



財團法人台灣網路資訊中心
TAIWAN NETWORK INFORMATION CENTER

2024 年台灣網路報告

委託單位：財團法人台灣網路資訊中心

執行單位：台灣資訊社會研究學會

113 年 10 月

目錄

第一章 調查目的.....	1
第一節 研究緣起.....	1
第二節 研究目標與重要性.....	2
第二章 研究方法與設計.....	3
第一節 調查範圍.....	3
第二節 調查對象.....	3
第三節 調查內容.....	3
第三章 調查樣本結構分析.....	5
第一節 調查工作之執行.....	5
一、正式調查.....	5
二、住宅電話調查.....	5
三、手機電話調查.....	6
第二節 加權與樣本代表性檢定.....	6
一、市話與手機調查.....	6
二、雙底冊加權說明.....	10
第三節 樣本結構分析.....	18
一、樣本接觸情形分析.....	18
二、受訪者樣本結構分析.....	18
第四章 電訪調查結果分析.....	20
第一節 網路使用概況.....	20
一、台灣的上網率與網路使用者結構 (雙底冊).....	20
二、台灣民眾網路使用頻率.....	25
三、台灣固網寬頻用戶普及率.....	29
四、台灣行動寬頻用戶普及率.....	32

五、台灣民眾 5G 的採用情況.....	40
第二節 網路應用服務.....	45
一、台灣民眾網路應用服務的使用概況 (市話樣本).....	45
二、電子商務應用的人口結構 (市話樣本).....	48
三、網路金融服務應用的人口特徵 (市話樣本).....	52
四、教育應用 (市話樣本).....	56
五、影音娛樂應用 (市話樣本).....	60
六、社交娛樂應用 (市話樣本).....	63
七、外送服務應用.....	67
八、社群媒體服務應用.....	74
九、即時通訊.....	83
第三節 AI 使用現況、素養及感知風險.....	88
一、台灣民眾 AI 使用經驗：數位語音助理.....	89
二、台灣民眾 AI 使用經驗：ChatGPT.....	94
三、台灣民眾的 AI 素養.....	101
四、台灣民眾對 AI 科技的風險感知.....	115
五、台灣民眾對於規範 AI 科技的看法.....	125
第四節 台灣民眾對國家層級網路攻擊之風險感知.....	131
一、台灣民眾對基礎設施網路攻擊的風險感知.....	131
二、台灣民眾對於實際網路攻擊事件的熟悉程度.....	133
三、民眾對政府因應網路攻擊的信心.....	136
四、民眾的民主信念.....	137
五、民眾對網路安全法規之了解.....	141
第五節 網路言論的影響：對於網路言論的關注與預期效應.....	143
一、對於網路上政治與公眾事務相關言論的關注程度.....	143

二、政治與公眾事務網路言論之第三人效果.....	149
三、對政府的信任程度.....	155
四、公民參與程度.....	159
五、網路言論受特定組織操作的風險感知.....	162
六、線上發表政治與公眾事務言論的參與程度.....	165
第六節 網路新聞使用行為與資訊信任.....	169
一、台灣民眾獲得新聞的主要來源.....	169
二、迴避新聞：新聞是否有用？.....	178
三、數位媒體素養：查證假新聞.....	182
四、台灣網路意見氣候.....	185
五、媒體平台之資訊信任程度（市話樣本）.....	187
六、民眾遭遇詐騙情況（市話樣本）.....	200
第七節 數位育兒的兩難.....	202
一、數位育兒現況（市話樣本）.....	202
二、科技使用之家長介入型態（市話樣本）.....	207
第八節 未使用網路者分析.....	215
一、未使用網路的原因.....	215
二、未上網者學習上網意願.....	217
三、他人協助上網的情形.....	218
四、使用網路的可能誘因.....	222
第五章 歷年結果分析.....	225
一、個人上網比例及各年齡層上網比例.....	225
二、個人使用行動上網比例.....	226
三、使用固網寬頻上網比例.....	227
四、網路應用服務使用.....	228

五、行動支付比例.....	229
第六章 焦點訪談：偏鄉數位機會不平等的問題與解決方向.....	230
一、訪談執行背景.....	230
二、焦點團體座談內容分析.....	232
三、小結.....	236
第七章 專家座談：「數位信任」建立策略.....	238
一、重建數位時代的社會信任：從資安規範到可責性治理.....	239
二、防制數位詐騙的平衡之道：法規、教育與人權保障的交織.....	240
三、AI 信任基礎的建立：從資料權利保障到外部監督機制	241
四、各議題內容綜整.....	242
第八章 國際現況介紹比較.....	248
一、上網率比較.....	248
二、行動及固網寬頻普及率.....	249
三、5G 可使用率.....	250
四、社群媒體使用率.....	251
五、行動支付使用率.....	252
六、TikTok（抖音）使用率	253
七、餐飲外送平台使用率.....	254
八、數位平台新聞接收.....	255
第九章 研究結論與關鍵洞察.....	256
縮減數位落差見初步成效，應持續推動高齡者「數位輔具」與數位教學.....	256
民眾對於 AI 科技在覺察與評估方面的素養較佳，使用素養仍可加強.....	257
國民多認為應由政府規範 AI 的創用	258

網路言論不容小覷 實際影響力可能擴及社會大多數的民眾.....	258
關注網路言論的雙面刃：被特定組織帶風向 vs. 提高對政府信任 與公民參與.....	259
民眾具遭受境外網路攻擊的風險感知，但對具體攻擊事件認知普 遍不足.....	260
民眾對政府應對網路攻擊的能力看法分歧且多數缺乏信心.....	261
鞏固網路安全防線：隱私不容犧牲，「以牙還牙」獲一定比例民眾 支持.....	262
附錄一 調查問卷.....	264
附錄二 訪問結果表.....	276
附錄三 雙底冊次數分配表.....	280

表次

表 三-1 市話加權推估前後樣本與母體之結構	8
表 三-2 手機加權推估前後樣本與母體之結構	10
表 三-3 事後分層母體結構推計結果一年齡與性別	12
表 三-4 事後分層母體結構推計結果一年齡與教育程度	13
表 三-5 事後分層母體結構推計結果一年齡與地區別	13
表 三-6 雙底冊加權推估前後樣本與母體之結構 — 先加權後合併，再進行事後分層組合估計	15
表 三-7 事後分層母體結構推計結果一年齡、性別、教育程度交叉組合分層	16
表 三-8 雙底冊加權推估前後樣本與母體之結構 — 先事後分層組合估計，再進行加權	17
表 三-9 樣本結構	18
表 四-1 台灣民眾上網率在性別方面的分布	21
表 四-2 台灣民眾上網率在年齡方面的分布	22
表 四-3 台灣民眾上網率-教育程度	23
表 四-4 台灣民眾上網率-居住地區	25
表 四-5 台灣民眾的上網頻率	26
表 四-6 台灣民眾幾乎一直上網者在人口變項的分布	28
表 四-7 台灣固網寬頻用戶普及率	30
表 四-8 台灣固網寬頻用戶普及率在居住地方面的分布	32
表 四-9 台灣行動寬頻用戶普及率	33
表 四-10 台灣行動寬頻用戶普及率在性別方面的分布	34
表 四-11 台灣行動寬頻用戶普及率在年齡方面的分布	36
表 四-12 台灣行動寬頻用戶普及率在教育程度方面的分布	37
表 四-13 台灣行動寬頻用戶普及率在居住地方面的分布	39

表 四-14 台灣 5G 使用率在性別方面的分布	40
表 四-15 台灣 5G 使用率在年齡方面的分布	41
表 四-16 台灣 5G 使用率在教育程度方面的分布	43
表 四-17 台灣 5G 使用率在居住地方面的分布	44
表 四-18 台灣民眾最近三個月上網時所使用的服務	46
表 四-19 台灣上網者最近三個月網路應用服務使用數量	47
表 四-20 台灣上網者網路應用服務使用數量在人口變項上的分布	48
表 四-21 台灣民眾網路購物比率與網路賣家比率在人口變項的分布	51
表 四-22 台灣民眾使用行動支付與持有加密貨幣比率在人口變項的分布	55
表 四-23 台灣民眾電子書使用率與線上學習比率在人口變項的分布	58
表 四-24 台灣民眾免費網路影音與付費網路影音使用率在人口變項的分布	62
表 四-25 台灣民眾網路遊戲使用率與網路交友比率在人口變項的分布	66
表 四-26 台灣民眾使用餐飲外送服務的頻率	68
表 四-27 台灣民眾餐飲外送服務使用率在性別方面的分布	69
表 四-28 台灣民眾餐飲外送服務使用率在年齡方面的分布	71
表 四-29 台灣民眾餐飲外送服務使用率在教育程度方面的分布	72
表 四-30 台灣民眾餐飲外送服務使用率在居住地方面的分布	73
表 四-31 台灣民眾最常使用的社群媒體	75
表 四-32 台灣社群媒體使用者在人口變項的分布	77
表 四-33 台灣民眾使用抖音/TikTok 的頻率	79
表 四-34 台灣抖音/TikTok 使用者在人口變項的分布	81
表 四-35 台灣民眾最常使用的即時通訊軟體	83
表 四-36 台灣民眾即時通訊使用者在人口變項的分布	86
表 四-37 台灣民眾過去三個月使用數位語音助理的頻率	90
表 四-38 台灣民眾數位語音助理使用者在人口變項的分布	93

表 四-39 台灣民眾過去三個月使用 ChatGPT 的頻率	95
表 四-40 台灣民眾 ChatGPT 使用者在人口變項的分布	100
表 四-41 台灣民眾對 AI 的覺察素養【具使用經驗者】	103
表 四-42 台灣民眾對 AI 的覺察素養在人口變項的分布	105
表 四-43 台灣民眾 AI 的使用素養【具使用經驗者】	107
表 四-44 台灣民眾對 AI 的使用素養在人口變項的分布	109
表 四-45 台灣民眾 AI 的評估素養【具使用經驗者】	111
表 四-46 台灣民眾對 AI 的評估素養在人口變項的分布	113
表 四-47 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險	117
表 四-48 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險影響大者在人口變項的分布	119
表 四-49 台灣民眾感知 AI 風險對他人的影響	121
表 四-50 台灣民眾感知 AI 科技對他人的風險影響大者在人口變項的分布	123
表 四-51 台灣民眾對 AI 科技受規範的支持意向	126
表 四-52 台灣民眾支持 AI 科技規範在人口變項的分布	129
表 四-53 台民眾對台灣政府或基礎設施面臨境外網路攻擊的風險感知	132
表 四-54 民眾對「裴洛西訪台」期間的境外網路攻擊事件熟悉程度	134
表 四-55 民眾對國內航空公司遭網路攻擊而外洩會員個資事件的熟悉程度	135
表 四-56 台灣民眾對政府有能力應對各種類型的網路攻擊的信任程度	136
表 四-57 台灣民眾對「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控電話通 話、電子郵件及社群媒體對話」同意程度	138
表 四-58 台灣民眾對「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取 報復或反擊手段」同意程度	140
表 四-59 台灣民眾對資通安全相關法案設立情況的了解程度	141
表 四-60 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度	144
表 四-61 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度在人口變項上的分布	

.....	145
表 四-62 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度在網路使用頻率上的分布.....	146
表 四-63 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度	147
表 四-64 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度在人口變項上的分布.....	148
表 四-65 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度在網路使用頻率上的分布.....	149
表 四-66 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度	150
表 四-67 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度在人口變項上的分布.....	151
表 四-68 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度在網路使用頻率上的分布.....	152
表 四-69 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度	153
表 四-70 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度在人口變項上的分布.....	154
表 四-71 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度在網路使用頻率上的分布.....	155
表 四-72 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度	156
表 四-73 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度在人口變項上的分布	158
表 四-74 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度在網路使用頻率上的分布	159
表 四-75 台灣民眾的公民參與程度	160
表 四-76 台灣民眾的公民參與程度在人口變項上的分布	161
表 四-77 台灣民眾的公民參與程度在網路使用頻率上的分布	162

表 四-78 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度	163
表 四-79 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度在人口變項上的分布.....	164
表 四-80 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度在網路使用頻率上的分布.....	165
表 四-81 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率	166
表 四-82 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率在人口頻率上的分布.....	167
表 四-83 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率在人口頻率上的分布.....	168
表 四-84 台灣民眾獲得新聞的主要來源	170
表 四-85 台灣民眾從數位平台及新聞媒體的新聞獲取率在人口變項的分布	177
表 四-86 台灣民眾主動避免觀看新聞的頻率	180
表 四-87 台灣民眾是否同意觀看新聞是沒用的	181
表 四-88 台灣網路使用者對自己查證新聞真假的信心	183
表 四-89 台灣網路使用者對查證新聞真假的信心程度在人口變項的分布	185
表 四-90 台灣網路使用者認為網路上與政治相關的留言的對立程度	186
表 四-91 台灣使用者認同社群媒體會保護個人隱私的程度	188
表 四-92 各社群媒體受其主要使用者認同會保護個人隱私的評分	189
表 四-93 台灣使用者認同即時通訊軟體會保護個人隱私的程度	191
表 四-94 各即時通訊軟體受其主要使用者認同會保護個人隱私的評分	193
表 四-95 台灣使用者認同社群媒體有很多假新聞與不實資訊的程度	194
表 四-96 各社群媒體受其主要使用者認為有很多假新聞與不實資訊的評分	195
表 四-97 台灣使用者認同即時通訊軟體有很多假新聞與不實資訊的程度	197
表 四-98 各社群媒體受其主要使用者認為有很多假新聞與不實資訊的評分	198

表 四-99 台灣民眾認同傳統媒體有很多假新聞與不實資訊的程度	199
表 四-100 台灣民眾過去三個月遭遇詐騙訊息的情形	200
表 四-101 台灣民眾過去三個月受騙情況在人口變項上的分布	201
表 四-102 台灣民眾家中 12 歲以下孩童的 3C 設備使用情形.....	202
表 四-103 台灣民眾家中 12 歲以下孩童開始使用 3C 設備的年齡分布.....	203
表 四-104 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的頻率【有小孩者】	204
表 四-105 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的同意程度【無小孩、小孩無使 用 3C 者】	206
表 四-106 台灣民眾限制小孩網路使用行為的頻率【有小孩者】	208
表 四-107 台灣民眾和小孩討論網路行為的頻率【有小孩者】	209
表 四-108 台灣家長對孩子科技使用介入型態在人口變項的分布	211
表 四-109 台灣民眾認為家長應限制小孩網路使用行為的頻率【無育有 12 歲 以下小孩、小孩無使用 3C 者】	212
表 四-110 台灣民眾認為家長與小孩討論網路使用行為的頻率【無育有 12 歲 以下小孩、小孩無使用 3C 者】	214
表 四-111 台灣民眾未使用網路的原因	216
表 四-112 無使用網路的台灣民眾想學習上網的情形	218
表 四-113 無使用網路的台灣民眾的他人協助情形	219
表 四-114 無使用網路的台灣民眾的他人協助內容	220
表 四-115 無使用網路的台灣民眾想利用網路處理的事情	222
表 四-116 無使用網路的台灣民眾可能想學習網路的因素	223

圖次

圖 三-1 市話與手機調查樣本整合之加權推估過程	11
圖 四-1 台灣民眾上網率在性別方面的分布	21
圖 四-2 台灣民眾上網率在年齡方面的分布	22
圖 四-3 台灣民眾上網率-教育程度	23
圖 四-4 台灣民眾上網率-居住地區	25
圖 四-5 台灣民眾的上網頻率	27
圖 四-6 台灣民眾幾乎一直上網者在人口變項的分布	29
圖 四-7 台灣固網寬頻用戶普及率	31
圖 四-8 台灣固網寬頻用戶普及率在居住地方面的分布	32
圖 四-9 台灣行動寬頻用戶普及率	34
圖 四-10 台灣行動寬頻用戶普及率在性別方面的分布	35
圖 四-11 台灣行動寬頻用戶普及率在年齡方面的分布	36
圖 四-12 台灣行動寬頻用戶普及率在教育程度方面的分布	38
圖 四-13 台灣行動寬頻用戶普及率在居住地方面的分布	39
圖 四-14 台灣 5G 使用率在性別方面的分布	41
圖 四-15 台灣 5G 使用率在年齡方面的分布	42
圖 四-16 台灣 5G 使用率在教育程度方面的分布	43
圖 四-17 台灣 5G 使用率在居住地方面的分布	44
圖 四-18 台灣民眾最近三個月上網時所使用的服務	46
圖 四-19 台灣民眾網路購物比率與網路賣家比率在人口變項的分布	52
圖 四-20 台灣民眾使用行動支付與持有加密貨幣比率在人口變項的分布	56
圖 四-21 台灣民眾電子書使用率與線上學習比率在人口變項的分布	59
圖 四-22 台灣民眾免費網路影音與付費網路影音使用率在人口變項的分布	63
圖 四-23 台灣民眾網路遊戲使用率與網路交友比率在人口變項的分布	67

圖 四-24 台灣民眾使用餐飲外送服務的頻率	68
圖 四-25 台灣民眾餐飲外送服務使用率在性別方面的分布	70
圖 四-26 台灣民眾餐飲外送服務使用率在年齡方面的分布	71
圖 四-27 台灣民眾餐飲外送服務使用率在教育程度方面的分布	72
圖 四-28 台灣民眾餐飲外送服務使用率在居住地方面的分布	73
圖 四-29 台灣民眾最常使用的社群媒體	75
圖 四-30 台灣民眾社群媒體使用者在人口變項的分布	78
圖 四-31 台灣民眾使用抖音/TikTok 的頻率	79
圖 四-32 台灣民眾抖音/TikTok 使用者在人口變項的分布	82
圖 四-33 台灣民眾最常使用的即時通訊軟體	84
圖 四-34 台灣民眾即時通訊使用者在人口變項的分布	87
圖 四-35 台灣民眾過去三個月使用數位語音助理的頻率	90
圖 四-36 台灣民眾數位語音助理使用者在人口變項的分布	94
圖 四-37 台灣民眾過去三個月使用 ChatGPT 的頻率	96
圖 四-38 台灣民眾 ChatGPT 使用者在人口變項的分布	101
圖 四-39 台灣民眾對 AI 的覺察素養【具使用經驗者】	103
圖 四-40 台灣民眾對 AI 的覺察素養在人口變項的分布	106
圖 四-41 台灣民眾 AI 的使用素養【具使用經驗者】	108
圖 四-42 台灣民眾對 AI 的使用素養在人口變項的分布	110
圖 四-43 台灣民眾 AI 的評估素養【具使用經驗者】	111
圖 四-44 台灣民眾對 AI 的評估素養在人口變項的分布	114
圖 四-45 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險	117
圖 四-46 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險影響大者在人口變項的分布	120
圖 四-47 台灣民眾感知 AI 風險對他人的影響	121
圖 四-48 台灣民眾感知 AI 科技對他人的風險影響大者在人口變項的分布	124

圖 四-49 台灣民眾對 AI 科技受規範的支持意向	126
圖 四-50 台灣民眾支持 AI 科技規範在人口變項的分布	130
圖 四-51 民眾對台灣政府或基礎設施面臨境外網路攻擊的風險感知	133
圖 四-52 民眾對「裴洛西訪台」期間的境外網路攻擊事件熟悉程度	134
圖 四-53 民眾對國內航空公司遭網路攻擊而外洩會員個資事件的熟悉程度	135
圖 四-54 台灣民眾對政府有能力應對各種類型的網路攻擊的信任程度	137
圖 四-55 台灣民眾對「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控電話通 話、電子郵件及社群媒體對話」同意程度	139
圖 四-56 台灣民眾對「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取 報復或反擊手段」同意程度	140
圖 四-57 台灣民眾對資通安全相關法案設立情況的了解程度	142
圖 四-58 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度	144
圖 四-59 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度	147
圖 四-60 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度	150
圖 四-61 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度	153
圖 四-62 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度	156
圖 四-63 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度	163
圖 四-64 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率	166
圖 四-65 台灣民眾最常獲得新聞的管道	171
圖 四-66 台灣民眾從數位平台、傳統新聞媒體、新聞媒體網站或 App 的 新 聞獲取率在人口變項的分布	178
圖 四-67 台灣民眾主動避免觀看新聞的頻率	180
圖 四-68 台灣民眾是否同意觀看新聞是沒用的	181
圖 四-69 台灣網路使用者對自己查證新聞真假的信心	183

圖 四-70 台灣民眾認為臺灣網路上與政治相關的留言的對立程度	187
圖 四-71 台灣使用者認同社群媒體會保護個人隱私的程度	188
圖 四-72 各社群媒體受其主要使用者認同會保護個人隱私的評分	190
圖 四-73 台灣使用者認同即時通訊軟體會保護個人隱私的程度	192
圖 四-74 台灣使用者認同社群媒體有很多假新聞與不實資訊的程度	194
圖 四-75 各社群媒體受其主要使用者認為有很多假新聞與不實資訊的評分	196
圖 四-76 台灣使用者認同即時通訊軟體有很多假新聞與不實資訊的程度 ...	197
圖 四-77 台灣使用者認同傳統媒體有很多假新聞與不實資訊的程度	199
圖 四-78 台灣民眾過去三個月遭遇詐騙訊息的情形	200
圖 四-79 台灣民眾家中 12 歲以下孩童開始使用 3C 設備的年齡分布	203
圖 四-80 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的頻率【有小孩者】	205
圖 四-81 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的同意程度【無小孩、小孩無使 用 3C 者】	206
圖 四-82 科技使用之家長介入型態	207
圖 四-83 台灣民眾限制小孩網路使用行為的頻率【有小孩者】	208
圖 四-84 台灣民眾和小孩討論網路行為的頻率【有小孩者】	210
圖 四-85 台灣民眾認為家長應限制小孩網路使用行為的頻率【無育有 12 歲以 下小孩、小孩無使用 3C 者】	212
圖 四-86 台灣認為家長與小孩討論網路使用行為的頻率【無育有 12 歲以下小 孩、小孩無使用 3C 者】	214
圖 四-87 台灣民眾未使用網路的原因	217
圖 四-88 無使用網路的台灣民眾想學習上網的情形	218
圖 四-89 無使用網路的台灣民眾的他人協助情形	219
圖 四-90 無使用網路的台灣民眾的他人協助內容	221
圖 四-91 無使用網路的台灣民眾想利用網路處理的事情	222

圖 四-92 讓無使用網路的台灣民眾可能想學習網路的因素	224
圖 五-1 台灣民眾個人上網比例（歷年比較）	225
圖 五-2 台灣民眾行動寬頻上網比例（歷年比較）	226
圖 五-3 台灣民眾固網寬頻上網比例（歷年比較）	227
圖 五-4 各項網路服務使用比例（歷年比較）	228
圖 五-5 行動支付使用比例（歷年比較）	229
圖 八-1 上網率跨國比較	248
圖 八-2 行動寬頻普及率跨國比較（單位：每百人）	249
圖 八-3 固網寬頻普及率跨國比較（單位：每百人）	249
圖 八-4 5G 行動網路可使用率跨國比較	250
圖 八-5 社交媒體使用率跨國比較	251
圖 八-6 行動支付使用率跨國比較	252
圖 八-7 TikTok（抖音）使用率跨國比較	253
圖 八-8 餐飲外送平台使用率跨國比較	254
圖 八-9 各國民眾以數位平台接收新聞資訊之比例	255

第一章 調查目的

第一節 研究緣起

在推動網際網路近用、普及將近三十載後，2024 年的現今，台灣已然步入所謂數位社會，上網率已接近九成，意味著多數有意願、有能力使用網際網路的民眾，都已成為線上世界的一份子。此刻，我們對於台灣數位社會發展的議題焦點，除了持續關注數位不平等議題，以降低民眾因未能近用網路或相關服務應用，而錯過網路所帶來的經濟與社會優勢；更需要投入愈來愈多關注於數位化、資訊化後，對整體社會帶來的影響、挑戰與衝擊。而這些討論大致可以分為以下三大面向：

第一，新興科技與民眾日常生活的連結。隨著網路使用普及，奠基於網路而生的數位服務亦緊密融入多數民眾的日常生活，甚至進一步改變了傳統的工作和學習模式，使得數位科技不僅是娛樂工具，更成為了維繫生活正常運轉的關鍵。而生成式 AI 的問世、數位助理的普及，更是讓世人對於人工智慧應用於日常生活有了更豐富的期待與想像，當然，隨之而來的也是對於使用素養、數據隱私和倫理議題的關切，政府、企業與民眾都仍在不斷調整與新興科技互動的模式與疆界。

第二，資訊大量且快速流通的利與弊。社群平台的崛起及分享的便利性，使得資訊以前所未有的速度大量流通，我們可以即時獲取新聞、資訊、知識等。然而，這也成為資訊社會中的一大隱憂與挑戰。不實訊息、假新聞的傳播速度同樣驚人，這不僅影響著公眾的判斷和決策，進而可能深化社會中的對立與極化。因此，建立健全的查證機制、規範與培養民眾的審視網路資訊與言論的素養，成為資訊社會中迫切的課題。

第三，創造具有信任的數位社會。數位社會面臨各種風險和挑戰，包括資安及詐騙風險、數位不平等甚至式境外的網路攻擊等，因此，建立一個具有韌

性且信任的數位社會至關重要。這意味著不僅要提升數位基礎設施的韌性，更需要培養民眾的數位素養，讓我們能夠適應科技變革、防範風險，並積極參與數位社會。而政府在制定政策和法規時也應考慮到數位社會的特點，保障公平、公正、開放的數位環境，讓更多人從中受益。

第二節 研究目標與重要性

本研究主要工作目標在於調查台灣民眾的網路近用、網路應用服務的使用現況，以及對於整體社會因應網路使用而生的挑戰與影響感知。這項研究所乘載的重要性有三：

（一）從連網方式、頻率及滿意度等基礎調查，瞭解台灣民眾之網際網路使用概況，從而進一步探討社群媒體、通訊軟體、新聞資訊、娛樂影音等網路服務應用層面，及其後續衍生之新興科技對於民眾日常及整體社會的影響。

（二）台灣在網路使用高普及率，與政府長年推動弭平偏鄉數位落差政策之下，除了持續關注硬體設備與網路基礎建設帶來的第一級數位落差之外，更應積極挖掘新型態數位落差，重視數位素養及應用。

（三）關注新興科技使用及資訊超載的當代現況，整體社會應對數位風險的韌性與數位信任。

第二章 研究方法與設計

第一節 調查範圍

本計畫的調查範圍為全國地區包括 6 都（臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市）和 16 個縣市（基隆市、新竹市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、金門縣、連江縣），共 22 個縣市。

第二節 調查對象

本計畫調查對象以居住在全國地區（包括 6 都和 16 個縣市），年滿 18 歲以上的民眾為調查對象。

第三節 調查內容

（一）本研究將藉由量化調查、質化分析、次級資料之綜整，規劃進行以下調查：

1. 從數位發展、數位信任、數位落差及新興科技現象等主題進行議題規劃，「數位發展」部份持續針對我國網路使用現況與新興科技議題進行追蹤及比較；「數位信任」探討整體社會面對新興數位工具及內容資訊，所採取的理解、採納措施與信賴程度；「新興科技現象」探討新舊媒介的轉變與整合，新興科技工具的出現，如何影響民眾資訊接收與使用行為的改變等；在「數位落差」部分就數位素養、平權和人權進行持續追蹤，深入了解未上網者未使用網路的阻礙、困境，並觀察潛在需求或協助方式。
2. 以促進安全、穩定、當責 (Enabling Safety, Security and Accountability) 面向，探討上網安全及網路不當資訊。
3. 從長期觀測台灣網路社會的持續與變遷，盤整我國歷年問卷進行比較分析後，進行台灣網路使用情形與網路使用人口特質分析，並依據調查結果與國際比較，延續執行調查。

（二）本研究內容涵蓋以下幾個面向；

1. 數位時代下的科技新文化問題、衝擊與挑戰
 - i. 民眾對新興網路內容趨勢（如短影音平台 TikTok 等）的資訊接收來源、瀏覽行為、態度，及相關數位內容對社會產生之經濟、政治與資訊安全等各層面影響。
 - ii. 民眾對於語音助理、聊天機器人、生成式 AI 等人工智慧及其相關應用的了解與態度。
 - iii. 從數位信任角度，探討民眾面對新興科技工具與海量資訊內容時，其對於相關服務或資訊所呈現的態度、評估策略與採納措施。
2. 數位機會平等及數位轉型的問題與解決方向
 - i. 分析台灣整體網路服務使用現況，比較並釐清特定人口變項（如居住地、年齡等）之網路使用行為差距，及造成此差距之關鍵因素與可能之解決辦法。
 - ii. 針對特定人口變項比較科技素養方面的差異，以了解台灣民眾在硬體資源與數位素養的整體發展情形與意涵，以提供數位素養教育的政策建議。
3. 歷年問項及資料庫比較分析
 - i. 針對歷年問卷問項進行網路使用與必要之網路使用人口特質分析。
 - ii. 利用本問卷調查結果，針對重點議題與國外研究資料進行跨國比較。

第三章 調查樣本結構分析

第一節 調查工作之執行

本次調查使用多元調查方式蒐集台灣民眾的網路使用相關資訊。使用住宅電話調查、手機調查，並結合問卷調查實驗方法等蒐集資料模式，除了補救住宅電話與手機調查的涵蓋率缺失、保持各種不同管道蒐集資料的可比較性之外，本次研究各種調查方法的調查時間都以「同時開始、同時結束」的方式進行。以下分別描述各種不同民意蒐集方式的調查工作執行情況：

一、正式調查

本調查委託典通股份有限公司執行電訪作業。調查於民國 113 年 6 月 19 日（三）至 113 年 6 月 29 日（六）執行，執行時間為平日晚間 18：30 至 22：00，週末上午 9：00 至晚間 22：00。

二、住宅電話調查

本調查電話抽樣採用玉瑪 CATI 系統，內建全國 720 萬筆住宅電話資料庫為市話抽樣母體，並採後 3 碼隨機方式抽樣，可以涵蓋臺灣地區所有住宅電話用戶，即使電話戶並未將電話號碼登記中華電信黃頁，仍有相等機率被抽中進行訪問，新增之住宅電話號碼也會被納入抽樣母體中。

由於採後 3 碼亂數組合為電話樣本，可能抽中非住宅用戶電話，如政府機關、軍事單位、醫院、療養院、公司行號、學校、職訓中心、宿舍、看守所和監獄等，均在電話接通後排除，即詢問：「請問這裡是住家電話，還是公司電話？」在確定為住家電話或是住商合一，才會進行後續訪問。非住宅電話則一律不進行訪問，並進行註記，以利後續計算電話接觸狀況使用。接通後進行戶中抽樣，選取特定家中成員進行訪問，受訪對象一經確認即不再任意更換。

本研究正式調查時間為民國 113 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，共執行 11 日，

完成 1,071 份成功樣本。在 95% 的信心水準下，抽樣誤差約為正負 2.99 個百分點。計算公式如下：

$$\pm Z_{\frac{\alpha}{2}} \times \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n-1} \left(\frac{N-n}{N} \right)}$$

n=樣本數，N=母體數

$\hat{p}$ 以 1/2(最大可能機率)代入

95%信賴區間， $\alpha=0.05$ ，查表後， $Z_{\frac{\alpha}{2}}$ 值等於 1.96

三、手機電話調查

本研究手機電話抽樣採用隨機撥號法(Random Digit Dialing, RDD)進行抽樣。由於數位發展部並未公布所有手機號碼門號核配狀況，因此無法掌握各門號用戶比例。實際抽樣方式是先依數位發展部公佈的「用戶號碼-09AB-行動通信號碼核配現況」資料(113 年 5 月 24 日更新)抽出樣本電話門號(即前 5 碼)，之後再以隨機方式產生後 5 位電話號碼，抽樣即可涵蓋國內所有行動電話門號。

本研究正式調查時間為民國 113 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，共執行 11 日，完成 1,076 份成功樣本。以單純隨機抽樣 (simple random sampling) 理論估算，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差約為正負 2.99 個百分點。計算公式如下：

$$\pm Z_{\frac{\alpha}{2}} \times \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n-1} \left(\frac{N-n}{N} \right)}$$

n=樣本數，N=母體數

$\hat{p}$ 以 1/2(最大可能機率)代入

95%信賴區間， $\alpha=0.05$ ，查表後， $Z_{\frac{\alpha}{2}}$ 值等於 1.96

第二節 加權與樣本代表性檢定

一、市話與手機調查

市話與手機調查均可能因受訪者所持有的市內電話數及手機數，造成抽樣上的機率落差，此外，市話調查亦有執行戶中抽樣，故本次調查回收樣本與母

體進行適合度檢定前，針對市話及手機進行不等機率加權。

(一) 不等機率加權

為反應因戶中人數、家戶持有多個市話線數及手機門號持有數而造成的中選機率差異，因此在資料處理上採不等機率加權的措施。加權計算方式如下：

1. 市話調查

以戶中抽樣中選率 (f_{hs})、家中市話線數 (f_p) 兩者的倒數相乘為加權權值，並使總加權權值反應回原成功樣本數 (sample base weights)，加權權值的計算公式如下：

$$w_{sel} = \frac{1}{f_{hs}} \times \frac{1}{f_p}$$
$$w = \frac{n}{\sum w_{sel}} \times w_{sel}$$

n=成功樣本數

W_{sel} =戶中抽樣率的倒數 x 家中市話數的倒數

W=推估至所有樣本的權值

2. 手機調查

以手機門號持有數 (f_c) 為加權權值，並使總加權權值反應回原成功樣本數，加權權值的計算公式如下：

$$w_{sel} = \frac{1}{f_c}$$
$$w = \frac{n}{\sum w_{sel}} \times w_{sel}$$

n=成功樣本數

W_{sel} =戶中抽樣率的倒數 x 家中市話數的倒數

W=推估至所有樣本的權值

(二) 多變項反覆加權

於不等機率加權後，樣本結構與內政部 112 年 12 月發布戶籍人口數母體具顯著差異，本研究依據母體進行性別、年齡、教育程度及居住地區之加權，加

權方式採用「多變項反覆加權」(Raking)方式，依序以各人口變項進行權數調整，加權後之樣本結構在性別、年齡、教育程度及居住地區具有母體代表性，後續皆以加權推估後的樣本結構進行各項分析及推估。其加權前後樣本與母體之結構，請參考表三-1、表三-2。

表 三-1 市話加權推估前後樣本與母體之結構

單位：人；%

項目	18歲以上母體		加權前樣本數		加權後樣本數		卡方檢定 (P值)
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	
總計	20,016,245	100.0	1,071	100.0	1,071	100.0	
性別							
男	9,787,112	48.9	515	48.1	524	48.9	1.0000
女	10,229,133	51.1	556	51.9	547	51.1	
年齡							
18-29歲	3,285,335	16.4	106	9.9	175	16.3	1.0000
30-39歲	3,241,310	16.2	98	9.2	172	16.1	
40-49歲	3,895,161	19.5	149	13.9	208	19.4	
50-59歲	3,542,733	17.7	224	20.9	190	17.7	
60-69歲	3,295,450	16.5	252	23.5	177	16.5	
70歲以上	2,756,256	13.8	242	22.6	149	13.9	
教育程度							
小學及以下	2,033,084	10.2	107	10.0	109	10.2	1.0000
國中	2,201,388	11.0	95	8.9	118	11.0	
高中職	5,524,379	27.6	282	26.3	296	27.6	
專科	2,239,274	11.2	157	14.7	120	11.2	
大學	6,242,570	31.2	320	29.9	334	31.2	
研究所	1,775,550	8.9	110	10.3	95	8.9	
居住地區							
北北基	5,941,749	29.7	317	29.6	318	29.7	1.0000
桃竹苗	3,239,827	16.2	173	16.2	173	16.2	
中彰投	3,862,174	19.3	207	19.3	207	19.3	
雲嘉南	2,830,592	14.1	151	14.1	151	14.1	
高屏澎金馬	3,297,334	16.5	177	16.5	176	16.5	

宜花東	844,569	4.2	46	4.3	45	4.2	
-----	---------	-----	----	-----	----	-----	--

母體資料來源：內政部戶政司，112 年 12 月縣市人口數按性別、年齡、教育程度及居住地區。

註：P 值>0.05 表示樣本結構與母體結構無顯著差異。

表 三-2 手機加權推估前後樣本與母體之結構

單位：人；%

項目	18歲以上母體		加權前樣本數		加權後樣本數		
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	卡方檢定
總計	20,016,245	100.0	1,076	100.0	1,076	100.0	(P值)
性別							
男	9,787,112	48.9	615	57.2	526	48.9	0.997
女	10,229,133	51.1	461	42.8	550	51.1	
年齡							
18-29歲	3,285,335	16.4	202	18.8	176	16.4	1.000
30-39歲	3,241,310	16.2	225	20.9	174	16.2	
40-49歲	3,895,161	19.5	250	23.2	209	19.4	
50-59歲	3,542,733	17.7	208	19.3	190	17.7	
60-69歲	3,295,450	16.5	133	12.4	177	16.5	
70歲以上	2,756,256	13.8	58	5.4	149	13.8	
教育程度							
小學及以下	2,033,084	10.2	35	3.3	109	10.2	1.000
國中	2,201,388	11.0	56	5.2	118	11.0	
高中職	5,524,379	27.6	252	23.4	297	27.6	
專科	2,239,274	11.2	109	10.1	120	11.2	
大學	6,242,570	31.2	475	44.1	336	31.2	
研究所	1,775,550	8.9	149	13.8	95	8.9	
居住地區							
北北基	5,941,749	29.7	374	34.8	319	29.7	1.000
桃竹苗	3,239,827	16.2	182	16.9	174	16.2	
中彰投	3,862,174	19.3	176	16.4	208	19.3	
雲嘉南	2,830,592	14.1	152	14.1	152	14.1	
高屏澎金馬	3,297,334	16.5	153	14.2	177	16.5	
宜花東	844,569	4.2	39	3.6	45	4.2	

母體資料來源：內政部戶政司，112 年 12 月縣市人口數按性別、年齡、教育程度及居住地區。

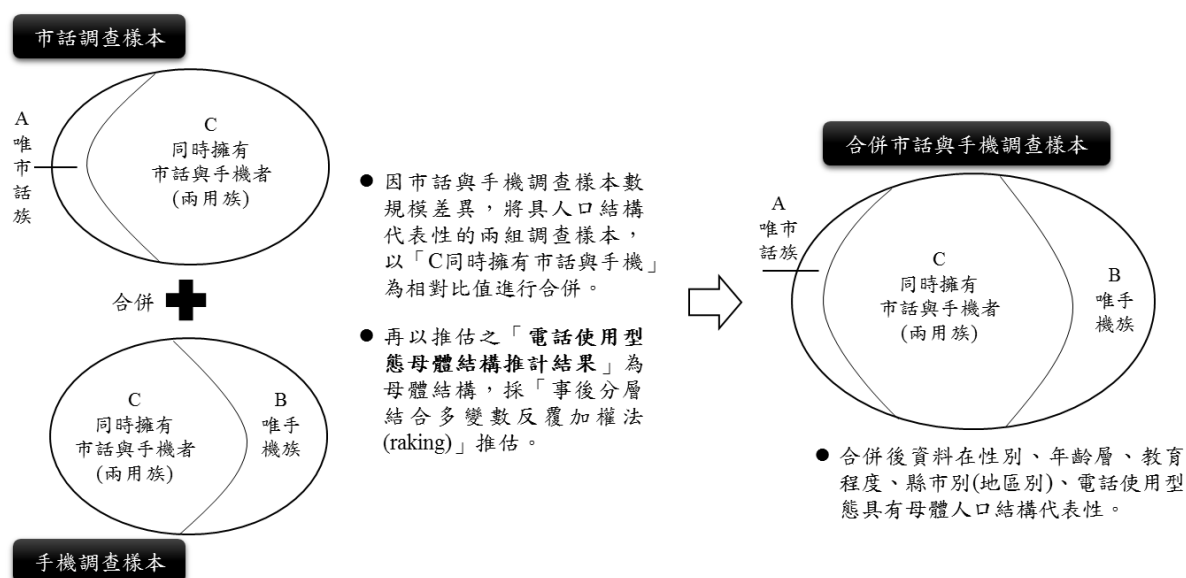
註：P 值>0.05 表示樣本結構與母體結構無顯著差異。

二、雙底冊加權說明

考量本調查中「18-39 歲且教育程度為國中及以下」之個案較少，調查團隊

討論後決定將此分組與同一年齡層「教育程度為高中(職)」進行合併，故本調查後續章節分析（第四章與之後分析）之加權數值採「事後分層估計法-16組」模式執行。為利於資料公開與使用，以下仍對其他加權模式與檢定結果進行全面說明。

針對市話與手機整合後之樣本，為推估全國 18 歲以上受訪民眾結構，針對性別、年齡、教育程度、居住地區別等 4 個變數進行代表性檢定，母體之性別、年齡、教育程度及地區別結構，係依據內政部戶政司 112 年 12 月底之 18 歲以上人口統計資料；母體之電話使用型態結構則以本次調查之推估結果為依據。整合過程及加權推估說明如下圖。



資料來源：本研究整理。

圖 三-1 市話與手機調查樣本整合之加權推估過程

本次調查所採用的雙底冊合併方式為「事後分層組合估計法」共有兩種，分別為 1.先依內政部之母體結構分別加權後合併，再進行事後分層組合估計；2.先事後分層組合估計，再依內政部之母體結構進行加權。

(一) 先依內政部之母體結構分別加權後合併，再進行事後分層組合估計

依據先前多變項反覆加權之權數加權後，合併市話及手機之成功樣本，採用「事後分層」方法以 1.年齡(3 層：18-39 歲、40-59 歲、60 歲以上)；2.性別(2 層：男、女)；3.教育程度(3 層：國中以下、高中職、大學以上)；4.居住地區(6 層：北北基、桃竹苗、中彰投、雲嘉南、高屏澎金馬、宜花東)，分成 3 組合，再依據 3 組合之唯市話族、兩用族、唯手機族之比例推估母體結構（推估結果請見表三-3~三-5）。

隨後針對性別、年齡、教育程度及居住地區，進行卡方檢定，卡方檢定結果顯示，年齡及教育程度偏離母體結構，故再進行多變項反覆加權推估，以使樣本結構與母體一致（樣本加權結構請見表三-5）。

表 三-3 事後分層母體結構推計結果—年齡與性別

特性別	總計	唯市話族	同時擁有市話與手機者	唯手機族
總計(%)	100.0%	4.6%	61.8%	33.6%
年齡與性別(千人)	20,016	928	12,364	6,725
18-39歲男性	3,362	61	1,776	1,525
18-39歲女性	3,165	-	1,836	1,328
40-59歲男性	3,638	76	2,325	1,237
40-59歲女性	3,800	107	2,318	1,374
60歲以上男性	2,787	258	1,920	609
60歲以上女性	3,265	425	2,188	651

資料來源：本專案推估，以人口數實數進行推估，本表以千人為單位呈現，「-」代表無數據、0 代表人數少於 4,999 人，因採四捨五入可能出現加總不一致的情況，下表同。

表 三-4 事後分層母體結構推計結果—年齡與教育程度

特性別	總計	唯市話族	同時擁有市話與手機者	唯手機族
總計(%)	100.0%	4.6%	61.8%	33.6%
年齡與教育程度(千人)	20,016	928	12,364	6,725
18-39歲國中及以下	139	-	75	64
18-39歲高中職	1,333	64	738	531
18-39歲大學及以上	5,055	-	2,788	2,267
40-59歲國中及以下	988	135	437	416
40-59歲高中職	2,589	9	1,781	798
40-59歲大學及以上	3,861	8	2,445	1,407
60歲以上國中及以下	3,107	535	1,804	768
60歲以上高中職	1,603	124	1,263	216
60歲以上大學及以上	1,342	52	1,032	257

資料來源：本專案推估。

表 三-5 事後分層母體結構推計結果—年齡與地區別

特性別	總計	唯市話族	同時擁有市話與手機者	唯手機族
總計(%)	100.0%	4.6%	61.8%	33.6%
年齡與地區別(千人)	20,016	928	12,364	6,725
18-39歲北北基	1,828	67	1,086	676
18-39歲桃竹苗	1,141	-	700	440
18-39歲中彰投	1,337	-	615	722
18-39歲雲嘉南	896	-	525	371
18-39歲高屏澎金馬	1,053	-	499	554
18-39歲宜花東	273	-	206	67
40-59歲北北基	2,226	59	1,467	699
40-59歲桃竹苗	1,238	6	794	439
40-59歲中彰投	1,415	35	760	620
40-59歲雲嘉南	1,035	68	655	311
40-59歲高屏澎金馬	1,220	-	847	373
40-59歲宜花東	304	-	125	179
60歲以上北北基	1,888	137	1,264	487
60歲以上桃竹苗	861	61	551	249

60歲以上中彰投	1,110	142	796	172
60歲以上雲嘉南	900	134	559	207
60歲以上高屏澎金馬	1,025	195	740	89
60歲以上宜花東	268	24	174	69

資料來源：本專案推估。

表 三-6 雙底冊加權推估前後樣本與母體之結構

—先加權後合併，再進行事後分層組合估計

單位：人；%

項目	18歲以上母體		加權前樣本數		加權後樣本數		卡方檢定 (P值)
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	
總計	20,016,245	100.0	2,147	100.0	2,147	100.0	
性別							
男	9,787,112	48.9	1,130	52.6	1,050	48.9	0.990
女	10,229,133	51.1	1,017	47.4	1,097	51.1	
年齡							
18-29歲	3,285,335	16.4	308	14.3	343	16.0	0.944
30-39歲	3,241,310	16.2	323	15.0	357	16.6	
40-49歲	3,895,161	19.5	399	18.6	428	19.9	
50-59歲	3,542,733	17.7	432	20.1	370	17.2	
60-69歲	3,295,450	16.5	385	17.9	360	16.8	
70歲以上	2,756,256	13.8	300	14.0	289	13.5	
教育程度							
小學及以下	2,033,084	10.2	142	6.6	229	10.7	0.930
國中	2,201,388	11.0	151	7.0	226	10.5	
高中職	5,524,379	27.6	534	24.9	592	27.6	
專科	2,239,274	11.2	266	12.4	232	10.8	
大學	6,242,570	31.2	795	37.0	673	31.4	
研究所	1,775,550	8.9	259	12.1	194	9.0	
居住地區							
北北基	5,941,749	29.7	691	32.2	637	29.7	1.000
桃竹苗	3,239,827	16.2	355	16.5	348	16.2	
中彰投	3,862,174	19.3	383	17.8	414	19.3	
雲嘉南	2,830,592	14.1	303	14.1	304	14.1	
高屏澎金馬	3,297,334	16.5	330	15.4	354	16.5	
宜花東	844,569	4.2	85	4.0	91	4.2	

母體資料來源：內政部戶政司，112年12月縣市人口數按性別、年齡、教育程度及居住地區。

註：P值>0.05表示樣本結構與母體結構無顯著差異。

(二) 先事後分層組合估計，再依內政部之母體結構進行加權

先合併市話及手機之成功樣本，採用「事後分層」方法以 1.年齡(3 層：18-39 歲、40-59 歲、60 歲以上)；2.性別(2 層：男、女)；3.教育程度(3 層：國中以下、高中職、大學以上)，三變項之交叉組合分層，並參照 2021 台灣網路報告計畫的分組方式，將 18-39 歲此年齡分層之高中、國中以下樣本數較少之兩層，合併為 1 層，共分 16 層，計算唯市話族、兩用族、唯手機族之比例，以推估母體結構（推估結果請見表三-7）。

隨後針對性別、年齡、教育程度及居住地區，進行卡方檢定，卡方檢定結果顯示，年齡、教育程度及居住地區偏離母體結構，故再進行多變項反覆加權推估，以使樣本結構與母體一致（樣本加權結構請見表三-8）。

表 三-7 事後分層母體結構推計結果—年齡、性別、教育程度交叉組合分層

特性別	總計	唯市話族	同時擁有市話與手機者	唯手機族
總計(%)	100.0%	4.2%	60.3%	35.5%
年齡與地區別(千人)	20,016	844	12,063	7,110
18-39歲-男-高中以下	844	23	385	437
18-39歲-男-大學以上	2,518	-	1,396	1,121
18-39歲-女-高中以下	628	-	455	173
18-39歲-女-大學以上	2,537	-	1,279	1,258
40-59歲-男-國中以下	473	52	264	156
40-59歲-男-高中	1,275	-	752	523
40-59歲-男-大學以上	1,890	-	1,261	629
40-59歲-女-國中以下	515	59	172	285
40-59歲-女-高中	1,314	19	964	331
40-59歲-女-大學以上	1,971	9	1,119	842
60歲以上-男-國中以下	1,181	146	732	304
60歲以上-男-高中	802	47	650	105
60歲以上-男-大學以上	804	29	587	188
60歲以上-女-國中以下	1,926	392	1,028	506

60歲以上-女-高中	801	53	608	139
60歲以上-女-大學以上	538	14	411	113

資料來源：本專案推估。

註：18-39 歲之「國中以下」、「高中」因樣本數較少，參考 2021 年之台灣網路報告計畫，合併為 1 層。

表 三-8 雙底冊加權推估前後樣本與母體之結構

— 先事後分層組合估計，再進行加權 16 層

單位：人；%

項目	18歲以上母體		加權前樣本數		加權後樣本數		卡方檢定 (P值)
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	
總計	20,016,245	100.0	2,147	100.0	2,147	100.0	
性別							
男	9,787,112	48.9	1,130	52.6	1,050	48.9	1.000
女	10,229,133	51.1	1,017	47.4	1,097	51.1	
年齡							
18-29歲	3,285,335	16.4	308	14.3	352	16.4	1.000
30-39歲	3,241,310	16.2	323	15.0	347	16.2	
40-49歲	3,895,161	19.5	399	18.6	418	19.4	
50-59歲	3,542,733	17.7	432	20.1	380	17.7	
60-69歲	3,295,450	16.5	385	17.9	354	16.5	
70歲以上	2,756,256	13.8	300	14.0	296	13.8	
教育程度							
小學及以下	2,033,084	10.2	142	6.6	218	10.2	1.000
國中	2,201,388	11.0	151	7.0	236	11.0	
高中職	5,524,379	27.6	534	24.9	593	27.6	
專科	2,239,274	11.2	266	12.4	240	11.2	
大學	6,242,570	31.2	795	37.0	670	31.2	
研究所	1,775,550	8.9	259	12.1	190	8.9	
居住地區							
北北基	5,941,749	29.7	691	32.2	637	29.7	1.000
桃竹苗	3,239,827	16.2	355	16.5	348	16.2	
中彰投	3,862,174	19.3	383	17.8	414	19.3	
雲嘉南	2,830,592	14.1	303	14.1	304	14.1	

高屏澎金馬	3,297,334	16.5	330	15.4	354	16.5
宜花東	844,569	4.2	85	4.0	91	4.2

母體資料來源：內政部戶政司，111 年 12 月縣市人口數按性別、年齡、教育程度及居住地區。

註：P 值>0.05 表示樣本結構與母體結構無顯著差異。

第三節 樣本結構分析

一、樣本接觸情形分析

本研究住宅電話調查共完成 1,071 份有效樣本，手機電話調查完成 1,076 份有效樣本。附錄二訪問結果表詳細展示了電話問的所有接觸狀況及訪問成功率的指標。這是 CATI 系統依照美國民意研究協會（American Association for Public Opinion Research, AAPOR）定義的國際通用標準規則所製作，其中幾個重要指標如下：住宅電話調查撥通後訪問成功率 4.2%，手機調查撥通後訪問成功率 4.1%。

二、受訪者樣本結構分析

表 三-9 樣本結構

	市話		手機	
	樣本數	百分比(%)	樣本數	百分比(%)
總數	1,071	100.0	1,076	100.0
性別				
男	515	48.1	615	57.2
女	556	51.9	461	42.8
年齡	1,071	100.0	1,076	100.0
18-29歲	106	9.9	202	18.8
30-39歲	98	9.2	225	20.9
40-49歲	149	13.9	250	23.2
50-59歲	224	20.9	208	19.3
60-69歲	252	23.5	133	12.4
70歲以上	242	22.6	58	5.4
教育程度				
小學及以下	107	10.0	35	3.3
國(初)中/初職	95	8.9	56	5.2

高中職	282	26.3	252	23.4
專科	157	14.7	109	10.1
大學	320	29.9	475	44.1
研究所	110	10.3	149	13.8
居住地區				
北北基	317	29.6	374	34.8
桃竹苗	173	16.2	182	16.9
中彰投	207	19.3	176	16.4
雲嘉南	151	14.1	152	14.1
高屏澎金馬	177	16.5	153	14.2
宜花東	46	4.3	39	3.6

第四章 電訪調查結果分析

第一節 網路使用概況

一、台灣的上網率與網路使用者結構 (雙底冊)

上網率（又稱網路使用率、網路滲透率或網路普及率）是指使用網路的人口數與總人口數的比例，代表網路的普及程度。本次調查同《2022 台灣網路報告》、《2023 台灣網路報告》參採經濟合作暨發展組織(Organization for Economic Development and Corporation，簡稱 OECD)及歐盟統計局(Eurostat)的定義，將網路使用者定義為最近三個月內有使用過網路的民眾。因此，本報告中對於上網率（包括寬頻上網率、行動上網率）的計算，將網路使用者的操作化定義為近三個月內有上網經驗之年滿 18 歲以上民眾。也就是說，本次電訪調查第三題「請問您最近一次上網是什麼時候？」勾選選項「最近三個月內」的受訪者，且第五題「請問您家中是否可以（固網）寬頻上網（包括使用家中 wifi）？」或第六題「請問您手機門號是否可以 4G 或 5G 行動上網（不包括 wifi）？」勾選選項「是」的受訪者或第七題「您前面提到沒有使用寬頻上網也沒有使用行動上網，請問您近三個月使用何種方式上網」明確回答出上網方式者，方納入本調查定義之網路使用者。上網率則是指本次調查的網路使用者佔總樣本數的比例。

此外，由於上網形態日趨多元並與日常行為緊密結合，許多民眾可能未意識到自己正在上網，因此，本調查亦要求電訪員詢問受訪者第三題「最近一次上網是什麼時候？」時，需補充說明「上網行為包含傳 Line、拍照上網傳給親友、使用像臉書這樣的網路社群、找資料、地圖導航、用 APP 查交通狀況、或玩線上遊戲等…」，以避免民眾未能理解上網行為的定義而降低調查效度。

根據本次調查結果（雙底冊），2024 年台灣民眾的上網率為 88.39%，相對於 2022 年至 2023 年的上網率僅小幅提升（84.3% → 84.67%），今年度整體民

眾上網率則出現較明顯的成長幅度。以下進一步針對台灣網路使用者的人口特徵進行分析。

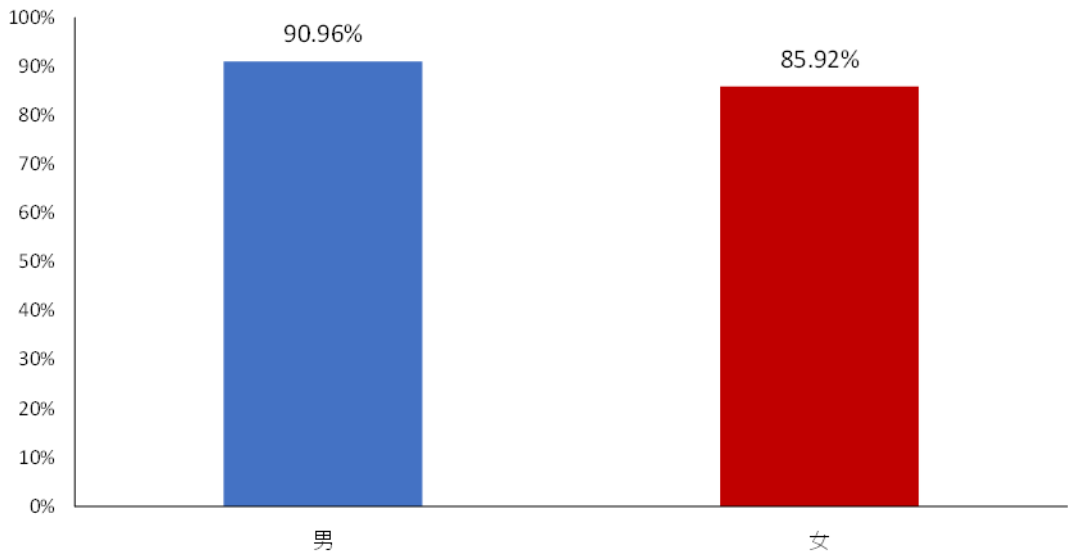
在性別方面，男性民眾上網率 90.96%，女性民眾上網率為 85.92%，存在統計顯著差異（ $\chi^2(1) = 13.27, p < .05$ ）。此結果意外地有別於先前幾年的調查，謹慎而言，為避免單一年度的數據落差造成推論偏誤，性別差異是否確實存在上網率差距，尚有待後續幾年的調查數據持續追蹤觀察。

表 四-1 台灣民眾上網率在性別方面的分布

$\chi^2(1) = 13.27, p < .001$	次數	百分比
男	955	90.96%
女	943	85.92%

Q3：請問您最近一次上網是什麼時候？與Q60：請問您的性別？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）。

圖 四-1 台灣民眾上網率在性別方面的分布

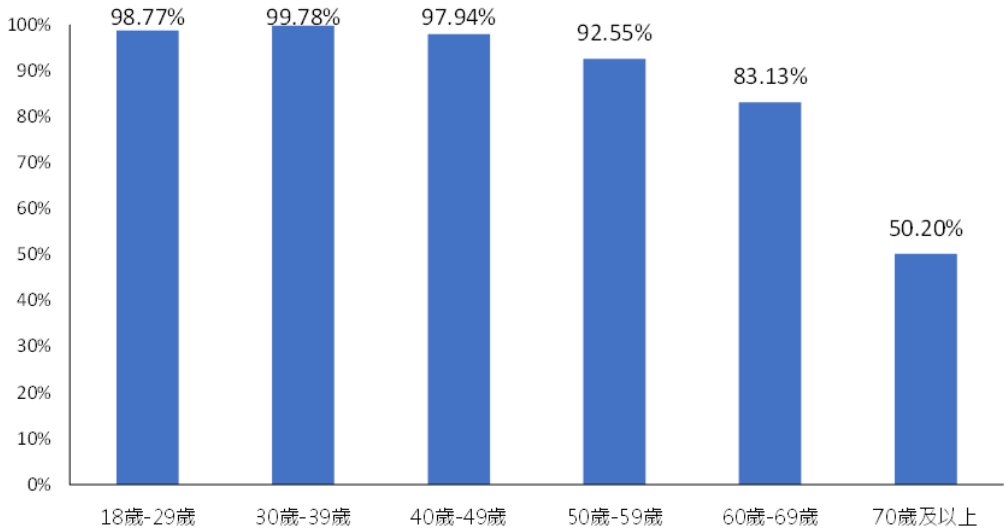
其次，在年齡方面，18-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲四個族群皆高於九成的上網率，是網路使用者的主力族群。年長者的上網率則出現較明顯下降趨勢，尤其 70 歲以上族群上網率僅 50.20%，而 60-69 歲民眾上網率則仍有八成以上，為 83.13%。不同年齡層在上網率的差距存在顯著差異 ($\chi^2(5) = 554.96, p < .001$)。

表 四-2 台灣民眾上網率在年齡方面的分布

$\chi^2(5) = 554.96, p < .001$	次數	百分比
18-29歲	348	98.77%
30-39歲	346	99.78%
40-49歲	409	97.94%
50-59歲	352	92.55%
60-69歲	294	83.13%
70歲以上	149	50.20%

Q3：請問您最近一次上網是什麼時候？與Q1a：請問您是民國那一年出生的？或Q1b：請問您今年大概幾歲？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-2 台灣民眾上網率在年齡方面的分布

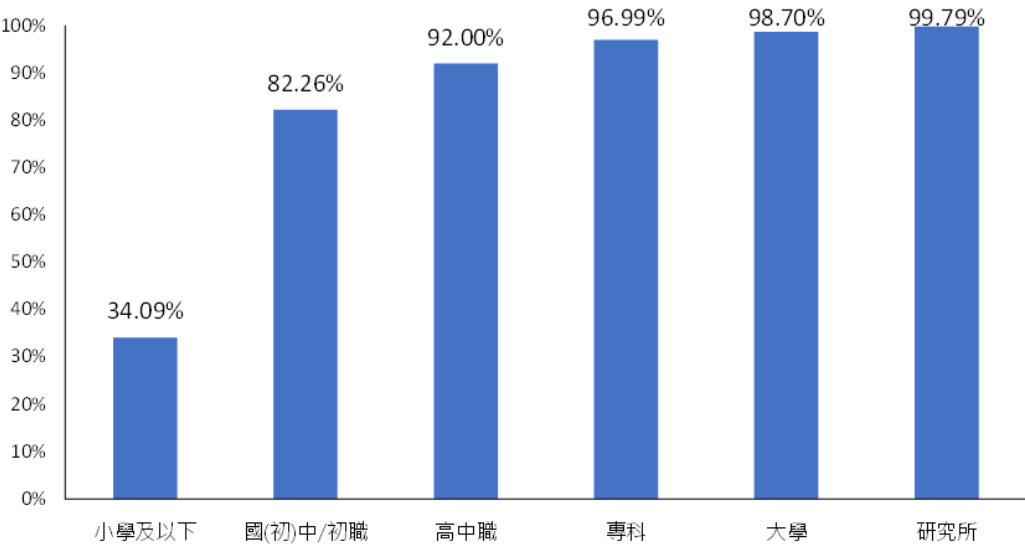
第三，在學歷方面，上網率與學歷呈正比關係。高中職以上學歷民眾均有九成以上的上網率，以研究所學歷民眾的上網率最高，為 99.79%；大學學歷民眾次之，上網率為 98.70%；接著為專科學歷民眾，上網率 96.99%；高中職學歷民眾上網率為 92.00%。國中學歷民眾上網率則略降至 82.26%，而上網率最低的族群為小學及以下學歷民眾，僅 34.09%。差距在統計上達到顯著 ($\chi^2(5) = 753.26, p < .001$)。

表 四-3 台灣民眾上網率-教育程度

$\chi^2(5) = 753.26, p < .001$	次數	百分比
小學及以下	74	34.09%
國(初)中/初職	194	82.26%
高中職	545	92.00%
專科	233	96.99%
大學	661	98.70%
研究所	190	99.79%

Q3：請問您最近一次上網是什麼時候？與Q57：請問您的教育程度是？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-3 台灣民眾上網率-教育程度

第四，在居住地方面，以本調查採用的六大區域分類，全台各地區上網率皆達八成以上，其中又以桃竹苗、宜花東最高，皆有九成以上，分別為 92.31% 及 91.10%；接著，各地區上網率高低排序則依序為北北基（88.67%）、高屏澎金馬（87.25%）、中彰投（86.64%）、雲嘉南（86.20%）。相較於前兩年台灣網路報告的調查結果¹，今年度各地區上網率在統計上已不存在顯著差距（ $\chi^2(5) = 9.01, p > .05$ ），此結果可能說明政府長年推動偏鄉地區通訊、網路基礎建設已逐漸完善且穩定運行，甚或是指弭平數位不平等的相關計畫，如教育部配合行政院縮減數位落差政策推動至今第六期的「數位共融及培力計畫²」等漸現成效，使得因城鄉地區落差所致的數位不平等情況得以獲改善，但謹慎而言，為避免單一年度的數據落差造成推論偏誤³，城鄉差距造成的數位不平等是否確實弭平，仍有待後續幾年的調查數據持續追蹤觀察。

¹ 《2022 年台灣網路報告》上網率調查結果以雲嘉南地區 77.53%最低、《2023 年台灣網路報告》則以宜花東 68.52%最低，兩個年度的上網率在「居住地區」變項上的分析皆出現顯著統計差異，亦即地區間的上網率存在差距。

²

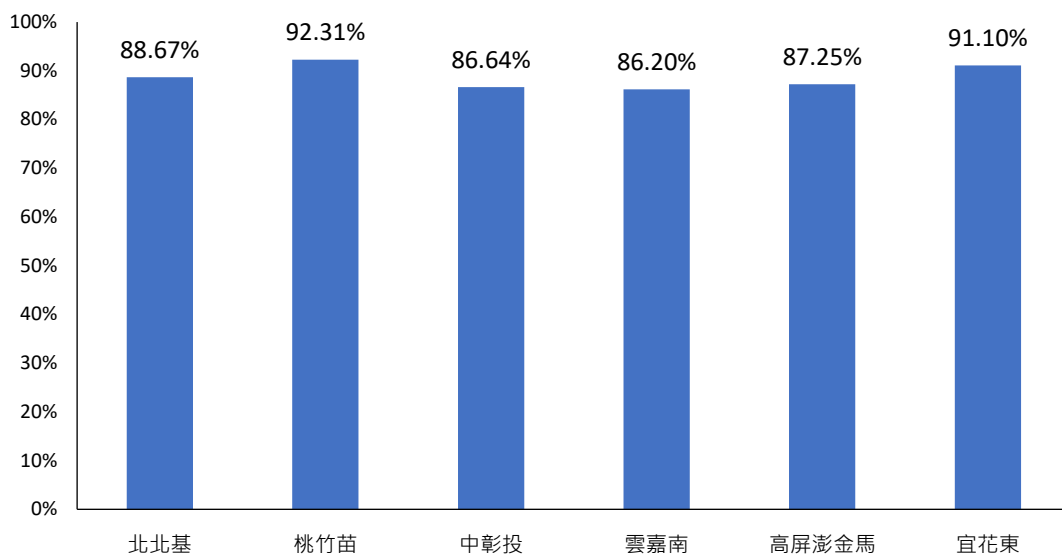
https://www.edu.tw/News_Plan_Content.aspx?n=D33B55D537402BAA&sms=954974C68391B710&s=8297BAF0EFD639E7

³ 對於個別地區一年內出現大幅度的上網率波動，本研究團隊進一步檢視近三年（2022 至 2024 年）的調查數據原始樣本發現，雖分析前的加權處理得以減少抽樣導致的偏誤，但尚無法完全免除。因此從樣本結構上發現，宜花東地區樣本的年齡層分布在 2022 年及 2024 年兩年度的結構相近，皆較 2023 年的樣本年輕且教育程度高，可能因此造成上網率落差。且在各地區 50 歲以下的上網率相對穩定的情況下，宜花東地區 60-69 歲、70 歲以上兩大高齡族群的上網率波動又較其他地區與其他年齡層更大，或也是造成數據差距的因素。

表 四-4 台灣民眾上網率-居住地區

$\chi^2(5) = 9.01, p > .05$	次數	百分比
北北基	565	88.67%
桃竹苗	321	92.31%
中彰投	359	86.64%
雲嘉南	262	86.20%
高屏澎金馬	309	87.25%
宜花東	83	91.10%

Q3：請問您最近一次上網是什麼時候？與Q2：請問您居住在哪一個縣市？哪一個鄉鎮市區？資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-4 台灣民眾上網率-居住地區

二、台灣民眾網路使用頻率

「一直上網（permanently online）」現象意指民眾對於網路使用的黏著度，亦是近來了解網路使用概況備受關注的指標。關於台灣民眾使用網路的頻率，

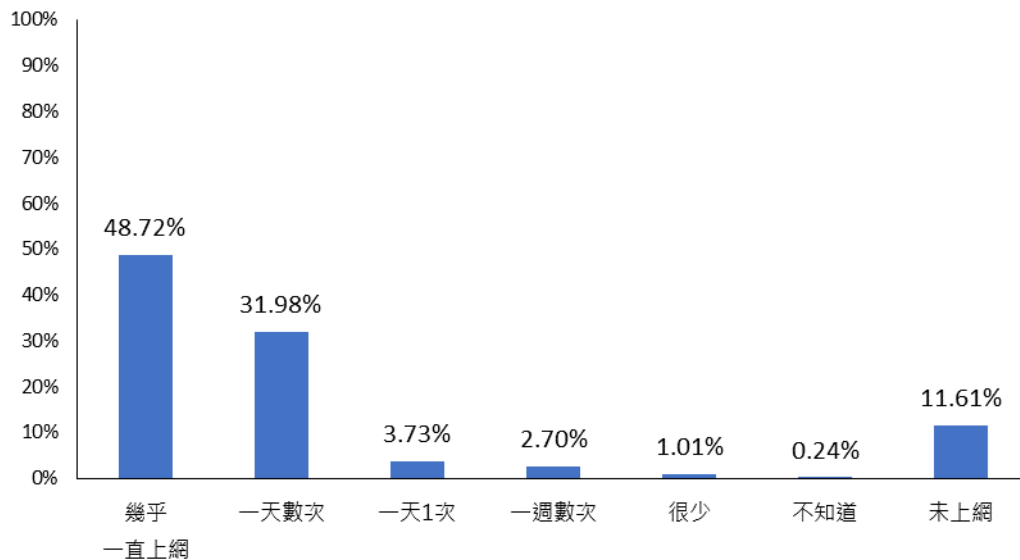
本調查詢問「請問您最近三個月多常上網？」回答選項為 5 點量表，1 為幾乎一直上網、2 為一天數次、3 為一天 1 次、4 為一週數次、5 為很少。為使受訪者能清楚分辨「幾乎一直上網」與「一天數次」兩選項間的差異，電訪員詢問時會補充說明，前者選項指「一天上網次數多到無法計算」，後者則指「一天 2 次以上」。調查發現，台灣民眾網路黏著度極高，有 48.72% 的民眾處於「幾乎一直上網」的狀態，在各選項中佔比最高。其次，一天數次者也有 31.98%。而回答一天 1 次、一週數次、很少的民眾，皆不達一成，分別為 2.70%、1.01%、0.24%。

表 四-5 台灣民眾的上網頻率

	次數	百分比
幾乎一直上網	1,046	48.72%
一天數次	687	31.98%
一天1次	80	3.73%
一週數次	58	2.70%
很少	22	1.01%
不知道	5	0.24%
未上網者	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-5 台灣民眾的上網頻率

進一步針對「幾乎一直上網」者進行人口特徵分析。首先，在性別方面，有 49.22% 的男性民眾為幾乎一直上網者，女性則有 48.25%，差距在統計上未達顯著（ $\chi^2(1) = 0.2, p > .05$ ）。第二，在年齡方面，就整體趨勢而言，年齡與幾乎一直上網者的比例大致呈反比，以 30-39 歲年齡層的民眾「幾乎一直上網者」的比例將近七成最高，達 68.53%；其次為 18-29 歲的民眾有 61.01% 屬幾乎一直上網者。而 70 歲以上年齡層為幾乎一直上網者比例最低的族群，僅 18.08%，差距在統計上達顯著（ $\chi^2(5) = 234.21, p < .001$ ）。第三，在教育程度方面，幾乎一直上網者的人口佔比與學歷成正比關係。研究所學歷者與大學學歷者皆有六成以上為幾乎一直上網者，前者有高達 66.16% 為幾乎一直上網者，佔比最高，後者則有 62.07% 次之。學歷在小學及以下者僅有 9.60% 有較高的網路使用黏著度，差距在統計上達顯著（ $\chi^2(5) = 233.82, p < .001$ ）。第四，在居住地方面，台灣民眾為幾乎一直上網者的比例在地區分布上，以北北基地區最高，為 54.31%；其次，為桃竹苗地區 52.06%；幾乎一直上網者的比例最低者為高

屏澎金馬地區，僅 40.98%，差距在統計上達 ($\chi^2(5) = 20.03, p < .005$)。整體而言年齡愈低、學歷愈高者為幾乎一直上網者的比例愈高。

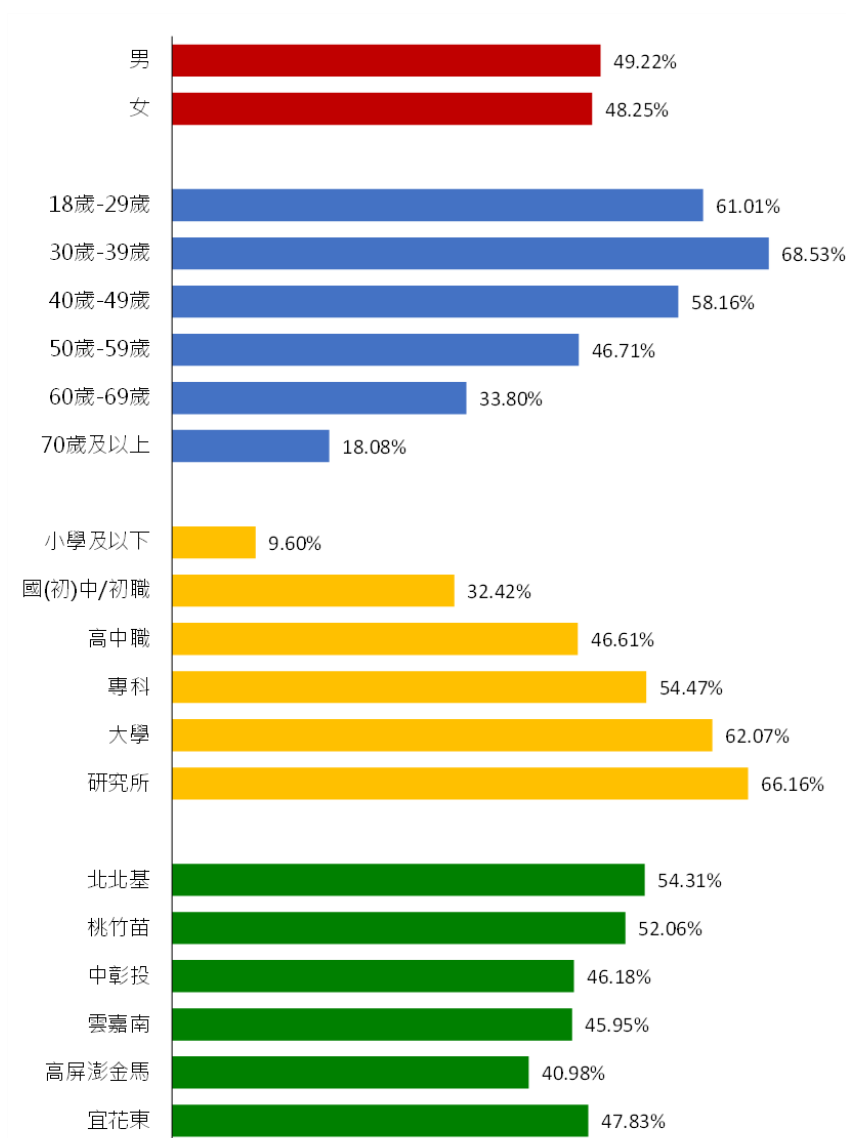
表 四-6 台灣民眾幾乎一直上網者在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(1) = 0.2, p > .05$		
男	517	49.22%
女	529	48.25%
年齡 $\chi^2(5) = 234.21, p < .001$		
18-29歲	215	61.01%
30-39歲	238	68.53%
40-49歲	243	58.16%
50-59歲	178	46.71%
60-69歲	120	33.80%
70歲以上	54	18.08%
教育程度 $\chi^2(5) = 233.82, p < .001$		
小學及以下	21	9.60%
國(初)中/初職	77	32.42%
高中職	276	46.61%
專科	131	54.47%
大學	416	62.07%
研究所	126	66.16%
居住地區 $\chi^2(5) = 20.03, p < .005$		
北北基	346	54.31%
桃竹苗	181	52.06%
中彰投	191	46.18%
雲嘉南	140	45.95%
高屏澎金馬	145	40.98%
宜花東	43	47.83%

Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「幾乎一直上網者」的計算方式為Q4勾選「幾乎一直上網」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-6 台灣民眾幾乎一直上網者在人口變項的分布

三、台灣固網寬頻用戶普及率

根據我國國家通訊傳播委員會公布之電信國際評比指標，固網寬頻用戶普及率定義為固網寬頻用戶數占全國人口數之百分比。固網寬頻用戶係指以等於或大於 256 kbit/s 的下行速度接取網際網路（Internet）（TCP/IP 連接）的用戶，包括有線電視纜線數據機（cable modem）、DSL、光纖到戶/建築物、其他

固定（有線）寬頻用戶、衛星寬頻用戶和地面固定無線寬頻（terrestrial fixed wireless broadband）用戶，不包括經由行動電話上網之用戶，但應包括任何固定的無線技術服務之用戶⁴。為計算台灣的固網寬頻普及率，採用本次電訪調查的第五題「請問您家中是否可以（固網）寬頻上網（包括使用家中 wifi）【如光纖上網、有線電視纜線數據機、ADSL】？」勾選「是」的受訪者。固網寬頻用戶普及率為本次調查的家戶固網寬頻網路使用者佔總樣本數的比例。根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的固網寬頻用戶普及率為 69.91%。

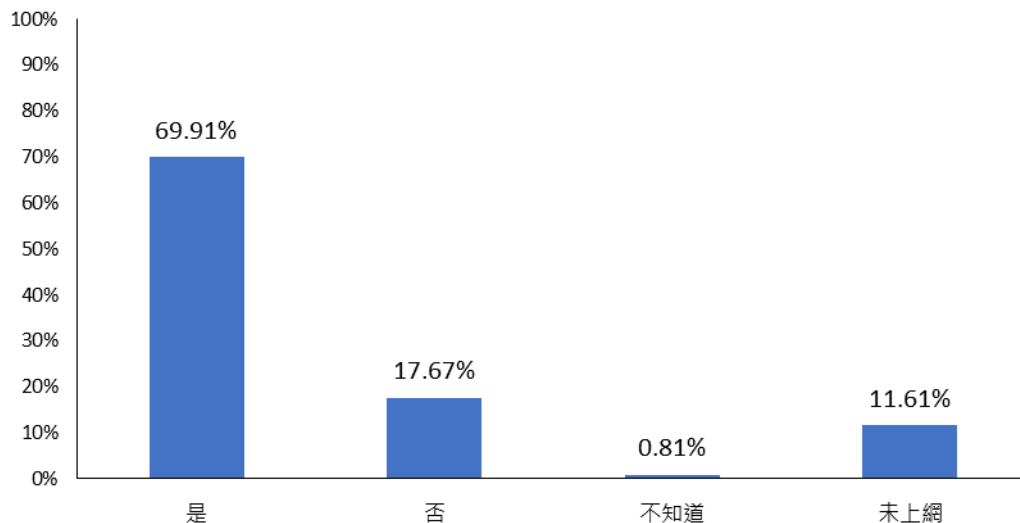
表 四-7 台灣固網寬頻用戶普及率

	次數	百分比
是	1,501	69.91%
否	379	17.67%
不知道	17	0.81%
跳答（未上網者）	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q5：請問您家中是否可以（固網）寬頻上網（包括使用家中wifi）？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

⁴ https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/22062/5203_47664_220624_1.pdf



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

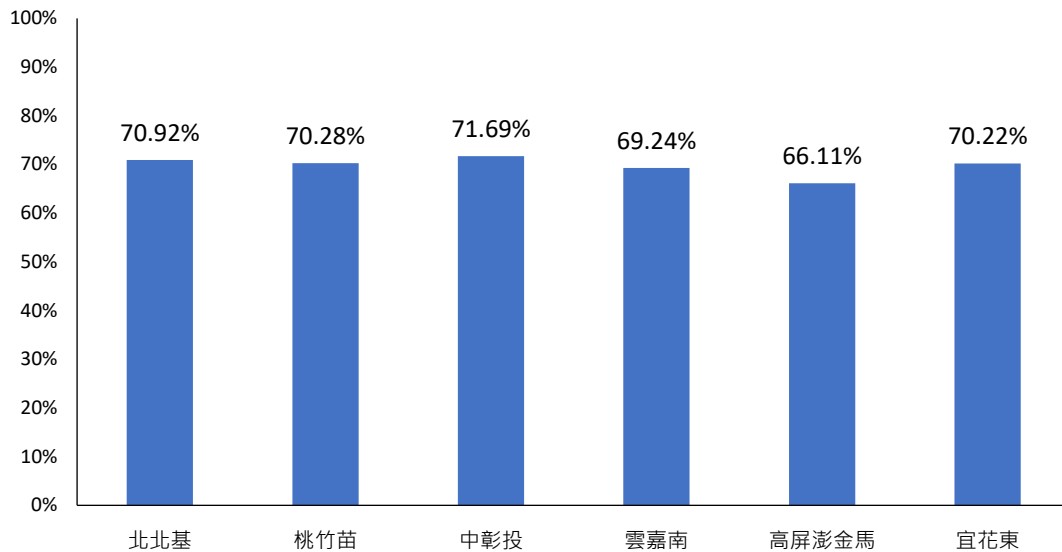
圖 四-7 台灣固網寬頻用戶普及率

由於固網寬頻的裝設大多以家戶為單位，因此針對固網寬頻普及率的人口特徵結構分析，便不會針對個體層面的屬性（如：性別、年齡層、教育程度）進行交叉分析，而主要僅分析居住地。整體而言，台灣各地區固網寬頻用戶普及率在統計上並無顯著差異（ $\chi^2(5) = 3.45, p > .05$ ），從數值上來看，以中彰投地區最高，固網寬頻用戶普及率為 71.69%，其次為北北基、桃竹苗、宜花東地區，均為七成左右，分別為 70.92%、70.28%、70.22%；而雲嘉南與高屏澎金馬地區的固網寬頻普及率則略低於前述地區，分別為 69.24%及 66.11%，但整體差距並不大。

表 四-8 台灣固網寬頻用戶普及率在居住地方面的分布

$\chi^2(5) = 3.45, p > .05$	次數	百分比
北北基	452	70.92%
桃竹苗	244	70.28%
中彰投	297	71.69%
雲嘉南	210	69.24%
高屏澎金馬	234	66.11%
宜花東	64	70.22%

Q5：請問您家中是否可以（固網）寬頻上網（包括使用家中WIFI）？與Q2：請問您居住在哪一個縣市？哪一個鄉鎮市區？資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-8 台灣固網寬頻用戶普及率在居住地方面的分布

四、台灣行動寬頻用戶普及率

根據我國國家通訊傳播委員會的電信國際評比指標，行動寬頻用戶普及率定義為行動寬頻用戶數占全國人口數之百分比。行動寬頻用戶係指經由手機或

經由 USB/dongles 上網，且下載速度等於或大於 256kbit/s 之開通並實際使用的行動寬頻用戶總和，排除上網功能未開通或於 3 個月內未使用之潛在用戶，且不包括只使用 GPRS、EDGE 及 CDMA 1xRTT 之用戶⁵。為計算台灣的行動寬頻用戶普及率，採用本次電訪調查的第六題「請問您手機門號是否可以 4G 或 5G 行動上網（不包括 wifi）？【如使用 LINE、傳圖片、打網路電話/透過網路查/看東西】」勾選「是」的受訪者。此外，為避免受訪者不了解行動上網的定義，訪員在詢問受訪者該題時，需特別強調「行動上網是指手機經由行動電信網路連接上網」，以避免因定義不明確而降低調查效度。

行動寬頻用戶普及率為本次調查的行動寬頻網路使用者佔總樣本數的比例。根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的行動寬頻用戶普及率為 86.43%，進一步檢視使用 4G、5G 行動網路的使用率，有 48.37% 民眾使用 4G 行動上網，38.06% 使用 5G 行動上網。

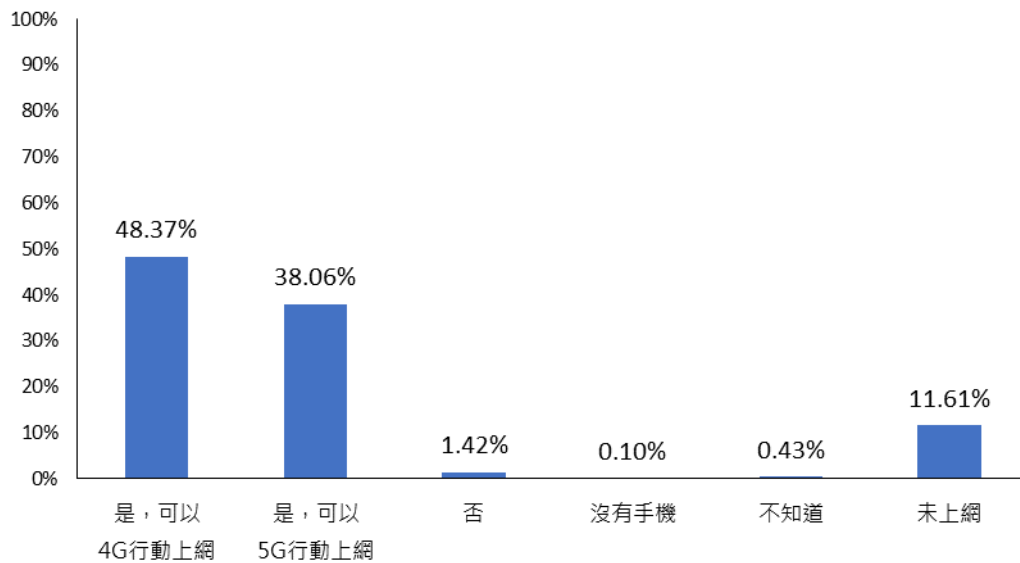
表 四-9 台灣行動寬頻用戶普及率

	次數	百分比
是，可以4G行動上網	1,039	48.37%
是，可以5G行動上網	817	38.06%
否	31	1.42%
沒有手機	2	0.10%
不知道	9	0.43%
跳答	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括wifi）？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

⁵ https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/22062/5203_47664_220624_1.pdf



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-9 台灣行動寬頻用戶普及率

以下進一步針對台灣行動寬頻上網使用者的人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，男性民眾的行動寬頻使用率為 89.23%，高於女性的行動寬頻使用率 83.75%，且統計上存在顯著差異（ $\chi^2(1) = 13.71, p < .001$ ）。

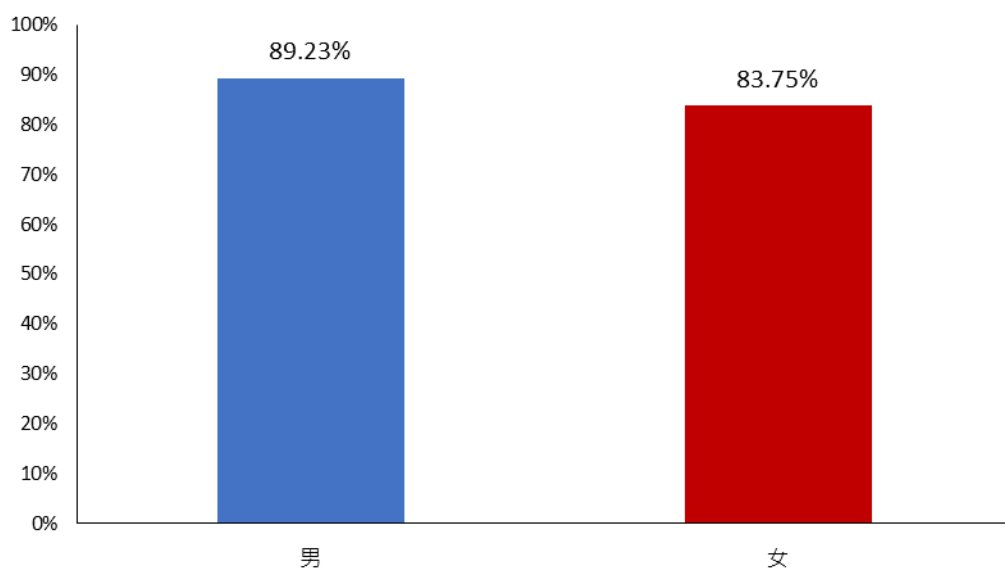
表 四-10 台灣行動寬頻用戶普及率在性別方面的分布

$\chi^2(1) = 13.71, p < .001$	次數	百分比
男	937	89.23%
女	919	83.75%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q2：請問您居住在哪一個縣市？哪一個鄉鎮市區？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以4G行動上網」、「是，可以5G行動上網」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-10 台灣行動寬頻用戶普及率在性別方面的分布

其次，在年齡方面，行動寬頻用戶普及率所呈現的趨勢，大致隨著年齡增加而下降。以 18-29 歲、30-39 歲年齡層的行動寬頻用戶普及率最高，均達到九成八以上，分別為 98.06%、98.94%；40-49 歲（96.48%）以及 50-59 歲（91.19%）族群亦有九成以上普及率。60-69 歲族群之行動寬頻用戶普及率則明顯下降至 78.55%，而 70 歲以上民眾僅 47.13% 使用行動寬頻上網，差距在統計上達顯著（ $\chi^2(5)=539.32, p<.001$ ）。

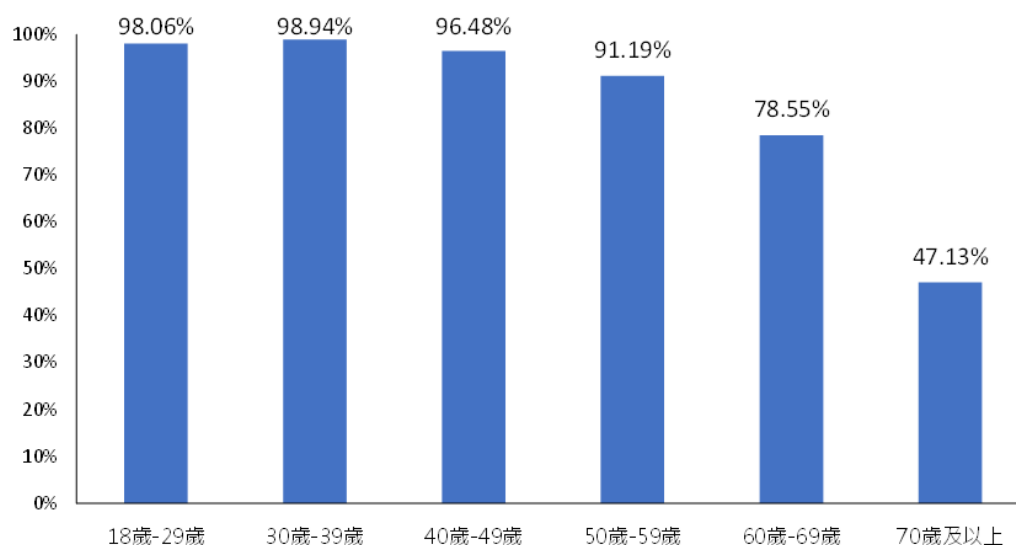
表 四-11 台灣行動寬頻用戶普及率在年齡方面的分布

$\chi^2(5) = 539.32, p < .001$	次數	百分比
18-29歲	345	98.06%
30-39歲	343	98.94%
40-49歲	403	96.48%
50-59歲	347	91.19%
60-69歲	278	78.55%
70歲以上	140	47.13%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q1a：請問您是民國那一年出生的？、Q1b：請問您今年大概幾歲？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以4G行動上網」、「是，可以5G行動上網」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-11 台灣行動寬頻用戶普及率在年齡方面的分布

第三，在教育程度方面，台灣行動寬頻用戶普及率和教育程度呈正比，教育程度愈高則行動寬頻用戶普及率愈高。以研究所及大學學歷族群的行動寬頻

使用率最高，分別為 99.30%及 97.41%，而專科學歷民眾的使用率亦與前兩者接近，為 94.85%，均達到九成以上。高中職學歷民眾之使用率則略降至 89.02%。國中以下學歷的民眾，對比前述族群的行動寬頻使用率則有明顯下降，國中學歷民眾的行動寬頻普及率為 80.97%，而普及率最低的為小學及以下學歷民眾，僅有三成左右（31.11%），差距在統計上達顯著（ $\chi^2(5) = 688.67, p < .001$ ）。

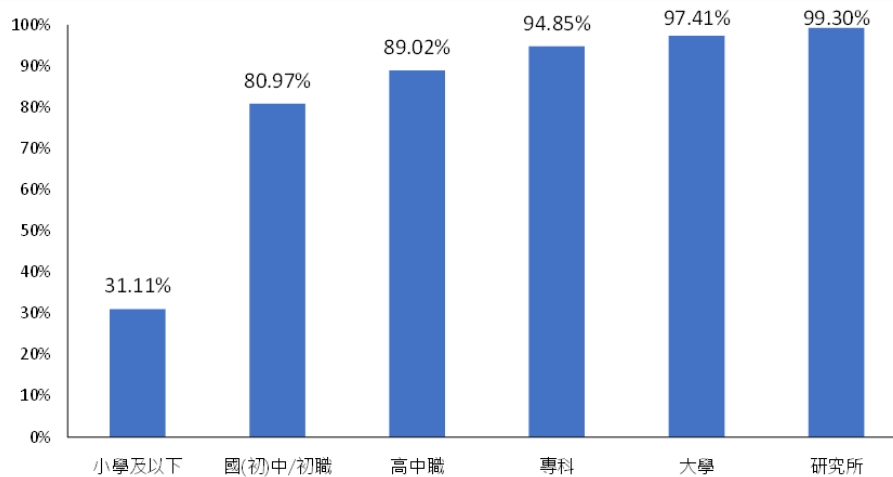
表 四-12 台灣行動寬頻用戶普及率在教育程度方面的分布

$\chi^2(5) = 688.67, p < .001$	次數	百分比
小學及以下	68	31.11%
國(初)中/初職	191	80.97%
高中職	527	89.02%
專科	228	94.85%
大學	652	97.41%
研究所	189	99.30%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q57：請問您的教育程度是？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以4G行動上網」、「是，可以5G行動上網」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-12 台灣行動寬頻用戶普及率在教育程度方面的分布

第四，在居住地方面，台灣民眾行動寬頻用戶普及率以桃竹苗地區的民眾最高，行動寬頻用戶普及率為 90.41%，達九成以上。而其他地區則亦都有八成以上的行動寬頻用戶普及率，依照普及率高低次序排列為北北基（86.68%）、中彰投（85.42%）、高屏澎金馬（85.20%）、雲嘉南（84.95%）、宜花東（83.86%）地區。各地區行動寬頻用戶普及率差距不大，在統計上未有顯著差異（ $\chi^2(5) = 6.62, p < .05$ ）。

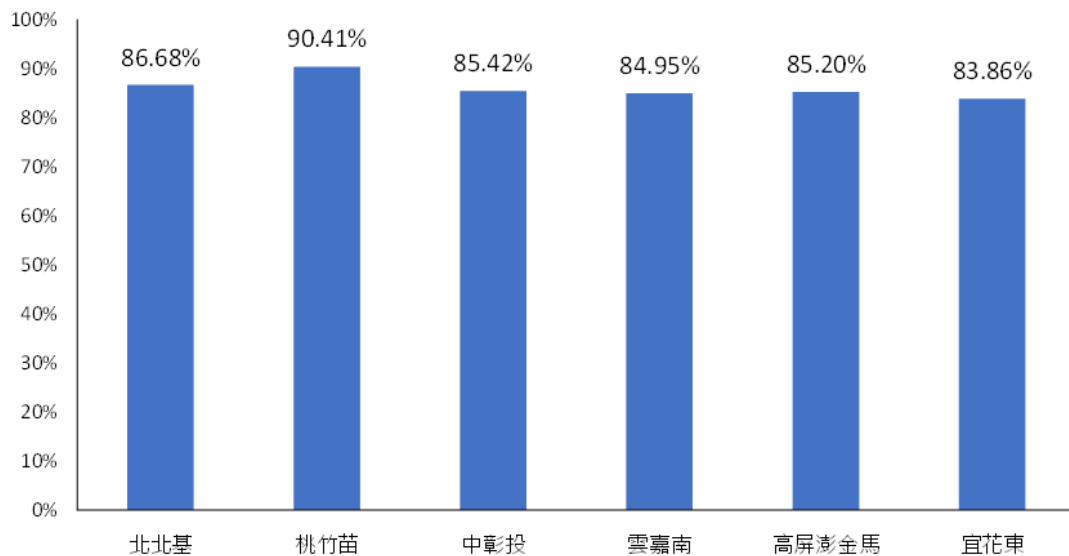
表 四-13 台灣行動寬頻用戶普及率在居住地方面的分布

$\chi^2(5) = 6.62, p < .05$	次數	百分比
北北基	552	86.68%
桃竹苗	314	90.41%
中彰投	354	85.42%
雲嘉南	258	84.95%
高屏澎金馬	301	85.20%
宜花東	76	83.86%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q2：請問您居住在哪一個縣市？哪一個鄉鎮市區？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以4G行動上網」、「是，可以5G行動上網」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-13 台灣行動寬頻用戶普及率在居住地方面的分布

五、台灣民眾 5G 的採用情況

5G 網路的普及是後續人工智慧、大數據、物聯網等面向之產業與社會應用發展的基石。承前述行動寬頻使用的題目（即本次電訪調查的第 6 題），5G 使用率為本次調查的 5G 行動網路使用者佔總樣本數的比例，調查結果顯示，目前台灣的 5G 使用率為 38.06%。相較於《2023 台灣網路報告》調查之 5G 使用率 26.77%，提高了超過一成。以下針對今年的 5G 行動網路使用者的人口特徵結構進行分析。

首先，在性別方面，台灣 5G 使用率的男女比率接近，男性民眾的 5G 使用率為 41.72%，顯著高於女性民眾的 5G 使用率 34.56% ($\chi^2(1) = 11.64, p < .01$)。

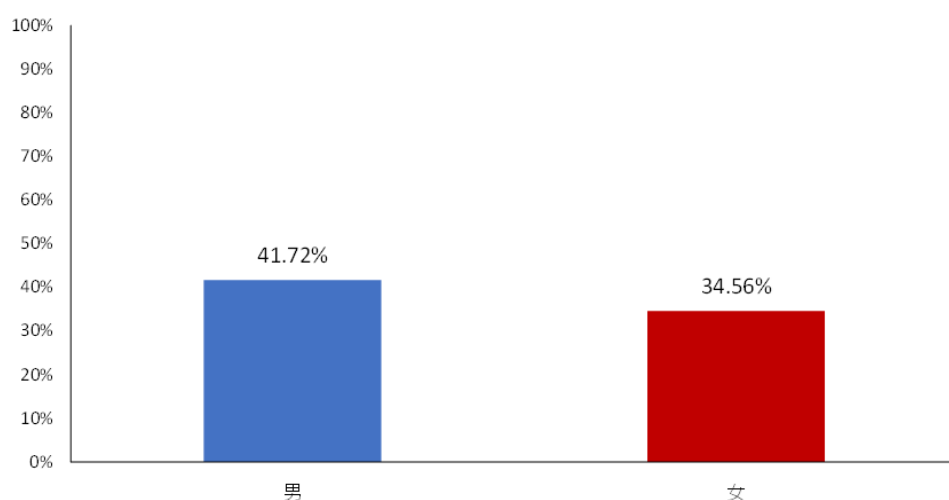
表 四-14 台灣 5G 使用率在性別方面的分布

$\chi^2(1) = 11.64, p < .01$	次數	百分比
男	438	41.72%
女	379	34.56%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q60：請問您的性別？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「5G行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以5G行動上網」者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-14 台灣 5G 使用率在性別方面的分布

其次，在年齡方面，以 40-49 歲年齡層的 5G 使用率最高，為 47.33%；而 30-39 歲年齡層使用率也相近，為 47.04%。其次，50-59 歲、18-29 歲民眾的 5G 使用率均達四成以上，分別為 41.68%及 41.62%。60 歲以上族群則降至三成左右（30.61%），而 70 歲及以上之年齡層之 5G 使用率最低，僅 14.52%，差距在統計上達顯著（ $\chi^2(5) = 109.16, p < .001$ ）。

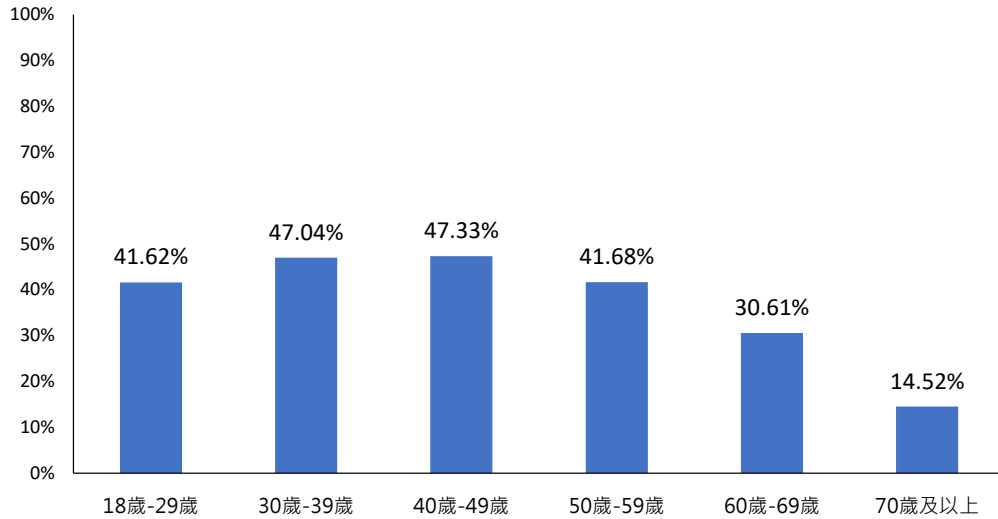
表 四-15 台灣 5G 使用率在年齡方面的分布

$\chi^2(5) = 109.16, p < .001$	次數	百分比
18-29歲	146	41.62%
30-39歲	163	47.04%
40-49歲	198	47.33%
50-59歲	158	41.68%
60-69歲	108	30.61%
70歲以上	43	14.52%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q1a：請問您是民國那一年出生的？或Q1b：請問您今年大概幾歲？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「5G行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以5G行動上網」者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-15 台灣 5G 使用率在年齡方面的分布

第三，在學歷方面，台灣 5G 使用率以大學學歷民眾最高，為 42.77%；其次，研究所、高中學歷民眾的 5G 使用率亦相當接近，分別為 41.34%與 41.00%。而專科、國(初)中/初職學歷民眾，5G 使用率也將近四成，達 39.95%及 39.84%。5G 使用率最低的為小學及以下學歷民眾，僅有 8.75%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 89.51, p < .001$)。

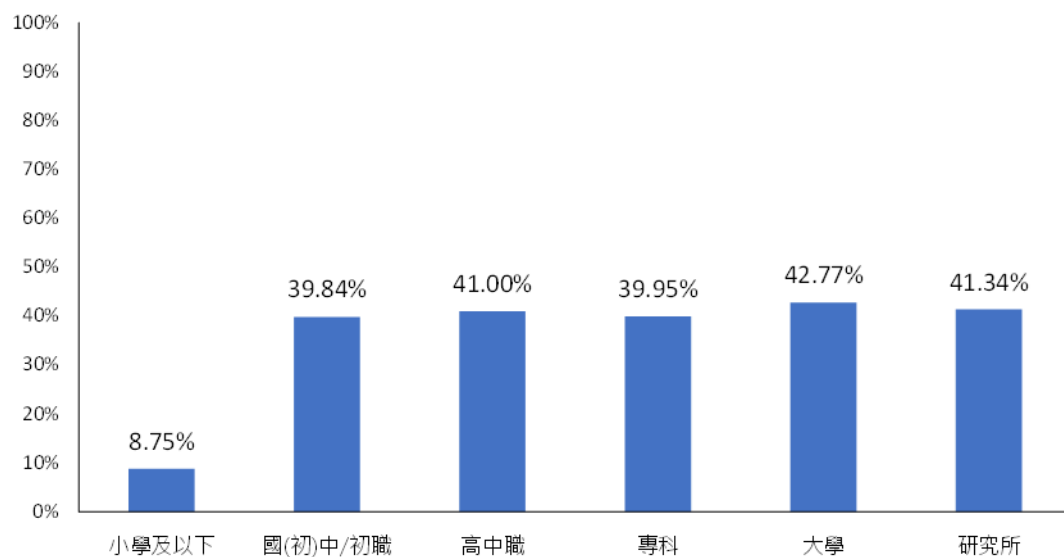
表 四-16 台灣 5G 使用率在教育程度方面的分布

$\chi^2(5) = 89.51, p < .001$	次數	百分比
小學及以下	19	8.75%
國(初)中/初職	94	39.84%
高中職	243	41.00%
專科	96	39.95%
大學	286	42.77%
研究所	79	41.34%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q57：請問您的教育程度是？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「5G行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以5G行動上網」者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-16 台灣 5G 使用率在教育程度方面的分布

第四，在居住地方面，各地區民眾的 5G 使用率相當接近，在統計上不存在顯著 ($\chi^2(5) = 8.00, p > .05$)。從數值來看，以雲嘉南地區 41.84% 最高，其次為桃竹苗 (39.53%)、北北基 (39.50%)、中彰投 (37.48%)。而宜花東、高屏澎金馬地區則相對其他區域較低，分別為 33.33%、32.67%。

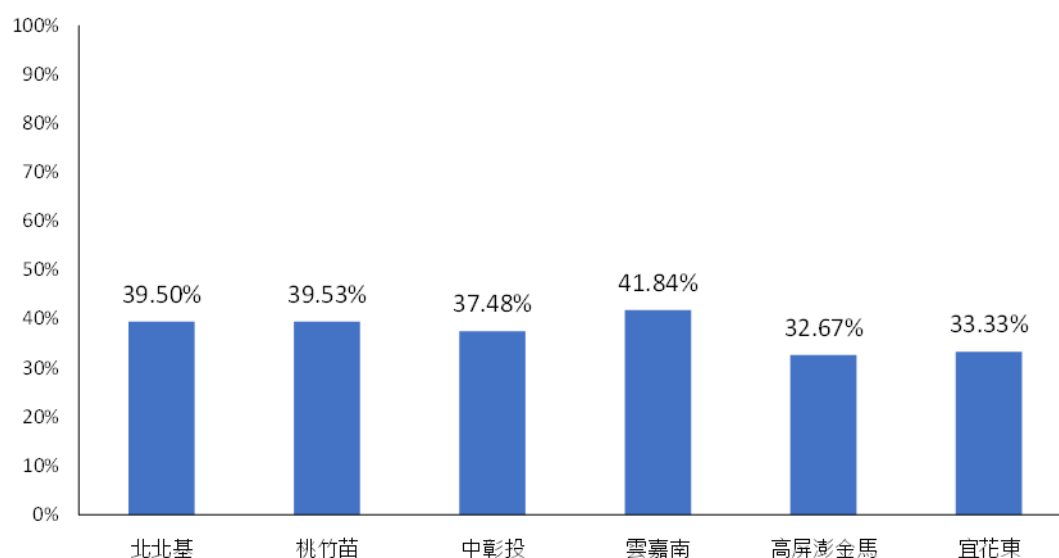
表 四-17 台灣 5G 使用率在居住地方面的分布

$\chi^2(5) = 8.00, p > .05$	次數	百分比
北北基	252	39.50%
桃竹苗	137	39.53%
中彰投	155	37.48%
雲嘉南	127	41.84%
高屏澎金馬	116	32.67%
宜花東	30	33.33%

Q6：請問您手機門號是否可以4G或5G行動上網（不包括WIFI）？與Q2：請問您居住在哪一個縣市？哪一個鄉鎮市區？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「5G行動上網者」的計算方式為Q6勾選「是，可以5G行動上網」者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-17 台灣 5G 使用率在居住地方面的分布

第二節 網路應用服務

一、台灣民眾網路應用服務的使用概況 (市話樣本)

在了解台灣民眾網路近用情形之後，本調查將進一步檢視民眾的數位應用行為與能力，將個人使用的網路應用服務區分為電子商務應用、網路金融服務應用、教育應用、影音娛樂應用、社交娛樂應用等五大類別。在電子商務應用方面，包含個人網路購物與網路銷售行為。在網路金融服務應用方面，包含使用行動支付與持有加密貨幣。在教育應用方面，包含閱讀電子書與線上學習。在影音娛樂應用方面，包含使用付費影音娛樂與使用免費影音娛樂。在社交娛樂應用方面，包含網路遊戲與線上交友。各網路應用的使用率計算方式：市話樣本第 8 題的該題項勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。

關於台灣民眾網路應用服務的使用概況方面，詢問「請問您最近三個月上網時有使用哪些服務？」，針對上述的五大類別，共計 10 個題項。本次調查發現，台灣民眾最常使用的網路應用服務為「觀看免費的網路影音、直播或收聽音樂」，高達七成（70.73%），其次為「買東西」達 48.57%，接近五成。其他應用服務的使用率均未達四成，依序為「使用行動支付」（33.40%）、「網路線上遊戲」（30.89%）、「觀看付費的網路影音、直播或收聽音樂」（26.80%）、「線上學習」（25.18%）、「閱讀電子書」（22.76%）、「賣東西」（7.11%）、「線上交友」（5.61%）、「持有加密貨幣」（2.30%）。

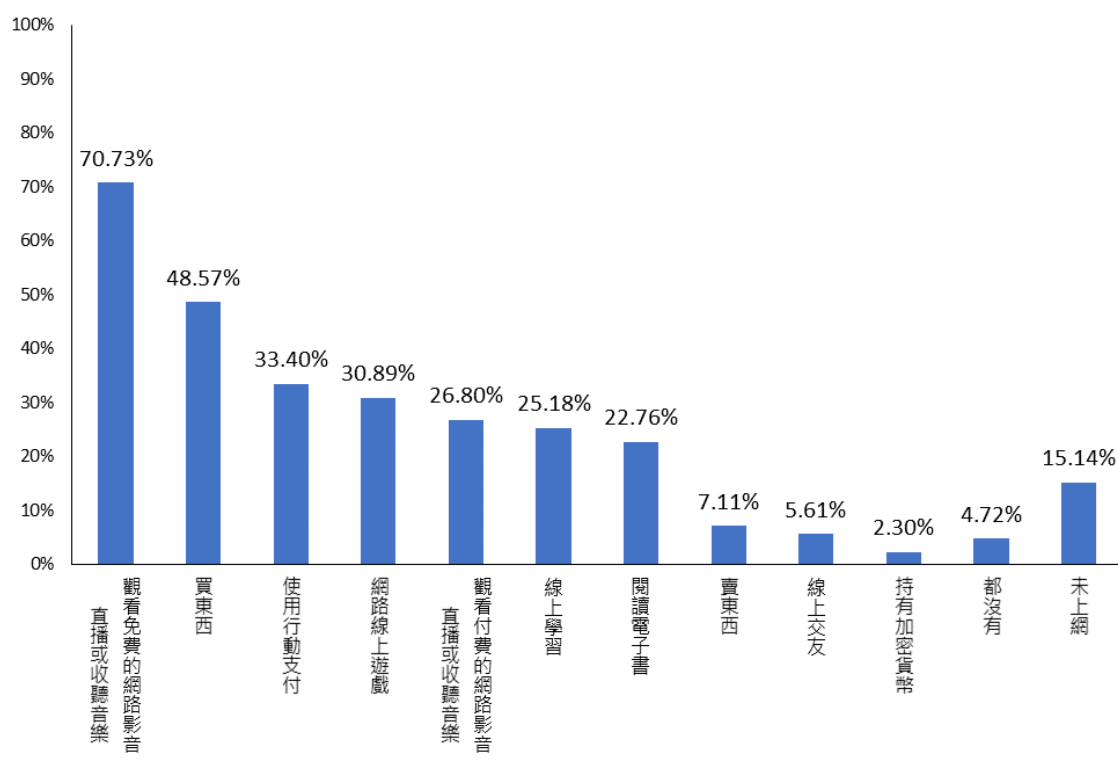
台灣民眾在網路應用服務的使用，前兩大項與過去兩年調查結果相近，最大宗仍以免費影音娛樂應用，而隨著國人觀影習慣的改變，訂閱制影音串流平台也逐趨成為重點選項，「觀看付費的網路影音、直播或收聽音樂」的比例也將過去兩年上升，達到 26.80%。但值得注意的是，台灣民眾的行動支付使用率雖自去年《2023 台灣網路報告》調查執行時就已躍升至本題題項中使用率第三高的數位應用服務項目，然成長情況似乎進入瓶頸，較 2022 年的 34.27%及 2023 年的 36.58%的使用率略為下降。

表 四-18 台灣民眾最近三個月上網時所使用的服務

	次數	百分比
觀看免費的網路影音、直播或收聽音樂	758	70.73%
買東西	520	48.57%
使用行動支付	358	33.40%
網路線上遊戲	331	30.89%
觀看付費的網路影音、直播或收聽音樂	287	26.80%
線上學習	270	25.18%
閱讀電子書	244	22.76%
賣東西	76	7.11%
線上交友	60	5.61%
持有加密貨幣	25	2.30%
都沒有	51	4.72%
未上網	162	15.14%

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-18 台灣民眾最近三個月上網時所使用的服務

在以上十類網路應用服務中，計算上網民眾使用的服務項目數量，亦可進一步檢視民眾使用網路應用服務的多樣程度。整體而言，在本研究列出的 10 項網路應用服務中，台灣上網者使用種類平均為 3.22 項，超過半數（54.16%）的上網者使用的網路應用服務項目數為 3 項或 3 項以下。進一步從年齡與教育程度兩大人口變項來看，可以發現 18-29 歲及 30-30 歲的青壯年族群，較中高齡族群有更高比例使用較多種類的網路應用服務；教育程度方面，國小、國中學歷族群則較高中職以上學歷族群，分布趨勢明顯集中於 3 項以下。綜合以上結果顯示，年輕族群與高學歷者相對而言有較多樣性的網路應用服務使用經驗。

表 四-19 台灣上網者最近三個月網路應用服務使用數量

	次數	百分比
1項	177	19.50%
2項	168	18.49%
3項	147	16.17%
4項	125	13.77%
5項	95	10.50%
6項	70	7.69%
7項	39	4.31%
8項	27	2.93%
9項	10	1.06%
10項	0	0.03%
都沒有	51	5.56%
總計	909	100%

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：909（市話樣本，上網者樣本）

表 四-20 台灣上網者網路應用服務使用數量在人口變項上的分布

	1項	2項	3項	4項	5項	6項	7項	8項	9項	10項	都沒有
年齡											
18-29歲	2.96%	13.61	13.61	19.53	14.79	13.61	7.10	8.88	5.92	0	0
30-39歲	11.11%	12.28	21.64	11.70	18.13	11.11	8.77	5.26	0	0	0
40-49歲	15.35%	23.27	19.31	15.84	8.91	9.90	4.95	0.50	0	0	1.98
50-59歲	29.19%	18.63	16.15	16.77	8.70	3.73	1.24	0.62	0	0	4.97
60-69歲	37.68%	20.29	9.42	7.97	3.62	1.45	0	0	0	0	19.57
70歲以上	34.29%	27.14	12.86	2.86	2.86	0	1.43	0	0	0	18.57
教育程度											
小學以下	51.22	14.63	2.44	0	2.44	0	0	0	0	0	29.27
國中	41.98	18.52	7.41	13.58	3.70	0	0	0	0	0	14.81
高中職	29.72	30.52	14.46	7.63	4.82	2.01	1.61	1.61	1.20	0	6.43
專科	15.52	21.55	28.45	14.66	7.76	4.31	1.72	2.59	0	0	3.45
大學	8.81	11.25	16.72	19.45	15.20	13.07	6.99	5.17	2.13	0	1.22
研究所	2.08	10.42	17.71	14.58	21.88	17.71	10.42	3.13	0	0	2.08

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：909（市話樣本，上網者樣本）

二、電子商務應用的人口結構（市話樣本）

電子商務是指買賣雙方在網路的虛擬環境下，透過非面對面的方式進行的商貿活動，本調查中的相關項目包含網路購物與網路銷售，將電子商務範圍限制於個人在網路環境下的買、賣東西行為，並進一步計算網路購物比率與網路賣家比率。網路購物比率計算方式：本題項(01)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。網路賣家比率計算方式：本題項(02)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。

在網路購物比率方面，根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的網路購物比率為 48.57%，相較於 2023 年台灣民眾的網路購物比率 50.76%，顯示台灣民眾

在網路購物比例稍有下降。以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，網路購物的男、女比例相當接近，男性民眾的網路購物率為 46.68%，而女性民眾的網路購物率為 50.37%，在統計上無顯著差異 ($\chi^2(1) = 1.45, p > .05$)。其次，在年齡方面，18-29 歲、30-39 歲兩個年齡層的網路購物的主力，比率均高達七成以上，分別為 71.65%、75.89%。而網路購物比率最低的為 70 歲及以上的台灣民眾，其網路購物比率僅有 10.32%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 272.38, p < .001$)。第三，在學歷方面，網路購物比率與學歷成正比，學歷越高，則網路購物比率越高。其中，以研究所、大學學歷的民眾最高，分別為 84.59%、74.02%，而網路購物比率最低的是小學及以下學歷的民眾，僅 1.97%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 312.72, p < .001$)。第四，在居住地方面，台灣各地區民眾的網路購物率並沒有顯著差距 ($\chi^2(5) = 7.72, p > .05$)。單從數值上來看，以北北基、宜花東地區民眾的網路購物比率相對較高，皆達到五成以上，分別為 52.73%、55.53%。而雲嘉南地區的網路購物比率則相對較低，為 40.09%。

在網路賣家比率方面，根據本次調查結果，台灣民眾的網路賣家比率為 7.11%，較 2023 年的網路賣家比率 7.79% 略為下降。以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，台灣網路賣家在性別上的比例沒有顯著差異 ($\chi^2(1) = 2.25, p > .05$)，男性民眾的網路賣家比率為 5.91%，而女性民眾的網路賣家比率為 8.27%。其次，在年齡方面，台灣網路賣家以 18-29 歲年齡層網路賣家比率最高，為 19.31%，其次為 30-39 歲年齡層的族群，為 12.75%，而網路賣家比率最低的為 70 歲及以上的台灣民眾，其網路賣家比率為 0.39%，統計上存在顯著差距 ($\chi^2(5) = 72.89, p < .001$)。第三，在學歷方面，台灣網路賣家比率，以大學學歷民眾最高，為 14.27%，大幅高於其他學歷族群，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 42.72, p < .001$)。第四，在居住地方面，台灣民眾網路賣家比率以高屏澎金馬地區最高，為 11.90%，其次為宜花東地區，為 10.19%，而

雲嘉南地區最低，網路賣家比率僅為 3.14%，差距存在統計顯著差異 ($\chi^2(5) = 12.44, p < .05$)。

整體而言，在電子商務應用方面，台灣民眾網路購物比率遠高於網路賣家比率，而在人口特徵的分布上，性別的分布皆相當接近，在年齡的分布有類似的趨勢，均以 18-29 歲、30-39 歲兩年齡層比率最高，最低的為 70 歲及以上的台灣民眾。

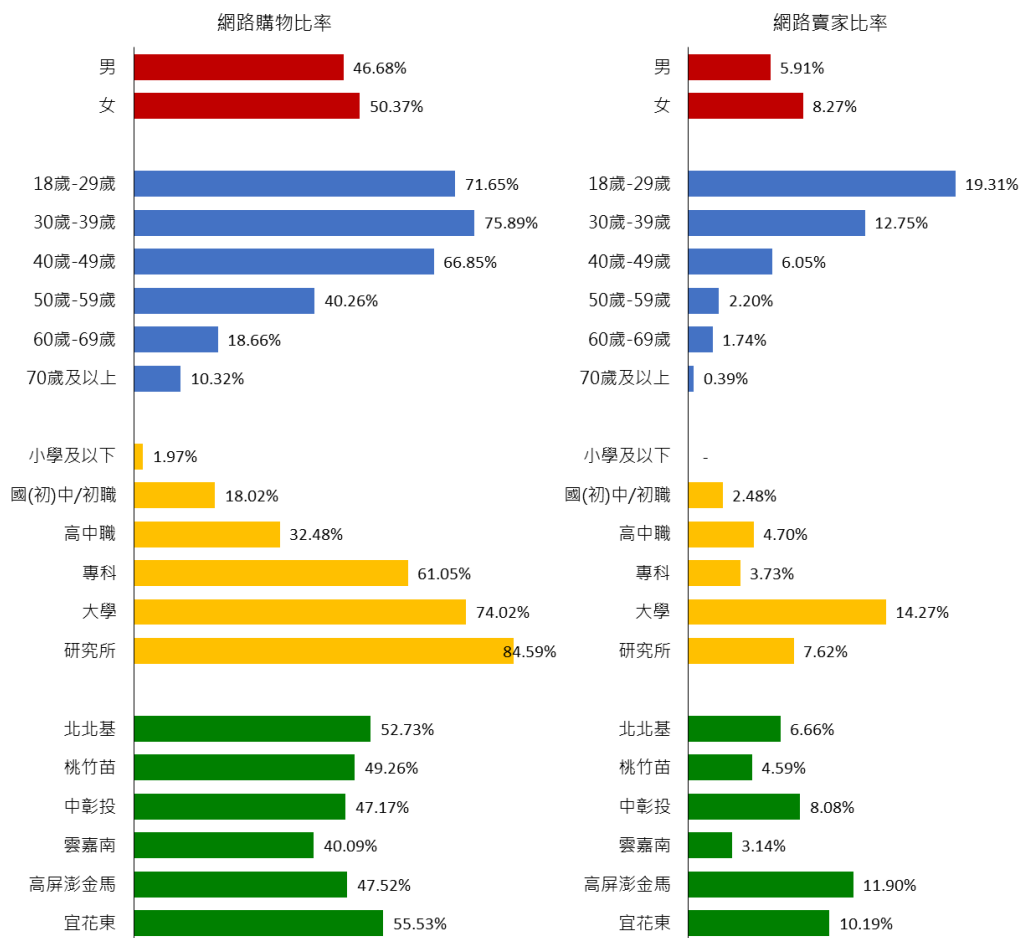
表 四-21 台灣民眾網路購物比率與網路賣家比率在人口變項的分布

	網路購物		網路賣家	
	次數	百分比	次數	百分比
性別	$\chi^2 (1) = 1.45, p > .05$		$\chi^2 (1) = 2.25, p > .05$	
男	244	46.68%	31	5.91%
女	276	50.37%	45	8.27%
年齡	$\chi^2 (5) = 272.38, p < .001$		$\chi^2 (5) = 72.89, p < .001$	
18-29歲	125	71.65%	34	19.31%
30-39歲	131	75.89%	22	12.75%
40-49歲	139	66.85%	13	6.05%
50-59歲	76	40.26%	4	2.20%
60-69歲	33	18.66%	3	1.74%
70歲以上	15	10.32%	1	0.39%
教育程度	$\chi^2 (5) = 312.72, p < .001$		$\chi^2 (5) = 42.72, p < .001$	
小學及以下	2	1.97%	0	0.00%
國(初)中/初職	21	18.02%	3	2.48%
高中職	96	32.48%	14	4.70%
專科	73	61.05%	4	3.73%
大學	247	74.02%	48	14.27%
研究所	80	84.59%	7	7.62%
居住地區	$\chi^2 (5) = 7.72, p > .05$		$\chi^2 (5) = 12.44, p < .05$	
北北基	168	52.73%	21	6.66%
桃竹苗	85	49.26%	8	4.59%
中彰投	97	47.17%	17	8.08%
雲嘉南	61	40.09%	5	3.14%
高屏澎金馬	84	47.52%	21	11.90%
宜花東	25	55.53%	5	10.19%

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）

註：「網路購物比率」、「網路賣家比率」的計算方式為Q8勾選「買東西」、「賣東西」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-19 台灣民眾網路購物比率與網路賣家比率在人口變項的分布

三、網路金融服務應用的人口特徵 (市話樣本)

本調查中涵蓋的網路金融服務項目包含使用行動支付與持有加密貨幣。行動支付使用率計算方式：本題項(03)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。持有加密貨幣比率計算方式：本題項(04)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。

在行動支付使用率方面，根據本次調查結果，台灣民眾的行動支付使用率為 33.40%，相較於 2023 年台灣民眾的行動支付使用率為 36.58%，顯示台灣民眾在行動支付使用率的成長趨勢進入瓶頸甚至略微下滑。進一步針對人口特徵

結構進行分析。首先，在性別方面，台灣行動支付使用率的女性和男性相似，男性民眾的行動支付使用率為 34.26%，而女性民眾的行動支付使用率為 32.58%，無統計顯著差異 ($\chi^2(1)=0.32, p>.05$)。其次，在年齡方面，台灣行動支付使用率以 30-39 歲年齡層行動支付使用率最高，為 63.41%，其次為 18-29 歲年齡層的民眾使用率為 53.99%，而行動支付使用率最低的為 70 歲及以上的台灣民眾，其行動支付使用率僅 3.77%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5)=234.00, p<.001$)。第三，在學歷方面，台灣行動支付使用率與教育程度成正比，學歷越高，則行動支付使用率越高。其中，以研究所學歷的民眾使用率最高，為 80.26%，其次為大學學歷民眾，其行動支付使用率為 59.11%，而最低的是小學及以下學歷的民眾，為 0.57%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5)=353.84, p<.001$)。第四，在居住地方面，台灣民眾的行動支付使用率並未因地區差異而出現統計上的顯著差距 ($\chi^2(5)=5.02, p>.05$)。就數值而言，以中彰投地區最高，為 38.14%；其次，為桃竹苗地區，行動支付使用率為 35.51%。而雲嘉南地區行動支付使用率最低，為 28.38%。

在加密貨幣持有率方面，根據本次調查結果，台灣民眾的行動支付使用率為 2.30%，相較於 2023 年台灣民眾的加密貨幣持有率為 3.32% 降低不少。以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，台灣男性的加密貨幣持有率高於女性，男性民眾的加密貨幣持有率為 3.57%，而女性民眾的加密貨幣持有率為 1.08%，統計有顯著差異 ($\chi^2(1)=7.38, p<.01$)。其次，在年齡方面，台灣加密貨幣持有率以 18-29 歲年齡層加密貨幣持有率最高，為 5.22%，其次 30-39 歲、40-49 歲兩年齡層的使用率接近，分別為 3.80%、3.74%，而加密貨幣持有率最低的為 70 歲以上的台灣民眾，其加密貨幣持有率均為 0%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5)=20.34, p=.001$)。第三，在學歷方面，台灣加密貨幣持有率以研究所學歷民眾最高，為 3.88%；其次，大學學歷的民眾為 3.77%，而最低的是國中、小學及以下學歷的兩族群民眾，調查結果為 0%，但

各年齡層的持有率差距在統計上未達顯著 ($\chi^2(5) = 9.91, p > .05$)。第四，在居住地方面，台灣民眾加密貨幣持有率以高屏澎金馬地區最高，為 3.99%；其次，中彰投地區也有 2.66% 的加密貨幣持有率。而持有率最低的為宜花東地區，加密貨幣持有率為 0.63%，但差距在統計上未達顯著 ($\chi^2(5) = 3.72, p > .05$)。

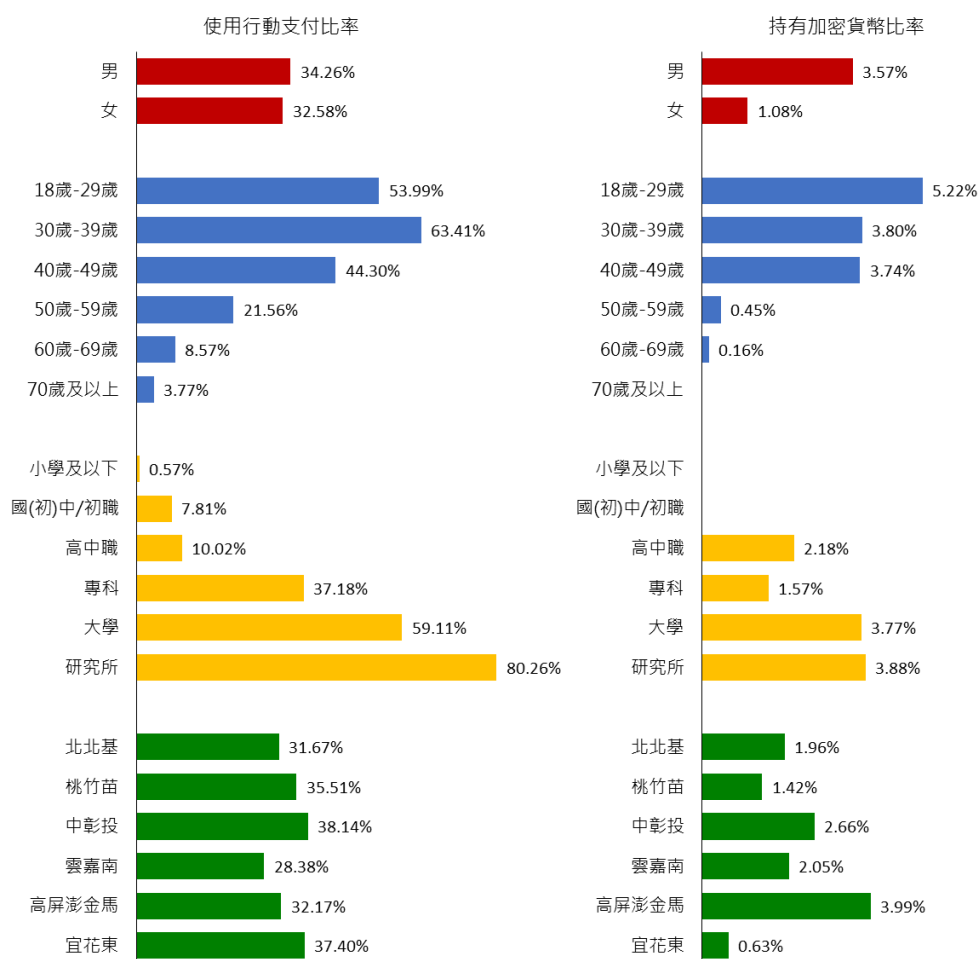
表 四-22 台灣民眾使用行動支付與持有加密貨幣比率在人口變項的分布

	使用行動支付		持有加密貨幣	
	次數	百分比	次數	百分比
性別	$\chi^2(1) = 0.32, p > .05$		$\chi^2(1) = 7.38, p < .01$	
男	179	34.26%	19	3.57%
女	178	32.58%	6	1.08%
年齡	$\chi^2(5) = 234.00, p < .001$		$\chi^2(5) = 20.34, p = .001$	
18-29歲	95	53.99%	9	5.22%
30-39歲	109	63.41%	7	3.80%
40-49歲	92	44.30%	8	3.74%
50-59歲	41	21.56%	1	0.45%
60-69歲	15	8.57%	0	0.16%
70歲以上	6	3.77%		
教育程度	$\chi^2(5) = 353.84, p < .001$		$\chi^2(5) = 9.91, p > .05$	
小學及以下	1	0.57%	0	0.00%
國(初)中/初職	9	7.81%	0	0.00%
高中職	30	10.02%	6	2.18%
專科	45	37.18%	2	1.57%
大學	197	59.11%	13	3.77%
研究所	76	80.26%	4	3.88%
居住地區	$\chi^2(5) = 5.02, p > .05$		$\chi^2(5) = 3.72, p > .05$	
北北基	101	31.67%	6	1.96%
桃竹苗	62	35.51%	2	1.42%
中彰投	79	38.14%	6	2.66%
雲嘉南	43	28.38%	3	2.05%
高屏澎金馬	57	32.17%	7	3.99%
宜花東	17	37.40%	0	0.63%

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）

註：「使用行動支付比率」、「持有加密貨幣比率」的計算方式為Q8勾選「使用行動支付」、「持有加密貨幣」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-20 台灣民眾使用行動支付與持有加密貨幣比率在人口變項的分布

四、教育應用（市話樣本）

本調查中的教育應用項目涵蓋閱讀電子書與線上學習。電子書使用率計算方式：本題項(05)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。線上學習比率計算方式：本題項(06)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。

在電子書使用率方面，根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的電子書使用率為 22.76%，相較於 2023 年台灣民眾的電子書使用率為 24.11%略有降低。以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，台灣男性與女性的電子書使用率在統計上未達顯著差異（ $\chi^2(1) = 0.23, p > .05$ ），男性民眾的電子

書使用率為 22.13%，而女性民眾的電子書使用率為 23.36%。其次，在年齡方面，台灣電子書使用率以 18-29 歲、30-39 歲兩年齡層電子書使用率最高，皆接近四成左右，分別達 38.89%及 38.43%。而電子書使用率最低的為 70 歲及以上的台灣民眾，其電子書使用率僅有 7.54%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 86.02, p < .001$)。第三，在學歷方面，台灣電子書使用率與學歷成正比，學歷越高，則電子書使用率越高。其中，以研究所學歷的民眾最高，為 41.88%，其次為大學學歷民眾，其電子書使用率為 36.75%，而最低的是小學及以下學歷的民眾，為 0.64%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 113.93, p < .001$)。第四，在居住地方面，台灣民眾電子書使用率在地區分布上並無顯著差異 ($\chi^2(5) = 10.79, p > .05$)，從數值上來看，以宜花東地區最高，電子書使用率為 31.36%，其次為桃竹苗地區，為 27.23%，而雲嘉南地區最低，電子書使用率僅為 14.26%。

在線上學習比率方面，根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的線上學習比率為 25.18%，比 2023 年台灣民眾的線上學習比率 33.56%降低了不少，以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，男性民眾的線上學習比率為 23.67%，而女性民眾的線上學習比率為 26.63%，差距無統計上顯著 ($\chi^2(1) = 1.25, p > .005$)。其次，在年齡方面，台灣線上學習比率以 18-29 歲年齡層線上學習比率最高，為 43.66%；其次為 30-39 歲年齡層的族群，為 32.67%，而線上學習比率最低的為 70 歲及以上的台灣民眾，其線上學習比率為 8.87%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 72.37, p < .001$)。第三，在學歷方面，台灣線上學習比率大致與學歷成正比，學歷越高，線上學習比率越高，以研究所學歷的民眾最高，為 50.84%；其次為大學學歷民眾，其線上學習比率為 41.38%，而最低的是小學及以下學歷的民眾，為 3.63%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 150.31, p < .001$)。第四，在居住地方面，台灣民眾線上學習比率在地區上並沒有顯著的差距 ($\chi^2(5) = 9.29, p > .05$)，以宜花東地區最高，線上學習比率為

32.27%，其次為北北基地區，為 27.72%，而雲嘉南地區最低，線上學習比率為 15.95%。

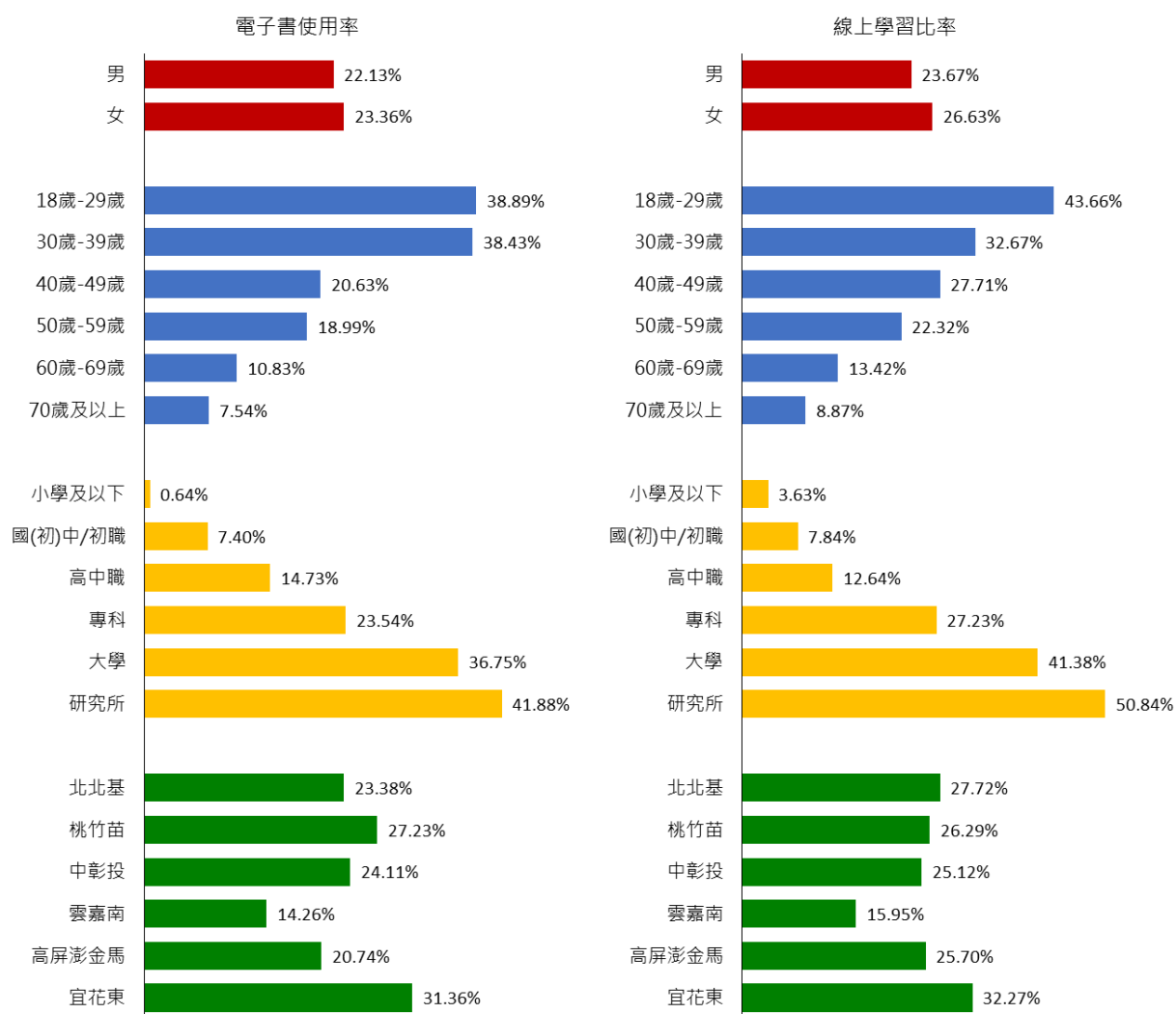
表 四-23 台灣民眾電子書使用率與線上學習比率在人口變項的分布

	電子書		線上學習	
	次數	百分比	次數	百分比
性別	$\chi^2(1) = 0.23, p > .05$		$\chi^2(1) = 1.25, p > .05$	
男	116	22.13%	124	23.67%
女	128	23.36%	146	26.63%
年齡	$\chi^2(5) = 86.02, p < .001$		$\chi^2(5) = 72.37, p < .001$	
18-29歲	68	38.89%	76	43.66%
30-39歲	66	38.43%	56	32.67%
40-49歲	43	20.63%	58	27.71%
50-59歲	36	18.99%	42	22.32%
60-69歲	19	10.83%	24	13.42%
70歲以上	11	7.54%	13	8.87%
教育程度	$\chi^2(5) = 113.93, p < .001$		$\chi^2(5) = 150.31, p < .001$	
小學及以下	1	0.64%	4	3.63%
國(初)中/初職	9	7.40%	9	7.84%
高中職	44	14.73%	37	12.64%
專科	28	23.54%	33	27.23%
大學	123	36.75%	138	41.38%
研究所	40	41.88%	48	50.84%
居住地區	$\chi^2(5) = 10.79, p > .05$		$\chi^2(5) = 9.29, p > .05$	
北北基	74	23.38%	88	27.72%
桃竹苗	47	27.23%	45	26.29%
中彰投	50	24.11%	52	25.12%
雲嘉南	22	14.26%	24	15.95%
高屏澎金馬	37	20.74%	45	25.70%
宜花東	14	31.36%	15	32.27%

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）

註：「電子書使用率」、「線上學習比率」的計算方式為Q8勾選「閱讀電子書」、「線上學習」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-21 台灣民眾電子書使用率與線上學習比率在人口變項的分布

五、影音娛樂應用（市話樣本）

本調查中的影音娛樂項目包含免費網路影音與付費網路影音的使用。免費網路影音使用率計算方式：本題項(08)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。付費網路影音使用率計算方式：本題項(09)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。

在免費網路影音使用率方面，根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的免費網路影音使用率為 70.73%，相較於 2023 年台灣民眾的網路影音使用率為 72.36%，顯示台灣民眾在免費網路影音使用率略有降低，以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，台灣男性與女性的免費網路影音使用率相近，無統計顯著差異（ $\chi^2(1) = .001, p > .05$ ），男性民眾的免費網路影音使用率為 70.77%，而女性民眾的免費網路影音使用率為 70.70%。在年齡方面，免費網路影音使用率與年齡大致成反比，年齡越低，免費網路影音使用率越高，18-29 歲、20-29 歲、30-39 歲三個年齡層的免費網路影音使用率相當接近，均達到八成以上，分別為 86.09%、88.10%、84.94%。而免費網路影音使用率最低的年齡層為 70 歲以上，使用率為 32.45%，但相較 2023 年的 28.23%也呈現出成長趨勢，但在年齡上的使用率差距在統計上仍達顯著（ $\chi^2(5) = 185.04, p < .001$ ）。第三，在學歷方面，以大學、研究所、專科學歷的民眾均由八成以上的免費網路影音使用率，分別為 86.76%、89.32%及 83.64%；其次，為高中職學歷民眾的免費網路影音使用率也有約七成左右，為 67.73%。而最低的是小學及以下學歷的民眾，為 18.30%，差距在統計上達顯著（ $\chi^2(5) = 252.55, p < .001$ ）。第四，在居住地方面，北北基、桃竹苗、中彰投、高屏澎金馬、宜花東地區民眾的免費網路影音使用率相當接近，均達七成，分別為 70.90%、76.63%、70.59%、71.85%及 78.23%。僅雲嘉南地區最低，免費網路影音使用率僅為 60.31%，差距在統計上存在顯著差異（ $\chi^2(5) = 12.21, p < .05$ ）。

在付費網路影音使用率方面，根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的付費網路影音使用率為 26.80%，相較 2023 年台灣民眾的付費網路影音使用率 22.83%，台灣民眾的付費網路影音使用率呈現成長趨勢。以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，台灣付費網路影音使用率的男性與女性比率接近，男性民眾的付費網路影音使用率為 27.78%，而女性民眾的付費網路影音使用率為 25.85%，無統計顯著差異 ($\chi^2(1) = .26, p > .05$)。其次，在年齡方面，付費網路影音使用率與年齡呈現反比，以 18-29 歲年齡層付費網路影音使用率最高，將近六成，達 58.13%；其次為 30-39 歲年齡層的族群，為 47.12%，也將近半數；而付費網路影音使用率最低的為 70 歲及以上的台灣民眾，其付費網路影音使用率為 3.17%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 215.25, p < .001$)。第三，在學歷方面，以研究所學歷民眾的付費網路影音使用率最高，為 50.60%。其次為大學學歷民眾，其付費網路影音使用率為 46.47%，而最低的是小學及以下學歷的民眾，為 5.28%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 166.64, p < .001$)。第四，在居住地方面，台灣民眾付費網路影音使用率以宜花東地區最高，付費網路影音使用率達 41.47%，其次為桃竹苗地區 31.06%；而雲嘉南則最低，付費網路影音使用率僅 17.01%，地區差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 14.63, p < .05$)。

整體而言，在影音娛樂應用方面，台灣民眾免費網路影音使用率雖遠高於付費網路影音使用率，但付費影音使用率的成長態勢不容小覷，而在人口特徵的分布上，在年齡、學歷與居住地的分布有類似的趨勢，皆以青壯年族群、大學學歷者使用率最高，且雲嘉南使用率較其他地區明顯較低。

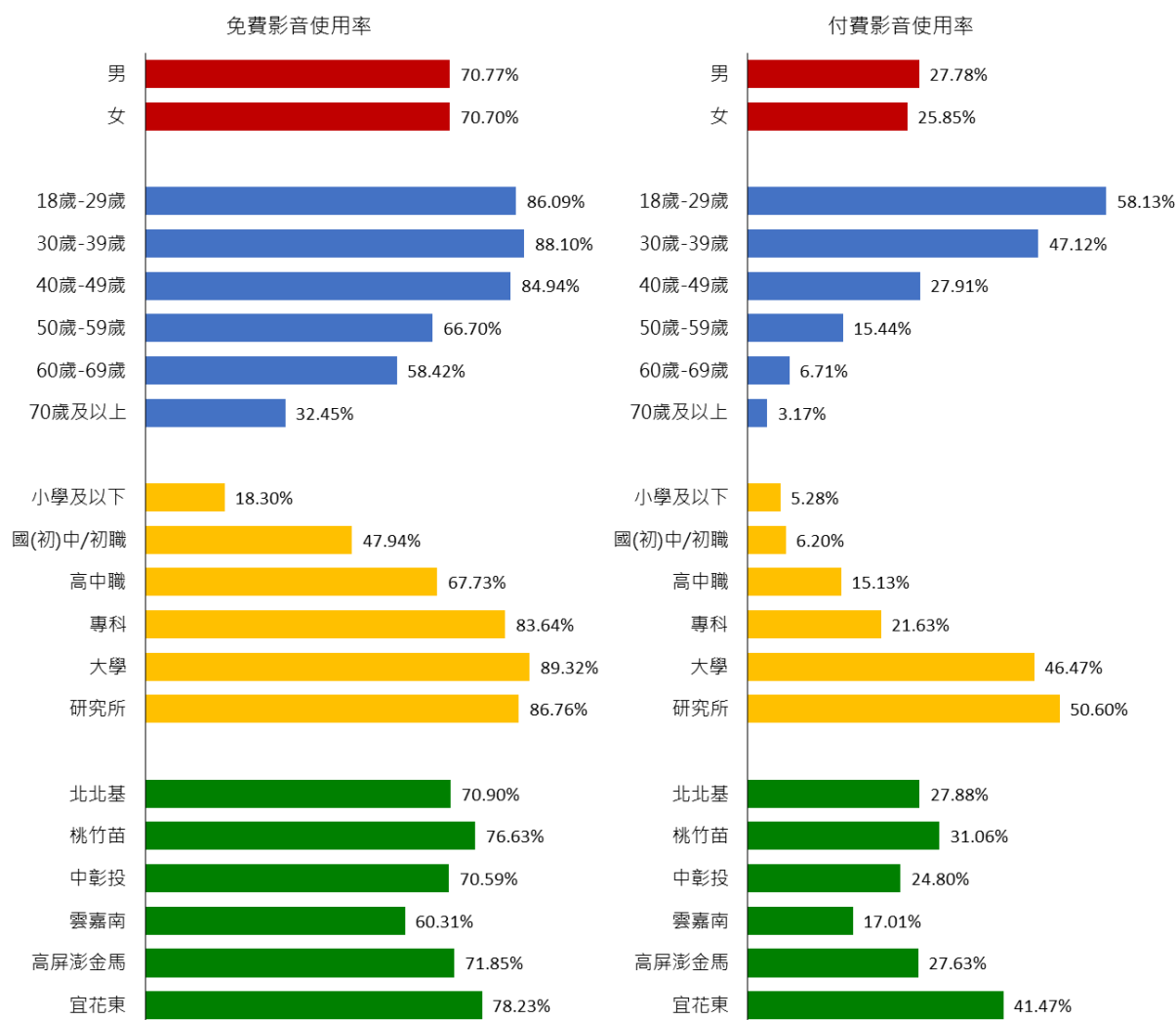
表 四-24 台灣民眾免費網路影音與付費網路影音使用率在人口變項的分布

	免費影音		付費影音	
	次數	百分比	次數	百分比
性別	$\chi^2(1) = .001, p > .05$		$\chi^2(1) = .51, p > .05$	
男	371	70.77%	146	27.78%
女	387	70.70%	141	25.85%
年齡	$\chi^2(5) = 185.04, p < .001$		$\chi^2(5) = 215.25, p < .001$	
18-29歲	151	86.09%	102	58.13%
30-39歲	152	88.10%	81	47.12%
40-49歲	177	84.94%	58	27.91%
50-59歲	127	66.70%	29	15.44%
60-69歲	103	58.42%	12	6.71%
70歲以上	48	32.45%	5	3.17%
教育程度	$\chi^2(5) = 252.55, p < .001$		$\chi^2(5) = 166.64, p < .001$	
小學及以下	20	18.30%	6	5.28%
國(初)中/初職	57	47.94%	7	6.20%
高中職	200	67.73%	45	15.13%
專科	100	83.64%	26	21.63%
大學	298	89.32%	155	46.47%
研究所	82	86.76%	48	50.60%
居住地區	$\chi^2(5) = 12.21, p < .05$		$\chi^2(5) = 14.63, p < .05$	
北北基	225	70.90%	89	27.88%
桃竹苗	133	76.63%	54	31.06%
中彰投	146	70.59%	51	24.80%
雲嘉南	91	60.31%	26	17.01%
高屏澎金馬	126	71.85%	49	27.63%
宜花東	35	78.23%	19	41.47%

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）

註：「免費網路影音」、「付費網路影音使用率」的計算方式為Q8勾選「觀看免費的網路影音」、「觀看付費的網路影音」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-22 台灣民眾免費網路影音與付費網路影音使用率在人口變項的分布

六、社交娛樂應用（市話樣本）

本調查中的社交娛樂項目包含網路線上遊戲與網路交友。網路遊戲使用率計算方式：本題項(07)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。網路交友比率計算方式：本題項(10)勾選「是」的受訪者與總樣本數之百分比。

在網路遊戲使用率方面，根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的網路遊戲使用率為 30.89%，較 2023 年的 31.42%略有下降。以下進一步針對人口特徵結

構進行分析。首先，在性別方面，台灣男性與女性的網路遊戲使用率的明顯高於女性，男性民眾的網路遊戲使用率為 36.39%，而女性民眾的網路遊戲使用率為 25.63%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(1) = 14.50, p < .001$)。其次，在年齡方面，台灣網路遊戲使用率與年齡成反比，年齡越低，網路遊戲使用率越高，其中，又以 18-29 歲民眾較其他年齡層的網路遊戲使用率高出許多，高達 63.08%；其次，30-39 歲年齡層的民眾，為 36.64%；而網路遊戲使用率最低的為 70 歲及以上的民眾，其網路遊戲使用率僅有 7.59%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 157.85, p < .001$)。第三，在學歷方面，以大學學歷的民眾最高，為 41.23%；其次為研究所學歷民眾，其網路遊戲使用率為 38.96%；專科及高中職學歷的民眾網路遊戲使用率皆約為三成左右，分別為 29.04%及 31.44%；而使用率最低的是小學及以下學歷的民眾，為 5.49%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 71.55, p < .001$)。第四，在居住地方面，各地區的網路遊戲使用率皆為三成左右，未因地區差異而出現顯著差距 ($\chi^2(5) = 1.86, p > .05$)；各地網路遊戲使用率數值上由高至低，分別為中彰投 32.50%、北北基 32.14%、宜花東 31.78%、高屏澎金馬 31.54%、桃竹苗 29.21%、雲嘉南 26.96%。

在網路交友比率方面，根據本次調查結果，2024 年台灣民眾的網路交友比率為 5.61%，相較於 2023 年台灣民眾的網路交友比率 7.71%，顯示台灣民眾在網路交友比率有下降情況。以下進一步針對人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，男性與女性的網路交友比率在統計上未有顯著差距 ($\chi^2(1) = 0.03, p > .05$)，男性民眾的網路交友比率為 5.72%，而女性民眾的網路交友比率為 5.50%。其次，在年齡方面，台灣網路交友比率以 18-29 歲年齡層網路交友比率最高，為 19.41%，其次為 30-39 歲年齡層的族群，為 6.37%，而網路交友比率最低的為 60-69 歲年齡層的台灣民眾，其網路交友比率為 0.57%，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5) = 81.70, p < .001$)。第三，在學歷方面，台灣網路交友比率以大學學歷的民眾最高，為 10.00%，其次為研究所學歷民眾，其網路交友比

率為 5.19%，而最低的是專科學歷的民眾，為 1.60%，差距在統計上達顯著（ $\chi^2(5) = 20.40, p < .01$ ）。第四，在居住地方面，網路交友比率未因地區差異而呈現顯著差距（ $\chi^2(5) = 4.22, p > .05$ ），依比率數值大小排序，依序為宜花東 9.97%、中彰投 7.60%、桃竹苗 5.39%、北北基 4.89%、雲嘉南 4.81%、高屏澎金馬 4.34%。

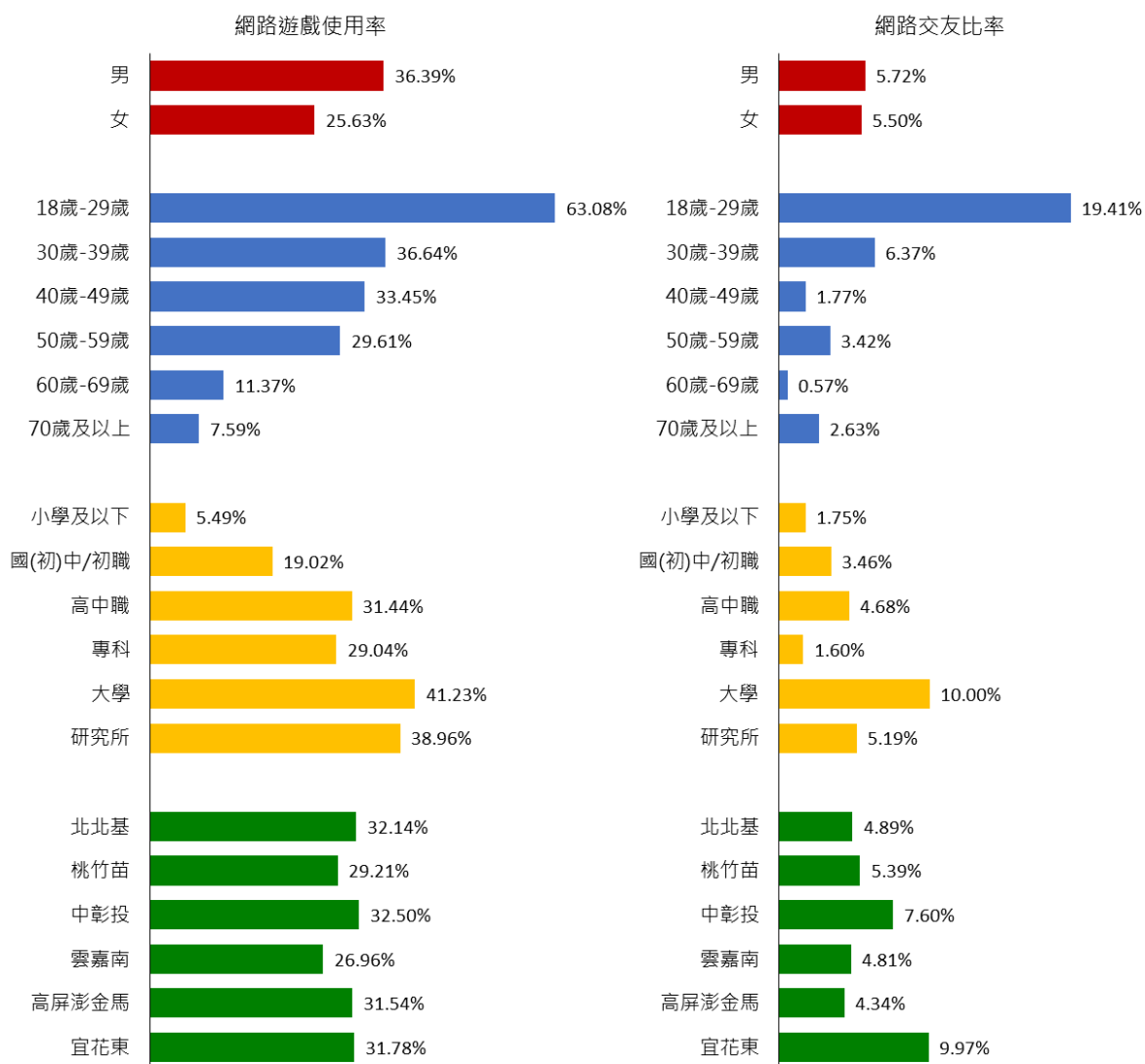
表 四-25 台灣民眾網路遊戲使用率與網路交友比率在人口變項的分布

	網路遊戲		網路交友	
	次數	百分比	次數	百分比
性別	$\chi^2 (1) = 14.50, p < .001$		$\chi^2 (1) = 0.03, p > .05$	
男	191	36.39%	55	10.31%
女	140	25.63%	29	5.21%
年齡	$\chi^2 (5) = 157.85, p < .001$		$\chi^2 (5) = 81.70, p < .001$	
18-29歲	110	63.08%	39	21.36%
30-39歲	63	36.64%	25	14.18%
40-49歲	70	33.45%	9	4.35%
50-59歲	56	29.61%	3	1.58%
60-69歲	20	11.37%	4	2.27%
70歲以上	11	7.59%	3	2.38%
教育程度	$\chi^2 (5) = 60.51, p < .001$		$\chi^2 (5) = 20.40, p < .01$	
小學及以下	6	5.49%	1	0.48%
國(初)中/初職	22	19.02%	2	1.46%
高中職	93	31.44%	30	10.05%
專科	35	29.04%	0	0.34%
大學	138	41.23%	40	12.08%
研究所	37	38.96%	11	11.46%
居住地區	$\chi^2 (5) = 1.86, p > .05$		$\chi^2 (5) = 4.22, p > .05$	
北北基	102	32.14%	23	7.30%
桃竹苗	51	29.21%	26	14.66%
中彰投	67	32.50%	9	4.12%
雲嘉南	41	26.96%	10	6.71%
高屏澎金馬	56	31.54%	15	8.37%
宜花東	14	31.78%	1	1.19%

Q8：請問您最近三個月上網時會使用哪些服務？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）

註：「網路遊戲使用率」、「網路交友比率」的計算方式為Q8勾選「網路線上遊戲」、「線上交友」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-23 台灣民眾網路遊戲使用率與網路交友比率在人口變項的分布

七、外送服務應用

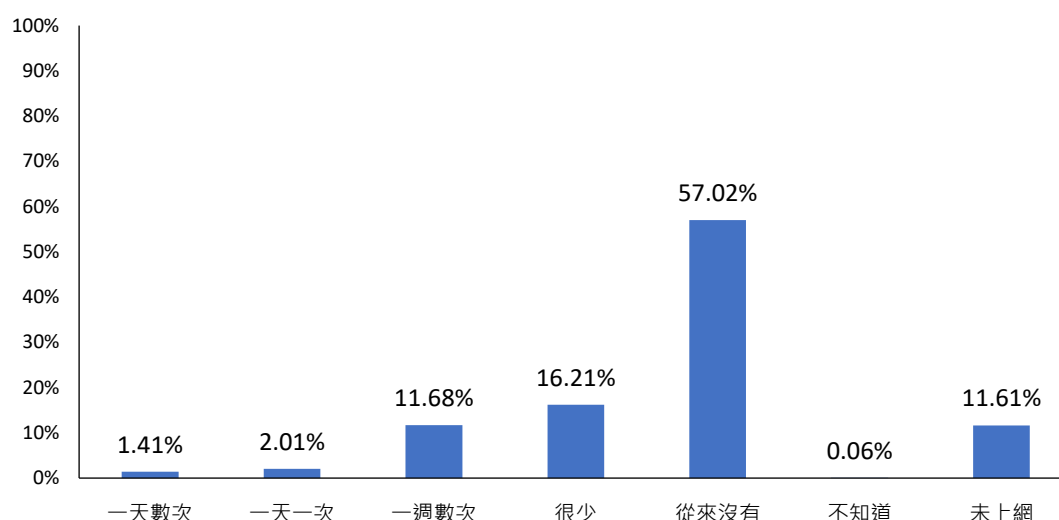
本調查之外送服務應用以餐飲外送服務為主。詢問「請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務（例如 foodpanda、UberEats、foodomo 等）？」以 1-5 分計，1 分為從來沒有，5 分為一天數次。

表 四-26 台灣民眾使用餐飲外送服務的頻率

	次數	百分比
一天數次	30	1.41%
一天一次	43	2.01%
一週數次	251	11.68%
很少	348	16.21%
從來沒有	1,224	57.02%
不知道	1	0.06%
未上網者	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q9：請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務（例如foodpanda、UberEats、foodomo等）？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-24 台灣民眾使用餐飲外送服務的頻率

調查結果發現，有 31.31%的台灣民眾近三個月有餐飲外送服務的使用經驗（亦即本題勾選「一天數次」、「一天一次」、「一週數次」、「很少」），與 2023 年《台灣網路報告》調查結果 31.53%外送服務使用率差異不大，但值得注意的

是，每天使用的民眾占比有明顯提高，從 1.55% 上升到 3.42%，在今年度的調查中回答「一天一次」及「一天數次」的比例，分別為 2.01% 及 1.41%，顯示既有使用者中，有部分族群對於外送服務的仰賴程度更為提高。回答一週數次者則有 11.68%，另亦有 16.21% 的民眾雖有使用經驗，但頻率不高故而回答「很少」。針對近三個月有使餐飲外送服務經驗的民眾，以下進一步針對其人口特徵結構進行分析。

首先，在性別方面，女性的餐飲外送服務使用率略高於男性，但在統計上無顯著差異（ $\chi^2(1) = 2.43, p > .05$ ）。男性的餐飲外送服務使用率為 29.71%，女性則為 32.84%。

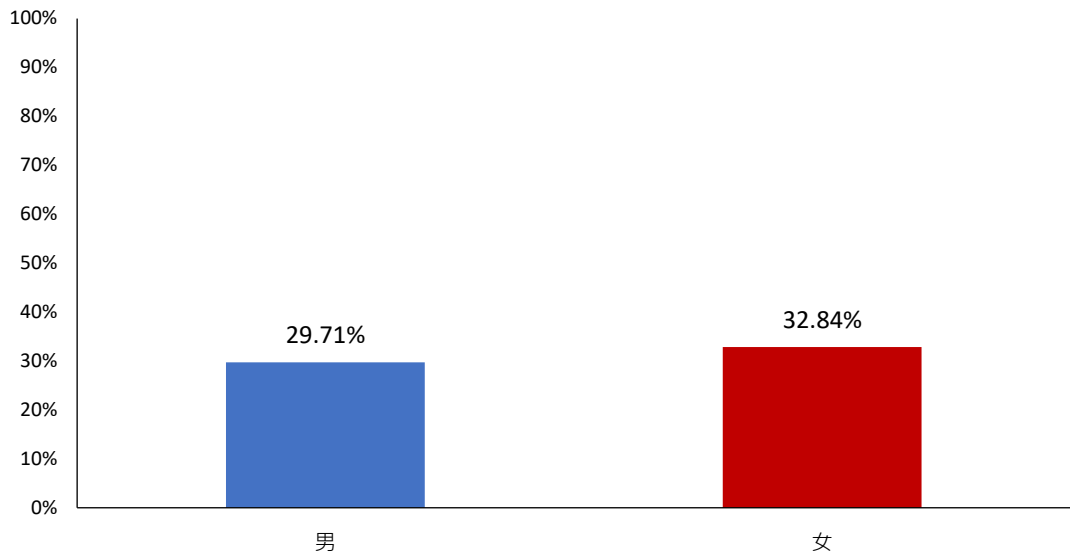
表 四-27 台灣民眾餐飲外送服務使用率在性別方面的分布

$\chi^2(1) = 2.43, p > .05$	次數	百分比
男	312	29.71%
女	360	32.84%

Q9：請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務（例如foodpanda、UberEats、foodomo等）？與Q60：請問您的性別？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「餐飲外送服務使用者」的計算方式為Q9勾選「一天數次」、「一天一次」、「一週數次」、「很少」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-25 台灣民眾餐飲外送服務使用率在性別方面的分布

在年齡方面，餐飲外送服務的使用比率大致與年齡成反比，年齡愈小者使用外送餐飲服務的人口比率就愈高。以 18-29 及 30-39 歲兩年齡層的民眾有最高的餐飲外送服務使用率，皆達六成左右，分別為 59.57%及 62.30%；其次為 40-49 歲族群，使用餐飲外送服務的比例有 37.49%。而使用餐飲外送服務比例最低的年齡層為 70 歲以上族群人口，僅 2.39%，差距在統計上達顯著差異（ $\chi^2(5)=552.92, p < .001$ ）。

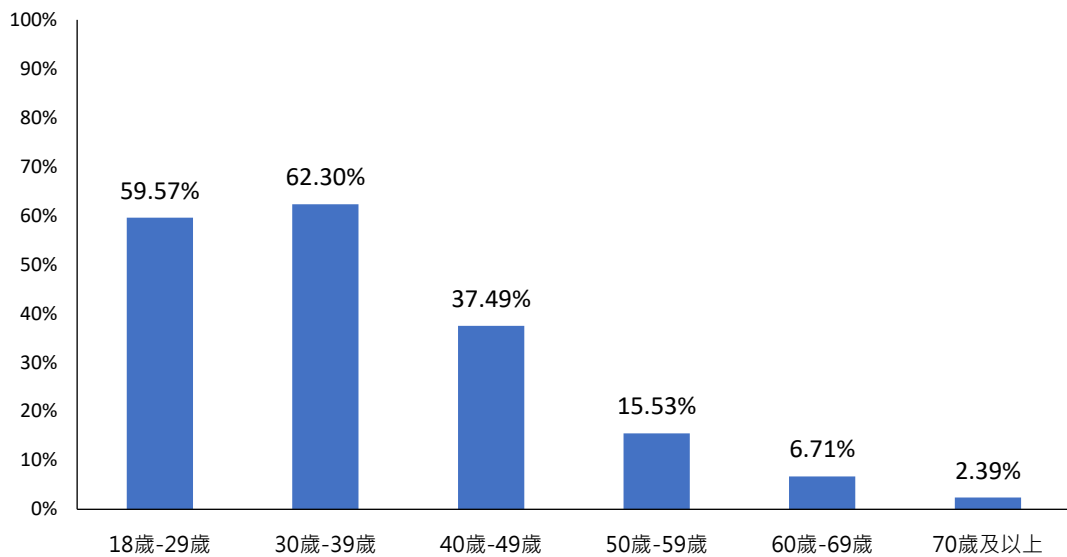
表 四-28 台灣民眾餐飲外送服務使用率在年齡方面的分布

$\chi^2(5) = 552.92, p < .001$	次數	百分比
18-29歲	210	59.57%
30-39歲	216	62.30%
40-49歲	157	37.49%
50-59歲	59	15.53%
60-69歲	24	6.71%
70歲以上	7	2.39%

Q9：請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務（例如foodpanda、UberEats、foodomo等）？與Q1a：請問您是民國那一年出生的？、Q1b：請問您今年大概幾歲？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「餐飲外送服務使用者」的計算方式為Q9勾選「一天數次」、「一天一次」、「一週數次」、「很少」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-26 台灣民眾餐飲外送服務使用率在年齡方面的分布

在教育程度方面，使用餐飲外送服務的人口比率與學歷成正比。以大學、研究所學歷民眾有最高的餐飲外送服務使用率，分別為 50.14%、50.52%。其次

為專科、高中職學歷人口，使用率大約兩成五至三成之間，分別為 28.68%及 24.83%。而使用餐飲外送服務的人口比率最低者為小學學歷以下族群，僅 1.50%人口使用，差距在統計上達顯著差異（ $\chi^2(5) = 300.87, p < .001$ ）。

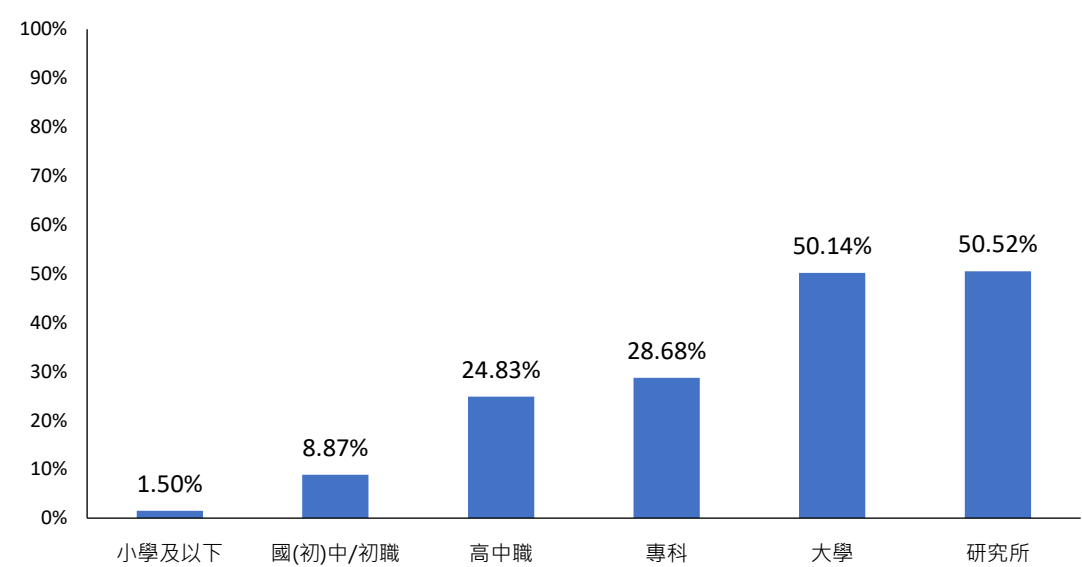
表 四-29 台灣民眾餐飲外送服務使用率在教育程度方面的分布

$\chi^2(5) = 300.87, p < .001$	次數	百分比
小學及以下	3	1.50%
國(初)中/初職	21	8.87%
高中職	147	24.83%
專科	69	28.68%
大學	336	50.14%
研究所	96	50.52%

Q9：請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務（例如foodpanda、UberEats、foodomo等）？與Q57：請問您的教育程度是？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「餐飲外送服務使用者」的計算方式為Q9勾選「一天數次」、「一天一次」、「一週數次」、「很少」的受訪者



資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-27 台灣民眾餐飲外送服務使用率在教育程度方面的分布

使用餐飲外送服務的人口比率在居住地區變項上沒有顯著差異 ($\chi^2(5) = 10.49, p > .05$)，從數值排序上來看，以桃竹苗地區民眾的餐飲外送服務使用率最高，達 34.09%，接著依序是北北基、中彰投、宜花東、高屏澎金馬、雲嘉南地區，外送服務使用率分別為 33.87%、32.85%、28.92%、27.38%、25.95%。

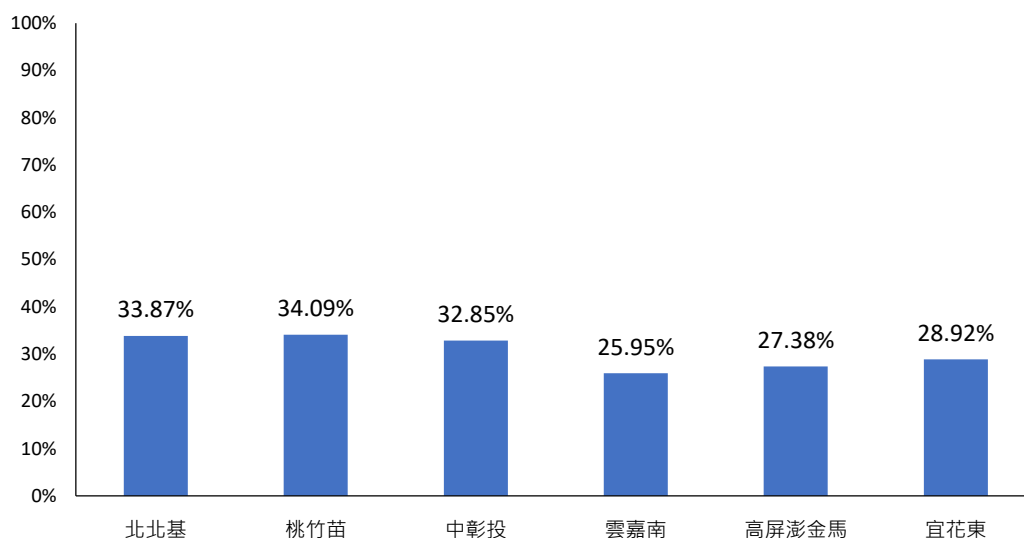
表 四-30 台灣民眾餐飲外送服務使用率在居住地方面的分布

$\chi^2(5) = 10.49, p > .05$	次數	百分比
北北基	216	33.87%
桃竹苗	118	34.09%
中彰投	136	32.85%
雲嘉南	79	25.95%
高屏澎金馬	97	27.38%
宜花東	26	28.92%

Q9：請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務（例如foodpanda、UberEats、foodomo等）？與Q2：請問您居住在哪一個縣市？哪一個鄉鎮市區？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「餐飲外送服務使用者」的計算方式為Q9勾選「一天數次」、「一天一次」、「一週數次」、「很少」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-28 台灣民眾餐飲外送服務使用率在居住地方面的分布

八、社群媒體服務應用

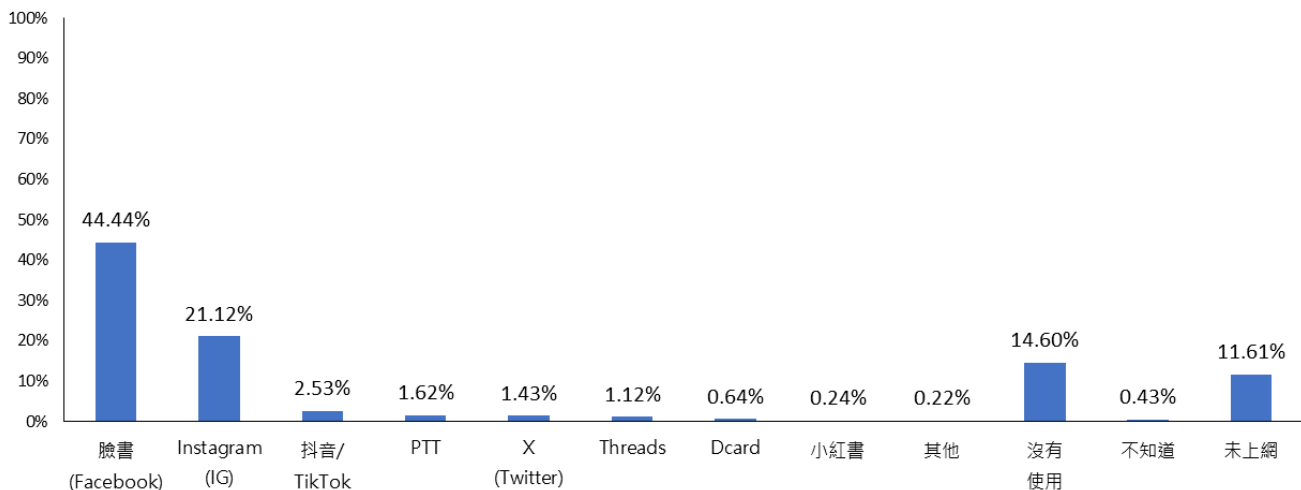
隨著社群媒體成為人們接收、傳播、交換資訊的重要管道之一，社群媒體的，其市佔版圖的擴張與易位，一則反映著民眾對於平台使用慣習的改變甚至信任程度，另一方面也牽涉著整體社會的資訊流通生態。為了解我國民眾的社群媒體使用行為，本調查詢問「請問您最常使用的社群媒體是哪個？」，結果顯示，台灣民眾最常使用的社群媒體仍是臉書（Facebook），有 44.44%台灣民眾以此為最主要使用的社群媒體（上網者中 50.28%/社群媒體使用者中 60.58%以臉書作為最常使用的社群媒體），雖然在佔比上仍大幅領先其他社群媒體平台，但相較於 2023 年調查結果 47.27%呈現下降趨勢。其次，Instagram 穩居台灣民眾最常使用之社群媒體第二名，有 21.12%民眾以 IG 做為最常使用的媒體，較 2023 調查結果 17.61%呈上升趨勢。第三名則是抖音/Tiktok，有 2.53%民眾表示抖音/Tiktok 是他們最常用的社群媒體，此比例也較 2023 年的 2.41%略有上升。整體而言，雖然最常使用的社群媒體在排序佔比上仍與去年相似，值得注意的是，在 Instagram、抖音/Tiktok 的持續成長及今年 Threads 異軍突起的勢頭下，僅有過去被視為社群龍頭的臉書（Facebook）主要使用率持續呈下降趨勢，顯見主要社群媒體的選擇轉移，資訊流通市場被更多元的小眾平台瓜分。

表 四-31 台灣民眾最常使用的社群媒體

	次數	百分比
臉書(Facebook)	954	44.44%
Instagram(IG)	453	21.12%
抖音TikTok	54	2.53%
PTT (批踢踢實業坊)	35	1.62%
X (推特/Twitter)	31	1.43%
Threads	24	1.12%
Dcard(狄卡)	14	0.64%
小紅書〔調查後新增〕	5	0.24%
其他	5	0.22%
沒有使用	313	14.60%
不知道	9	0.43%
未上網者	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q24：請問您最常使用的社群媒體是哪個？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-29 台灣民眾最常使用的社群媒體

承前述調查結果，台灣民眾的社群媒體使用率為 73.36%，相較於 2023 年調查結果社群媒體使用率為 71.12%，顯示略有成長。以下進一步對社群媒體使用者的人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，社群媒體使用率在性別上沒有顯著差異 ($\chi^2(1)=1.32, p>.05$)，男性民眾的社群媒體使用率為 74.48%，女性為 72.29%。在年齡方面，社群媒體使用率與年齡成反比，年齡愈低則社群媒體使用率則越高。18-29 歲年齡層為社群媒體使用率最高的族群，高達 96.99%，30-39 歲、40-49 歲兩年齡層的社群媒體使用率也在九成以上，分別為 96.55%與 91.75%。而社群媒體使用率最低的年齡層為 70 歲以上民眾，其社群媒體使用率雖僅 25.60%，但相較 2023 年的調查結果 22.28%與 2022 年的 12.78%持續呈現成長趨勢，顯示愈來愈多高齡者投入社群媒體使用，藉以連繫關係或獲取、傳播資訊。社群媒體使用率在各年齡層的比例差距在統計上仍達顯著 ($\chi^2(5)=724.57, p<.001$)。第三，在教育程度方面，社群使用率與教育程度呈正比，以研究所民眾的社群媒體使用率最高，達 92.78%；研究所學歷民眾次之，為 92.47%。使用率最低的族群為小學及以下學歷民眾，僅有 11.21%使用社群媒體，差距在統計上達顯著 ($\chi^2(5)=650.33, p<.001$)。第四，在居住地區方面，社群媒體使用率未因居住地區不同而出現顯著差異 ($\chi^2(5)=3.70, p>.05$)，多數地區的社群媒體使用率都落在七成至七成五左右，依數值排序依序為桃竹苗 75.84%、北北基 74.44%、中彰投 73.21%、雲嘉南 71.91%、高屏澎金馬 71.82%，僅宜花東地區低於七成，社群媒體使用率為 67.74%。

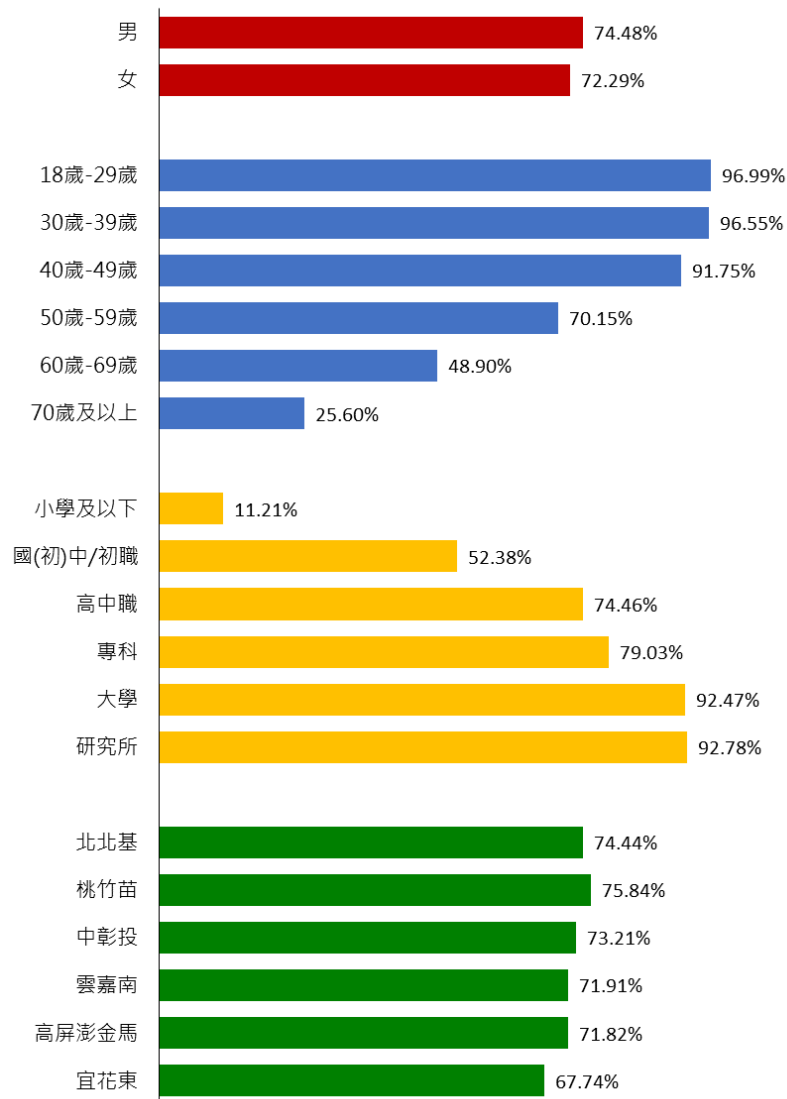
表 四-32 台灣社群媒體使用者在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(1) = 1.32, p > .05$		
男	782	74.48%
女	793	72.29%
年齡 $\chi^2(5) = 724.57, p < .001$		
18-29歲	341	96.99%
30-39歲	335	96.55%
40-49歲	383	91.75%
50-59歲	267	70.15%
60-69歲	173	48.90%
70歲以上	76	25.60%
教育程度 $\chi^2(5) = 650.33, p < .001$		
小學及以下	24	11.21%
國(初)中/初職	124	52.38%
高中職	441	74.46%
專科	190	79.03%
大學	619	92.47%
研究所	177	92.78%
居住地區 $\chi^2(5) = 3.70, p > .05$		
北北基	474	74.44%
桃竹苗	264	75.84%
中彰投	303	73.21%
雲嘉南	218	71.91%
高屏澎金馬	254	71.82%
宜花東	61	67.74%

Q24：請問您最常使用的社群媒體是哪個？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「社群媒體使用者」的計算方式為Q24勾選任一社群媒體的受訪者。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-30 台灣民眾社群媒體使用者在人口變項的分布

在各個社群媒體中，近年異軍突起的 TikTok/抖音，為全球掀起一股「短影音」浪潮。為了解民眾使用 TikTok 抖音的行為樣態，本調查詢問「請問您過去三個月，有多常使用抖音/TikTok？」藉以分析台灣民眾之使用率與使用頻率。調查結果顯示，台灣民眾近三個月使用抖音/TikTok 經驗的比例為 21.67%，較 2023 年調查結果 22.21%略有下降。檢視其使用頻率，有 9.63%的民眾每天都會使用，與去年調查結果 9.56%相比，顯示在使用者中高黏著度使用比例有上升

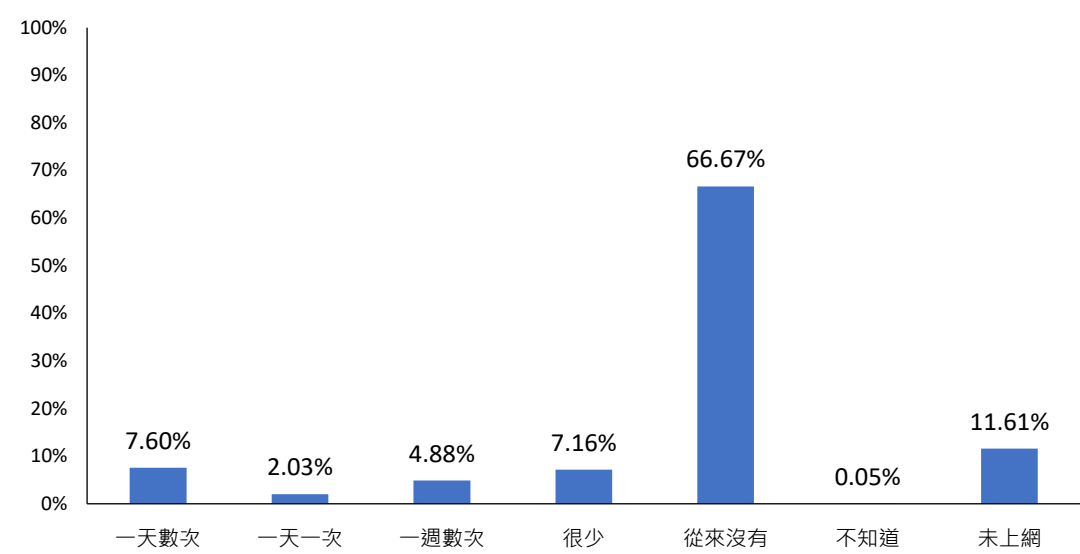
趨勢，其中回答一天數次者從 6.66%（2023）提高至 7.60%，而一天一次者則有 2.03%。使用頻率相對較低的一週數次者與很少使用者分別為 4.88%與 7.16%。以下針對抖音/TikTok 使用者的人口特徵結構進行分析。

表 四-33 台灣民眾使用抖音/TikTok 的頻率

	次數	百分比
一天數次	163	7.60%
一天一次	44	2.03%
一週數次	105	4.88%
很少	154	7.16%
從來沒有	1,431	66.67%
不知道	1	0.05%
未上網者	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q13：請問您過去三個月，有多常使用抖音/TikTok？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-31 台灣民眾使用抖音/TikTok 的頻率

以下進一步對社群媒體使用者的人口特徵結構進行分析。首先，從性別方面，男性使用抖音/TikTok 的人口比率有 25.39%，女性使用抖音/TikTok 的人口比率有 18.11%，男性的抖音/TikTok 使用率顯著高於女性 ($\chi^2(1) = 16.77, p < .001$)。其次，從年齡方面，抖音/TikTok 使用率與年齡呈現反比，年齡層愈低則使用率愈高，以 18-29 歲年齡層民眾的抖音/TikTok 使用率最高，為 34.37%，接著 30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、60-69 歲，使用率依序為 27.77%、23.37%、20.19%、14.85%。而抖音/TikTok 使用率最低為 70 歲以上族群，僅 7.09% 使用，差距在統計上達顯著差異 ($\chi^2(5) = 89.10, p < .001$)。第三，在教育程度方面，以高中職學歷民眾的抖音/TikTok 使用率最高，為 26.76%。而大學學歷者的使用率 24.72% 則佔次高；抖音/TikTok 使用率最低的為小學及以下學歷者，僅 4.14%，差距在統計上達顯著差異 ($\chi^2(5) = 54.49, p < .001$)。第四，從居住地區方面，抖音/TikTok 使用率未因居住地區而出現顯著差異 ($\chi^2(5) = 4.94, p > .05$)，單就數值上來看，僅桃竹苗的抖音/TikTok 使用率略高，達 25.63%，其他地區皆為兩成左右，依數值高低排序為中彰投 22.43%、宜花東 21.65%、北北基 20.79%、高屏澎金馬 20.51%、雲嘉南 19.28%。

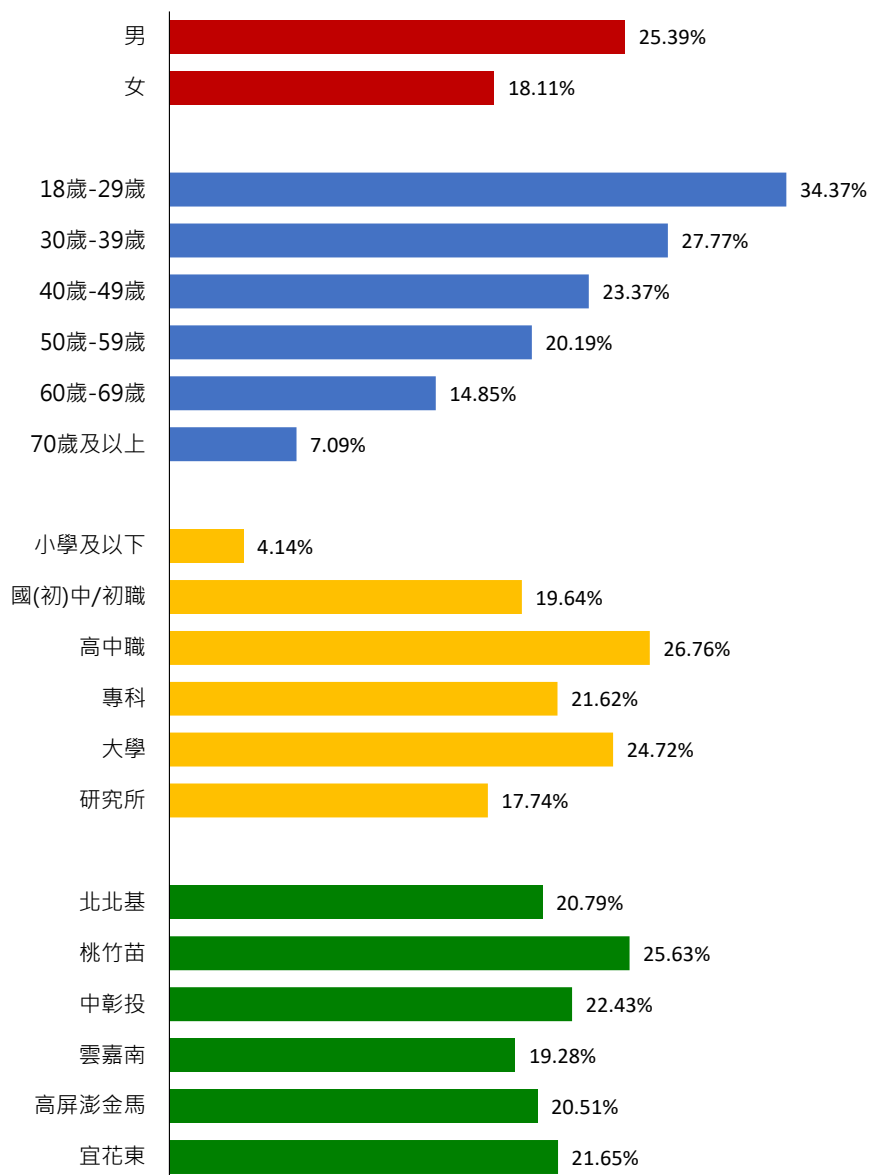
表 四-34 台灣抖音/TikTok 使用者在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 ($\chi^2(1)=16.77, p < .001$)		
男	267	25.39%
女	199	18.11%
年齡 ($\chi^2(5)=89.10, p < .001$)		
18-29 歲	121	34.37%
30-39 歲	96	27.77%
40-49 歲	98	23.37%
50-59 歲	77	20.19%
60-69 歲	53	14.85%
70 歲以上	21	7.09%
教育程度 ($\chi^2(5)=54.49, p < .001$)		
小學及以下	9	4.14%
國(初)中/初職	46	19.64%
高中職	159	26.76%
專科	52	21.62%
大學	166	24.72%
研究所	34	17.74%
居住地區 ($\chi^2(5)=4.94, p > .05$)		
北北基	133	20.79%
桃竹苗	89	25.63%
中彰投	93	22.43%
雲嘉南	59	19.28%
高屏澎金馬	73	20.51%
宜花東	20	21.65%

Q13：請問您過去三個月，有多常使用抖音/TikTok？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：465（雙底冊，樣本排除Q13勾選「從來沒有」、「不知道」、跳答者）

註：「抖音/TikTok使用者」的計算方式為Q13勾選「一天數次」、「一天一次」、「一週數次」、「很少」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
 樣本數：465（雙底冊，樣本排除 Q13 勾選「從來沒有」、「不知道」、跳答者）

圖 四-32 台灣民眾抖音/TikTok 使用者在人口變項的分布

九、即時通訊

即時通訊軟體已然成為當代民眾重要的溝通管道，為了解台灣民眾的即時通訊軟體使用，本調查詢問「請問您最常使用的即時通訊軟體為何？」時，顯示台灣民眾即時通訊軟體的使用率為 87.15%，較 2023 年調查結果 83.40%略有上升。與過去幾年的調查結果相似，Line 仍以懸殊的佔比居於主導地位，大幅領先其他的即時通訊軟體，有 81.35%的台灣民眾以 LINE 做為最常使用的即時通訊軟體；佔居第二的 FB Messenger（臉書聊天室）則僅 3.59%，而勾選微信 Wechat 的比率則居第三，佔 1.33%。另外，亦有 0.74%的民眾表示未使用即時通訊軟體者。

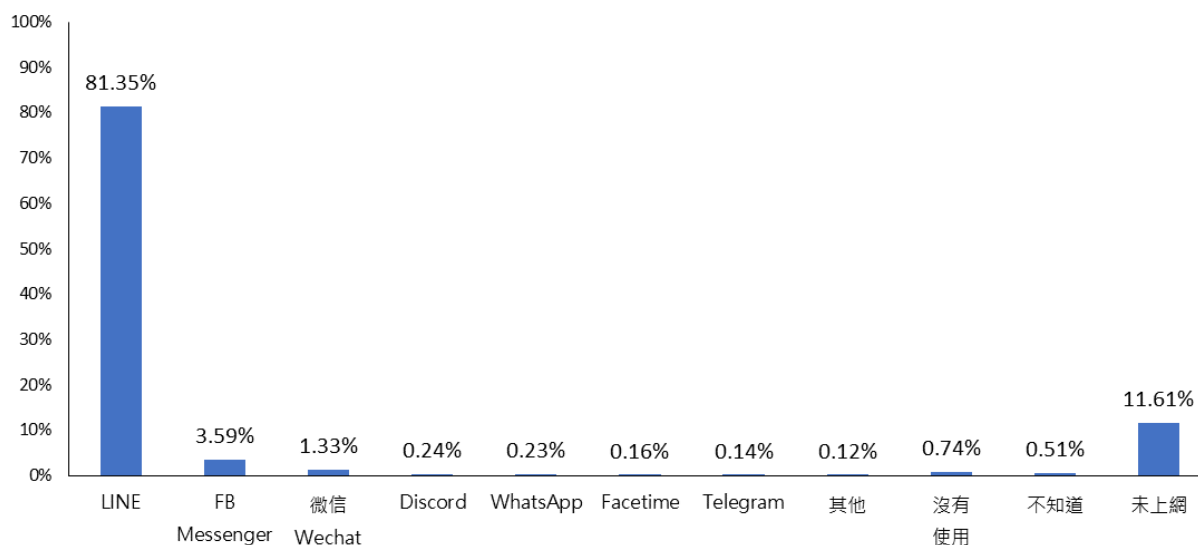
針對有使用即時通訊軟體者而言，有高達 93.36%的台灣民眾最常使用 LINE，相對而言，位居第二的 FB Messenger（臉書聊天室）僅佔 4.12%，調查結果與過去兩年（2023、2022 年）相近，LINE 在台灣即時通訊軟體市場穩定佔有龍頭地位。

表 四-35 台灣民眾最常使用的即時通訊軟體

	次數	百分比
LINE	1,747	81.35%
FB Messenger	77	3.59%
微信Wechat	28	1.33%
Discord [調查後新增]	5	0.24%
WhatsApp	5	0.23%
Facetime	3	0.16%
Telegram [調查後新增]	3	0.14%
其他	3	0.12%
沒有使用	16	0.74%
不知道	11	0.51%
未上網者	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q10：請問您最常使用的即時通訊軟體為何？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-33 台灣民眾最常使用的即時通訊軟體

以下針對即時通訊使用者的人口特徵結構進行分析。首先，在性別方面，男性的即時通訊使用率為 89.53%，在統計上顯著高於女性的 84.89% ($\chi^2(1) = 10.32, p < .01$)。其次，在年齡方面，即時通訊軟體使用率確實因年齡層而存在顯著差異 ($\chi^2(5) = 508.77, p < .001$)，青壯年世代 18-29 歲、30-39 歲、40-49 歲與 50-59 歲的即時通訊軟體的使用率均高於九成，分別為 97.10%、98.14%、97.75%與 90.93%；雖說 60 歲以上民眾的即時通訊軟體使用率明顯下降許多，但以 60-69 歲年齡層民眾使用率 81.87%、70 歲及以上的使用率 49.04%，仍較 2023 年調查結果 70.94%及 39.65%成長許多，顯示隨著現代人透過即時通訊軟體維持聯繫的仰賴程度愈高，也大幅帶動了高齡者的即時通訊軟體使用率，顯見人際聯繫是促使高齡者使用網路的重要因素。第三，在學歷方面，即時通訊軟體使用率在不同教育程度的群眾間存在顯著差異 ($\chi^2(5) = 737.82, p < .001$)，研究所、大學、專科與高中職學歷的民眾，即時通訊軟體使用率皆達九成以上，分別為 99.79%、97.79%、95.17%與 90.66%；相對而言，國中學歷民眾的使用率降至 81.84%，但仍較去年調查結果 65.98%提升許多，而小學及以下學

歷的民眾使用率最低，僅 30.88%，與去年調查結果 26.41%也略有上升。第四，在居住地方面，民眾的即時通訊軟體使用率未因地區不同而出現顯著差異 ($\chi^2(5) = 6.15, p > .05$)，但就數值排序，以桃竹苗 90.19%最高，而後依序為北北基 88.02%、宜花東 87.90%、高屏澎金馬 86.34%、中彰投 85.72%、雲嘉南 84.55%。

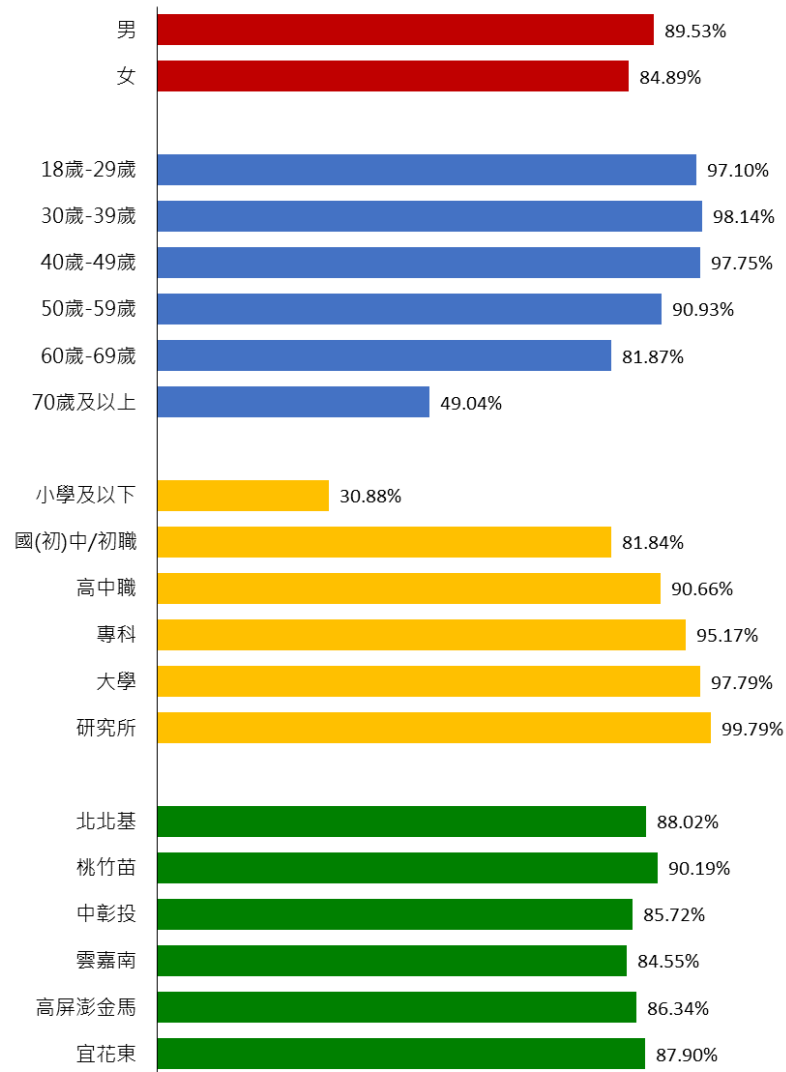
表 四-36 台灣民眾即時通訊使用者在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(1) = 10.32, p < .01$		
男	940	89.53%
女	931	84.89%
年齡 $\chi^2(5) = 508.77, p < .001$		
18-29歲	342	97.10%
30-39歲	341	98.14%
40-49歲	408	97.75%
50-59歲	346	90.93%
60-69歲	290	81.87%
70歲以上	145	49.04%
教育程度 $\chi^2(5) = 737.82, p < .001$		
小學及以下	67	30.88%
國(初)中/初職	193	81.84%
高中職	537	90.66%
專科	229	95.17%
大學	655	97.79%
研究所	190	99.79%
居住地區 $\chi^2(5) = 6.15, p > .05$		
北北基	561	88.02%
桃竹苗	313	90.19%
中彰投	355	85.72%
雲嘉南	257	84.55%
高屏澎金馬	305	86.34%
宜花東	80	87.90%

Q10：請問您最常使用的即時通訊軟體為何？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1871（雙底冊，排除Q10勾選「沒有使用」、「不知道」、拒答及跳答者）

註：「即時通訊使用者」的計算方式為Q10勾選任一通訊軟體的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
 樣本數：1871（雙底冊，排除 Q10 勾選「沒有使用」、「不知道」、拒答及跳答者）

圖 四-34 台灣民眾即時通訊使用者在人口變項的分布

第三節 AI 使用現況、素養及感知風險

OpenAI 於 2022 年 11 月推出 ChatGPT（聊天生成預訓練轉換器）掀起生成式人工智慧（generative artificial intelligence）狂潮。生成式 AI 以深度學習模型為基礎，能夠有效解讀人類語言並依據人類要求生成相應內容，且生成形式多元，包含文字、圖像、音樂創作等，再加上其近似於聊天機器人的友善人類、機械協作方式，大大促進了 AI 技術的普及，無論是企業或民眾都能藉由網頁或應用程式使用 AI 來完成各項指令、任務⁶。2024 年的 COMPUTEX 台北國際電腦展，輝達（NVIDIA）執行長黃仁勳的到訪與演說更是引發全國熱議，黃仁勳除了強調台灣與智慧科技產業的緊密關聯，更點出 AI 應用的機器人、自動化工廠世代即將來臨，未來電腦將全面革新為能支援 AI 功能且更低延遲、高強度運算服務的「AI PC」⁷，開啟全民瘋 AI 的「台灣 AI 元年」⁸。

然而，AI 應用的勃興為人類生活帶來便利與效率，其高技術複雜性、不可預測性的黑箱特質使得一般社會大眾難以理解運作原理，進而無法正確使用 AI 滿足需求，並產生對技術的不信任和對其決策過程、資料運輸與保密原則的懷疑⁹。例如，2023 年美國律師 Steven Schwartz 錯把 ChatGPT 當作搜尋引擎來撰寫訴狀，引用數件 ChatGPT 憑空編撰的判決案例¹⁰。英國劍橋辭典（Cambridge Dictionary）將這類 AI 杜撰資訊的事件稱為「產生幻覺」（Hallucinate），作為 2023 年年度代表字，鼓勵人類在運用相關科技時應保持批判性思考¹¹。這意味隨著相關技術的普及，社會大眾應培養 AI 素養（AI literacy），提升對 AI 科技

⁶ <https://www.kingone-design.com/blog/TheExplosionofGenerativeAI>

⁷ <https://money.udn.com/money/story/5612/8009818>

⁸ <https://money.udn.com/money/story/5607/8029468>

⁹ <https://www.cw.com.tw/article/5098600?template=transformers>

¹⁰ <https://www.nytimes.com/2023/06/08/nyregion/lawyer-chatgpt-sanctions.html>

¹¹ <https://www.gvm.com.tw/article/107648>

的識別能力，在合乎倫理道德規範下正確評估與使用 AI 應用¹²。

本節旨在探討台灣大眾對於包含數位語音助理、ChatGPT 等 AI 應用的使用經驗，調查現下民眾 AI 素養與風險感知狀況，並進一步詢問對當今社會在以法律規範 AI 科技方面的意見態度。研究結果可幫助了解台灣民眾對 AI 科技掌握程度，藉此提供 AI 政策與法治規範的參考基礎。

一、台灣民眾 AI 使用經驗：數位語音助理

數位語音助理結合 AI、機器學習、自然語言處理與理解等技術，使人類與機器能夠自然進行對話，或透過語音指令讓數位語音助理完成指定任務，像是蘋果（Apple）的 Siri、谷歌（Google）語音助理或亞馬遜（Amazon）的 Alexa 都是現代熱門的數位語音助理¹³。隨著 AI 技術進步，數位語音助理被廣泛應用的未來可期，像是蘋果在 2024 年宣布發展「Apple Intelligence」，將 Siri 更深度整合至系統體驗中，有望加強 Siri 的擬人化、情境化、個人化，讓語音助理與使用者之間的交流更加自然順暢¹⁴。

為調查台灣民眾使用數位語音助理的情形，我們詢問受訪者：「請問您過去三個月有多常使用語音助理（如 Siri、Google 助理、小愛同學）？」¹⁵在調查當時，三個月內曾使用過語音助理的受訪者占總樣本的 37.78%，相較於《2023 台灣網路報告》中的使用比例（45.78%）以及《2022 台灣網路報告》中的使用比例（42.80%）略低；從來沒有使用過語音助理的受訪者則占有 61.54%，其他表示「經常」或「總是」使用數位語音助理的受訪者僅占 8.88%。這顯示目前

¹² Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2023). Measuring user competence in using artificial intelligence: validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour & Information Technology*, 42(9), 1324-1337.

¹³ <https://www.oracle.com/tw/chatbots/what-is-a-digital-assistant/>

¹⁴ <https://www.ettoday.net/news/20240611/2755996.htm>

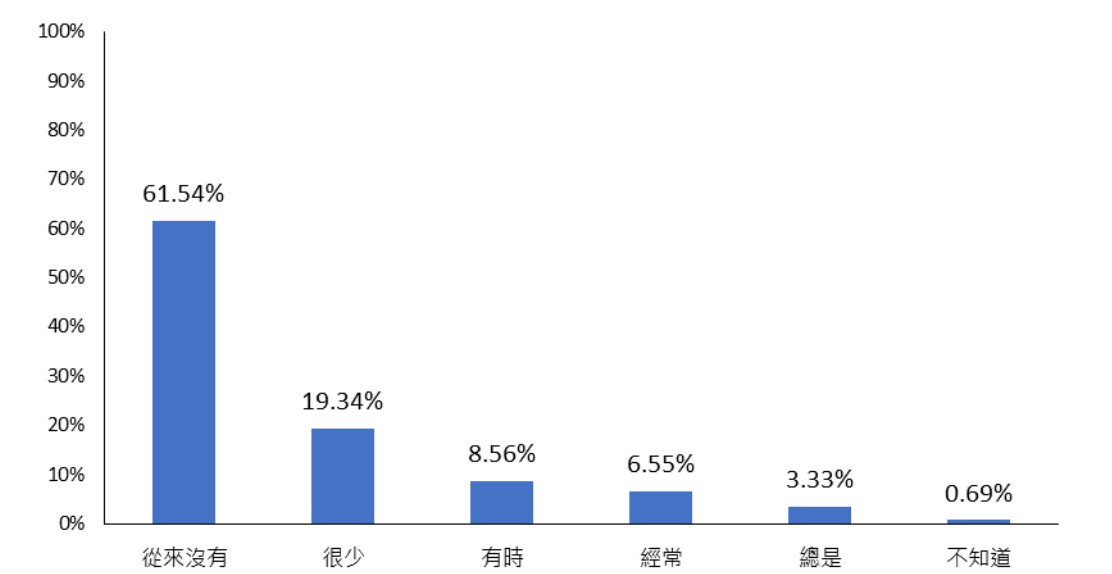
¹⁵ 本節統計資料已排除未上網者（n = 249）之樣本。

數位語音助理在台灣民間的普及程度較低，仍未過半，且近年來未見愈加流行的趨勢。

表 四-37 台灣民眾過去三個月使用數位語音助理的頻率

	次數	百分比
從來沒有	1168	61.54%
很少	367	19.34%
有時	162	8.56%
經常	124	6.55%
總是	63	3.33%
不知道	13	0.69%
總計	1898	100.00%

Q16：請問您過去三個月有多常使用語音助理（如Siri, OkGoogle,小愛同學）？
資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

圖 四-35 台灣民眾過去三個月使用數位語音助理的頻率

接下來本次調查加入性別、年齡、教育程度、居住地區等因素進行討論。去年《2023 台灣網路報告》調查結果發現女性比起男性更常使用語音進行溝通的數位語音助理 ($\chi^2(6)=14.32, p=.026$)，而今年調查顯示不同性別使用語音助理的頻率並無顯著差異 ($\chi^2(5)=4.88, p=.431$)。在男性樣本中，三個月內曾使用過語音助理的比例占 35.85%；女性樣本中則有 39.70%；而在從未使用過語音助理的樣本中，男性比例為 51.76%，女性則為 48.24%，不過在整體上性別使用語音助理的頻率並無顯著差異。

再來，年齡是影響使用語音助理的頻率的因素之一，不同年齡層有顯著差異 ($\chi^2(30)=142.30, p<.001$)，與去年調查結果大致相符合。今年在使用語音助理經驗方面，30 歲至 39 歲在三個月內曾使用語音助理的比例最高，高達 52.75%，其次是 18 歲至 29 歲區間，該年齡群組約有 41.09%曾使用語音助理，再來依序是 40 歲至 49 歲 (40.19%)、50 歲至 59 歲 (34.09%)、60 歲至 69 歲 (24.83%)、70 歲以上 (22.00%)。由此可見，數位語音助理的使用族群集中在青壯年族群，排除青壯年族群後，語音助理使用經驗的比例隨著年齡層上升而下降。此外，排除從未使用過語音助理，再深入檢視使用頻率會發現，所有年齡層的使用頻率分佈都具有類似分佈，皆以「很少」為大宗，依序從「有時」、「經常」、「總是」遞減；換句話說，並沒有某個特定年齡族群呈現對語音助理的倚賴，與 2023 年調查結果一致。

在教育程度的方面，不同教育程度對於使用數位語音助理的頻率同樣具有顯著差異 ($\chi^2(25)=112.90, p<.001$)。最高學歷為大學 (47.12%)、研究所 (47.09%) 的台灣民眾有近五成受訪者在三個月內使用過數位語音助理，且該兩組回報「經常」、「總是」使用語音助理的受訪者皆有超過 14%。整體來說，本年度調查與 2023 年調查結果亦大致相符，本次調查顯示數位語音助理的使用經驗及使用頻率都依照學歷高低而遞減，最學歷為高中職、國(初)中/初職群組中皆僅有不到三成受訪者曾在三個月內使用過數位語音助理，小學以下的民

眾更僅有一成受訪者曾使用過。

最後，語音助理的使用經驗與民眾居住地區並無顯著差異 ($\chi^2(25)=26.74$, $p=.369$)。各區民眾曾在三個月內有使用過數位語音助理的人數比例由高至低依序為北北基地區 (39.93%)、桃竹苗地區 (37.81%)、中彰投地區 (39.83%)、雲嘉南地區 (38.93%)、高屏澎金馬地區 (33.87%)、宜花東地區 (24.39%)。再進一步檢視偏鄉與非偏鄉地區的數位語音助理使用經驗差異：非偏鄉地區使用比例達 38.24%，偏鄉地區使用比例達 20.41%，但並未發現顯著差異 ($\chi^2(5)=9.36$, $p=.096$)，顯示居住地區與數位語音助理的使用並無直接關聯。

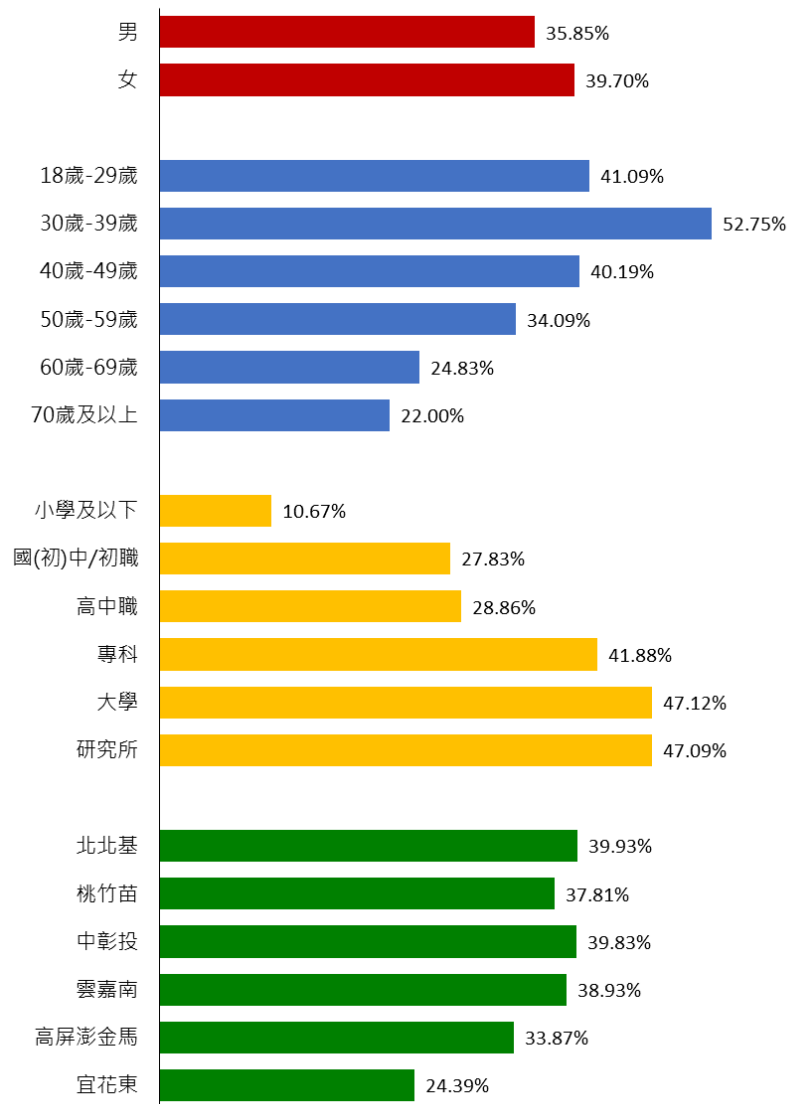
表 四-38 台灣民眾數位語音助理使用者在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=4.88, p=.431$	342	35.85%
男	374	39.70%
女		
年齡 $\chi^2(30)=144.64, p<.001$		
18-29歲	143	41.09%
30-39歲	182	52.75%
40-49歲	164	40.19%
50-59歲	120	34.09%
60-69歲	73	24.83%
70歲以上	33	22.00%
教育程度 $\chi^2(25)=112.90, p<.001$		
小學及以下	8	10.67%
國(初)中/初職	54	27.83%
高中職	157	28.86%
專科	98	41.88%
大學	311	47.12%
研究所	89	47.09%
居住地區 $\chi^2(25)=26.74, p=.369$		
北北基	226	39.93%
桃竹苗	121	37.81%
中彰投	143	39.83%
雲嘉南	102	38.93%
高屏澎金馬	105	33.87%
宜花東	20	24.39%

Q16：請問您過去三個月有多常使用語音助理（如Siri, OkGoogle,小愛同學）？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

註：「數位語音助理使用者」的計算方式為Q16勾選「很少」、「有時」、「經常」、「總是」的受訪者。



資料來源：2023 台灣網路報告，執行時間 2023 年 5 月 2 日至 5 月 20 日，加權後數值。
樣本數：1891（雙底冊，上網者樣本）

圖 四-36 台灣民眾數位語音助理使用者在人口變項的分布

二、台灣民眾 AI 使用經驗：ChatGPT

具有 AI 革命象徵的 ChatGPT 同時也是近年來相關科技應用的流量冠軍，其網站流量占全球前 50 名生成式 AI 網站排行榜的六成，在 2023 年每月訪問量高達 16 億，是目前生成式 AI 的主流應用¹⁶。許多台灣民眾將 ChatGPT 用於日常生活的問答等簡易任務或是商務場合的信件往來，ChatGPT 也能摘要長文重

¹⁶ https://www.weprol80.com/231011_chatgpt/

點或是針對不同情境或使用者需求撰寫不同風格的文章，甚至是 Excel 或工程語法都難不倒他，成為一般民眾也能輕鬆上手的萬用輔助工具¹⁷。

為了解台灣民眾使用 ChatGPT 的經驗與趨勢，本次調查詢問受訪者「請問您過去三個月有多常使用 ChatGPT？（ChatGPT 為人工智慧聊天機器人程式）」。¹⁸結果顯示，曾經在過去三個月內使用過 ChatGPT 的民眾占 26.79%，表示「經常」或「總是」使用的民眾占 6.79%，過去三個月內未曾使用過的民眾占 71.90%。相較於《2023 台灣網路報告》調查結果（曾使用過者占 25.77%，「經常」或「總是」使用者占 4.61%，未曾使用過者占 73.84%），2024 年台灣民眾對 ChatGPT 的整體使用比例略為升高，可見 ChatGPT 在台灣可能仍處於初入市場的產品導入期階段，國民對此新興科技的使用經驗尚在緩慢成長中¹⁹。

表 四-39 台灣民眾過去三個月使用 ChatGPT 的頻率

	次數	百分比
從來沒有	1,346	71.90%
很少	245	12.89%
有時	135	7.12%
經常	87	4.59%
總是	42	2.20%
不知道	25	1.31%
總計	1,898	100.00%

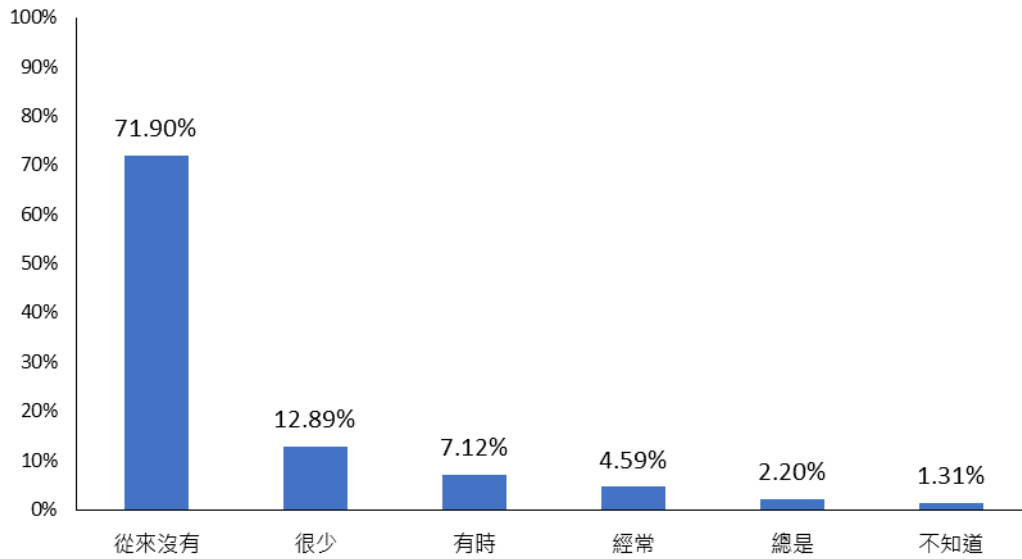
Q17：請問您過去三個月有多常使用 ChatGPT？（ChatGPT 為人工智慧聊天機器人程式）

資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

¹⁷ <https://www.managertoday.com.tw/articles/view/66438>

¹⁸ 本節統計資料已排除未上網者（n = 249）之樣本。

¹⁹ <https://www.managertoday.com.tw/glossary/view/184>



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

圖 四-37 台灣民眾過去三個月使用 ChatGPT 的頻率

從不同人口變項檢視台灣民眾的 ChatGPT 使用現況會發現，性別對 ChatGPT 使用頻率並無顯著差異（ $\chi^2(5)=6.51, p=.260$ ），與《2023 台灣網路報告》結果不同。今年度男性樣本中，有 26.70%曾在三個月內使用過 ChatGPT，女性樣本中的使用者則占 26.94%；而去年調查結果顯示，曾使用過的男性比例達 29.75%，高於女性使用者比例 21.96%。《2023 台灣網路報告》針對數位語音助理及 ChatGPT 的調查結果推論文字型的 ChatGPT 可能較吸引男性使用者，女性可能更偏好使用以語音進行溝通的數位語音助理，而今年調查結果顯示性別對這兩項 AI 應用使用頻率並無顯著差別，此細微差異可能來自於 2023 年 ChatGPT 仍在創新科技的導入期，因此使用者仍在嘗鮮與積累中；然而隨著產品更成熟、普及，使用者在性別上的差異也逐漸消失，如此的結果或許也愈能代表台灣使用者的輪廓²⁰。

在年齡部分，本次結果顯示不同年齡層在使用 ChatGPT 的頻率具有顯著差

²⁰ 劉津、孫睿（2018）。《破繭成蝶（2）——以產品為中心的設計革命》。人民郵電出版社。

異 ($\chi^2(25)=293.91, p<.001$)，且年齡與使用趨勢與去年調查結果大致符合，隨著年齡攀升 ChatGPT 使用比例下滑，尤其在 40 歲以上使用者的比例的相對差異更加明顯。在 18 至 29 歲民眾中有 53.32% 民眾為使用者，占比最高，且該年齡區段有 17.00% 表示「經常」或「總是」使用 ChatGPT。其次為 30 至 39 歲群組，共有 37.07% 曾在三個月內使用過，接續 40 至 49 歲則有 25.86%，50 至 59 歲有 17.61%，而 60 至 69 歲區間僅有 6.80% 使用者，70 歲以上受訪者僅有 5.40% 曾在三個月內使用過 ChatGPT。由此可見，與《2023 台灣網路報告》推論相同，ChatGPT 使用者在台灣以 39 歲以下的青壯年族群為主要客群，可能是因為 1980 年代、1990 年代千禧世代身為數位原民 (digital native) 更願意搶先體驗創新科技²¹。

不同教育程度對於 ChatGPT 使用頻率也有顯著差異 ($\chi^2(25)=297.73, p<.001$)，且各教育程度之間使用經驗的落差程度相當明顯，使用經驗與頻率由高教育程度至低教育程度遞減。在最高學歷為研究所的群組中，高達 52.91% 受訪者曾在三個月內使用過 ChatGPT，且有 15.34% 回報「經常」或「總是」使用，大學畢業的受訪者則有 41.52% 為使用者。最高學歷為專科的受訪者的使用比例陡降至 20.17%，高中職學歷有 14.47%，國（初）中／初職學歷有 6.70%，小學及以下則剩 4.05%，且最高學歷為小學的使用者皆回報「很少」使用。我們推論此遞減現象可能是和 ChatGPT 經常被用於學習用途有關。ChatGPT 除了能夠幫助學生快速搜集、整理資料，也能幫助學生潤飾、檢查作業，現在更被導入許多教學現場，提高教學成效、活化使用情境²²。因此，愈高學歷的使用者能利用這項科技輔助學術研究，而較低學歷者則無此需求。不過，隨著 ChatGPT 相關應用的迅速發展，像是 2024 年蘋果宣布未來手機、電腦平板會將

²¹ <https://www.bnext.com.tw/article/44899/marketing-to-millennials>

²² <https://udn.com/news/story/6904/7251024>

其結合到系統中²³，用途將不限於學習應用情境、變得更加多元。

最後，不同居住地區對於 ChatGPT 的使用展現出顯著差異 ($\chi^2(25)=53.05$, $p=.001$)。以北北基地區 (32.92%) 為最高，桃竹苗地區 (27.02%) 次之，接續為雲嘉南地區 (25.95%)、高屏澎金馬地區 (23.06%)、中彰投地區 (21.79%)、宜花東地區 (20.48%)。此外，偏鄉與非偏鄉地區民眾樣本中的使用者比例呈現顯著差異 ($\chi^2(5)=18.06$, $p=.003$)，不過應是由於非偏鄉地區 ($n=1848$) 與偏鄉地區 ($n=50$) 受訪者人數差異過大所致，因為如以具有 ChatGPT 使用經驗的人數來看，偏鄉地區的 ChatGPT 使用者 (28.00%) 與非偏鄉地區的使用者 (26.73%) 的百分比差異不大。

整體而言，台灣民眾在 ChatGPT 使用經驗上有所落差，與《2023 台灣網路報告》結論大致相符。在國內 AI 市場尚未成熟之期間，建議台灣可藉機推廣自家繁體中文 AI 模型，如國科會 2023 年整合產學研發展出的 TAIDE²⁴，搶佔中文圈 AI 市場份額，提升國家 AI 自主能力與競爭優勢。此外，今年度調查結果指出年齡與教育程度是主要影響使用經驗的兩大人口變項，尤其是 40 歲以上、最高學歷為專科以下的台灣民眾對於 ChatGPT 的使用比例相對低，可以推論此類族群對於生成式 AI 應用接觸極少。然而，AI 的蓬勃發展預示著未來智慧科技與日常生活結合的可能，若有較好的科技掌握能力意味著更好的生活適應能力，應多促進全民對 AI 的認識與使用。比如，目前醫療產業積極研究 AI 如何改善醫病關係，尤其在老人醫學方面，強調 AI 長照機器人有望減少醫護人力、協助高齡病患進行認知訓練，顯見未來中高齡族群接觸 AI 機會多²⁵。建議產製 AI 的組織可以針對中高齡族群提供不同的介面版本，如提供較大字體、清晰圖

²³ <https://udn.com/news/story/7270/8023917>

²⁴ <https://udn.com/news/story/7240/7939950>

²⁵ <https://tw.news.yahoo.com/陪老人聊天-工研院-ai 尬聊機器人-進駐高雄榮總-避免孤獨害認知衰退-123023271.html>

片的簡化操作介面，提升使用友善性。此外，隨著各行各業重視 AI 轉型，也應注意此數位落差可能產生人才市場的競爭力落差，針對低教育程度或二度就業的中高齡求職者，組織也可設計 AI 數位轉型課程，透過終身教育訓練使其不斷學習新技能、累積信心。

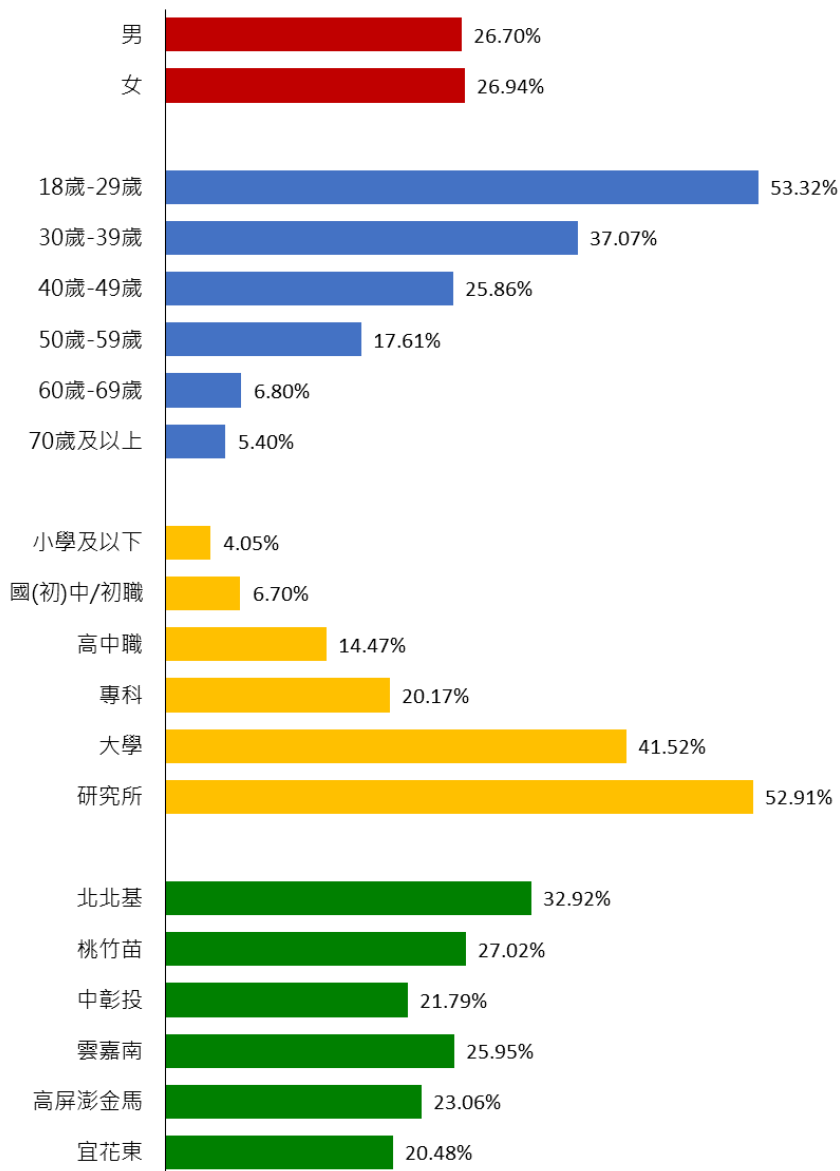
表 四-40 台灣民眾 ChatGPT 使用者在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=6.51, p=.260$		
男	255	26.70%
女	254	26.94%
年齡 $\chi^2(25)=292.92, p<.001$		
18-29歲	185	53.32%
30-39歲	129	37.07%
40-49歲	106	25.86%
50-59歲	62	17.61%
60-69歲	20	6.80%
70歲以上	8	5.40%
教育程度 $\chi^2(25)=282.11, p<.001$		
小學及以下	3	4.05%
國（初）中/初職	13	6.70%
高中職	71	14.47%
專科	47	20.17%
大學	274	41.52%
研究所	100	52.91%
居住地區 $\chi^2(25)=53.03, p=.001$		
北北基	186	32.92%
桃竹苗	87	27.02%
中彰投	78	21.79%
雲嘉南	68	25.95%
高屏澎金馬	71	23.06%
宜花東	17	20.48%

Q17：請問您過去三個月有多常使用 ChatGPT？（ChatGPT 為人工智慧聊天機器人程式）

資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

註：「ChatGPT 使用者」的計算方式為 Q22 勾選「很少」、「有時」、「經常」、「總是」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

圖 四-38 台灣民眾 ChatGPT 使用者在人口變項的分布

三、台灣民眾的 AI 素養

AI 技術已廣泛應用於日常生活和工作，從數位語音助手到個人化的推薦演算法，AI 無處不在，因此具備良好 AI 素養能幫助我們更好地理解 and 利用這些技術，提高生活質量和工作效率。AI 素養由媒體素養（media literacy）、網路素

養 (Internet literacy) 等概念衍生而來，是指使用者是否能在符合道德倫理規範下，正確辨別、正當使用、清楚評估 AI 科技的能力，因此又分成覺察 (awareness)、使用 (usage)、評估 (evaluation) 等三大 AI 素養²⁶。總地來說，擁有良好 AI 素養代表使用者在一定程度上掌握 AI 基本知識，因此理解運作原理而能夠善用 AI 作為輔助工具，促進創新和效率，並且評估其應用的風險與潛力。

AI 素養對現代人至關重要，本節將針對具有使用經驗的受訪者（包含使用過語音助理或使用過 ChatGPT，在 Q16 或 Q17 中回答「很少」、「有時」、「經常」、「總是」）進行調查分析，了解現今國民的 AI 素養程度。

1. 對 AI 的覺察素養

首先，我們詢問：「我有能力分得清楚哪些產品與服務是運用 AI 人工智慧，哪些不是（例如網路上的 AI 客服與真人客服）。」²⁷結果顯示傾向符合（包括回答「非常符合」和「符合」者，以下皆同）的比例為 69.47%，傾向不符合（包括回答「非常不符合」和「不符合」者，以下皆同）的比例為 26.46%，由較大的差距可見近七成的台灣民眾認為自己能夠清楚辨識 AI 與非 AI 的差別。

²⁶ Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2022). Measuring user competence in using artificial intelligence: validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour & Information Technology*, <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2072768>.

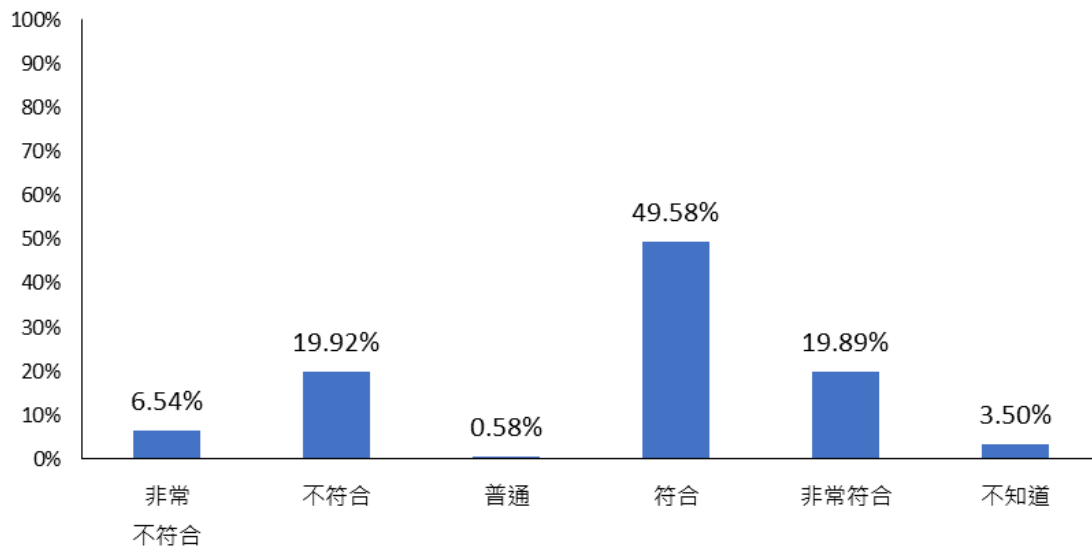
²⁷ Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2022). Measuring user competence in using artificial intelligence: validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour & Information Technology*, <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2072768>.

表 四-41 台灣民眾對 AI 的覺察素養【具使用經驗者】

	次數	百分比
非常不符合	100	6.54%
不符合	304	19.92%
普通	9	0.58%
符合	755	49.58%
非常符合	303	19.89%
不知道	53	3.50%
總計	1524	100.00%

Q18：我有能力分得清楚哪些產品與服務是運用AI人工智慧，哪些不是（例如網路上的AI客服與真人客服）。

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1524（雙底冊，排除無語音助理及ChatGPT使用經驗、拒答及未上網者）。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1524（雙底冊，排除無語音助理及 ChatGPT 使用經驗、拒答及未上網者）。

圖 四-39 台灣民眾對 AI 的覺察素養【具使用經驗者】

我們進一步從性別、年齡層、教育程度、居住地等人口特質分析台灣民眾 AI 素養。首先發現在男性以及女性在覺察素養的分佈有顯著差異 ($\chi^2(5)=16.71$, $p=.005$)。女性認為自己能清楚覺察 AI 的使用者占 73.60%（「非常符合」）：

19.88%；「符合」：53.72%）高於男性的 67.20%（「非常符合」：21.63%；「符合」：45.57%）。再來，年齡層對 AI 覺察素養呈現顯著差異（ $\chi^2(25)=315.86$, $p<.001$ ），隨著年齡增加，台灣民眾的素養遞減。其中，以青壯年族群的覺察能力最好，18 至 29 歲有 85.98%認為自己具有 AI 覺察能力，30 至 39 歲有 85.06%，40 至 49 歲有 74.93%；在 50 歲後則有大幅下降的趨勢，50 至 59 歲具 AI 覺察能力者占五成，而 70 歲以上僅有不到三成。

不同教育程度對 AI 覺察能力亦有顯著差異（ $\chi^2(25)=341.38$, $p<.001$ ），以最高學歷為大學（具覺察能力者占 83.68%）、研究所（82.87%）的民眾的覺察素養最好，專科（66.85%）或高中職（58.21%）為其次，國（初）中/初職（25.71%）、小學及以下（22.58%）最低。最後居住地區的異同並無呈現顯著差異（ $\chi^2(25)=21.81$, $p=.647$ ），北北基、桃竹苗、高屏彭金馬皆有超過七成民眾認為自己具有 AI 覺察素養，中彰投、宜花東、雲嘉南也有六成民眾表示自己具有一定覺察能力；居住地在偏鄉或非偏鄉地區也未展現出顯著差異（ $\chi^2(5)=2.14$, $p=.829$ ），偏鄉地區樣本中共有 78.38%台灣民眾具有覺察素養，非偏鄉地區則有 69.25%。

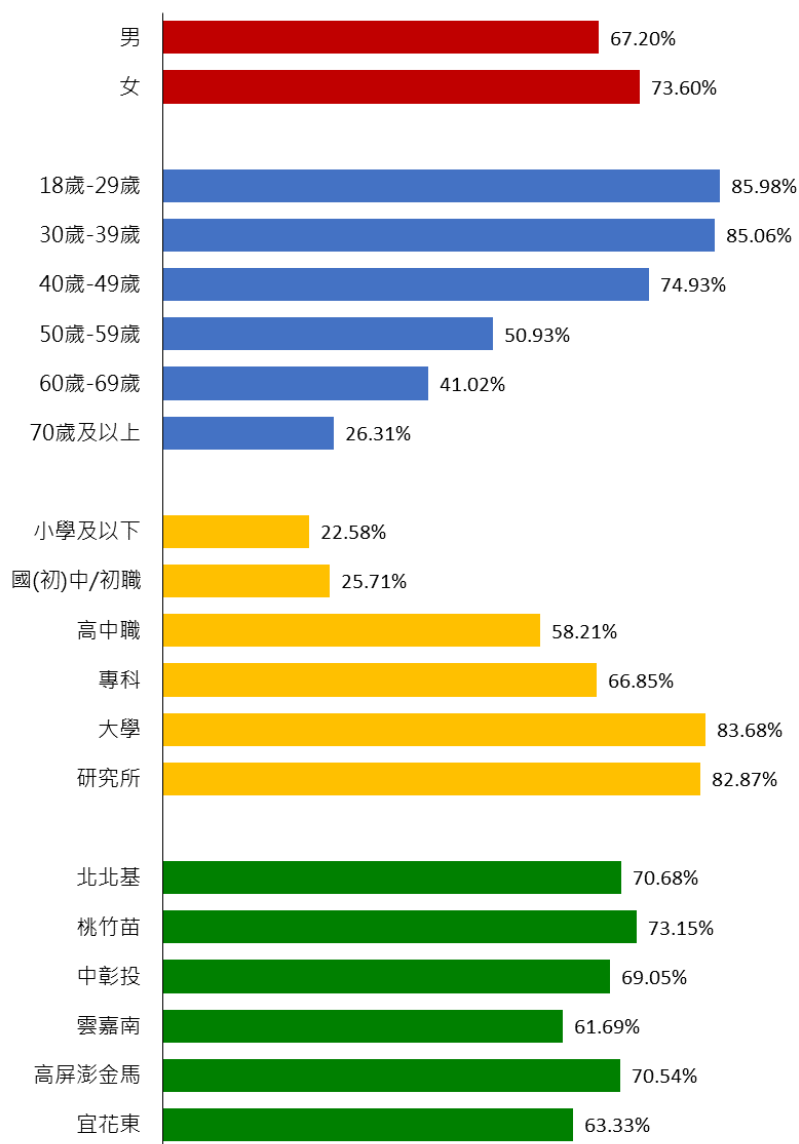
表 四-42 台灣民眾對 AI 的覺察素養在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=16.71, p=.005$		
男	518	67.20%
女	540	73.60%
年齡 $\chi^2(25)=315.86, p<.001$		
18-29歲	282	85.98%
30-39歲	279	85.06%
40-49歲	272	74.93%
50-59歲	137	50.93%
60-69歲	73	41.02%
70歲以上	15	26.31%
教育程度 $\chi^2(25)=341.38, p<.001$		
小學及以下	7	22.58%
國（初）中/初職	27	25.71%
高中職	241	58.21%
專科	121	66.85%
大學	513	83.68%
研究所	150	82.87%
居住地區 $\chi^2(25)=21.81, p=.647$		
北北基	335	70.68%
桃竹苗	188	73.15%
中彰投	203	69.05%
雲嘉南	124	61.69%
高屏澎金馬	170	70.54%
宜花東	38	63.33%

Q18：我有能力分得清楚哪些產品與服務是運用AI人工智慧，哪些不是（例如網路上的AI客服與真人客服）。

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1524（雙底冊，排除無語音助理及ChatGPT使用經驗、拒答及未上網者）。

註：「具有能夠覺察AI的能力者」的計算方式為Q18勾選「符合」、「非常符合」的受訪者。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
 樣本數：1524（雙底冊，排除無語音助理及 ChatGPT 使用經驗、拒答及未上網者）

圖 四-40 台灣民眾對 AI 的覺察素養在人口變項的分布

2. 對 AI 的使用素養

接著，為了解台灣國民 AI 素養之使用構面，我們詢問有數位語音助理或 ChatGPT 使用經驗的受訪者：「我有能力運用 AI 產品或服務完成我想要做的事

情。」²⁸調查結果有 58.38%民眾傾向符合，38.77%民眾傾向不符合，兩者比例差距不大，表示雖有多數台灣民眾認為自己能夠使用 AI 完成特定任務，仍有近四成民眾無法順利使用 AI 作為輔助。

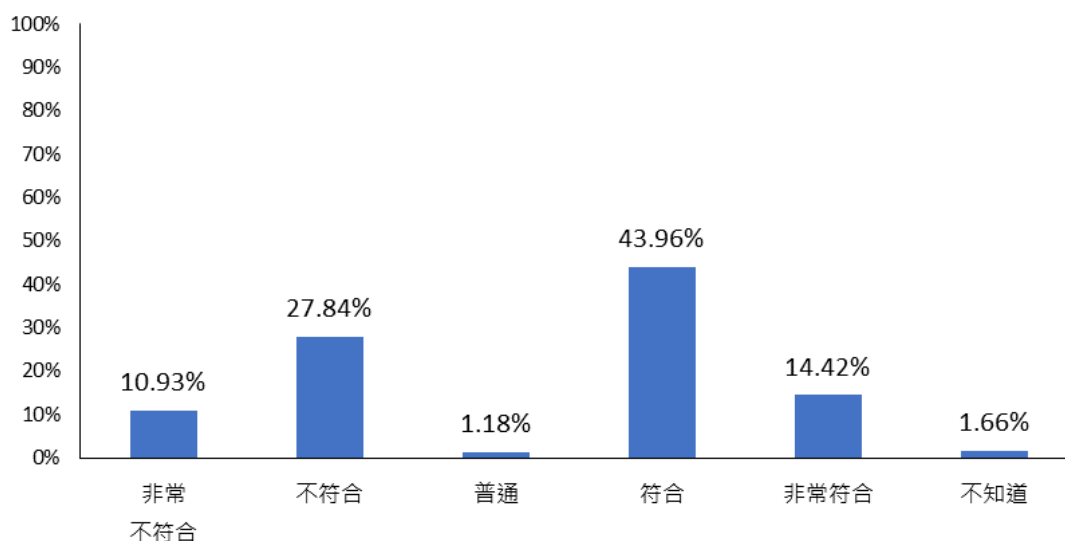
表 四-43 台灣民眾 AI 的使用素養【具使用經驗者】

	次數	百分比
非常不符合	151	10.93%
不符合	384	27.84%
普通	16	1.18%
符合	606	43.96%
非常符合	199	14.42%
不知道	23	1.66%
總計	1377	100.00%

Q19：我有能力運用AI產品或服務完成我想要做的事情。

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1377（雙底冊，排除無語音助理及ChatGPT使用經驗、拒答及未上網者）

²⁸ Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2022). Measuring user competence in using artificial intelligence: validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour & Information Technology*, <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2072768>.



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1377（雙底冊，排除無語音助理及 ChatGPT 使用經驗、拒答及未上網者）

圖 四-41 台灣民眾 AI 的使用素養【具使用經驗者】

在性別方面，比起台灣男性民眾，顯著地有更多女性民眾認為自己具有 AI 使用能力 ($\chi^2(5)=11.73, p=.039$)，男性樣本中共有 56.93% 有 AI 使用素養，女性樣本中則占 59.82%。此外，不同年齡族群的 AI 使用素養也有顯著差異 ($\chi^2(25)=267.76, p<.001$)，且隨著年齡上升而逐步遞減。以 18 至 29 歲青年人口 (80.18%) 自評使用能力最好，60 至 69 歲 (24.29%) 和 70 歲以上 (11.36%) 等老年族群中具有使用素養的人口最低。

教育程度對 AI 使用素養亦達顯著差異 ($\chi^2(25)=147.11, p<.001$)，最高學歷為研究所 (69.37%)、大學 (73.3%) 占有最多具使用素養的民眾，高中職 (47.87%)、專科 (47.37%) 為其次，國 (初) 中/初職 (27.58%)、小學及以下 (29.87%) 為最低。最後在居住地區的部分，不同居住地的台灣民眾與 AI 使用素養程度並無顯著關聯 ($\chi^2(25)=35.99, p=.072$)，調查結果顯示桃竹苗和宜花東皆有超過六成民眾認為自己具有相當的使用能力，北北基、中彰投、雲嘉南、高屏澎金馬也有超過五成民眾認為自己具相當的使用素養；居住在偏鄉或

非偏鄉也沒有顯著差異 ($\chi^2(5)=3.39, p=.640$)，偏鄉地區民眾中共有 67.65% 具有相當的使用素養，非偏鄉地區則有 58.12%。

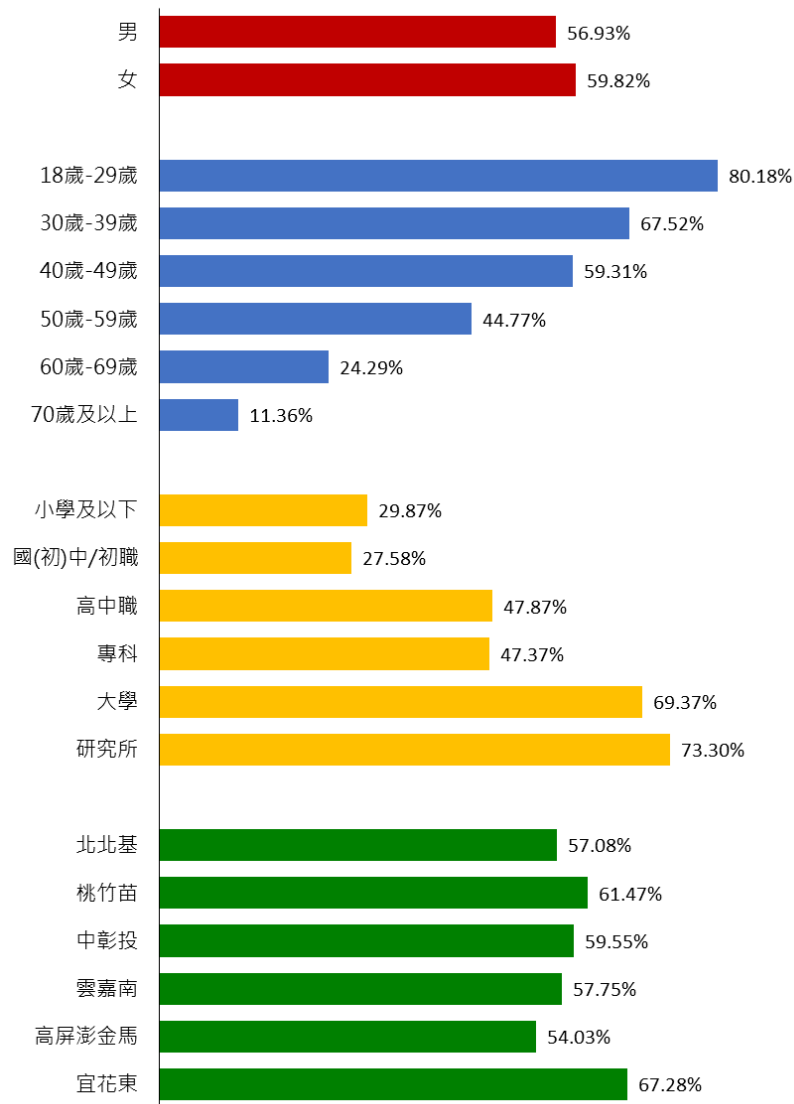
表 四-44 台灣民眾對 AI 的使用素養在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=11.73, p=.039$		
男	390	56.93%
女	414	59.82%
年齡 $\chi^2(25)=267.76, p<.001$		
18-29歲	255	80.18%
30-39歲	212	67.52%
40-49歲	191	59.31%
50-59歲	107	44.77%
60-69歲	34	24.29%
70歲以上	5	11.36%
教育程度 $\chi^2(25)=147.11, p<.001$		
小學及以下	9	29.87%
國（初）中/初職	24	27.58%
高中職	169	47.87%
專科	72	47.37%
大學	403	69.37%
研究所	129	73.30%
居住地區 $\chi^2(25)=35.99, p=.072$		
北北基	246	57.08%
桃竹苗	142	61.47%
中彰投	156	59.55%
雲嘉南	108	57.75%
高屏澎金馬	114	54.03%
宜花東	37	67.28%

Q19：我有能力運用AI產品或服務完成我想要做的事情。

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1377（雙底冊，排除無語音助理及ChatGPT使用經驗、拒答及未上網者）。

註：「具有能夠使用AI的能力者」的計算方式為Q19勾選「符合」、「非常符合」的受訪者。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1377（雙底冊，排除無語音助理及 ChatGPT 使用經驗、拒答及未上網者）

圖 四-42 台灣民眾對 AI 的使用素養在人口變項的分布

3. 對 AI 的評估素養

最後，在 AI 素養之評估面向，我們詢問：「在使用過 AI 產品或服務後，我很清楚地知道它們有哪些優點和缺點。」²⁹結果顯示有 72.51% 民眾傾向符

²⁹ Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2022). Measuring user competence in using artificial intelligence: validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour & Information*

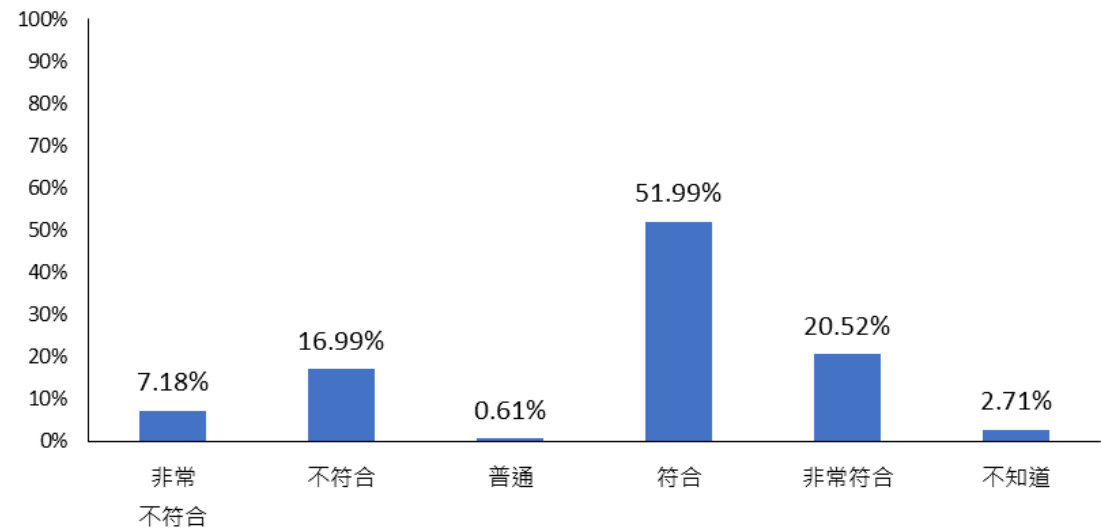
合，有 24.17%民眾傾向不符合，兩者比例懸殊，表示大多數具有使用經驗的台灣民眾能清楚評估 AI 服務、產品的優劣。

表 四-45 台灣民眾 AI 的評估素養【具使用經驗者】

	次數	百分比
非常不符合	92	7.18%
不符合	216	16.99%
普通	8	0.61%
符合	662	51.99%
非常符合	261	20.52%
不知道	35	2.71%
總計	1273	100.00%

Q20：在使用過AI產品或服務後，我很清楚地知道它們有哪些優點和缺點。

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1273（雙底冊，排除無語音助理及ChatGPT使用經驗、拒答及未上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1273（雙底冊，排除無語音助理及 ChatGPT 使用經驗、拒答及未上網者）

圖 四-43 台灣民眾 AI 的評估素養【具使用經驗者】

在性別方面，男性（71.25%）與女性（73.61%）樣本中具有 AI 評估素養的民眾未呈現顯著差異（ $\chi^2(5)=9.32, p=.097$ ）。但在年齡方面，不同年齡族群與 AI 評估素養呈現顯著差異（ $\chi^2(25)=273.00, p<.001$ ），且隨著年齡上升而逐步遞減。青壯年族群中（18 至 29 歲占 88.22%；30 至 39 歲占 83.12%）具有評估能力者最多，老年族群（60 至 69 歲占 34.83%；70 歲以上占 28.57%）最少。

教育程度是另一顯著影響 AI 評估素養的人口變數（ $\chi^2(25)=227.03, p<.001$ ），最高學歷為研究所（85.55%）、大學（84.52%）樣本中占有評估能力的民眾最多，專科（61.15%）、高中職（61.02%）次之，國（初）中/初職（31.88%）、小學及以下（16.67%）最少。最後，居住地區對 AI 評估素養並無顯著差異（ $\chi^2(25)=25.20, p=.452$ ），北北基、桃竹苗、中彰投、雲嘉南皆有超過七成具有評估能力的使用者，高屏澎金馬、宜花東也有超過六成民眾具有評估素養；偏鄉（71.88%）與非偏鄉（72.54%）樣本中有評估素養的民眾也沒有達到顯著差異（ $\chi^2(5)=3.80, p=.579$ ）。

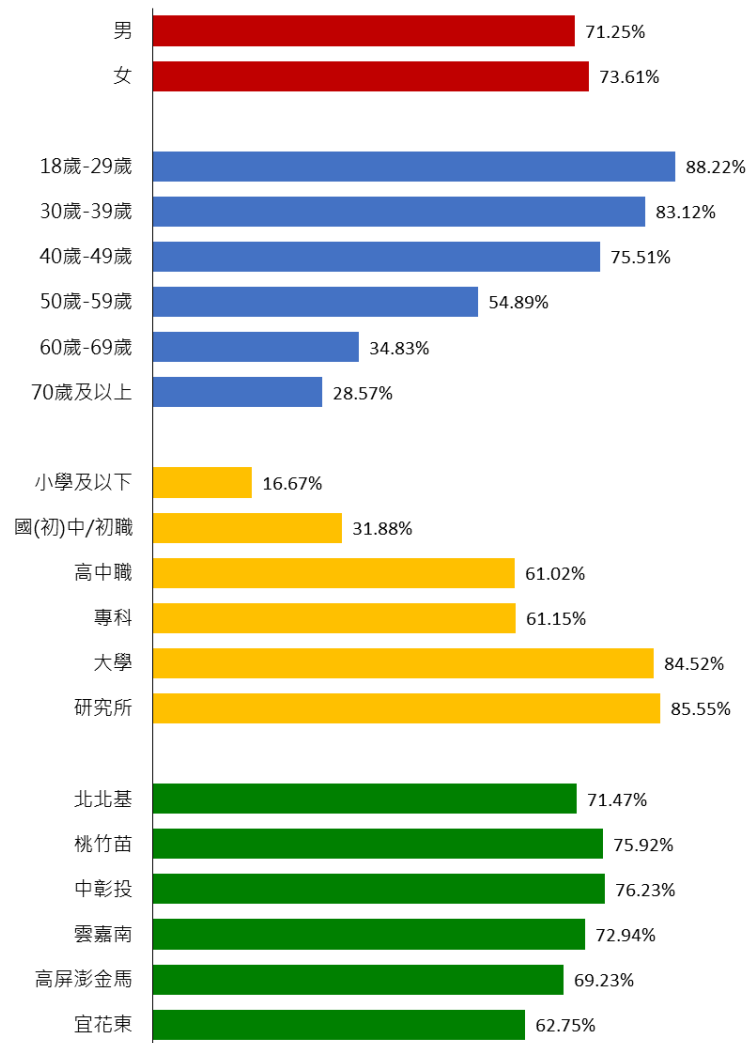
表 四-46 台灣民眾對 AI 的評估素養在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=9.32, p=.097$		
男	446	71.25%
女	477	73.61%
年齡 $\chi^2(25)=273.00, p<.001$		
18-29歲	277	88.22%
30-39歲	256	83.12%
40-49歲	225	75.51%
50-59歲	118	54.89%
60-69歲	39	34.83%
70歲以上	8	28.57%
教育程度 $\chi^2(25)=227.03, p<.001$		
小學及以下	3	16.67%
國（初）中/初職	22	31.88%
高中職	191	61.02%
專科	85	61.15%
大學	475	84.52%
研究所	148	85.55%
居住地區 $\chi^2(25)=25.20, p=.452$		
北北基	283	71.47%
桃竹苗	164	75.92%
中彰投	186	76.23%
雲嘉南	124	72.94%
高屏澎金馬	135	69.23%
宜花東	32	62.75%

Q20：在使用過AI產品或服務後，我很清楚地知道它們有哪些優點和缺點。

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1273（雙底冊，排除無語音助理及ChatGPT使用經驗、拒答及未上網者）。

註：「具有能夠評估AI的能力者」的計算方式為Q20勾選「符合」、「非常符合」的受訪者。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1273（雙底冊，排除無語音助理及 ChatGPT 使用經驗、拒答及未上網者）

圖 四-44 台灣民眾對 AI 的評估素養在人口變項的分布

綜合 AI 素養的覺察、使用、評估等三大面向，會發現具有數位語音助理、ChatGPT 使用經驗的台灣民眾中，大多數都具有這三項素養，尤其在覺察（69.47%）和評估（72.51%）素養的表現較好，皆有七成左右民眾認為自己能夠辨認 AI，並且分析使用後的效益；而在使用素養面向則占有近六成（58.38%）。這顯示了目前國內民眾大多能夠清楚認知 AI 產品或服務，也可以評估使用過後的優劣，但如何適當使用 AI 來達到特定目的仍有部分困難，這可

能是礙於 AI 現行的發展不夠成熟或是民眾素養的不足，使得 AI 還難以成為有效率的任務輔助工具。未來政府或民間在推動 AI 課程或工作坊時，可以從 AI 科技的使用面進行課程設計，以當前主流的 AI 科技（如：聊天機器人、ChatGPT）作為教材，帶領學員一步步進行實務操作，這樣更能夠幫助學員具體了解 AI 的基本運作原理，並能有效地運用 AI 協助完成特定任務或工作。

在人口變項上，整體而言，年齡和教育程度是影響 AI 素養的主要因素。隨著年齡上升，AI 素養大幅下降，青壯年族群的 AI 素養在三個面向上都比老年族群表現較好。本次調查結果在教育程度方面則有分成三大群體的趨勢，最高學歷為大學、研究所的民眾的 AI 素養表現最好且較為接近，皆有八成左右的高水準；其次的高中職、專科在三面向上表現較為不均，落在四成至六成左右；國（初）中/初職、小學及以下的群體自評 AI 素養最低，約一至三成之間。此外，性別則是和 AI 覺察、使用具有顯著差異，女性的自評素養比男性更好。而居住地區與 AI 素養三面向未有顯著差異。因此，未來在 AI 素養課程設計上，應針對不同族群設計不同的課程內容，並以更貼合的學習風格呈現，使得學習效率更好。例如，針對在學之青少年的 AI 素養課程可以結合義務教育課程，將學校術科與 AI 結合，教導學生如何有效對 AI 提問，藉由 AI 輔助來完成學業³⁰；針對中高齡族群的課程，應簡化抽象理論及技術操作，採用更多圖解和實物示範，聚焦在 AI 如何幫助他們完成日常所需，協助他們辨別網路詐騙活動³¹。

四、台灣民眾對 AI 科技的風險感知

AI 帶來諸多的便利也伴隨著多種潛在風險，而了解現今台灣民眾對於 AI 科技的風險感知有助於政策制定者、研究機構、企業等推進各項規範或計畫。

³⁰ https://www.tainan.gov.tw/News_Content.aspx?n=13370&s=8584648

³¹ <https://news.pts.org.tw/article/710254>

政府或相關監管機構可以依據民意訂定專法，透過公權力建立問責制度、提升 AI 可信賴性（trustworthy AI）³²。而製造 AI 科技服務或產品的企業若能了解消費者的需求及擔憂，也更能調整其產品開發和市場銷售策略，有助於企業發行 AI 技術時更加謹慎，避免因忽視風險而引發的信任危機和法律問題。此外，調查民眾對 AI 風險感知的結果可以用來設計針對性的 AI 素養教育和宣傳活動，提高公眾對 AI 技術的理解和認識，讓人們更好地應對和適應技術變革，同時也能減少對 AI 恐懼或抵觸情緒³³。

為了解目前國內民眾的 AI 風險感知能幫助相關方制定更有效的 AI 風險管理策略，本節將分別調查台灣民眾感知 AI 科技對自身以及對他人的影響看法，提供國內 AI 風險管理之參考，以此督促產業在追求技術進步的同時，不忽視社會價值和倫理考量，平衡技術發展與社會福祉之間的關係。

1. 主觀 AI 風險對自身的影響

本段落首先探討受訪者主觀認知 AI 科技對自身所造成的影響。我們詢問受訪者：「目前 AI 人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。請問您認為，這對您個人有沒有影響？」³⁴調查結果顯示，共有 74.75% 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險較小（包括回答「完全沒影響」和「影響很小」者，以下皆同），16.83% 民眾認為風險較大（包括回答「影響非常大」和「影響很大」者，以下皆同）。由懸殊的比例可得知，近四分之三的受訪者認為 AI 科技所帶來的風險對自己影響不大。

³² Toreini, E., Aitken, M., Coopamootoo, K., Elliott, K., Zelaya, C. G., & Van Moorsel, A. (2020, January). The relationship between trust in AI and trustworthy machine learning technologies. In *Proceedings of the 2020 conference on fairness, accountability, and transparency* (pp. 272-283).

³³ <https://www.parenting.com.tw/article/5080978>

³⁴ Chung, M., & Kim, N. (2021). When I learn the news is false: How fact-checking information stems the spread of fake news via third-person perception. *Human Communication Research*, 47(1), 1-24.

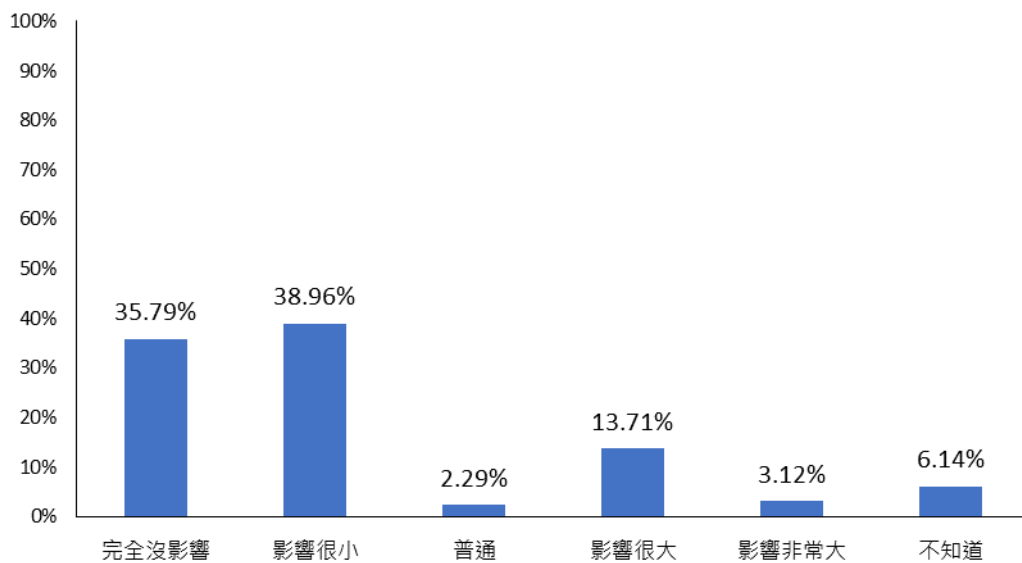
表 四-47 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險

	次數	百分比
完全沒影響	678	35.79%
影響很小	738	38.96%
普通	43	2.29%
影響很大	260	13.71%
影響非常大	59	3.12%
不知道	116	6.14%
總計	1895	100.00%

Q21：目前AI人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。

請問您認為，這對您個人有沒有影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1895（雙底冊，排除拒答及未上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1895（雙底冊，排除拒答及未上網者）

圖 四-45 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險

進一步從人口變項分析，發現性別與感知 AI 科技對自身的風險具有顯著差異（ $\chi^2(5)=21.13, p=.001$ ），女性樣本中有 18.71% 民眾認為風險影響大，男性樣

本則占 15.00%。至於年齡，也呈現顯著差異 ($\chi^2(25)=179.66, p<.001$)，70 歲以上認為 AI 科技對自己的風險較大的民眾占該群體樣本的比例為 12.92%，其餘年齡群組樣本中認為對自身風險大的比例都落在 16%至 18%左右。

教育程度對感知 AI 對自身風險影響也達到顯著差異 ($\chi^2(25)=237.99, p<.001$)，以專科 (24.46%) 比例為最高，其次依序為研究所 (20.64%)、大學 (17.42%)、高中職 (13.97%)、國 (初) 中/初職 (12.37%)、小學及以下 (10.67%)。在居住地區的方面則無顯著差異 ($\chi^2(25)=31.63, p=.169$)，認知 AI 科技對自身風險由大到小依序為桃竹苗、高屏澎金馬、雲嘉南、北北基、中彰投、宜花東；偏鄉或非偏鄉居民的樣本也未展現出顯著差異 ($\chi^2(5)=5.10, p=.404$)。

表 四-48 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險影響大者在人口變項的分布

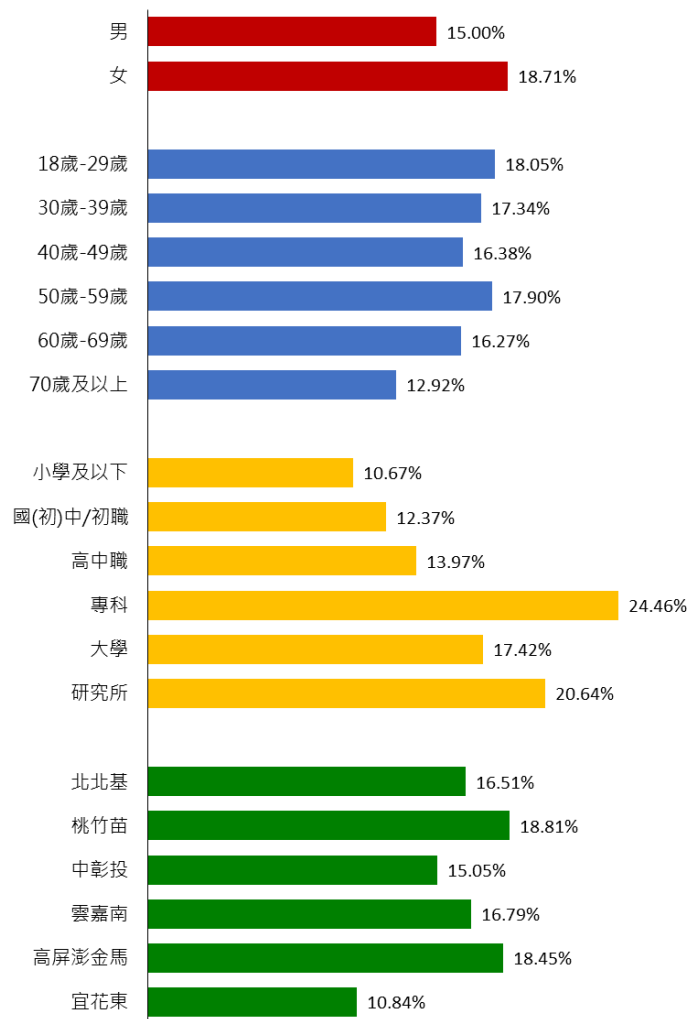
	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=21.13, p=.001$		
男	143	15.00%
女	176	18.71%
年齡 $\chi^2(25)=179.66, p<.001$		
18-29歲	63	18.05%
30-39歲	60	17.34%
40-49歲	67	16.38%
50-59歲	63	17.90%
60-69歲	48	16.27%
70歲以上	19	12.92%
教育程度 $\chi^2(25)=237.99, p<.001$		
小學及以下	8	10.67%
國（初）中/初職	24	12.37%
高中職	76	13.97%
專科	57	24.46%
大學	115	17.42%
研究所	39	20.64%
居住地區 $\chi^2(25)=31.63, p=.169$		
北北基	93	16.51%
桃竹苗	60	18.81%
中彰投	54	15.05%
雲嘉南	44	16.79%
高屏澎金馬	57	18.45%
宜花東	9	10.84%

Q21：目前AI人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。

請問您認為，這對您個人有沒有影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1895（雙底冊，排除拒答及未上網者）。

註：「感知AI科技對自身的風險影響大」的計算方式為Q21勾選「影響很大」、「影響非常大」的受訪者。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1895（雙底冊，排除拒答及未上網者）。

圖 四-46 台灣民眾感知 AI 科技對自身的風險影響大者在人口變項的分布

2. 主觀 AI 風險對他人的影響

接著，為探討受訪者主觀認知 AI 科技對他人所產生的影響，我們詢問：

「目前 AI 人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。請問您認為，這對一般大眾有沒有影響？」³⁵結果發現大多台灣民眾傾向影響較

³⁵ Chung, M., & Kim, N. (2021). When I learn the news is false: How fact-checking information stems the spread of fake news via third-person perception. *Human Communication Research*, 47(1), 1-24.

大。共計 62.10%民眾認為 AI 科技會他人的風險影響較大，21.26%民眾則認為影響較小，差距相當大，顯示普遍台灣民眾認為 AI 科技的風險對他人影響很大。

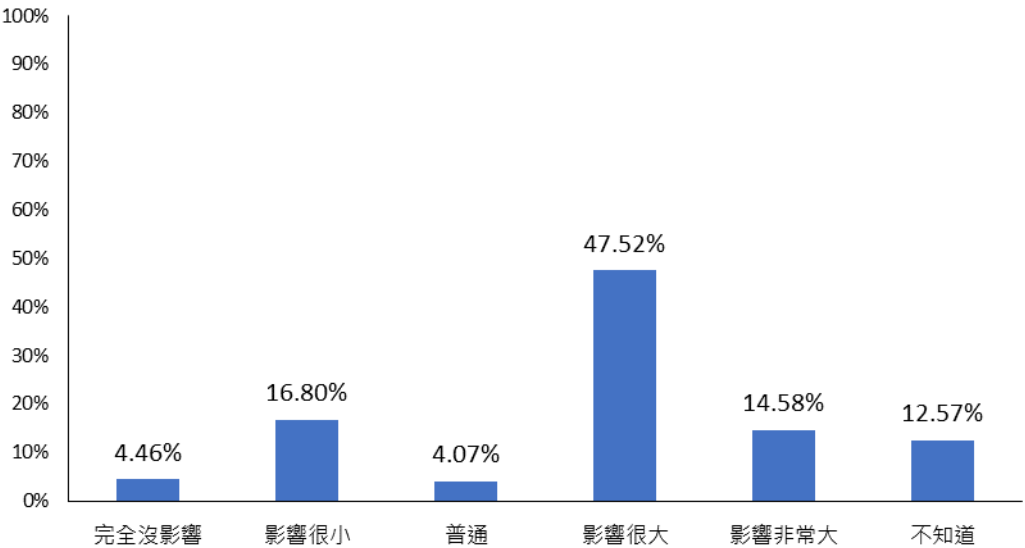
表 四-49 台灣民眾感知 AI 風險對他人的影響

	次數	百分比
完全沒影響	84	4.46%
影響很小	316	16.80%
普通	77	4.07%
影響很大	894	47.52%
影響非常大	274	14.58%
不知道	237	12.57%
總計	1881	100.00%

Q22：目前AI人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。

請問您認為，這對於一般大眾會造成多大的影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1881（雙底冊，排除拒答及未上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1881（雙底冊，排除拒答及未上網者）

圖 四-47 台灣民眾感知 AI 風險對他人的影響

在性別方面，男性樣本中主觀認為 AI 科技對他人的風險影響較大者的比例有 60.44%，女性有 63.74%，但未達顯著差異 ($\chi^2(5)=6.59, p=.253$)。再來，年齡與對他人的風險感知具有顯著差異 ($\chi^2(25)=178.25, p<.001$)，且呈現分佈較為不均，感知 AI 科技對他人風險較大所占樣本的比例由高至低分別為 50 至 59 歲 (67.72%)、30 至 39 歲 (66.67%)、70 歲以上 (64.09%)、18 至 29 歲 (63.22%)、40 至 49 歲 (59.11%)、60 至 69 歲 (52.05%)。

教育程度與 AI 科技對他人的風險感知呈現顯著差異 ($\chi^2(25)=193.05, p<.001$)，且隨著教育程度提高而遞增。最高學歷為研究所的國民認為 AI 科技對他人的風險影響較大的比例有 71.96%，為所有教育程度群體中最高，而小學及以下的群組感知對他人風險較大的比例僅有 43.24%。居住地區亦達顯著差異 ($\chi^2(25)=44.76, p=.009$)，宜花東的民眾樣本中僅有 47.56% 感知 AI 科技對他人風險較大，北北基、桃竹苗、中彰投、雲嘉南、高屏澎金馬等地區居民則各占六成左右；居住在偏鄉或非偏鄉地區也和感知 AI 對他人的風險有顯著關聯 ($\chi^2(5)=21.63, p=.001$)，對他人風險大者在非偏鄉樣本中占有 62.56%，比偏鄉所占比例 (46.93%) 更多。

表 四-50 台灣民眾感知 AI 科技對他人的風險影響大者在人口變項的分布

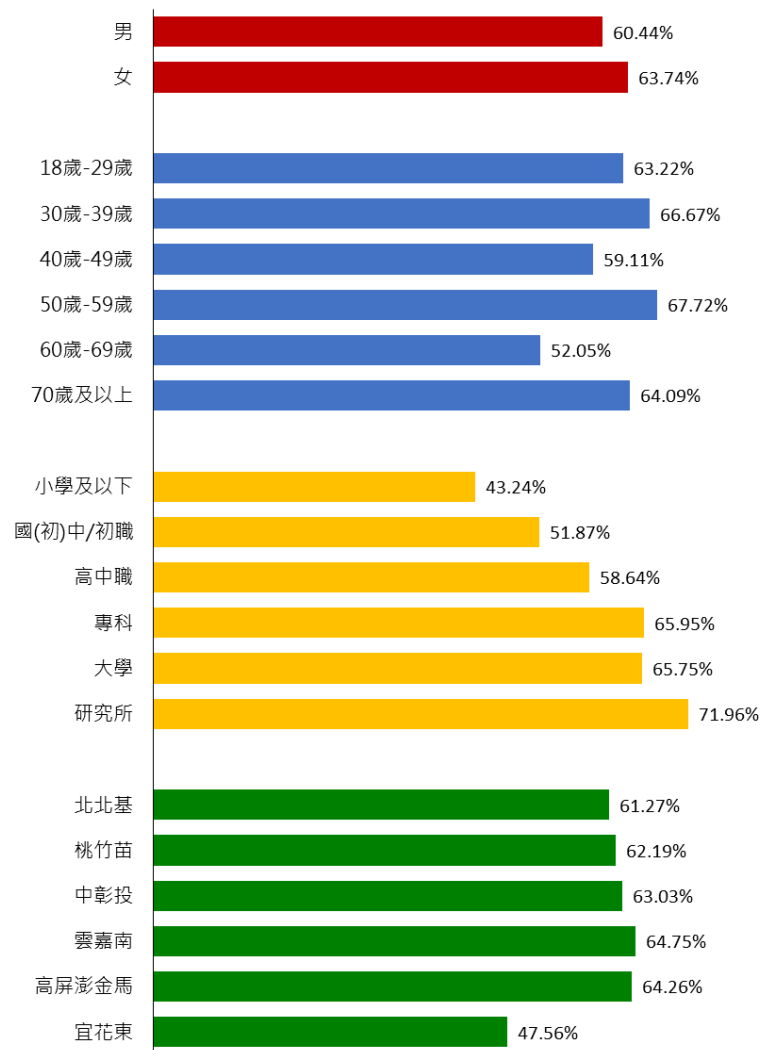
	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=6.59, p=.253$		
男	573	60.44%
女	594	63.74%
年齡 $\chi^2(25)=178.25, p<.001$		
18-29歲	220	63.22%
30-39歲	228	66.67%
40-49歲	240	59.11%
50-59歲	237	67.72%
60-69歲	153	52.05%
70歲以上	91	64.09%
教育程度 $\chi^2(25)=193.05, p<.001$		
小學及以下	32	43.24%
國（初）中/初職	97	51.87%
高中職	319	58.64%
專科	153	65.95%
大學	432	65.75%
研究所	136	71.96%
居住地區 $\chi^2(25)=44.76, p=.009$		
北北基	340	61.27%
桃竹苗	199	62.19%
中彰投	225	63.03%
雲嘉南	169	64.75%
高屏澎金馬	196	64.26%
宜花東	39	47.56%

Q22：目前AI人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。

請問您認為，這對於一般大眾會造成多大的影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1881（雙底冊，排除拒答及未上網者）

註：「感知AI科技對他人的風險影響大」的計算方式為Q22勾選「影響很大」、「影響非常大」的受訪者。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：1881（雙底冊，排除拒答及未上網者）

圖 四-48 台灣民眾感知 AI 科技對他人的風險影響大者在人口變項的分布

綜合兩題調查結果，台灣民眾對於 AI 科技對自己和對他人的風險感知有很大不同。台灣民眾在感知 AI 對自身影響時普遍樂觀，超過七成認為影響較小，其中有三成以上認為自己完全不受影響；但在評估 AI 對一般社會大眾的影響時，卻有超過六成民眾認為影響較大，僅有兩成民眾認為影響較小。從人口變項來看，年齡和教育程度是較顯著的影响指標。AI 風險感知在年齡的分佈上較不平均，其中值得注意的是 70 歲以上人口在感知 AI 科技對自身影響時僅有一成多的民眾認為有影響，但同一群體在評估 AI 對他人影響時卻有六成多人口認

為有較大風險，顯示高年齡族群在看待 AI 風險議題時對自身與他人可能具有偏見，容易評估自身影響時過於樂觀。而在教育程度差異上，無論是對自身或對他人的風險感知都隨著最高學歷遞減而遞減，表示較高學歷者對於 AI 科技風險更具警覺性。總結以上，提高中高年齡族群及教育程度較低者對這些風險問題的認識及理解是當務之急，近年來 AI 技術（deep fake）已進展到能夠模擬特定真人生成假聲音、動態影像進行錢財詐騙，而這群數位弱勢成為詐騙集團鎖定目標³⁶。建議未來加強對 AI 技術偏見的宣導和錯誤資訊的提醒，像是舉辦生成式 AI 辨識工作坊，教導民眾辨識 AI 圖片及文章的矛盾處，提升對 AI 的敏感度。

五、台灣民眾對於規範 AI 科技的看法

最後，我們希望透過調查目前台灣民眾對 AI 科技規範的支持與否，以及該由什麼樣的機構、實體或對象制定規範。研究結果將有助於了解民眾對於不同機構的信任程度，以此推估當今合適的責任分配，確保 AI 技術的發展和應用能夠在公平、安全的框架下進行，促進各界對於規範治理的共同參與、合作，並讓各方利益得到平衡³⁷。

在調查中，我們詢問受訪者：「請問您認為 AI 人工智慧產品或服務最應該受到以下何者的規範？」³⁸調查結果顯示，支持制定規範的台灣民眾（包括回答「政府機關」、「民間獨立機構」、「製造、發行的企業」者，以下皆同）占總樣本的 73.10%，認為不需規範的民眾則占 21.30%（包括回答「使用者自律」和「不應該有規範」者，以下皆同）。其中，支持制定規範中以「政府機關」為最多，占總樣本超過五成；屬於不支持制定規範的使用者自律為次多，占近兩

³⁶ <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/10726>

³⁷ https://www.twse.com.tw/market_insights/zh/detail/8a8216d6904d181101905e34532c006e

³⁸ Salwen, M. B., & Dupagne, M. (1999). The third-person effect: Perceptions of the media's influence and immoral consequences. *Communication Research*, 26(5), 523-549.

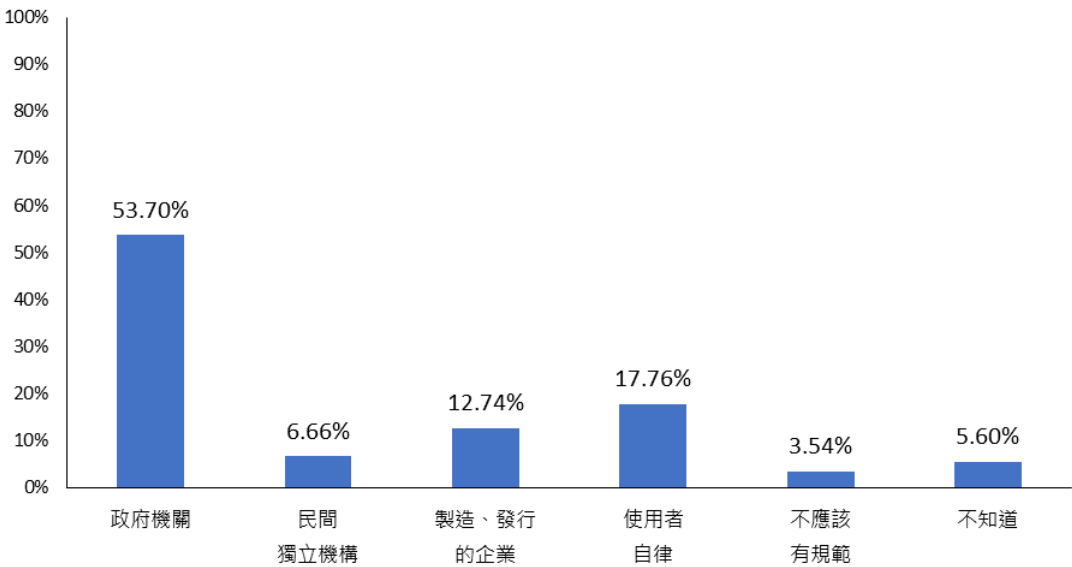
成（17.76%）。這顯示了台灣民眾傾向制定規範來約束 AI 科技的創用，而且這群支持者多認為應由政府機關進行管理，但是同時也有少數民眾認為使用者自律即可。總的來說，政府宜參考國外相關法律以訂定國內各行各業的 AI 應用規範，例如，醫療人員利用 AI 輔助病症判定或治療時應明確告知患者並獲取同意，或是全自駕系統的無人車肇事責任歸屬判斷等。藉由制定嚴謹明確的法規與標準才能確保 AI 科技的進步不會損害公眾利益。

表 四-51 台灣民眾對 AI 科技受規範的支持意向

	次數	百分比
政府機關	1014	53.70%
民間獨立機構	126	6.66%
製造、發行的企業	240	12.74%
使用者自律	335	17.76%
不應該有規範	67	3.54%
不知道	106	5.60%
總計	1881	100.00%

Q23：請問您認為AI人工智慧產品或服務最應該受到以下何者的規範？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1888（雙底冊，排除拒答及未上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1888（雙底冊，排除拒答及未上網者）

圖 四-49 台灣民眾對 AI 科技受規範的支持意向

從性別、年齡、教育、居住地區等人口變項進一步分析，首先發現性別與 AI 科技規範的支持意向具有顯著差異 ($\chi^2(5)=29.02, p<.001$)，男性樣本中的支持者占 73.50%，略高於女性的 72.69%。再來，不同年齡族群對 AI 規範訂定的支持與否亦達顯著差異 ($\chi^2(25)=194.30, p<.001$)，但支持意向在年齡分佈上較不均勻，以 18 至 29 歲青年族群 (64.37%) 和 60 至 69 歲老年族群 (67.58%) 在樣本中的支持者占比較低，其餘年齡群組的支持者皆在七成以上。60 至 69 歲老年族群有此段差距可能是因為回答「不知道」的受訪者高達 11.95%。另外，18 至 29 歲群組裡認為 AI 應受政府機關規範的民眾僅占 37.07%，認為使用者自律者占 28.45%，而其他群組中同樣認為應由政府機關制定規範的支持者占比約有五、六成，使用者自律者占比皆在兩成以下。這些分析結果顯示，相較於中老年族群傾向相信政府機關能良好管理 AI 科技，年輕族群對主管對象與支持意向的表態則相當分散，年輕支持者認為政府、發行的企業應給予規範，同時有不少年輕受訪者認為使用者自律即可達到良好效果。

至於在教育程度方面，對於 AI 規範支持意向也有顯著差異 ($\chi^2(25)=251.23, p<.001$)，且支持者人數隨著教育程度提高而有增加的情況。專科 (83.48%)、研究所 (83.06%)、大學 (76.78%) 群組中皆有八成左右的支持者，且這些支持者大多信賴政府機關作為規範的機關，其次是製造、發行的企業，再來是民間獨立機構；而國 (初) 中/初職 (54.64%)、小學及以下 (47.95%) 則有五成左右的支持者，且他們都集中認為 AI 應受政府機關規範。此研究結果可能與前述的 AI 風險感知有關，較高教育程度的台灣民眾對自身或他人的 AI 風險感知較高、較具有警覺意識，可能因此愈支持 AI 科技的規範。

最後，居住地區對於 AI 科技規範的支持與否並未呈現顯著差異 ($\chi^2(25)=35.79, p=.075$)，北北基、桃竹苗、中彰投、雲嘉南、高屏澎金馬皆有七成

以上受訪者支持制定 AI 規範，宜花東支持者則占六成；居住在偏鄉或非偏鄉地區也沒有顯著差異 ($\chi^2(5)=4.61, p=.465$)，非偏鄉受訪者中有 73.12% 支持訂定相關規範，偏鄉受訪者中的支持者則占 72.55%。

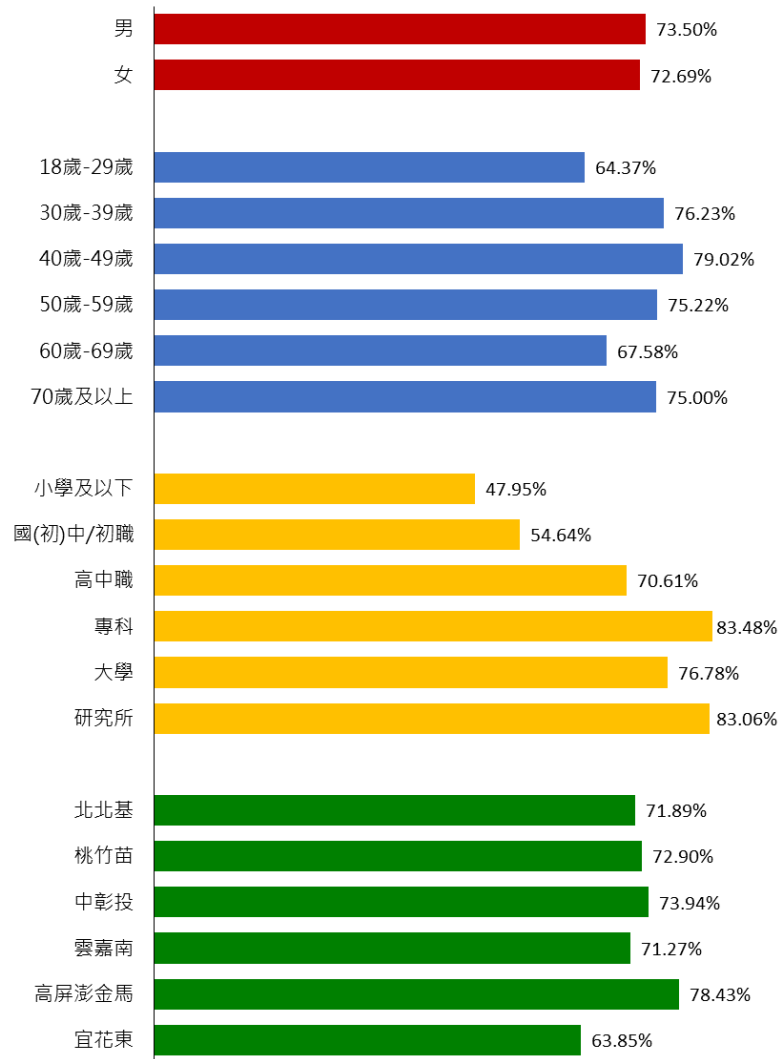
表 四-52 台灣民眾支持 AI 科技規範在人口變項的分布

	次數	百分比
性別 $\chi^2(5)=29.02, p<.001$		
男	696	73.50%
女	684	72.69%
年齡 $\chi^2(25)=194.30, p<.001$		
18-29歲	224	64.37%
30-39歲	263	76.23%
40-49歲	320	79.02%
50-59歲	264	75.22%
60-69歲	198	67.58%
70歲以上	111	75.00%
教育程度 $\chi^2(25)=251.23, p<.001$		
小學及以下	35	47.95%
國（初）中/初職	106	54.64%
高中職	382	70.61%
專科	192	83.48%
大學	506	76.78%
研究所	157	83.06%
居住地區 $\chi^2(25)=35.79, p=.075$		
北北基	404	71.89%
桃竹苗	234	72.90%
中彰投	264	73.94%
雲嘉南	186	71.27%
高屏澎金馬	240	78.43%
宜花東	53	63.85%

Q23：請問您認為AI人工智慧產品或服務最應該受到以下何者的規範？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1888（雙底冊，排除拒答及未上網者）

註：「支持AI科技規範」的計算方式為Q23勾選「政府機關」、「民間獨立機構」、「製造、發行的企業」的受訪者。



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
 樣本數：1888（雙底冊，排除拒答及未上網者）

圖 四-50 台灣民眾支持 AI 科技規範在人口變項的分布

第四節 台灣民眾對國家層級網路攻擊之風險感知

當前全球的數位經濟快速發展，驅動了資訊科技的蓬勃發展，然而這也帶來了越來越多的網路攻擊威脅。以趨勢科技 2023 年度網路安全報告 為例，該年全球共攔截到 1610 億次威脅，較前一年增加了 10%，創歷史新高。全球各地的企業和組織面臨著不斷變化和日益複雜的數位攻擊。這些攻擊不僅僅對技術基礎設施構成挑戰，更直接影響全球網路安全和企業運營的穩定性。

根據世界經濟論壇「2024 全球風險報告」，網路攻擊（Cyberattacks）為目前全球第五大風險，僅次於極端氣候、AI 產生的假訊息或錯誤訊息、社會或是政治的極化、生活成本提高，且預期網路攻擊會隨著 AI 技術的發展而越趨嚴重。而台灣因為地緣政治因素特殊，也成為網路攻擊的重點目標。微軟

（Microsoft）2023 年數位防禦報告 調查指出全球駭客攻擊鎖定熱區，台灣躍居亞太地區攻擊熱點第 2 名，排名僅次於南韓。2022-23 年間，台灣遭遇了多起嚴重的網路安全事件，許多企業和政府機構都成為了攻擊的目標，導致敏感資料外洩和系統遭受破壞，這些事件再再顯示出數位安全的重要性，更提醒了台灣各方應加強其網路安全措施，包括提升技術防禦和加強教育培訓，以應對多樣的網路威脅。

雖然台灣受到認知作戰的影響甚鉅，但關於民眾對於境外網路攻擊的看法與風險感知，尚無具代表性的樣本可提供參考。因此，本題組以台灣為情境，調查民眾對網路攻擊的態度，以及對政府應對能力的信心，希冀調查結果能做為未來政策制定與公眾溝通的參考。

一、台灣民眾對基礎設施網路攻擊的風險感知

本調查首先詢問受訪者「未來一年，台灣政府或基礎設施（例如電網、電信）可能面臨境外網路攻擊」，回答選項為 1-5 的李克特量表，1 代表非常不重要，5 則代表非常重要。調查結果指出，近七成五（74.72%）的受訪者認為未

來一年內，台灣政府或基礎設施（例如電網、電信）可能面臨境外網路攻擊，可能和非常可能的比例分別為 31.16%和 43.56%。認為不可能或非常不可能受到攻擊的比例僅一成（10.58%）。

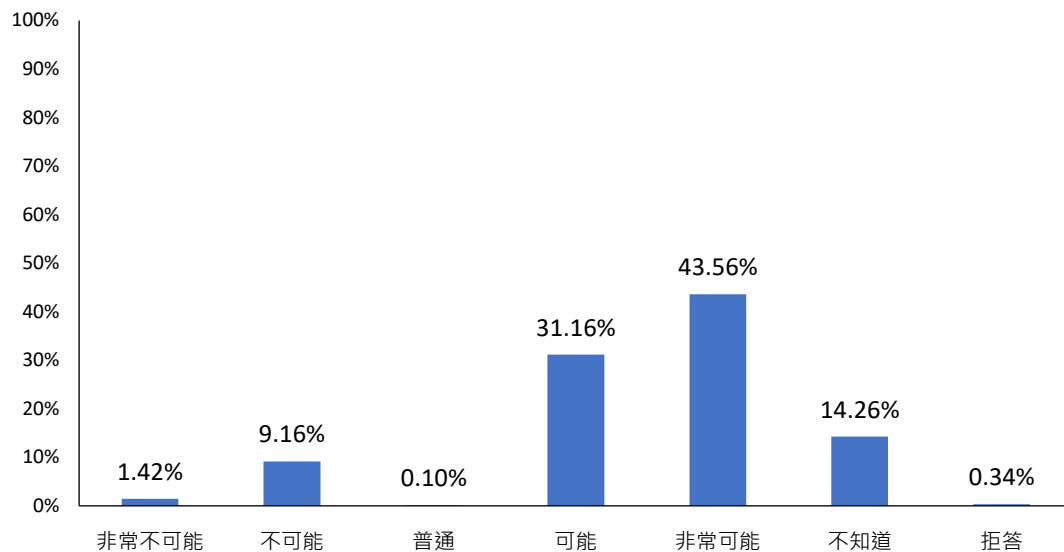
值得注意的是此題中表示「不知道」的比例為 14.26%，顯示有一定比例的民眾不清楚網路攻擊，或尚未認知到網路攻擊議題的嚴重性。此現象在年長者及教育水準越較低的民眾當中特別明顯，在 70 歲以上的長者當中，回答「不知道」的比例佔了 43.09%，而在國小及以下學歷族群中，回答「不知道」的比例則佔 60.57%。

表 四-53 台民眾對台灣政府或基礎設施面臨境外網路攻擊的風險感知

	次數	百分比
非常不可能	30	1.42%
不可能	197	9.16%
普通	2	0.10%
可能	669	31.16%
非常可能	935	43.56%
不知道	306	14.26%
拒答	7	0.34%
總計	2,147	100.00%

Q27、請問您是否認為：「未來一年，台灣政府或基礎設施（例如電網、電信）可能面臨境外網路攻擊」

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-51 民眾對台灣政府或基礎設施面臨境外網路攻擊的風險感知

二、台灣民眾對於實際網路攻擊事件的熟悉程度

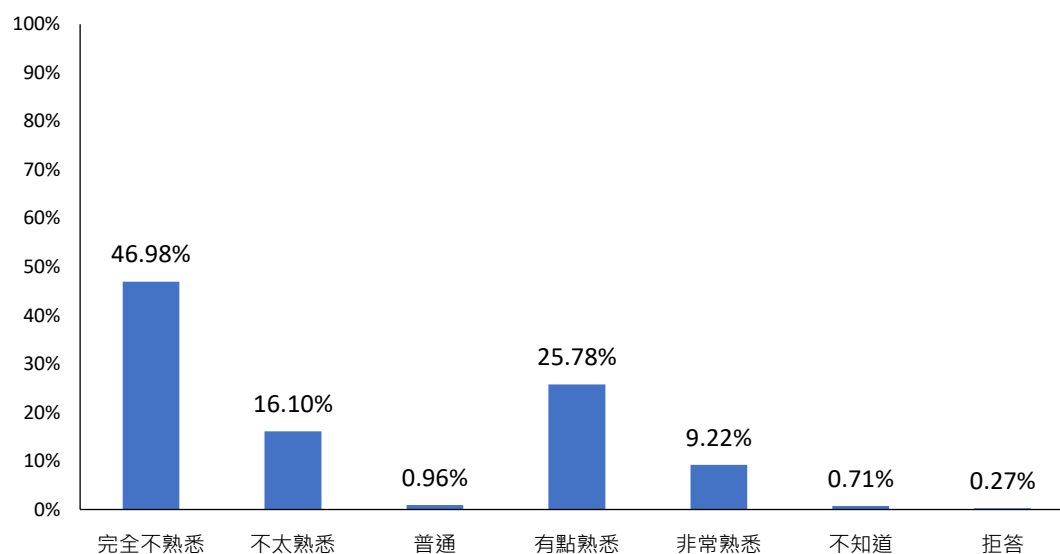
台灣在近年來發生多次網路攻擊事件，本調查選擇了兩個案例，來測量受訪者的熟悉度，第一則為政治與外交事件，第二則是企業遭受攻擊事件。首先，2022 年八月美國聯邦眾議院議長裴洛西(Nancy Pelosi) 訪台時，超商及鐵路局的螢幕看板都出現謾罵裴洛西的簡體字，本調查詢問民眾是否熟悉此事件，受訪者回答的選項為 1-5 的李克特量表，1 代表非常不熟悉，5 則代表非常熟悉。結果顯示，超過六成（63.08%）的民眾表示完全不熟悉（46.98%）或不太熟悉（16.10%），另外約三成五的民眾則表示有點熟悉（25.78%）或非常熟悉（9.22%）。此題項僅在性別具有統計上顯著之差異，一般而言，女性對此事件較不熟悉。

表 四-54 民眾對「裴洛西訪台」期間的境外網路攻擊事件熟悉程度

	次數	百分比
完全不熟悉	1,009	46.98%
不太熟悉	346	16.10%
普通	21	0.96%
有點熟悉	553	25.78%
非常熟悉	198	9.22%
不知道	15	0.71%
拒答	6	0.27%
總計	2,147	100.00%

Q28、「美國聯邦眾議院議長裴洛西（Nancy Pelosi）於2022年8月訪台，當時超商及鐵路局的螢幕看板都出現謾罵裴洛西的簡體字。」請問您熟悉此一事件嗎？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-52 民眾對「裴洛西訪台」期間的境外網路攻擊事件熟悉程度

接著，當詢問民眾是否熟悉近幾年國內航空公司(包含長榮與華航)曾發生駭客在網路上不當曝光會員個資，藉以勒索航空公司的情況，七成民眾

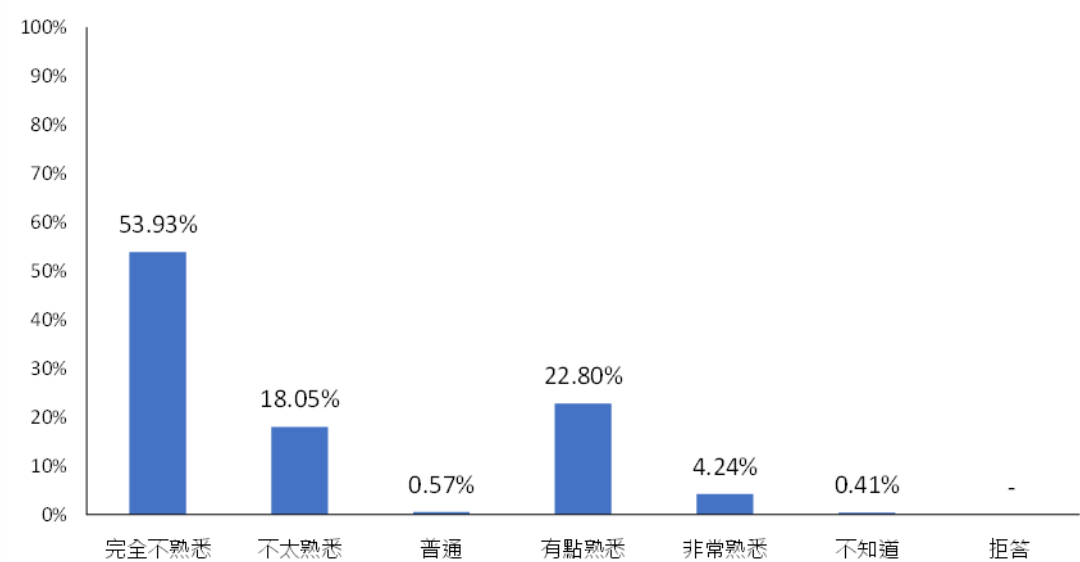
(71.98%) 表示完全不熟悉 (53.93%) 和不太熟悉 (18.05%)，而兩成七的民眾表示有點熟悉 (22.8%) 和非常熟悉 (4.24%)。綜合而言，兩題調查結果皆顯示不熟悉網路攻擊事件的民眾比例偏高。

表 四-55 民眾對國內航空公司遭網路攻擊而外洩會員個資事件的熟悉程度

	次數	百分比
完全不熟悉	1,158	53.93%
不太熟悉	388	18.05%
普通	12	0.57%
有點熟悉	489	22.80%
非常熟悉	91	4.24%
不知道	9	0.41%
總計	2,147	100.00%

Q29、「最近幾年國內航空公司（包含長榮與華航）曾發生駭客在網路上不當曝光會員個資，藉以勒索航空公司的情況」請問您熟悉此一事件嗎？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-53 民眾對國內航空公司遭網路攻擊而外洩會員個資事件的熟悉程度

三、民眾對政府因應網路攻擊的信心

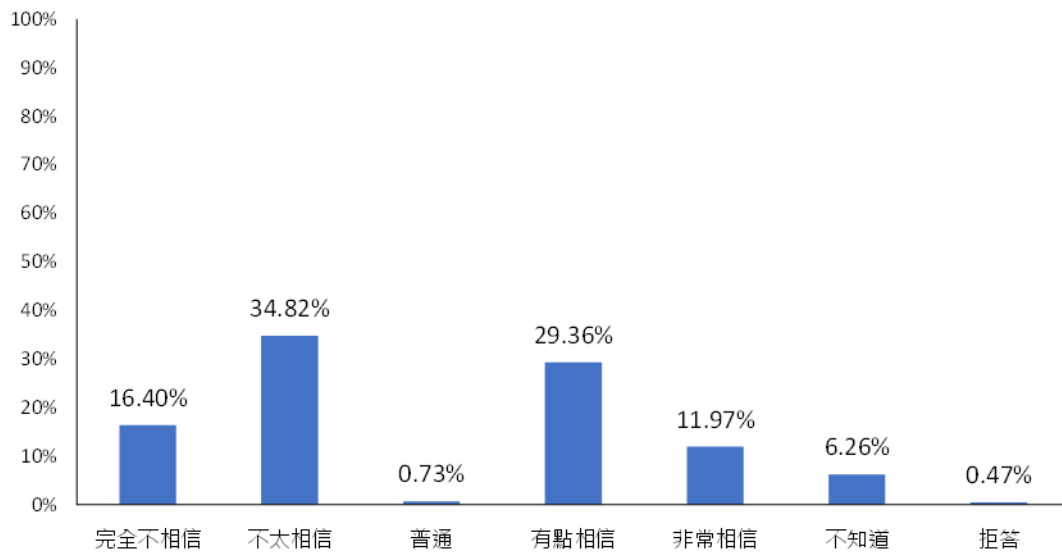
本調查詢問民眾是否「相信政府有能力應對各種類型的網路攻擊」，回答的選項為 1-5 的李克特量表，1 代表完全不相信，5 則代表非常相信。結果顯示，五成（51.22%）受訪者表示完全不相信（16.40%）或不太相信（34.82%），四成（41.33%）則表示有點相信（29.36%）或非常相信（11.07%）。值得注意的是，雖然調查結果似乎顯示教育程度高者較不相信政府的應對能力，但事實上是教育程度較低的受訪者有較高的比例回答「不知道」，特別是小學及以下的族群，有超過三成（33.98%）無法判斷政府的應對能力。此外，70 歲以上的受訪者有超過五成（53.17%）相信政府具有能力因應網路攻擊，但也有兩成（21.79%）回答不知道。

表 四-56 台灣民眾對政府有能力應對各種類型的網路攻擊的信任程度

	次數	百分比
完全不相信	352	16.40%
不太相信	748	34.82%
普通	16	0.73%
有點相信	630	29.36%
非常相信	257	11.97%
不知道	134	6.26%
拒答	10	0.47%
總計	2,147	100.00%

Q30、請問您相不相信政府有能力應對各種類型的網路攻擊嗎？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-54 台灣民眾對政府有能力應對各種類型的網路攻擊的信任程度

整體而言，年長者和教育程度較低者，不僅對於台灣遭受網路攻擊的現況較不了解，亦無法評估政府是否具備應對能力，是值得特別關注的兩個群體。此外，民眾對政府的信心呈現極化狀態，不相信政府有能力應對網路攻擊的比例稍高於相信的比例，此發現可能和台灣現有的防範法規制度較不為民眾熟悉有關。

四、民眾的民主信念

網路攻擊具有操弄、干擾或破壞的目的，而此類攻擊最大的意義，在於影響民意（Huff & Kertzer, 2018）。易言之，在面對攻擊的威脅時，人們會不會傾向選擇較為集權的政黨或政治人物？接觸攻擊訊息是否會讓民眾產生某些情緒，進而影響對有關當局的施政信心？而為了對抗網路攻擊、確保安全，人們會不會為了妥協，而願意犧牲某些公民權利或民主價值，進而落入攻擊者的圈套？研究顯示，接觸網路攻擊訊息會激發民眾的憤怒與恐懼，這兩類情緒又會

各自造成不同的後果，雖然憤怒會提升民眾對於處理網路攻擊的信心，恐懼卻會使信心降低（Shandler & Gomez, 2023）。其他研究也指出，接觸網路攻擊會讓民眾產生較為強硬、好戰的政治態度（Canetti et al., 2021）；加劇暴力衝突，以及偏好會犧牲個人自由的嚴格法律（Kreps & Schneider，2019）。

本調查詢問民眾對於兩種因應方式的接受程度，第一題詢問民眾對於「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控 電話通話、電子郵件及社群媒體對話」的同意程度，回答的選項為 1-5 的李克特量表，1 代表非常不同意，5 則代表非常同意。近七成(68.87%)認為政府不應該監控民眾私人通訊，完全不同意佔比 42.22%，不同意為 26.65%。約兩成民眾（23.28%）同意（15.88%）或非常同意(7.4%)政府監控。此題在性別及教育程度達統計顯著。

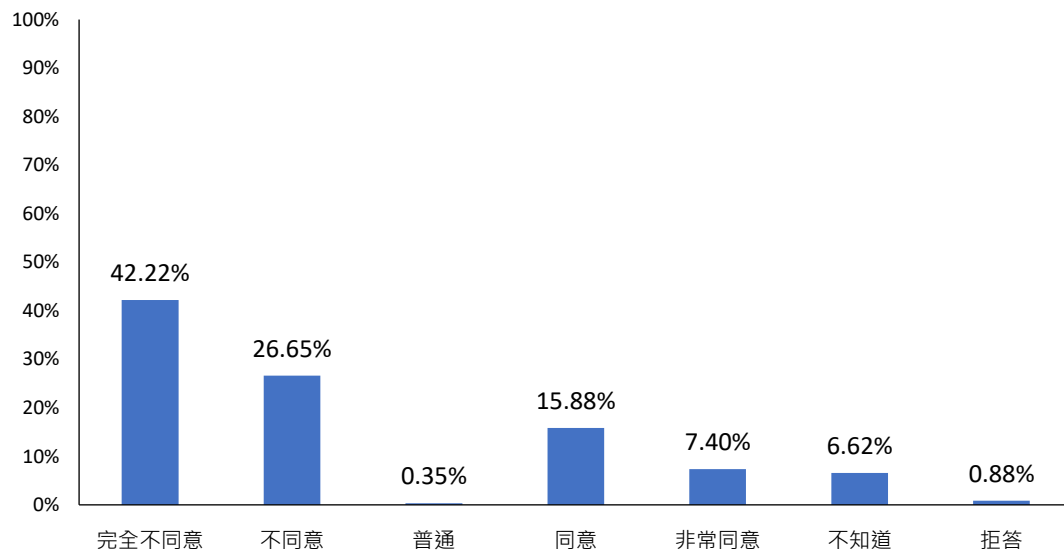
在具有小學及以下學歷的受訪者中，約四成（40.59%）不知道政府是否應該監控私人通訊。而相較於國中學歷的受訪者約有三分之一（34.30%）同意政府應該被允許監控民眾的日常資訊，具備研究所以上學歷的受訪者中，僅有 14.12%同意，顯示教育程度越高者可能對監控行為衍生的風險存有更多疑慮。

表 四-57 台灣民眾對「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控電話通話、電子郵件及社群媒體對話」同意程度

	次數	百分比
完全不同意	906	42.22%
不同意	572	26.65%
普通	7	0.35%
同意	341	15.88%
非常同意	159	7.40%
不知道	142	6.62%
拒答	19	0.88%
總計	2,147	100.00%

Q31、請問您是否同意以下說法：「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控電話通話、電子郵件及社群媒體對話。」

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-55 台灣民眾對「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控電話通話、電子郵件及社群媒體對話」同意程度

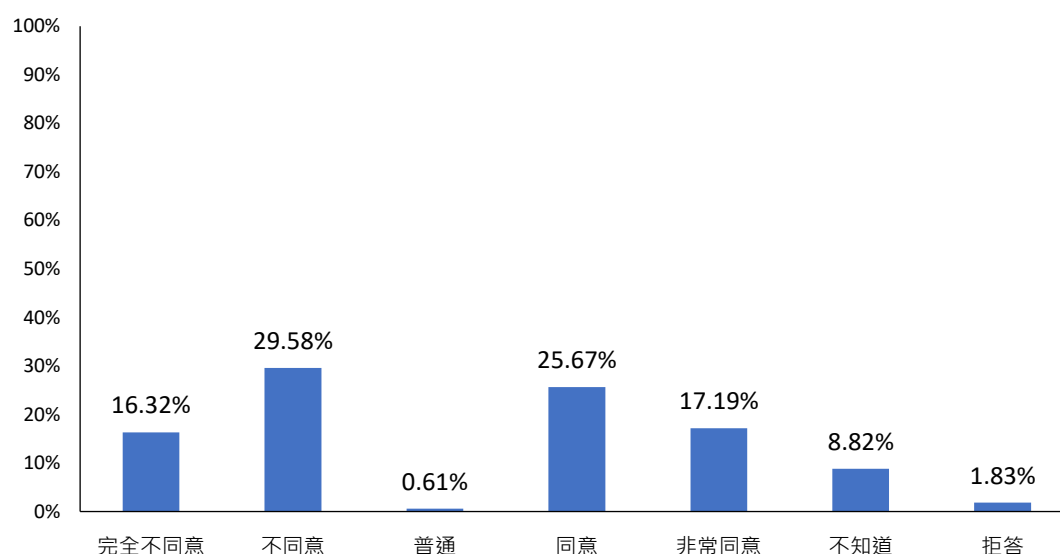
本調查亦詢問民眾是否同意「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取報復或反擊手段」，回答的選項為 1-5 的李克特量表，1 代表非常不同意，5 則代表非常同意。和前一題之調查結果相當，45.9%受訪者完全不同意或者不同意，42.86%表示同意或非常同意，而表示不知道和拒答的佔比有一成（10.65%）。此題在性別、年齡、教育程度及居住地區均達統計顯著。整體而言，男性、年長者較可能同意政府採取報復手段；而教育程度較低者對此題項較難表達具體意見，在小學及以下的族群當中，有高達 40.78%的受訪者回答「不知道」。

表 四-58 台灣民眾對「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取報復或反擊手段」同意程度

	次數	百分比
完全不同意	350	16.32%
不同意	635	29.58%
普通	13	0.61%
同意	551	25.67%
非常同意	369	17.19%
不知道	189	8.82%
拒答	39	1.83%
總計	2,147	100.00%

Q32、請問您是否同意以下說法：「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取報復或反擊手段。」

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-56 台灣民眾對「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取報復或反擊手段」同意程度

五、民眾對網路安全法規之了解

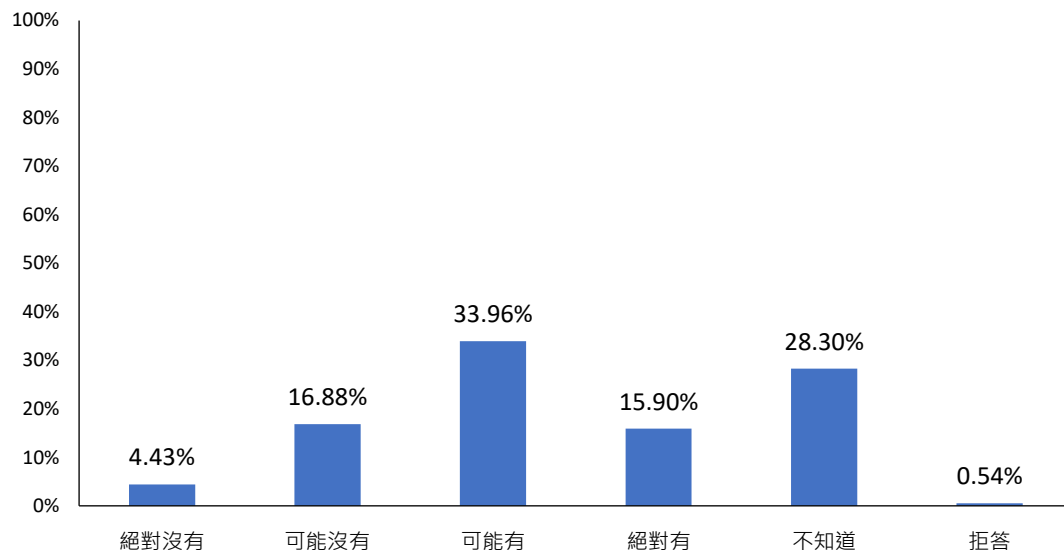
本調查詢問受訪者「根據您的瞭解，目前政府是否已有專門針對資通訊安全而設立的法案？」回答的選項為 1-5 的李克特量表，1 代表絕對沒有，5 則代表絕對有。調查結果指出，僅有約半數民眾（49.86%）知悉台灣已有專門針對資訊和通訊安全而設立的法案，約有二成的民眾（21.31%）表示台灣沒有此類法案，更有高達 28.3% 的民眾回答「不知道」，可見民眾對於現有的法規並不熟悉，此發現或許能解釋為何民眾對於政府處理網路攻擊的能力不太具有信心。和其他題項雷同，年紀較大、教育程度較低的民眾，較有可能回答「不知道」。例如，70 歲以上的長者回答「不知道」的比例接近六成（58.41%），而小學及以下學歷的民眾則有約六成五（64.74%）無法回答此問題。

表 四-59 台灣民眾對資通安全相關法案設立情況的了解程度

	次數	百分比
絕對沒有	95	4.43%
可能沒有	362	16.88%
可能有	729	33.96%
絕對有	341	15.90%
不知道	608	28.30%
拒答	11	0.54%
總計	2,147	100.00%

Q33、根據您的瞭解，目前政府是否已有專門針對資訊和通訊安全而設立的法案？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-57 台灣民眾對資通安全相關法案設立情況的了解程度

第五節 網路言論的影響：對於網路言論的關注與預期效應

隨著不同的網路媒體融入現代人的生活中，過去被視為主導以及影響民眾輿論的傳統新聞媒體，已經退居為現代人每日取得資訊的眾多媒體管道之一，甚至取而代之的是網路上的言論，反倒過來影響新聞媒體的報導內容。常透過各大社群媒體、網路論壇（PTT 與 Dcard）取得每日新聞資訊的個人，可以藉由瀏覽網路上針對公共議題討論而引發的各式發言與留言而直接受到影響。透過傳統新聞媒體獲取每日資訊的個人，則可能因為新聞媒體報導網路上的發言，而間接受到影響。但網軍治國的社會現象，一直未有直接的證據。本節藉由探討個人對於網路言論的關注、評估網路言論對於台灣社會的影響，特別是認為網路言論是否對其他人以及新聞媒體，造成影響，可為這個疑問提出某種程度的解答。

一、對於網路上政治與公眾事務相關言論的關注程度

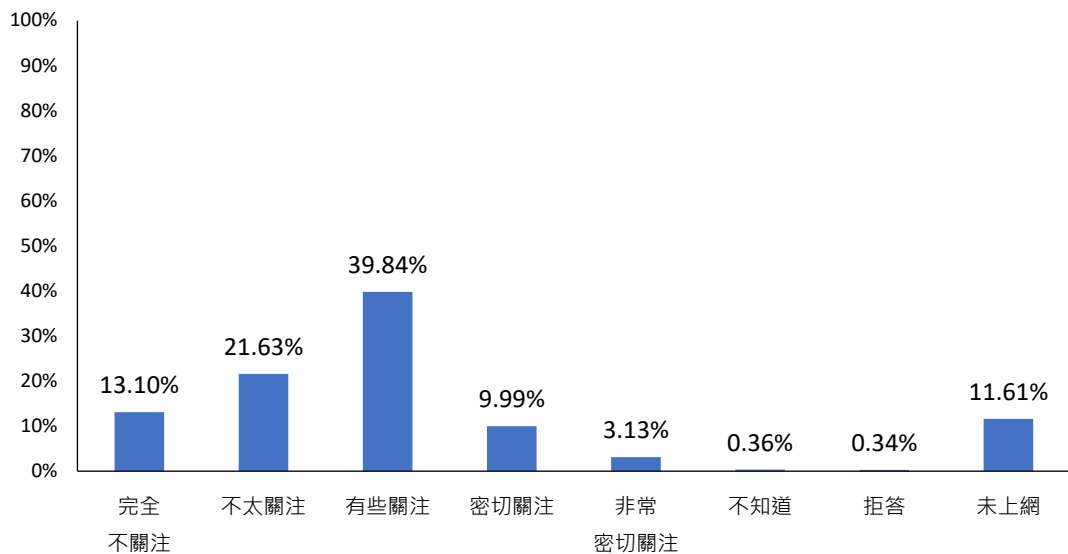
本次調查詢問受訪者，他們是否關注網路上與政治或公共事務相關的發文或留言時，結果有超過半數的人（52.96%）表達關注，包含 39.84%的人回答「有些關注」、9.99%的人「密切關注」以及 3.13%的人「非常密切關注」。

表 四-60 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度

	次數	百分比
完全不關注	281	13.10%
不太關注	464	21.63%
有些關注	855	39.84%
密切關注	214	9.99%
非常密切關注	67	3.13%
不知道	8	0.36%
拒答	7	0.34%
未上網	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q39、請問您是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-58 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度

另外，關注程度呈現年齡差異 ($\chi^2(20)=45.64, p<.001$)：在回答「密切關注」的受訪者當中，18-29 歲、30-39 歲、40-49 歲以及 50-59 歲等四個年齡族群的比例分別為 19.16%、21.03%、19.63%與 21.03%，分佈相對平均。相較之

下，在「有些關注」的選項上，這四個年齡層的比例分別為 18.34%、21.50%、22.31%與 17.87%，以 30-49 歲的民眾比例較高。另外，關注程度也有性別上的差異 ($\chi^2(4)=28.02, p<.001$)，雖然女性在回答「有些關注」的選項上比例較高 (50.76%)，但在「密切關注」以及「非常密切關注」的選項上，男性 (61.68%與 70.15%) 比例則遠高於女性 (38.32%與 29.85%)。

表 四-61 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度在人口變項上的分布

	完全不關注	不太關注	有些關注	密切關注	非常密切關注
性別 ($\chi^2(4)=28.02, p<.001$)					
男	43.06%	49.46%	49.24%	61.68%	70.15%
女	56.94%	50.54%	50.76%	38.32%	29.85%
年齡 ($\chi^2(20)=45.64, p<.001$)					
18-29歲	16.07%	20.91%	18.34%	19.16%	10.45%
30-39歲	12.50%	15.52%	21.50%	21.03%	14.93%
40-49歲	22.50%	19.83%	22.31%	19.63%	22.39%
50-59歲	17.14%	19.61%	17.87%	21.03%	16.42%
60-69歲	23.57%	16.59%	12.50%	13.55%	20.90%
70歲以上	8.21%	7.54%	7.48%	5.61%	14.93%

Q39、請問您是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

另外，關注程度也與網路使用有關 ($\chi^2(16)=41.66, p<.001$)：使用網路頻繁者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」，關注網路言論的比例特別明顯，特別是「幾乎一直上網者」，分別在「有些關注者」、「密切關注者」以及「非常密切關注者」中，佔比 56.84%、60.00%以及 60.61%。綜合這些結果顯示，大多數的民眾對於網路上與公眾事務相關的言論都有一定程度的關注，就年齡與性別分佈而言，以 30-49 歲族群、男性民眾以及頻繁上

網者居多。

表 四-62 台灣民眾關注政治與公眾事務網路言論的程度在網路使用頻率上的分布

	完全不關注	不太關注	有些關注	密切關注	非常密切關注
網路使用頻率 ($\chi^2(16)=41.66, p<.001$)					
幾乎一直上網	48.75%	54.74%	56.84%	60.00%	60.61%
一天數次	35.59%	35.99%	37.08%	33.02%	36.36%
一天一次	6.76%	4.53%	3.63%	2.79%	-
一週數次	5.69%	3.23%	2.11%	2.33%	3.03%
很少	3.20%	1.51%	0.23%	1.86%	-

Q39、請問您是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？以及

Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1,898（雙底冊，上網者樣本）

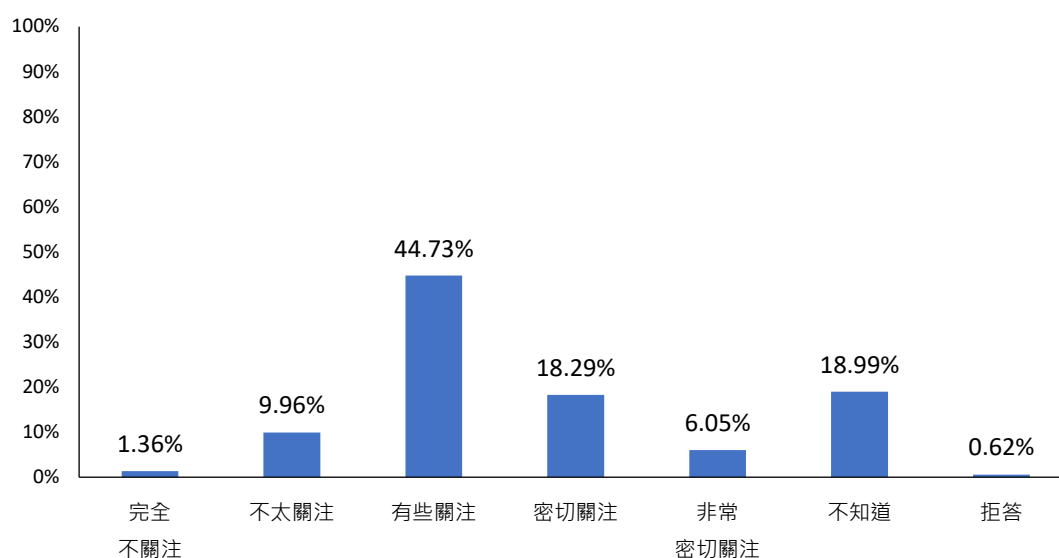
除了自己對於網路公眾事務相關的言論關注之外，本次調查也詢問受訪者認為其他人是否也關注網路上與公眾事務相關的討論，結果顯示，有將近七成的人（69.07%）認為其他人會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言，甚至高於自身對於這些言論的關注比例（52.96%）。這其中，包含 44.73% 的受訪者回答其他人「有些關注」、18.29% 的受訪者認為其他人「密切關注」以及 6.05% 的受訪者認為其他人「非常密切關注」這些網路言論。

表 四-63 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度

	次數	百分比
完全不關注	29	1.36%
不太關注	214	9.96%
有些關注	960	44.73%
密切關注	393	18.29%
非常密切關注	130	6.05%
不知道	408	18.99%
拒答	13	0.62%
總計	2,147	100.00%

Q40、請問您認為其他人是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-59 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度

與上題的趨勢不同，在認為其他人是否關注網路言論的年齡差異上

($\chi^2(20) = 125.96, p < .001$)，18-29歲以及40-49歲民眾的比例較為突出，特別是在「密切關注」的選項上，前者有27.04%、後者有24.74%。而性別的差異

($\chi^2(4)=27.11, p<.001$)，則與上題的趨勢相反，雖然男性與女性受訪者均認為其他人「有些關注」網路上與公眾事務相關的言論（49.84% vs. 50.16%），但相較於男性受訪者，較多的女性受訪者認為其他人「密切關注」（57.00% vs. 男性 43.00%）與「非常密切關注」（60.47% vs. 男性 39.53%）這些網路言論。

表 四-64 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度在人口

變項上的分布

	完全不關注	不太關注	有些關注	密切關注	非常密切關注
性別 ($\chi^2(4)=27.11, p<.001$)					
男	41.38%	62.62%	49.84%	43.00%	39.53%
女	58.62%	37.38%	50.16%	57.00%	60.47%
年齡 ($\chi^2(20)=125.96, p<.001$)					
18-29歲	10.34%	8.92%	19.79%	27.04%	16.92%
30-39歲	17.24%	14.08%	19.69%	21.94%	13.85%
40-49歲	3.45%	18.31%	21.56%	24.74%	17.69%
50-59歲	10.34%	18.78%	19.58%	13.52%	17.69%
60-69歲	37.93%	24.88%	12.92%	7.40%	17.69%
70歲以上	20.69%	15.02%	6.46%	5.36%	16.15%

Q40、請問您認為其他人是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

另外，認為其他人關注網路言論的程度與受訪者自身的網路使用相關

($\chi^2(20)=91.67, p<.001$)：使用網路頻繁者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」，認為其他人會關注網路言論的比例特別明顯，特別是「幾乎一直上網者」，分別在「有些關注者」、「密切關注者」以及「非常密切關注者」中，佔比 53.44%、57.14%以及 56.92%。總結而言，大多數的民眾認為其他人會關注網路上與政治或公眾事務相關的言論，尤以 18-29 歲以及 40-

49 歲族群、女性民眾以及頻繁上網者更為明顯。

表 四-65 台灣民眾認為其他人關注政治與公眾事務網路言論的程度在網路

使用頻率上的分布

	完全不關注	不太關注	有些關注	密切關注	非常密切關注
網路使用頻率 ($\chi^2(20)=91.67, p < .001$)					
幾乎一直上網	40.00%	46.95%	53.44%	57.14%	56.92%
一天數次	16.67%	33.33%	35.94%	32.91%	20.00%
一天一次	3.33%	3.29%	3.44%	2.04%	5.88%
一週數次	6.67%	4.23%	1.88%	2.30%	3.08%
很少	-	0.47%	-	0.77%	1.54%

Q40、請問您認為其他人是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？以及 Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

二、政治與公眾事務網路言論之第三人效果

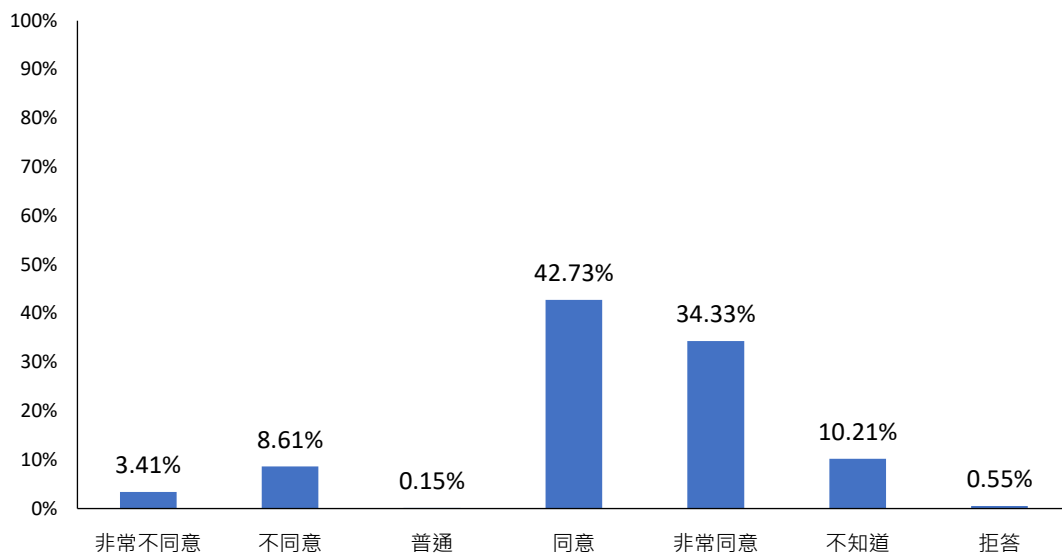
民眾認為其他人會關注網路上與政治或公眾事務相關的言論，也會進而推斷其他人會不會受到這些言論所影響。調查結果顯示，高達七成七左右（77.06%）的受訪者認為其他人會受到網路言論所影響，42.73%的人回答「同意」，34.33%的人回答「非常同意」。

表 四-66 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度

	次數	百分比
非常不同意	73	3.41%
不同意	185	8.61%
普通	3	0.15%
同意	917	42.73%
非常同意	737	34.33%
不知道	219	10.21%
拒答	12	0.55%
總計	2,147	100.00%

Q41、請問您是否同意，其他人會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-60 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度

就年齡分佈上，也出現差異（ $\chi^2(20)=128.42, p<.001$ ）：18-59歲的民眾回答「同意」的比例居多，尤以50-59歲（20.26%）最多，18-29歲（18.95%）以

及40-49歲（18.74%）次之。回答「非常同意者」，則以 18-49歲的民眾佔比最多，其中30-39歲（22.93%）的比例最高，40-49歲（22.52%）以及18-29歲（20.49%）次之。但這部分卻沒有呈現性別差異，男性與女性受訪者回答「同意」（50.54% vs. 49.46%）以及「非常同意」（50.47% vs. 49.53%）的比例接近。

表 四-67 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度
在人口變項上的分布

	非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意
性別					
男	39.73%	52.17%	66.67%	50.54%	50.47%
女	60.27%	47.83%	33.33%	49.46%	49.53%
年齡 ($\chi^2(20)=128.42, p < .001$)					
18-29歲	8.22%	9.19%	-	18.95%	20.49%
30-39歲	10.96%	8.65%	-	15.80%	22.93%
40-49歲	13.70%	16.76%	33.33%	18.74%	22.52%
50-59歲	13.70%	21.62%	66.67%	20.26%	15.47%
60-69歲	26.03%	30.81%	-	15.03%	12.08%
70歲以上	27.40%	12.97%	-	11.22%	6.51%

Q41、請問您是否同意，其他人會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

認為其他人受到網路言論所影響與自身的網路使用有關（ $\chi^2(20)=85.51, p < .001$ ）：過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」在回答「同意」（50.05%、35.88%）以及「非常同意」（57.39%、32.02%）的項目中佔比最高。總結而言，多數的民眾，特別是頻繁上網者，認為其他人會受到網路上與政治或公眾事務相關的言論所影響，年齡分佈則從18歲到59歲皆有，但並無

性別上的差異。

表 四-68 台灣民眾認為其他人會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度
在網路使用頻率上的分布

	非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意
網路使用頻率 ($\chi^2(20)=85.51, p<.001$)					
幾乎一直上網	47.30%	40.32%	-	50.05%	57.39%
一天數次	27.03%	32.26%	100%	35.88%	32.02%
一天一次	6.76%	2.15%	-	2.84%	3.93%
一週數次	5.41%	3.76%	-	2.62%	1.36%
很少	1.35%	1.08%	-	1.20%	0.27%

Q41、請問您是否同意，其他人會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？ 以及 Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

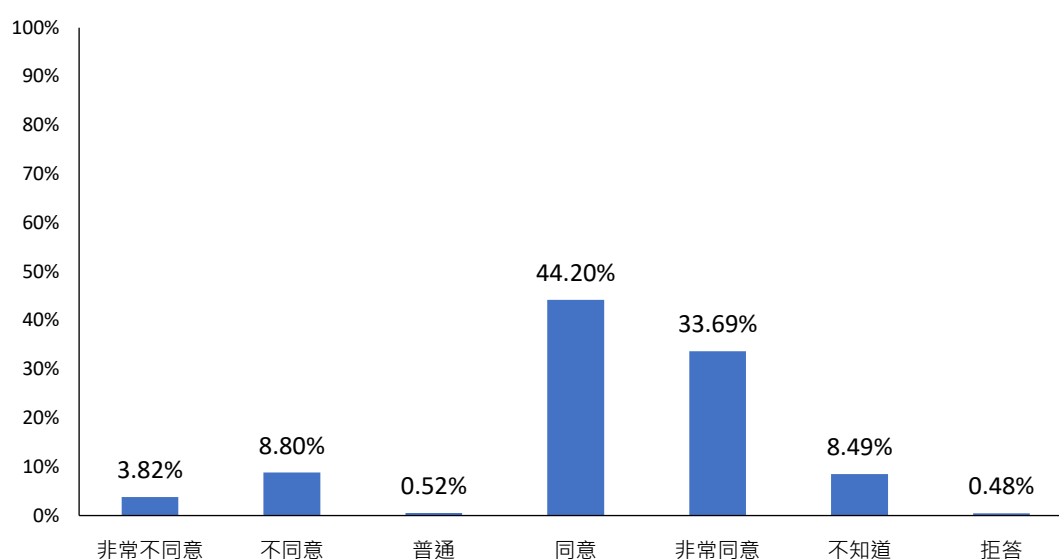
除了對於其他人的影響之外，本次調查同時詢問受訪者認為網路上的言論是否對於新聞媒體造成影響，結果顯示，高達七成八左右（77.89%）的受訪者認為新聞媒體受到這些網路言論所影響，44.20%的人回答「同意」，33.69%的人回答「非常同意」。

表 四-69 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度

	次數	百分比
非常不同意	82	3.82%
不同意	189	8.80%
普通	11	0.52%
同意	949	44.20%
非常同意	723	33.69%
不知道	182	8.49%
拒答	10	0.48%
總計	2,147	100.00%

Q42、請問您是否同意，新聞媒體報導會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-61 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度

就年齡分佈而言，也出現差異 ($\chi^2(20)=155.00, p < .001$)：18-59 歲的民眾回答「同意」居多，其中以 40-49 歲 (19.07%) 以及 50-59 歲最多 (18.97%)，18-29 歲 (17.49%) 與 30-39 歲 (17.39%) 次之。18-49 歲的民眾回答「非常同意」的佔比最多，其中以 18-29 歲最多 (22.27%)，40-49 歲 (21.72%) 以及 30-39 歲 (21.16%) 次之。與上題一樣，男性與女性的受訪者對於網路上的言論是否對新聞媒體造成影響無顯著差異，男性與女性回答「同意」(52.05% vs. 47.95%) 以及「非常同意」(49.59% vs. 50.41%) 的比例接近。

表 四-70 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程度在人口變項上的分布

	非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意
性別					
男	53.66%	43.92%	25.00%	52.05%	49.59%
女	46.34%	56.08%	75.00%	47.95%	50.41%
年齡 ($\chi^2(20)=155.00, p < .001$)					
18-29歲	8.75%	7.98%	-	17.49%	22.27%
30-39歲	8.75%	9.04%	-	17.39%	21.16%
40-49歲	22.50%	14.36%	-	19.07%	21.72%
50-59歲	18.75%	17.55%	10.00%	18.97%	17.70%
60-69歲	28.75%	25.00%	70.00%	16.12%	11.48%
70歲以上	12.50%	26.06%	20.00%	10.96%	5.67%

Q42、請問您是否同意，新聞媒體報導會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

另外，認為新聞媒體受到網路言論所影響與受訪者自身的網路使用有關
 $(\chi^2(20)=485.68, p<.001)$ ：頻繁上網者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」
 以及「一天數次上網者」回答「同意」（47.95%、36.14%）以及「非常同意」
 （60.83%、31.7%）的比例最高。

表 四-71 台灣民眾認為新聞媒體會受到政治與公眾事務網路言論影響的程
 度在網路使用頻率上的分布

	非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意
網路使用頻率 ($\chi^2(20)=485.68, p<.001$)					
幾乎一直上網	39.02%	40.21%	18.18%	47.95%	60.83%
一天數次	30.49%	31.75%	-	36.14%	31.17%
一天一次	2.44%	1.59%	-	2.62%	2.62%
一週數次	2.44%	3.17%	-	1.66%	1.66%
很少	6.10%	4.76%	-	0.28%	0.28%

Q42、請問您是否同意，新聞媒體報導會受到網路上與政治或公眾事務相關的
 發文或留言所影響？ 以及 Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數
 值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

總結這兩題的結果而言，多數的民眾，特別是頻繁上網者，認為其他人與
 新聞媒體皆受到網路上與政治或公眾事務相關的言論所影響，這樣的意見趨勢
 分佈於不同的年齡層，從 18 歲到 59 歲皆有，且無性別上的差異。

三、對政府的信任程度

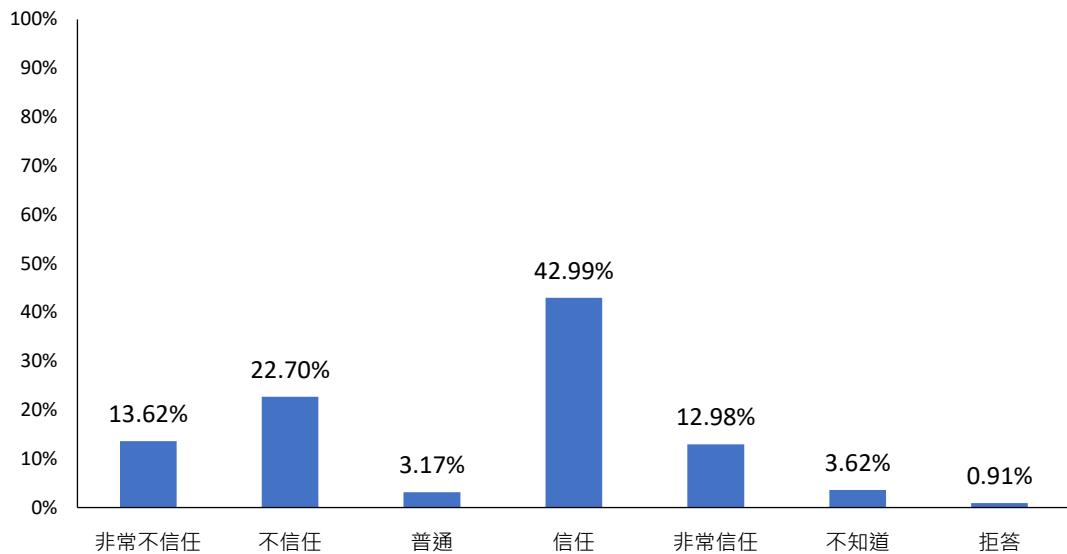
當受訪者被問及，「整體而言，不分中央或地方，請問您對於台灣政府單位的
 信任程度為何」時，將近五成六（55.97%）的民眾持信任態度，42.99%的民
 眾表示「信任」，12.98%的受訪者表示「非常信任」。但同時間也有三成六左右
 （36.32%）的民眾「不信任」或「非常不信任」台灣的政府單位。

表 四-72 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度

	次數	百分比
非常不信任	292	13.62%
不信任	487	22.70%
普通	68	3.17%
信任	923	42.99%
非常信任	279	12.98%
不知道	78	3.62%
拒答	20	0.91%
總計	2,147	100.00%

Q43、整體而言，不分中央或地方，請問您對於台灣政府單位的信任程度為？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-62 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度

進一步探討，雖然多數的民眾表達對於政府單位的信任，但在信任程度上，則呈現年齡差異 ($\chi^2(20) = 203.36, p < .001$)：在回答「信任」的受訪者

中，18-29 歲居多數（20.67%），40-49 歲（19.70%）以及 50-59 歲（19.05%）次之；但在回答「非常信任」的受訪者中，居多數的是 70 歲及以上的民眾（31.54%），60-69 歲的民眾（26.52%）次之，18-29 歲反而是佔比最低的族群（5.38%）。而在不信任的族群中，除了 70 歲以及以上的民眾之外，其他年齡族群皆對政府單位表達一定程度的不信任感：在回答「不信任」的民眾中，18-29 歲的比例為 19.92%，30-39 歲的比例為 18.07%，40-49 歲的比例為 20.94%，50-59 歲的比例為 18.48%，60-69 歲的比例為 14.17%；在回答「非常不信任」的民眾中，18-29 歲的比例為 9.25%，30-39 歲的比例為 22.60%，40-49 歲的比例為 19.52%，50-59 歲的比例為 18.49%，60-69 歲的比例為 20.55%。男性與女性受訪者對於政府的信任程度出現差異（ $\chi^2(4) = 13.45, p < .01$ ），回答「信任」的民眾中，女性比例為 52.11%（vs. 男性 47.89%），回答「非常信任」的民眾中，女性同樣較為多數（56.47%），高於男性的 43.53%。相反地，男性較不信任政府單位，回答「不信任者」當中，男性（51.33%）比例略高於女性（48.67%），回答「非常不信任者」當中，男性比例（57.68%）明顯高於女性（42.32%）。

表 四-73 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度在人口變項上的分布

	非常 不信任	不信任	普通	信任	非常 信任
性別 ($\chi^2(4)= 13.45, p < .01$)					
男	57.68%	51.33%	48.53%	47.89%	43.53%
女	42.32%	48.67%	51.47%	52.11%	56.47%
年齡 ($\chi^2(20)= 203.36, p < .001$)					
18-29歲	9.25%	19.92%	25.00%	20.67%	5.38%
30-39歲	22.60%	18.07%	10.29%	17.53%	7.17%
40-49歲	19.52%	20.94%	26.47%	19.70%	16.85%
50-59歲	18.49%	18.48%	19.12%	19.05%	12.54%
60-69歲	20.55%	14.17%	11.76%	13.20%	26.52%
70歲以上	9.59%	8.42%	7.35%	9.85%	31.54%

Q43、整體而言，不分中央或地方，請問您對於台灣政府單位的信任程度為？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

另外，對於政府單位的信任與受訪者的網路使用有關 ($\chi^2(20)= 105.27, p < .001$)，頻繁上網者，同時顯示對於政府單位的信任與不信任感，過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」回答「信任」（48.75%、35.75%）以及「非常信任」（40.36%、23.93%）的比例最高。不過值得注意的是「未上網者」，在「非常信任者」中佔有 25.00%的比例。同時間，「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」回答「不信任」（54.92%、31.76%）以及「非常不信任」（55.82%、28.77%）的比例也最高。

表 四-74 台灣民眾對於台灣政府單位的信任程度在網路使用頻率上的分布

	非常 不信任	不信任	普通	信任	非常 信任
網路使用頻率 ($\chi^2(20)=105.27, p<.001$)					
幾乎一直上網	55.82%	54.92%	50.00%	48.75%	40.36%
一天數次	28.77%	31.76%	35.29%	35.75%	23.93%
一天一次	4.11%	2.87%	2.94%	3.36%	6.07%
一週數次	0.68%	3.28%	2.94%	2.60%	2.86%
很少	1.37%	0.20%	-	0.98%	1.79%
未上網者	9.25%	6.15%	8.82%	8.45%	25.00%

Q43、整體而言，不分中央或地方，請問您對於台灣政府單位的信任程度為？

以及 Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

總結而言，超過半數的台灣民眾對於政府單位持信任態度，但信任程度則呈現年齡差異，對於政府單位高度信任者以 60 歲及以上的民眾居多。另外，相較於男性，女性對於政府單位持有信任態度。而頻繁使用網路者，則出現對於政府信任以及不信任的兩極化現象，但未使用網路的民眾對於政府單位的信任程度不亞於使用網路者。

四、公民參與程度

民眾被詢問「過去一年是否有參加以上實體或線上形式進行的行為，包含「選舉投票」、「簽署連署書」、「參與抵制行動」或者「都沒有參與」，結果顯示，有高達 78.89%的受訪者皆有參與選舉投票，11.37%的民眾有簽署連署書，8.50%的民眾有參與抵制行動（如：拒絕購買、取消追蹤、發言指責），另外，則有 18.89%的民眾未參加上述任何活動。

表 四-75 台灣民眾的公民參與程度

	次數	百分比
選舉投票	1,694	78.89%
簽署連署書	244	11.37%
參與抵制行動	182	8.50%
都沒有參與	406	18.89%
不知道	4	0.17%
拒答	6	0.29%

Q44.請問您在過去一年，是否有參與以下實體或線上形式進行的行為？【複選題】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

進一步分析，參與任何一種活動者的比例為 65.89%，參與兩種活動者為 11.44%，參與三種活動者為 3.32%。參與這幾種活動都有年齡上的差異（ $\chi^2(5)=182.95, p<.001$; $\chi^2(5)=27.26, p<.001$; $\chi^2(5)=48.75, p<.001$ ），其中，參與「選舉投票者」中，18-29 歲的族群佔比最低（10.99%），40-49 歲（19.55%）、50-59 歲（19.08%）以及 60-69 歲（18.13%）的參與比例相對較高。參與「簽署連署書者」中，60 歲以下的民眾參與程度較高，其中 30-39 歲的族群佔比最高（23.05%），接著為 40-49 歲（22.63%）、18-29 歲（18.52%）以及 50-59 歲（18.11%）。參與「抵制行動者」中，也以 60 歲以下的民眾參與程度較高，30-39 歲以及 40-49 歲的族群佔比最高（同為 25.82%），接著為 18-29 歲（21.43%）與 50-59 歲的民眾（17.58%）。

參與「選舉投票者」中，女性（49.17%）與男性（50.83%）差異不大，但在參與「簽署連署書」上，呈現性別差異（ $\chi^2(1)=5.56, p<.05$ ），女性（58.20%）的比例明顯高於男性（41.80%），而在參與「抵制行動者」中，上，女性（55.74%）的比例也高於男性（44.26%）。

表 四-76 台灣民眾的公民參與程度在人口變項上的分布

	選舉 投票	簽署 連署書	參加 抵制行動
性別			
男	49.17%	41.80%	44.26%
女	50.83%	58.20%	55.74%
年齡			
18-29歲	10.99%	18.52%	21.43%
30-39歲	16.72%	23.05%	25.82%
40-49歲	19.55%	22.63%	25.82%
50-59歲	19.08%	18.11%	17.58%
60-69歲	18.13%	12.35%	7.14%
70歲以上	15.53%	5.35%	2.20%

Q44.請問您在過去一年，是否有參與以下實體或線上形式進行的行為？【複選題】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

另外，參與這三種公民活動與受訪者的網路使用有關（ $\chi^2(5)=11.56, p<.05$; $\chi^2(5)=28.91, p<.001$; $\chi^2(5)=33.39, p<.001$ ），頻繁使用網路者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」參與「選舉投票」的比例分別為47.70%與32.70%，但同時間，「未上網者」也佔有11.69%的比例。過去三個月「幾乎一直上網者」（59.67%、60.44%）以及「一天數次上網者」（28.81%、36.26%）也是參與「簽署連署書」以及「參與抵制行動」這兩類活動佔比最高的兩個族群。

表 四-77 台灣民眾的公民參與程度在網路使用頻率上的分布

	選舉 投票	簽署 連署書	參加 抵制行動
網路使用頻率			
幾乎一直上網	47.70%	59.67%	60.44%
一天數次	32.70%	28.81%	36.26%
一天一次	4.01%	5.76%	1.65%
一週數次	2.72%	2.06%	1.10%
很少	1.12%	0.41%	-
未上網者	11.69%	3.29%	0.55%

Q44.請問您在過去一年，是否有參與以下實體或線上形式進行的行為？【複選題】以及 Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

總結而言，參與公民活動的族群，依照活動類別而有不同的年齡差異，在選舉投票上，以 40 歲以上的族群居多數，但在簽署連署書以及參與抵制行動上，則以 18-49 歲者為多數。而性別差異在參與簽署連署書上較為顯著，另外，頻繁上網者參與不同公民活動的比例明顯高於不頻繁上網者，但未上網的民眾，參與選舉投票的情況卻不亞於有使用網路的民眾。

五、網路言論受特定組織操作的風險感知

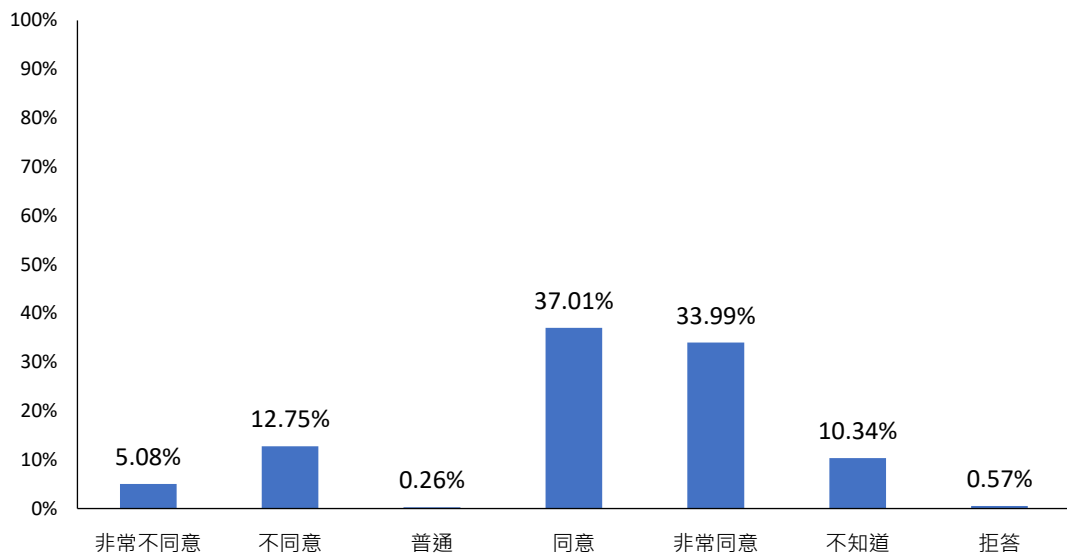
本次調查中還詢問受訪者，「有人認為網路上與政治或公共事務相關的發文或留言，很多為特定組織（如：公關公司或政黨）所操作。請問您是否同意這樣的論點？」，結果顯示，多數民眾（71.00%）持同意的觀點，有 37.01%回答「同意」、33.99%回答「非常同意」。

表 四-78 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度

	次數	百分比
非常不同意	109	5.08%
不同意	274	12.75%
普通	6	0.26%
同意	795	37.01%
非常同意	730	33.99%
不知道	222	10.34%
拒答	12	0.57%
總計	2,147	100.00%

Q45、有人認為網路上與政治或公共事務相關的發文或留言，很多為特定組織（如：公關公司或政黨）所操作。請問您是否同意這樣的論點？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-63 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度

就年齡分佈而言，出現年齡差異 ($\chi^2(20)=138.23, p<.001$)，以 60 歲以下的民眾持同意觀點較多，其中 18-29 歲的民眾占比最高 (23.40%)，40-49 歲次之 (19.75%)，接著為 30-39 歲 (19.12%) 以及 50-59 歲 (16.60%)。但回答「非常同意者」則集中於 30-59 歲區間的民眾，40-49 歲的民眾占比最高 (23.05%)，30-39 歲 (21.12%) 以及 50-59 歲 (20.30%) 次之。另外，對於這個現象，也有性別差異 ($\chi^2(4)=37.86, p<.001$)，男性有較高的敏感度，但就「同意」的不同程度而言，也有細緻的差異：回答「同意者」中，女性居多 (55.29% vs. 44.71%)，但回答「非常同意者」中，男性則相對較多數 (59.32% vs. 40.68%)。

表 四-79 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度在人口變項上的分布

	非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意
性別 ($\chi^2(4)=37.86, p<.001$)					
男	46.79%	46.15%	20.00%	44.71%	59.32%
女	53.21%	53.85%	80.00%	55.29%	40.68%
年齡 ($\chi^2(20)=138.23, p<.001$)					
18-29歲	3.64%	17.95%	28.57%	23.40%	13.99%
30-39歲	5.45%	10.62%	14.29%	19.12%	21.12%
40-49歲	17.27%	18.32%	14.29%	19.75%	23.05%
50-59歲	16.36%	19.05%	14.29%	16.60%	20.30%
60-69歲	30.91%	19.05%	-	11.45%	15.09%
70歲以上	26.36%	15.02%	28.57%	9.69%	6.45%

Q45、有人認為網路上與政治或公共事務相關的發文或留言，很多為特定組織（如：公關公司或政黨）所操作。請問您是否同意這樣的論點？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

相較於非頻繁上網者，頻繁上網者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」，「同意」（52.90%、35.39%）以及「非常同意」（60.49%、30.59%）網路言論多為特定組織所操作，換句話說，受訪者認為網路言論被操弄的觀點與他們自身的網路使用有關（ $\chi^2(20)=181.58, p<.001$ ）。綜合這些結果顯示，30-49 歲的民眾對於網路言論被操控有較高的敏銳度，50-59 歲也對這種現象抱持一定程度的懷疑。另外，相較於女性，男性認為網路言論被操控的可能性較高，頻繁上網的民眾也對這個現象抱持同樣的懷疑態度。

表 四-80 台灣民眾對網路言論受特定組織操作的感知程度在網路使用頻率上的分布

	非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意
網路使用頻率（ $\chi^2(20)=181.58, p<.001$ ）					
幾乎一直上網	25.69%	41.09%	50.00%	52.90%	60.41%
一天數次	25.69%	34.55%	16.67%	35.26%	30.55%
一天一次	11.01%	3.64%	-	3.02%	2.74%
一週數次	6.42%	2.18%	-	3.02%	1.23%
很少	2.75%	1.09%	-	1.01%	0.27%
未上網者	27.52%	16.00%	33.33%	4.79%	4.66%

Q45、有人認為網路上與政治或公共事務相關的發文或留言，很多為特定組織（如：公關公司或政黨）所操作。請問您是否同意這樣的論點？以及 Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

六、線上發表政治與公眾事務言論的參與程度

本次調查詢問民眾多常會在網路上（如：臉書、IG、Threads、部落格）公開發表或回應與政治或公共事務相關的貼文，結果顯示，大多數的受訪者（68.90%）回報從來沒有這樣的經驗，只有不到兩成（19.22%）的受訪者會在

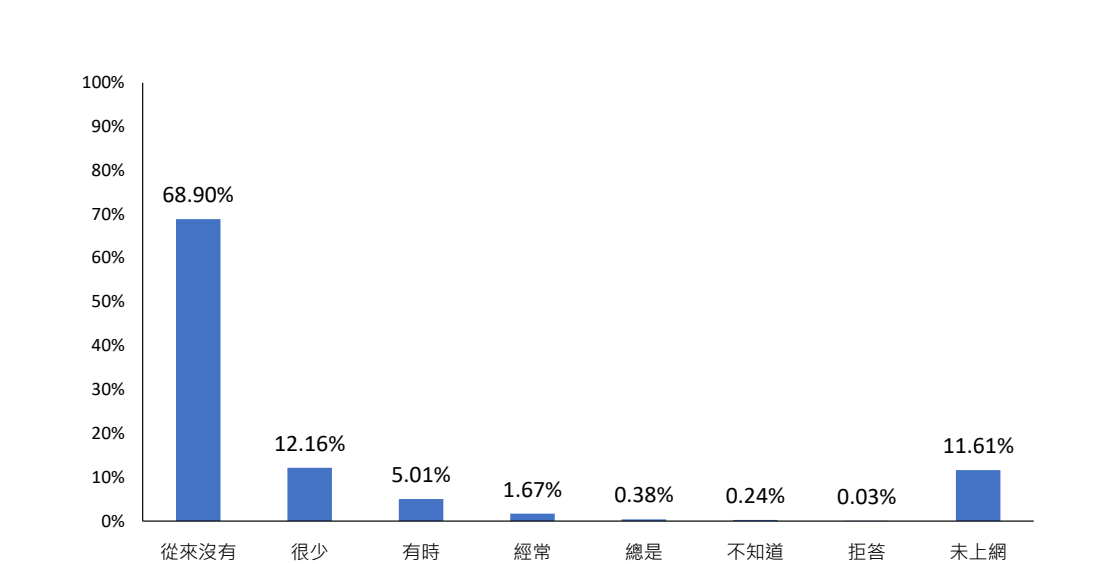
網路上發表政治或公共事務相關的貼文，其中包含 12.16%的受訪者表示「很少」、5.01%的受訪者「有時」、1.67% 的受訪者「經常」以及極少數（0.38%）的受訪者「總是」會發表這類內容的貼文。

表 四-81 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率

	次數	百分比
從來沒有	1,479	68.90%
很少	261	12.16%
有時	108	5.01%
經常	36	1.67%
總是	8	0.38%
不知道	5	0.24%
拒答	1	0.03%
未上網	249	11.61%
總計	2,147	100.00%

Q46、請問您有多常會在網路上（如：臉書、IG、Threads、部落格），公開發表或回應與政治或公共事務相關的貼文？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-64 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率

從事網路政治或公共事務相關的言論發表呈現年齡差異 ($\chi^2(20)=59.13, p<.001$)，在回答「很少」的民眾中，以 18-49 歲的族群為主，其中 30-39 歲 (24.90%) 占比最高，接著是 40-49 歲 (22.99%) 以及 18-29 歲 (20.69%) 的民眾。在回答「有時」的民眾中，也同樣以 18-49 歲的族群為主，其中 30-39 歲 (25.93%) 佔比最高，依序是 40-49 歲 (25.00%) 與 18-29 歲 (21.30%) 的民眾。另外，這個行為也沒有明顯的性別差異，在回答「很少」的類別中，男性與女性的比例相差不多 (男性 49.04% vs. 女性 50.96%)，但在回答「有時」的類別中，男性居多 (62.04% vs. 37.96%)。

表 四-82 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率在人口頻率上的分布

	從來沒有	很少	有時	經常	總是
性別					
男	49.63%	49.04%	62.04%	54.29%	62.50%
女	50.37%	50.96%	37.96%	45.71%	37.50%
年齡					
18-29歲	17.65%	20.69%	21.30%	24.32%	12.50%
30-39歲	16.09%	24.90%	25.93%	40.54%	12.50%
40-49歲	21.16%	22.99%	25.00%	10.81%	62.50%
50-59歲	19.47%	14.56%	15.74%	13.51%	-
60-69歲	16.97%	11.49%	9.26%	8.11%	-
70歲以上	8.65%	5.36%	2.78%	2.70%	12.50%

Q46、請問您有多常會在網路上（如：臉書、IG、Threads、部落格），公開發表或回應與政治或公共事務相關的貼文？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

頻繁上網者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」，「很少」（61.83%、34.35%）與「有時」（65.42%、29.91%）會在網路上發表與政治或公共事務相關的言論。綜合這些結果顯示，大多數民眾不會在網路上公開發表與政治或公共事務相關言論的民眾，而少數會如此做的人以 50 歲以下的族群、男性以及頻繁上網者為主。

表 四-83 台灣民眾線上公開發表政治與公眾事務言論的頻率在人口頻率上的分布

	從來沒有	很少	有時	經常	總是
網路使用頻率					
幾乎一直上網	52.97%	61.83%	65.42%	63.89%	75.00%
一天數次	36.82%	34.35%	29.91%	36.11%	25.00%
一天一次	5.00%	1.15%	3.74%	-	-
一週數次	3.51%	2.29%	-	-	-
很少	1.35%	0.38%	0.93%	-	-

Q46、請問您有多常會在網路上（如：臉書、IG、Threads、部落格），公開發表或回應與政治或公共事務相關的貼文？ 以及 Q4：請問您多常上網？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

第六節 網路新聞使用行為與資訊信任

一、台灣民眾獲得新聞的主要來源

新聞媒體似乎已經不再是人們獲得資訊的主要管道，而是人們所需資訊的一種。2023 台灣網路報告提出新聞內容的產製與獲得新聞的管道彼此分離的現象，可能已經成為事實。而兩年前提出的媒體議價/分潤，仍然停留在只聞其聲、未見其影。再加上數位訂閱的付費牆仍然沒有新的突破，在改善收入方面仍面對嚴峻挑戰。一項橫跨 46 國針對 2015 到 2022 年問卷的分析也顯示，線下討論新聞或線上對新聞按讚、評論新聞、分享新聞等新聞參與（news participation），僅透過通訊軟體分享新聞有成長，其他皆下降，而這樣的現象與一個國家內政治極化的程度相關。³⁹

整體來說，數位平台重新回到台灣民眾獲得新聞主要來源的首位，傳統新聞媒體居次。本次調查發現，透過傳統新聞媒體的電視獲得新聞在台灣民眾中佔最多數，為 39.57%。第二、三、四、五名皆為數位平台，分別是第二名的搜尋引擎或新聞入口網站（佔 16.01%），第三名的社群媒體（佔 14.83%），第三名是首次超過即時通訊軟體的 YouTube（佔 9.67%），第四名則是即時通訊軟體（佔 8.74%）。去年 2023 年一度上升到第四名的新聞媒體網站或 APP（佔 8.14%），退回到與 2022 年（佔 4.79%）相同的第六名，佔 5.35%。新聞媒體網站或 APP 在 2023 年的躍升，可能受到台灣選舉的影響，因選舉使得民眾對政治的興趣提高，並進一步增加對傳統新聞媒體相關管道的依賴。⁴⁰路透新聞學研究所 2024 數位新聞報告顯示，全球除歐洲外，新聞媒體網站或 APP 作為

³⁹ Altay, S., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2024). News participation is declining: Evidence from 46 countries between 2015 and 2022. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448241247822>

⁴⁰ Strömbäck, J., & Shehata, A. (2019). The reciprocal effects between political interest and TV news revisited: Evidence from four panel surveys. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(2), 473-496. <https://doi.org/10.1177/1077699018793998>

獲得新聞主要來源所佔的比例從 2018 年開始持續下降。⁴¹傳統新聞媒體的紙本報紙或雜誌、廣播仍居最後，分別佔 2.86%與 0.12%。紙本報紙或雜誌在去年 2023 年（佔 3.45%）相較於前年 2022 年（佔 1.77%）小幅上升後，今年再度下跌為 2.86%。廣播則從 2022 年的 0.44%、2023 年的 0.31%，到今年的 0.12%，一直呈現下降趨勢。沒看新聞佔 2.23%，與 2022 年的 1.79%、2023 年的 2.04% 相當，但呈現微幅上升。傳統新聞媒體面對收入衰退、直接接觸的閱聽人數量驟減、民眾的媒體信任下降、新聞品牌受到懷疑等嚴峻挑戰，仍未見曙光。⁴²

表 四-84 台灣民眾獲得新聞的主要來源

	次數	百分比
搜尋引擎或新聞入口網站	344	16.01%
社群媒體	318	14.83%
即時通訊軟體(如Line)	188	8.74%
YouTube	208	9.67%
電視	850	39.57%
紙本報紙或雜誌	61	2.86%
廣播	3	0.12%
新聞媒體網站或新聞媒體APP	115	5.35%
其他	13	0.62%
沒有看新聞	48	2.23%
總計	2,147	100.00%

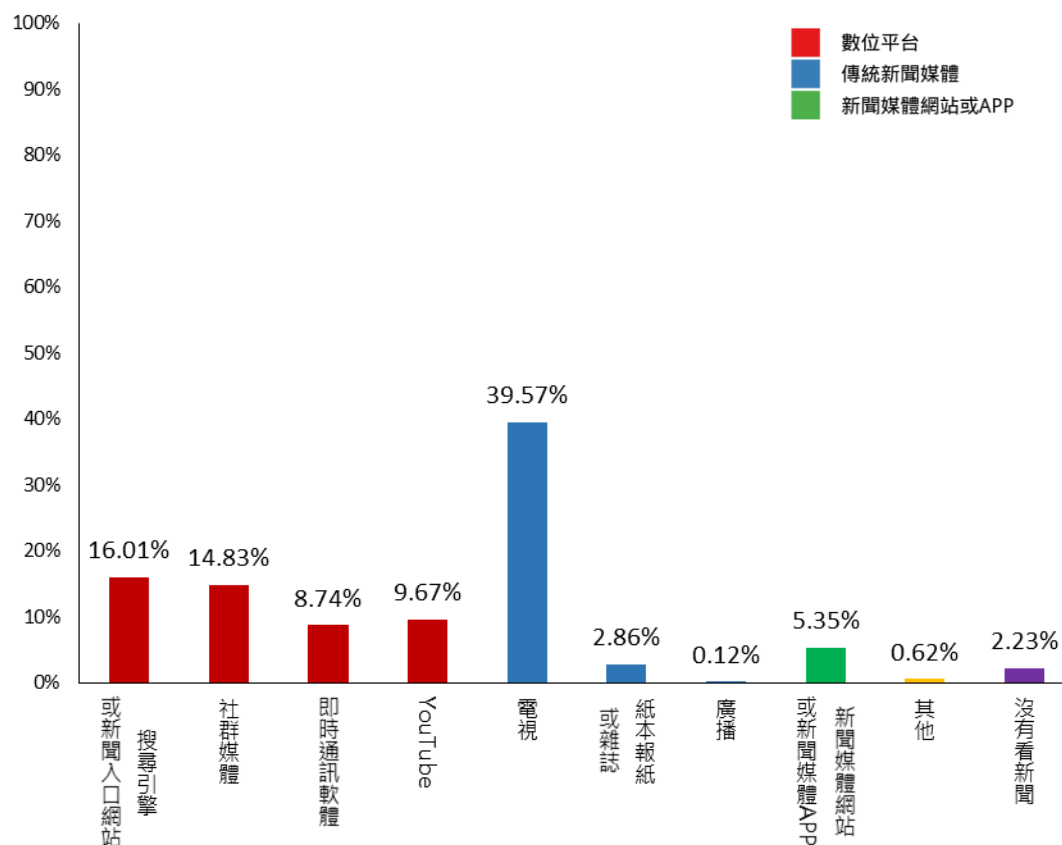
Q34：請問您最常從哪個來源獲得新聞？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「其他」包含勾選「都有」、「其他」、「不知道」與「拒答」四個選項的樣本

⁴¹ Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Nielsen, R. K. (2024). Digital news report 2024. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

⁴² Deacon, D., Smith, D., & Wring, D. (2024). Why mainstream news media still matter. *Media Culture & Society*, 46(4), 874-885. <https://doi.org/10.1177/01634437241228765>



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-65 台灣民眾最常獲得新聞的管道

與去年相同，依據「新聞來源本身是否產製新聞內容」及「瀏覽的終端設備是大眾媒體或數位科技」兩條件，將新聞來源區分為傳統新聞媒體（本身產製新聞，終端設備為大眾媒體）、新聞媒體網站或 APP（本身產製新聞，終端設備為數位科技）、及數位平台（本身不產製新聞，終端設備為數位科技）等三類。首先，以搜尋引擎或新聞入口網站、社群媒體、即時通訊、YouTube 等數位平台作為獲得新聞的主要來源佔 49.25%，重新回到第一位，與去年 2023 年佔 42.81% 相較增加了 6.44 個百分點，前年 2022 年則為 52.49%。主要原因是社群媒體、YouTube、即時通訊所佔比例增加。社群媒體從去年 2023 年的 11.85%

上升到今年的 14.83%，增加了 2.97 個百分點，恢復到與前年 2022 年相當的 14.13%。YouTube 前年 2022 年（佔 7.01%）與去年 2023 年（佔 7.03%）比例相當，今年上升到 9.67%，增加了 2.64 個百分點。這與影音新聞在全球越來越受到民眾偏好的趨勢相符⁴³，並且傳統電視新聞也紛紛在 YouTube 上建立自己的頻道。即時通訊軟體則從去年 2023 年的 7.35% 上升到今年的 8.74%，增加了 1.39 個百分點。雖然顯著低於前年 2022 年的 12.19%，並位居所有數位平台中的最後，即時通訊軟體除了可以分享新聞，近年也提供新聞彙總服務（news aggregator），如 2016 年推出的 Line Today，其後續發展值得進一步觀察。搜尋引擎或新聞入口網今年的 16.01% 與去年 2023 年的 16.57% 相當，亦顯著低於前年 2022 年的 19.15%。搜尋引擎或新聞入口網作為最早出現的數位平台，所佔比例雖然隨著數位平台的多樣化而出線下降，但長期仍維持一定比例，並居所有數位平台之首。在世界其他各國也呈現類似現象。⁴⁴

其次，以電視、紙本報紙或雜誌、廣播等傳統新聞媒體作為獲得新聞的主要來源佔 42.55%，落到第二位，與去年 2023 年佔 45.96% 相較下降了 3.41 個百分點，仍高於前年 2022 年佔 40.45%。主要原因是所有傳統新聞媒體所佔比例皆下降。電視從去年 2023 年的 42.20% 下降到今年的 39.57%，減少了 2.62 個百分點，前年 2022 年則為 38.25%。紙本報紙或雜誌從 2023 年的 3.45% 下降到今年的 2.86%，減少了 0.59 個百分點，前年 2022 年則為 1.77%。廣播從 2023 年的 0.31% 下降到今年的 0.12%，減少了 0.19 個百分點，前年 2022 年則為 0.44%。新聞媒體網站或 APP 從去年 2023 年的 8.14% 下降到今年的 5.35%，減

⁴³ Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Nielsen, R. K. (2024). Digital news report 2024. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

⁴⁴ Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Nielsen, R. K. (2024). Digital news report 2024. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

少了 2.79 個百分點，仍高於前年 2022 年的 4.79%。如前所述，2023 年是 2024 年總統與立法委員選舉投票日（1 月 13 日）的競選年，民眾對政治的興趣提高，進一步促成以傳統新聞媒體作為獲得新聞主要來源的比例也提高。

今年獲得新聞的主要來源在人口特徵上的分布也發生變化。在性別方面，與去年 2023 年男女皆傳統新聞媒體高於數位平台截然相反，今年男女數位平台皆高於傳統新聞媒體。男性部分，數位平台作為獲得新聞的主要來源居首，佔 52.02%；其次為傳統新聞媒體，佔 41.28%；第三為新聞媒體網站或 APP，佔 5.26%；最後，沒看新聞佔 0.91%。女性部分，排序與男性相同，數位平台作為獲得新聞的主要來源居首，佔 46.59%；其次為傳統新聞媒體，佔 43.77%；第三為新聞媒體網站或 APP，佔 5.44%；最後，沒看新聞佔 3.49%。雖然男性與女性在獲得新聞主要來源的排序上相同，數位平台所佔比例男性高於女性，差距達 5.43%；傳統新聞媒體所佔比例則女性高於男性，差距為 2.50%；新聞媒體網站或 APP 所佔比例男性與女性相當；沒看新聞所佔比例女性也高於男性，差距為 2.57%，這樣的現象即使在富裕的後工業化國家亦同。⁴⁵不同性別在獲得新聞主要來源的分布上差距在統計上達顯著（ $\chi^2(4) = 20.26, p < .001$ ）。整體來說，男性與女性以數位平台作為獲得新聞主要來源所佔比例最高，傳統新聞媒體以女性稍多，女性仍有一定比例沒看新聞。

在年齡方面，數位平台在年輕世代掌握絕對優勢，並隨著世代交替有向高齡擴散的趨勢，傳統新聞媒體則以中老世代為主。數位平台部分，49 歲及以下超過六成以數位平台是獲得新聞的主要來源，18-29 歲、30-39 歲、40-49 歲分別佔 73.52%、76.69%、與 60.75%，較去年 2023 年上升（18-29 歲、30-39 歲、40-49 歲分別佔 66.56%、64.06%、與 52.29%），回到與前年 2022 年相當（18-

⁴⁵ Toff, B., & Palmer, R. A. (2019). Explaining the gender gap in news avoidance: "News-is-for-men" perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, 20(11), 1563-1579. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2018.1528882>

29 歲、30-39 歲、40-49 歲分別佔 74.09%、76.00%、與 66.10%)。50 歲以上則低於五成，但 50-59 歲、60-69 歲分別佔 41.26%、27.49%，較去年 2023 年（50-59 歲、60-69 歲分別佔 34.48%、21.11%）上升，趨向甚至超過前年 2022 年的比例（50-59 歲、60-69 歲分別佔 47.39%、24.02%）。70 歲及以上使用數位平台作為獲得新聞的主要來源仍偏低，佔 8.35%，與去年 2023 年（佔 10.71%）、前年 2022 年（佔 10.03%）相較稍降。傳統新聞媒體則反過來，70 歲及以上、60-69 歲超過六成，分別佔 83.11%、63.22%。與前年 2022 年（佔 78.79%）、去年 2023 年（佔 80.52%）相較，70 歲及以上以傳統新聞媒體作為獲得新聞的主要來源呈現逐年增加的趨勢。60-69 歲以傳統新聞媒體作為獲得新聞的主要來源在前年 2022 年（佔 68.72%）、去年 2023 年（佔 70.78%）約略持平後，今年出現下降。50-59 歲接近五成，佔 49.01%，在去年 2023 年（佔 54.41%）上升後，今年下降為略高於前年 2022 年（佔 46.16%）。40-49 歲僅有三成左右，佔 31.22%，前年 2022 年與去年 2023 年分別為 29.21%、35.66%。30-39 歲、18-29 歲不到兩成，分別佔 16.31%、19.95%，其中 30-39 歲前年 2022 年與去年 2023 年分別為 16.66%、22.43%，18-29 歲前年 2022 年與去年 2023 年分別為 18.83%、20.26%。去年 2023 年興起的興起的新聞媒體網站或 APP，今年各年齡層多在 5% 到 7% 間，僅 70 歲及以上約 1%，分別是 18-29 歲 4.87%、30-39 歲的 7.00%、40-49 歲的 5.03%、50-59 歲的 7.39%、60-69 歲的 6.03%，70 歲及以上則降到 1.01%，去年 2023 年分別為 12.30%、11.20%、8.78%、10.05%、3.63%、與 1.15%，前年 2022 年分別為 5.11%、7.12%、4.43%、5.79%、3.97%、與 1.13%。另外值得注意的是，年輕人事實上沒看新聞的比例很低，反而是年長者最高。18-29 歲與 30-39 歲皆不到 1%，18-29 歲佔 0.69%，30-39 歲甚至是 0.00%。40-49 歲、50-59 歲、60-69 歲皆佔 2% 左右，分別是 2.71%、2.35% 與 2.28%。70 歲及以上則最高，佔 5.77%。換句話說，與一般認為年輕人沒看新聞不同，年輕人實際上看新聞的比例最高。沒看新聞去

年 2023 年分別為 18-29 歲 0.89%、30-39 歲 1.41%、40-49 歲 2.74%、50-59 歲 0.13%、60-69 歲 2.37%、與 70 歲及以上 5.43%，前年 2022 年分別為 18-29 歲 1.97%、0-39 歲 0.00%、40-49 歲 0.00%、50-59 歲 0.66%、60-69 歲 2.16%、與 70 歲及以上 8.22%，皆出現相似分布。不同年齡層在獲得新聞主要來源的分布上差距在統計上達顯著 ($\chi^2(20) = 567.94, p < .001$)。整體來說，傳統新聞媒體有明顯的閱聽人老化現象。

在學歷方面，與去年 2023 年的分布相同，但數位平台比例與學歷成正比、傳統新聞媒體比例與學歷成反比更明顯。以數位平台作為獲得新聞主要來源隨著學歷越高，所佔的比例越大；以傳統新聞媒體作為獲得新聞主要來源隨著學歷越低，所佔的比例越大。數位平台部分，研究所與大學所佔的比例在七成上下，分別為 76.31%與 69.37%；專科已超過五成，達 54.82%；高中職超過四成，為 44.59%；國中、小學及以下則降到 14.93%、7.50%。傳統新聞媒體部分，則反過來，小學及以下、國中所佔的比例超過七成，分別為 77.57%、76.70%；高中職接近五成，為 49.14%；專科接近四成，為 39.07%；大學、研究所則下降到 23.01%、12.73%。新聞媒體網站或 APP 部分，小學及以下最低，佔 0.46%；研究所最高，佔 9.58%；其餘介於 4-7%間，分別是國中的 5.39%、高中職的 4.72%、專科的 5.77%、與大學的 6.13%。新聞媒體網站或 APP 比例與學歷成正比。沒看新聞部分，多集中在小學及以下，佔 12.44%；國中則與整體平均相當，佔 2.46%；高中職下降到 1.41%；專科、大學、與研究所皆不到 1%，分別為 0.33%、0.77%、與 0.30%。沒看新聞比例與學歷成正比。不同學歷在獲得新聞主要來源的分布上差距在統計上達顯著 ($\chi^2(20) = 601.68, p < .001$)。整體來說，學歷影響是否採用傳播科技作為獲得新聞的主要來源。

最後，在居住地部分，數位平台與傳統新聞媒體分布可分為三種型態。首先是數位平台作為獲得新聞的主要來源的比例高於傳統新聞媒體，有北北基、

桃竹苗、與中彰投。其中北北基數位平台與傳統新聞媒體分別佔 51.08%、38.33%，桃竹苗數位平台與傳統新聞媒體分別佔 54.09%、38.82%。中彰投一改過去兩年傳統新聞媒體高於數位平台的狀況，今年數位平台高於傳統新聞媒體，數位平台與傳統新聞媒體分別佔 49.70%、42.44%。第二是數位平台作為獲得新聞的主要來源的比例與傳統新聞媒體相當，有高屏澎金馬，數位平台與傳統新聞媒體分別佔 47.47%、47.98%。第三是數位平台作為獲得新聞的主要來源的比例低於傳統新聞媒體，有雲嘉南與宜花東，其中雲嘉南數位平台與傳統新聞媒體分別佔 43.46%、46.31%，宜花東數位平台與傳統新聞媒體分別佔 42.09%、53.36%。新聞媒體網站或 APP 部分，僅雲嘉南較高，為 8.26%；其他居住地在 3-5% 間，分別為北北基的 5.93%、桃竹苗的 4.76%、中彰投的 4.64%、高屏澎金馬的 3.43%、與宜花東的 4.55%。沒看新聞部分，各居住地相當，分別是北北基的 3.78%、桃竹苗的 2.33%、中彰投的 2.28%、雲嘉南的 1.34%、高屏澎金馬的 0.60%、與宜花東的 0.00%。不同居住地在獲得新聞主要來源的分布上差距在統計上達顯著 ($\chi^2(20) = 41.89, p = 0.003$)。整體來說，僅雲嘉南與宜花東以傳統新聞媒體作為獲得新聞的主要來源比例高於數位平台，但差距也就縮小，數位平台的比例越來越接近傳統新聞媒體。

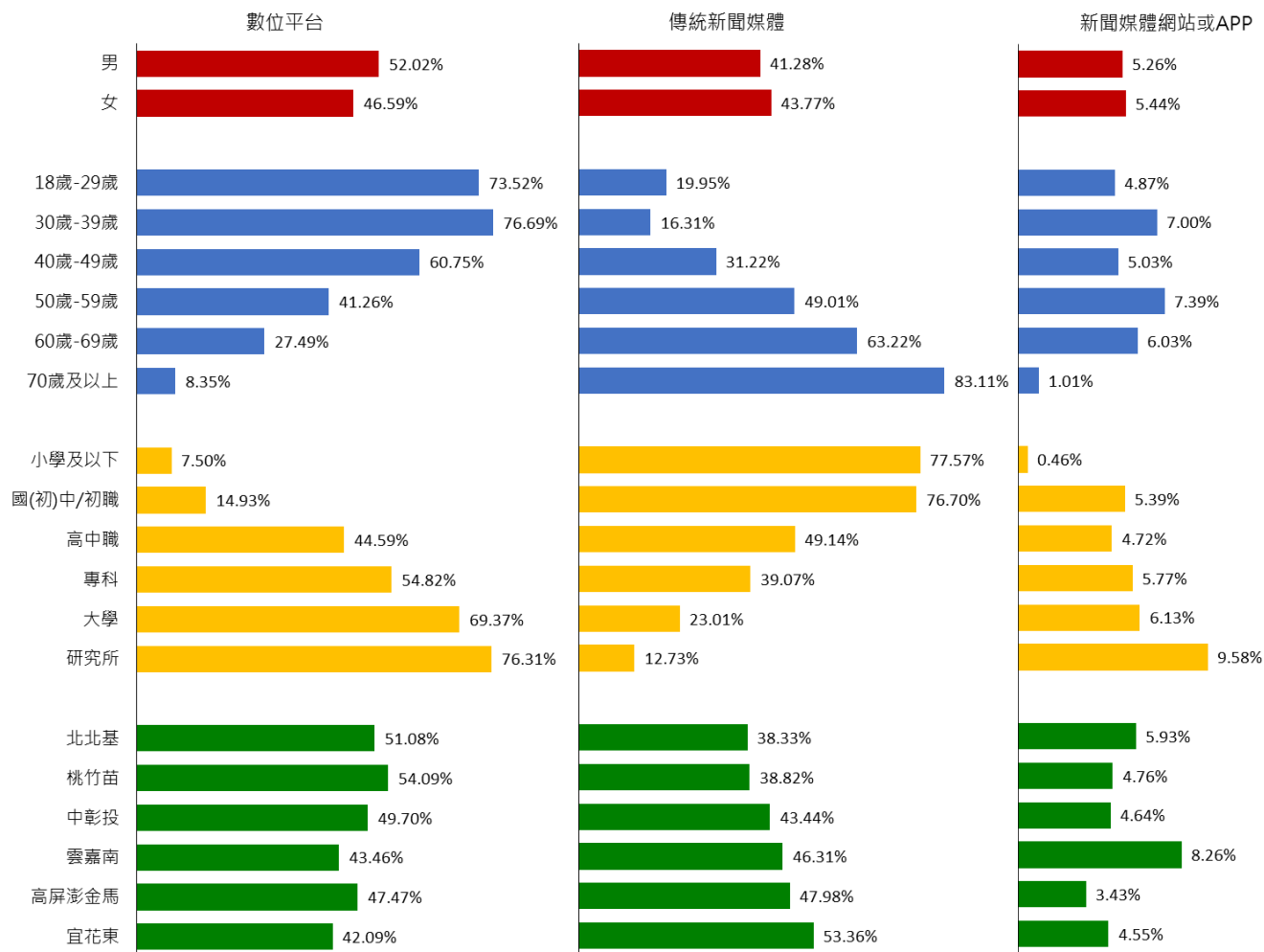
表 四-85 台灣民眾從數位平台及新聞媒體的新聞獲取率在人口變項的分布

	數位平台		傳統新聞媒體		新聞媒體網站或App	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
性別 $\chi^2(4) = 20.26, p < .001$						
男	546	52.02%	433	41.28%	55	5.26%
女	511	46.59%	480	43.77%	60	5.44%
年齡 $\chi^2(20) = 567.94, p < .001$						
18-29歲	259	73.52%	70	19.95%	17	4.87%
30-39歲	266	76.69%	57	16.31%	24	7.00%
40-49歲	254	60.75%	130	31.22%	21	5.03%
50-59歲	157	41.26%	186	49.01%	28	7.39%
60-69歲	97	27.49%	224	63.22%	21	6.03%
70歲以上	25	8.35%	246	83.11%	4	1.01%
教育程度 $\chi^2(20) = 601.68, p < .001$						
小學及以下	16	7.50%	169	77.57%	1	0.46%
國(初)中/初職	35	14.93%	181	76.70%	13	5.39%
高中職	264	44.59%	291	49.14%	28	4.72%
專科	132	54.82%	94	39.07%	14	5.77%
大學	465	69.37%	154	23.01%	41	6.13%
研究所	145	76.31%	24	12.73%	18	9.58%
居住地區 $\chi^2(20) = 41.89, p = 0.003$						
北北基	326	51.08%	244	38.33%	38	5.93%
桃竹苗	188	54.09%	135	38.82%	17	4.76%
中彰投	206	49.70%	176	43.44%	19	4.64%
雲嘉南	132	43.46%	141	46.31%	25	8.26%
高屏澎金馬	168	47.47%	170	47.98%	12	3.43%
宜花東	38	42.09%	48	53.36%	4	4.55%

Q34：請問您最常從哪個來源獲得新聞？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

註：「數位平台獲取率」的計算方式為Q34勾選「即時通訊軟體」、「社群媒體」、「搜尋引擎或新聞入口網站」、「YouTube」的受訪者；「傳統新聞媒體獲取率」的計算方式為Q34勾選、「電視」、「紙本報紙或雜誌」、「廣播」的受訪者



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-66 台灣民眾從數位平台、傳統新聞媒體、新聞媒體網站或 App 的
新聞獲取率在人口變項的分布

二、迴避新聞：新聞是否有用？

隨至傳播科技越來越便利、使用者自製內容越來越多、甚至政治人物也加入自製內容的行列，民眾是否會迴避新聞、認為新聞沒有用，受到全球的重視。尤其對民主國家來說，新聞在形塑知情公民的過程中扮演重要的角色，以提升政治與公共事務決策。迴避新聞可分為兩種：第一種是有意的新聞迴避，指民眾主動選擇非新聞的內容，不選擇新聞內容；第二種是無意的新聞迴避，

指各種數位平台的演算法學習人們對內容的偏好，當發現使用者較少看新聞，就會越來越少推送內容給使用者。⁴⁶研究發現，在個人層面政治興趣越高、新聞超載感知越低、對新聞的信任越高⁴⁷，在國家層面新聞與政治自由越高⁴⁸，迴避新聞的行為越低。民主倒退則引發民眾負面新聞情感升高、感知新聞效能下降，導致迴避新聞。⁴⁹也需留意迴避新聞可能反映的是一種態度，也就是新聞是否有用，而實際上花在新聞的時間並沒有比沒有迴避新聞的人少。⁵⁰

台灣民眾是否主動迴避新聞？本次調查發現，台灣民眾在過去三個月有 10.94%經常主動避免觀看新聞，11.62%有時主動避免觀看新聞。這兩類為迴避新聞者，合計佔 22.55%。有 11.62%很少主動避免觀看新聞，65.95%從來沒有主動避免觀看新聞。這兩類為非迴避新聞者，合計佔 76.53%。整體來說，台灣民眾中迴避新聞者所佔的比例 22.55%，遠低於路透新聞研究所數位新聞報告中全球有 39%迴避新聞。另外，台灣迴避新聞者所佔的比例（22.55%）遠高於沒看新聞（2.23%），主動迴避新聞較偏向一種態度，而非具體反映花在新聞的時間。

⁴⁶ Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459-476. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2019.1686410>

⁴⁷ Goyanes, M., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2023). Antecedents of news avoidance: competing effects of political interest, news overload, trust in news media, and “news finds me” perception. *Digital Journalism*, 11(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1990097>

⁴⁸ Toff, B., & Kalogeropoulos, A. (2020). All the news that’s fit to ignore: How the information environment does and does not shape news avoidance. *Public Opinion Quarterly*, 84, 366-390. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa016>

⁴⁹ Lee, F. L. F. (2024). Politically driven intentional news avoidance under democratic backsliding. *International Journal of Press-Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612241253196>

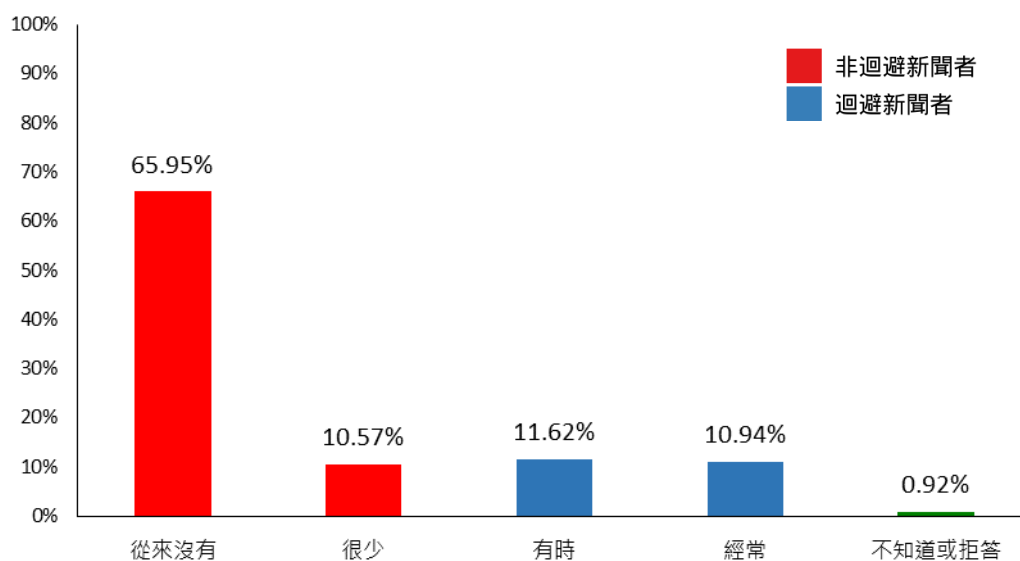
⁵⁰ Palmer, R. A., Toff, B., & Nielsen, R. K. (2023). Examining assumptions around how news avoidance gets defined: The importance of overall news consumption, intention, and structural inequalities. *Journalism Studies*, 24(6), 697-714. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2023.2183058>

表 四-86 台灣民眾主動避免觀看新聞的頻率

	次數	百分比
從來沒有	1,416	65.95%
很少	227	10.57%
有時	249	11.62%
經常	235	10.94%
不知道或拒答	20	0.92%
總計	2,147	100.00%

Q37、最近三個月，您是否曾主動避免觀看新聞？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-67 台灣民眾主動避免觀看新聞的頻率

若迴避新聞反映的是一種態度，新聞是否有用即為重要的指標。本次調查發現，台灣民眾中有 6.99%非常同意觀看新聞是沒有用的，14.12%同意觀看新

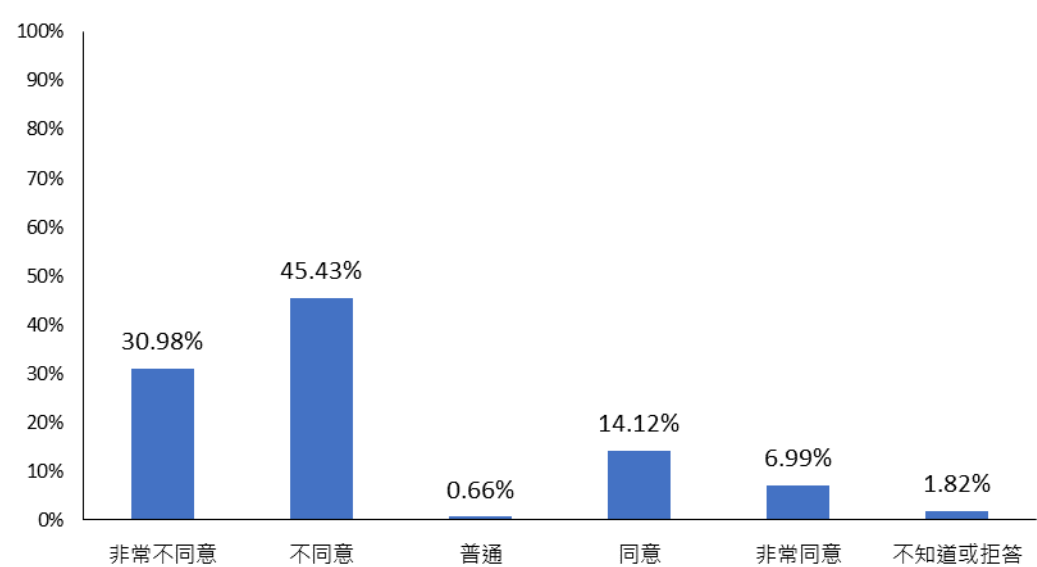
聞是沒有用的。有 0.66%認為普通，持中立立場。將此三類視為迴避新聞者，合計為 21.77%，與經常或有時主動避免觀看新聞的頻率所佔的比例（22.55%）相當。有 30.98%非常不同意觀看新聞是沒有用的，45.43%不同意觀看新聞是沒有用的。此兩類為非迴避新聞者，合計為 76.41%，與從來沒有或很少主動避免觀看新聞的頻率所佔的比例（76.53%）相當。整體來說，四分之三的台灣民眾認為觀看新聞是有用的，新聞在台灣民主社會中扮演重要的角色。

表 四-87 台灣民眾是否同意觀看新聞是沒用的

	次數	百分比
非常不同意	665	30.98%
不同意	975	45.43%
普通	14	0.66%
同意	303	14.12%
非常同意	150	6.99%
不知道或拒答	39	1.82%
總計	2,147	100.00%

Q38、請問您同不同意，觀看新聞對您來說是沒有用的？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：2,147（雙底冊，全部樣本）

圖 四-68 台灣民眾是否同意觀看新聞是沒用的

三、數位媒體素養：查證假新聞

隨著訊息型態的多樣化，及民眾使用的數位平台出現變化，民眾查證假新聞的能力是民主國家公民必備的能力。台灣民眾在去年 2023 年對自身查證假新聞的信心大幅衰退下，今年的情況如何？本次調查發現，在網路使用者（樣本數 1956）隨機分配一半到此題（樣本數 977）的研究參與者中，對自己查證新聞真假的能力有信心的部分，有 14.72%非常有信心，有 37.45%有信心。對自己查證新聞真假的能力沒有信心的部分，有 9.81% 一點信心都沒有，有 32.20%沒有太大信心。與去年 2023 年相較，對自己查證新聞真假的能力有信心者（包含非常有信心與有信心）回升，合計為 52.17%，超越對自己查證新聞真假的能力沒有信心者（包含一點信心都沒有與沒有太大信心），合計為 42.01%；也與前年 2022 年有信心者微幅超越沒有信心者不同，今年大幅超越並差距達 10.17 個百分點。對查證新聞真假的能力不知道的比例也比去年下降，為 3.61%。另外，查證新聞真假的能力表示普通為 1.15%，拒答為 1.06%。整體來說，台灣民眾意識到假新聞的普遍與嚴重，閱讀新聞時留意正確性，能有效降低假新聞的影響。持續推動媒體素養，特別是新聞媒體如何運作的知識，將有助於提升民眾查證新聞真假的能力。⁵¹

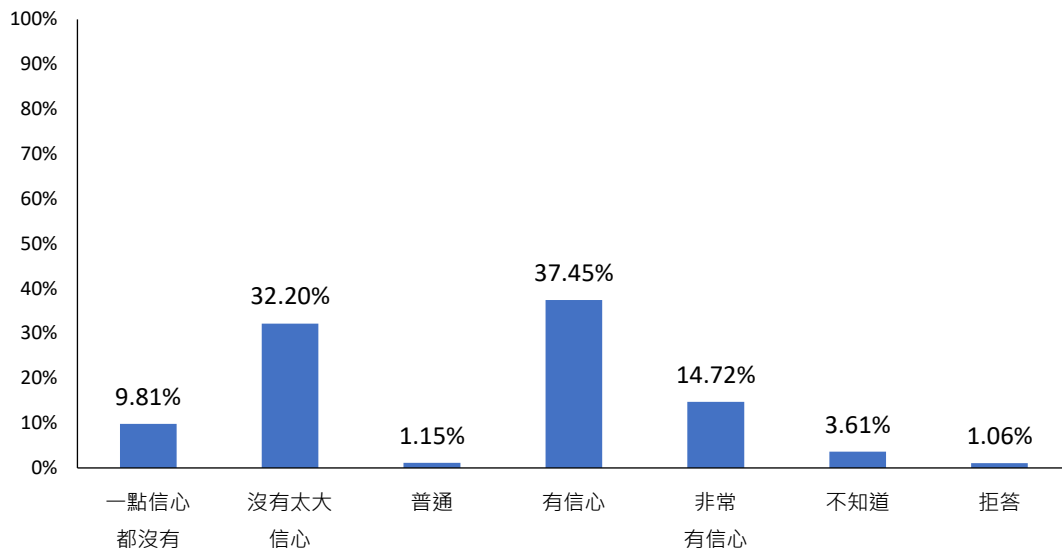
⁵¹ Schulz, A., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2024). The role of news media knowledge for how people use social media for news in five countries. *New Media & Society*, 26(7), 4056–4077. <https://doi.org/10.1177/14614448221108957>

表 四-88 台灣網路使用者對自己查證新聞真假的信心

	次數	百分比
一點信心都沒有	92	9.81%
沒有太大信心	303	32.20%
普通	11	1.15%
有信心	352	37.45%
非常有信心	138	14.72%
不知道	34	3.61%
拒答	10	1.06%
總計	940	100.00%

Q36a：如果您想要查證一則新聞的真假，您有多大的信心認為自己可以做到？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：977（雙底冊，上網者隨機分配一半）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：977（雙底冊，上網者隨機分配一半）

圖 四-69 台灣網路使用者對自己查證新聞真假的信心

查證假新聞的能力是資訊愈發錯綜複雜的當代，全民所必須慎重面對的數位素養議題。接下來，將進一步針對年齡層、學歷及居住地區等人口變項進行交叉分析。在年齡層部分，對於自身查證假新聞能力的信心隨著年齡呈現了顯

著不同的分布 ($\chi^2(30)=161.48, p<.001$)，18-29 歲 (65.75%)、30-39 歲 (61.77%)、40-49 歲 (56.7%) 的青壯年族群皆有超過一半比例認為自己有信心能查證新聞真假；50-59 歲及 60-69 歲的偏向有信心的比例則下降至四成左右，分別為 44.20%及 41.18%；而 70 歲以上有信心者則下降至僅兩成左右 (20.33%)。在教育程度面向，同樣出現信心程度隨教育程度降低而顯著下降的趨勢 ($\chi^2(30)=159.95, p<.001$)，以研究所學歷有 70.65%有信心能查證新聞真假最高，大學學歷 41.18%次之，專科、高中職及國中學歷有信心者分別 48.64%、44.44%及 32.95%，而小學及以下學歷者僅 18.18%表示有信心查證新聞真假。在居住地區部分，查證新聞真假的信心分布並未因地區出現差異 ($\chi^2(30)=27.10, p>.05$)，整體而言，各地區有信心者多落在五成至五成五之間，僅高屏澎金馬為 43.76%，在數值上略低。

表 四-89 台灣網路使用者對查證新聞真假的信心程度在人口變項的分布

	一點信心 都沒有	沒有太大 信心	普通	有信心	非常有 信心	不知道
年齡 ($\chi^2(30)=161.48, p < .001$)						
18-29歲	3.31%	29.28%	0.55%	52.49%	13.26%	-
30-39歲	5.88%	28.24%	3.53%	44.12%	17.65%	0.59%
40-49歲	9.05%	30.15%	0.50%	42.21%	14.57%	3.02%
50-59歲	13.26%	37.02%	1.66%	28.18%	16.02%	1.10%
60-69歲	17.65%	32.03%	0.65%	25.49%	15.69%	7.84%
70歲以上	11.86%	42.37%	-	15.25%	5.08%	22.03%
教育程度 ($\chi^2(30)=159.95, p < .001$)						
小學及以下	45.45%	24.24%	-	12.12%	6.06%	-
國(初)中/初職	15.91%	35.23%	-	20.45%	12.50%	1.14%
高中職	12.90%	35.84%	1.43%	32.97%	11.47%	1.79%
專科	12.61%	34.23%	0.90%	34.23%	14.41%	0.90%
大學	3.86%	29.67%	1.48%	47.18%	16.02%	0.59%
研究所	1.09%	28.26%	-	45.65%	25.00%	-
居住地區 ($\chi^2(30)=27.10, p > .05$)						
北北基	10.43%	29.50%	0.72%	38.13%	17.27%	2.88%
桃竹苗	9.20%	32.52%	0.61%	39.26%	11.04%	6.13%
中彰投	10.65%	30.18%	1.18%	43.20%	10.65%	2.37%
雲嘉南	8.20%	31.97%	0.82%	38.52%	15.57%	4.10%
高屏澎金馬	10.00%	40.00%	2.50%	28.13%	15.63%	2.50%
宜花東	8.33%	27.08%	2.08%	35.42%	20.83%	6.25%

四、台灣網路意見氣候

網路意見氣候的極化，阻礙民主社會公民間的意見交流，甚至引發網路上不文明的行為，一直是民主國家關注的重要議題。台灣網路意見氣候從前年 2022 年到去年 2023 年，極化的情況日趨嚴重。今年剛歷經總統與立法委員大選，網路意見氣候的激化是增加還是趨緩？本次調查發現，在網路使用者（樣本數 1956）隨機分配一半到此題（樣本數 972）的研究參與者中，82.12%的台

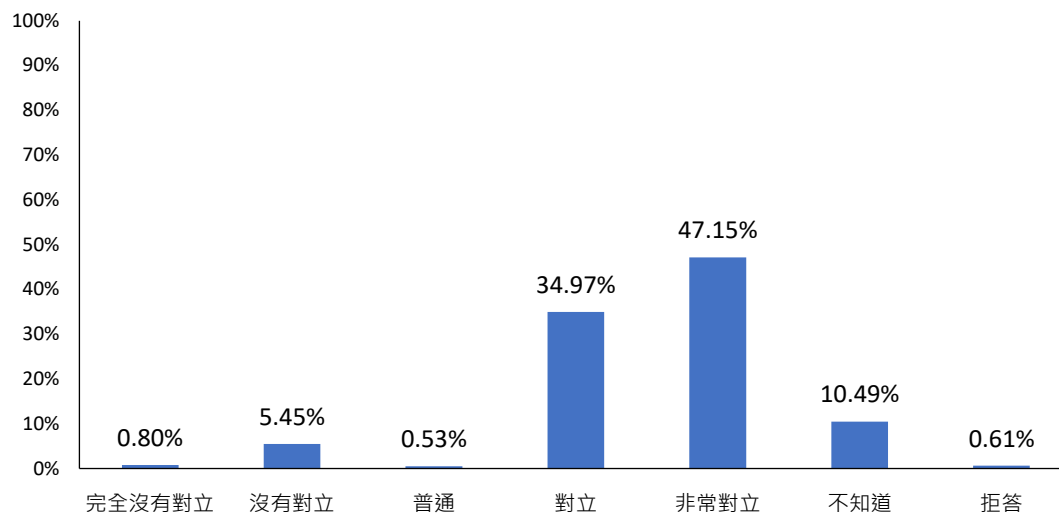
灣網路使用者認為台灣網路上與政治相關的留言處於對立狀態，較去年 2023 年更高，仍呈現上升的趨勢，其中認為非常對立佔 47.15%，對立佔 34.97%。值得注意的是，非常對立所佔的比例，在前年 2022 年低於居次的對立，到去年 2023 年微幅超居次的對立，而在今年則大幅超越居次的對立，差距達 12.19 個百分點。僅 6.25% 的台灣網路使用者認為台灣網路上與政治相關的留言沒有對立，其中認為完全沒有對立佔 0.80%，沒有對立佔 5.45%。居中的普通、不知道、與拒答所佔的比例與去年相當，分別是普通的 0.53%、不知道的 10.49%、與拒答的 0.61%。簡言之，台灣民眾感知網路上與政治相關留言對立的情況持續上升，認為非常對立所佔的比例已經躍升到最高。

表 四-90 台灣網路使用者認為網路上與政治相關的留言的對立程度

	次數	百分比
完全沒有對立	8	0.80%
沒有對立	52	5.45%
普通	5	0.53%
對立	335	34.97%
非常對立	452	47.15%
不知道	100	10.49%
拒答	6	0.61%
總計	958	100.00%

Q36b：您認為臺灣網路上與政治相關的留言是否有對立？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：972（雙底冊，上網者隨機分配一半）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：972（雙底冊，上網者隨機分配一半）

圖 四-70 台灣民眾認為臺灣網路上與政治相關的留言的對立程度

五、媒體平台之資訊信任程度（市話樣本）

1. 個資與隱私保護

1.1 社群媒體（個資與隱私保護）

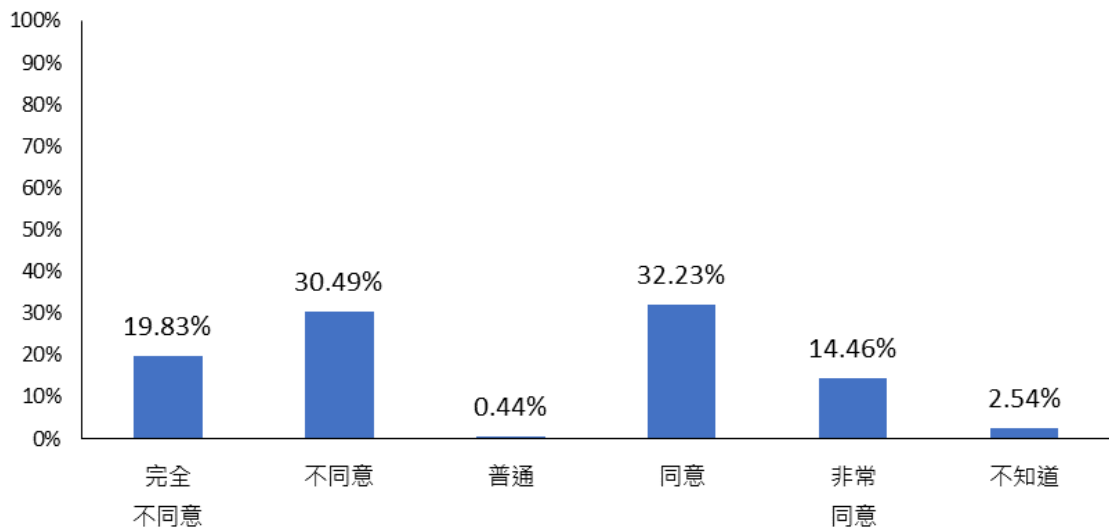
為了解台灣民眾對於社群媒體平台的信任程度，就個人資料與隱私保護方面，本調查針對社群媒體使用者詢問「請問您同不同意，（最常用的社群媒體）會保護你的個人資料及隱私？」調查結果顯示，有 50.32% 社群媒體使用者不認同其最常用的社群媒體會保護個人資料及隱私，選擇完全不同意者有 19.83%、不同意為 30.49%；另一方面，有 46.69% 的社群媒體使用者則認同其最常用的社群媒體會保護他們的個人資料及隱私，選擇非常同意者有 14.46%、選擇同意者為 32.23%。整體看來，不認同社群媒體會保護個人隱私的比例仍略高於認同。

表 四-91 台灣使用者認同社群媒體會保護個人隱私的程度

	次數	百分比
完全不同意	142	19.83%
不同意	218	30.49%
普通	3	0.44%
同意	231	32.23%
非常同意	104	14.46%
不知道	18	2.54%
總計	863	100.00%

Q25、請問您同不同意，（最常用的社群媒體）會保護你的個人資料及隱私？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：863（市話樣本，排除未上網及未使用社群媒體者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：863（市話樣本，排除未上網及未使用社群媒體者）

圖 四-71 台灣使用者認同社群媒體會保護個人隱私的程度

如果將量表化為 1 到 5 分，1 分代表完全不同意，5 分代表非常同意，以此計算社群媒體平台受其主要使用者認為會保護個人資料及隱私的信任程度。平均而言，以 Threads 作為主要社群媒體的使用者對於該社群媒體會保護個人資料與隱私的信任評分最高，達 3.93 分；其次為 Twitter 與 Instagram 亦皆有高於平均的 3.47 分與 3.24 分。評分最低的平台為抖音 TikTok，意指以抖音 TikTok

作為主要社群媒體的使用者，大多不認同該平台會保護個人資料與隱私。

但必須注意的是，本題多數平台是根據參與者「最常用的社群媒體」進行詢問，惟抖音 TikTok 是對所有市話樣本之上網者都有詢問，因此由於使用者基數、市佔率及調查方式差異，各社群平台回答的樣本數不同甚至有存在落差，因此該數據與排名僅供參考，須謹慎解讀。

表 四-92 各社群媒體受其主要使用者認同會保護個人隱私的評分

	平均分數（標準差）
臉書（Facebook）	2.73（SD=1.477）
Instagram	3.24（SD=1.292）
抖音TikTok	2.10（SD=1.293）
X(推特)	3.47（SD=1.105）
PTT	2.98（SD=1.421）
Dcard	2.72（SD=1.438）
Threads	3.93（SD=0.775）

Q25、請問您同不同意，（最常用的社群媒體）會保護你的個人資料及隱私？

以及 Q14、請問您同不同意，抖音TikTok會保護你的個人資料及隱私？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：Facebook 439、Instagram 216、X/推特 19、PTT 12、Dcard 7、Threads 7（市話樣本，Q24選擇平台為最常用的社群媒體者，且排除Q25選答「沒有使用」、「不知道」、「拒答」）、抖音TikTok 662（市話樣本，排除Q14選答「沒有使用」、「不知道」、「拒答」）

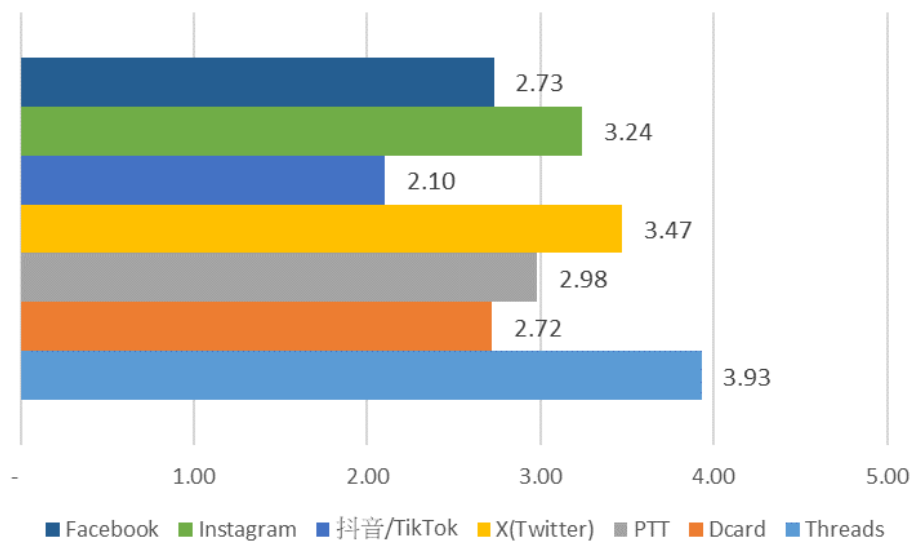


圖 四-72 各社群媒體受其主要使用者認同會保護個人隱私的評分

1.2 即時通訊軟體（個資與隱私保護）

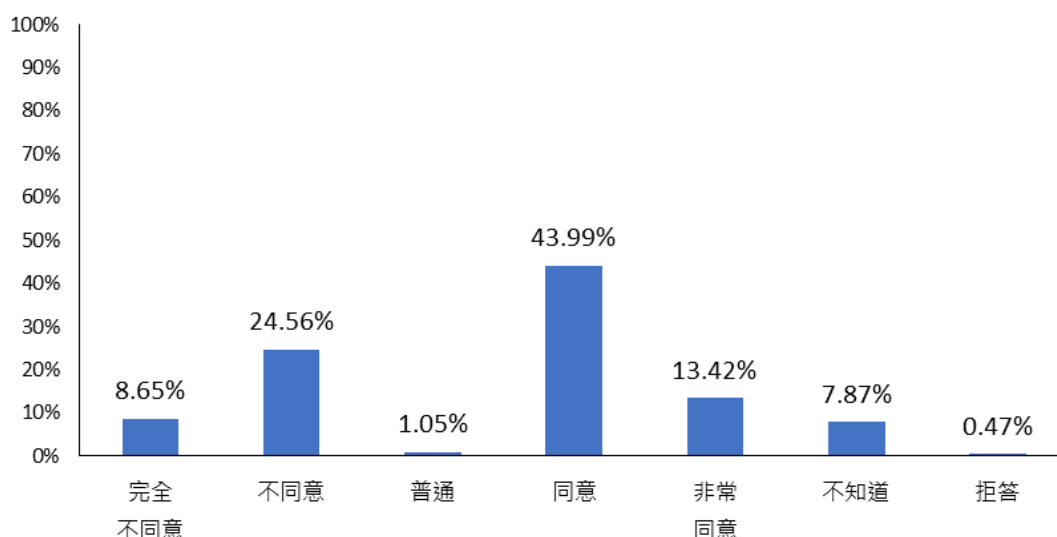
在即時通訊軟體使用上，對於個資與隱私保護同樣是建構對平台信任的關鍵之一，因此本調查亦對於即時通訊軟體使用者詢問，「請問您同不同意，（最常用的即時通訊軟體）會保護你的個人資料及隱私？」調查結果顯示，有57.41%即時通訊軟體使用者認同其最常用的即時通訊軟體會保護個人資料及隱私，選擇非常同意者有13.42%、同意為43.99%；相對而言，僅有約三成（33.21）即時通訊軟體使用者不認同其最常用的社群媒體會保護他們的個人資料及隱私，選擇完全不同意者有8.65%、不同意者24.56%。對比前述社群軟體的統計結果，整體而言，台灣民眾對於即時通訊軟體會保護個人資料與隱私的信任程度相對較高。

表 四-93 台灣使用者認同即時通訊軟體會保護個人隱私的程度

	次數	百分比
完全不同意	78	8.65%
不同意	222	24.56%
普通	9	1.05%
同意	398	43.99%
非常同意	121	13.42%
不知道	81	7.87%
拒答	4	0.47%
總計	904	100.00%

Q11、請問您同不同意，（最常用的即時通訊軟體）會保護你的個人資料及隱私？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：904（市話樣本，排除未上網及未使用即時通訊軟體者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：904（市話樣本，排除未上網及未使用即時通訊軟體者）

圖 四-73 台灣使用者認同即時通訊軟體會保護個人隱私的程度

進一步針對各平台來看，如果將量表化為 1 到 5 分，1 分代表完全不同意，5 分代表非常同意，以此計算即時通訊軟體受其主要使用者認為會保護個人資料及隱私的信任程度。絕大多數台灣民眾最常使用即時通訊軟體 LINE，獲得 3.31 分，而使用率第二高的 FB Messenger 獲 3.38 分，兩者皆略高於中點 3 分，顯示使用者對於此兩平台在個資與隱私保護皆認為屬中間偏上的評價。而主要使用人數相對較少的 WhatsApp 則較其他平台獲得最高的個資與隱私保護評分 4 分，但微信 Wechat 則獲最低評分 2.90。

與社群媒體的題組相同，本題是根據參與者「最常用的即時通訊軟體」進行詢問，因此由於使用者基數、市佔率差異，各軟體平台回答的樣本數不同甚至存有極大落差，因此該數據與排名僅供參考，須謹慎解讀（由於 Facetime 樣本數僅有 1 人，因此在表格中不列出）。

表 四-94 各即時通訊軟體受其主要使用者認同會保護個人隱私的評分

	平均分數（標準差）
LINE	3.31（SD=1.279）
FB Messenger	3.38（SD=1.092）
微信Wechat	2.90（SD=1.499）
WhatsApp	4.00（SD=0.000）

Q11、請問您同不同意，（最常用的即時通訊軟體）會保護你的個人資料及隱私？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：LINE 772、FB Messenger 40、微信Wechat 9、WhatsApp 4（市話樣本，Q10選擇平台為最常用的即時通訊，且排除Q11選答「沒有使用」、「不知道」、「拒答」）

2. 假新聞與不實資訊

2.1 社群媒體（假新聞與不實資訊）

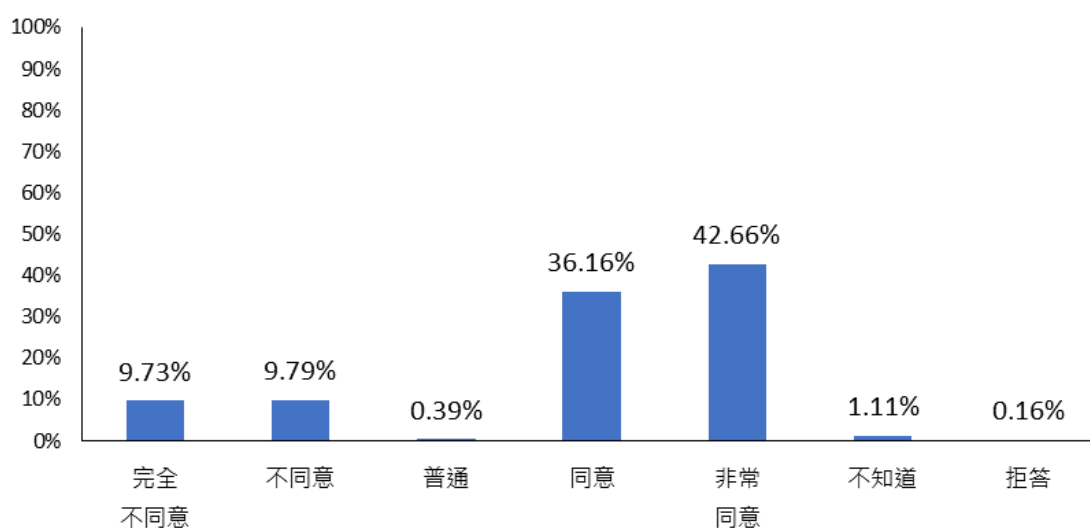
除了個資與隱私議題，資訊信任亦是建構民眾對於媒體平台信任的重要面向之一。首先，針對社群媒體，本調查同樣詢問社群媒體使用者針對其最常使用的社群媒體平台評估「請問您同不同意，（最常用的社群媒體）有很多假新聞或不實資訊？」結果顯示，將近八成（78.82%）社群媒體使用者認同，其最常使用社群媒體平台上有很多假新聞與不實資訊，選擇非常同意者有 42.66%、同意者有 36.16%；相對而言，只有不到兩成（19.52%）的社群媒體使用者肯定社群媒體上的資訊品質，而選擇不同意（9.79%）或完全不同意（9.73%）。

表 四-95 台灣使用者認同社群媒體有很多假新聞與不實資訊的程度

	次數	百分比
完全不同意	70	9.73%
不同意	70	9.79%
普通	3	0.39%
同意	259	36.16%
非常同意	305	42.66%
不知道	8	1.11%
拒答	1	0.16%
總計	863	100.00%

Q26、請問您同不同意，（最常用的社群媒體）有很多假新聞或不實資訊？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：904（市話樣本，排除未上網及未使用即時通訊軟體者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：863（市話樣本，排除未上網及未使用社群媒體者）

圖 四-74 台灣使用者認同社群媒體有很多假新聞與不實資訊的程度

進一步針對各平台來看，如果將量表化為 1 到 5 分，1 分代表完全不同意，5 分代表非常同意，以此計算主要使用者認為各社群媒體存在假新聞與不實訊息的程度，分數越高表示使用者認為平台上的資訊品質愈差。整體而言，台灣的社群媒體使用者對於各平台的資訊信任程度皆偏低（高於中點 3）。單從

分數上來看，又以 X(推特)、PTT、臉書等三平台，皆高於 4 分，分別為 4.22、4.16、4.07 被其主要使用者認為有很多假新聞與不實訊息。

但同樣必須注意的是，本題多數平台是根據參與者「最常用的社群媒體」進行詢問，而抖音 TikTok 是對所有市話樣本之上網者都有詢問，因此由於使用者基數、市佔率及調查方式差異，各社群平台回答的樣本數不同甚至有存在落差，因此該數據與排名僅供參考，須謹慎解讀。

表 四-96 各社群媒體受其主要使用者認為有很多假新聞與不實資訊的評分

	平均分數（標準差）
臉書（Facebook）	4.07（SD=1.345）
Instagram	3.62（SD=1.273）
抖音TikTok	3.91（SD=1.363）
X(推特)	4.22（SD=0.809）
PTT	4.16（SD=0.719）
Dcard	3.69（SD=1.540）
Threads	3.73（SD=0.948）

Q26、請問您同不同意，（最常用的社群媒體）有很多假新聞或不實資訊？ 以及 Q15、請問您同不同意，抖音TikTok有很多假新聞或不實資訊？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：Facebook 447、Instagram 215、X/推特 21、PTT 12、Dcard 7、Threads 8（市話樣本，Q24選擇平台為最常用的社群媒體者，且排除Q26選答「沒有使用」、「不知道」、「拒答」）、抖音TikTok 716（市話樣本，排除Q15選答「沒有使用」、「不知道」、「拒答」）

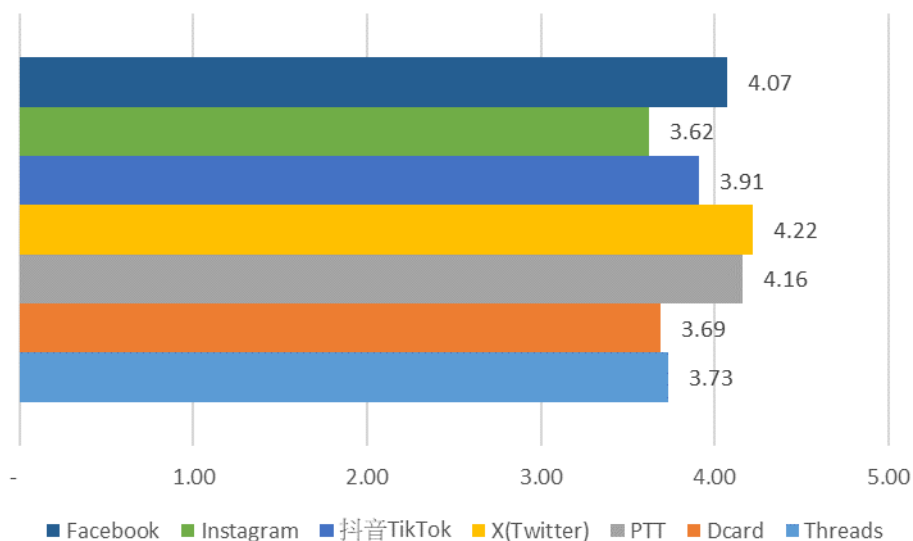


圖 四-75 各社群媒體受其主要使用者認為有很多假新聞與不實資訊的評分

2.2 即時通訊軟體（假新聞與不實資訊）

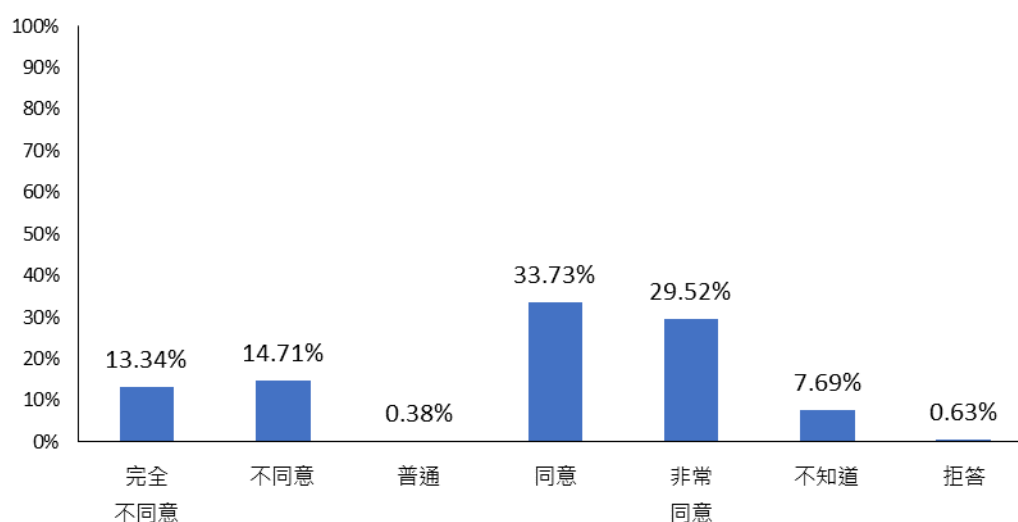
在即時通訊軟體使用方面，本調查亦針對即時通訊軟體使用者詢問「請問您同不同意，（最常用的即時通訊軟體）有很多假新聞或不實資訊？」以了解民眾對於即時通訊軟體上的資訊品質評估。結果顯示，有超過六成即時通訊軟體使用者（63.25%）認同其最常使用的即時通訊軟體上有很多假新聞與不實訊息，選擇非常同意者有 29.53%，選擇同意者有 33.73%。相對而言，僅有約三成（28.05%）即時通訊軟體使用者相對肯定即時通訊軟體上的資訊品質，不認為有很多假新聞與不實訊息，選擇完全不同意者有 13.34%、不同意者有 14.71%。

表 四-97 台灣使用者認同即時通訊軟體有很多假新聞與不實資訊的程度

	次數	百分比
完全不同意	121	13.34%
不同意	133	14.71%
普通	3	0.38%
同意	305	33.73%
非常同意	267	29.52%
不知道	70	7.69%
拒答	6	0.63%
總計	904	100.00%

Q12、請問您同不同意，（最常用的即時通訊軟體）有很多假新聞或不實資訊？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：904（市話樣本，排除未上網及未使用即時通訊軟體者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：904（市話樣本，排除未上網及未使用即時通訊軟體者）

圖 四-76 台灣使用者認同即時通訊軟體有很多假新聞與不實資訊的程度

進一步針對各平台來看，如果將量表化為 1 到 5 分，1 分代表完全不同意，5 分代表非常同意，以此計算主要使用者認為各即時通訊軟體存在假新聞與不實訊息的程度，分數越高表示使用者認為平台上的資訊品質愈差。對於國

人最常使用的兩大即時通訊軟體 LINE 與 FB Messenger，主要使用者普遍認為資訊品質中間偏下（高於中點 3），分數分別為 3.57 與 3.92。

但同樣必須注意的是，本題多數平台是根據參與者「最常用的即時通訊軟體」進行詢問，因此由於使用者基數、市佔率差異，各社群平台回答的樣本數不同甚至存在落差，因此該數據與排名僅供參考，須謹慎解讀（由於 Facetime 樣本數僅有 1 人，因此在表格中不列出）。

表 四-98 各社群媒體受其主要使用者認為有很多假新聞與不實資訊的評分

	平均分數（標準差）
LINE	3.57（SD=1.438）
FB Messenger	3.92（SD=1.307）
微信Wechat	2.71（SD=1.857）
WhatsApp	2.87（SD=1.153）

Q12、請問您同不同意，（最常用的即時通訊軟體）有很多假新聞與不實資訊？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：LINE 774、FB Messenger 39、微信Wechat 8、WhatsApp 4（市話樣本，Q10選擇平台為最常用的即時通訊，且排除Q12選答「沒有使用」、「不知道」、「拒答」）

2.3 傳統媒體

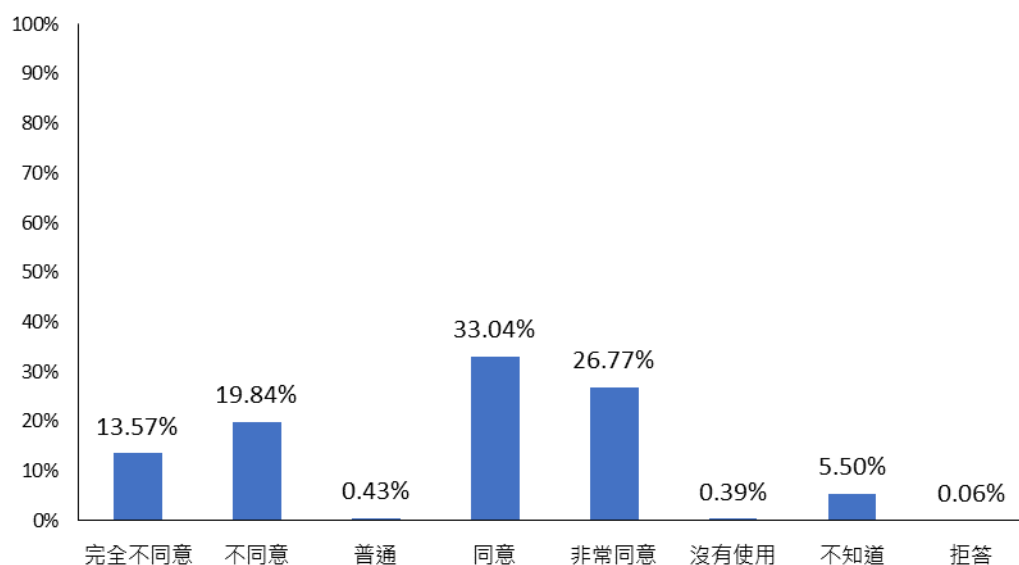
傳統媒體（如：電視、報章雜誌等）仍是許多台灣民眾獲取資訊的重要管道，因此本調查亦詢問「請問您同不同意，傳統媒體（例如：電視、報章雜誌）有很多假新聞或不實資訊？」以了解台灣民眾對於傳統媒體的資訊品質評估。結果顯示，有近六成民眾（59.81%）認同傳統媒體上有很多假新聞與不實訊息，選擇非常同意者有 26.77%，選擇同意者有 33.04%。相對而言，僅有約三成（33.41%）民眾相對肯定傳統媒體上的資訊品質，不認為有很多假新聞與不實訊息，選擇完全不同意者有 13.57%、不同意者有 19.84%。

表 四-99 台灣民眾認同傳統媒體有很多假新聞與不實資訊的程度

	次數	百分比
完全不同意	150	13.57%
不同意	212	19.84%
普通	5	0.43%
同意	354	33.04%
非常同意	287	26.77%
沒有使用	4	0.39%
不知道	59	5.50%
拒答	1	0.06%
總計	1071	100.00%

Q35、請問您同不同意，傳統媒體（例如：電視、報章雜誌）有很多假新聞或不實資訊？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-77 台灣使用者認同傳統媒體有很多假新聞與不實資訊的程度

六、民眾遭遇詐騙情況（市話樣本）

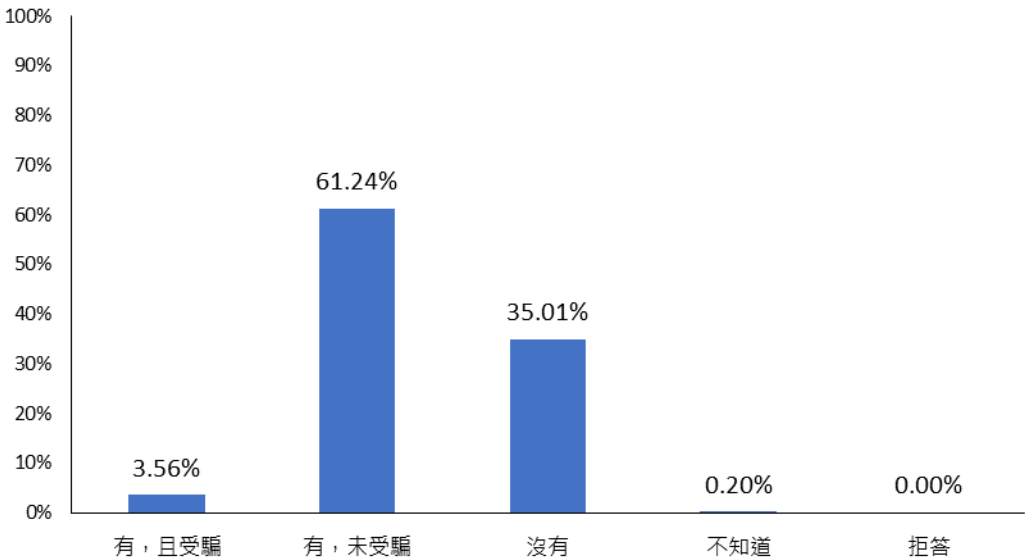
詐騙問題一直是台灣近幾年來的重大治安議題。為了解民眾遭遇詐騙問題的整體現況，本調查詢問「請問過去三個月，您有沒有遇過詐騙訊息？（如：詐騙簡訊、電話、廣告或惡意網址等）」結果顯示，有 64.80%台灣民眾在過去三個月曾透過各式管道接觸到詐騙訊息，其中更有 3.56%民眾受騙造成損失。

表 四-100 台灣民眾過去三個月遭遇詐騙訊息的情形

	次數	百分比
有，且受騙	38	3.56%
有，未受騙	656	61.24%
沒有	375	35.01%
不知道	2	0.20%
總計	1071	100.00%

Q47、請問過去三個月，您有沒有遇過詐騙訊息？（如：詐騙簡訊、電話、廣告或惡意網址等）

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：1071（市話樣本）

圖 四-78 台灣民眾過去三個月遭遇詐騙訊息的情形

進一步針對受騙者的性別、年齡、學歷、居住地等人口變項進行交叉分析，結果發現，受騙比率未因以上各人口變項不同而出現顯著差異，這也顯示詐騙受害為一普遍問題，而非只有特定族群容易受害。

表 四-101 台灣民眾過去三個月受騙情況在人口變項上的分布

	百分比
性別 $\chi^2(1)=0.64, p>.05$	
男	4.02%
女	3.11%
年齡 $\chi^2(5)=3.59, p>.05$	
18-29歲	2.86%
30-39歲	4.65%
40-49歲	1.93%
50-59歲	4.21%
60-69歲	2.82%
70歲以上	4.70%
教育程度 $\chi^2(5)=3.31, p>.05$	
小學及以下	2.78%
國(初)中/初職	5.08%
高中職	4.07%
專科	5.00%
大學	2.40%
研究所	3.16%
居住地區 $\chi^2(5)=7.97, p>.05$	
北北基	3.14%
桃竹苗	1.16%
中彰投	5.80%
雲嘉南	2.63%
高屏澎金馬	5.11%
宜花東	2.22%

Q47、請問過去三個月，您有沒有遇過詐騙訊息？（如：詐騙簡訊、電話、廣告或惡意網址等）

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：38（市話樣本，Q47勾選「有，且受騙」）

第七節 數位育兒的兩難

一、數位育兒現況 (市話樣本)

數位時代下，孩童接觸 3C 連網設備的機會大增，甚至存在所謂「3C 育兒」現象，手機、平板成為孩童的重要玩伴。然而，網路使用有利有弊，既可能促進孩童的學習與知識獲取，也可能帶來沉迷與發展風險。本節針對 12 歲以下兒童家庭，意欲了解家長們如何看待並實踐 3C 育兒，以及一般民眾對於孩童數位工具使用的態度。

本節首先詢問「請問您家中 12 歲以下的未成年孩童，幾歲開始觀看或使用 3C 設備（含手機、平板、電腦）？」以了解兒童使用 3C 設備的概況。結果顯示，家中有 12 歲以下孩童的家長，有 79.04%會讓孩子使用 3C 設備，其中又以讓孩子 2 歲開始接觸 3C 設備比例最高，有 11.40%。同時，也有 20.96%的受訪家長表示家中 12 歲以下的孩童沒有使用 3C 設備。

表 四-102 台灣民眾家中 12 歲以下孩童的 3C 設備使用情形

	次數	百分比
沒有使用3C設備	46	20.96%
有使用3C設備	175	79.04%
總計	221	100.00%

Q48：請問您家中12歲以下的未成年孩童，幾歲開始觀看或使用3C設備（含手機、平板、電腦）？

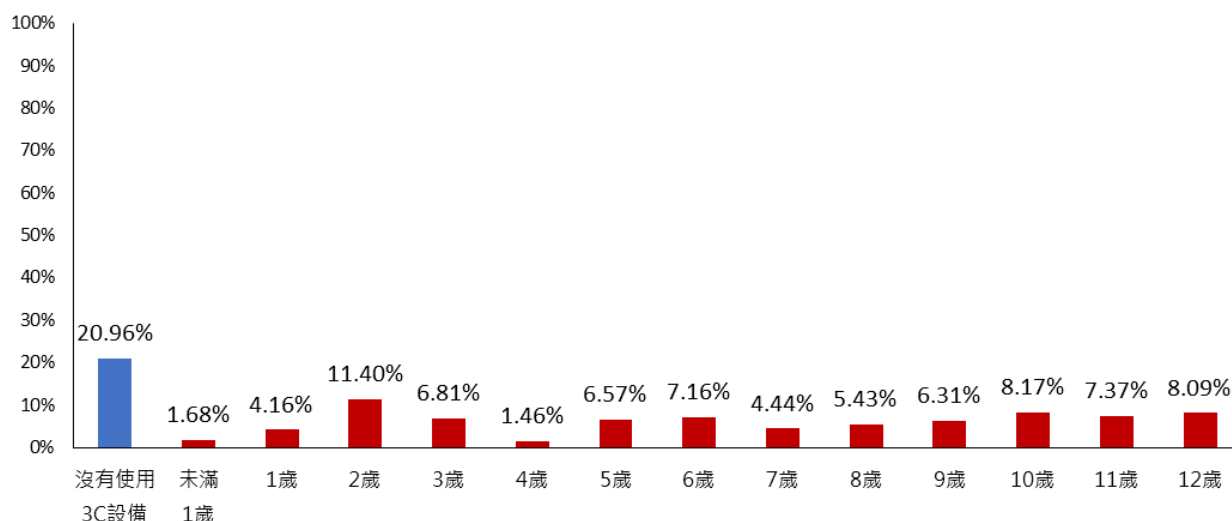
資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：221（市話樣本，排除無育有12歲以下小孩者）

表 四-103 台灣民眾家中 12 歲以下孩童開始使用 3C 設備的年齡分布

	次數	百分比
家中小孩未使用3C	46	20.96%
家中小孩有使用3C		
未滿1歲	4	1.68%
1歲	9	4.16%
2歲	25	11.40%
3歲	15	6.81%
4歲	3	1.46%
5歲	15	6.57%
6歲	16	7.16%
7歲	10	4.44%
8歲	12	5.43%
9歲	14	6.31%
10歲	18	8.17%
11歲	16	7.37%
12歲	18	8.09%
總計	221	100.00%

Q48：請問您家中12歲以下的未成年孩童，幾歲開始觀看或使用3C設備（含手機、平板、電腦）？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：221（市話樣本，排除無育有12歲以下小孩者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：221（市話樣本，排除無育有 12 歲以下小孩者）

圖 四-79 台灣民眾家中 12 歲以下孩童開始使用 3C 設備的年齡分布

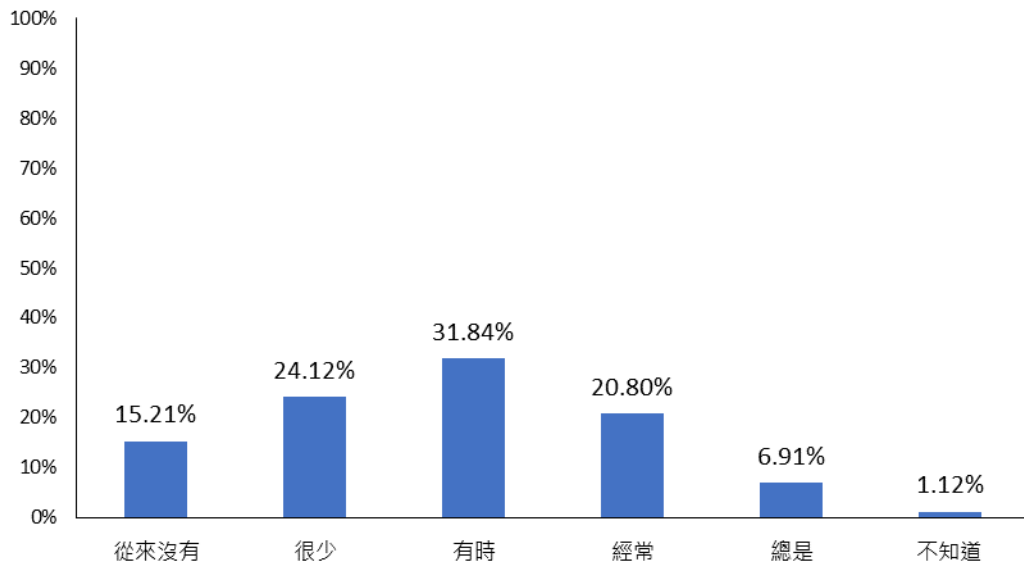
本調查進一步針對家中育有 12 歲以下孩童且孩子有 3C 使用經驗的家長詢問「當您在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，您有多常讓孩子使用 3C 設備？」欲了解 3C 設備等科技產品在現代父母育兒的過程中，會被用以作為安撫孩童的工具。調查結果顯示，有 84.79%育有 12 歲以下孩童且孩子有 3C 使用經驗的家長，會在必要情況下為了安撫孩子，而讓孩子使用 3C 設備。仔細談論其中的頻率分布，以「有時」佔 31.84%最多；接著依序為「偶爾」（24.12%）、「經常」（20.80%）、「總是」（6.91%）。另一方面，則有 15.21%育有 12 歲以下孩童的家長表示，「從未」為了安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備，相較 2023 年調查結果，「從未」以安撫目的而讓孩子使用 3C 設備的比率降低了 7.70%（去年 22.91%降至今年 15.21%），顯示現代父母在育兒過程中，仰賴 3C 產品做為「科技奶嘴」安撫孩子的情況愈發普遍。

表 四-104 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的頻率【有小孩者】

	次數	百分比
從未	27	15.21%
偶爾	42	24.12%
有時	56	31.84%
經常	36	20.80%
總是	12	6.91%
不知道	2	1.12%
總計	175	100.00%

Q49a：當您在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，您有多常讓孩子使用 3C 設備？

資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：175（市話樣本，排除家中無小孩、家中有小孩未使用 3C 者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：175（市話樣本，排除家中無小孩、家中有小孩未使用 3C 者）

圖 四-80 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的頻率【有小孩者】

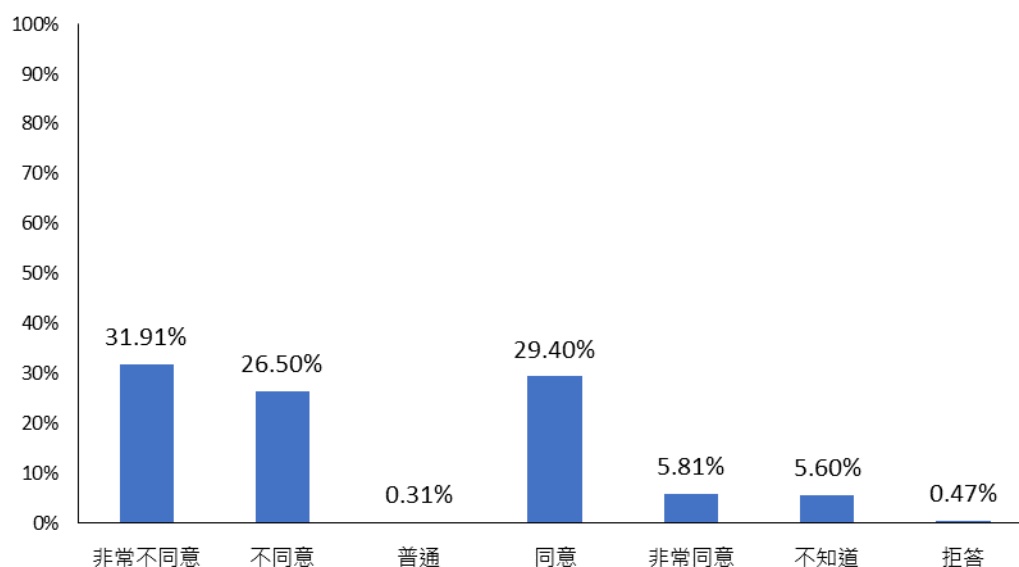
此外，針對目前家中未育有 12 歲以下孩童的民眾以及家中孩童不使用 3C 設備的民眾，本調查亦詢問「您同不同意，當家長在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，可以讓孩子使用 3C 設備？」以了解民眾對於 3C 設備成為「科技奶嘴」一途的看法。多數未育有小孩或孩子無使用 3C 的族群，大多不同意為了安撫小孩而讓小孩使用 3C 設備，達 58.41%。相對而言，有 35.21% 此族群民眾認同透過提供 3C 設備以安撫孩子，雖然對比前述家長實際做法的統計數據，可以發現不同社會角色在此問題上的想法分歧，然相較去年僅 31.11% 未育兒（或家中孩子不使用 3C 設備）群眾認同以 3C 產品做為安撫孩子的工具，從今年上升數據可發現，大眾對於「科技奶嘴」有更普遍的接受程度；且隨著數位教具、教材愈發多元且獲得家長採用，所謂科技奶嘴也未必如同過去的解讀，只能提供孩子「娛樂」效果，能夠同步提供「教育」意義者也不在少數。

表 四-105 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的同意程度【無小孩、小孩無使用 3C 者】

	次數	百分比
非常不同意	286	31.91%
不同意	237	26.50%
普通	3	0.31%
同意	263	29.40%
非常同意	52	5.81%
不知道	50	5.60%
拒答	4	0.47%
總計	896	100.00%

Q49b：您同不同意，當家長在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，可以讓孩子使用3C設備？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：896（市話樣本，排除家中有小孩且使用3C者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：896（市話樣本，排除家中有小孩且使用 3C 者）

圖 四-81 為安撫孩子而讓孩子使用 3C 設備的同意程度【無小孩、小孩無使用 3C 者】

二、科技使用之家長介入型態 (市話樣本)

對於孩童使用科技產品，家長在其中的介入角色對於能否引導孩童正確使用網路，並從中獲得正面效益息息相關。針對控管孩子使用科技產品，Valcke 等學者 (2010)⁵²從使用限制面向與溝通支持面向，建構出四個類型的家長介入型態。分別為限制多且溝通多的「權威式育兒 (authoritative parenting style)」、限制多但溝通少的「威權式育兒 (authoritarian parenting style)」、限制少而溝通多的「寬容式育兒 (permissive parenting style)」與限制少也溝通少的「放任式育兒 (laissez-faire parenting style)」。

本調查基於此模型，針對家中育有 12 歲以下孩童的家長，分別詢問了其限制孩子網路使用行為的頻率，以及與小孩討論網路使用行為的頻率。

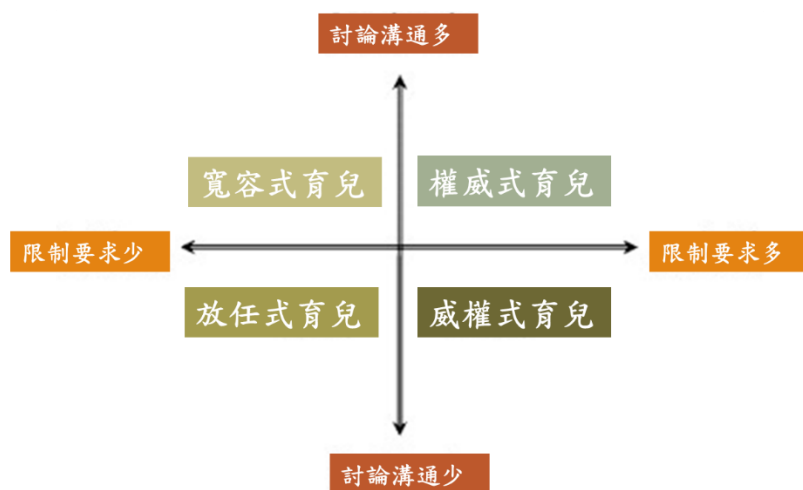


圖 四-82 科技使用之家長介入型態

當詢問家中育有 12 歲以下孩童家長「您有多常限制小孩的網路使用行為？（包括使用時間、觀看內容、接觸對象）」時，有 91.64%家長表示有限制過小孩的網路使用行為，其頻率分布佔比由高到低分別為，經常（41.04%）、總是

⁵² Valcke, M., Bonte, S., De Wever, B., & Rots, I. (2010). Internet parenting styles and the impact on Internet use of primary school children. *Computers & Education*, 55(2), 454-464. doi:10.1016/j.compedu.2010.02.009

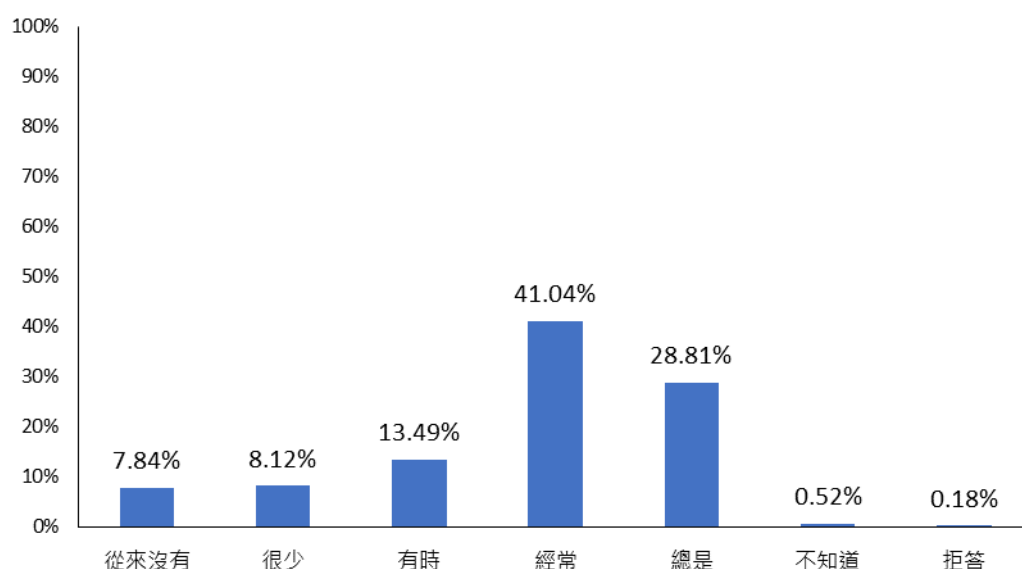
(28.81%)、有時 (13.49%)、偶爾 (8.12%)。同時，有 7.84% 家長則表示從未限制過小孩的網路使用行為。如以 1-5 分計算 (1 為從未、5 為總是)，整體平均分數為 3.75 分，($t(173) = 8.362, p < .001$)，顯著高於中點 3 分的「有時」，說明多數台灣家長對於孩子的網路使用行為具有較多的限制。

表 四-106 台灣民眾限制小孩網路使用行為的頻率【有小孩者】

	次數	百分比
從未	14	7.84%
偶爾	14	8.12%
有時	24	13.49%
經常	72	41.04%
總是	50	28.81%
不知道	1	0.52%
總計	175	100.00%

Q50a：您有多常限制小孩的網路使用行為？

資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：175（市話樣本，排除家中無小孩、家中有小孩未使用 3C 者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：175（市話樣本，排除家中無小孩、家中有小孩未使用 3C 者）

圖 四-83 台灣民眾限制小孩網路使用行為的頻率【有小孩者】

接著，本調查詢問家中育有 12 歲以下孩童的家長，「有多常和小孩討論他們在網路上做的事情？（包括使用哪些網站、觀看哪些內容、遇到哪些人）」藉以了解家長對孩子網路使用的討論支持行為。有 80.82%的家長表示曾與孩子討論過他們在網路上的行為，其頻率分布佔比由高到低分別為，經常（32.02%）、有時（20.95%）、總是（20.55%）、偶爾（7.30%）。另外，有 18.77%家長則表示從未與小孩討論過他們的網路使用行為，但此比例相較去年的 27%出現明顯降低，顯示有更多家長願意多花時間與心力了解孩子的網路使用情況。如以 1-5 分計算（1 為從未、5 為總是），整體平均分數為 3.28 分， $(t(173) = 2.717, p < .05)$ ，顯著高於中點 3 分的「有時」，說明多數台灣家長對於孩子的網路使用行為有增加相互討論理解的趨勢。

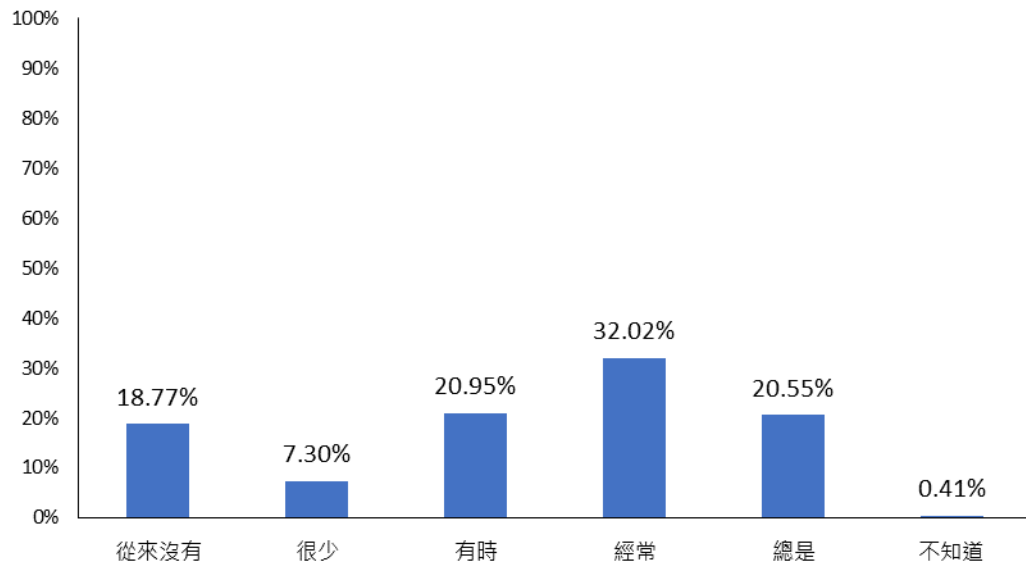
整體而言，台灣家長對孩子的網路行為，有較高頻率（高於中點）的限制，同時也有較高頻率（高於中點）的討論，就 Valcke 等人提出的科技使用之家長介入型態，台灣家長目前對於孩子的科技使用已從去年的威權式育兒（高限制、低討論）走向偏向權威式育兒（高限制、高討論）。

表 四-107 台灣民眾和小孩討論網路行為的頻率【有小孩者】

	次數	百分比
從未	33	18.77%
偶爾	13	7.30%
有時	37	20.95%
經常	56	32.02%
總是	36	20.55%
不知道	1	0.41%
總計	175	100.00%

Q51a：有多常和小孩討論他們在網路上做的事情？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：175（市話樣本，排除家中無小孩、家中有小孩未使用3C者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：175（市話樣本，排除家中無小孩、家中有小孩未使用 3C 者）

圖 四-84 台灣民眾和小孩討論網路行為的頻率【有小孩者】

以下從人口變項來看，家中育有 12 歲以下孩童的家長，在介入孩子科技使用的型態分布。在性別方面，無論男性、女性對於孩子的科技使用，均主要以權威式（討論多、限制多）的介入方式為主；其次則為威權式（討論少、限制少）介入，在性別上的分布趨勢接近。在教育程度方面，大學、研究所學歷者分別皆有六成以上（69.86%、63.16%）採取權威式介入；另一方面，值得注意的是，小學及以下學歷者有六成六（66.67%）對於孩子的科技使用採取放任式（限制少、討論少）介入策略。在居住地方面，家長採取的介入模式並未因地區而出現顯著差異。

表 四-108 台灣家長對孩子科技使用介入型態在人口變項的分布

	權威式	威權式	放任式	寬容式
性別 ($\chi^2(4) = 2.476, p > .05$)				
男	59.70%	14.93%	8.96%	10.45%
女	58.10%	15.24%	11.43%	13.33%
教育程度 ($\chi^2(20) = 52.127, p < .001$)				
小學及以下	8.33%	25.00%	66.67%	0.00%
國(初)中/初職	53.33%	20.00%	13.33%	6.67%
高中職	55.00%	12.50%	12.50%	17.50%
專科	53.33%	13.33%	6.67%	26.67%
大學	69.86%	12.33%	4.41%	9.59%
研究所	63.16%	15.79%	5.26%	15.79%
居住地區 ($\chi^2(20) = 12.141, p > .05$)				
北北基	62.75%	11.76%	11.76%	9.80%
桃竹苗	58.33%	19.44%	8.33%	8.33%
中彰投	58.82%	8.82%	14.71%	14.71%
雲嘉南	60.00%	26.67%	0.00%	13.33%
高屏澎金馬	50.00%	15.38%	15.38%	19.23%
宜花東	62.50%	25.00%	0.00%	12.50%

Q50a：您有多常限制小孩的網路使用行為？ 以及 Q51a：有多常和小孩討論他們在網路上做的事情？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：175（市話樣本，排除家中無小孩、家中有小孩未使用3C者）

針對目前沒有養育 12 歲以下孩童的民眾，以及沒有讓孩子使用 3C 設備的民眾，本調查亦從限制與討論面向，詢問其對於家長如何管理小孩使用網路是較為理想的介入方式。因此，首先詢問「您認為家長應多常限制小孩的網路使用行為？」

有 90.04%的無育兒或小孩無使用 3C 的民眾認為，家長需要限制小孩的網路使用行為。民眾認為較適切的限制頻率分布佔比由高到低分別為，經常（32.83%）、總是（27.51%）、有時（24.88%）、偶爾（4.82%）。同時，有 2.63%民眾則認為家長不需限制小孩的網路使用行為。如以 1-5 分計算（1 為從

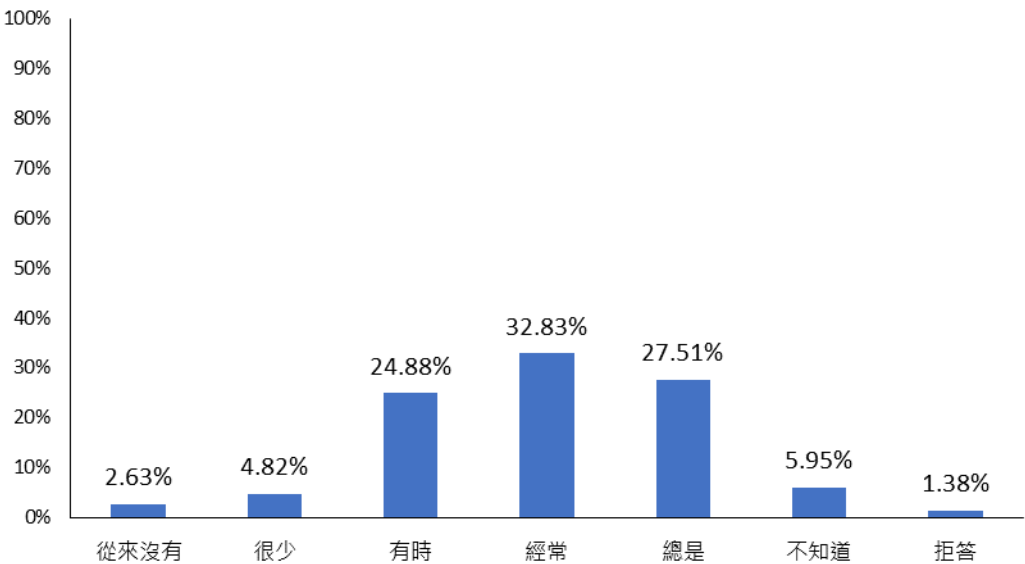
未、5 為總是)，整體平均分數為 3.84 分，($t(829) = 24.133, p < .001$)，顯著高於中點 3 分的「有時」，說明多數民眾認為家長對於孩子的網路使用行為應有較頻繁的限制。

表 四-109 台灣民眾認為家長應限制小孩網路使用行為的頻率【無育有 12 歲以下小孩、小孩無使用 3C 者】

	次數	百分比
從未	24	2.63%
偶爾	43	4.82%
有時	223	24.88%
經常	294	32.83%
總是	247	27.51%
不知道	53	5.95%
拒答	12	1.38%
總計	896	100.00%

Q50b：您認為家長應多常限制小孩的網路使用行為？

資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：896（市話樣本，排除家中有小孩且使用 3C 者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：896（市話樣本，排除家中有小孩且使用 3C 者）

圖 四-85 台灣民眾認為家長應限制小孩網路使用行為的頻率【無育有 12 歲以下小孩、小孩無使用 3C 者】

接著，本調查詢問未養育 12 歲以下孩童或小孩無使用 3C 的民眾，「您認為家長應多常小孩討論他們在網路上做的事情？（包括使用哪些網站、觀看哪些內容、遇到哪些人）」藉以了解民眾理想中家長對孩子網路使用的討論支持行為。有 86.12% 的民眾表示家長應與孩子討論他們在網路上的行為，其頻率分布佔比由高到低分別為，經常（39.73%）、有時（20.70%）、總是（20.43%）、偶爾（5.26%）。同時，有 4.56% 民眾則認為家長無須與小孩討論他們的網路使用行為。如以 1-5 分計算（1 為從未、5 為總是），整體平均分數為 3.73， $(t(812) = 20.162, p < .001)$ ，顯著高於中點 3 分的「有時」，說明多數民眾認為家長應對孩子的網路使用行為較頻繁地相互討論理解。

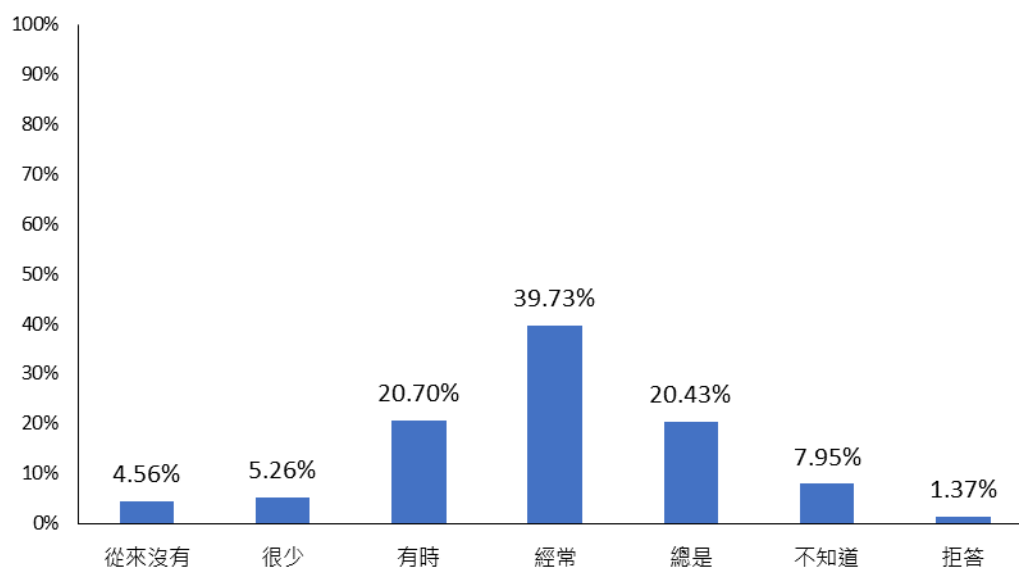
整體而言，多數台灣民眾理想中的家長對孩子的網路行為介入，應有較高頻率（高於中點）的限制，以及較高頻率（高於中點）的討論，就 Valcke 等人提出的科技使用之家長介入型態，多數民眾理想中的科技育兒模式應偏向權威式育兒，與去年調查結果類似。值得注意的是，從前述育有 12 歲小孩（且孩子有使用 3C）家長族群的調查數據也呈現偏向採用權威式育兒，發現無論從實際執行或理想上，國人普遍認為在科技使用上以高限制、高討論的「權威式育兒」是最適宜的家長介入模式。

表 四-110 台灣民眾認為家長與小孩討論網路使用行為的頻率【無育有 12 歲以下小孩、小孩無使用 3C 者】

	次數	百分比
從未	41	4.56%
偶爾	47	5.26%
有時	186	20.70%
經常	356	39.73%
總是	183	20.43%
不知道	71	7.95%
拒答	12	1.37%
總計	896	100.00%

Q51b：您認為家長應多常小孩討論他們在網路上做的事情？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：896（市話樣本，排除家中有小孩且使用3C者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：896（市話樣本，排除家中有小孩且使用 3C 者）

圖 四-86 台灣認為家長與小孩討論網路使用行為的頻率【無育有 12 歲以下小孩、小孩無使用 3C 者】

第八節 未使用網路者分析

根據第一節針對上網率的調查結果，2024 年台灣民眾的上網率為 88.39%，相較於過去年兩年調查而得的上網率 84.3%(2022 年)、84.67%(2023 年)有明顯上升。根據第一節上網率人口變項的分析可知，上網率在性別、年齡、學歷等三大人口變項上皆有顯著差異，上網率最低的族群集中於 70 歲及以上（上網率 50.20%）、小學及以下學歷（上網率 34.09%）的台灣民眾，且男性上網者顯著多於女性上網者。由於上網率為國家數位發展的重要指標之一，因此，如何有效提高上網率，除了瞭解未使用網路者的樣貌外，更應了解其未使用網路的原因、學習上網意願以及面臨的困境。

一、未使用網路的原因

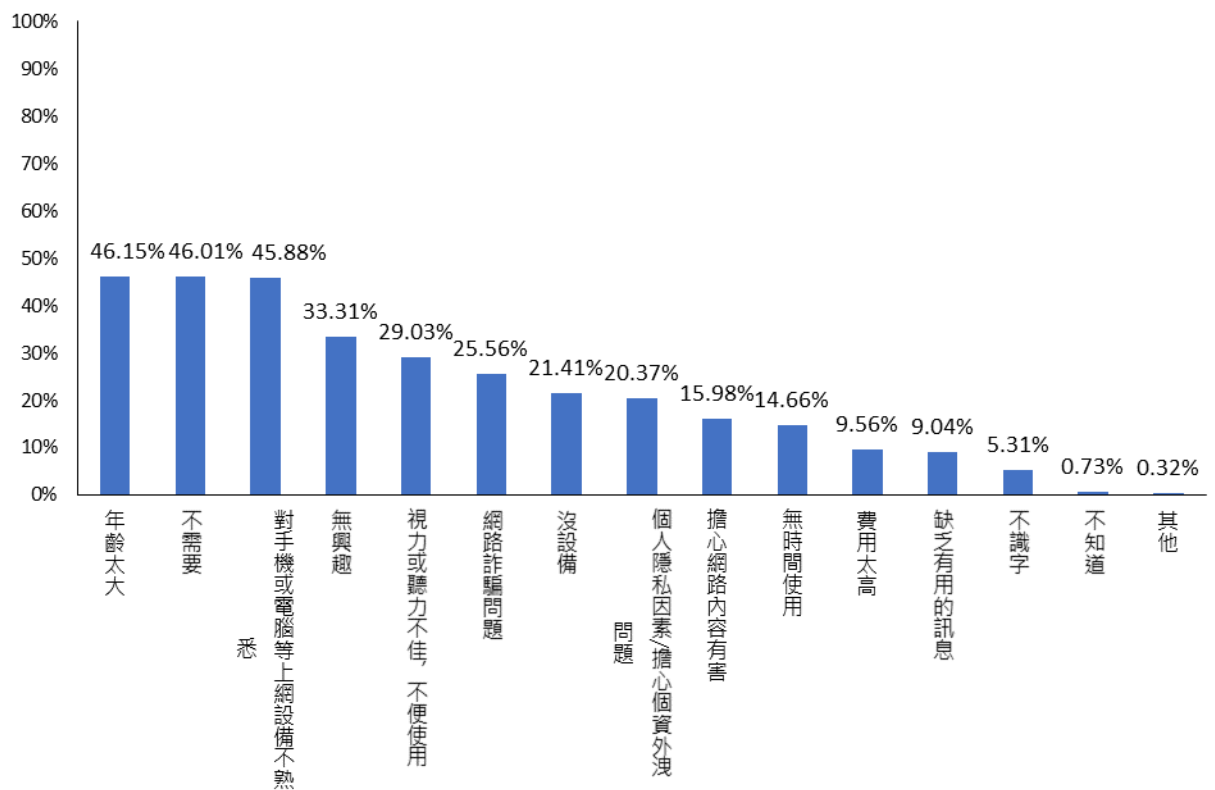
關於未上網者沒有使用網路的原因方面，本調查詢問「請問您沒有上網（連接網際網路）的原因有哪些？」，結果發現，對於未上網的台灣民眾而言，沒有使用網路的主要原因依序為「年齡太大」（46.15%）、「不需要」（46.01%）、「對上網設備不熟悉」（45.88%）。其餘未上網原因還包括「無興趣」（33.31%）、「視力或聽力不佳，不便使用」（29.03%）、「網路詐騙問題」（25.56%）、「沒設備」（21.41%）、「個人隱私因素/擔心個資外洩問題」（20.37%）、「擔心網路內容有害」（15.98%）、「無時間使用」（14.66%）、「費用太高」（9.56%）、「缺乏有用的訊息」（9.04%）、「不識字」（5.31%）。

表 四-111 台灣民眾未使用網路的原因

	次數	百分比
年齡太大	115	46.15%
不需要	115	46.01%
對手機或電腦等上網設備不熟悉	114	45.88%
無興趣	83	33.31%
視力或聽力不佳，不便使用	72	29.03%
網路詐騙問題	64	25.56%
沒設備	53	21.41%
個人隱私因素/擔心個資外洩問題	51	20.37%
擔心網路內容有害	40	15.98%
無時間使用	37	14.66%
費用太高	24	9.56%
缺乏有用的訊息	23	9.04%
不識字	13	5.31%
不知道	2	0.73%
其他	1	0.32%

Q52：請問您沒有上網(連接網際網路)的原因有哪些？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：249（雙底冊，排除上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：249（雙底冊，排除上網者）

圖 四-87 台灣民眾未使用網路的原因

二、未上網者學習上網意願

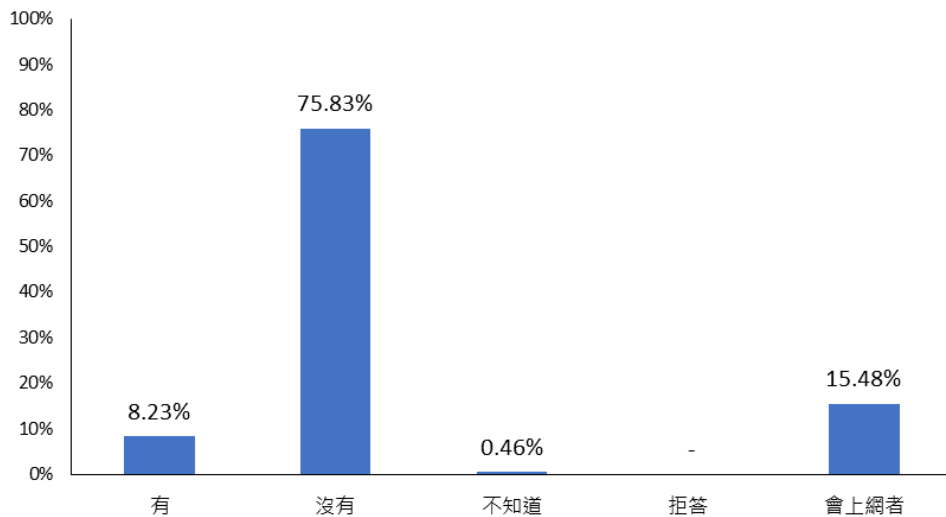
關於未上網者學習上網意願方面，詢問「先不管實際上有沒有困難，心裡有想學怎麼上網嗎？」。本次調查發現，對於未上網的台灣民眾而言，有 75.83% 的受訪者表示不管實際上有沒有困難，心裡沒有想學如何上網的意願；另一方面則有 8.23% 未上網族群表示有意願學習上網，比起去年僅 1.59% 的未上網者表達學習上網的意願，今年度調查結果有明顯成長趨勢。這可能也意味著，因應自身需求，社會現況或上網可能帶來的好處，增強了未上網者的上網動機進而提高學習意願。

表 四-112 無使用網路的台灣民眾想學習上網的情形

	次數	百分比
有	20	8.23%
沒有	189	75.83%
不知道	1	0.46%
會上網者（但最近三個月無使用）	39	15.48%
總計	249	100.00%

Q55：先不管實際上有沒有困難，心裡有想學怎麼上網嗎？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：249（雙底冊，排除上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：249（雙底冊，排除上網者）

圖 四-88 無使用網路的台灣民眾想學習上網的情形

三、他人協助上網的情形

在歷經 Covid-19 疫情以及近來的「缺工」問題，加速許多日常活動或行政事務轉向線上化，然而在多數人享受便利的同時，不具上網能力的族群也可能因此增加了處理這些日常或行政事務的成本與困擾。為了解是否有他人能協助未上網者處理需上網始可處理的事務，本調查詢問「請問有沒有家人、鄰居、朋友或其他人可以幫您處理需要上網才能做的事情？」。調查發現，有 4.86%未

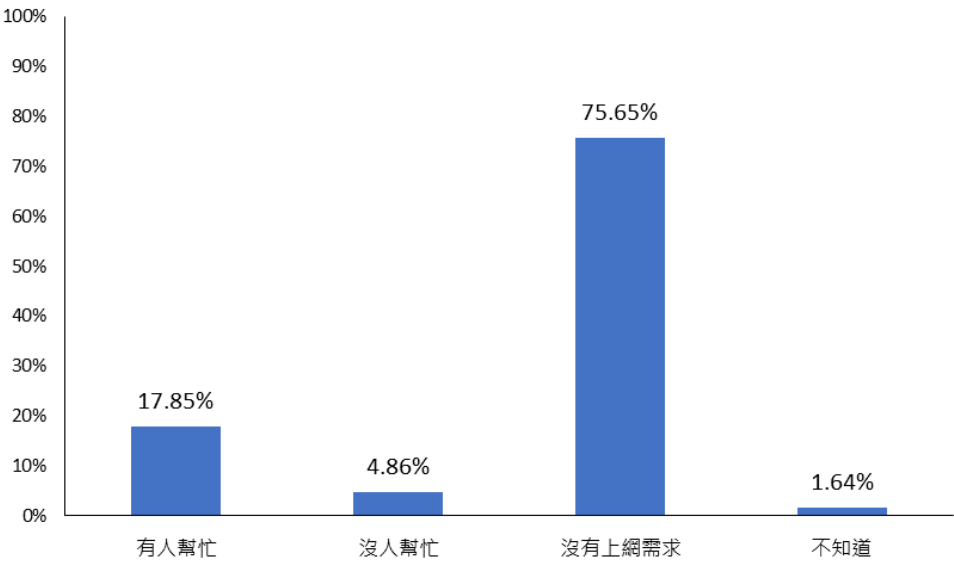
上網的台灣民眾表示沒有家人、鄰居、朋友或其他人可以幫自己處理需要上網才能做的事情，有 17.85%的未上網者則表示有人可以協助；同時，絕大多數的未上網者仍然表示沒有上網需求，故而也無需他人協助，比例高達 75.65%。

表 四-113 無使用網路的台灣民眾的他人協助情形

	次數	百分比
有人幫忙	45	17.85%
沒人幫忙	12	4.86%
沒有上網需求	189	75.65%
不知道	4	1.64%
總計	249	100.00%

Q53：請問有沒有家人、鄰居、朋友或其他人可以幫您處理需要上網才能做的事情？

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：249（雙底冊，排除上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：249（雙底冊，排除上網者）

圖 四-89 無使用網路的台灣民眾的他人協助情形

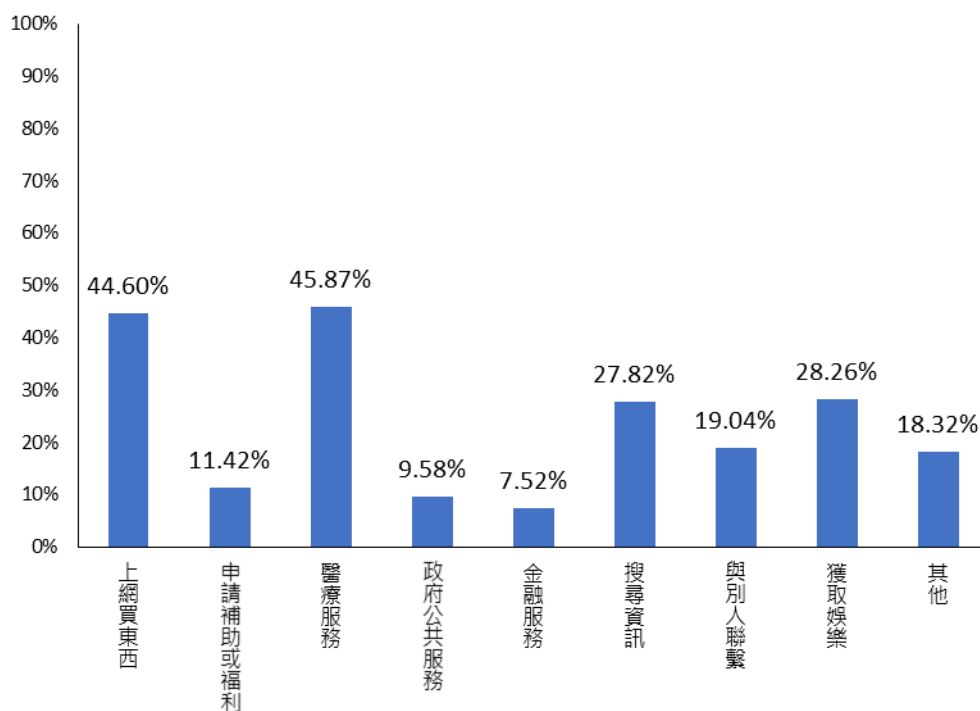
對於有上網需求（即有處理需要上網才能做的事情的需求）的未上網者，針對有人幫忙者詢問「過去一年中，曾經請別人幫您上網處理過下列哪些事情？」其中以請他人協助上網處理「醫療服務」事宜為最大宗，達 45.87%；其次，為請託他人協助上網購物，需求達 44.60%。另外其他重點需求還包含獲取娛樂（28.26%）、搜尋資訊（27.82%）、與他人連繫（19.04%），皆有約兩成或兩成以上需求。

表 四-114 無使用網路的台灣民眾的他人協助內容

	次數	百分比
上網買東西	20	44.60%
申請補助或福利	5	11.42%
醫療服務	20	45.87%
政府公共服務	4	9.58%
金融服務	3	7.52%
搜尋資訊	12	27.82%
與別人聯繫	8	19.04%
獲取娛樂	13	28.26%
其他	8	18.32%

Q54a：過去一年中，曾經請別人幫您上網處理過下列哪些事情？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：45（雙底冊，Q53勾選「有人幫忙」者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
樣本數：45（雙底冊，Q53 勾選「有人幫忙」者）

圖 四-90 無使用網路的台灣民眾的他人協助內容

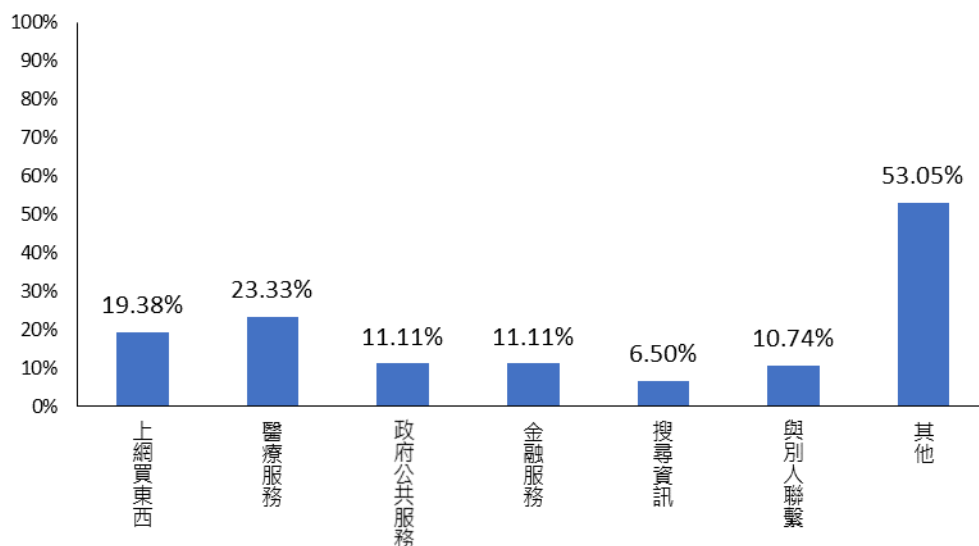
另一方面，針對有上網需求但無人協助者，本調查亦詢問「過去一年中，您曾經想要上網處理過下列哪些事情？」以了解該族群需求。結果顯示，需求以「醫療服務」、「上網買東西」兩項佔比最高，均有約兩成左右。其次為「政府公共服務」、「金融服務」以及「與他人聯繫」分別都有約一成。

表 四-115 無使用網路的台灣民眾想利用網路處理的事情

	次數	百分比
上網買東西	2	19.38%
醫療服務	3	23.33%
政府公共服務	1	11.11%
金融服務	1	11.11%
搜尋資訊	1	6.50%
與別人聯繫	1	10.74%
其他	6	53.05%

Q54b：過去一年中，您曾經想要上網處理過下列哪些事情？【複選】

資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：12（雙底冊，Q53勾選「沒有人幫忙」者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。樣本數：12（雙底冊，Q53 勾選「沒有人幫忙」者）

圖 四-91 無使用網路的台灣民眾想利用網路處理的事情

四、使用網路的可能誘因

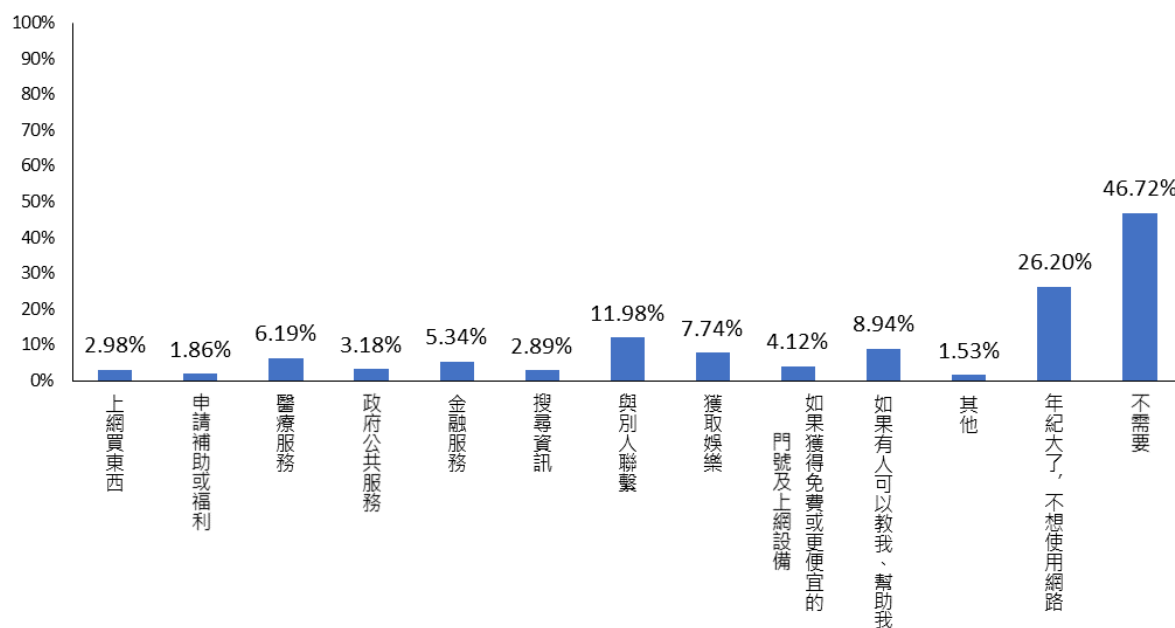
為探詢可能引起未上網者使用網路的誘因，以及造成其近用困難的因素，本調查詢問所有未上網者「在未來一年中，下列哪些情形及理由，有可能會讓您開始想使用網路？」結果顯示，「與別人聯繫」是促使未上網者可能想開始學

習網路的最大主因，有 11.98%的未上網者選答。此外，「如果有人可以教我、幫助我」是 8.94%未上網者願意開始學習使用網路的情境條件，足見持續推動資訊教育與提供數位協助服務的必要性。亦有 7.74%的未上網者可能因為想「獲取娛樂」而願意開始學習使用網路。但同時也值得注意的是，有接近三成未上網者也表示因為年紀大而不想使用網路，這也凸顯在許多未上網者的認知中，年齡成為近用網路的阻力。

表 四-116 無使用網路的台灣民眾可能想學習網路的因素

	次數	百分比
上網買東西	7	2.98%
申請補助或福利	5	1.86%
醫療服務	15	6.19%
政府公共服務	8	3.18%
金融服務	13	5.34%
搜尋資訊	7	2.89%
與別人聯繫	30	11.98%
獲取娛樂	19	7.74%
如果獲得免費或更便宜的門號及上網設備	10	4.12%
如果有人可以教我、幫助我	22	8.94%
其他	4	1.53%
年紀大了，不想使用網路	65	26.20%
不需要	116	46.72%

Q56：在未來一年中，下列哪些情形及理由，有可能會讓您開始想使用網路？
 資料來源：2024台灣網路報告，執行時間2024年6月19日至6月29日，加權後數值。樣本數：249（雙底冊，排除上網者）



資料來源：2024 台灣網路報告，執行時間 2024 年 6 月 19 日至 6 月 29 日，加權後數值。
 樣本數：249（雙底冊，排除上網者）

圖 四-92 讓無使用網路的台灣民眾可能想學習網路的因素

第五章 歷年結果分析

一、個人上網比例及各年齡層上網比例

本次調查母體與 2022、2023 年相同，為年滿 18 歲以上的民眾。2020 年之前調查對象採用的 12 歲以上民眾，略有不同。此調整為根據 OECD 對於網路使用者的定義，將網路使用者進一步限定為「近三個月內」有上網經驗者，亦與 2020 年之前凡有上網經驗者皆納入計算之方式有所差異。

由歷次調查中發現，個人上網比例自 2015 年起即維持在八成以上，相較於 2020 年到 2023 年之間雖仍呈現成長趨勢，但成長速度放緩，今年的調查結果顯示，全國民眾的個人上網率 88.39%，出現了近五年來最大的成長幅度，較去年增加了 3.72 個百分點。

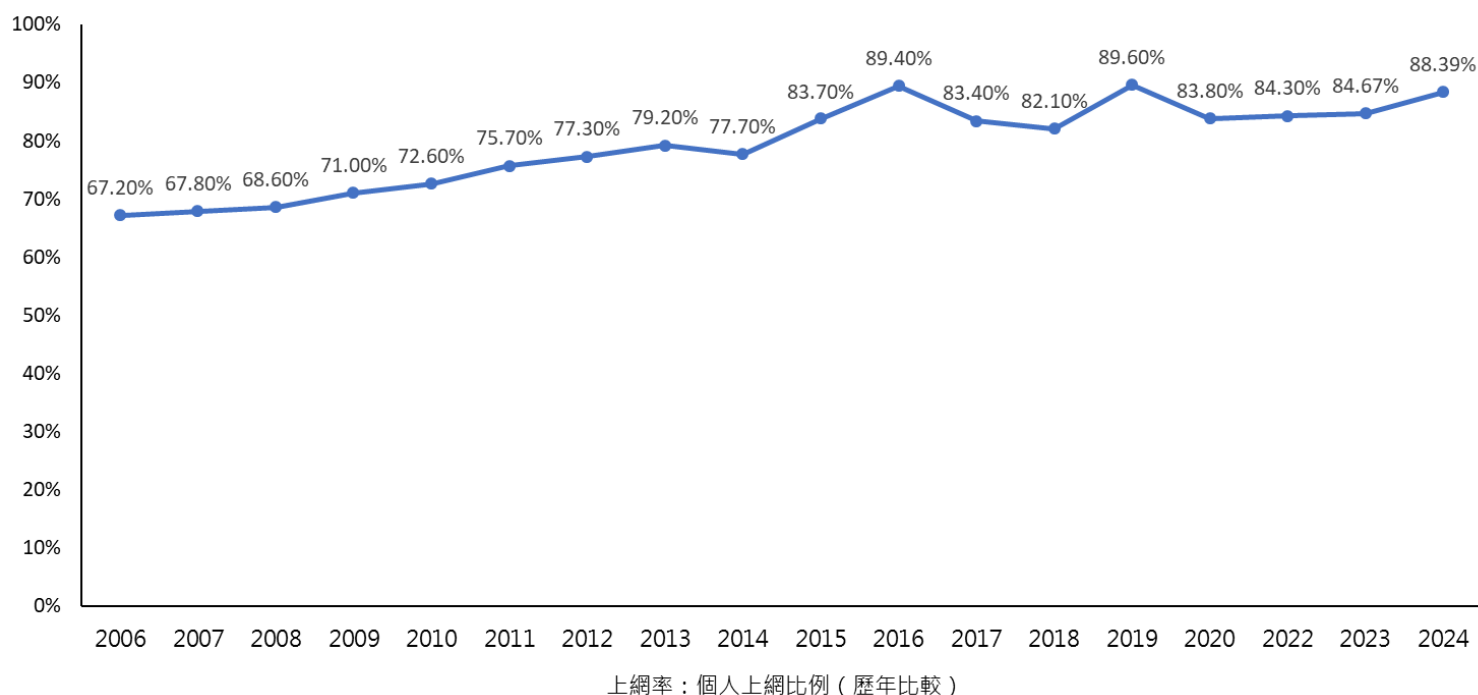


圖 五-1 台灣民眾個人上網比例（歷年比較）

二、個人使用行動上網比例

本次調查母體與 2022、2023 年相同，為年滿 18 歲以上的民眾。與 2020 年前採用的調查對象為 12 歲以上民眾，故母體略有不同。我國個人行動上網比例自 2011 年（13.1%）後呈現快速增長趨勢，直至 2018 年後皆保持在 75% 以上，近三年來則穩定為值在八成以上。根據本次調查結果，全國有 86.43% 民眾持有具行動上網功能的門號，為歷史新高且為近五年來最大的成長幅度，較去年增加了 4.67 個百分點。

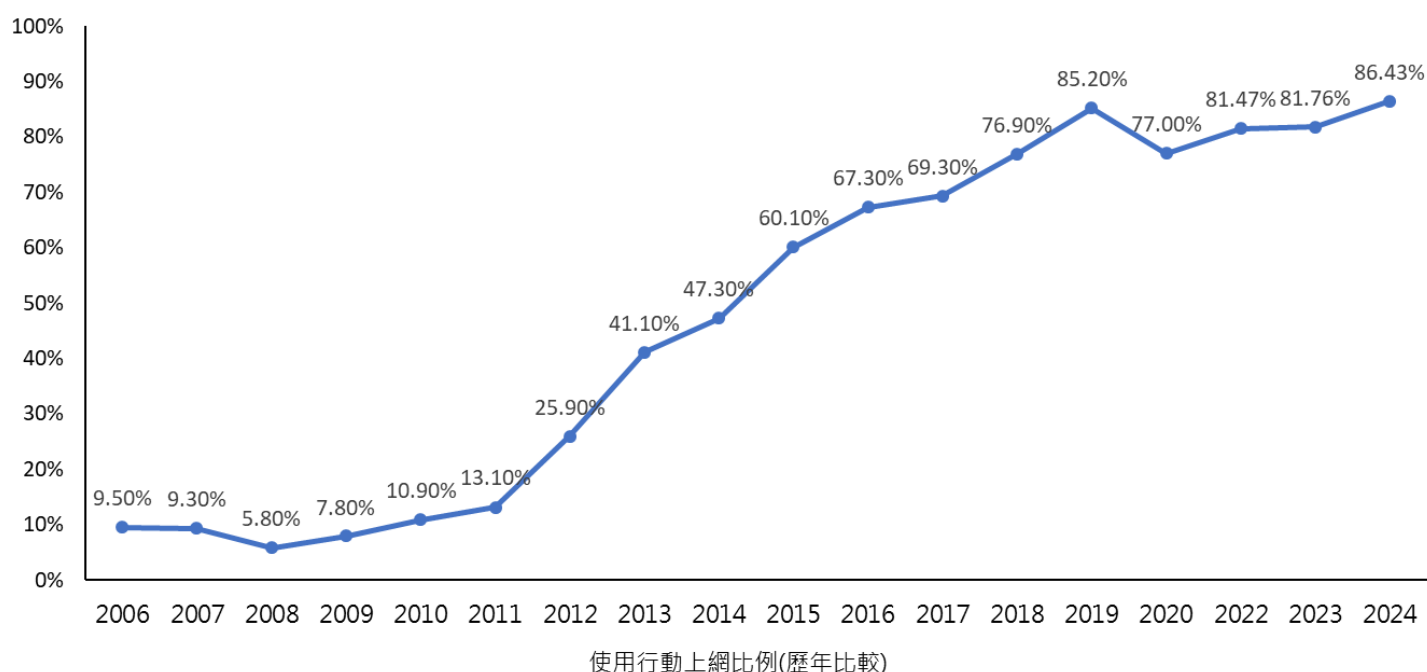


圖 五-2 台灣民眾行動寬頻上網比例（歷年比較）

三、使用固網寬頻上網比例

本次調查母體與 2022、2023 年相同，為年滿 18 歲以上的民眾。與 2020 年前採用的調查對象為 12 歲以上民眾，故母體略有不同。本次調查結果顯示，全國民眾的固網寬頻上網比例為 69.91%，較去年上升了 4.50 個百分點。

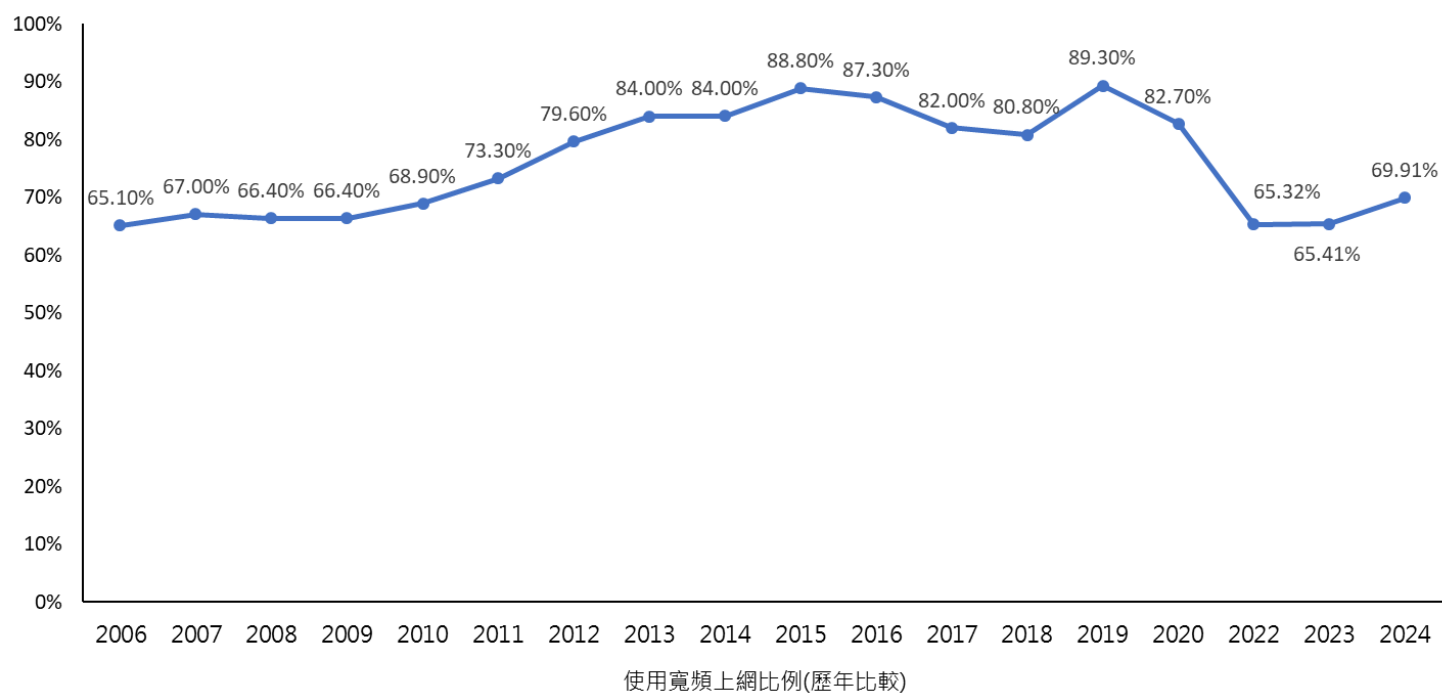


圖 五-3 台灣民眾固網寬頻上網比例（歷年比較）

四、網路應用服務使用

本次調查母體與 2022、2023 年相同，為年滿 18 歲以上的民眾。與 2020 年前採用的調查對象為 12 歲以上民眾，故母體略有不同。

為配合往年分析基礎，此處呈現之數值為以網路使用者為基數的網路應用服務使用比例，故與第四章以整體調查人口為基數所呈現的結果數值會有所不同。縱觀歷年結果，「即時通訊」一直是使用率最高的網路應用服務，且在其他項目今年使用率都略有下滑的情況下，即時通訊使用率仍有微幅上升 0.11%。其次，「觀看免費網路影音、直播與音樂」與「社群網站」近三年來則都維持有八成以上使用率。而買賣東西及線上遊戲兩大項目，相較 2020 年的使用率都有大幅度下滑，推測此趨勢應是反映從疫情防疫到恢復開放生活過程中，民眾的數位使用改變。

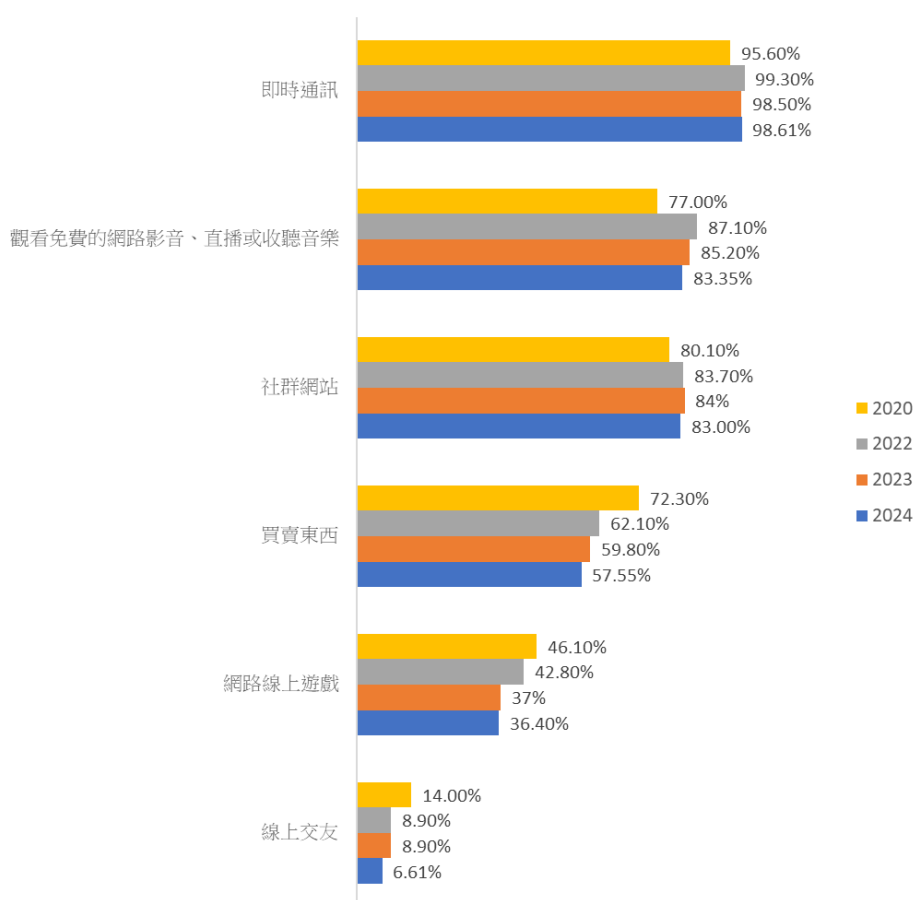


圖 五-4 各項網路服務使用比例（歷年比較）

五、行動支付比例

本次調查母體與 2022、2023 年相同，為年滿 18 歲以上的民眾。與 2020 年前採用的調查對象為 12 歲以上民眾，故母體略有不同。為配合往年分析基礎，此處呈現之數值為以網路使用者為基數的網路應用服務使用比例，故與第四章以整體調查人口為基數所呈現的結果數值會有所不同。觀察歷年結果，使用行動支付的比例在 2022 年度一舉提高了 17%，不排除可能受 COVID-19 疫情改變民眾生活型態，及使用通路增加等因素影響，出現快速普及趨勢，但今年上網者中使用行動支付的比例為 39.36%，較前兩年出現微幅下滑。

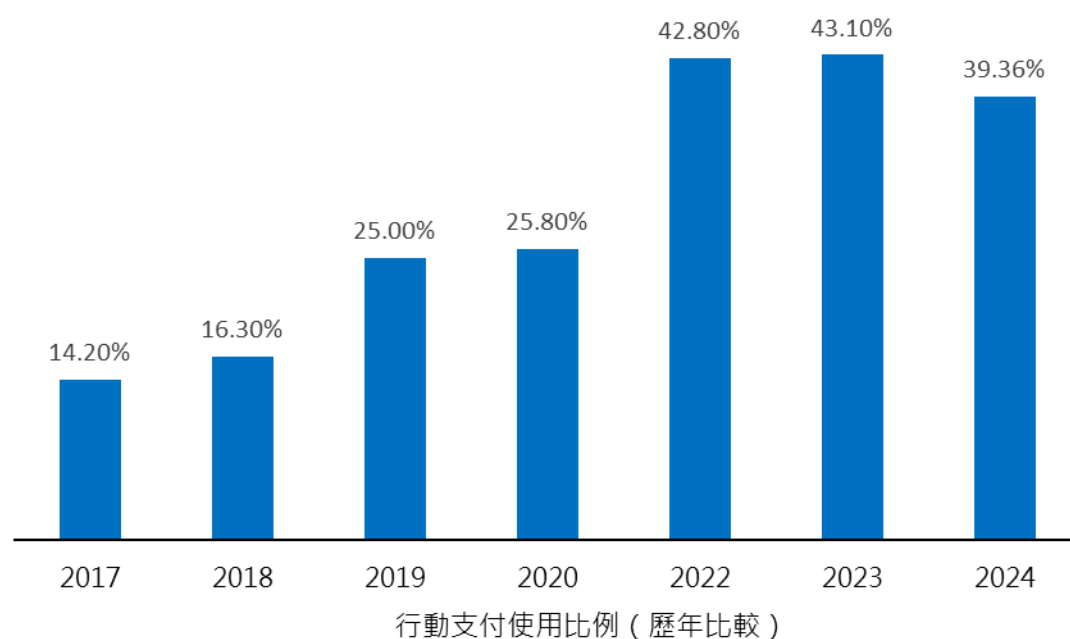


圖 五-5 行動支付使用比例（歷年比較）

第六章 焦點訪談：偏鄉數位機會不平等的問題與解決方向

一、訪談執行背景

隨著資訊傳播科技的發展與盛行，加上平板電腦與智慧型手機的推波助瀾，數位應用逐漸融入民眾的日常生活之中。然而，由於社會結構、族群背景、地理區域等種種差異，影響了資訊近用、資源分配、使用方式與能力，而導致數位不平等的現象，即為「數位落差」，普遍存在都市與鄉村、中心與偏鄉地區、主流族群與原住民部落、年輕人與年長者之間。

為了縮短數位落差的現象，如何創造不同群體之間的「數位機會」，成為資訊社會的重要課題。數位機會與現實中社會不平等的結果是息息相關。現實世界中的資源擁有與否，影響了個人的資訊近用機會。在資訊社會中，最弱勢的群體是最沒有網路資源、最缺乏參與數位機會的群體，而在實體社會中，他們也是最需要這些資源的群體。根據歷年來《台灣網路報告》調查結果，都會地區、年輕人是最活躍使用各種數位科技工具的群體，但本次研究特別關注在現實世界中較為缺乏數位參與機會的弱勢群體，聚焦在偏鄉地區、原住民部落、年長者群體，試圖了解這個群體目前在數位科技使用現況與上網需求的趨力為何、數位不平等的問題與困境，以及利用資訊科技培力的可行性。

本次研究採取立意抽樣，首先參考內政部定義偏鄉地區鄉鎮村里，選定符合定義下的苗栗縣泰安鄉兩個原住民部落（士林村、象鼻村）進行訪談。本次研究於 2024 年 5 月 23 日在苗栗縣泰安鄉士林村士林文化健康站舉辦 1 場焦點團體座談，邀請士林村、象鼻村超過 65 歲以上的長者 6 名、族語翻譯 1 名、照顧服務員 1 名，以及士林村、象鼻村文化健康站負責人 2 名。因此，參與此次焦點團體座談的兩村居民，合計共 10 名。本場焦點座談會議詳細資訊如下：

(一)、時間：2024 年 5 月 23 日 14:00-16:00

(二)、地點：苗栗縣泰安鄉士林村士林教會

(三)、訪談會議主持人：曾淑芬、李明穎

(四)、座談受訪者：苗栗縣泰安鄉士林村、象鼻村 65 歲以上長者共 6 名、族語翻譯 1 名、照服員 1 名，以及士林村、象鼻村文化健康站負責人 2 名。

編號	受訪者	居住地	性別	年齡	有/無使用網路*	備註（身份）
1	吳○德	士林村	男	74歲	有	
2	高○娘	士林村	女	82歲	無	
3	李○妹	士林村	女	80歲	無	
4	林○撒	士林村	男	47歲	有	士林文健站負責人
5	楊○宏	象鼻村	男	71歲	有	象鼻文健站負責人
6	范○輝	象鼻村	男	67歲	有	
7	田○英	象鼻村	女	68歲	無	
8	鍾○妹	象鼻村	女	68歲	有	
9	楊○梅	士林村	女	54歲	有	族語翻譯
10	吳○慈	象鼻村	女	41歲	有	照服員

*有／無使用網路，非指單純資訊近用，而是特別指涉使用網路上各項應用服務的主動性。

(五)、焦點團體座談大綱：

本次座談除了想要了解偏鄉原住民部落居民未上網的原因外，也期望透過文健站提供的服務，提供偏鄉原住民部落更多的數位機會。

(六)、焦點團體座談問題：

1. 偏鄉地區數位落差

1.1. 未上網（含電腦與智慧手機）的原因？

1.2. 未上網（含電腦與智慧手機）對生活造成的影響？

1.3. 提供什麼樣的資源，才能引起上網動機？

2. 偏鄉地區數位機會

2.1. 文健站提供未上網居民的動機之可行性？

2.2. 文健站目前利用數位科技提供的健康服務內容與遠距醫療的情況？

2.3. 文健站如何規劃結合線上線下的健康服務？

接下來將分成三個部份討論：一、數位科技使用現況；二、數位不平等的問題；三、資訊科技培力的可能方案。

二、焦點團體座談內容分析

（一）數位科技使用現況：上網活動是以娛樂、休閒取向為主，資訊的接收程度較為被動

早期調查數位不平等的現象時，大多依個人及家戶在電腦的擁有率、網際網路的近用普及程度，了解其能否使用網際網路時，係透過電腦設備上網做為初步界定。本次研究發現，隨著近年來智慧型手機普及的趨勢，現在偏鄉地區的長者普遍皆能透過智慧型手機上網，反而很少人會使用電腦設備上網。即使他們不善於操作電腦設備，但只需透過智慧型手機，卻能提供相當方便的上網管道。因此，現在討論數位不平等的現象時，不再需要著眼於個人及家戶的電腦擁有率、整體上網率的提升，而是需要創造符合偏鄉地區居民生活需求的數位機會。

儘管資訊科技的設備取得、連結上網是資訊近用是基本門檻，早期調查多以有／無個人使用網路，僅能粗略地了解個人在資訊近用的基本情形，但個人的使用意願與動機、操作技能、應用程度更為重要。目前看來現在偏鄉地區的長者普遍皆會上網，無論是自己上網或透過他人協助，差別只在於他們使用網路上各種應用服務的主動性。

本次研究也發現，現在偏鄉地區的長者上網，主要是用來滿足其娛樂、休閒的需求。使用 Line 接打電話，幾乎是他們日常生活中最基本的上網活動，其他上網活動則包括：玩遊戲、看影片，大多收看來自 YouTube 或抖音的影片，有些人也會使用 FB。因此，他們上網活動是以娛樂、休閒取向為主。

偏鄉地區的長者對於資訊的接收程度較為被動，只有少數才會主動上網尋求資訊。例如：受訪者編號 7 田女士想上網學習烹飪、跳舞、唱歌，而受訪者編號

2 高女士想學日文、看日語歌影片，又或像是受訪者編號 3 李女士只會接聽 Line 電話、玩遊戲（方塊排磚）而已。即使他們擁有手機，也知道網路資源很多，卻無法自行上網搜尋，只好仰賴兒孫替他們找尋相關資訊。雖然他們皆有意願想要學習使用更多的網路應用服務，只是限於操作介面不熟悉或身體老化的關係，擔心自己年齡太大、視力不好、記憶不佳，很容易學了就忘了，而影響了他們近用網路資源的機會。此外，偏鄉地區的長者也動過上網購物的念頭，但最後未付諸行動，而改由其他家庭成員代勞，主要原因是擔心網路詐騙的風險。

網路提供的應用服務日趨多樣化，但偏鄉地區的長者未必需要擁抱資訊科技所構築出來的現代化美麗新世界。正如受訪者編號 1 吳先生說：「如果沒有特別的需要，未必一定要上網」。對他們而言，上網與否，並不會妨礙他們的日常生活節奏。因此，與其鼓勵他們上網享受虛擬生活便利與否，遠不如創造符合他們在地真實生活的需求。

（二）數位不平等的問題：遠距醫療貼近偏鄉地區長者的需求，但尚待社區長者的觀念改變，以及其他社會資源整合與相關配套措施。

偏鄉地區的人口以高齡長者居多，醫療健康無疑是最貼近他們日常生活的需求。因應偏鄉地區醫療資源的不足與高齡化社會的來臨，近年來政府積極推動遠距醫療與長期照顧政策。自 2020 年 12 月起，衛生福利部推動「全民健康保險遠距醫療計畫」，由專科醫師透過視訊通訊方式與偏鄉地區之在地醫師共同診察病人，提供眼科、耳鼻喉科、皮膚科、心臟內科、腸胃科、神經內科、胸腔科及急診科之遠距會診。在全國 64 個山地離島鄉鎮中，已經有 50 個鄉鎮以及 9 個急重症轉診網絡提供遠距會診服務⁵³。

⁵³ 衛福部（2023 年 10 月 22 日）。〈衛福部積極發展遠距醫療與長期照顧，醫療及長照可近性大躍升〉。行政院國家永續發展委員會，網址 https://ncsd.ndc.gov.tw/Fore/News_detail/1a9812b5-a790-447d-bf9a-ccf4d7e5a480

遠距醫療打破地理與交通不便的限制，透過遠距設備與資訊科技的協助，讓偏鄉地區居民也能獲得較佳的醫療服務品質。而在 Covid-19 疫情之後，遠距醫療不僅是特殊時期避疫就醫的應對手段，更成為未來可能實踐的新生活型態。本次研究發現，偏鄉地區陸續推動視訊看診服務，但並非所有醫療科別皆能提供視訊問診服務，影響了社區長者使用視訊看診的意願。負責營運文化健康站的受訪者編號 4 林先生就說：「比方說復健科與物理治療，若缺乏器具與專人在旁指導，單單只有依靠視訊是很困難，而剛好部落長輩們對於這部份的需求是蠻大的，像是他們膝蓋都有問題或有中風的，都很需要做復健」。

在偏鄉地區推動遠距醫療，需要其他社會資源的配合。首先，長久以來偏鄉地區因為交通不便，造成領藥不便的問題，尚待克服。受訪者編號 9 楊女士提到 Covid-19 疫情期間的視訊問診服務，她說：「問題是藥的部分，我們還是要坐車出去拿。因為我們這裡沒有藥局，那不如我們直接去看醫生就好了。」對他們而言，就算採用視訊看診，最後還是得設法領藥，與其如此，還不如直接前往鄰近醫院就醫。其次，醫病關係的信任感，視訊問診還是遠不及實體問診。負責營運文化健康站的受訪者編號 5 楊先生說：「（當地部落）老人家有一個迷思！就是要去醫院，只要看到醫生就很高興。打個針更好，而且可以順便買其他的東西。」當地長者還是習慣直接前往鄰近醫院就醫，與醫生面對面的接觸。

雖然偏鄉地區提供視訊看診服務，但囿於醫療專科無法全面化、領藥不便等問題，加上視訊缺乏實體問診產生的醫病信任感，社區長者寧可選擇前往鄰近醫院就醫。因此，在偏鄉地區推動遠距醫療服務，尚待社區長者的觀念改變，以及其他社會資源整合與相關配套措施，以建制更完善的遠距醫療與長期照顧系統。

(三)資訊科技培力的可能方案：社區關懷據點或文化健康站做為觸媒，結合長輩

的健康照護之日常需求資源

邁入高齡化社會，老人長照的需求大幅增加。政府陸續投入不少社會福利資源，推動社區整體照顧體系，讓社區長者的生活照顧與長期照護服務可以就近社區化，「社區化」成為生活照顧與長期照護發展的主流模式。透過在全國各地廣設社區照顧關懷據點或原住民的部落文化健康站（簡稱文健站），提供各種健康照顧服務與健康促進資訊，讓社區長者參加健康促進活動，或與社區其他長者互動，達到身心健康的效果。尤其文健站更加強調原住民文化傳承與健康照顧的功能，發展具有原住民文化特色與文化敏感度的在地互助照顧服務模式，以弭平原住民族與都會地區之間的醫療及社會福利資源的差異。文健站除了提供健康促進效益外，亦有文化傳承與促進部落營造的功能。

社區照顧關懷據點或文健站，現在是社區（部落）長者的健康促進和人際互動的主要場所，這些場所可以做為觸媒，結合長輩的健康照護之日常需求資源，創造以健康為需求的數位機會。本次研究發現，由於偏鄉地區長者的家中未必都有網路，或有流量限制，他們只有前往這些場所，才能較為順暢使用網路。而社區長者也可以藉由這些場所的照護人員協助近用資訊科技，並學習使用結合資訊科技與健康照顧的設備與資源。例如，由於部落長者普遍都會使用 Line 的基本功能，文健站會替這些長者建立 Line 群組，方便聯繫。在文健站擔任照服員的受訪者編號 10 吳女士說：「除了 Line 群組外，我們最近又跟長者的家屬使用 Line 視訊功能，所以有些長者就會慢慢去使用。」

本次研究也發現，運用資訊科技結合健康管理與健康促進活動，在公私部門合作下，陸續在偏鄉部落的文健站開展中。例如，透過原民會的補助，部份文健站建置了回傳長者的身體量測紀錄到地方衛生局的連線設備。此外，透過線上運動教學影片播放或同步視訊連線，帶領社區長者做健康操或肌力運動等，是目前許多文健站最普遍的健康促進做法，取代了過往需要高度仰賴照服員的現場帶領。然而，線上運動與現場運動之間仍有落差。之前文健站曾與某

協會合作視訊連線運動，照服員受訪者編號 10 吳女士說：「線上教練可能是平地的老師，長者光聽老師講話就覺得有點吃力，加上他可能不了解長者的身體的狀況，所以帶的有些運動太強烈，對我們比較不適合。」因此，未來如果能夠因應社區族群特性（如：語言），配合長者的身體的狀況，設計量身訂做的數位健康促進課程，將更能滿足社區長者的需求。

三、小結

縮短數位落差，改善數位不平等，從原本改善弱勢族群接近數位設備的機會，擴大到提升弱勢族群的數位技能與數位應用的面向。自 2001 年起，政府陸續推動不少公共政策，包括：教育部在偏鄉地區設置「數位機會中心」（Digital Opportunity Center, DOC）、原住民族委員會委託資策會建置「i-Tribe 愛部落」寬頻網路建設、教育部結合各鄉鎮市區在地的組織成立樂齡學習中心，皆企圖從網路基礎設施的鋪建開始，進而投注資源在教育訓練與數位應用等方面，讓原先受制於年齡、教育程度、偏遠地區等既存社會經濟結構不利因素，期望藉由資訊科技的近用機會增加，而減低數位落差的程度，進一步促成數位平權的理想。

國際電信聯盟（ITU）於 2021 年《Ageing in a digital world》報告指出，在持續數位化的過程中，應建立高齡友善（age-friendly）的數位包容環境，是未來高齡化社會勢在必行的政策推動方向。而 TWNIC 在 2023 年台灣網路報告亦指出，年長者族群大多是使用率最低的群體。因應台灣步入高齡社會的趨勢，數位不平等的解方，建議未來可以從醫療健康方面向切入。

首先，在政策面部份，因應偏鄉地區長者對於遠距醫療之需求，需要跨部會的政策與資源的整合。教育部長期推動數位機會中心與樂齡學習中心，儘管提升了偏鄉地區長者在資訊科技與數位應用的學習能力，但更需要與內政部、衛生福利部推動的長期照顧政策相互合作、緊密配合，打造一個安全舒適、在地安老的高齡友善社區。

其次，在執行面部份，偏鄉地區長者的健康需求，無法僅憑恃資訊科技的介入，但社區關懷據點或原住民部落的文化健康站可以做為觸媒，結合長者的健康照護之日常需求資源，創造以健康為需求的數位機會，未來建議思考如何利用資訊科技與人工智慧裝置，因應地域與族群特性彈性調整，促進遠距醫療與健康照護的無縫接軌，從預防、醫療到照護延伸到社區之中。

第七章 專家座談：「數位信任」建立策略

數位信任是鞏固數位環境運作與發展的重要基石，人與數位科技之間的互動，民眾對於數位政策的接納，以及使用者對於科技服務的採用，在在都取決於我們對於數位技術與生態環境的信任與否。面對現實和數位生活之間的界線逐漸打破，AI 相關技術蓬勃且廣泛的發展，我們在數位世界中的活動越來越多元、越深入，但假訊息、網路詐騙、AI 應用服務的風險亦隨之提升。此次研究邀請五位相關專家，透過主題焦點座談，探討虛擬環境中應該如何建立數位信任等相關議題。主要討論的議題題綱有三點：(1) 在虛擬環境中，人際互動的信任、人與組織間信任該如何建立？(2) 打詐防詐是現今迫切需要解決的問題，要建立數位信任的社會環境，政策面應有何策略？(3) AI 的技術與應用蓬勃發展，但也伴隨著科技應用的風險提升。面對 AI 風險的挑戰，發展「可信任 AI」的環境與社會，該有何種策略？

本次專家焦點座談會議詳細資訊如下：

(一)、時間：2024 年年 6 月 7 日 14:00-16:00

(二)、地點：中研院社會所 820 會議室

(三)、訪談會議主持人：曾淑芬、吳齊殷

(四)、與談專家名單

1. 資策會科技法律研究所顧振豪副所長
2. 中研院法律所陳舜伶副研究員
3. 台灣人權促進會周冠汝副祕書長
4. 中正大學傳播學系羅世宏教授
5. 中研院法律所邱文聰研究員

綜整專家座談的內容，歸納出下列對於「數位信任」、「打詐防詐」與「可信任 AI」環境與社會的發展建議概要。

一、重建數位時代的社會信任：從資安規範到可責性治理

議題一：建立資安規範及標準、確保個人資料保護權利、增加透明度查核機制及要求服務提供者的可稽核性、可責性，是數位環境中建立「數位信任」的關鍵。

在網路世界中要建立數位信任相當困難，從過去電子化政府的經驗及個資保護相關研究，可以歸納出四個重要要素：(1)資訊安全的規範，透過資安要求的標準，讓網路上不管是交易或是訊息的交換獲得保障。(2)強調隱私保護，明確規範商業活動的個人資料保護。(3)要求透明度，大型平台或是公部門取用個人資料時需有透明的查核機制，讓民眾知道資料的處理與利用。(4)可稽核性，亦即要求可責性，提供服務者必須對使用者做出承諾，在發生錯誤或產生風險時做到即時告知和回應。

參酌過去台灣發展數位身分識別(EID)及近年歐盟的電子身分識別(eIDAS)的經驗，發展電子身分識別應避免個人的數位足跡被濫用或過度蒐集，並應針對強制使用、人權影響評估、資料最小化、生物特徵蒐集限度及當事人救濟措施等保護規範議題進行討論。個人資料的使用必須有明確的特定目的限制，一般人在行使同意權時，通常並不知曉個人的資料會被分享給誰、或做什麼利用，也不了解業者是否有做資料去識別化的使用或是有對外販售的商業利用。因此，確保個人行使資料保護的權利、增加透明度是建立民眾初步信任的基礎。

信任關係是社會制度賴以維繫的基礎，確保信任關係不被崩解是重要的課題。我們可以區分公私部門不同面向的問題來討論它所對應的信任如何被重建或維繫。公部門運用數位科技行使公權力，最常遭到批評的是預測不準確或是

加深本來存在的不平等問題。認為運用先進的科技可以產出較客觀、準確結果的這種工具理性思維，常會造成我們過度信任或忽略正確性以外的議題考量。公部門利用數位科技來提高行政效率、降低錯誤率，也要考量既有資料的錯誤與偏見，造成複製或惡化原本的問題。一般民眾日常生活中的數位科技利用，最常被提到的問題就是詐騙，利用數位科技讓人無法分辨真假，確實會造成人與人之間的互信關係破壞，重建或是不被這樣的數位科技瓦解對社會的信任是重要的課題。

二、防制數位詐騙的平衡之道：法規、教育與人權保障的交織

議題二：打擊數位詐騙需要完備的法規、媒體資訊素養及全民防詐意識的提升。除政府立法和加強平台問責外，透過第三方信任機制增強公民社會防禦能力，並檢視打詐修法對於個人權利及隱私的可能影響。

台灣數位詐騙的現象盛行，打詐除了法規的完備外，媒體資訊素養及全民的教育和意識的提升非常迫切重要。此外，第三方的信任機制，是一種多方利害關係人的參與機制，公民社會可以在依賴平台自律，及依賴政府的法律跟執法之間，扮演一個重要的角色。除了政府立法和加強平台問責之外，台灣可以建立由公民社會為主的防禦機制，增強民主或是數位韌性。

防詐相關數位監理或治理的法規的確需要修正，但須審慎避免倉促立法，因缺乏周延討論及多方利害關係人的參與，造成可能對人權、隱私更大的傷害。歐盟的經驗，一方面歐盟對於民主、人權價值的重視；再者，對於相關法規，如一般資料保護規則(GDPR)、數位服務法(DSA)，或者最近的人工智慧法案(AI Act)，皆歷經較長時間的討論及實質多方利害關係人的參與，值得我們參酌與借鏡。

打詐修法，在法規面上增加規範需考量可能造成打擊過廣的結果。《通保

法》的修正，要求電信業者保存個人上網「網路流量紀錄」等關於資料的資料(metadata)，雖然不涉及內容，但涵蓋網路位址與位置、瀏覽網域、應用程式及封包數量等資料，這些資料可以推論通訊對象及檔案類型，涉及到一部分瀏覽紀錄。此外，資料的調取應符合正當程序，業者應該保存多少資料、及是否將資料做其他利用也需有所明確規範。修正法案中若因防詐措施導致第三人產生損害，業者可免負賠償責任，這樣的規定可能導致業者過度蒐集資料，或是業者在查核政府資料庫時，若出現外洩，或是不當利用情形，個人無法提出救濟。

三、AI 信任基礎的建立：從資料權利保障到外部監督機制

議題三：建立「可信任 AI」，必須針對 AI 可能產生的各種風險進行分析，防制 AI 的可能危害，並持續檢視 AI 資料訓練時有關個資、著作權、資料偏見及代表性等問題。

AI 的運用過程和所有科技一樣，必須針對可能產生的風險進行分析，包含 AI 工具的開發、AI 技術使用的範圍、AI 所產出的結果，都必須設想各種風險，透過標準與原則的建立、技術的方法或風險控制措施來解決或防制 AI 錯誤的、誘導性的或者本質上可能會產生傷害的結果。AI 訓練的過程涉及大量的資料使用，這些資料的使用就可能涉及當事人個資、著作權和資料偏見的問題。未來 AI 的技術分析使用在政府端會有許多應用，公部門應注意上述問題。

AI 的發展過程所使用的資料來源牽涉到不同的權利，必須檢視當事人有沒有同意，或是以什麼樣的方式取得資料，還有著作權及資料能不能代表不同的族群等問題皆必須考量，歷史資料的演算也可能複製過去的偏見。AI 發展的不同階段，這些問題必須不斷的被檢視。

擁有最多資料跟大量運用 AI 的單位，包括政府跟平台，不論是自身的資料使用，或是授權第三方應用，包括去識別化的應用，都需要有透明度報告的

義務，即便是在沒有法規的強制力下，也應該要能夠建立這些基本的信任。中文 AI 的使用，台灣在資料量或資料品質上相對不足，此外還有著作權的問題。因此，在大量商業性使用之前，應考量是否建立 AI 相關的認證稽核，或是接受外部的監督，才能夠上市提供給終端使用者使用。

四、各議題內容綜整

1. 議題一綜整

- 網路世界中要建立數位信任是困難的任務，從過去電子化政府相關經驗與個資保護研究中，可以歸納出四個重要要素，包括(1)透過資訊安全的規範，資訊安全要求的標準，讓網路上不管是交易或是訊息的交換獲得保障，不被第三人、其他人所窺探。(2)強調隱私保護，明確規範商業活動的個人資料保護。(3)要求透明度，大型平台或是公部門取用個人資料時需有透明的查核機制，讓民眾知道資料的處理與利用。(4)可稽核性，亦即要求可責性，提供服務者必須對使用者做出承諾，在發生錯誤或產生風險時即時告知和回應。透過規範、指引的建立或是公共教育的方式，深植上述觀念以建立數位信任。
- 從過去推展人權實務的經驗可從兩部分來討論數位信任，一是數位身分識別，二是個資利用當事人的個資保護權利。參酌過去台灣發展數位身分識別(EID)及近年歐盟的電子身分識別(eIDAS)的經驗，必須考量數位足跡不被濫用或過度蒐集、強制使用、人權影響評估、資料最小化、生物特徵蒐集限度及救濟措施等規範問題。歐盟最近的規範方向包含，不強制要求每個人都要使用、強調公開透明度、提供個人刪除資料的權利及檢舉濫用個資的機制等。一般的個資保護，民眾很難知道資料會被分享給誰、或是做什麼利用，業者在蒐集個資時，是否做資料去識別化使用?是否有對外販售

的商業利用？一般人在行使同意權時通常並不知悉理解。從資料利用一開始，就應讓個人知曉可以行使的權利，確保個人可以實踐個資保護的權利，並增加透明度來提升初步的信任。

- 電子簽章法可扮演促進數位系統信任的一個政策角色，台灣的電子簽章法屬於技術型規範，如果能明確地在個人資料的使用上限定它的特定目的，應無太大爭議。但如果特定目的的範圍過大，或是公務機關及商業公司做個資的去識別化使用，就可能會有大家對於特定目的外使用認知上的差異。另外，也需考慮特定目的外使用程度上的不同，雖然技術方法一樣，但目的不同，民眾的侵害感受也會有所差異。
- 從社會制度的角度而言，信任關係是社會制度賴以維繫的基礎，當這個關係被破壞時，所對應的社會制度就有可能崩解。如何確保這個信任關係不要崩解，影響原來已在運作的社會系統，便成了重要的課題。我們可以區分公私部門不同面向的問題來討論它所對應的信任如何被重建或維繫。對公部門而言，公部門運用數位科技最常遭到批評的是預測不準確或是加深本來存在的不平等問題。因為運用了先進的科技，就認為會產生比較正確、不可挑剔的預測結果，這樣的工具理性常會讓我們失去辯論正確性以外議題的機會。例如，討論公權力是不是應該在某些事務上進行預測控制？我們很容易被誘使去運用這樣的預測控制能力，但過度的信任反而可能成為信任的陷阱。公權力也常會運用數位科技模仿的能力來提高行政效率、降低錯誤率，但如果模仿的對象本身就存在錯誤，反而複製或惡化原本的問題。一般民眾日常生活的數位科技利用，最常被提到的問題就是詐騙，運用數位科技的模仿能力，讓人無法分辨真假，這問題確實會造成人跟人之間的互信關係破壞，重建或是不被這樣的數位科技瓦解社會的信任是重

要的課題。

- 對於平台或者是政府這種大型的服務提供者，我們要給平台或是業者自律多少空間是一個重要的問題。平台的規管應該考量不同的網路營利模式，不應以一般性的、同樣的方式去規範管理。過去討論數位中介服務法就提到這樣的問題，以一般性、同樣的方式來規管，反而有可能會減少網路環境的多元性，原本可以用自律的方式，允許匿名性、或者允許更多言論的空間反而因此消失。

2. 議題二綜整

- 台灣的詐騙現象盛行，民眾容易輕信一些資訊，包括假訊息，這部分除需要法規的完備外，媒體資訊素養及全民的教育跟意識的提升也非常迫切重要。另外，第三方的信任機制，像是有公信力的新聞媒體，或者是第三方認證的事實查核的機構。第三方認證機制是一種社會的集體防禦，或是一種多方利害關係人的參與機制，它可以在依賴平台自律，和依賴政府的法律跟執法之間，找到一個公民社會可以扮演的角色。除了立法和加強平台的課責、問責之外，台灣社會可以建立由公民社會為主的防禦機制，包括民主防禦機制和假訊息的防禦機制，來增強民主或是數位韌性。
- 詐騙是現在國人最有共識，迫切需要處理的議題，數位監理或治理的相關法規的確需要有所作為，但須審慎考慮如果倉促通過法規，沒有周延討論，沒有多方的利害關係人參與，那可能會矯枉過正，或者對人權、隱私造成更大傷害。參酌國外法規，歐盟值得我們參考，一方面他們對於民主、人權價值的重視，另外就是他們的相關法規歷經比較長時間討論，實質的多方利害關係人參與，積累許多討論。不管是歐盟的 GDPR、DSA，

或者最近的 AI Act，我們可以借鏡和參酌。歐盟對於不同平台的規模有不同的義務規範，兼顧自律和公民權利的保障，我們可借鏡歐盟的經驗在立法上做出調整。

- 我們本來就賦予平台有自律的義務，對於平台的社會責任有所期待，但業者沒做好，才會有更強勢的規範進來，但增加規範也可能造成打擊過廣的結果。例如，《通保法》修訂增加了網路流量紀錄的調取規定。在草案階段的說明是調取不涉及內容，但從定義來看，就是蒐集網路傳輸關於資料的資料 (metadata)，包含網路位址與位置、瀏覽網域、應用程式、封包數量等，這些資訊就涉及部分的瀏覽紀錄，法案要求業者有義務要保存這些紀錄一段時間。另外，調取資料需要符合正當程序，業者應該保存多少資料，以及業者是否能將資料拿去做其他利用，也需討論清楚。《通保法》的部分，缺乏通知當事人的保護措施，沒有通知就很難有救濟。應有更多保護措施，讓調取程序和保存資料可以讓公民去監督、個人可提出救濟。打詐法要求電信業者查核，在查核用戶身分的時候，業者可在政府指定的資料庫去擷取比對。但法案上對於業者接觸的資料並沒有明確的限制說明，業者在做這些防詐措施時，若有致第三人產生損害都是免賠。這樣的範圍實際上就會太寬泛，不論是讓業者對客戶的保密義務降低，或者是免賠的討論都應有明確的限制。因防詐措施可免賠，可能導致業者過度蒐集資料，或是業者在查核政府資料庫時若出現外洩，或是不當利用情形時，個人無法對業者提出救濟。
- 近年德國聯邦行政法院和歐盟法院(CJEU)判決認為，metadata 一般性的強制留存違反歐盟法律。強制留存大多是在危害國家安全的情況下，例如針對反恐，或比較嚴重的暴力犯罪才會進行。

3. 議題三綜整

- AI 不是單純的技術工具，它是一個社會的技術系統，AI 的運用過程和所有科技一樣，必須針對可能產生的風險進行分析，包含 AI 工具的開發、AI 技術使用的範圍、AI 所產出的結果，都必須設想各種各樣的風險，透過標準與原則的建立、技術的方法或風險控制措施來解決或防制 AI 錯誤的、誘導性的或者本質上可能會產生傷害的結果。AI 訓練的過程中，涉及大量的資料使用，這些資料的使用就可能有當事人個資、著作權和資料偏見的問題，必須考量如何校準和資料處理。尤其政府端，過往推動開放資料時，大都著重於強調這些資料的運用可以創造社會公益和社會價值，未來 AI 的技術分析使用在政府端將會有許多應用，公部門應該要特別注意上述問題。
- 我們過去已經有許多自動化演算法的服務，例如輔助政府決策，或者是輔助公司篩選履歷等。AI 在發展的過程中，除了資料來源牽涉到不同的權利，當事人有沒有同意，或者是它是以什麼樣的方式取得這些資料外，還著作權、以及資料是不是能夠代表不同的族群等問題，歷史資料的演算也可能複製過去的偏見。AI 發展的不同的階段，這些問題也必須不斷的被檢視。
- 有關新科技 AI 的運用，像是 deepfake，未來它的技術可能精進到真假莫辨，我們需要建立平台的信任、媒體的信任、公民團體和政府機構的制度性信任。不然，民眾就可能變成既不信任政府、不信任平台、不信任媒體、也不信任所謂的第三方公民團體，產生信任稀缺的狀況。因為不知道可以相信誰，會更加重擁抱同溫層的現象。信任不是短期能夠建立，除了

防詐的法律修正，未來更完備的數位監理的法規建立之外，多方的利害關係人或團體必須要能夠高度的參與，達成重建數位信任或是社會信任的重要共識。

- AI 可能複製原來既有存在的歧視、偏見和不平等，這確實是未來我們要面對的問題。每一個領域都可能受到 AI 的影響，因此必須面對它可能造成的負面影響。擁有最多資料跟大量運用 AI 的這些單位，包括政府跟平台，不管是做本身資料的使用，或是授權第三方應用，包括去識別化的應用，都需要有透明度報告的義務，即便是在沒有法規的強制力下，也應該要能夠建立這些基本的信任。未來各行業可能都會依賴中文 AI 的使用，但中文資料，台灣相對的資料量或資料品質，還有著作權的問題，中文 AI 可能難免會受到來自大陸的影響，因此在大量商業性使用之前，應該考量是否要有相關 AI 的認證稽核，或者接受外部的監督，才能夠上市提供給終端使用者使用。

第八章 國際現況介紹比較

一、上網率比較

此處各國的上網率為國際資料來源（Digital 2024）提供⁵⁴，調查上網者佔總人口的比例，台灣數據則為本研究調查結果提供，僅將三個月內有上網經驗者視為上網者。兩者調查與統計方式或有差異⁵⁵，僅供排序依據。在亞洲地區，上網率以馬來西亞、南韓、新加坡位居前三位，台灣的上網率為則為88.39%。



資料來源 Digital 2024, 2024 台灣網路報告

圖 八-1 上網率跨國比較

⁵⁴ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

⁵⁵ 《Digital 2024》所統整呈現之資料由多個數據公司或當地政府提供，故各方資料來源之定義與研究方法未必一致。

二、行動及固網寬頻普及率

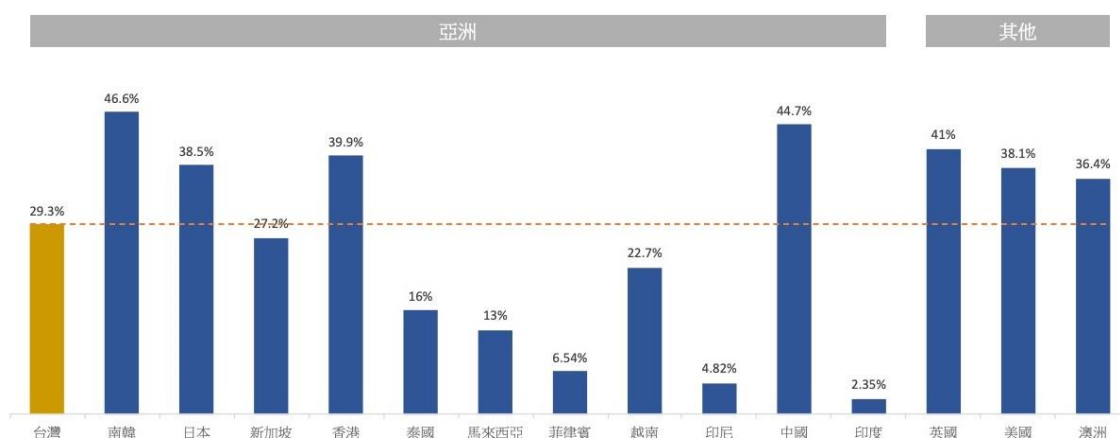
此處各國行動及固網寬頻網路普及率為國際電信聯盟 (ITU) 提供⁵⁶，調查每 100 位該國居民中有多少位寬頻網路用戶。

在亞洲地區，行動寬頻普及率以日本、香港、新加坡位居前三位，台灣的行動寬頻普及率則為 122%；固網寬頻普及率最高的前三位是南韓、中國、香港，台灣的固網寬頻普及率則為 29.3%。



資料來源 ITU

圖 八-2 行動寬頻普及率跨國比較 (單位：每百人)



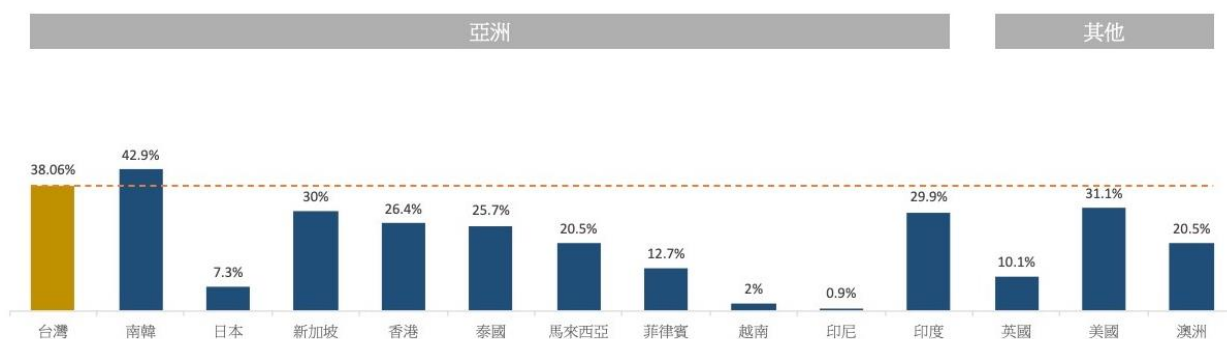
資料來源 ITU

圖 八-3 固網寬頻普及率跨國比較 (單位：每百人)

⁵⁶ <https://datahub.itu.int/data/>

三、5G 可使用率

5G 可使用率 (Availability) 代表 5G 用戶連接到 5G 服務的時間百分比。此處各國的 5G 可使用率為主要了解消費者之行動網路體驗的分析公司 Opensignal 之調查報告提供⁵⁷。台灣數據則由本研究調查結果提供，兩者調查與統計方式或有差異，僅供排序依據。在鄰近的亞洲國家中，以南韓的 5G 可使用率最高，為 42.9%。而根據本調查數據顯示，目前台灣網路使用者的 5G 網路持有率為 38.06%。



資料來源 Opensignal, 2024 台灣網路報告

圖 八-4 5G 行動網路可使用率跨國比較

⁵⁷ <https://www.opensignal.com/2023/06/30/benchmarking-the-global-5g-experience-june-2023>

四、社群媒體使用率

此處各國的社群媒體使用率為國際資料來源（Digital 2024）提供⁵⁸，調查社交媒體使用者佔總人口的比例。台灣數據則由本研究調查結果提供，兩者調查與統計方式或有差異⁵⁹，僅供排序依據。在亞洲地區，以南韓社交媒體使用比例最高，使用率高達 93.4%，其次是香港、新加坡，分別為 86.2% 及 85%，而台灣社交媒體使用率則為 73.27%。



資料來源 Digital 2024, 2024 台灣網路報告

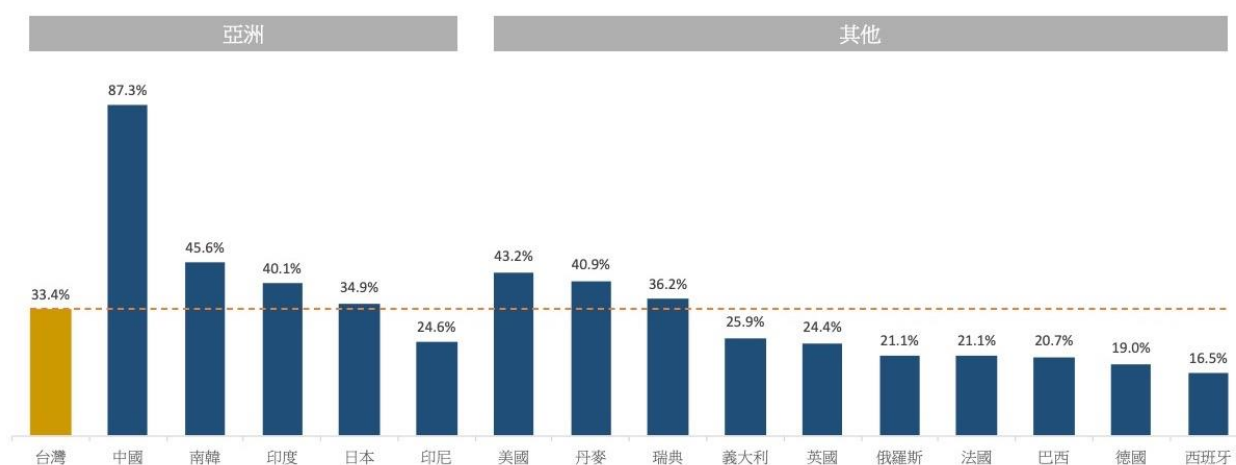
圖 八-5 社交媒體使用率跨國比較

⁵⁸ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

⁵⁹ 《Digital 2024》所統整呈現之資料由多個數據公司或當地政府提供，故各方資料來源之定義與研究方法未必一致，且此處所指之社群媒體使用率未必代表單一個人，也可能存在一個人同時擁有多個社群媒體帳號的情況。

五、行動支付使用率

此處各國的行動支付使用率為國際資料來源（eMarketer, yStats）提供⁶⁰，調查行動支付使用者佔總人口數之比例（包含 Apple Pay、Google Pay、Samsung Pay、AliPay 等），台灣數據則由本研究調查結果提供，兩者調查與統計方式或有差異⁶¹，僅供排序依據。在鄰近的亞洲國家中，以中國使用行動支付的比例為最高，使用率高達 87.3%，其次為南韓、印度，使用率分別為 45.6% 及 40.1%，台灣的行動支付使用率則為 33.4%。



資料來源 eMarketer, yStats, 2024 台灣網路報告

圖 八-6 行動支付使用率跨國比較

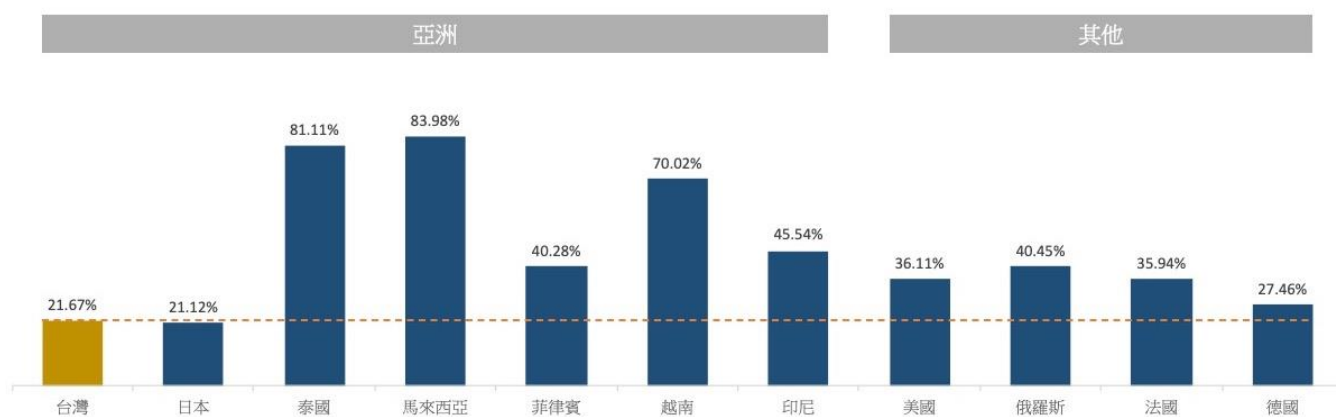
⁶⁰ <https://www.businessofapps.com/data/mobile-payments-app-market/>

⁶¹ 國際資料來源所統整呈現之資料由多個數據公司或當地政府提供，故各方資料來源之定義與研究方法未必一致

六、TikTok（抖音）使用率

此處各國的 TikTok 使用率的計算方式為該國 TikTok 使用者人數佔當時該國總人口之比例，各國 TikTok 使用者人數為國際資料來源（We Are Social, TikTok, Meltwater）提供⁶²。台灣 TikTok 使用率則由本研究調查結果提供。兩者調查與統計方式或有差異，僅供排序依據。

在鄰近的亞洲國家中，以馬來西亞、泰國的 TikTok 使用比例為最高，分別為 83.98% 及 81.11%，而台灣的 TikTok 使用率則為 21.67%，與日本相當。



資料來源 We Are Social, TikTok, Meltwater, 2024 台灣網路報告

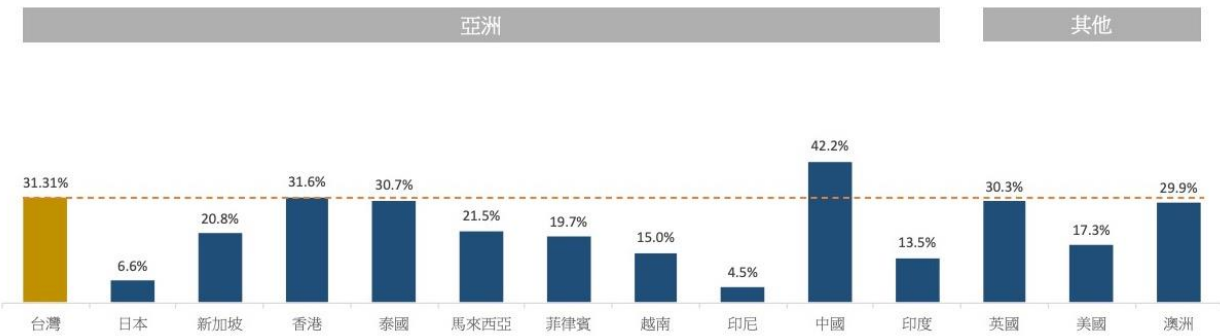
圖 八-7 TikTok（抖音）使用率跨國比較

⁶² <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>

七、餐飲外送平台使用率

此處各國的餐飲外送使用率為國際資料來源（Digital 2024）提供⁶³，調查每月皆使用餐飲外送平台的 16 至 64 歲網路使用者之比例，而台灣數據則由本研究調查結果提供，以整體人口做為比例基礎。兩者調查與統計方式或有差異⁶⁴，僅供排序依據。

在亞洲地區，中國的餐飲外送平台使用率最高，為 42.2%，其次是香港，使用率為 31.6%，台灣則排名第三位，餐飲外送平台使用率為 31.31%，與泰國相當。此外，日本、印尼的餐飲外送平台使用率明顯較低。



資料來源 Digital 2024, 2024 台灣網路報告

圖 八-8 餐飲外送平台使用率跨國比較

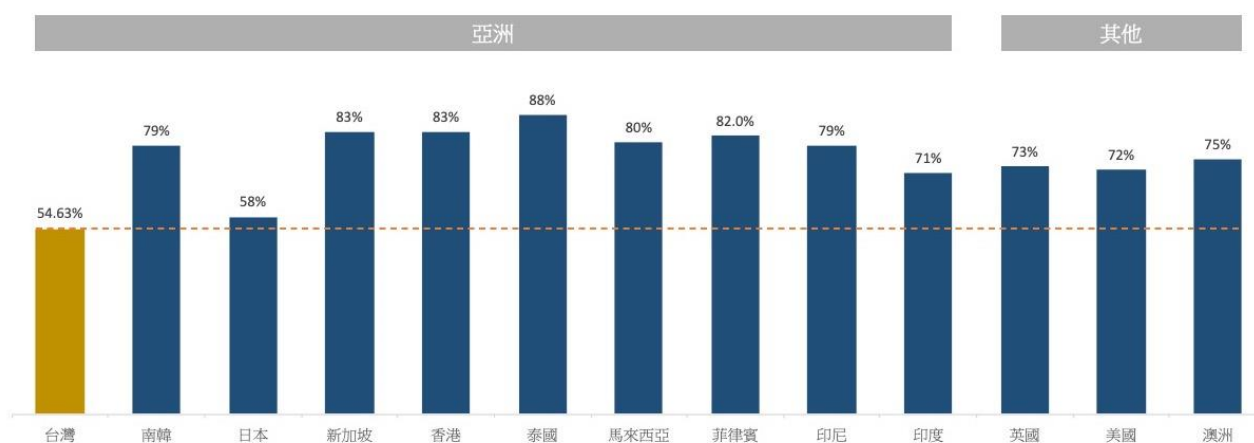
⁶³ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

⁶⁴ 《Digital 2024》所統整呈現之資料由多個數據公司或當地政府提供，故各方資料來源之定義與研究方法未必一致

八、數位平台新聞接收

此處各國民眾以數位平台接收新聞資訊之比例為國際資料來源（Reuters Institute Digital News Report 2023）提供⁶⁵，調查各國民眾之新聞接收來源管道。台灣數據則由本研究調查結果提供，調查**最常使用**數位平台接收新聞者佔整體人口比例，兩者調查與統計方式或有差異，僅供排序依據。

在鄰近的亞洲國家中，會透過線上數位平台接收新聞資訊之民眾比例以泰國、香港、新加坡位居前三位，而台灣民眾最常透過線上數位平台獲取新聞資訊的比例則為 54.63%。



資料來源 Reuters Institute Digital News Report 2024, 2024 台灣網路報告

圖 八-9 各國民眾以數位平台接收新聞資訊之比例

⁶⁵ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

第九章 研究結論與關鍵洞察

縮減數位落差見初步成效，應持續推動高齡者「數位輔具」與數位教學

「網路使用概況」以及「網路應用服務」一直是台灣網路報告的調查核心，以藉此了解台灣民眾的網路使用行為以及整體社會的數位化現況。今年度的調查結果顯示，上網率較往年有較大幅度的成長，達到 88.39%，其中行動網路使用率 86.43% 更是歷年新高。從電話調查結果進一步檢視未使用網路者的分析發現，撇除從根本上表達沒有上網需求者，對於未上網的台灣民眾而言，沒有使用網路的兩大主因為「年齡太大」（46.15%）、「對上網設備不熟悉」（45.88%），也就是說，有部分未上網者未必是因為沒有上網需求而不使用網路，而是在使用技能或設備、介面操作上出現困難；對照「使用網路的可能誘因」題項的調查結果，有 8.94% 未上網者表達「如果有人可以教我、幫助我」會願意開始學習使用網路，足見持續推動資訊教育、建立高齡友善的數位環境與數位協助服務的必要性。同時，考量年長者族群大多是上網率與網路應用服務使用率最低的群體，如欲在年齡因素上進一步弭平數位不平等，從硬體設備、軟體介面等各方面建置妥善「長者友善」環境，是未來高齡化社會勢在必行的政策推動方向，例如透過普及數位輔具，讓視、聽覺及科技產品操作較不靈活的長者，得以更容易取得資訊接收清晰（如更大螢幕、放大音訊等）且操作容易（如特製鍵盤、觸控筆等）的硬體設備，並搭配簡潔易懂的介面設計與使用流程（如大字型、簡化操作等）上，藉以最大程度降低年長者進用數位產品的外在門檻；然，在商業上這部分的需求目前仍相對屬小眾市場，未必有足夠多的業者願意設計與提供相關產品與服務，因此仍有賴政府透過政策推動長者友善數位環境的建置。此外，今年調查也顯示，「與別人聯繫」是促使未上網者可能想開始學習網路的最大主因，因此提供相關資訊教學時，可從與親友聯繫相關的網路通訊應用作為入門教學的著手處，以建立長者的使用興趣。

民眾對於 AI 科技在覺察與評估方面的素養較佳，使用素養仍可加強

台灣網路報告近年來調查、追蹤台灣民眾對 AI 科技的使用經驗，以數位語音助理而言，綜合 2022、2023 年的結果，具使用經驗者皆約占四成左右，未見近年來有更加流行使用的趨勢。而 ChatGPT 使用人口從去年至今年則有小幅度上升，應是 ChatGPT 方才導入台灣市場，國民對此新興科技的使用經驗尚在逐步成長中，建議台灣可藉機推廣自家繁體中文 AI 模型，擴充中文圈 AI 市場占比，提升國家 AI 自主能力與競爭優勢。這兩項 AI 科技應用皆以 40 歲以下的青壯年或最高學歷為大學、研究所的族群為主要使用者。而這群使用者大多充分具備覺察、使用、評估等三大 AI 素養，不過青壯年族群三個面向的 AI 素養都比老年族群表現較好；另外最高學歷為大學、研究所的民眾的 AI 素養表現也相較其他教育程度族群更好。未來應多關注 40 歲以上人口以及最高學歷為專科以下的族群對 AI 的認識與使用，因為若有較好的 AI 素養及使用經驗意味著能夠更好地適應創新科技帶來的社會變遷，建議在推動 AI 教育宣導時，應針對不同族群設計不同的課程內容，並且從使用面進行課程設計，以當前主流的 AI 科技（如：聊天機器人、ChatGPT 等）作為教材帶領學員進行實務操作，更能夠幫助學員具體了解運作原理，並能有效地運用 AI 協助完成特定任務或工作。

同時，本次調查也發現國民在評估 AI 對自身風險時傾向風險較小，較於樂觀，但感知對他人風險時持悲觀態度，高齡族群尤甚，而較高學歷者對於 AI 科技更具警覺性，風險感知較高。未來應加強對 AI 技術偏見的宣導和錯誤資訊的提醒，提高對 AI 風險問題的認識及理解，並且設計獎勵機制吸引大眾參與教育課程。最後，目前台灣民眾傾向由政府機關主責 AI 規範。但是相較於中高齡族群政府具有較高信任度，18 至 29 歲青年族群支持者占比最低，且支持意向較為分散，認為政府、發行企業應介入規範，或是使用者自律即可達到良好效果。從教育程度來看，規範支持者人數多集中在最高學歷為專科、研究所、大學的群組，

且大多信賴政府機關，這可能與較高教育程度的台灣民眾的 AI 風險感知較高、較具有警覺意識，因此愈支持 AI 科技的規範。總結以上，政府宜參考國外案例以訂定不同產業的 AI 應用規範，藉由制定嚴謹明確的法規與標準，確保 AI 科技的進步的同時不會損及公眾利益。

國民多認為應由政府規範 AI 的創用

AI 科技的問責性 (accountability) 是 AI 發展至今已逐漸受國際組織 (如歐盟、聯合國等) 關注與討論的重點之一；而 AI 科技如果需要受到規範，又應該由政府機關、民間獨立機構，或發行製造的企業專責管理，還是應有賴使用者自律？本次調查結果顯示，目前台灣民眾傾向制定規範來約束 AI 科技者超過七成 (73.10%)，而且多認為應由政府機關主責管理，占總樣本超過五成。但是屬於不支持制定規範的使用者自律為次多，占近兩成 (17.76%)，顯示仍有少數民眾認為使用者自律即可。此外，在性別方面，調查發現男性支持制定規範者 (73.50%) 略高於女性 (72.69%)。而在年齡方面，中高齡族群對政府機關具有較高信任度，認為政府能良好管理 AI 科技，反觀 18 至 29 歲青年族群支持者占比最低、僅有六成，其中認為 AI 應受政府機關規範的民眾僅占 37.07%，認為使用者自律者占 28.45%，反映出年輕族群的支持意向較為分散，認為政府、發行的企業應介入規範，或是使用者自律即可達到良好效果。至於在教育程度方面，規範支持者人數多集中在最高學歷為專科、研究所、大學的群組，皆有八成左右的支持者且大多信賴政府機關作為規範單位，這可能與前述提及較高教育程度的台灣民眾的 AI 風險感知較高、較具有警覺意識，因此愈支持 AI 科技的規範。

網路言論不容小覷 實際影響力可能擴及社會大多數的民眾

民眾認為其他人關注網路上與政治或公眾事務相關的言論，也會進而推斷

其他人會不會受到這些言論所影響。調查結果顯示，高達七成七左右

（77.06%）的受訪者認為其他人會受到網路言論所影響。同時，認為其他人受到網路言論所影響與自身的網路使用有關：過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」在回答「同意」（50.05%、36.10%）以及「非常同意」（57.47%、32.07%）的項目中佔比最高。

除了對於其他人的影響之外，本次調查同時詢問受訪者認為網路上的言論是否對於新聞媒體造成影響，結果顯示，高達七成八左右（77.89%）的受訪者認為新聞媒體受到這些網路言論所影響。認為新聞媒體受到網路言論所影響也與受訪者自身的網路使用有關：頻繁上網者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」回答「同意」（48.25%、36.48%）以及「非常同意」（60.83%、31.7%）的比例最高。總結而言，多數的民眾，特別是頻繁上網者，認為其他人與新聞媒體皆受到網路上與政治或公眾事務相關的言論所影響。

另一方面，會關注網路言論的人，也比較容易認為其他人以及新聞媒體會受到這些網路言論所影響，這些結果顯示，雖然網路言論的影響力主要集中於頻繁上網者，特別是平常會關注網路言論的民眾，但因為傳統新聞媒體也會受到網路言論所影響，透過傳統新聞媒體擷取資訊的人，也可能間接受到網路言論所影響，換句話說，網路言論的影響力實際上可能擴及社會大多數的民眾。

關注網路言論的雙面刃：被特定組織帶風向 vs. 提高對政府信任與公民參與

本次調查中詢問受訪者，「有人認為網路上與政治或公共事務相關的發文或留言，很多為特定組織（如：公關公司或政黨）所操作。請問您是否同意這樣的論點？」，結果顯示，多數民眾（71.00%）持同意的觀點，有 37.01% 回答「同意」、33.99% 回答「非常同意」。相較於非頻繁上網者，頻繁上網者，包含過去三個月「幾乎一直上網者」以及「一天數次上網者」，「同意」（52.90%、

35.39%) 以及「非常同意」(60.49%、30.59%) 網路言論多為特定組織所操作，換句話說，受訪者認為網路言論被操弄的觀點與他們自身的網路使用有關。另外，會關注網路言論的人，也比較認同這樣的觀點：在「有些關注者」中，「同意」以及「非常同意」網路言論受到操弄的比例為 86.46%；在「密切關注者」中，「同意」以及「非常同意」網路言論受到操弄的比例為 84.97%；在「非常密切關注者」中，「同意」以及「非常同意」網路言論受到操弄的比例高達 74.24%。綜合這些結果顯示，民眾會關注網路言論，有可能是認為這些言論多為特定組織所操作，因此想多了解，但從另一個角度思考，過於關注網路言論也可能導致民眾被特定組織帶風向。

此外，調查結果也顯示，會關注網路言論的人，比較會在網路上發表與政治或公共事務相關的言論，且有更高的比例會參與擴及線上線下不同形式的公民活動，甚至對於政府單位的信任程度也較高，這些結果顯示，關注網路言論對於促進民眾公民參與以及提高對於政府單位的信任，可能會有正面效果，或者從另一個角度剖析，本身對於公民活動參與意願高、對於政府單位信任的人，自然會比較關注涉及公共事務的網路言論。

民眾具遭受境外網路攻擊的風險感知，但對具體攻擊事件認知普遍不足

本調查發現，近七成五（74.72%）的受訪者認為，在未來一年內，台灣政府或基礎設施（如電網、電信）可能會遭受境外的網路攻擊，其中 31.16%認為可能，43.56%則認為非常可能。僅有 10.58%的受訪者認為這樣的攻擊不可能或非常不可能發生。值得關注的是，有 14.26%的受訪者回答「不知道」，特別是年長者及教育水準越較低的民眾，在 70 歲以上的長者當中，回答「不知道」的比例佔了 43.09%，而在國小及以下學歷族群中，回答「不知道」的比例則佔 60.57%。

台灣在 2022-23 年度發生多次網路攻擊事件，本調查結果指出，超過六成

(63.08%)的民眾表示不熟悉 2022 年裴洛西訪台期間的網路攻擊事件，而甚至有高達七成 (71.98%) 的民眾表示不熟悉國內航空公司遭勒索攻擊事件。

綜合兩題調查結果，多數民眾具有高度風險感知，認為未來政府或在地基礎設施有高度受到攻擊的可能性；然而，亦有一定比例的民眾不清楚台灣遭受網路攻擊的現況，故無法判斷類似事件未來發生的風險，特別是年紀較大及教育程度較低的族群，未來有關單位可針對這些特定群體，提升其網路安全意識。

有趣的是，雖然風險感知程度高，但絕大多數民眾都不清楚台灣發生了哪些具體的攻擊事件；因此，風險感知從何而來？是否媒體或政治人物在提到網路攻擊情況時，僅強調其嚴重性而未提及具體事件？抑或風險感知是由政治意識型態所支配？這些問題值得未來深入挖掘。

民眾對政府應對網路攻擊的能力看法分歧且多數缺乏信心

超過半數 (51.22%) 的受訪者表示不相信或不太相信政府有能力應對各種類型的網路攻擊。另一方面，四成 (40.43%) 受訪者則表現出一定程度的信任，包含有點相信 (29.36%) 和非常相信 (11.07%)。值得注意的是，雖然調查結果似乎顯示教育程度高者較不相信政府的應對能力，但事實上是教育程度較低的受訪者有較高的比例回答「不知道」，特別是小學及以下的族群，有超過三成 (33.98%) 無法判斷政府的應對能力。此外，70 歲以上的受訪者有超過五成 (53.17%) 相信政府具有能力因應網路攻擊，但也有兩成 (21.79%) 回答不知道。

整體而言，年長者和教育程度較低者，不僅對於台灣遭受網路攻擊的現況較不了解，亦無法評估政府是否具備應對能力，是值得特別關注的兩個群體。此外，民眾對政府的信心呈現極化狀態，不相信政府有能力應對網路攻擊的比例稍高於相信的比例，此發現可能和台灣現有的防範法規制度較不為民眾熟悉

有關。

歐盟於 2023 年創立了「網路韌性條例」(Cyber Resilience Act)，為全球第一個和網路安全有關的正式法案。該條例規定所有在歐盟販售之網路產品製造商，包含軟體與硬體，從產品的設計、研發到上架的過程，都必須有完整的網路安全措施 (European Union, 2022)。歐盟理事會與議會也在 2024 年 3 月，對「網路團結條例」(Cyber Solidarity Act) 達成共識，希望藉此條例讓歐盟更能有完善的準備，並讓強化成員國之間的合作與資訊共享 (European Union, 2024)。此外，美國亦在 2023 年發起了「網路安全意識計畫」(Cybersecurity Awareness Program)，該計畫是一項全國性的公共意識活動，旨在提高人們對網路威脅的認識，並賦予美國公眾更安全、更有保障的網路環境 (Vasquez, 2023)。

相較之下，台灣僅有「資通安全管理法」，且直到 2024 年才修正，也較少見到提昇公眾意識的方案。因此，台灣政府應儘速建置更加完善之法規架構，並推行公眾宣導計畫，讓民眾看見政府應對網路攻擊的具體作為，不僅能夠提升國民信心，更能依據法源要求各利害關係人（例如網路平台、網路產品製造商等）負起應負之責任。

鞏固網路安全防線：隱私不容犧牲，「以牙還牙」獲一定比例民眾支持

過去恐怖攻擊的研究顯示，此類攻擊最大的意義，在於影響民意 (Huff & Kertzer, 2018)。易言之，在面對攻擊的威脅時，人們會不會傾向選擇較為集權的政黨或政治人物？為了對抗網路攻擊、確保安全，人們會不會為了妥協，而願意犧牲某些公民權利或民主價值，進而落入攻擊者的圈套？

針對政府為防止網路攻擊所採取的行動，本調查結果指出，近七成 (68.87%) 民眾認為政府不應該因此而監控民眾私人通訊。本調查亦詢問民眾是否同意「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取報復或反擊手

段」，結果顯示，45.9%受訪者完全不同意或者不同意，42.86%表示同意或非常同意，意見分歧較大。由此可見，人們並不認為一些基本的人權或民主價值（如隱私），能夠因為對抗網路攻擊而被犧牲，但有一定比例的民眾贊同「以牙還牙」的應對方式。此發現和近來的研究結果類似，Tomz & Weeks (2020)發現，網路上干預選舉的行動，會讓民眾更加支持外交或經濟制裁之類的報復行為。

附錄一 調查問卷

灰底色者為【市話】及【手機】共同之題目，未鋪灰底者僅於【市話】

1 a 請問您是民國那一年出生的？【民國前請鍵入 95，若回答「97 不知道、98 拒答」者，請續問 1b 題】

1 b 請問您今年大概幾歲？

(01)18 歲-19 歲

(02)20 歲-29 歲

(03)30 歲-39 歲

(04)40 歲-49 歲

(05)50 歲-59 歲

(06)60 歲-69 歲

(07)70 歲及以上

(97)不知道

(98)拒答

2 請問您居住在哪一個縣市？哪一個鄉鎮市區？

2.1 請問您目前居住的地方是您的戶籍所在地嗎？(同一個鄉鎮市區)

(01)是

(02)不是

2.1a 請問您的戶籍地址是在哪個鄉鎮市區？

3 請問您最近一次上網是什麼時候？【傳 Line、拍照上網傳給親友、使用像臉書這樣的網路社群、找資料、地圖導航、用 APP 查交通狀況、或玩線上遊戲等...】

(01)最近三個月內

(02)三個月前至六個月內【跳答第 27 題】

(03)六個月前至一年內【跳答第 27 題】

(04)一年前【跳答第 27 題】

(05)從未使用【跳答第 27 題】

(97)不知道【跳答第 27 題】

(98)拒答【跳答第 27 題】

4 請問您最近三個月多常上網？

(01)幾乎一直上網【次數多到無法計算】(02)一天數次【一天 2 次以上】

(03)一天 1 次

(04)一週數次【一週 1 至 6 次】

(05)很少【一週不到一次】

(97)不知道

(98)拒答

提示說明：

①若受訪者回答「每天」，需追問選項(01)~(03)。

②若受訪者詢問(01)與(02)的差異，可詢問受訪者上網次數或關閉網路的次數為依據。

5 請問您家中是否可以(固網)寬頻上網(包括使用家中 wifi)？【如光纖上網、有線電視纜線數據機、ADSL】

(01)是

(02)否

(97)不知道

(98)拒答

6 請問您手機門號是否可以 4G 或 5G 行動上網(不包括 wifi)?【如使用 LINE、傳圖片、打網路電話/透過網路查/看東西】

(01)是，可以 4G 行動上網【市話跳答 V8、手機跳答 V9】

(02)是，可以 5G 行動上網【市話跳答 V8、手機跳答 V9】

(03)否【V5≠1 續答 V7；V5=1，市話跳答 V8、手機跳答 V9】

(04)沒有手機【V5≠1 續答 V7；V5=1，市話跳答 V8、手機跳答 V9】

(97)不知道【V5≠1 續答 V7；V5=1，市話跳答 V8、手機跳答 V9】

(98)拒答【V5≠1 續答 V7；V5=1，市話跳答 V8、手機跳答 V9】

提示說明：指手機經由行動電信網路連接上網。

7【開放題】您前面提到沒有使用寬頻上網也沒有使用行動上網，請問您近三個月使用何種方式上網?(V5=2,97,98 & V6=3,4,97,98 顯示)【如公共區域 Wifi】

(01)

(02)沒有上網【跳答 V27】

(97)不知道【跳答 V27】

(98)拒答【跳答 V27】

8 請問您最近三個月上網時有使用哪些服務?(V3=1 顯示)【複選題，請逐一提示選項】

(01)買東西

(02)賣東西

(03)使用行動支付【指使用手機、智慧手錶進行付款的服務】

(04)持有加密貨幣，如比特幣【無論交易與否，有持有就算】

(05)閱讀電子書【透過智慧裝置如電子書閱讀器、智慧型手機、平板電腦等之電子書進行閱讀】

(06)線上學習

(07)網路線上遊戲【限連線才能使用的遊戲】

(08)觀看免費的網路影音、直播或收聽音樂

(09)觀看付費的網路影音、直播或收聽音樂【如 Netflix、Disney+、YouTube Premium、KKBOX、Spotify 等】

(10)線上交友

(11)都沒有

(97)不知道

(98)拒答

提示說明：

①(05)(06)皆包含線上閱讀，由受訪者主觀認定。

9 請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務(例如 foodpanda、UberEats、foodomo 等)?

(01)一天數次【一天 2 次以上】

(02)一天一次

(03)一週數次【一週 1 至 6 次】

(04)很少【一週不到 1 次】

(05)從來沒有

(97)不知道

(98)拒答

提示說明：如果是其他人幫忙點餐不算，此題詢問個人使用行為

1 0 請問您最常使用的即時通訊軟體為何？【選項順序隨機顯示，逐一提示】

(01)LINE

(02)FB Messenger (臉書聊天室)

(03)微信 Wechat

(04)Facetime

(05)WhatsApp

(06)其他，請說明_____【請鍵入並記錄在開放題紀錄表中】

(92)沒有使用

(97)不知道

(98)拒答

1 1 請問您同不同意，(貼第 10 題答案)會保護你的個人資料及隱私 (V10≠92, 97, 98 顯示)

(01)完全不同意

(02)不同意

(03)普通

(04)同意

(05)非常同意

(97)不知道

(98)拒答

1 2 請問您同不同意，在(貼第 10 題答案)有很多假新聞或不實資訊 (V10≠92, 97, 98 顯示)

(01)完全不同意

(02)不同意

(03)普通

(04)同意

(05)非常同意

(97)不知道

(98)拒答

1 3 請問您過去三個月，有多常使用抖音/TikTok？【本題「使用」係指有進入 App 瀏覽或發布影片】

(01)一天數次【一天 2 次以上】

(02)一天一次

(03)一週數次【一週 1 至 6 次】

(04)很少【一週不到 1 次】

(05)從來沒有

(97)不知道

(98)拒答

1 4 請問您同不同意，抖音/TikTok 會保護你的個人資料及隱私(V13≠97, 98 顯示)

(01)完全不同意

(02)不同意

(03)普通

(04)同意

(05)非常同意

(92)沒有使用

(97)不知道

(98)拒答

1 5 請問您同不同意，在抖音/TikTok 有很多假新聞或不實資訊(V13≠97, 98 顯示)

(01)完全不同意

(02)不同意

(03)普通

(04)同意

(05)非常同意

(92)沒有使用

(97)不知道

(98)拒答

1 6 請問您過去三個月有多常使用語音助理（如 Siri, OkGoogle, 小愛同學）？
(01)從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常 (05)總是
(97)不知道 (98)拒答

1 7 請問您過去三個月有多常使用 ChatGPT？（ChatGPT 為人工智慧聊天機器人程式）
(01)從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常 (05)總是
(97)不知道 (98)拒答

請問以下有關使用「AI 人工智慧產品或服務」的敘述，符不符合您的情形？

1 8 我有能力分得清楚哪些產品與服務是運用 AI 人工智慧，哪些不是（例如網路上的 AI 客服與真人客服）
(01)非常不符合 (02)不符合 (03)普通 (04)符合
(05)非常符合 (94)沒有使用過 AI 產品或服務【跳答 V21】
(97)不知道 (98)拒答

1 9 我有能力運用 AI 產品或服務完成我想要做的事情。
(01)非常不符合 (02)不符合 (03)普通 (04)符合
(05)非常符合 (94)沒有使用過 AI 產品或服務【跳答 V21】
(97)不知道 (98)拒答

2 0 在使用過 AI 產品或服務後，我很清楚地知道它們有哪些優點和缺點。
(01)非常不符合 (02)不符合 (03)普通 (04)符合
(05)非常符合 (94)沒有使用過 AI 產品或服務【跳答 V21】
(97)不知道 (98)拒答

2 1 目前 AI 人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。請問您認為，這對您個人有沒有影響？
(01)完全沒影響 (02)影響很小 (03)普通 (04)影響很大
(05)影響非常大 (97)不知道 (98)拒答

2 2 目前 AI 人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。請問您認為，這對一般大眾有沒有影響？
(01)完全沒影響 (02)影響很小 (03)普通 (04)影響很大
(05)影響非常大 (97)不知道 (98)拒答

2 3 請問您認為 AI 人工智慧產品或服務最應該受到以下何者的規範？【逐一提示】
(01)政府機關 (02)民間獨立機構 (03)製造、發行的企業
(04)使用者自律 (05)不應該有規範 (97)不知道 (98)拒答

2 4 請問您最常使用的社群媒體是哪個？【選項順序隨機顯示，逐一提示】
(01)臉書（Facebook） (02)Instagram（IG）

(03) 抖音/TikTok【跳答 27 題】 (04) X (推特/Twitter)
 (05) PTT (批踢踢實業坊) (06) Dcard (狄卡)
 (07) Threads
 (90) 其他，請說明_____【請鍵入並記錄在開放題紀錄表中】
 (92) 沒有使用【跳答 27 題】 (97) 不知道【跳答 27 題】 (98) 拒答【跳答 27 題】

2 5 請問您同不同意，(貼第 24 題答案) 會保護你的個人資料及隱私 (V24≠03, 92, 97, 98 顯示)

(01) 完全不同意 (02) 不同意 (03) 普通 (04) 同意
 (05) 非常同意 (97) 不知道 (98) 拒答

2 6 請問您同不同意，在(貼第 24 題答案) 有很多假新聞或不實資訊 (V24≠03, 92, 97, 98 顯示)

(01) 完全不同意 (02) 不同意 (03) 普通 (04) 同意
 (05) 非常同意 (97) 不知道 (98) 拒答

2 7 請問您是否認為：「未來一年，台灣政府或基礎設施(例如電網、電信)可能面臨境外網路攻擊」

(01) 非常不可能 (02) 不可能 (03) 普通 (04) 可能
 (05) 非常可能 (97) 不知道 (98) 拒答

2 8 「美國聯邦眾議院議長裴洛西(Nancy Pelosi)於 2022 年 8 月訪台，當時超商及鐵路局的螢幕看板都出現謾罵裴洛西的簡體字。」請問您熟悉此一事件嗎？

(01) 完全不熟悉 (02) 不太熟悉 (03) 普通 (04) 有點熟悉
 (05) 非常熟悉 (97) 不知道 (98) 拒答

提示說明：

① 若受訪者回答「不知道」、「沒聽過」勾選(01)完全不熟悉
 ② 聽過/知道者，應追問(02)~(05)

2 9 「最近幾年國內航空公司(包含長榮與華航)曾發生駭客在網路上不當曝光會員個資，藉以勒索航空公司的情況」請問您熟悉這些事件嗎？

(01) 完全不熟悉 (02) 不太熟悉 (03) 普通 (04) 有點熟悉
 (05) 非常熟悉 (97) 不知道 (98) 拒答

提示說明：

① 若受訪者回答「不知道」、「沒聽過」勾選(01)完全不熟悉
 ② 聽過/知道者，應追問(02)~(05)

3 0 請問您相信政府有能力應對各種類型的網路攻擊嗎？

(01) 完全不相信 (02) 不太相信 (03) 普通 (04) 有點相信
 (05) 非常相信 (97) 不知道 (98) 拒答

3 1 請問您是否同意以下說法：「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控電話通話、電子郵件及社群媒體對話。」

(01)完全不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意
(05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

3 2 請問您是否同意以下說法：「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取報復或反擊手段。」

(01)完全不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意
(05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

3 3 根據您的瞭解，目前政府是否已有專門針對資訊和通訊安全而設立的法案？

(01)絕對沒有 (02)可能沒有 (03)可能有 (04)絕對有
(97)不知道 (98)拒答

3 4 請問您最常從哪個來源獲得新聞？（V3≠1, V7≠1 不顯示選項 1~5）

(01)即時通訊軟體（如 Line）
(02)社群媒體（如臉書、IG、PTT）
(03)搜尋引擎或新聞入口網站（如 google 谷歌新聞、Yahoo 奇摩）
(04)YouTube
(05)新聞媒體網站或新聞媒體 APP【如聯合新聞網、自由時報網站等】
(06)電視
(07)紙本報紙或雜誌
(90)其他，請說明_____【請鍵入並記錄在開放題紀錄表中】
(92)沒有看新聞
(97)不知道
(98)拒答

提示說明：

①V3≠1，本題結束後，市話續答 V35，手機跳答 V37
②V7≠1，本題結束後，市話續答 V35，手機跳答 V37

3 5 請問您同不同意，在傳統媒體（例如：電視、報章雜誌）有很多假新聞或不實資訊

(01)完全不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意
(05)非常同意 (92)沒有使用 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

①V3≠1，本題結束後，跳答 V37
②V7≠1，本題結束後，跳答 V37

【3 6 a、3 6 b 兩題題目隨機輪替】

3 6 a 如果您想要查證一則新聞的真假，您有多大的信心認為自己可以做到？

(01)一點信心都沒有 (02)沒有太大信心 (03)普通 (04)有信心
(05)非常有信心 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：若受訪者回答「完全不會去查證」，則詢問假如他想查證，有多大的信心可以做到。

3 6 b 您認為臺灣網路上與政治相關的留言是否有對立？【對立是指，彼此意見不同】

- | | | | |
|------------|----------|--------|--------|
| (01)完全沒有對立 | (02)沒有對立 | (03)普通 | (04)對立 |
| (05)非常對立 | (97)不知道 | (98)拒答 | |

3 7 最近三個月，您是否曾主動避免觀看新聞？

- | | | | |
|----------|--------|--------|--------|
| (01)從來沒有 | (02)很少 | (03)有時 | (04)經常 |
| (97)不知道 | (98)拒答 | | |

3 8 請問您同不同意，觀看新聞對您來說是沒有用的？

- | | | | |
|-----------|---------|--------|--------|
| (01)非常不同意 | (02)不同意 | (03)普通 | (04)同意 |
| (05)非常同意 | (97)不知道 | (98)拒答 | |

提示說明：

①V3≠1，本題結束後，跳答 V40

②V7≠1，本題結束後，跳答 V40

3 9 請問您是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？

- | | | | |
|------------|----------|----------|----------|
| (01)完全不關注 | (02)不太關注 | (03)有些關注 | (04)密切關注 |
| (05)非常密切關注 | (97)不知道 | (98)拒答 | |

4 0 請問您認為其他人是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？

- | | | | |
|------------|----------|----------|----------|
| (01)完全不關注 | (02)不太關注 | (03)有些關注 | (04)密切關注 |
| (05)非常密切關注 | (97)不知道 | (98)拒答 | |

4 1 請問您是否同意，其他人會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？

- | | | | |
|-----------|---------|--------|--------|
| (01)非常不同意 | (02)不同意 | (03)普通 | (04)同意 |
| (05)非常同意 | (97)不知道 | (98)拒答 | |

4 2 請問您是否同意，新聞媒體報導會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？

- | | | | |
|-----------|---------|--------|--------|
| (01)非常不同意 | (02)不同意 | (03)普通 | (04)同意 |
| (05)非常同意 | (97)不知道 | (98)拒答 | |

4 3 整體而言，不分中央或地方，請問您對於台灣政府單位的信任程度為？

- | | | | |
|-----------|---------|--------|--------|
| (01)非常不信任 | (02)不信任 | (03)普通 | (04)信任 |
| (05)非常信任 | (97)不知道 | (98)拒答 | |

4 4 請問您在過去一年，是否有參與以下實體或線上形式進行的行為【複選題，逐一提示】

- (01)選舉投票

- (02)簽署連署書
 (03)參與抵制行動（如：拒絕購買、取消追蹤、發言指責）
 (04)都沒有參與
 (97)不知道 (98)拒答

4 5 有人認為網路上與政治或公共事務相關的發文或留言，很多為特定組織（如：公關公司或政黨）所操作。請問您是否同意這樣的論點？

- (01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意
 (05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：

- ①V3≠1，本題結束後，市話跳答 V47，手機跳答 V52
 ②V7≠1，本題結束後，市話跳答 V47，手機跳答 V52

4 6 請問您有多常會在網路上（如：臉書、IG、Threads、部落格），公開發表或回應與政治或公共事務相關的貼文？

- (01)從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常 (05)總是
 (97)不知道 (98)拒答

4 7 請問過去三個月，您有沒有遇過詐騙訊息？（如：詐騙簡訊、電話、廣告或惡意網址等）

- (01) 有，且受騙
 (02) 有，未受騙
 (03) 沒有
 (97) 不知道
 (98) 拒答

4 8 請問您家中 12 歲以下的未成年孩童，幾歲開始觀看或使用 3C 設備（含手機、平板、電腦）？

- (01)_____歲【接續答 49a~51a】
 (02)家中 12 歲以下孩童沒有使用 3C 設備【接續答 49b~51b】
 (03)家中沒有 12 歲以下孩童【接續答 49b~51b】

提示說明：

- ①如家中有多位 12 歲以下孩童，以年齡最小者進行回答
 ②不一定要小孩自行操作設備，家長播放影片或幫忙開啟 app 等都算。

（49a~51a）針對您家中年齡最小的 12 歲以下孩童，以下請問您的實際情況

4 9 a 【有小孩】當您在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，您有多常讓孩子使用 3C 設備？

- (01)從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常
 (05)總是 (97)不知道 (98)拒答

5 0 a 【有小孩】您有多常**限制**小孩的網路使用行為？(包括使用時間、觀看內容、接觸對象等)

- (01)從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常
(05)總是 (97)不知道 (98)拒答

*提示說明：此處的限制也包括家長使用數位工具或程式設定等方式，控管小孩的網路使用行為。

5 1 a 【有小孩】您有多常和小孩**討論**他們在網路上做的事情？(包括：使用哪些網站，觀看哪些內容、遇到哪些人)

- (01) 從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常
(05)總是 (97)不知道 (98)拒答

(4 9 b ~ 5 1 b) 針對 12 歲以下孩童使用 3C 設備的行為，以下請問您的看法

4 9 b 【沒有小孩】您同不同意，當家長在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，可以讓孩子使用 3C 設備

- (01)非常不同意 (02)不同意 (03)普通 (04)同意
(05)非常同意 (97)不知道 (98)拒答

5 0 b 【沒有小孩】您認為家長應多常限制小孩的網路使用行為？(包括使用時間、觀看內容、接觸對象等)

- 01)從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常
(05)總是 (97)不知道 (98)拒答

5 1 b 【沒有小孩】您認為家長應多常小孩**討論**他們在網路上做的事情？(包括：使用哪些網站，觀看哪些內容、遇到哪些人)

- 01)從來沒有 (02)很少 (03)有時 (04)經常
(05)總是 (97)不知道 (98)拒答

5 2 請問您沒有上網(連接網際網路)的原因有哪些?【複選題，逐一提示】【V3
≠1 或 V7≠1 顯示】

- (01)無興趣
(02)不需要
(03)對手機或電腦等上網設備不熟悉
(04)沒設備
(05)無時間使用
(06)費用太高
(07)擔心網路內容有害
(08)網路詐騙問題
(09)年齡太大
(10)缺乏有用的訊息

(11)個人隱私因素/擔心個資外洩問題

(12)視力或聽力不佳，不便使用

(13)其他，請說明_____【請鍵入並記錄在開放題紀錄表中】

(14)不識字【不提示】

(97)不知道

(98)拒答

5 3 請問有沒有家人、鄰居、朋友或其他人（如：照服員或數位幫手等）可以幫您處理需要上網才能做的事情？【V3≠1 或 V7≠1 顯示】

(01)有人幫忙【跳答 V54a 題】

(02)沒人幫忙【跳答 V54b 題】

(03)沒有上網需求【跳答 V55 或 V56，視 V3 答覆】

(97)不知道【跳答 V55 或 V56，視 V3 答覆】

(98)拒答【跳答 V55 或 V56，視 V3 答覆】

5 4 a 過去一年中，曾經請別人幫您上網處理過下列哪些事情？【v53=1 顯示，複選題，請逐一提示】

(01)上網買東西（如：線上點餐、訂車票）

(02)申請補助或福利

(03)醫療服務（如線上掛號、遠距看診）

(04)政府公共服務（如繳水電費）

(05)金融服務（如：線上付款、網路銀行）

(06)搜尋資訊（如：查地圖、看新聞）

(07)與別人聯繫（如使用通訊軟體、社群媒體）

(08)獲取娛樂（如看影片、玩遊戲）

(09)其他

5 4 b 過去一年中，您曾經想要上網處理下列哪些事情？【v53=2 顯示，複選題，請逐一提示】

(01)上網買東西（如：線上點餐、訂車票）

(02)申請補助或福利

(03)醫療服務（如線上掛號、遠距看診）

(04)政府公共服務（如繳水電費）

(05)金融服務（如：線上付款、網路銀行）

(06)搜尋資訊（如：查地圖、看新聞）

(07)與別人聯繫（如使用通訊軟體、社群媒體）

(08)獲取娛樂（如看影片、玩遊戲）

(09)其他

5 5 先不管實際上有沒有困難，心裡有想學習怎麼上網嗎？【V3=5 顯示】

(01)有

(02)沒有

(97)不知道

(98)拒答

5 6 在未來一年中，下列哪些情況及理由，有可能會讓您開始想使用網路？【V3≠1 或 V7≠1 顯示】【複選題】

- (01)上網買東西（如：線上點餐、訂車票）
- (02)上網申請補助或福利
- (03)線上醫療服務（如線上掛號、遠距看診）
- (04)線上政府公共服務（如繳水電費）
- (05)線上金融服務（如：線上付款、網路銀行）
- (06)搜尋資訊（如：查地圖、看新聞）
- (07)與別人聯繫（如使用通訊軟體、社群媒體）
- (08)獲取娛樂（如看影片、玩遊戲）
- (09)如果獲得免費或更便宜的門號及上網設備
- (10)如果有人可以教我、幫助我
- (11)其他
- (96)年紀大了，不想使用網路【不提示】
- (97)不需要【不提示】

5 7 請問您的教育程度是？【含肄業】【不必唸選項】

- (01)小學及以下 (02)國（初）中/初職 (03)高中職 (04)專科
- (05)大學 (06)碩士 (07)博士
- (08)其他_____【請鍵入並記錄在開放題紀錄表中】
- (97)不知道 (98)拒答

5 8 請問您住的地方有幾個家用電話號碼【住宅電話】？【非傳真用】

- (01)1 個 (02)2 個 (03)3 個
- (04)4 個 (05)5 個及以上 (06)沒有住宅電話【限手機調查】
- (97)不知道 (98)拒答

5 9 請問您常使用的手機門號有幾個？

- (01)1 個 (02)2 個 (03)3 個
- (04)4 個 (05)5 個及以上
- (06)沒有手機號碼 (97)不知道 (98)拒答

提示說明：若受訪者回答 5 個以上時，請訪員與受訪者確認數量是否無誤，可說明本題詢問的是經常使用的手機門號數，不是手機有幾個或有申請幾個門號。

E1.【後續追蹤】我們這是一項長期的研究計畫，最後想請問您是否願意提供市話或手機號碼，讓我們之後如果有合適的機會可以邀請您參加其他訪談呢？

- (01)願意，我的手機/市話號碼：_____
- (02)不願意
- (04)沒有手機／忘記電話號碼
- (97)不知道／不瞭解題意 (98)拒答

提示說明：

1.受訪者講完手機號碼後，請訪員複述一次確認。

2.若受訪者不願意提供聯絡資訊，請向其說明「我們只進行學術調查，不會有商業推銷的行為。」

附錄二 訪問結果表

一、市話調查最適訪問結果統計表

本次市話調查共計撥打 54,394 通電話，成功訪問 1,071 份有效樣本，有 24,938 通是因為隨機抽樣所產生的空號號碼，其他如傳真機、非住家、公司行號電話。參考 AAPOR⁶⁶之定義，本次調查之訪問完訪率（Response Rate）RR1=4.2%、RR3=32.5%、RR5=52.4%；而拒訪率（refusal rate）REF1=1.7%、REF2=13.2%、REF3=21.2%。詳細接觸情形如下表：

- $RR1 = I / ((I+P) + (R+NC+O) + (UE+UO)) = 4.2\%$
- $RR3 = I / ((I+P) + (R+NC+O) + e^{67}(UE+UO)) = 32.5\%$
- $RR5 = I / ((I+P) + (R+NC+O)) = 52.4\%$
- $REF1 = R / ((I+P) + (R+NC+O) + (UE+UO)) = 1.7\%$
- $REF2 = R / ((I+P) + (R+NC+O) + e(UE+UO)) = 13.2\%$
- $REF3 = R / ((I+P) + (R+NC+O)) = 21.2\%$

接觸狀況	撥號數	百分比(%)	有效撥號 (%)
總和	54,394	100.0	100.0
合格，有訪問	1,071	2.0	4.2
I：成功訪問	1,071	2.0	4.2
合格，無訪問	974	1.8	3.8
P：約訪	417	0.8	1.6
R：拒訪	341	0.6	1.3
R：中途拒訪	93	0.2	0.4

⁶⁶ 見 The American Association for Public Opinion Research. 2016. Standard Definitions: Final Disposition of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. 9th edition. Lenexa, Kansas: AAPOR. http://www.aapor.org/AAPOR_Main/media/publications/Standard-Definitions20169theditionfinal.pdf

⁶⁷ e：估計的合格樣本比例（Estimated proportion of cases of unknown eligibility that are eligible），算法為 $(I+R+NC+O)/(I+R+NC+O+NE)$

NC：受訪者外出	7	0.0	0.0
O：受訪者因生理/心理問題，無法接受訪問	94	0.2	0.4
O：受訪者因語言因素，無法接受訪問	22	0.0	0.1
不知是否合格，無訪問	23,489	43.2	92.0
UE：勿干擾	2	0.0	0.0
UE：忙線	846	1.6	3.3
UE：住宅答錄機	49	0.1	0.2
UE：無人接聽	14,793	27.2	57.9
UE：電話故障	49	0.1	0.2
UE：暫停使用	7	0.0	0.0
UO：尚未篩選合格條件即拒訪	7,743	14.2	30.3
不合格	28,860	53.1	
NE：受訪者聲稱已接受過訪問	24,938	45.8	
NE：配額已滿	12	0.0	
NE：空號	2,118	3.9	
NE：非合格受訪對象	1,749	3.2	
NE：非住宅電話	-	-	
NE：傳真機	32	0.1	
NE：電話改號	6	0.0	
NE：電話轉接	5	0.0	

二、手機調查訪問結果統計表

本次手機調查共計撥打 83,104 通電話，成功訪問 1,076 份有效樣本，有 56,421 通是因為隨機抽樣所產生的空號號碼，其他如傳真機、非住家、公司行號電話。參考 AAPOR 之定義，本次調查之訪問完訪率（Response Rate）RR1=4.1%、RR3=40.6%、RR5=54.7%；而拒訪率（refusal rate）REF1=1.9%、REF2=18.9%、REF3=25.5%。詳細接觸情形如下表：

- RR1=I/(I+P)+(R+NC+O)+(UE+UO)=4.1%
- RR3=I/(I+P)+(R+NC+O)+e(UE+UO)=40.6%
- RR5=I/(I+P)+(R+NC+O)=54.7%
- REF1=R/(I+P)+(R+NC+O)+(UE+UO)=1.9%
- REF2=R/(I+P)+(R+NC+O)+e(UE+UO)=18.9%
- REF3=R/(I+P)+(R+NC+O)=25.5%

接觸狀況	撥號數	百分比(%)	有效撥號 (%)
總和	83,104	100.0	100.0
合格，有訪問	1,076	1.3	4.1
I：成功訪問	1,076	1.3	4.1
合格，無訪問	891	1.1	3.4
P：約訪	330	0.4	1.2
R：拒訪	404	0.5	1.5
R：中途拒訪	97	0.1	0.4
O：受訪者因生理/心理問題，無法接受訪問	8	0.0	0.0
O：受訪者因語言因素，無法接受訪問	20	0.0	0.1
不知是否合格，無訪問	32	0.0	0.1
UE：忙線	24,446	29.4	92.6
UE：住宅答錄機	44	0.1	0.2
UE：無人接聽	2,026	2.4	7.7
UE：電話干擾	5	0.0	0.0
UE：電話故障	16,650	20.0	63.0
UE：暫停使用	106	0.1	0.4
UO：尚未篩選合格條件即拒訪	579	0.7	2.2
不合格	56,691	68.2	
NE：空號	56,421	67.9	
NE：非合格受訪對象	118	0.1	
NE：非個人使用電話	107	0.1	
NE：傳真機	42	0.1	
NE：電話改號	-	-	
NE：受訪者聲稱已接受過訪問	2	0.0	

三、訪問結果計算公式

(一) AAPOR代碼說明

- RR：完訪率 (Response rate)
- REF：拒訪率 (Refusal rate)
- I：成功完訪 (Complete interview)
- P：部份訪問 (Partial interview)
- R：拒訪與中途拒訪 (Refusal and break-off)
- NC：無接觸 (Non-contact)
- O：其他 (Other)

- UE：不知是否為合格（Unknown Eligibility）
- UO：其他不知是否有合格受訪者的狀況（Unknown，other）
- NE：不合格樣本（Not eligible）
- e：估計的合格樣本比例（Estimated proportion of cases of unknown eligibility that are eligible）

（二）AAPOR訪問結果計算公式

● 完訪率

$$RR1 = I / (I + P) + (R + NC + O) + (UE + UO)$$

$$RR3 = I / (I + P) + (R + NC + O) + e(UE + UO)$$

$$RR5 = I / (I + P) + (R + NC + O)$$

● 拒訪率

$$REF1 = R / (I + P) + (R + NC + O) + (UE + UO)$$

$$REF2 = R / (I + P) + (R + NC + O) + e(UE + UO)$$

$$REF3 = R / (I + P) + (R + NC + O)$$

（三）e 計算公式

$$(I + R + NC + O) / (I + R + NC + O + NE)$$

附錄三 雙底冊次數分配表

一、樣本結構表

項目別	市話		手機	
	樣本數	百分比(%)	樣本數	百分比(%)
總數	1,071	100.0	1,076	100.0
性別				
男	515	48.1	615	57.2
女	556	51.9	461	42.8
年齡	1,071	100.0	1,076	100.0
18-29 歲	106	9.9	202	18.8
30-39 歲	98	9.2	225	20.9
40-49 歲	149	13.9	250	23.2
50-59 歲	224	20.9	208	19.3
60-69 歲	252	23.5	133	12.4
70 歲以上	242	22.6	58	5.4
教育程度				
小學及以下	107	10.0	35	3.3
國(初)中/初職	95	8.9	56	5.2
高中職	282	26.3	252	23.4
專科	157	14.7	109	10.1
大學	320	29.9	475	44.1
研究所	110	10.3	149	13.8
居住地區				
北北基	317	29.6	374	34.8
桃竹苗	173	16.2	182	16.9
中彰投	207	19.3	176	16.4
雲嘉南	151	14.1	152	14.1
高屏澎金馬	177	16.5	153	14.2
宜花東	46	4.3	39	3.6

二、次數分配表

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
Q1、年齡層	18 歲-19 歲	19	1.77	21	1.95
	20 歲-29 歲	87	8.12	181	16.82
	30 歲-39 歲	98	9.15	225	20.91
	40 歲-49 歲	149	13.91	250	23.23
	50 歲-59 歲	224	20.92	208	19.33
	60 歲-69 歲	252	23.53	133	12.36
	70 歲及以上	242	22.60	58	5.39
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q2、居住縣市	新北市	186	17.37	213	19.80
	臺北市	114	10.64	140	13.01
	桃園市	103	9.62	93	8.64
	臺中市	128	11.95	126	11.71
	臺南市	86	8.03	94	8.74
	高雄市	126	11.76	115	10.69
	宜蘭縣	21	1.96	18	1.67
	新竹縣	26	2.43	25	2.32
	苗栗縣	24	2.24	28	2.60
	彰化縣	57	5.32	38	3.53
	南投縣	22	2.05	12	1.12
	雲林縣	30	2.80	20	1.86
	嘉義縣	23	2.15	23	2.14
	屏東縣	37	3.45	29	2.70
	臺東縣	10	0.93	7	0.65
	花蓮縣	15	1.40	14	1.30
	澎湖縣	6	0.56	4	0.37
	基隆市	17	1.59	21	1.95
	新竹市	20	1.87	36	3.35
	嘉義市	12	1.12	15	1.39
	金門縣	7	0.65	4	0.37
	連江縣	1	0.09	1	0.09
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
	是	959	89.54	865	80.39

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
Q2.1、請問您目前居住的地方是您的戶籍所在地嗎？ (同一個鄉鎮市區)	不是	112	10.46	211	19.61
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q2b、戶籍縣市	新北市	181	16.90	189	17.57
	臺北市	113	10.55	141	13.10
	桃園市	102	9.52	93	8.64
	臺中市	129	12.04	133	12.36
	臺南市	86	8.03	98	9.11
	高雄市	129	12.04	113	10.50
	宜蘭縣	22	2.05	19	1.77
	新竹縣	26	2.43	27	2.51
	苗栗縣	23	2.15	29	2.70
	彰化縣	58	5.42	44	4.09
	南投縣	23	2.15	11	1.02
	雲林縣	28	2.61	24	2.23
	嘉義縣	23	2.15	29	2.70
	屏東縣	39	3.64	27	2.51
	臺東縣	10	0.93	12	1.12
	花蓮縣	15	1.40	15	1.39
	澎湖縣	7	0.65	5	0.46
	基隆市	16	1.49	19	1.77
	新竹市	18	1.68	27	2.51
	嘉義市	13	1.21	14	1.30
	金門縣	9	0.84	6	0.56
	連江縣	1	0.09	1	0.09
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q3、請問您最近一次上網是什麼時候？	最近三個月內	905	84.50	1,051	97.68
	三個月前至六個月內	4	0.37	1	0.09
	六個月前至一年內	2	0.19	-	-
	一年前	10	0.93	2	0.19
	從未使用	149	13.91	20	1.86
	不知道	1	0.09	2	0.19
	拒答	-	-	-	-
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q4、請問您最近三個月多常上網？	幾乎一直上網【次數多到無法計算】	476	52.60	611	58.14
	一天數次【一天2次以上】	346	38.23	370	35.20
	一天1次	47	5.19	28	2.66

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	一週數次【一週 1 至 6 次】	25	2.76	31	2.95
	很少【一週不到一次】	11	1.22	7	0.67
	不知道	-	-	4	0.38
	拒答	-	-	-	-
	總數	905	100.00	1,051	100.00
Q5、請問您家中是否可以(固網)寬頻上網(包括使用家中 wifi)？	是	735	81.22	864	82.21
	否	161	17.79	182	17.32
	不知道	9	0.99	5	0.48
	拒答	-	-	-	-
	總數	905	100.00	1,051	100.00
Q6、請問您手機門號是否可以 4G 或 5G 行動上網(不包括 wifi)？	是，可以 4G 行動上網	508	56.13	563	53.57
	是，可以 5G 行動上網	374	41.33	463	44.05
	否	14	1.55	18	1.71
	沒有手機	2	0.22	-	-
	不知道	7	0.77	7	0.67
	拒答	-	-	-	-
	總數	905	100.00	1,051	100.00
Q7、您前面提到沒有使用寬頻上網也沒有使用行動上網，請問您近三個月內使用何種方式上網？	_____【請記錄】	1	20.00	1	25.00
	沒有上網	-	-	2	50.00
	不知道	4	80.00	1	25.00
	拒答	-	-	-	-
	總數	5	100.00	4	100.00
Q8、請問您最近三個月上網時有使用哪些服務？【複選題】	買東西	480	53.27	-	-
	賣東西	61	6.77	-	-
	使用行動支付【指使用手機、智慧手錶進行付款的服務】	323	35.85	-	-
	持有加密貨幣，如比特幣【無論交易與否，有持有就算】	17	1.89	-	-
	閱讀電子書【透過智慧裝置如電子書閱讀器、智慧型手機、平板電腦等之電子書進行閱讀】	242	26.86	-	-
	線上學習	287	31.85	-	-
	網路線上遊戲【限連線才能使用的遊戲】	277	30.74	-	-
	觀看免費的網路影音、直播或收聽音樂	752	83.46	-	-

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	觀看付費的網路影音、直播或收聽音樂【如 Netflix、Disney+、YouTube Premium、KKBOX、Spotify 等】	238	26.42	-	-
	線上交友	45	4.99	-	-
	都沒有	64	7.10	-	-
	不知道	-	-	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	901	100.00	-	-
Q9、請問您最近三個月多常使用餐飲外送服務(例如 foodpanda、UberEats、foodomo 等)？	一天數次【一天 2 次以上】	8	0.89	17	1.62
	一天一次	12	1.33	27	2.58
	一週數次【一週 1 至 6 次】	74	8.21	163	15.55
	很少【一週不到 1 次】	121	13.43	218	20.80
	從來沒有	685	76.03	622	59.35
	不知道	1	0.11	1	0.10
	拒答	-	-	-	-
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q10、請問您最常使用的即時通訊軟體為何？	LINE	853	94.67	956	91.22
	FBMessenger(臉書聊天室)	28	3.11	51	4.87
	微信 Wechat	8	0.89	15	1.43
	Facetime	1	0.11	2	0.19
	WhatsApp	2	0.22	3	0.29
	其他	-	-	2	0.19
	Discord[調查後新增]	1	0.11	3	0.29
	Telegram[調查後新增]	1	0.11	3	0.29
	沒有使用	7	0.78	7	0.67
	不知道	-	-	6	0.57
	拒答	-	-	-	-
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q11、請問您同不同意，@BQ10@E 會保護你的個人資料及隱私？【V10 ≠ 92,97,98 顯示】	完全不同意	86	9.62	-	-
	不同意	241	26.96	-	-
	普通	9	1.01	-	-
	同意	348	38.93	-	-
	非常同意	124	13.87	-	-
	不知道	84	9.40	-	-

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	拒答	2	0.22	-	-
	總數	894	100.00	-	-
Q12、請問您同不同意，在@BQ10@E 有很多假新聞或不實資訊？【V10 ≠ 92,97,98 顯示】	完全不同意	113	12.64	-	-
	不同意	123	13.76	-	-
	普通	3	0.34	-	-
	同意	312	34.90	-	-
	非常同意	281	31.43	-	-
	不知道	59	6.60	-	-
	拒答	3	0.34	-	-
	總數	894	100.00	-	-
Q13、請問您過去三個月，有多常使用抖音/TikTok？	一天數次【一天 2 次以上】	62	6.88	91	8.68
	一天一次	20	2.22	24	2.29
	一週數次【一週 1 至 6 次】	38	4.22	53	5.06
	很少【一週不到 1 次】	60	6.66	88	8.40
	從來沒有	721	80.02	791	75.48
	不知道	-	-	1	0.10
	拒答	-	-	-	-
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q14、請問您同不同意，抖音/TikTok 會保護你的個人資料及隱私？【V13 ≠ 97,98 顯示】	完全不同意	291	32.30	-	-
	不同意	221	24.53	-	-
	普通	5	0.55	-	-
	同意	79	8.77	-	-
	非常同意	50	5.55	-	-
	沒有使用	198	21.98	-	-
	不知道	56	6.22	-	-
	拒答	1	0.11	-	-
	總數	901	100.00	-	-
Q15、請問您同不同意，在抖音/TikTok 有很多假新聞或不實資訊？【V13 ≠ 97,98 顯示】	完全不同意	91	10.10	-	-
	不同意	45	4.99	-	-
	普通	3	0.33	-	-
	同意	260	28.86	-	-
	非常同意	322	35.74	-	-
	沒有使用	138	15.32	-	-
	不知道	41	4.55	-	-
	拒答	1	0.11	-	-
	總數	901	100.00	-	-
Q16、請問您最近三個月有多常使用語音助理（如	從來沒有	561	62.26	629	60.02
	很少	167	18.53	206	19.66

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
Siri,OkGoogle, 小愛同學) ?	有時	86	9.54	89	8.49
	經常	56	6.22	72	6.87
	總是	23	2.55	47	4.48
	不知道	8	0.89	5	0.48
	拒答	-	-	-	-
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q17、請問您過去三個月有多常使用 ChatGPT ? (ChatGPT 為人工智慧聊天機器人程式)	從來沒有	687	76.25	694	66.22
	很少	105	11.65	155	14.79
	有時	56	6.22	96	9.16
	經常	29	3.22	59	5.63
	總是	10	1.11	33	3.15
	不知道	14	1.55	11	1.05
	拒答	-	-	-	-
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q18、我有能力分得清楚哪些產品與服務是運用 AI 人工智慧, 哪些不是 (例如網路上的 AI 客服與真人客服)。符不符合您的情形?	非常不符合	78	8.66	34	3.24
	不符合	203	22.53	139	13.26
	普通	3	0.33	5	0.48
	符合	291	32.30	479	45.71
	非常符合	103	11.43	201	19.18
	沒有使用過 AI 產品或服務【跳答 V21】	203	22.53	165	15.74
	不知道	20	2.22	24	2.29
	拒答	-	-	1	0.10
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q19、我有能力運用 AI 產品或服務完成我想要做的事情。符不符合您的情形?	非常不符合	90	12.89	64	7.25
	不符合	202	28.94	208	23.56
	普通	5	0.72	12	1.36
	符合	245	35.10	378	42.81
	非常符合	63	9.03	131	14.84
	沒有使用過 AI 產品或服務【跳答 V21】	78	11.17	76	8.61
	不知道	14	2.01	13	1.47
	拒答	1	0.14	1	0.11
	總數	698	100.00	883	100.00
Q20、在使用過 AI 產品或服務後, 我很清楚地知道它們有哪些優點和缺點。符不符合您的情形?	非常不符合	56	9.03	39	4.83
	不符合	128	20.65	104	12.89
	普通	1	0.16	8	0.99

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	符合	275	44.35	416	51.55
	非常符合	84	13.55	174	21.56
	沒有使用過 AI 產品或服務【跳答 V21】	62	10.00	51	6.32
	不知道	14	2.26	15	1.86
	拒答	-	-	-	-
	總數	620	100.00	807	100.00
Q21、目前 AI 人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。請問您認為，這對您個人有沒有影響？	完全沒影響	282	31.30	375	35.78
	影響很小	345	38.29	429	40.94
	普通	24	2.66	23	2.19
	影響很大	143	15.87	133	12.69
	影響非常大	31	3.44	35	3.34
	不知道	74	8.21	51	4.87
	拒答	2	0.22	2	0.19
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q22、目前 AI 人工智慧所生成的內容，可能存有偏見或是產出不正確的資訊。請問您認為，這對一般大眾有沒有影響？	完全沒影響	25	2.77	44	4.20
	影響很小	121	13.43	205	19.56
	普通	40	4.44	43	4.10
	影響很大	457	50.72	483	46.09
	影響非常大	160	17.76	148	14.12
	不知道	94	10.43	119	11.35
	拒答	4	0.44	6	0.57
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q23、請問您認為 AI 人工智慧產品或服務最應該受到以下何者的規範？	政府機關	514	57.05	566	54.01
	民間獨立機構	68	7.55	70	6.68
	製造、發行的企業	119	13.21	140	13.36
	使用者自律	116	12.87	178	16.98
	不應該有規範	22	2.44	43	4.10
	不知道	56	6.22	47	4.48
	拒答	6	0.67	4	0.38
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q24、請問您最常使用的社群媒體是哪個？	臉書（Facebook）	483	53.61	542	51.72
	Instagram（IG）	148	16.43	267	25.48
	抖音／TikTok	23	2.55	25	2.39
	X（推特／Twitter）	15	1.66	19	1.81

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	PTT (批踢踢實業坊)	10	1.11	31	2.96
	Dcard (狄卡)	7	0.78	8	0.76
	Threads (脆)	6	0.67	15	1.43
	小紅書[調查後新增]	1	0.11	3	0.29
	Youtube[調查後新增]	-	-	3	0.29
	其他	1	0.11	1	0.10
	沒有使用	204	22.64	130	12.40
	不知道	3	0.33	4	0.38
	拒答	-	-	-	-
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q25、請問您同不同意，@BQ24@E 會保護你的個人資料及隱私？【V24 ≠ 03,92,97,98 顯示】	完全不同意	156	23.25	-	-
	不同意	227	33.83	-	-
	普通	3	0.45	-	-
	同意	189	28.17	-	-
	非常同意	75	11.18	-	-
	不知道	21	3.13	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	671	100.00	-	-
Q26、請問您同不同意，在 @BQ24@E 有很多假新聞或不實資訊？【V24 ≠ 03,92,97,98 顯示】	完全不同意	60	8.94	-	-
	不同意	50	7.45	-	-
	普通	2	0.30	-	-
	同意	242	36.07	-	-
	非常同意	310	46.20	-	-
	不知道	6	0.89	-	-
	拒答	1	0.15	-	-
	總數	671	100.00	-	-
Q27、請問您是否認為：「未來一年，台灣政府或基礎設施（例如電網、電信）可能面臨境外網路攻擊」	非常不可能	12	1.12	17	1.58
	不可能	72	6.72	115	10.69
	普通	2	0.19	-	-
	可能	337	31.47	343	31.88
	非常可能	485	45.28	513	47.68
	不知道	157	14.66	86	7.99
	拒答	6	0.56	2	0.19
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q28、「美國聯邦眾議院議長裴洛西 (Nancy Pelosi) 於 2022 年 8 月訪台，當時超	完全不熟悉	465	43.42	470	43.68
	不太熟悉	180	16.81	190	17.66
	普通	7	0.65	15	1.39

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
商及鐵路局的螢幕看板都出現謾罵裴洛西的簡體字。」請問您熟悉此一事件嗎？	有點熟悉	306	28.57	279	25.93
	非常熟悉	101	9.43	119	11.06
	不知道	9	0.84	1	0.09
	拒答	3	0.28	2	0.19
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q29、「最近幾年國內航空公司（包含長榮與華航）曾發生駭客在網路上不當曝光會員個資，藉以勒索航空公司的情況」，請問您熟悉這些事件嗎？	完全不熟悉	557	52.01	548	50.93
	不太熟悉	214	19.98	198	18.40
	普通	6	0.56	7	0.65
	有點熟悉	245	22.88	257	23.88
	非常熟悉	42	3.92	64	5.95
	不知道	7	0.65	2	0.19
	拒答	-	-	-	-
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q30、請問您相不相信政府有能力應對各種類型的網路攻擊嗎？	完全不相信	182	16.99	196	18.22
	不太相信	367	34.27	404	37.55
	普通	5	0.47	7	0.65
	有點相信	321	29.97	318	29.55
	非常相信	122	11.39	108	10.04
	不知道	70	6.54	38	3.53
	拒答	4	0.37	5	0.46
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q31、請問您是否同意以下說法：「為了防止網路攻擊行動，政府應該被允許監控電話通話、電子郵件及社群媒體對話。」	完全不同意	399	37.25	512	47.58
	不同意	294	27.45	294	27.32
	普通	4	0.37	7	0.65
	同意	183	17.09	160	14.87
	非常同意	101	9.43	61	5.67
	不知道	81	7.56	34	3.16
	拒答	9	0.84	8	0.74
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q32、請問您是否同意以下說法：「針對那些對台灣進行網路攻擊的國家，政府應該採取報復或反擊手段。」	完全不同意	137	12.79	213	19.80
	不同意	314	29.32	325	30.20
	普通	6	0.56	7	0.65
	同意	290	27.08	272	25.28
	非常同意	203	18.95	187	17.38
	不知道	105	9.80	54	5.02
	拒答	16	1.49	18	1.67

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q33、根據您的瞭解，目前政府是否已有專門針對資訊和通訊安全而設立的法案？	絕對沒有	39	3.64	52	4.83
	可能沒有	164	15.31	202	18.77
	可能有	340	31.75	396	36.80
	絕對有	161	15.03	192	17.84
	不知道	362	33.80	230	21.38
	拒答	5	0.47	4	0.37
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q34a、請問您最常從哪個來源獲得新聞？(限定有上網者詢問)	即時通訊軟體(如 Line)	73	8.10	127	12.12
	社群媒體(如臉書、IG、PTT)	83	9.21	200	19.08
	搜尋引擎或新聞入口網站(如 google 谷歌新聞、Yahoo 奇摩)	185	20.53	212	20.23
	YouTube	73	8.10	116	11.07
	新聞媒體網站或新聞媒體 APP【如聯合新聞網、自由時報網站等】	51	5.66	79	7.54
	電視	399	44.28	284	27.10
	紙本報紙或雜誌	26	2.89	16	1.53
	廣播[調查後新增]	-	-	1	0.10
	其他	-	-	3	0.29
	沒有看新聞	9	1.00	7	0.67
	不知道	2	0.22	2	0.19
	拒答	-	-	1	0.10
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q34b、請問您最常從哪個來源獲得新聞？(限定沒上網者)	電視	135	79.41	21	75.00
	紙本報紙或雜誌	17	10.00	2	7.14
	廣播[調查後新增]	1	0.59	1	3.57
	其他	1	0.59	1	3.57
	沒有看新聞	15	8.82	3	10.71
	不知道	1	0.59	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	170	100.00	28	100.00
Q35、請問您同不同意，在傳統媒體（例如：電視、報章雜誌）有很多假新聞或不實資訊？	完全不同意	145	13.54	-	-
	不同意	209	19.51	-	-
	普通	5	0.47	-	-
	同意	364	33.99	-	-
	非常同意	283	26.42	-	-
	沒有使用	3	0.28	-	-

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	不知道	61	5.70	-	-
	拒答	1	0.09	-	-
	總數	1,071	100.00	-	-
Q36a、如果您想要查證一則新聞的真假，您有多大的信心認為自己可以做到？(限定有上網者詢問)	一點信心都沒有	53	11.37	34	6.65
	沒有太大信心	164	35.19	155	30.33
	普通	7	1.50	6	1.17
	有信心	164	35.19	207	40.51
	非常有信心	50	10.73	92	18.00
	不知道	24	5.15	11	2.15
	拒答	4	0.86	6	1.17
	總數	466	100.00	511	100.00
Q36b、你認為臺灣網路上與政治相關的留言是否有對立？(限定有上網者詢問)	完全沒有對立	2	0.46	4	0.74
	沒有對立	6	1.38	38	7.08
	普通	3	0.69	2	0.37
	對立	163	37.47	184	34.26
	非常對立	223	51.26	262	48.79
	不知道	36	8.28	44	8.19
	拒答	2	0.46	3	0.56
	總數	435	100.00	537	100.00
Q37、最近三個月，您是否曾主動避免觀看新聞？	從來沒有	689	64.33	719	66.82
	很少	111	10.36	113	10.50
	有時	133	12.42	120	11.15
	經常	127	11.86	116	10.78
	不知道	8	0.75	5	0.46
	拒答	3	0.28	3	0.28
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q38、請問您同不同意，觀看新聞對您來說是沒有用的？	非常不同意	288	26.89	368	34.20
	不同意	515	48.09	460	42.75
	普通	4	0.37	9	0.84
	同意	153	14.29	145	13.48
	非常同意	82	7.66	84	7.81
	不知道	21	1.96	6	0.56
	拒答	8	0.75	4	0.37
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q39、請問您是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？(限定有上網者詢問)	完全不關注	111	12.32	138	13.17
	不太關注	240	26.64	256	24.43
	有些關注	400	44.40	484	46.18
	密切關注	109	12.10	125	11.93

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	非常密切關注	35	3.88	40	3.82
	不知道	6	0.67	2	0.19
	拒答	-	-	3	0.29
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q40、請問您認為其他人是否會關注網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言？	完全不關注	23	2.15	6	0.56
	不太關注	119	11.11	103	9.57
	有些關注	443	41.36	539	50.09
	密切關注	185	17.27	209	19.42
	非常密切關注	68	6.35	56	5.20
	不知道	230	21.48	154	14.31
	拒答	3	0.28	9	0.84
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q41、請問您是否同意，其他人會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？	非常不同意	37	3.45	28	2.60
	不同意	89	8.31	76	7.06
	普通	1	0.09	2	0.19
	同意	451	42.11	504	46.84
	非常同意	373	34.83	403	37.45
	不知道	114	10.64	58	5.39
	拒答	6	0.56	5	0.46
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q42、請問您是否同意，新聞媒體報導會受到網路上與政治或公眾事務相關的發文或留言所影響？	非常不同意	43	4.01	33	3.07
	不同意	89	8.31	66	6.13
	普通	3	0.28	2	0.19
	同意	486	45.38	513	47.68
	非常同意	354	33.05	410	38.10
	不知道	90	8.40	49	4.55
	拒答	6	0.56	3	0.28
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q43、整體而言，不分中央或地方，請問您對於台灣政府單位的信任程度為？	非常不信任	128	11.95	154	14.31
	不信任	250	23.34	268	24.91
	普通	34	3.17	39	3.62
	信任	452	42.20	486	45.17
	非常信任	155	14.47	103	9.57
	不知道	37	3.45	21	1.95
	拒答	15	1.40	5	0.46
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
	選舉投票	900	84.03	854	79.37

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
Q44.請問您在過去一年，是否有參與以下實體或線上形式進行的行為？【複選題】	簽署連署書	101	9.43	144	13.38
	參與抵制行動（如：拒絕購買、取消追蹤、發言指責）	70	6.54	113	10.50
	都沒有參與	159	14.85	200	18.59
	不知道	-	-	1	0.09
	拒答	1	0.09	3	0.28
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q45、有人認為網路上與政治或公共事務相關的發文或留言，很多為特定組織（如：公關公司或政黨）所操作。請問您是否同意這樣的論點？	非常不同意	83	7.75	30	2.79
	不同意	130	12.14	121	11.25
	普通	1	0.09	5	0.46
	同意	359	33.52	417	38.75
	非常同意	385	35.95	433	40.24
	不知道	104	9.71	66	6.13
	拒答	9	0.84	4	0.37
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q46、請問您有多常會在網路上（如：臉書、IG、Threads、部落格），公開發表或回應與政治或公共事務相關的貼文？(限定有上網者詢問)	從來沒有	725	80.47	800	76.34
	很少	120	13.32	153	14.60
	有時	44	4.88	61	5.82
	經常	6	0.67	28	2.67
	總是	3	0.33	4	0.38
	不知道	2	0.22	2	0.19
	拒答	1	0.11	-	-
	總數	901	100.00	1,048	100.00
Q47、請問過去三個月，您有沒有遇過詐騙訊息？（如：詐騙簡訊、電話、廣告或惡意網址等）	有，且受騙	38	3.55	-	-
	有，未受騙	665	62.09	-	-
	沒有	363	33.89	-	-
	不知道	5	0.47	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	1,071	100.00	-	-
Q48、請問您家中 12 歲以下的未成年孩童，幾歲開始觀看或使用 3C 設備（含手機、平板、電腦）？	家中 12 歲以下孩童沒有使用 3C 設備	47	4.39	-	-
	家中沒有 12 歲以下孩童	872	81.42	-	-
	未滿 1 歲	2	0.19	-	-
	1 歲	6	0.56	-	-
	2 歲	22	2.05	-	-
	3 歲	13	1.21	-	-
	4 歲	3	0.28	-	-

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	5 歲	13	1.21	-	-
	6 歲	16	1.49	-	-
	7 歲	12	1.12	-	-
	8 歲	10	0.93	-	-
	9 歲	9	0.84	-	-
	10 歲	16	1.49	-	-
	11 歲	14	1.31	-	-
	12 歲	16	1.49	-	-
	總數	1,071	100.00	-	-
Q49a、當您在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，您有多常讓孩子使用 3C 設備？	從來沒有	31	20.39	-	-
	很少	35	23.03	-	-
	有時	43	28.29	-	-
	經常	28	18.42	-	-
	總是	11	7.24	-	-
	不知道	4	2.63	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	152	100.00	-	-
Q50a、您有多常限制小孩的網路使用行為？(包括使用時間、觀看內容、接觸對象等)提示說明：此處的限制也包括家長使用數位工具或程式設定等方式，控管小孩的網路使用行為。	從來沒有	15	9.87	-	-
	很少	10	6.58	-	-
	有時	24	15.79	-	-
	經常	56	36.84	-	-
	總是	44	28.95	-	-
	不知道	2	1.32	-	-
	拒答	1	0.66	-	-
	總數	152	100.00	-	-
Q51a、您有多常和小孩討論他們在網路上做的事情？(包括：使用哪些網站，觀看哪些內容、遇到哪些人)	從來沒有	35	23.03	-	-
	很少	15	9.87	-	-
	有時	33	21.71	-	-
	經常	43	28.29	-	-
	總是	24	15.79	-	-
	不知道	2	1.32	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	152	100.00	-	-
Q49b、您同不同意「當家長在公共場所或忙碌時，想讓孩子靜下來，可以讓孩子使用 3C 設備」	非常不同意	318	34.60	-	-
	不同意	251	27.31	-	-
	普通	4	0.44	-	-
	同意	248	26.99	-	-
	非常同意	42	4.57	-	-

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	不知道	47	5.11	-	-
	拒答	9	0.98	-	-
	總數	919	100.00	-	-
Q50b、您認為家長應多常限制小孩的網路使用行為？(包括使用時間、觀看內容、接觸對象等)	從來沒有	20	2.18	-	-
	很少	43	4.68	-	-
	有時	232	25.24	-	-
	經常	305	33.19	-	-
	總是	253	27.53	-	-
	不知道	51	5.55	-	-
	拒答	15	1.63	-	-
	總數	919	100.00	-	-
Q51b、您認為家長應該多常和家中小孩討論他們在網路上做的事情？(包括：使用哪些網站，觀看哪些內容、遇到哪些人)	從來沒有	46	5.01	-	-
	很少	49	5.33	-	-
	有時	182	19.80	-	-
	經常	372	40.48	-	-
	總是	191	20.78	-	-
	不知道	65	7.07	-	-
	拒答	14	1.52	-	-
	總數	919	100.00	-	-
Q52、請問您沒有上網（連接網際網路）的原因有哪些？【複選題】(沒上網者)【V3≠1 或 V7≠1 顯示】	無興趣	56	32.94	10	35.71
	不需要	86	50.59	11	39.29
	對手機或電腦等上網設備不熟悉	84	49.41	12	42.86
	沒設備	43	25.29	5	17.86
	無時間使用	32	18.82	4	14.29
	費用太高	17	10.00	3	10.71
	擔心網路內容有害	36	21.18	3	10.71
	網路詐騙問題	45	26.47	7	25.00
	年齡太大	83	48.82	14	50.00
	缺乏有用的訊息	18	10.59	4	14.29
	個人隱私因素/擔心個資外洩問題	41	24.12	5	17.86
	視力或聽力不佳，不便使用	60	35.29	3	10.71
	其他	1	0.59	-	-
	不識字	9	5.29	1	3.57
	不知道	2	1.18	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	170	100.00	28	100.00
Q53、請問有沒有家人、鄰居、朋友或其他人（如：照服員或數位幫手等）可以幫	有人幫忙	44	25.88	5	17.86
	沒人幫忙	9	5.29	1	3.57

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
您處理需要上網才能做的事情？(沒上網者)	沒有上網需求	114	67.06	22	78.57
	不知道	3	1.76	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	170	100.00	28	100.00
Q54a、過去一年中，曾經請別人幫您上網處理過下列哪些事情？【複選題】 【v53=1 顯示】	上網買東西(如：線上點餐、訂車票)	21	47.73	1	20.00
	申請補助或福利	7	15.91	-	-
	醫療服務(如線上掛號、遠距看診)	19	43.18	3	60.00
	政府公共服務(如繳水電費)	5	11.36	1	20.00
	金融服務(如：線上付款、網路銀行)	4	9.09	1	20.00
	搜尋資訊(如：查地圖、看新聞)	12	27.27	1	20.00
	與別人聯繫(如使用通訊軟體、社群媒體)	10	22.73	1	20.00
	獲取娛樂(如看影片、玩遊戲)	12	27.27	1	20.00
	其他	8	18.18	1	20.00
	總數	44	100.00	5	100.00
Q54b、過去一年中，您曾經想要上網處理過下列哪些事情？【複選題】 【v53=2 顯示】	上網買東西(如：線上點餐、訂車票)	2	22.22	-	-
	申請補助或福利	-	-	-	-
	醫療服務(如線上掛號、遠距看診)	3	33.33	-	-
	政府公共服務(如繳水電費)	1	11.11	-	-
	金融服務(如：線上付款、網路銀行)	1	11.11	-	-
	搜尋資訊(如：查地圖、看新聞)	1	11.11	-	-
	與別人聯繫(如使用通訊軟體、社群媒體)	1	11.11	-	-
	獲取娛樂(如看影片、玩遊戲)	-	-	-	-
	其他	4	44.44	1	100.00
	總數	9	100.00	1	100.00
Q55、先不管實際上有沒有困難，心裡有想學習怎麼上網嗎？【V3=5 顯示】	有	15	10.07	2	10.00
	沒有	133	89.26	18	90.00
	不知道	1	0.67	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	149	100.00	20	100.00

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
Q56、在未來一年中，下列哪些情況及理由，有可能會讓您開始想學習使用網路？【複選題】(沒上網者)【V3≠1 或 V7≠1 顯示】	上網買東西(如：線上點餐、訂車票)	9	5.29	-	-
	上網申請補助或福利	6	3.53	-	-
	線上醫療服務(如線上掛號、遠距看診)	17	10.00	1	3.57
	線上政府公共服務(如繳水電費)	8	4.71	-	-
	搜尋資訊(如：查地圖、看新聞)	14	8.24	-	-
	線上金融服務(如：線上付款、網路銀行)	7	4.12	-	-
	與別人聯繫(如使用通訊軟體、社群媒體)	19	11.18	3	10.71
	獲取娛樂(如看影片、玩遊戲)	12	7.06	2	7.14
	如果獲得免費或更便宜的門號及上網設備	7	4.12	2	7.14
	如果有人可以教我、幫助我	18	10.59	2	7.14
	其他	5	2.94	-	-
	年紀大了，不想使用網路	39	22.94	7	25.00
	不需要	85	50.00	13	46.43
	總數	170	100.00	28	100.00
Q57、請問您的教育程度是？【含肄業】	小學及以下	107	9.99	35	3.25
	國(初)中/初職	95	8.87	56	5.20
	高中職	282	26.33	252	23.42
	專科	157	14.66	109	10.13
	大學	320	29.88	475	44.14
	碩士	99	9.24	136	12.64
	博士	11	1.03	13	1.21
	其他	-	-	-	-
	不知道	-	-	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q58、請問您住的地方有幾個家用電話號碼【住宅電話】？【非傳真用】	1 個	933	87.11	588	54.65
	2 個	119	11.11	75	6.97
	3 個	18	1.68	8	0.74
	4 個	1	0.09	2	0.19
	5 個及以上	-	-	4	0.37
	沒有家用電話	-	-	399	37.08
	不知道	-	-	-	-

題目	選項	市話調查		手機調查	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比
	拒答	-	-	-	-
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q59、請問您常使用的手機門號有幾個？	1 個	922	86.09	964	89.59
	2 個	67	6.26	98	9.11
	3 個	9	0.84	11	1.02
	4 個	1	0.09	2	0.19
	5 個及以上	2	0.19	1	0.09
	沒有手機門號	70	6.54	-	-
	不知道	-	-	-	-
	拒答	-	-	-	-
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
Q60、性別【訪員自行勾選】	男	515	48.09	615	57.16
	女	556	51.91	461	42.84
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00
E1、【後續追蹤】我們這是一項長期的研究計畫，最後想請問您是否願意提供市話或手機號碼，讓我們之後如果有合適的機會可以邀請您參加其他訪談呢？	願意，我的手機／市話號碼： _____【請記錄】	124	11.58	260	24.16
	不願意	939	87.68	815	75.74
	沒有手機／忘記電話號碼	5	0.47	-	-
	不知道／不瞭解題意	2	0.19	1	0.09
	拒答	1	0.09	-	-
	總數	1,071	100.00	1,076	100.00