | | 1.00 | 1.00 | 1.08 | 0.91 | 1.01 | 1.08 | | |
| 我不需要去想就會去閱讀。 | | 3.08 | 3.46 | 3.78 | 3.62 | 3.88 | 3.73 | 1.76 | 0.124 |
| | | 1.08 | 0.97 | 0.85 | 0.81 | 1.11 | 1.19 | | |
| 餘暇時間閱讀是我的個人風格。 | | 3.08 | 3.72 | 3.91 | 3.67 | 4.29 | 4.18 | 4.813 | 0.000*** |
| | | 1.08 | 0.95 | 1.08 | 0.66 | 0.83 | 0.75 | | |
| 我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 | | 3.17 | 3.70 | 4.26 | 4.10 | 4.55 | 4.18 | 8.583 | 0.000*** |
| | | 1.03 | 0.97 | 0.75 | 0.70 | 0.64 | 0.98 | | |

註：N=168；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$

問卷第 29 題調查閱讀網路小說後的閱讀習慣變化，在接觸網路小說後，有

105 位讀者（62.5%）閱讀的時間增加；有 88 位讀者（52.38%）減少了紙本小說的閱讀時間；有 125 位讀者（74.4%）增加了網路小說的閱讀時間；有 118 位讀者（70.24%）閱讀小說的數量增加；有 98 位讀者（58.33%）增加了閱讀的小說類別，會接觸到以往不會閱讀的小說類別。請詳見表 41。

表 41 開始閱讀網路小說後閱讀習慣的變化情況

| 29.開始閱讀網路小說後？ | | | | | | |
|---------------|------|--------|--------|--------|--------|------|
| 題項 | 變化程度 | 不知道 | 沒有變化 | 減少 | 增多 | 總計 |
| | | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | |
| 花在閱讀上的時間？ | | 6 | 52 | 5 | 105 | 168 |
| | | 3.57% | 30.95% | 2.98% | 62.50% | 100% |
| 閱讀紙本小說的時間？ | | 4 | 50 | 88 | 26 | 168 |
| | | 2.38% | 29.76% | 52.38% | 15.48% | 100% |
| 閱讀網路小說的時間？ | | 5 | 33 | 5 | 125 | 168 |
| | | 2.98% | 19.64% | 2.98% | 74.40% | 100% |
| 閱讀的小說量？ | | 6 | 38 | 6 | 118 | 168 |
| | | 3.57% | 22.62% | 3.57% | 70.24% | 100% |
| 閱讀的小說類別？ | | 9 | 55 | 6 | 98 | 168 |
| | | 5.36% | 32.74% | 3.57% | 58.33% | 100% |

註：N=168

問卷第 30 題是調查閱讀網路小說與紙本小說的習慣差異。在尋找新書的行為上，網路小說閱讀完較會馬上尋找新書，網路小說讀者頻繁和總是的次數總和為 88（52.38%），大於紙本小說讀者頻繁和總是的次數總和 50（29.76%）。在回顧劇情的行為上，閱讀紙本小說的讀者較會回顧小說劇情，紙本小說讀者頻繁和總是的次數總和為 63（37.5%），大於網路小說讀者頻繁和總是的次數總和 35（20.83%）。在撰寫心得文分享或與他人討論劇情的行為上，兩方讀者的行為較

無差別，網路小說讀者頻繁和總是的次數總和為 36 (21.43%)，紙本小說讀者頻繁和總是的次數總和為 33 (19.64%)。在閱讀時與其他事情一起做（如走路、吃飯、上廁所）的行為上，網路小說的讀者較會與其他事情一起做，網路小說讀者頻繁和總是的次數總和為 90 (53.57%)，大於紙本小說讀者頻繁和總是的次數總和 29 (17.26%)，手機可單手使用的便利性比紙本書須雙手才能閱讀便利許多。請詳見表 42。

表 42 閱讀網路小說與紙本小說的習慣差異

| 30. 閱讀網路小說與紙本小說的差異？ | | | | | | |
|-------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|------|
| 題項 | 變化程度 | 從不 | 偶爾 | 頻繁 | 總是 | 總計 |
| | | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | 次數 (%) | |
| 網路小說閱讀完時會馬上去尋找新的網路小說。 | | 8 | 72 | 42 | 46 | 168 |
| | | 4.76% | 42.86% | 25.00% | 27.38% | 100% |
| 紙本小說閱讀完時會馬上去尋找新的紙本小說。 | | 25 | 93 | 35 | 15 | 168 |
| | | 14.88% | 55.36% | 20.83% | 8.93% | 100% |
| 網路小說閱讀完時，會再重看一遍回顧劇情。 | | 36 | 97 | 23 | 12 | 168 |
| | | 21.43% | 57.74% | 13.69% | 7.14% | 100% |
| 紙本小說閱讀完時，會再重看一遍回顧劇情。 | | 26 | 79 | 41 | 22 | 168 |
| | | 15.48% | 47.02% | 24.40% | 13.10% | 100% |
| 閱讀網路小說會撰寫心得文分享或與他人討論劇情。 | | 77 | 55 | 26 | 10 | 168 |
| | | 45.83% | 32.74% | 15.48% | 5.95% | 100% |
| 閱讀紙本小說會撰寫心得文分享或與他人討論劇情。 | | 77 | 58 | 24 | 9 | 168 |
| | | 45.83% | 34.52% | 14.29% | 5.36% | 100% |
| 閱讀網路小說時會與其他事情一起做？（如走路、吃飯、上廁所） | | 25 | 53 | 48 | 42 | 168 |
| | | 14.88% | 31.55% | 28.57% | 25.00% | 100% |
| 閱讀紙本小說時會與其他事情一起做？（如走路、吃飯、上廁所） | | 76 | 63 | 20 | 9 | 168 |
| | | 45.24% | 37.50% | 11.90% | 5.36% | 100% |

註：N=168

問卷第 31 題是調查讀者閱讀同樣的小說時會優先選擇哪一類小說載具。兩者

皆可的有 80 人（佔 47.62%），優先選擇紙本小說的有 45 人（佔 26.79%），優先選擇網路小說的有 41 人（佔 24.4%），選擇其他的有 2 人（佔 1.19%），回答的答案為「兩者都可偏紙本一點」、「優先選擇免費的，若都要錢會買紙本」。請詳見表 43。

表 43 閱讀類別選擇情況

| 31.閱讀時，同樣的小說優先選擇哪一類？ | | | | | |
|----------------------|--------|--------|--------|-------|------|
| | 紙本小說 | 網路小說 | 兩者皆可 | 其他 | 總計 |
| 次數 | 45 | 41 | 80 | 2 | 168 |
| 百分比 | 26.79% | 24.40% | 47.62% | 1.19% | 100% |

註：N=168



第六節、綜合討論

本節針對上述各項統計分析結果進行統整討論。在基本資料方面，本研究結果如表 44 所示。在性別比例方面，本研究閱讀網路小說的讀者以男性（佔 65.48%）佔大多數。與 109 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告（國家圖書館，2021）的語言文學類借閱數相比較，全民閱讀力年度報告借閱語言文學類的讀者是女性佔大多數（佔 63.19%），與本研究收集到的資料佔比剛好相反。另外與許鴻勇（2007）的小說網站收費服務接受度之研究做比較，許鴻勇收集到的資料同樣以男性讀者（佔 60.22%）比例比較多。從以上兩個研究推測，臺灣閱讀小說的男性讀者應較能接受數位閱讀的方式，而女性則較喜愛閱讀紙本小說。

在年齡比例方面，本研究收集到的資料以 21-30 歲年齡區段（佔 47.02%）的讀者最多，109 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告（國家圖書館，2021）收集到的資料則是以 35-44 歲年齡區段（佔 25.68%）人數最多，許鴻勇（2007）的研究則是 19-28 歲的人數佔比總和最多（共 57.46%），推測閱讀網路小說的人還是以青壯年居多。

在教育程度方面，本研究教育程度為大學程度（佔 55.36%）的人最多。與許鴻勇（2007）的研究論文相同，都是大學學歷人數佔比最高。

在職業比例方面，本研究職業占比以學生 77 人（佔 45.83%）最多。許鴻勇（2007）的研究與本研究相同，同樣是學生讀者的比例最高（佔 56.91%），推測學生有較多自由運用的時間，並且接觸網路娛樂方面的機會也比較大，所以閱讀網路小說的讀者都以學生居多。請詳見表 44。

表 44 基本資料比較表

| | 研究類型 | 樣本數 | 男性讀者比例 | 女性讀者比例 | 閱讀年齡佔比最高 | 學歷佔比最高 | 職業佔比最高 |
|-----------------|--------------|----------------|--------|--------|---------------------|----------------|----------------|
| 本研究 | 網路文學 | 168 人 | 65.48% | 34.52% | 21-30 歲 (47.02%) | 大學 (55.36%) | 學生 (45.83%) |
| 國家圖書館 (2021) | 語言文學 類實體書 | 3920 萬 冊借閱數 | 36.81% | 63.18% | 35-44 歲 (25.68%) | X | X |
| 許鴻勇 (2007) | 網路文學 | 181 人 | 60.22% | 39.78% | 19-28 歲 (57.46%) | 大專 (62.43%) | 學生 (56.91%) |

註：X 代表此研究沒有調查此資料。

在閱讀偏好方面，研究結果如表 45 所示。在閱讀設備方面，閱讀網路小說時，大部分讀者都使用過智慧型手機（佔 92.86%）與桌上型電腦（佔 78.57%）來閱讀網路小說。與許鴻勇（2007）的研究相比較，手機使用者有大幅度的增加。

在閱讀時間點方面，本研究最常閱讀的時間點在平日晚上（佔 80.95%），在這段時間內閱讀的讀者最多。與許鴻勇（2007）調查的閱讀時間點類似，都是晚上時段。

在閱讀地點方面，本研究最常閱讀網路小說的地點大部分讀者都是選在家裡（佔 80.95%）閱讀。與許鴻勇（2007）調查的閱讀地點相同，且比例類似都是約 8 成的讀者選擇此項。另外本研究有約半成在家裡閱讀小說的讀者，都是以智慧型手機（佔 49.4%）閱讀網路小說。

在喜愛的作品類別方面，本研究讀者們最喜愛的小說類別以奇幻小說（佔 57.14%）最受喜愛。在許鴻勇（2007）的調查中則是以科幻類別（佔 64.09%）最受歡迎。可能經過 10 多年，部分科幻作品中的產品已成為現實產品，所以年輕族群的閱讀喜好在現今科技快速發展下而有所改變。請詳見表 45。

表 45 閱讀偏好比較表

| | 樣本數 | 閱讀設備使用比例 | | 最常閱讀地點 | 最常閱讀時間 | 最喜愛小說類別 |
|---------------|-------|----------|--------|----------------|---------------------|----------------|
| | | 桌上型電腦 | 手機 | | | |
| 本研究 | 168 人 | 78.57% | 92.86% | 家裡 (80.95%) | 平日晚上 (80.95%) | 奇幻 (57.14%) |
| 許鴻勇 (2007) | 181 人 | 96.13% | 4.42% | 家裡 (79.56%) | 18-24 點 (73.48%) | 科幻 (64.09%) |

在各網站知名度方面如表 46 所示，以日本的網路文學網站最知名，有一半的讀者都知道日本的成為小說家吧網站（佔 50%）。其次是中國的起點中文網也廣為人知（佔 47.02%）。臺灣網路文學網站中，最出名的網站是 POPO 原創市集，不過只有約 2 成的讀者知道（佔 22.62%）。

在閱讀偏好作品來源國的調查中，喜愛閱讀日本網路小說（佔 42.26%）的讀者最多。有約四分之一的讀者，最常使用的網路小說網站為日本成為小說家吧網站（佔 27.98%）。近年來有許多日本的網路文學作品改編成動畫或遊戲在臺灣上市，可能由於此原因而使原作的網路小說越來越受臺灣大眾所喜愛。請詳見表 46。

表 46 網路文學網站知名度與讀者喜好

| 知名度 | | | 讀者最喜歡... | |
|--------|--------|-----------|----------|--------|
| 中國 | 日本 | 臺灣 | 作品來源國 | 網路文學網站 |
| 起點中文網 | 成為小說家吧 | POPO 原創市集 | 日本 | 成為小說家吧 |
| 47.02% | 50% | 22.62% | 42.26% | 27.98% |

讀者們挑選小說作品的影響因素如表 47 所示。從高到低分別為「作品題材、類型」、「看過動畫、電影或漫畫等改編作品而想看原作小說」、「其他讀者的評論」、「看過同作者其他作品」、「是否可免費閱讀」、「作品是否完結」。

與文化部文化統計網（2020）的網路漫畫選擇因素相比較其實有滿多類似的共通點，同樣第一影響因素是劇情因素，第二影響因素是畫面的因素，第三影響因素有特定作者影響。請詳見表 47。

表 47 考量因素比較表

| | | 考量因素順位 | | | | |
|-------------|------|----------|------------------------|-------------------|---------|-----------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 本研究 | 網路文學 | 作品題材、類型 | 看過動畫、電影或漫畫等改編作品而想看原作小說 | 其他讀者的評論、看過同作者其他作品 | 是否可免費閱讀 | 作品是否完結 |
| 文化統計網（2020） | 網路漫畫 | 劇情內容簡介吸引 | 圖面／畫風 | 特定作者的作品 | 有名的作品 | 網路點閱人氣排行高 |
| 相似因素 | | 劇情因素 | 畫面因素 | 特定作者 | X | X |

註：X 代表此兩者研究的因素沒有共通點。

在閱讀行為方面，如表 48 所示。本研究結果顯示每日閱讀時間以 31 分鐘-1 小時（佔 30.95%）的人最多，許鴻勇（2007）的研究每日閱讀時間 1-2 小時（佔 25.41%）的人最多，比較起來近年來每日閱讀網路小說的讀者，閱讀時間縮短了一些。在離線閱讀網路小說的調查中，以不曾下載（佔 54.17%）的人最多，與許鴻勇（2007）的研究結果相比（佔 68.51%），比例有略微減少。閱讀資歷以 10 年以上（佔 27.38%）的讀者最多，與許鴻勇（2007）的閱讀資歷 5 年以上（27.07%）的比例差不多。

在每年閱讀數量的調查中，以閱讀 20 套小說以上（佔 30.36%）最多。文化部文化統計網（2020）的研究中，閱讀網路漫畫占比最高的則是 1-5 部（佔 42.3%），網路小說的閱讀量比網路漫畫更高，但人數占比較少。讀者們尋找新

小說的資訊來源管道以「各小說網站排名榜、推薦榜」（佔 31.55%）最多人使用，在文化部文化統計網（2020）針對網路漫畫的研究中，則是網路漫畫專門網站（佔 25.1%）最多人使用。文化部文化統計網與本研究結果相似，讀者最常使用的資訊來源管道都是專門的小說或漫畫網站。

讀者們開始閱讀網路小說的誘因，以「看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說。」（佔 30.36%）最多。在文化部文化統計網（2020）的研究中，有 77.5%的民眾會因為觀看動畫改編的遊戲、漫畫、影視作品而回頭觀看動畫原作，與本研究的調查結果類似，都會由其他改編作品而帶動對原作作品的興趣。請詳見表 48。

表 48 閱讀行為比較表

| | 研究類型 | 樣本數 | 每日閱讀時間占比最多 | 離線閱讀調查占比最多 | 閱讀資歷占比最多 | 每年閱讀數量占比最多 | 資訊來源管道 | 閱讀誘因 |
|--------------|------|-------|---------------------|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| 本研究 | 網路文學 | 168 人 | 31 分鐘-1 小時 (30.95%) | 不曾下載，都在線上閱讀 (54.17%) | 10 年以上 (27.38%) | 20 套以上 (30.36%) | 各小說網站排名榜、推薦榜 (31.55%) | 看過改編作品 (30.36%) |
| 許鴻勇 (2007) | 網路文學 | 181 人 | 1-2 小時 (25.41%) | 不曾下載，都在線上閱讀 (68.51%) | 5 年以上 (27.07%) | X | X | X |
| 文化統計網 (2020) | 網路漫畫 | 234 人 | X | X | X | 1-5 部 (42.3%) | 網路漫畫專門網站(25.1%) | 看過改編作品 (77.5%) |

註：X 代表此研究沒有調查此資料。

如表 49 所示，讀者們想購買網路小說出版品的誘因以「劇情內容描寫很好。」（佔 70.24%）最受重視，有約 7 成的讀者最看重此因素。在網路文學的購買意願方面，願意購買網站訂閱服務（佔 47.02%）或電子書（佔 48.21%）的讀者約一

半左右。而願意購買實體書（68.45%）的人接近 7 成，大部分讀者如果要花費還是較喜愛收藏實體紙本書。而無意願購買，只看免費的讀者，對網站訂閱服務（佔 41.67%）是最不能接受的，其次是電子書（佔 36.31%）。請詳見表 49。

表 49 購買誘因及意願表

| 購買誘因 | 網路文學購買意願 | | | 無購買意願，只看免費的 | | |
|----------|----------|--------|--------|-------------|--------|--------|
| | 網站訂閱服務 | 電子書 | 實體書 | 網站訂閱服務 | 電子書 | 實體書 |
| 劇情內容描寫很好 | 47.02% | 48.21% | 68.45% | 41.67% | 36.31% | 13.69% |

在閱讀動機的 AMRS 量表評分方式使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意（1 分）」到「非常同意（5 分）」分為五個等級，結果如表 50 所示。本研究在閱讀網路文學的研究結果顯示「閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。」的閱讀動機平均值 4.14 最高，有 82.74% 的讀者同意此項目。「告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。」的閱讀動機平均值 2.43 最低，有 53.57% 的讀者不同意此項。與 Hitomi Kambara（2021）學術文章閱讀動機的研究結果相比有略微差異。本研究偏向娛樂性質的網路小說閱讀動機在「閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。」的同意程度平均值最高。Hitomi Kambara 的研究是在詢問全種類書籍的閱讀動機，結果則是「不讀書，我的生活很無聊。」的同意程度平均值最高。請詳見表 50。

表 50 閱讀動機同意程度比較表

| | | 閱讀的重要性 | | | 自我效能和閱讀的外在動機 | | | |
|-----------------------|-----|--------------|----------------|---------------------|----------------------|---------------------------|--------------------|------------------------------|
| | | 不讀書，我的生活很無聊。 | 花時間閱讀對我來說非常重要。 | 與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。 | 告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。 | 我喜歡閱讀需要多加思索的小說，以考驗我的推理能力。 | 我相信我能讀懂需要多加思索的小說。 | 閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。 |
| 本研究 | 平均值 | 3.53 | 3.93 | 3.77 | 2.43 | 3.55 | 3.77 | 4.14 |
| | 標準差 | 1.203 | 0.89 | 0.89 | 1.10 | 0.977 | 0.846 | 0.804 |
| 問卷差異題項 | | 同上 | 同上 | 同上 | 同上 | 我喜歡閱讀困難的書籍或論文，以考驗我的能力 | 我相信我能讀懂困難的書籍和學術文章。 | 我正在閱讀以提高我的工作成果或大學成績。 |
| Hitomi Kambara (2021) | 平均值 | 3.39 | 3.36 | 3.146 | 2.786 | 2.76 | 2.971 | 2.909 |
| | 標準差 | 0.876 | 1.16 | 1.131 | 1.005 | 1.047 | 1.114 | 1.033 |

同時閱讀動機量表以職業身分的學生和社會人士做 T 檢定分析，在「閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。」的閱讀動機上達顯著差異，學生對閱讀網路小說可以放鬆心情或提高成果的同意程度高於社會人士。以獨立樣本單因數變異分析 (ANOVA) 比較不同閱讀時間的讀者，在「花時間閱讀對我來說非常重要。」與「與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。」的兩個閱讀動機達顯著差異。與 Hitomi Kambara (2021) 的研究結果相似，在閱讀的重要性方面都與閱讀時間有所相關。另外以獨立樣本單因數變異分析 (ANOVA) 比較不同閱讀數量的讀者，在「不讀書，我的生活很無聊。」、「花時間閱讀對我來說非常重要。」與「與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。」的三個閱讀動機達顯著差異，這三個題項同屬閱讀的重要性，可見閱讀數量的多寡與閱讀時間一樣，對閱讀的重要性有所相關。

在閱讀習慣 SRHI-R 量表評分方式與閱讀動機一樣，使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意（1 分）」到「非常同意（5 分）」分為五個等級，結果如表 51 所示。本研究閱讀網路文學的研究結果顯示「我經常閱讀。」的同意程度平均值最高，平均值達 4.11，有 75.59% 的讀者認同自己經常在餘暇時間中閱讀。「需要努力克制自己才能不去閱讀。」的同意程度平均值最低，平均值只有 2.88，有 42.26% 的讀者不認同此項，只有 29.76% 的讀者認同自己需要努力克制才能不去閱讀。另外在「如果不去閱讀的話會覺得不對勁。」題項，也有 27.38% 的人不認同，有 40.48% 的人認同不去閱讀會覺得不對勁，與上題同為同意程度未達 50% 的題項。「需要努力克制自己才能不去閱讀。」、「如果不去閱讀的話會覺得不對勁。」這兩個題項是較偏向負面影響的題項，兩項都同意的人在閱讀網路文學方面可能已經有略為成癮的現象。

在 Schmidt (2016) 同樣針對餘暇閱讀的研究中則是「我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。」同意程度平均值 3.57 最高，而「如果不去閱讀的話會覺得不對勁。」的同意程度平均值 2.78 最低。Schmidt 針對德國學生的研究結果與本研究針對臺灣巴哈姆特電玩資訊站使用者的研究結果有不小的差異，以平均值來看，大部分題項都是巴哈姆特電玩資訊站使用者的同意程度比較高，唯有克制力題項平均值比德國學生低。請詳見表 51。

以獨立樣本單因數變異分析 (ANOVA) 比較不同閱讀時間的讀者，對於閱讀習慣的同意程度之差異，結果顯示除「我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。」及「我不需要去想就會去閱讀。」題項以外，其他題項皆有顯著性影響。大部分有顯著差異的題項都是閱讀時間越長，同意程度的平均值越高。唯有「我

在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。」題項，則是閱讀 2-3 小時的時間區段，同意程度平均值最高（平均值 = 4.31）。本研究在閱讀時間與閱讀習慣的比較結果與 Schmidt（2016）的研究結果相似，閱讀習慣與閱讀時間有高度相關。另外以獨立樣本單因數變異分析（ANOVA）比較不同閱讀數量的讀者，對於閱讀習慣的同意程度之差異，結果顯示除「我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。」、「我不需要去想就會去閱讀。」及「我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。」題項以外，其他題項皆有顯著性影響。大部分有顯著差異的題項都是閱讀數量越多，同意程度的平均值越高，與閱讀時間的比較結果類似。

表 51 閱讀習慣同意程度比較表

| | | 我經常閱讀。 | 我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。 | 我不知就不覺就在閱讀。 | 如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 | 我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。 | 需要努力克制自己才能不去閱讀。 | 閱讀已經是我的日常例行活動。 | 我不需要去想就會去閱讀。 | 餘暇時間閱讀是我個人風格。 | 我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 |
|----------------|-----|--------|--------------------|-------------|-----------------|------------------------|-----------------|----------------|--------------|---------------|-------------------|
| 本研究 | 平均值 | 4.11 | 3.55 | 3.85 | 3.27 | 3.83 | 2.88 | 3.67 | 3.64 | 3.9 | 4.08 |
| | 標準差 | 0.872 | 1.093 | 0.922 | 1.161 | 0.922 | 1.18 | 1.052 | 1.017 | 0.952 | 0.916 |
| Schmidt (2016) | 平均值 | 3.36 | 3.15 | 3.37 | 2.78 | 3.16 | 3.03 | 2.81 | 3.08 | 2.91 | 3.57 |
| | 標準差 | 1.33 | 0.36 | 1.35 | 1.37 | 1.32 | 1.37 | 1.37 | 1.39 | 1.37 | 1.44 |

在閱讀網路小說後閱讀習慣的變化調查如表 52 所示。「花在閱讀上的時間？」、「閱讀網路小說的時間？」、「閱讀的小說量？」、「閱讀的小說類別？」這四個題項的變化都是以增加的回答居多。唯有「閱讀紙本小說的時間？」

是減少的回答最多。閱讀時間與數位閱讀的結果與 Ziming Liu (2005) 閱讀電子書和紙本書習慣改變的研究結果相似，都是增多。在閱讀網路小說與紙本小說的習慣差異調查中，以頻繁加上總數的總次數比較紙本與數位小說的不同。在尋找新書方面，閱讀網路小說的讀者較會尋找新書；在回顧劇情方面，閱讀紙本小說的讀者較會回顧劇情；在撰寫心得文分享或與他人討論劇情的行為上，兩方讀者的行為較無差別；在閱讀時與其他事情一起做（如走路、吃飯、上廁所）的行為上，網路小說的讀者較會與其他事情一起做。在閱讀同樣的小說選擇網路小說或紙本小說時，以兩者皆可的人數最多。可能大部分讀者只在意小說劇情內容，而不是小說乘載的載體。在 Ziming Liu (2005) 的研究中，由於年代較早，且沒指定娛樂類作品閱讀，當時的研究則是選擇使用紙本媒體閱讀者居多。本研究調查則是大部分的人都接受了數位媒體，認為使用哪種載體閱讀都可。請詳見表 52。

表 52 閱讀習慣改變比較表

| | 閱讀時間 | 閱讀紙本小說時間 | 閱讀網路小說時間 | 閱讀量 | 閱讀類別 | 閱讀時，同樣的小說優先選擇哪一類？ |
|-------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|-------------------|
| 本研究 | 增多 (62.5%) | 減少 (52.38%) | 增多 (74.4%) | 增多 (70.24%) | 增多 (58.33%) | 兩者皆可 (47.62%) |
| 問卷差異題項 | 同上 | 閱讀紙本書時間的占比 | 閱讀電子書時間的占比 | X | X | 優先選擇哪一類閱讀？ |
| Ziming Liu (2005) | 增多 (67%) | X | 增多 (83%) | X | X | 紙本媒體 (89.4%) |

註：X 代表此研究沒有此資料。

第五章 結論與建議

第一節、結論

本研究依據有效問卷結果，在第四章進行統計分析、探討，本章針對第一章緒論的研究目的作研究結論，並就所得到之結論提出對未來研究之建議，以供未來從事相關研究者與圖書館參考。

一、瞭解閱讀網路文學的用戶群體分佈

在本研究調查中，在巴哈姆特電玩資訊站收集到的閱讀網路文學用戶，大多為臺灣 21-30 歲的青壯年男性，佔了 30.36%。讀者學歷有 72.02% 為大學以上（含專科、研究所）。收集到的讀者職業分佈大概學生群體 45.83% 與社會人士 54.17%，約各佔一半。從收集到的資料能看出，巴哈姆特電玩資訊站使用者還是臺灣人居多，有 96.43% 的讀者為臺灣人。閱讀網路文學是較屬於男性年輕族群的餘暇活動，且學生與社會人士都有一定的閱讀者。

二、各讀者大部分閱覽哪個平臺的作品及閱讀偏好

在本研究的調查中，網路文學網站的知名度，以中國起點中文網（47.02%）及日本成為小說家吧（50%）的作品最知名，有約半數的讀者都看過這兩個網站的作品。反較之下，最知名的臺灣網路文學網站閱讀比例只有 22.62%，知名度遠輸日本與中國網站。另外有 30.36% 的讀者可能是常使用盜版的網站（軟體）或是綜合型電子書平臺（如 Bookwalker），對自己觀看的小說出自哪個網路文學網站不太清楚。最常使用的網路文學網站是日本的成為小說家吧，有 27.98% 的讀者使

用此網站。作品來源國以日本的小說最受歡迎，有 42.26% 的讀者偏好此類，其次是 33.93% 的讀者無特定偏好，不論那個國家的小說都會去看。其中 20 歲以下的年輕人較喜歡日本的網路文學，21 歲以上讀者無特定偏好者較多，沒有專注閱讀特定的網路文學網站。喜好的小說題材類型最受歡迎的是奇幻類小說，有 57.14% 讀者選擇此項，其次是輕小說類型，有 51.19% 讀者選擇。

挑選作品的因素，依照順位分別是「作品題材（類型）」、「看過改編作品」、「受評論或特定作者影響」等。其中改編作品跟評論影響雖不是排第一順位的因素，但是這兩個因素都是受網路發展而開始興盛的因素。改編作品像動畫，在巴哈姆特資訊站開設的「動畫瘋」近年來引進許多日本小說改編的動畫，如從 2021 年 1 月引進的「關於我轉生變成史萊姆這檔事 第二季」，在 2021 年 9 月底就累積了 1200 多萬的播放量。在動畫瘋播放時旁邊還有彈幕訊息欄的設計，可以即時針對某個動畫段落輸入評語、吐槽、解說等內容，加深了觀眾看影片時的互動性。「動畫瘋」中還有針對作品的評分系統，可以讓觀眾依據評價分數來決定要不要開始觀看此影片。動畫的興盛及評論分數的高低，常常帶動原作銷量或是作品的觀看量。近年來中國的起點中文網也陸陸續續製作許多小說改編作品，如線上影音平臺 Netflix 上的「仙王的日常生活」動畫，及「全職高手」真人影集都是起點中文網的網路小說改編而來。

三、瞭解閱讀網路文學在生活中的行為以及閱讀動機

在本研究調查中，有 92.86% 的讀者使用過智慧型手機閱讀網路文學，其次有 78.57% 讀者使用桌上型電腦閱讀網路文學。但有 64.88% 讀者最常使用的閱讀設備

是智慧型手機，即使是在家中有桌上型電腦的環境，在閱讀網路文學時還是以智慧型手機為主。智慧型手機小巧且能隨身攜帶的特性，使之在乘坐交通工具通勤或上班（上學）的休息時間中，讀者能使用智慧型手機閱讀網路文學打發時間。

調查中最常閱讀網路文學的地點，有 80.95% 的人選擇家裡，閱讀時間點最多的是平日晚上的休閒時間，80.95% 讀者選擇此項。每日閱讀時間以 31 分-1 小時的讀者最多，佔 30.95%。收集到的讀者資料中，有 27.38% 已持續閱讀網路文學長達 10 年以上。網路文學的閱讀量很大，有 30.36% 的讀者每年閱讀量達 20 套以上，以一套小說 100 萬字計算，一年閱讀量可達 2000 萬字以上，更甚者有些小說一套都上千萬字，實際閱讀量可能更多。在下載離線閱讀方面兩方人約各占一半，有 54.17% 的讀者從不下載只在網路上閱讀，有 45.83% 的讀者則是會下載小說來閱讀，以避免網路不順暢的情形。

讀者們開始閱讀網路文學的誘因以受改編作品影響最多，有 30.36% 的讀者是先看過小說改編的動畫、電影、漫畫及遊戲等作品而去接觸原作小說，其中有 25.6% 的讀者都為 30 歲以下的年輕人。在踏入網路文學的世界後，有 31.55% 的讀者會自發的從網路文學網站的排行榜去尋找新小說來看。

在購買書籍意願的調查上，網路文學數位產品的購買意願低於實體書的購買意願。如果需要網路文學網站訂閱服務，只有 47.02% 的讀者願意購買，有 41.67% 只願意看免費的。如果需要購買網路文學電子書，只有 48.21% 的讀者願意購買，有 36.31% 只願意看免費的。而願意購買網路文學實體書的讀者有 68.45%，只有 13.69% 只想看免費的。但大部分讀者如果要花錢的話，只要看過後覺得劇情描寫很好，會有 70.24% 的讀者願意購買。研究中能看出實體書的購買意願較高，如果

網路文學網站配合出版社發售實體書，或許能帶動更多的商機。在閱讀網路文學後，讀者去圖書館、書店、書展找紙本書的意願都有降低，甚至連生活環境周遭有紙本小說時，只剩下 39.29%的民眾會拿起來閱讀。

在閱讀動機調查中，閱讀的重要性方面以「花時間閱讀對自己來說非常重要」最多人同意，有 67.85%的讀者同意此題項。另外有 53.57%的讀者認為「告知他人自己的閱讀量」不重要，沒必要炫耀自己的小說閱讀量。在後續 ANOVA 檢定時，閱讀時間與閱讀數量對閱讀的重要性題項上都有顯著性影響。在自我效能和閱讀的外在動機方面以「閱讀可以放鬆心情，並提高工作或學習時的成果」最多人認同，有 82.74%的讀者認同此題項，其中學生比社會人士更認同此項目，在 T 檢定時有顯著影響。從結果中推測網路文學的閱讀動機都是以自己為主，受外在他人的因素影響較小，且閱讀數量與閱讀時間越多會越加重網路小說對自己的重要性。

四、閱讀網路文學的習慣以及閱讀實體書與數位書的習慣改變

在本研究的閱讀習慣調查中，大部分題項都已同意居多。其中「我經常閱讀」題項同意程度最高，有 75.59%的讀者認同自己經常在餘暇時間中閱讀。在後續 ANOVA 檢定時，閱讀時間與閱讀數量在大部分題項都有顯著性影響。但有兩題題項同意程度未達一半，在「需要努力克制自己才能不去閱讀。」題項只有 29.76%的讀者認同自己需要努力克制才能不去閱讀，有 42.26%的讀者不認同。在「如果不去閱讀的話會覺得不對勁。」題項只有 40.48%的人認同不去閱讀會覺得不對勁，有 27.38%的人不認同。這兩個題項是較偏負面影響的題項，兩項都同意

的人有約3成，在閱讀網路文學方面可能已經有略為成癮的現象。

在閱讀習慣改變的調查中，有62.5%的讀者認為接觸網路文學後閱讀時間比以往讀紙本小說時更多，更容易維持良好的閱讀習慣。但有52.38%的讀者認為閱讀紙本小說的時間減少，74.4%的讀者認為閱讀網路小說的時間增加，在習慣閱讀網路小說的便利性後，有不少人都不再閱讀紙本書。另外有超過一半的讀者認為接觸網路小說後，閱讀的小說數量與小說類別有增加，有70.24%讀者認為閱讀小說數量增加，有58.33%讀者認為閱讀的小說類別增加。網路上有許多排行榜或讀者推薦，常會吸引住讀者看以往不會看的小說類型。

在尋找新書的行為上，網路小說閱讀完比紙本小說閱讀完時更容易去尋找新書，推測可能是網路文學網站的便利性，比以往看書評或是自己逛書店方便許多。在重看一遍回顧劇情的行為上，紙本小說略高於網路小說一些，推測可能是網路小說文字量過多，不太適合回顧觀看。在撰寫心得文分享與他人討論劇情的行為上則是兩方比例差不多，只有少部分的讀者會習慣寫心得分享好書。推測大部分的讀者看小說都是為了自己放鬆心情，不太會與他人分享或討論。讀者們閱讀紙本小說的專注程度比網路小說高，網路小說由於攜帶的便利性，大部分的讀者都會與其他事情一起做，如邊吃飯邊看小說。但如果是同樣的小說內容要優先選擇觀看網路小說或紙本小說時，有47.62%的讀者認為兩者皆可，載體不會限制小說的好看程度，閱讀的劇情內容遠比載體重要。

第二節、建議

網路文學自 1997 年以來發展至今，以帶動許多相關產業的蓬勃發展，如日本就有許多漫畫、電影、遊戲等都是從網路文學改編而來。對大部分的讀者而言，閱讀網路文學可說是付出最小的餘暇活動，大部分網路文學網站都可免費閱讀，而要連上網路文學網站只要有能上網的智慧型手機就可隨時隨地閱讀。閱讀時也不像遊戲需要專注心力在其中，可隨時中斷閱讀，並能用較放鬆的心態去閱讀小說內容。通過巴哈姆特電玩資訊站收集到的讀者資料，對臺灣人閱讀網路文學的情況做調查，期望能更多加推廣網路文學及其相關研究。本節依據研究結果之歸納，從三個層面題出相關建議，包括：對圖書館之建議、臺灣網路文學網站之建議以及網路文學相關研究，提出進一步研究建議。

一、對於圖書館之建議

依據本研究「閱讀習慣改變」題項之調查，可得知讀者在閱讀網路小說後，大部分讀者的網路小說閱讀時間占比已高於紙本小說。網路小說的數量遠比紙本小說多，且容易搜尋。而對於同樣的小說內容，讀者們不會介意是實體紙本書還是需用數位設備閱讀。在「數位化對實體本的閱讀行為影響」題項中，閱讀網路文學後的讀者，去圖書館或書店的行為都有所減少，利用網路平臺購買書籍的人數反倒增加，數位化時代已改變許多人以往的習慣。圖書館可以發展有關數位電子書收藏、管理、閱讀的配套設施，在館藏方面會比以往實體書收藏管理要方便許多。

在閱讀的推廣上，圖書館如能像網路文學網站一樣，簡單使用智慧型手機或

桌上型電腦即時閱讀圖書館館藏，將可帶動更多民眾利用圖書館網站閱讀圖書館館藏。網路文學網站輸入關鍵詞即可尋找到小說，並且可馬上免費觀看小說內容的便利性，遠大於目前圖書館繁瑣又有限制的線上借閱手續，是圖書館目前可以改進的方向之一。增加館藏方面，可與臺灣的網路文學網站做合作，讓網路文學網站作品都加入到圖書館的搜尋系統裡，並且在搜尋到後可即時利用網路閱讀內容，同時也能推廣臺灣作家的作品。在費用方面，可依據作品觀看次數的人氣來付費，或是採用前期免費，後期需訂閱付費的模式進行。這樣既可推廣網路文學網站的作品，也能節省圖書館的館藏支出。從本研究「購買誘因調查」題項中能得知，最容易購買的誘因是作品的劇情內容好壞。只要先免費提供作品給讀者觀看，再與網購平臺和出版社合作，閱讀小說完後有購買實體書或是相關周邊的資訊供讀者知道。便可讓想收藏相關產品的讀者即時購買產品，並透過網購平臺送貨到家，從本研究「付費調查」題項中也能看出較多讀者還是喜歡收藏實體產品。這樣的作法可結合不同產業部門達到多元共存的目標。

二、對於臺灣網路文學網站之建議

依據本研究「看過哪些網站作品」題項的調查，有部分讀者可能是使用盜版網站（軟體）來閱讀小說。對於嫖竊行為需要做好防護準備，但不能損失讀者的閱讀便利性，而把更多的讀者推往盜版網站（軟體）。如中國起點中文網雖能無登入帳號隨意閱讀小說內容，但禁止複製文字功能，在訂閱後期文章時才需要登入帳號付費。另外對於作品的分級制度也需要做好嚴加的把關，由於網路上是開放性空間，對於限制級作品須做好嚴密的認證條件，避免未成年人的閱讀。

網路文學網站的發展可與不同的娛樂產業合作以推廣自家作品，如遊戲公司可將良好的作品製作成遊戲、或是影視公司拍連續劇，日本與中國的許多網路文學都有成功的先例存在。在本研究「挑選作品因素」的調查中也能看出，有許多人都是受改編作品影響而開始閱讀原作小說。網路文學網站間也能相互合作，如與日本或中國的網路文學網站合作，將國外作品翻譯後帶入到國內，或是將國內的小說輸出到國外，只要越多民眾使用網站就可帶動自家作品的知名度。

三、對於未來研究之建議

本研究僅在研究巴哈姆特電玩資訊站使用者閱讀網路文學的閱讀情況，對於未來進一步的研究提出幾項建議。本研究因受限於人力、時間與臺灣 2021 年爆發的疫情限制，而僅以巴哈姆特電玩資訊站的使用者作為研究對象進行分析。建議未來研究者可擴展研究範圍與對象，收集不同讀者的資料進行分析研究。另可針對不同網路文學平臺的使用者作深度訪談，以瞭解這個平臺的優勢與劣勢，比較不同平臺間的差異。進而瞭解每個年齡層對於小說的閱讀需求，使之在閱讀推廣上能有更適切的設計方案。在第四章第六節綜合討論時有比較國家圖書館借閱語言文學類的比例與本研究收集到的資料做對照，在男女性別上，閱讀網路文學與實體紙本書的比例剛好相反，或許也能衍伸出一個研究方向。

本研究以網路問卷調查方式進行量化研究，藉由問卷調查法探討讀者的閱讀偏好、行為、動機、習慣。未能深入探討讀者們對於網路文學網站與網路小說的看法或是反饋，建議未來研究者可搭配質性研究深入訪談使用者，以更詳細瞭解讀者的觀點與使用者需求，以及問卷調查結果背後的成因。

參考文獻

一、中文文獻

- 王嘉琪、徐士偉、林尚廷（2017）。閱讀態度與閱讀行為之研究。文化事業與管理研究，17(1)，1-23。嘉義縣：南華大學。
- 單小曦（2010）。紙媒文學•數字文學•文藝學邊界。中州學刊，2，248-250。
- 林心涵（2013）。中國網路文學市場的集中化與影視改編策略分析--以盛大文學為例。國防大學政治作戰學院新聞學系碩士論文。桃園市：國防大學。
- 林文軒（2015）。中國大陸網絡文學發展現況評析。展望與探索，13（11），76-91。
- 林巧敏、葉一蕾（2017）。青少年輕小說閱讀動機與閱讀行為之研究—以新北市為例。圖書資訊學研究，11（2）1-49。
- 林怡秀（2020）。電子書使用需求與滿意度研究—以 Ebook Taipei 臺北好讀電子書平臺（原 HyRead 電子書平臺）為例。輔仁大學圖書資訊學系碩士論文。新北市：輔仁大學。
- 邱皓政（2010）。量化研究與統計分析：SPSS（PASW）資料分析範例。臺北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 吳統雄（1985）。態度與行為研究的信度與效度：理論、應用、反省。民意學術專刊，29-53。
- 柯華葳、張郁雯、詹益綾、丘嘉慧（2017）。PIRLS 2016 臺灣四年級學生閱讀素養國家報告。桃園市：國立中央大學。

- 唐淑華、蔡孟寧、林烘煜（2015）。臺灣青少年對大問題關心程度、學習信念、閱讀習慣與其心理適應之關聯。《課程與教學》，18（2），1-25。
- 許鴻勇（2007）。小說網站收費服務接受度之研究—以臺灣地區小說網站為例。國立暨南國際大學國際企業學系碩士論文。南投縣：國立暨南國際大學。
- 陳淑滿（2014）。析論網路文學的發展與閱讀。《正修通識教育學報》，11，85-108。高雄市：正修科技大學。
- 黃家瑩（2006）。國小高年級學生家庭閱讀環境、閱讀動機與閱讀行為之研究。國立高雄師範大學教育學系碩士論文。高雄市：國立高雄師範大學。
- 黃翊煊（2011）。遊戲虛擬社群的資訊分享行為研究—以巴哈姆特魔獸世界版為例。國立臺灣師範大學圖書資訊學系碩士論文。臺北市：國立臺灣師範大學。
- 黃淼、陳建雄（2018）。捷運站低頭族行為之觀察研究。《工業設計》，138，7-11。
- 黃衛（2018）。當代網路文學研究。臺北市：崧燁文化出版發行。
- 樊柯（2012）。網路小說產業化的流行模式及其影響。《中州學刊》，6，197-200。
- 蔡雅音、黃瓊玉、楊政郎、洪林伯（2015）。臺灣民眾休閒閱讀書籍類型選擇之研究。《文化事業與管理研究》，13，73-91。
- 戰玉冰（2019）。網絡小說的數據法與類型論——以2018年的749部中國網絡小說為考察對象。《中國現代文學》，35，65-88。
- 謝奇任（2013）。中國大陸文學網站的創作生產策略與困境：以起點中文網為例。《中華傳播學刊》，24，43-72。
- 謝奇任（2016）。致我們的青春：臺灣、日本、韓國與中國大陸的網路小說產業發展。臺北市：秀威經典。

- 譚雪芳 (2011) 。網路對文學傳播的演進與重構。 *武夷學院學報* , 30 (6) 53-57 。
- 羅蓉蓉 (2006) 。KUSO 創作及其行銷意含之探索性研究-以巴哈姆特為例。 *國立中正大學行銷管理學系碩士論文*。嘉義縣：國立中正大學。

二、外文文獻

- Bas Verplanken, Henk Aarts (1999). Habit, Attitude, and Planned Behaviour: Is Habit an Empty Construct or an Interesting Case of Goal-directed Automaticity? *European Review of Social Psychology*, 10, 101-134.
- Bas Verplanken, Sheina Orbell (2003). Reflections on Past Behavior: A Self-Report Index of Habit Strength. *Journal of Applied Social Psychology*, 33, 1313-1330.
- Ching-I Teng (2021). How can avatar's item customizability impact gamer loyalty? *Telematics and Informatics* 62 ,101626.
- Fabian T. C. Schmidt, Jan Retelsdorf (2016). A New Measure of Reading Habit: Going Beyond Behavioral Frequency. *Frontiers in psychology*, 7, 1364.
- Gen-Yih Liao, Huynh Van Nguyen, T.C.E. Cheng, Ching-I.Teng (2020). How do social networks foster online gamer loyalty? Perspective of weak/strong tie theory. *Telematics and Informatics*, 53,101437.
- Hitomi Kambara, Po-Yi Chen, Sachiko Adachi, Yu-Cheng Lin (2021). Validating the adult motivation for reading scale with Japanese college students. *International Journal of Educational Research*, 108, 101752.
- Issa Najafi, Mohsen Kamyar, Ali Kamyar, Mahmoudreza Tahmassebpour (2017). Investigation of the Correlation Between Trust and Reputation in B2C e-Commerce Using Alexa Ranking. *IEEE Access*, 5, 12286-12292.

- Jacob Chia-An Tsai, Shin-Yuan Hung (2019). Examination of community identification and interpersonal trust on continuous use intention: Evidence from experienced online community members. *Information & Management* 56(4), 552-569
- Jia-Wen Wang (2018). Retrieving critical design factor of ebook for older people in Taiwan. *Telematics and Informatics*, 35(7), 2016-2027.
- Joe Verghese, Richard B. Lipton, Mindy J. Katz, Charles B. Hall, Carol A. Derby, Gail Kuslansky, Anne F. Ambrose, Martin Sliwinski., and Herman Buschke (2003). Leisure activities and the risk of dementia in the elderly. *The New England Journal of Medicine*, 348, 2508-2516.
- Kat Landry Mueller, Michael Hanson, Michelle Martinez, Linda Meyer (2017). Patron Preferences: Recreational Reading in an Academic Library. *The Journal of Academic Librarianship*, 43(1), 72-81.
- Lee J. Cronbach (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika* 16, 297-334.
- Nicola Schutte, John Malouff (2007). Dimensions of reading motivation: Development of an adult reading motivation scale. *Reading Psychology*, 28(5), 469-489.
- Norman J. Unrau, Matthew Quirk (2014). Reading motivation and reading engagement: Clarifying commingled conceptions. *Reading Psychology*, 35(3), 260-284.
- Qihua Liu, Xiaoyu Zhang, Yiran Li (2020). The influence of information cascades on online reading behaviors of free and paid e-books. *Library & Information Science Research*, 42(1), 101001.
- Zhang Ni (2020). Xiuzhen (Immortality Cultivation) Fantasy: Science, Religion, and the Novels of Magic/Superstition in Contemporary China. *Religions*, 11(1), 25.
- Ziming Liu (2005). Reading behavior in the digital environment: Changes in reading

behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, 61(6), 700-712.

Ziming Liu, Xiaobin Huang (2016). Reading on the move: A study of reading behavior of undergraduate smartphone users in China. *Library & Information Science Research*, 38(3), 235-242.

玉井建也（2018）。物語・ゲーム・ライトノベル—ウェブ小説と物語論の関係。東北藝術工科大学紀要，25。

落合早苗（2012）。電子書籍とはなにか—ケータイコミック／ケータイ小説考察。情報科学技術，62（6），248-253。日本：情報科学技術協会。

澤崎宏一（2020）。大学生の読書習慣が10年間でどう変わったか：静岡県立大学新入生の調査(2009-2018)より。国際関係・比較文化研究，19（1），55-79。



三、網路資料

カクヨム統計（2021）。上網日期：2021年3月25日，檢自：<https://kakuyomu-statistic.info/>。

小説頻道（2020）。上網日期：2020年9月9日，檢自：<http://www.nch.com.tw>。

小説家になろう（2020）。上網日期：2020年10月6日，檢自：<https://syosetu.com>。

巴哈姆特（2021）。上網日期：2021年11月30日，檢自：<https://www.gamer.com.tw>。

中國互聯網絡資訊中心（2021）。第47次中國互聯網絡發展狀況統計報告。上網日期：2021年3月31日，檢自：<https://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/4>。

文化部文化統計網 (2019) 。2018 年臺灣民眾閱讀及消費行為調查報告。上網日期：

2021 年 4 月 8 日，檢自：<https://stat.moc.gov.tw/Research.aspx?type=4>。

文化部文化統計網 (2020) 。2018 年 ACG 產業調查暨民眾消費行為趨勢分析。

上網日期：2021 年 4 月 8 日，檢自：

<https://stat.moc.gov.tw/Research.aspx?type=4>。

飛燕文創 (2021) 。上網日期：2020 年 11 月 17 日，檢自：

<https://paradise.feiyantw.com>。

唐家三少 (2007) 。冰火魔廚。上網日期：2021 年 3 月 18 日，檢自：

<https://book.qidian.com/info/70705>。

晉江文學城 (2021) 。上網日期：2020 年 3 月 26 日，檢自：<http://www.jjwxc.net>。

財團法人臺灣網路資訊中心 (2020) 。2020 年臺灣網路報告。上網日期：2021 年

4 月 8 日，檢自：<https://report.twnic.tw/2020>。

起點中文網 (2020) 。上網日期：2020 年 10 月 19 日，檢自：

<https://www.qidian.com>。

國家圖書館 (2020) 。108 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告。上網日期：

2021 年 2 月 22 日，檢自：https://www.ncl.edu.tw/periodical_305_1037.html。

國家圖書館 (2021) 。109 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告。上網日期：

2021 年 11 月 17 日，檢自：https://www.ncl.edu.tw/periodical_305_1068.html。

齊若蘭 (2002) 。哪個國家學生閱讀能力最強？— OECD 調查。上網日期：2021

年 3 月 25 日，檢自：<https://www.cw.com.tw/article/5108749>。天下雜誌 263 期。

鐘張涵 (2020) 。史上最長寒假，讓這家 24 歲的社群網站翻身為一條活龍。上網

日期：2021年6月29日，檢自：

<https://www.cw.com.tw/article/5099079?template=transformers>。天下雜誌 692 期。

縱橫中文網（2021）。上網日期：2020年3月26日，檢自：
<http://www.zongheng.com>。

鏡文學（2020）。上網日期：2020年9月9日，檢自：<https://mirrorfiction.com>。

魔法のiらんど（2021）。上網日期：2021年3月26日，檢自：<https://maho.jp>。

Alexa Internet（2021）。Top Sites in Taiwan。上網日期：2021年06月28日，檢
自：<https://www.alexa.com/topsites/countries/TW>

bilibili（2019）。bilibili 國創動畫導視。上網日期：2020年10月20日，檢自：
<https://www.bilibili.com/blackboard/topic/activity-2019mbbp.html>

FANDOM（2020）。1/2 王子 Wiki-銘顯文化。上網日期：2020年10月16日，檢
自：
<https://halfprince.fandom.com/zh/wiki/%E9%8A%98%E9%A1%AF%E6%96%87%E5%8C%96>

N. Katherine Hayles（2007）。“Electronic Literature: What is it?,” 上網日期：2021
年3月11日，檢自：<https://eliterature.org/pad/elp.html>。

PIRLS（2021）。PIRLS 計畫簡介。上網日期：2021年3月11日，檢自：
<https://tilssc.naer.edu.tw/team/pirls2021/introduce>。

PISA（2019）。PISA 2018 臺灣成果發表記者會簡報。上網日期：2021年3月25
日，檢自：http://pisa.nutn.edu.tw/dl_result_report.htm。

PISA（2021）。PISA 計畫概述。上網日期：2021年3月25日，檢自：

http://pisa.nutn.edu.tw/pisa_tw.htm。

POPO 原創市集 (2020) 。上網日期：2020 年 9 月 9 日，檢自：

<https://www.popo.tw/index>。

WIKI (2020) 。小説家になろう。上網日期：2020 年 10 月 6 日，檢自：

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%B0%8F%E8%AA%AC%E5%AE%B6%E3%81%AB%E3%81%AA%E3%82%8D%E3%81%86>。

WIKI (2020) 。玄幻。上網日期：2020 年 5 月 14 日，檢自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%8E%84%E5%B9%BB>

WIKI (2020) 。愛情小説。上網日期：2020 年 5 月 14 日，檢自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%84%9B%E6%83%85%E5%B0%8F%E8%AA%AA>

WIKI (2020) 。輕小説。上網日期：2020 年 5 月 11 日，檢自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%BC%95%E5%B0%8F%E8%AA%AA>。

WIKI (2020) 。閱文集團。上網日期：2020 年 11 月 13 日，檢自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%96%B1%E6%96%87%E9%9B%86%E5%9C%98>。

WIKI (2021) 。カクヨム。上網日期：2021 年 4 月 20 日，檢自：

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AB%E3%82%AF%E3%83%A8%E3%83%A0>。

WIKI (2021) 。魔法の i らんど。上網日期：2021 年 4 月 20 日，檢自：

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E9%AD%94%E6%B3%95%E3%81%AEi%E3%82%89%E3%82%93%E3%81%A9>。

YAHOO! ニュース (2020)。「魔法のいらんど」3月末でホムペ機能終了 運営

に背景を聞く。上網日期：2021年4月20日，檢自：

<https://news.yahoo.co.jp/articles/ef2e3e98a3cf2def74dfb6aaa4a3d30db422138f?page=1>



附錄一、網路小說閱讀情況調查問卷

親愛的讀者，您好：

本問卷目的在於瞭解各位讀者「網路小說閱讀情況」之調查，懇請您撥冗填答問卷。本問卷採匿名方式，您所提供的資料僅作為調查分析結果之用，不作其他用途，敬請放心填答。

問卷題目總數 31 題，填寫完此問卷可參與抽獎活動。獎品為 MyCard 300 點點數卡 10 份，會從填答者中抽取 10 人獲得獎品。獲獎者會透過 E-mail 聯絡，如想參與抽獎活動請在問卷最後填寫聯絡 E-mail，未填寫聯絡 E-mail 視同放棄抽獎資格，感謝您的協助！

敬祝萬事如意

研究生：林聖邦

指導教授：李正吉 教授兼系主任

學校：輔仁大學圖書資訊學系碩士班

網路小說簡介：

網路小說（Internet Novel、Network Novel）有很多異名，如網路文學（Internet Literature）、線上小說（Online Novel）、線上文學（Online Literature）、電子書（EBook）、網絡小說（Web Novel）、數位文學（Digital Literature）、電子文學（Electronic Literature）、手機小說（Mobile Phone Novel）等，這幾種說法在一定程度上都含括網路文學的特性。

經探討中國、臺灣、日本、美國四個地區的研究文獻後，本研究為網路小說定義了以下 7 個特點：

1. 第一次出現皆以網站為載體，發佈在網路小說網站上之小說、散文、詩詞等，其中小說是作品數最多的類別。
2. 可隨時隨地利用不同類型的電子產品觀看（如傳統手機、智慧型手機、平板電腦、桌上型電腦、電子遊樂器、電子書閱讀器、MP3 播放機、智慧電視等）。
3. 大部分皆未一次發佈完，是歷經數次更新才完成（短篇故事例外），部分作品文本量大（如起點中文網完結作品：修真四萬年，1079.31 萬字）。
4. 網路小說網站皆有排行榜，會依照閱讀次數、讀者評分來排名。
5. 網路小說網站平臺通常能讓讀者評語或留言，作者會受讀者影響修改作品內容。
6. 網路小說實體書出版品也視為網路文學（如《為美好的世界獻上祝福》實體書，雖說是輕小說，但也屬於網路小說的類別）。
7. 基本上可免費閱覽，部分平臺的小說後續內容須付費才可閱覽。

簡單來說，網路小說是由網民（網路用戶）在電腦、手機或其他電子產品上創作後，通過網路發表，供其他網路用戶欣賞或參與討論的新文學樣式。內容主要以小說為主，另有散文、詩詞等形式，有不同類型(如奇幻、修仙、愛情等)、寫法風格(如無限流、系統流、穿越流等)以及文本量大的特點。

以下是臺灣、中國、日本三地較有名的網路小說網站及其代表作：

臺灣較有名的網路文學網站如 POPO 原創市集、鏡文學、飛燕文創（冒險者天堂）、小說頻道等。知名作品有《異俠》、《從零開始》、《特殊傳說》、《臺北故事》、《召喚師的馴獸日常》等。

中國較有名的網路文學網站如晉江文學城、起點中文網、縱橫中文網等。知名作品有《花千骨》、《凡人修仙傳》、《鬥羅大陸》、《全職高手》、《龍符》等。

日本較有名的網路文學網站如成為小說家吧（小説家になろう）、魔法の i らんど、KAKUYOMU（カクヨム）等。知名作品有《戀空》、《為美好的世界獻上祝福》、《無職轉生》、《Re:從零開始的異世界生活》、《這個勇者明明超 TUEEE 卻過度謹慎》等。

第一部分：使用者基本資料

【填寫說明】請詳閱各項目之敘述後，就您實際情況與使用習慣來填答，勾選最能代表您選項即可。如無代表的選項，也可自行填寫其他選項做選擇。

1. 您的性別 男性。 女性。 其他 _____

2. 您的年齡 20 歲以下。 21-30 歲。 31-40 歲。
 41-50 歲。 51-60 歲。 61 歲以上。

3. 您的出生地 臺灣。 中國。 澳門。 香港。
 日本。 韓國。 其他 _____

4. 您的學歷 國小（含）以下。 國（初）中。 高中（職）。
 專科學校。 大學。 研究所（含）以上。

5. 您的職業 學生。 教師。 醫護。 服務業。 公職人員。
 金融。 家管。 農漁。 自由業。 製造業。
 軍 警。 其 他 _____

第二部分：閱讀偏好

【填寫說明】請詳閱各項目之敘述後，就您實際情況與使用習慣來填答，勾選最能代表您選項即可。如無代表的選項，也可自行填寫其他選項做選擇。其中有一部分問題為複選題。

6.您曾用那些設備閱讀網路小說？（複選題）

- 傳統手機（非 Android、iOS 手機）。 智慧型手機。 平板電腦。
桌上型電腦。 電子遊樂器（PSP、NDS 等）。 電子書閱讀器。
MP3 播放機。 智慧電視。 其他_____

7.承上題，目前最常使用的設備？（單選題）

- 傳統手機（非 Android、iOS 手機）。 智慧型手機。 平板電腦。
桌上型電腦。 電子遊樂器（PSP、NDS 等）。 電子書閱讀器。
MP3 播放機。 智慧電視。 其他_____

8.您會在那些時間點閱讀網路小說？（複選題）

- 走路中。 乘坐交通工具時。 上班或上學時的休息時間。
用餐時。 運動中。 睡前。 上廁所時。
平日晚上的休閒時間。 假日的休閒時間。 其他_____

9.您最常閱讀網路小說的地點？（單選題）

- 交通工具上。 家裡。 圖書館。 餐廳。 公司或學校。 廁所。
空曠公共地區（如公園、運動場）。 不知道/忘記了。 其他_____

10.請問您最喜歡閱讀哪個國家的網路小說？（單選題）

- 臺灣（如特殊傳說、黑道少女 VS 男子學園、最後一擊 Buzzer Beater! 等）
中國（如鬥羅大陸、修真聊天群、詭秘之主、凡人修仙傳等）
日本（如無職轉生、轉生史萊姆、Re:從零開始、OVERLORD 等）
無特定偏好，每個國家的都會閱讀。
其他_____

11.下列的選項中，您看過哪些網站的作品？（複選題）

- 晉江文學城 起點中文網 縱橫中文網 KAKUYOMU（カクヨム）
成為小說家吧（小説家になろう） 魔法のiらんど
飛燕文創（冒險者天堂） POPO 原創市集 鏡文學 小說頻道
以上網站的小說都沒看過。 我不確定我看的小說是來自哪個網站。

12.您最常使用哪個網站(或應用程式)閱讀或下載小說？（單選題）

- 晉江文學城 起點中文網 縱橫中文網
成為小說家吧（小説家になろう） 魔法のiらんど
KAKUYOMU（カクヨム） 飛燕文創（冒險者天堂） POPO 原創市集 鏡文學 小說頻道 其他_____

13.請問您喜歡哪些類別的網路小說（最多選3項）

- 奇幻 (含有劍、魔法、冒險者、地下城和西方奇幻生物等要素)
- 武俠 (主要描述對人戰鬥與行俠仗義的過程, 背景社會大多為古代中國)
- 科幻 (含有機器人、超能力、異能、系統、外星人、星際旅行等要素)
- 仙俠 (含有修真、修仙、煉丹、中國神話等要素)
- 玄幻 (不能明確歸類於奇幻、武俠、科幻、仙俠等範疇的小說)
- 都市 (主要描述主角擁有超凡能力進入到現代的故事)
- 現實 (無超凡因素影響的現代故事)
- 軍事 (主要描述國家之間或是不同世界的戰爭)
- 歷史 (主要描述主角回到過去的時代, 改變歷史的故事, 或是虛構的歷史故事)
- 遊戲 (主要描述與遊戲有關的劇情, 現實網遊或是穿越至遊戲世界)
- 體育 (主要描述體育競技)
- 恐怖 (含有靈異鬼怪或是有血腥、虐待描述等因素)
- 推理 (主要描述主角通過各種線索, 思考後得出答案的劇情)
- 輕小說 (文體較淺顯直白, 大量使用年輕人的慣用口語書寫, 可輕鬆閱讀)
- 同人 (利用其他作品的故事背景與角色設定, 描寫出不同劇情發展的故事)
- 言情 (又稱愛情小說, 情節注重在尋找理想的對象或是維繫愛情關係)
- 其他_____

14. 請問您覺得有哪些因素會影響你挑選閱讀的作品? (請依照優先順位填寫 1~5 數字, 1 為影響最大)

- a. 網站點擊數排名____ b. 網站月票數排名____ c. 網站收藏榜排名____
- d. 網站推薦榜排名____ e. 作品字數____ f. 其他讀者的評論____
- g. 是否可免費閱讀____ h. 親友推薦或親友正在觀看____ i. 作品是否完結____
- j. 作品題材、類型____ k. 看過動畫、電影或漫畫等改編作品而想看原作小說____
- l. 看過同作者其他作品____ m. 看過新聞或雜誌文章報導而感興趣____
- n. 其他因素____, _____

第三部分：閱讀行為

【填寫說明】請詳閱各項目之敘述後, 就您實際情況與使用習慣來填答, 勾選最能代表您選項即可。如無代表的選項, 也可自行填寫其他選項做選擇。其中有部分問題為複選題。

15. 您平均每日閱讀網路小說多久呢? (單選題)

- 30 分鐘內。 31 分鐘-1 小時。 1-2 小時。
- 2-3 小時。 3-4 小時。 4 小時以上。 不知道/忘記了。

16. 請問您閱讀網路小說有多久了? (單選題)

- 1 年以內 1-2 年 2-3 年 3-4 年 4-5 年 5-10 年 10 年以上
- 不知道/忘記了。

17. 您一年大概閱讀幾套網路小說呢? (單選題, 從第 1 章閱讀至最新章節即為一套, 未完結也視為一套)

1 套以內 2~5 套 6~10 套 11~20 套 20 套以上 不知道/忘記了

18.請問您是如何接觸到網路小說這塊領域呢？（單選題）

- 親友推薦或親友正在閱讀。
小說討論區的網友推薦或評論。
觀看網頁時，旁邊的廣告或資訊欄推薦。
看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說。
觀看雜誌或新聞而好奇去搜尋。
搜尋其他資訊時偶然找到。
閱讀到出版實體書的網路小說，想看最新的劇情而去看原作的網路小說。
想找打發時間的方法。
其他_____
-

19.請問您目前最主要找新網路小說的方法是？（單選題）

- 親友推薦或親友正在閱讀。 觀看網路小說時，旁邊的廣告或資訊欄推薦。
搜尋其他資訊時偶然找到。 觀看雜誌或新聞而好奇去搜尋。
各小說網站排名榜、推薦榜。 小說討論區的網友推薦或評論。
看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說。
閱讀到出版實體書的網路小說，想看最新的劇情而去看原作的網路小說。
其他_____
-

20.請問您會受哪些因素去購買原作是網路小說的實體書或電子書？（最多選 3 項）

- 有話題性（趕流行）。 購買管道方便。 劇情內容描寫很好。
價格在可承受範圍內。 想推廣給親友。 特定作者的作品。
逛商店或展覽有優惠就會購買。 受出版後的封面、插畫或贈品影響。
看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去購買原作小說。 單純想收藏。
實體書與網路小說有劇情差異，想看不同的劇情。 其他_____
-

21.您每月願意花多少錢購買網路小說網站 VIP，閱讀收費章節？（單選題）

- 50 元以下。 51~200 元。 200~500 元。 501 元以上。
只看免費的。 不知道。 其他_____
-

22.您每月願意花多少錢購買網路小說的電子書？（單選題）

- 50 元以下。 51~200 元。 200~500 元。 501 元以上。
只看免費的。 不知道。 其他_____
-

23.您每月願意花多少錢購買網路小說出版的紙本小說？（單選題）

- 50 元以下。 51~200 元。 200~500 元。 501 元以上。
只看免費的。 不知道。 其他_____
-

24.請問在閱讀網路小說後，有關於非網路小說的紙本小說閱讀行為，以下那些行為符合你現狀？（複選題）

- 會去圖書館找紙本小說閱讀。

- 會去書店買紙本小說閱讀。
會去世貿書展或其他展覽購買紙本小說閱讀。
會利用網路平臺購買紙本小說宅配到家閱讀。
在生活環境看到有紙本小說會隨手拿起來閱讀。
以上行為都不符合。
其他_____

25.假設一本小說約六至十萬字（約6-10章劇情），請問您平均每年下載幾本小說作離線閱讀？（單選題）

- 1本。 2-5本。 6-10本。 11本以上。 其他_____

不曾下載，都在線上閱讀。 只下載完結的整套小說。

26.承上題，如只下載完結整套小說，一年大概下載幾套小說？

- 1套。 2-5套。 6-10套。 11套以上。 其他_____
- 不曾下載過全套完結的小說。

第四部分：閱讀動機

【填寫說明】請詳閱各項目之敘述後，就您實際情況與使用習慣來填答，勾選最能代表您選項即可。

27.我對閱讀的感受？

| | 非常不同意 | 不同意 | 尚可 | 同意 | 非常同意 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a.不讀書，我的生活很無聊。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b.花時間閱讀對我來說非常重要。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c.與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d.告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e.我喜歡閱讀需要多加思索的小說（如推理小說或隱藏的伏筆橋段），以考驗我的推理能力。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f.我相信我能讀懂需要多加思索的小說。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g.閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第五部分：閱讀習慣

【填寫說明】請詳閱各項目之敘述後，就您實際情況與使用習慣來填答，勾選最能代表您選項即可。

28.我在餘暇時間閱讀的習慣是？

| | 非常不同意 | 不同意 | 尚可 | 同意 | 非常同意 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a.我經常閱讀。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b.我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c.我不知不覺就在閱讀。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d.如果不去閱讀的話會覺得不對勁。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e.我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f.需要努力克制自己才能不去閱讀。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g.閱讀已經是我的日常例行活動。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h.我不需要去想就會去閱讀。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i.餘暇時間閱讀是我的個人風格。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j.我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

29.開始閱讀網路小說後？

| | 減少 | 增多 | 沒有變化 | 不知道 |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a.花在閱讀上的時間？ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b.閱讀紙本小說的時間？ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c.閱讀網路小說的時間？ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d.閱讀的小說量？ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e.閱讀的小說類別？ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

30. 閱讀網路小說與紙本小說的差異？

| | 總是 | 頻繁 | 偶爾 | 從不 |
|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| a. 網路小說閱讀完時會馬上去尋找新的網路小說。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. 紙本小說閱讀完時會馬上去尋找新的紙本小說。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. 網路小說閱讀完時，會再重看一遍回顧劇情。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. 紙本小說閱讀完時，會再重看一遍回顧劇情。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. 閱讀網路小說會撰寫心得文分享或與他人討論劇情。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f. 閱讀紙本小說會撰寫心得文分享或與他人討論劇情。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g. 閱讀網路小說時會與其他事情一起做？（如走路、吃飯、上廁所） | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h. 閱讀紙本小說時會與其他事情一起做？（如走路、吃飯、上廁所） | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

31. 閱讀時，同樣的小說優先選擇哪一類？

紙本小說。 網路小說。 兩者皆可。 其他 _____

問卷至此結束

感謝您的作答，如果想參與抽獎活動，請在下方留下您的 E-mail 方便通知中獎，如未留 E-mail 即視同放棄抽獎資格。

聯絡 E-mail : _____