

國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所
圖書資訊學在職專班碩士學位論文

指導教授：卜 小 蝶 博士

台北市高職學生網路休閒閱讀動機與行為
之調查研究

A Study of Web-based Leisure Reading Motivations and
Behaviors of Vocational High School Students in Taipei City

研究生：鄭 美 珍 撰

中 華 民 國 一 〇 〇 年 二 月

謝辭

人生如白駒過隙，一晃眼，在學校圖書館任職已有二十載。因為先生的敦促與鼓勵，乃姑且抱著赤子熱誠，嘗試進修研究，幸運地考取本校研究所。

本論文得以順利完成，首先要特別感謝指導老師- 卜小蝶教授，給予學生的關心、鼓勵和教導，老師的虛懷若谷與精湛見解，更令學生如沐春風，恍然徹悟。其次，也要感謝論文口試委員- 宋雪芳教授、曾淑賢教授、邱銘心教授的耐心與熱心指導、關懷與幫助，並對本論文給予具體詳細且有價值的建議，讓學生有信心與勇氣得以完成論文研究。

「學然後知不足」，透過所上的專業課程及老師們的傾囊相傳，深深感染學生要奮發向上，力爭上游的決心。二年半的知識沉潛與浸浴，除曾獲優秀研究生獎學金外，期間亦有機會參加於大陸南京舉辦之「第十屆海峽兩岸圖書資訊學學術研討會」並發表論文，讓學生開闊視野，畢生受用無窮。

對於一起度過研究生涯的同學們，因為有你們的相知相隨，我們一同在圖書館浮潛，探討知識管理的有趣與奧妙，分享承擔上台的緊張，採訪的刺激，這誠摯的同窗情誼，令人難忘。此外，也要謝謝妍芳與倩玟，在工作繁忙當中能夠抽空協助口試會場事宜。

研究進修過程中，要感謝所有的家人，尤其是外子的全力支持，在遭遇瓶頸與困惑之際，總是適時提供見解與建議，並且在公公生病治療期間，除了要忙於工作與台大 EMBA 學業外，還要費心看護與接送，讓我無後顧之憂；大女兒一環的懂事與沉著及小女兒子誼的貼心與陪伴；公婆的體諒；母親的教養與關愛；姊姊的鼓舞與開導，均是支持我在兼顧學校教職之同時，能完成學位的莫大力量。

最後，要特地感謝泰北高中張水明校長的開明與包涵，楊靖時教務主任的鼓勵與賞識，因為您們的提攜，職得以榮獲教育部 99 年度優秀圖書館人員，也因為您們的成全，才有研究進修機會，而得以擴展專業見識與提升工作技能。

摘要

本研究旨在瞭解台北市高職生網路休閒閱讀動機與行為現況。主要研究目的包括：一、高職生進行網路休閒閱讀的動機與行為之現況為何？二、不同人口變項的高職生在網路休閒閱讀動機的差異情形為何？三、不同人口變項的高職生在網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題的同質性為何？

為達上述目的，本研究採用文獻分析法與網路問卷調查法兩種研究方法進行探討。有關問卷調查法所採用之研究工具為自編之「高職生網路休閒閱讀動機與行為之調查研究問卷」，研究對象為台北市公私立高職學校學生。本研究採立意抽樣調查方式，共計回收有效問卷 1776 份，其中有網路休閒閱讀經驗的樣本數共計 1200 份。調查樣本以描述統計、次數分配、T 檢定與卡方檢定等進行統計分析。

透過統計結果，歸納以下結論：一、網路休閒閱讀動機方面：(一)網路休閒閱讀提供高職生展現自我效能、迎接閱讀挑戰的機會；(二)高職生樂於透過網路休閒閱讀，與同儕分享資訊；(三)除了性別，職科別與家庭社經地位並不影響網路休閒閱讀動機。二、網路休閒閱讀行為方面：(一)網路休閒閱讀已成為高職生關心時事與娛樂資訊的主要管道；(二)高職生最常上網看新聞和文章且花最多時間上網看新聞與小說；(三)工科男生最愛上網看熱血機戰類的漫畫、商科女生最愛上網看親情/友情/愛情類的文章；(四)家庭社經地位確實影響網路休閒閱讀主題。同時根據以上結論，提出三點建議：一、由新速實簡的瀏覽閱讀導入連續性的深閱讀；二、規劃建置優質的青少年網路學習空間、協助學生建置閱讀社群網站；三、學校圖書館應扮演閱讀指導角色，積極推廣網路休閒電子書文本。

關鍵字：高職生、網路閱讀、網路休閒閱讀動機、網路休閒閱讀行為

Abstract

The study aims to explore the motivations and behaviors of web-based leisure reading of vocational high school students in Taipei City. The main purposes include: first, to detect the motivations and behaviors of the current web-based leisure reading of vocational high school students; second, to analyze what effects do factors like genders, subject divisions and family socioeconomic status make on vocational high school students' motivations of the web-based leisure reading; third, to investigate the homogeneity of the web-based leisure reading behaviors, text types and topics of vocational high school students under different genders, subject divisions and family socioeconomic status.

The study mainly uses the methods of literature review and questionnaire survey to achieve the purposes. The questionnaire survey applied a self-arranged "the questionnaire of the web-based leisure reading motivations and behaviors of vocational high school students in Taipei City" as a research instrument. Under purposive sampling, the data are collected by online questionnaire from 1776 vocational high school students who study in Taipei City. Among them, there are 1,200 valid samples with internet leisure reading experiences. The data are analyzed by way of descriptive statistics, frequency distribution, T test and Chi-square test.

Through the statistical results, the conclusion is summarized as followings: First, concerning with the internet leisure reading motivations: (a) The internet leisure reading helps vocational high school students show self-efficacy and own the free opportunity to meet the reading challenge; (b) Vocational high school students are willing to read through the internet to share the information with their peers; (c) In addition to genders, subject divisions and socioeconomic status do not affect the internet leisure reading motivations. Second, with respect to the internet leisure

reading behaviors: (a) The internet leisure reading becomes a main channel for vocational high school students to read current affairs and entertainment information; (b) The majority of vocational high school students read the news and articles on the internet, and spend the most time online to read the news and the novels; (c) Boys of engineering division like to read blood machine warfare of comic on the internet, while girls of business division love to read family / friendship / love topics of articles on the internet; (d) Family socioeconomic status do influence the topics of vocational high school students' online leisure reading.

According to these conclusions, there are three suggestions provided: First, we should instruct students from new, speedy, practical and easy browsing to deep continuity of reading on the internet; Second, we should plan to build high-quality internet reading space for young adults and support students to build reading web sites to share; Third, school libraries should play a role in reading instruction and actively promote the leisure e-book context on the internet.

Keywords:

vocational high school students, internet reading, web-based leisure reading motivations, web-based leisure reading behaviors

目次

第一章 緒論	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	4
第三節 研究目的與問題.....	5
第四節 研究範圍與限制.....	7
第五節 名詞解釋.....	8
第二章 文獻探討	10
第一節 高職閱讀現況.....	11
第二節 閱讀動機與行為.....	16
第三節 網路文本.....	35
第四節 網路休閒閱讀.....	39
第三章 研究設計與實施	63
第一節 研究架構及實施步驟.....	63
第二節 研究方法及研究對象.....	66
第三節 研究工具的選擇與編製.....	70
第四節 研究實施及資料處理.....	76
第四章 研究結果	87
第一節 高職生網路休閒閱讀動機分析結果.....	87
第二節 高職生網路休閒閱讀行為分析結果.....	89
第三節 人口背景與網路休閒閱讀動機差異分析結果.....	103
第四節 人口背景與網路休閒閱讀行為、文本類型、本主題同質性分析結果	110
第五節 研究發現.....	156
第五章 研究結論與建議	169
第一節 結論.....	169
第二節 建議.....	173
第三節 後續研究建議.....	175
參考文獻	176
一、中文部分.....	176
二、西文部分.....	184
附錄	187

表次

表 2-1-1 台北市立圖書館青少年借閱量、借閱率、成長率(單位：冊)	14
表 2-1-2 高中職學生各類型小說購買比例	15
表 2-2-1 閱讀動機與行為相關文獻整理	29
表 2-4-1 青少年網路閱讀與紙本閱讀差異比較	44
表 2-4-2 網路閱讀理解策略	52
表 2-4-3 網路閱讀動機與行為相關文獻整理	57
表 3-2-1 臺北市高中高職學校學生人數	67
表 3-2-2 台北市高級職業學校概況表	67
表 3-2-3 網路休閒閱讀調查樣本人數	68
表 3-2-4 網路休閒閱讀調查年級分佈	68
表 3-2-5 網路休閒閱讀調查性別分佈	69
表 3-2-6 網路休閒閱讀調查職科別分佈	69
表 3-2-7 網路休閒閱讀調查家庭社經地位分佈	69
表 3-3-1 研究構面與題項對照	74
表 3-4-1 網路閱讀性別分佈	79
表 3-4-2 網路閱讀職科別分佈	79
表 3-4-3 網路閱讀家庭社經地位分佈	80
表 3-4-4 KMO 與 Bartlett 檢定- 效能與挑戰、逃避	81
表 3-4-5 網路休閒閱讀動機樣式矩陣 ^a - 效能與挑戰、逃避	82
表 3-4-6 KMO 與 Bartlett 檢定- 好奇及投入及重要	82

表 3-4-7 網路休閒閱讀動機成分矩陣 ^a - 好奇及投入及重要	83
表 3-4-8 KMO 與 Bartlett 檢定- 認可及競爭	83
表 3-4-9 網路休閒閱讀動機成分矩陣 ^a - 認可及競爭	83
表 3-4-10 KMO 與 Bartlett 檢定- 分享及歸屬	84
表 3-4-11 網路休閒閱讀動機成分矩陣 ^a - 分享及歸屬	84
表 3-4-12 樣本資料分析處理	85
表 4-1-1 網路休閒閱讀動機敘述統計	89
表 4-2-1 網路休閒閱讀經驗人數分配	93
表 4-2-2 網路休閒閱讀訊息來源人數分配	94
表 4-2-3 最常上網休閒閱讀地點人數分配	94
表 4-2-4 最常上網休閒閱讀時段人數分配	94
表 4-2-5 每次上網休閒閱讀持續時間人數分配	95
表 4-2-6 上網休閒閱讀頻率人數分配	95
表 4-2-7 網路新聞閱讀頻率人數分配	95
表 4-2-8 網路雜誌閱讀頻率人數分配	96
表 4-2-9 網路漫畫閱讀頻率人數分配	96
表 4-2-10 網路小說閱讀頻率人數分配	96
表 4-2-11 網路文章閱讀頻率人數分配	97
表 4-2-12 網路電子書閱讀頻率人數分配	97
表 4-2-13 每天或經常上網休閒閱讀電子書主題人數分配	98
表 4-2-14 花最多時間閱讀的文本人數分配	98
表 4-2-15 最喜愛的新聞主題人數分配	99

表 4-2-16 最喜愛的雜誌主題人數分配	99
表 4-2-17 最喜愛的小說主題人數分配	100
表 4-2-18 最喜愛的漫畫主題人數分配	100
表 4-2-19 最喜愛的文章主題人數分配	101
表 4-2-20 最喜愛的電子書主題人數分配	101
表 4-2-21 網路休閒閱讀最常使用途徑人數分配	102
表 4-2-22 網路休閒閱讀主要硬體載具人數分配	102
表 4-2-23 電子書購買經驗人數分配	102
表 4-2-24 紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例人數分配	103
表 4-3-1 組別統計量- 性別與網路休閒閱讀動機差異	104
表 4-3-2 獨立樣本檢定- 性別與網路休閒閱讀動機差異	105
表 4-3-3 組別統計量- 職科別與網路休閒閱讀動機差異	106
表 4-3-4 獨立樣本檢定- 職科別與網路休閒閱讀動機差異	107
表 4-3-5 組別統計量- 社經地位與網路休閒閱讀動機	108
表 4-3-6 獨立樣本檢定- 社經地位與網路休閒閱讀動機	109
表 4-4-1 性別與網路休閒閱讀經驗交叉表	113
表 4-4-2 性別與網路休閒閱讀訊息來源交叉表	113
表 4-4-3 性別與網路休閒閱讀地點交叉表	114
表 4-4-4 性別與網路休閒閱讀時段交叉表	114
表 4-4-5 性別與網路休閒閱讀持續時間交叉表	115
表 4-4-6 性別與網路休閒閱讀頻率交叉表	115
表 4-4-7 性別與網路休閒閱讀的硬體載具交叉表	116

表 4-4-8 性別與購買電子書經驗交叉表	116
表 4-4-9 性別與紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例交叉表	117
表 4-4-10 性別與網路新聞閱讀頻率交叉表	119
表 4-4-11 性別與網路雜誌閱讀頻率交叉表	120
表 4-4-12 性別與網路漫畫閱讀頻率交叉表	120
表 4-4-13 性別與網路小說閱讀頻率交叉表	121
表 4-4-14 性別與網路文章閱讀頻率交叉表	121
表 4-4-15 性別與網路電子書閱讀頻率交叉表	122
表 4-4-16 性別與花最多時間閱讀的文本交叉表	122
表 4-4-17 性別與最喜愛的新聞主題交叉表	124
表 4-4-18 性別與最喜愛的小說主題交叉表	125
表 4-4-19 性別與最喜愛的漫畫主題交叉表	125
表 4-4-20 性別與最喜愛的文章主題交叉表	126
表 4-4-21 職科別與網路休閒閱讀經驗交叉表	128
表 4-4-22 職科別與網路休閒閱讀訊息來源交叉表	129
表 4-4-23 職科別與最常上網休閒閱讀地點交叉表	129
表 4-4-24 職科別與最常上網休閒閱讀時段交叉表	130
表 4-4-25 職科別與每次上網休閒閱讀持續時間交叉表	130
表 4-4-26 職科別與上網休閒閱讀頻率交叉表	131
表 4-4-27 職科別與主要的硬體載具交叉表	131
表 4-4-28 職科別與購買電子書的經驗交叉表	132
表 4-4-29 職科別與紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例交叉表	132

表 4-4-30 職科別與網路新聞閱讀頻率交叉表	135
表 4-4-31 職科別與網路雜誌閱讀頻率交叉表	135
表 4-4-32 職科別與網路漫畫閱讀頻率交叉表	136
表 4-4-33 職科別與網路小說閱讀頻率交叉表	136
表 4-4-34 職科別與網路文章閱讀頻率交叉表	137
表 4-4-35 職科別與網路電子書閱讀頻率交叉表	137
表 4-4-36 職科別與花最多時間閱讀的文本交叉表	138
表 4-4-37 職科別與最喜愛的網路新聞主題交叉表	140
表 4-4-38 職科別與最喜愛的網路小說主題交叉表	140
表 4-4-39 職科別與最喜愛的網路漫畫主題交叉表	141
表 4-4-40 職科別與最喜愛的文章主題交叉表	141
表 4-4-41 社經地位與網路休閒閱讀經驗交叉表	144
表 4-4-42 社經地位與網路休閒閱讀訊息來源交叉表	144
表 4-4-43 社經地位與最常上網休閒閱讀地點交叉表	145
表 4-4-44 社經地位與最常上網休閒閱讀時段交叉表	145
表 4-4-45 社經地位與每次上網休閒閱讀持續時間交叉表	146
表 4-4-46 社經地位與上網休閒閱讀頻率交叉表	146
表 4-4-47 社經地位與上網硬體載具交叉表	147
表 4-4-48 社經地位與購買電子書的經驗交叉表	147
表 4-4-49 社經地位與紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例交叉表	148
表 4-4-50 社經地位與網路新聞閱讀頻率交叉表	150
表 4-4-51 社經地位與網路雜誌閱讀頻率交叉表	150

表 4-4-52 社經地位與網路漫畫閱讀頻率交叉表	151
表 4-4-53 社經地位與網路小說閱讀頻率交叉表	151
表 4-4-54 社經地位與網路文章閱讀頻率交叉表	152
表 4-4-55 社經地位與網路電子書閱讀頻率交叉表	152
表 4-4-56 社經地位與花最多時間閱讀的網路文本交叉表	153
表 4-4-57 社經地位與最喜愛的網路新聞主題交叉表	155
表 4-4-58 社經地位與最喜愛的網路小說主題交叉表	155
表 4-4-59 社經地位與最喜愛的網路漫畫主題交叉表	156
表 4-4-60 社經地位與最喜愛的網路文章主題交叉表	156
表 4-5-1 台北市高職生網路休閒閱讀行為人數分配百分比前三名	165
表 4-5-2 台北市高職生網路休閒文本類型閱讀頻率人數分配百分比前三名	165
表 4-5-3 台北市高職生網路休閒閱讀文本主題人數分配百分比前三名	166
表 4-5-4 台北市高職生網路休閒閱讀行為同質性分析結果	166
表 4-5-5 台北市高職生網路休閒閱讀文本類型閱讀頻率同質性分析結果	167
表 4-5-6 台北市高職生網路休閒閱讀文本主題同質性分析結果	167
表 4-5-7 問卷各題「其他」選項自由分享內容	168

圖次

圖 2-3-1 超文本結構示意圖	37
圖 3-1-1 研究架構	64
圖 3-1-2 研究實施步驟	65

第一章 緒論

自文字發明以來，人類文明史藉著文字記載得以傳承後代，其載具從竹簡、絹帛到紙張，演變過程中，不斷透過人類的智慧研發，造就今日閱讀科技的蓬勃迅速發展。早在二十世紀 80 年代，美國著名的圖書資訊學家 Lancaster 就曾預言「無紙社會」來臨，而今人類閱讀習慣在面對電子書的興盛下，紙張與數位媒體這兩大閱讀載具相互抗衡，各取千秋。從傳統閱讀跨越到數位閱讀，意味著閱讀習慣的轉變，已是不爭的潮流趨勢，然即使處在網路時代，吸收知識仍然需要透過閱讀途徑，不論是飽讀群書或是網路搜尋閱讀，就實質內容上，同樣都是追求知識的行為過程，青少年正值人生學習的黃金階段，處在資訊網路時代，其網路閱讀習慣背後的動機與行為養成，值得家長與從事教育工作者的關心與協助。

第一節 研究背景

不論古今中外，聖哲名人皆對閱讀有相當高的評價與肯定。西方人說：「Leader is reader.」（領導者即閱讀者），代表著對閱讀能力的重視；十六世紀英國哲學家 Bacon 說過，「歷史使人聰明・詩歌使人有想像力・數學使人精確・自然哲學使人深刻・倫理學使人莊重・邏輯學史和修辭學使人善辯・讀書能陶冶個性」，說明藉由多元閱讀，除了增長見識，充實學問，更是陶冶品格的重要歷程。提倡白話文學運動的文學大師胡適先生說，「多讀書，然後可以專讀一書」，言下之意，是要大量廣泛閱讀後，再縮小範圍專精閱讀。努力經營閱讀版圖的大塊文化負責人郝明義先生，在「越讀者」一書中強調「Read the word, read the world」，亦即處在網路地球村的時代，透過閱讀，方能與世界接軌。顯見閱讀確實人類知識追求與生活滿足上占有重要地位。

一、 閱讀的經濟價值

就知識經濟言，國民的閱讀能力高，知識價值相對提高，世界競爭力也跟著提高。經濟合作發展組織(Organization for Economic Cooperation and Development, 簡稱 OECD) 從1999年開始推動國際學生評量計畫(Program for International Student Assessment, 簡稱PISA)，受測對象是即將完成義務教育的15歲學生，目的在評估青年學子掌握多少社會知識與技能，其研究議題為：青少年為迎接未來挑戰作了多少準備？他們能否有效地分析、思考及表達想法？他們能否終身學習？。OECD 並於2000年進行了第一次 PISA 檢測，接著，每三年進行一次數據搜集分析，提出教育指標，作為評估參與地區或國家的教育成效參考(張文良，楊正雄，彭志宏，楊肅健，萬淑蓮，2007)。就 PISA 在2000、2003、2006年三次國際評比的閱讀素養項目成績來看，韓國、芬蘭、香港、加拿大、紐西蘭始終穩居前六名，其國家競爭力也相對穩定，值得台灣學習。

二、 閱讀習慣的轉移

隨著科技文明的進步，閱讀加入了新、速、實、簡、社群分享等網路元素，人類的閱讀習慣也逐漸由紙本轉移到網路數位文本。美國科羅拉多州Arapahoe中學教師 Fisch(2006) 藉由自製的影片提出書籍、網路、政府資料等多項「轉變」的數據，重複地提問「Did you know?」，來提醒該校教師於「科技知識約每年十倍數暴增」的資訊時代，「未來最迫切需要的工作，在目前根本就不存在」的環境轉變下，對青少年教育應有的閱讀省思。然而不只是環境在轉變，學生的學習特質與模式也在改變當中。Nesbitt(2007)就二十一世紀數位學習者當中的中小學學生立場，製作了「A Vision of K12 Students Today」影片，片中提出了「我一週花三個半小時玩遊戲、十六個半小時看電視、五個半小時花在電腦上、兩小時看書、五個小時用ipod聽哈利波特」、「我們希望自己成為有

創造力」、「與同儕彼此分享資訊」、「我使用部落格但我的老師有七成以上不用部落格」、「61%的閱讀老師不會使用數位說故事軟體」、「請教我思考、教我創作」等網路時代下的學生學習寫照，其學習歷程顯然已脫離傳統書寫時代，而進入了網路學習模式。

三、高職生能力與閱讀

就教育部98學年度高級中等學校概況統計，全國就讀高中職人數共計757,791人，其中高職生人數354,608人，占總人數46.79%。在完成國中、國小九年國民義務教育後，高中職階段是人生追求知識的第一個重要的轉折點。不同於普通高中，高職生的能力養成是為了畢業後進入職場所預作的各項技藝訓練，強調實作應用技能，為國家社會培育基層的技術人力而準備。而隨著產業科技發展與社會變遷，生產技術大量自動化，我國的產業也已調整為技術密集產業，技術的訓練朝向自動化發展。吳天方，張訓臣，陳鎮濂(2007)認為建立高職生能力指標，除應具備專業技能外，尤其應該重視廣博基礎能力的奠定，而提出了二十一世紀高職生能力指標，強調在廣博基礎能力上，應包括1.適應科技與社會的能力如資訊應用能力、創造思考能力、問題解決能力、終身學習能力；2.精神層面的能力，如人文素養、情緒管理、正確價值觀；3.融入企業的能力，如團隊合作及溝通與表達能力；4.強健體魄能力，如耐力與體力。而能力的養成，知識的吸收，最基本的途徑便是透過閱讀。為了培養校園閱讀者，提升高職生閱讀能力，台北市教育局於2007年起，委請松山工農、松山家商、大安高工等學校，協助推動校園晨讀與閱讀等相關活動，並與博客來網路書店合作建置高中職校園閱讀網，主要作為高中職師生共同推薦好書，撰寫推薦文章，閱讀分享與討論的網路平台。而台北市各高中職學校則透過圖書館單位積極辦理各種推薦徵文、巡迴書展、閱讀心得競賽等活動。隨後，博客來校園服務團隊並於2009年3月成立「讀家」報刊，發行於全國400多所公私立高中職校

園，以串連全台高中職校園閱讀報導，激發高中職學生閱讀的熱情。而另一方面，閱讀的載具除了紙本以外，不可忽略的是網路文本的竄起，其便利、即時、娛樂與豐富多元的特性，對於好奇又較無課業壓力的高職生而言，自然產生一股迷人的魅力。

第二節 研究動機

在學習成長階段裏，個人知識的追求與能力的累積主要來自廣泛與大量的閱讀。在國小與國中階段的閱讀啟蒙，主要是在學校師長的教學引導下，逐漸養成閱讀習慣，在潛移默化中養成閱讀興趣，而到了高中職階段，學生開始自主性、開放性閱讀，並且深受同儕影響。

壹、在身心成長方面

首先就青少年身心成長方面，在跨越到成人世界前的準備階段，高職生除了要面對自我身心上的轉變與成長，同時也為了舒緩升學壓力，排解生活的單調無趣，其課外閱讀取向多偏重在休閒娛樂的主題上，閒暇課餘時，熱衷於網路文本的閱讀，網路世代自然興起一股網路文學、輕小說、動漫畫的閱讀風潮。

貳、在閱讀教育方面

其次就閱讀教育方面，台北市教育局近年來持續推動高職人文閱讀，並與博客來網路書店、人間福報等民間團體機構合作，結合社會資源，共同為提升高職生閱讀能力而努力。透過網路分享平台的開發與建置，各公私立高職學校鼓勵學生紀錄個人閱讀歷程，以社群分享的概念，激發學生大量閱讀的動機與興趣。而閱讀內容是多元而豐富的，學校老師是校園閱讀的重要推手，透過老師的用心指導，各校逐漸在校園裡堆砌出學生的閱讀作品牆，讓閱讀的蹤跡在

校園裡處處可現，進而形成閱讀校園的氣息與氛圍。

參、在閱讀文本方面

接著就閱讀文本方面，處在資訊網路時代裡，閱讀文本是多元而又豐富的，包含了傳統的實體書籍、視聽資料、圖片外，也包含了現代的虛擬網路資訊。網路資源具有新穎、快速、實效、簡便的特性，符合青少年的成長需求，然網路文本的篩選與過濾，也需要師長們的從旁協助。

藉由以上三方面觀察，引發了本研究動機，希望透過問卷調查分析台北市高職生的網路休閒閱讀動機與行為現況，並提供各界關心青少年閱讀者參考。

第三節 研究目的與問題

壹、研究目的

一、了解高職生網路休閒閱讀動機現況

青少年的閱讀環境因為資訊網絡的普遍而有了很大的轉變，包括閱讀媒介已從傳統紙本，轉化為電子網路與電子裝置，而閱讀取向也逐漸捨棄了傳統文本，進化到了超文本閱讀。網路閱讀環境下文本內容的多樣性，加上資料擷取的便利性，再度點燃青少年的好奇與衝動、求新與求變的人格特質。網路閱讀一旦與青少年的閱讀興趣結合，勢必將帶來一番閱讀新風貌。相較於課業壓力繁重的一般高中生，高職生有更多彈性時間可以優游於網路資訊世界，而在面對網際網路上多元豐富且容易取得的學習資源時，高職生的網路閱讀動機現況為何?是本研究想探討的議題之一。

二、 調查高職生網路休閒閱讀行為現況

了解高職生網路休閒閱讀動機現況後，進一步藉由文獻探討與研究調查，了解高職生在網路休閒閱讀廣度上，喜歡的網路文本類型與文本主題為何？透過自發性的網路休閒閱讀，是否發展出不同型態的閱讀行為？在時間、頻率、數量等行為特徵為何？是本研究想探討的議題之二。

貳、 研究問題

相較於一般高中升學的緊張壓力，高職生有更多彈性時間可以上網休閒閱讀，尋求閱讀樂趣，然其目是否只是為了追逐暫時的解脫與消遣？這股網路閱讀的力量究竟投入有多少？以下為本研究訂定之研究問題：

- 一、 高職生進行網路休閒閱讀的動機與行為之現況為何？
- 二、 不同人口變項的高職生在網路休閒閱讀動機的差異情形為何？
 - (一) 不同性別的高職生在網路休閒閱讀動機的差異情形為何？
 - (二) 不同職科別的高職生在網路休閒閱讀動機的差異情形為何？
 - (三) 不同家庭社經地位的高職生在網路休閒閱讀動機的差異情形為何？
- 三、 不同人口變項的高職生在網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題的同質性為何？
 - (一) 不同性別的高職生在網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題的同質性為何？
 - (二) 不同職科別的高職生在網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題的同質性為何？
 - (三) 不同家庭社經地位的高職生在網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題的同質性為何？

第四節 研究範圍與限制

本研究所要探討的網路休閒閱讀是將一般的網頁瀏覽或搜尋排除，聚焦在深入的，全文的網路文本閱讀。以下分成研究對象、研究變項及研究方法三部份加以敘述：

壹、 研究對象

本研究因限於時間、人力及物力等因素，以立意取樣為原則，並以台北市各高職學校可以提供網路問卷施測條件為取樣對象，隨機抽取各校一到三個班級學生進行問卷施測。在年級分布上，部分學校由於電腦課程僅限於一年級學生課程，故只能取得該校一年級學生樣本，總計取得十八所公私立高職學校1806份學生樣本，其中有效樣本為1776份。閱讀文本方面以中文環境下的文本為探討範圍。故本研究結果在解釋與推論上，僅限於與本研究地區及對象性質相近者適用。

貳、 研究變項

本研究在探討台北市高職生網路休閒閱讀動機與行為的現況、差異情形與同質性，主要以性別、職科類別、家庭社經地位等人口變項作為研究自變項，網路休閒閱讀動機與行為為研究依變項。在動機方面分為能力及效能信念、成就價值及目標內在動機、成就價值及目標外在動機、社會因素等四構面進行探討；在行為方面分為閱讀環境、閱讀載具、閱讀介面、網路文本類型、網路文本主題等五層面進行調查。然而影響網路休閒閱讀動機與行為的因素十分複雜及多樣化，本研究只針對外在的中文閱讀環境、閱讀行為與內在的動機各自影響範圍做探討，其相互影響關係有待進一步研究。本研究並僅以受試者性別、職科類別、家庭社經地位作為背景變項，探討其對網路休閒閱讀動機與行為所產生的關聯性，除此，其他變項不在本研究之探討範圍內。

參、 研究方法

本研究限於人力、物力及時間等因素，僅以量化的問卷作為調查的工具，考慮高職生的填答意願，內容為結構性問題，使受試者能節省時間且易於填答，同時學生在填答過程可能會有認知上的差異，有可能影響研究之結果，且以本研究有限的題目可能無法分析所有情形，因而本研究之結果無法推論至研究問題以外的範圍，且可能有誤差存在。

第五節 名詞解釋

一、 高職生

指16-18歲進入高級職業學校(簡稱高職)就讀的一般青年學子。高職教育在發展能力本位教育理念下，傳授人文通識教育與職業知識技能，培育具有文化陶冶及健全人格之基層職業人力，並加強繼續進修能力，以促進社會進步與國家整體經濟發展。高職學群分有機械群、動力機械群、電機與電子群、化工群、土木與建築群、商業與管理群、外語群、設計群、農業群、食品群、家政群、餐旅群、水產群、海事群、藝術群、綜合等十六學群(教育部，2010)。相較於普通中學，高職課程以專業科目為主要學習科目，強調實作與技術檢定，課業與升學壓力相對降低。

二、 網路閱讀

網路閱讀乃對照於傳統閱讀之載具不同，指透過網路或數位閱讀媒介，進行線上閱讀的方式。網路本身可以當成是閱讀媒介，也可以是閱讀文本，藉由任何裝有網路連線功能的電子裝置，展開即時網路閱讀行為。

三、 網路休閒閱讀動機

本研究透過文獻探討，認為網路休閒閱讀動機多以好奇、娛樂、打發時間為主軸，可以藉用傳統媒介的使用動機進行探討，進而以能力及效能信念、成就價值及目標內在動機、成就價值及目標外在動機、社會因素等四構面進行網路閱讀動機之探討(宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩，2003)。

四、 網路休閒閱讀行為

指在休閒娛樂需求下，對網路閱讀文本有特別想要進行了解的企圖與好奇，持續注意且進行一段時間不變。網路休閒閱讀行為亦即進入內容網站的線上全文本閱讀。本研究以閱讀環境、閱讀載具、閱讀介面、網路文本類型、網路文本主題等五個層面進行調查研究。

第二章 文獻探討

台灣網路資訊中心公布 2010 年「台灣寬頻網路使用調查」報告，在個人曾經使用寬頻網路方面，台灣人口年齡「15-19 歲」占 93.92%，青少年普遍上網行為值得重視。香港突破機構在 2007 年一月到三月間所進行的一項「香港青少年使用媒體情況」調查中，受訪者平均年齡為 17.2 歲，在學青少年占 79.6%。受訪青少年平均每星期有 5.5 天會上網，當中有 56.5% 的受訪青少年更於過去三個月有「每天上網」的習慣，平均每天上網時數為 2.9 小時。同時，受訪青少年平均一個月閱讀 6.1 本漫畫書，當中以「小說／散文（如科幻／偵探／武俠）」類最受歡迎，有閱讀其他類型書籍的青少年百分比則偏低，顯示香港青少年的閱讀量與種類不夠廣泛。

另外根據資策會 FIND「2009 電子書閱讀器消費者調查—應用現況、偏好及未來需求」結果顯示，目前台灣的上班族每人平均一個月看 2.0 本書，平均購買或租閱 0.8 本書，學生族則是每人平均一個月看 4.5 本書，平均購買或租閱 1.7 本書。有將近六成的學生族以及四成的上班族表示有使用電腦閱讀的習慣，閱讀範圍以「休閒旅遊」、「生活娛樂」輕鬆的內容為主(蔡郁薇，2009)。因此，在越來越多使用者將閱讀習慣轉移到電腦上，且越來越少購買實體書籍的此刻，數位閱讀很有可能成為未來閱讀的主流趨勢。消費者閱讀習慣轉變，加上出版品數位化的發展趨勢，促使各種數位硬體裝置應運而生；而強調給予使用者新閱聽體驗的電子書閱讀器，增加了行動數位閱讀的可能性。另外為瞭解一般民眾對於電子書閱讀器的認知、偏好及未來需求，資策會 FIND 特別在 2009 年 9 月針對上班族及學生族進行面對面訪問調查。將近六成的使用者表示曾聽過電子書閱讀器，然而兩族群的使用意願皆不到五成，其中「電子書閱讀器價錢太貴」是不願意使用的主要原因。整體而言，六成的學生族有使用電腦閱讀的習慣，這一股閱讀勢力與風潮將與日俱進，不可輕忽。再則，上班族與

學生族對於電子書閱讀器皆有一定程度的認知，然而考量電子書閱讀器的價錢太貴以及擔心內容的費用太貴，使得使用意願偏低，未來價格將會是改變使用意願的重要影響因素，一旦電子書閱讀器價格平民化之後，網路閱讀將因其內容取得之便利性，而成為新世代的主要閱讀習慣。

綜合以上調查，顯然青少年閱讀人口是數位閱讀的未來主流人口，即使過去由公共圖書館統計資料顯示，青少年因課業壓力造成借閱率偏低的結果，然一旦日後步入成年，閱讀習慣將可能摒棄傳統，轉而追求數位閱讀。

本章共分四節，第一節就高職閱讀現況加以陳述說明；第二節探討閱讀動機與行為，分別就閱讀動機與行為意涵、中西文相關文獻研究加以說明；第三節探討網路文本意涵與特質；第四節探討網路休閒閱讀，分別就網路休閒閱讀、網路閱讀動機與行為意涵、中西文相關文獻研究加以說明。藉由以上探討與說明，呈現網路閱讀的相關論點與發現，做為發展本研究架構與論述依據。

第一節 高職閱讀現況

依據 2000 年公布的「國際成人閱讀能力調查報告」指出，閱讀能力強的人不但相對容易找到工作，而且薪水也相對高。學歷高低固然會影響就業機會，但是當學歷相當時，閱讀能力強的人擔任較高職務工作的機率，也就明顯高的多，而且閱讀能力比學歷高低更能準確預測一個人在職場的發展(齊若蘭,2002)，顯見閱讀帶給人們的經濟影響是相當重要的。

紀惠英，劉煥祥(2009)於 2006 年利用台灣 PISA(the Programme for International Student Assessment)團隊翻譯的 PISA 測驗材料及問卷，以相同的時程與作業流程，隨機抽取 60 所高中、高職，每校高一、高二學生各 20 名，總共 2,400 名，有效樣本 2,339 名，以檢驗九年一貫課程的實施成效。其測驗結果無論是科學、數學或閱讀素養方面，高中學生的表現皆顯著優於高職生，令

人聯想到實施 PISA 檢測目的是用以評量學生「是否具備成為現代社會公民的基本能力與素養」為架構，而同樣是中學階段的高中與高職生，理當在社會公民的「基本素養」上，表現均等一致，然而調查結果發現卻有顯著的差別，這意謂著未來中學教育方針應著力於讓我國高職生的科學、數學及閱讀素養能與高中生差距逐漸縮小，讓公民素養教育機會均等，而最佳的且最需急迫著手改進的，則以推動閱讀素養為首要範疇。

目前在推廣高職閱讀方面，教育部提倡培養師生閱讀風氣，鼓勵各校積極辦理相關閱讀活動，以期為高中職教育紮根，達成書香人文校園之願景。自2009年2月起，藉由博客來數位科技股份有限公司等社會資源協助，推動高職各校辦理「閱讀推薦平台」師生推薦文投稿活動，以學校圖書館作為聯絡窗口，透過贈品贈書獎勵及閱讀者晉級認證方式，營造學生樂在閱讀的校園讀書風氣。自2009年9月11日至2010年11月21日止，透過「高中職校園閱讀網」平台，已有27000多篇師生推薦文章在網站上流傳分享，造成校園各星級閱讀者紛紛脫穎而出，閱讀的風氣已然成形，可見高職生除了專業技術能力的學習，透過閱讀活動的推展，其廣博的閱讀素養也在成長精進當中。

然面對浩瀚如雲的各類圖書或網路文本，如何藉由探討分析青少年的閱讀動機與行為，以閱讀分享的角度出發，利用網路工具的特性，提供青少年多元的知識管道，從而建立其良好的閱讀能力，培育其未來的競爭能力，是學校語文教育可以思考與發揮的著力點。

高中職學生借閱課外書籍主要來源有三，一是學校圖書館，二是社區公共圖書館，三是租書店，在此透過統計數據，就圖書借閱統計、網路書店購書統計及租書店租書情況，以了解青少年閱讀樣貌。圖書借閱統計包含了高中圖書館借閱、公共圖書館青少年借閱；網路書店購書統計以博客來高中生書店網路資訊為主；租書店租書情況以網路連鎖租書店為探討內容。

壹、圖書借閱統計

一、高中圖書館借閱

教育部中部辦公室委託國立溪湖高級中學建置高級中等學校圖書館現況資料庫統計報告，該報告內容提及截至98年7月31日，全國442所高中職學校之圖書館館藏圖書冊數共計約1,364萬冊。其中以語文類冊數最多，占全部館藏冊數之31.9%，最少的是宗教類，占全部館藏冊數之2.3%。而442所學校在97學年第2學期（98年2月1日至98年7月31日）的圖書借閱總冊次約266萬冊，圖書使用率為19.5%，其中語文類圖書使用率高達39.8%，總類圖書使用率最低，為4.6%。顯示學校圖書館購書與使用率是呈正相關的關係。

二、公共圖書館青少年借閱

根據臺北市立圖書館 2006 年度圖書館使用統計，十三歲到十五歲與十六歲到十八歲的青少年是全館所有年齡層中書籍借閱最少的，平均借閱量分別是 38,951 冊與 36,270 冊，只有國小學童組 67,000 冊的一半左右。到了 2007 年度國中生平均借閱量是 49,458 冊、高中生平均借閱量是 47,501 冊，分別成長了 26.8% 及 31.9%。到了 2009 年度，國中生及高中生總借閱率雖僅佔各年齡層的 4%，但在借閱成長率上，國中生借閱量較 2008 年成長了 23%、高中生借閱量則成長了 17%，顯示國高中生借閱量有明顯遞增跡象。臺北市立圖書館同時也在推廣借閱上做了調整，洪世昌館長指出，臺北市立圖書館在 2009 年上半年發行三款青少年專屬借閱證，9 月開學季分別行文臺北市中小學校，邀請學校以團體辦證方式，鼓勵中小學生申辦借閱證，9 至 11 月共有 107 所學校響應，其中辦證 300 張以上的學校有 33 所，總計有 53,396 位中小學生成為閱讀新鮮人，擁有了專屬的公共圖書館借書證，進而刺激中小學生借閱率。然在各年齡

層借閱比例上，2008 年國中生與高中生借閱率各僅佔 2%，到了 2009 年，國中生與高中生借閱率仍各僅佔 2.2%與 1.8%，顯示在閱讀人口上，青少年是圖書館應該持續努力耕耘的對象。就閱讀類別方面，青少年最常借閱的類別與其他年齡層相似，以語言文學、藝術、應用科學、社會科學及史地為主，這與學校圖書館借閱統計結果是一致的。

表 2-1-1 台北市立圖書館青少年借閱量、借閱率、成長率(單位：冊)

借閱年度	國中生(13-15 歲)			借閱率/ 成長率	高中生(16-18 歲)			借閱率/ 成長率
	女	男	總計		女	男	總計	
2006	68,899	47,954	116,853	2% / ---	70,760	38,050	108,810	1.8% / ---
2007	86,929	61,446	148,375	1.9% / 27%	92,083	50,421	142,504	1.9% / 31%
2008	103,214	69,853	173,067	2% / 17%	93,275	55,571	148,846	2% / 4.5%
2009	124,926	88,244	213,170	2.2% / 23%	107,100	67,711	174,811	1.8% / 17%

資料來源：台北市立圖書館年度記者會報告書。2010 年 12 月 8 日，取自：
<http://www.tpml.edu.tw/ct.asp?xItem=1138642&ctNode=38738&mp=104021>

貳、網路書店購書統計

根據博客來高中生書店 2008 年青少年銷售統計，平均一個學生一年的購書量約是 10 本書，其中有 4 本是小說，是所有年齡層閱讀小說數量的 2 倍以上。就閱讀的人數而言，女同學約為男同學的 2.5 倍，但平均一個男生一年度的購買數量卻比女生還多一本，而青少年小說的各類型閱讀比例則以科幻/奇幻小說居冠，男女共通的有御我的【吾命騎士】系列排第一，連結環保與地理的【群】名列第二。2008 年日本手機小說【戀空】高踞青少年總銷售第一，2009 年初則由奇幻與愛情的【暮光之城】取代(陳勇君，2009)。

表 2-1-2 高中職學生各類型小說購買比例

小說類型	小說購買比例 /女生	小說購買比例/男生
科幻/奇幻小說	33.3%	54.7%
羅曼史小說	17.7%	3.9%
愛情文藝小說	17.3%	11.6%
文學小說	9.4%	12.7%
懸疑/推理小說	6.1%	7.1%
恐怖驚悚小說	3.6%	6.5%
溫馨勵志小說	3.1%	1.7%
同性愛小說	2.5%	0.5%
影視小說	1.6%	1.3%
歷史/人物小說	0.8%	0.7%
幽默/諷喻小說	0.7%	1.4%
武俠小說	0.6%	1.3%

資料來源：陳勇君(2009)。2008 青少年最愛類型小說誰與爭鋒?! 2010 年 12 月 8 日，取自：

http://www.books.com.tw/exep/prod/books/specialty_shop/subject_writ.php?shopcode=highschool&encoding=&writ=0000000015&reid=0000000621

參、租書店租書情況

租書店存在的重要因素之一是以小額的花費，便能滿足閱讀的需求(李蕙如，2006)。90 年代，隨著網路技術的發達，租書業經營管理以採用連鎖型態經營者為較具規模代表，如白鹿洞、錦城、十大書坊、十大花蝶與皇冠連鎖租書城等，提供漫畫、小說、影片租借，並且邁向數位化服務，其中不乏經營典範，例如皇冠、十大書坊兩家租書店，於 95 年度同時被臺北市政府教育局評鑑為青少年健康休閒場所，可見租書店受到某種重視與肯定。租書店的消費顧客群主要以年輕族群為對象，李堃豪(2004)研究認為，打發時間成為到租書店消費

最重要的動機，因此在書籍的選擇上，以娛樂性最為重要。蔡子柔、周嘉虹、林芝以(2010)以問卷調查得知消費者租借商品偏好依序為小說、漫畫、DVD影集。林英傑(2008)研究結果提出有租書行為同時也有網路閱讀行為的人約占一半，租書頻率以一週以上消費一次為最多。另外，十大花蝶與皇冠數位為市占率排名一、二，其連鎖品牌形象對消費有正向影響力，同時，與服務品質比較，書籍的種類與數量對消費者再購率更具影響力。

綜合以上圖書借閱統計、網路書店購書統計、租書店租書情況等數據，本研究認為：(1)學校購書比重符合高中學生的閱讀興趣，學生閱讀興趣偏重在語文類、藝術類圖書。(2)公共圖書館主動結合中小學辦理推廣閱讀活動，無疑是提升青少年閱讀的重要策略之一。(3)青少年小說購買比例上，不分男女性別，皆以科幻/奇幻小說居冠，而透過電影效果加持，奇幻題材下的愛情小說，成為男女學生的最愛。(4)租書店租書蔚為風潮，其吸引青少年的專屬空間與主題館藏，可供學校圖書館經營之參考。

第二節 閱讀動機與行為

動機與行為是相對的兩個概念，行為是個體外顯的活動，而動機則是促使個體活動的內在歷程(張春興，1989)。本節試著就教育、心理等各種觀點與角度，探討閱讀動機與行為的各種現象。

壹、閱讀定義

閱讀是一種意義建構的過程，也是解釋圖文的動作(陳冠華，2002)。閱讀是一認知的活動，在學習過程中，視為受教育、吸收知識的必備能力之一。閱讀的理論一般分為基模(schema)理論、層次處理論及後設認知論；基模是普遍性知識結構，協助讀者選擇與組織外來的訊息，並與既有的知識加以整合，重

新納入一個有意義的架構中；層次處理論認為接收到的訊息有三種處理層次，第一層是辨認，第二層是分類，第三層是意義的取得，層次越高，越能儲存在長期記憶中；後設認知強調認知歷程能夠掌握、控制、支配、監督、評鑑的較高一層認知(陳玟里，2003)。廣義的閱讀可說是日常生活中獲知資訊的過程，凡試圖了解生活中藉由書寫語言或符號所表達的意義，均可稱之為閱讀。閱讀也是一項獲得訊息與解決問題的活動，實施得愈多，人的能力與適應力也就愈強(李連珠，1992)。閱讀同時也是一整體統合過程，包含情意(affective)、知覺(receptual)和認知(cognitive)三領域(方子華，2004)。而狹義的閱讀則是著重在文字與符號的「識字」與「理解」過程(林淑惠，2006)。「識字」指的是閱讀者能認字且能解開未知生字的歷程；「理解」指的是了解所讀內容的意義，是較複雜的心理認知歷程(黃家瑩，2006)。而要成為一名閱讀者，識字與理解的能力都是必要的，識字是理解的基礎，二者皆需要技巧與知識作為基礎條件(柯華葳，1999)。就教育觀點，Wigfield與Guthrie(1995)提出閱讀是個人學習的重要基礎，學生的閱讀成就也是學校效能的重要指標。Goodman(1998)認為閱讀是作者與讀者溝通的行為，是一建構歷程(construction process)，在閱讀過程中，讀者利用自己的價值觀、理解與經驗來建構自己的意義。

關於閱讀的功能，如以社會觀點而言，閱讀是一種舉止或行為；就休閒觀點而言，閱讀是一種愉悅的享受過程；就知識的獲得而言，閱讀是一種增廣見聞的方法(謝彩瑤，2001)。透過閱讀可以豐富人生、讓人得到滿足與愉快感受，進而有助於常識、知識與能力的建立。美國國家科學基金會(National Science Foundation)將閱讀和數學、科學並列為人類3項基本能力，顯見閱讀受到一定的重視程度。

在閱讀層級上，Adler(1991)在其著作<如何閱讀一本書>當中，就閱讀者涉入的深淺，將閱讀分為初級閱讀、檢視閱讀、分析閱讀、綜合閱讀等四層級。

如今，閱讀載具由傳統的紙本進到流行的網路與電子媒體，郝明義(2007)以書與網路的觀點，將閱讀定義為「給頭腦的飲食」，並將閱讀分成四類：「主食—解決生存需求的閱讀」，「美食—思想需求的閱讀」，「蔬果—工具需求的閱讀」，和「甜點—休閒需求的閱讀」，試圖讓閱讀與生活結合。

貳、 閱讀動機意涵

動機一詞是由 Woodworth 於 1918 年首次應用於心理學界(郭靜晃等,1994)。動機是來自拉丁文的「movere」一字，是「動」的意思。就心理學的角度，Zimbardo(1990)認為動機是指起動、指引和維持身體與心理活動的歷程，包含內在的機制，其中有對某一種活動的偏好、反應的活力、以有組織的行為型態，堅持邁向一些相關的目標。利用動機的概念，如目的、意向、目標指引、需求、願望、驅力、慾望、動因(motive)等，可以有以下的功能：解釋行為的多樣性、建立生物歷程與行為的關連、從外在的行動推論內在的狀態、行動的責任歸屬及解釋為何處於逆境仍能不屈不撓。張春興、楊國樞(1984)認為動機(motive)或驅力(drive)是指引起個體活動，維持該種活動，並導使該種活動朝某一目標進行的一種內在歷程。驅力(drive)屬於生理性或自發性動機，如飢餓、渴、性等；動機(motive)則表示習得性或社會性的動機，如依賴、成就等。

而就教育心理學的角度言，動機是學習所依賴的重要條件，動機是行為的目的或原因，動機可分為善意的動機與惡意的動機兩種。動機作用(motivating)是誘發行為與增強行為的歷程，刺激行為指向某一目標。如果將動機理論應用在教育上，動機作用(motivating)就是提供動機，刺激學習的意志，促使學生活動的歷程。胡秉正(1985)認為要激勵學生學習，應使其從學習活動中獲得樂趣，而非外在目標，如分數、競爭等。基於閱讀能力屬於個人重要的學習能力之一(方子華,2004)，如何提升學生的學習動機，劉政宏(2009)依據動機與認知心理學相關研究，提出了雙核心動機模式(dual-core motivation model, 簡稱DCM)，

認為學習動機包含價值、預期、情感與執行意志四個不同成分，其中以情感與執行意志兩個核心成分對學習行為最有直接影響力。

將動機理論與閱讀理論結合，黃家瑩(2006)認為引起個體的閱讀活動，維持已引起的閱讀活動，並促使閱讀活動朝向某一既定目標的內在心理歷程便是閱讀動機。蔡育妮(2004)研究認為閱讀動機是個體有閱讀的需要，而引起閱讀活動的內在心理原因，是激勵與導引閱讀行為的內在心理力量。陳冠華(2001)提到閱讀的動機是一種混合體，它會同時存在著多種動機的調合，人們要排除的是何種情緒、向何處排解、以及各種不同外在因素都會影響閱讀動機的產生。

閱讀動機主要包含有哪些？宋曜廷(2003)研究指出，閱讀動機包含能力及效能信念、成就價值與目標、社會順從。能力及效能信念包含效能、挑戰、逃避等成分因素；成就價值與目標方面包含內在動機如好奇、投入、重要等成分因素，外在動機如成績、認可等因素；社會順從包含分享、歸屬等成分因素。葉乃靜(2009)認為資訊分享是重要的社會行為，是人與人之間的資訊傳遞活動，互相提供資訊給他人，或由他人獲得資訊。成功的資訊分享過程包括提供資訊、確認資訊接收與共同了解等步驟。陳冠華(2001)認為閱讀動機是影響閱讀行為的直接原因，動機的產生因素是基於需求上的不滿，希望透過管道來尋求滿足，並且提到青少年閱讀動機有：認識世界、了解自己的內心世界、與他人進行感情的交流、充實自我等。蘇蘅(1994)歸納青少年閱讀動機有以下七種：1.尋求對實際事務的勸誡或意見與決策的選擇；2.滿足好奇與一般興趣；3.發現對個人價值的增強；4.獲得對自我的啟發；5.認同他人並獲得歸屬感；6.逃避或避開問題；7.得到真實生活伴侶的替代品。

另外，研究閱讀動機不免論及閱讀興趣，就心理學角度，興趣是個體對某人或某事物所表現的選擇時，所注意的內在意向，與動機可說是大同小異，而應用在閱讀方面，皆是引起個體行為的內在原因(趙維玲，2002)。閱讀興趣指

閱讀者根據自己對閱讀的認知，對於可供閱讀資訊來源的媒介或管道，表現出來的喜好程度及交互作用的結果(林美鐘，2002)；胡秉正(1985)提到青年學生課外的興趣可分娛樂興趣、運動興趣及閱讀興趣。青年時期因為學校與家庭的壓力，沒有多餘的時間，而以閱讀為娛樂，如今青年學生除課業生活外，網路資源的容易取得與娛樂效果，讓高職生在課餘時間的分配與利用上，有了更自主且多元的選擇。

參、 閱讀行為意涵

動機與行為是相對的概念，心理學家把動機解釋為行為的內動力，或將動機解釋為行為的內在心理原因。而就行為主義心理學言，視個體學到的行為是刺激與反應之間關係的聯結，學習的產生為外在因素控制的歷程，因而對學習動機的概念，未提出系統性的理論解釋，並且認為在學校教育的運作方面，應採取其後效強化原則，藉由獎懲措施以維持學生的學習動機，這難免帶來缺失(趙維玲，2002、張春興，1994)。閱讀行為可說是學習行為的一種，是可觀測的外顯行為，黃家瑩(2006)認為閱讀行為是指閱讀者實際從事閱讀活動的方式、花在閱讀的時間及閱讀書本的數量。劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷(2003)則提出閱讀行為是學習者閱讀書籍的次數、頻率、數量與廣度等行為。

影響閱讀行為的外在環境因素如父母親的支持、學校的重視、同儕的影響等，及文本內容的類別與主題，也是閱讀行為當中要探討的議題。另外提到閱讀載具方面，傳統閱讀行為是以紙本為主要閱讀媒介，藉由印刷排版，透過紙張的觸摸，翻頁，註記，瀏覽文字圖片內容，不受輔助載具限制，便於攜帶與收藏，唯獨紙本重量與體積是較不便利之處。

肆、 閱讀動機與行為相關研究

一、 中文文獻相關研究

在文獻探討過程中，關於閱讀動機與閱讀行為的研究對象，多數就年齡的分野，討論讀者乃至社會對於閱讀的涉入與觀點，以下就研究者研究閱讀動機與行為的論點發現，依研究時間先後，加以整理陳述。

蘇蘅(1994)探討青少年閱讀漫畫動機與行為，認為青少年看漫畫以日本漫畫占絕大部分，看漫畫主要原因有：內容有趣好笑、畫面美觀動人、打發時間；青少年對漫畫「紓解」功能評價最高；而漫畫種類因性別與每週閱讀時數有差別，女生偏愛浪漫愛情類；男生偏愛體育、武俠和幽默爆笑類；每週看漫畫 2-4 小時及 5 小時以上的青少年，特別喜歡看體育、武俠類漫畫。

楊曉雯(1996)以臺北市立建國高級中學學生為例，探討高中生閱讀行為，研究結果為：漫畫是最受喜愛的讀物類型、閱讀行為上以娛樂放鬆為主要傾向、閱讀資料的取得多是透過同學傳閱與翻看、對閱讀的看法逐漸轉變為尋求休閒娛樂的閱讀態度。

陳明來(2001)針對臺北市公立國中生課外閱讀行為研究發現，在課外閱讀興趣與動機方面，台北市公立國中生閱讀課外讀物的主因是打發時間；導致很少閱讀課外書刊的情況以沒時間居多；經常閱讀的課外讀物類型以「漫畫」居多，其次是「圖書」；各種閱讀方式的使用情況以「閱讀印刷紙本式的書」比例最高；對於同一課外讀物，最喜歡的閱讀方式仍是「閱讀印刷紙本的書」；不同類別主題的課外讀物喜歡程度，前五名依序是漫畫、推理偵探小說、幽默笑話、冒險小說及電影連續劇原著；在性別、學業成就及課外閱讀態度方面會影響到國中生在不同類別主題的課外讀物喜愛程度，而年級則否。國中生選擇課外閱物的因素，以「書本內容主題」、「師友家人的推薦」及「原著改拍成電

視劇或電影」優先。

溫子欣(2002)以兩班高職女學生讀者為例，研究青少年學生閱讀愛情小說，得到結論為- 愛情小說對於青少年學生讀者的重要意義在於多重需求的滿足；青少年學生閱讀愛情小說是一種性別化的閱讀文化；讀者對小說中性別資訊的接收與認同受其個人生活經驗與先備知識的影響；讀者傾向做出對女性有利的文本解讀與詮釋。

林文韻(2002)指出1994年K. Goodman以心理語言學角度提出「閱讀是一種交互作用的過程」(reading is a transactional process)，且早在1938年Rosenblatt就文學批評角度提出了閱讀主要的意義是讀者個人對文本的詮釋，而非作者原來的設想。她主張，文學不僅是文本，而是由讀者建構出來的意義。受到了文學批評理論家與心理語言學家共同的支持，強調「閱讀是讀者及文本間溝通過程」，每個讀者帶著他們獨特的語言知識及文化背景來閱讀文本，所以每個讀者詮釋文本的獨特性必須受到尊重與肯定。

李美月(2003)研究高中生課外閱讀與學業成就關係，得到結論為- 公立高中生的課外閱讀狀況屬中等程度；課外閱讀和國文、英文、歷史之學習成就屬中、低度相關；課外閱讀和數學、地理之學習成就沒有相關；課外閱讀和各學科的相關程度，符合一般認知；女生的課外閱讀表現優於男生；女生的國文、英文學習成就優於男生，和其課外閱讀優於男生有關；高中生課外閱讀對學生學業成就應屬正面影響；社會組學生之課外閱讀未顯著優於自然組；社會組與自然組學生的學業成就互有優劣。

陳玟里(2003)探討合作學習閱讀理解策略對高職生閱讀成就與閱讀態度得到結論為- 合作學習閱讀理解策略教學可以提升高職生的閱讀成就；透過閱讀討論的教學可以提升學生學習動機。

劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷(2003)以台北縣市五所國小五、六年級學童為調查對象，了解閱讀動機與行為的相互關係。閱讀動機可以就「能力與效能信念(competence and efficacy beliefs)」、「成就價值與目標(achievement values and goals)」、「社會因素(social aspects of reading)」進行建構。在「成就價值與目標」方面，閱讀動機成分包含了好奇(curiosity)、投入(involvement)、重要(importance)、成績(grades)、認可(recognition)與競爭(competition)；而在社會因素方面，會因社會文化原因而順從(compliance)、符應外在或他人期望而閱讀。有關閱讀行為是指學習者閱讀書籍的次數、頻率、數量與廣度等行為。影響閱讀行為因素有性別、年級、重要他人影響、閱讀環境、城鄉差異等。研究結果顯示閱讀動機與行為呈現正相關關係，女生閱讀動機高於男生，女生閱讀頻率多於男生，女生較常閱讀文學歷史地理自然科學類主題，男生閱讀趣味休閒書籍與手冊秘笈的頻率高於女生。而隨著年紀增長，五年級學生的閱讀動機與行為皆高於六年級學生；社經地位影響方面，高社經地位家庭的學生，其閱讀動機較低社經地位家庭的學生為強。

胡秀蘭(2005)調查台南縣高中職生閱讀興趣，得到結論為- 學生想要提升各種能力的內驅力，和應付環境要求的外驅力，是構成學生閱讀的二十大重要因素；三年級學生及男生對「網路光碟」的利用率相對於低年級生及女生為較高；女生對「雜誌」、「文字書」、「圖畫書」的閱讀率較高；女生對「小說類」、「文學類」的閱讀有偏好，男生對「歷史類」、「自然科學類」讀物有偏好；年級愈低，閱讀的課外書愈多；女生閱讀的課外書較男生多；雜誌、漫畫書、文字書是台南縣高中職學生最歡迎的三種讀物形式；在六類的內容分類中，台南縣高中職學生最喜歡閱讀之讀物內容，以小說類、文學類、歷史類佔前三名；在影響閱讀的因素中，最常見的是「培養思考理解能力」、其次是「避免失去競爭力」，再其次是「增加寫作能力與強化語文能力」。不過各問項之間的差異並不大；家庭文化背景因素對高中職學生閱讀的影響都是正面的。

李靜慧(2005)探討高職生之閱讀態度與歸因方式對閱讀理解策略之影響，研究結果發現，高職生的閱讀態度表現為中上程度，其與閱讀理解策略的使用之間為顯著相關。並且高職生的閱讀態度與閱讀理解策略間有典型相關存在。其次，高職生在失敗歸因方式的表現上，大部份傾向於努力歸因，其與閱讀理解策略的使用之間為顯著相關，進而以多元迴歸分析結果，顯示高職生的閱讀態度與失敗歸因方式對於閱讀理解策略有顯著的解釋力。

吳秉南(2009)研究高職生閱讀態度與閱讀理解能力關係，就閱讀態度與閱讀動機做出解釋，他提到閱讀態度普遍被定義為個體對閱讀的感覺。閱讀態度和閱讀動機十分相近，皆涉及讀者的情感系統，閱讀動機指引起閱讀活動的因素，而態度則是使之持續的因素。研究指出動機分內在與外在，閱讀興趣屬於內在動機因素，有動機不一定導致行為的發生，還受態度的影響，加上當時外在情境的影響才有行為產生。另外如果在就學期間所培養的正面閱讀態度和習慣，將可造就一位終生對閱讀有興趣的讀者(馮秋萍，1998)。

徐祥修(2009)研究高職生閱讀行為與閱讀理解能力關係，閱讀行為部份，高職生花在課外閱讀時間平均每天集中在一小時以內，閱讀數量以一個月六本以內為最多，閱讀頻率以一星期2~3次為最多。整體閱讀動機為中上程度，而內在閱讀動機影響程度高於外在閱讀動機；閱讀動機在閱讀行為與閱讀理解能力之間扮演中介效果。

二、西文文獻相關研究

Wigfield & Guthrie(1995)針對馬里蘭州南部105位4-5年級學生進行82項閱讀動機調查，發現閱讀效能、挑戰、好奇、審美、樂趣、認知、社會、競爭等動機具有很好的可信度。性別方面，女童閱讀量較男童多，閱讀動機普遍也比男童多；年齡方面，年級別愈低，閱讀動機愈高；而兒童的內在動機如社交需

求、閱讀價值、求知慾、美感體驗、閱讀成績、閱讀的重要性較能提升閱讀頻率；同時，社交需求與閱讀頻率顯著相關。

Baker & Wigfield(1999)研究兒童閱讀動機面向與閱讀行為及閱讀成就的關係，提到研究閱讀動機經常也會論及閱讀態度及閱讀興趣。閱讀態度是讀者在閱讀方面的影響作用，閱讀興趣則是指讀者特質或文本特質。愈有正面閱讀態度的讀者，愈有閱讀動機；讀者的閱讀興趣則是與文本理解與閱讀成就有關。該研究以讀者參與的觀點，認為會涉入閱讀的讀者，存有各種不同的目的，會利用先前所學的知識來產生新知識，並且參與有意義的社交性的閱讀。透過動機調查，得知擁有自我效能與挑戰、內在動機中的好奇與投入、社會因素等閱讀動機的兒童，在閱讀方面會更流利順暢。

Baker, Dreher & Guthrie(2000)認為當學生是個自我主導的學習者時，往往願意投入閱讀並能掌握得宜。課堂裡評量學生閱讀的指標以深度訪談為最佳方法，其次如日記、教室觀察、父母報告、問卷等都是常用的方法，問卷題目設計如：你多久在課餘時間裡進行趣味閱讀、你多久和家人朋友討論閱讀的內容、你多久到圖書館借用喜歡看的書籍、過去一個月裡，你有利用課餘時間讀了多少本書、你認為自己屬於哪一等級的讀者等，藉以說明學生投入閱讀的水平。一般認為了解學生投入閱讀程度有多少，便能預測未來的閱讀成就有多少。為了提升小學生將來的閱讀成就，研究者提供了保持學生閱讀檔案檢測結果(consequence)、有用性(usefulness)、信賴性(reliability)、有效性(validity)等標準，以協助老師與學校行政單位建立引導學生閱讀的有效策略。

在一份美國學習點協會(Learning Point Associates)所發表的「利用學生投入改善青少年讀寫素養」(Using student engagement to improve adolescent literacy)報告(Learning point Associates,2005)指出，2002年美國立法通過布希總統所提的「把每個孩子帶上來」(No Child Left Behind, NCLB)的中小學教育法案，帶

給全國學校相當大的改變。美國學習點協會提供法案指南，以增進學生參與投入，改善青少年讀寫能力的角度，以幫助教育者與學校行政首長達到「把每個孩子帶上來」的使命。在這份指南當中，提到 2003 年美國國家教育統計中心(National Center for Education Statistics)發表全國 8-12 年級學生讀寫評量結果，在閱讀成就方面分基礎以下、基礎、熟練、高級等四級，評量結果約 68% 的 8 年級學生及 64% 的 12 年級學生的閱讀成就在熟練級以下，約 69% 的 8 年級學生及 77% 的 12 年級學生的寫作成就在熟練級以下；在閱讀成就上達到高級的 8 年級及 12 年級學生只有不到 6% 的學生，在寫作成就上達到高級的 8 年級及 12 年級學生僅約 2% 的學生。同時透過親師訪談，得到影響學生讀寫成就的兩個原因，一個是學生能力，一個則是學生參與投入程度(students engagement)。該研究認為影響學生參與程度有多重因素，其中包含了動機與目的(motivation and purpose)。關於父母社經背景的影響，提到父母從事社會下層職業，本身有著高度閱讀熱誠的 15 歲青少年，比起父母從事社會中高層職業，本身不熱衷於閱讀的青少年，在閱讀成就上會得到較好的分數。本指南提到要讓學生有參與感的四個主要元素，包括了學生的信心、老師的投入、相關有趣的文本、慎選增進讀寫能力的活動。

Hopper(2005)提到青少年的閱讀習慣與閱讀選擇，在 2002 年 5 月的一週時間內，針對來自英國西南部的 30 所學校，707 個介於 11-15 歲的中學生進行小說、非小說及電子閱讀媒體的問卷調查，藉以說明青少年在發展閱讀習慣上可以有許多的起始點(start points)，包括了變化中的通俗文化(popular culture)。研究結果提到學生依然喜歡閱讀小說，但也開始閱讀小說以外與生活週遭相關的事件。中學生通常閱讀同學喜歡的書籍，其選書是一種同儕文化經驗的表現，如喜愛閱讀 Jacqueline Wilson 的作品，表示中學生關心與自己相關的經驗與焦點。然這也顯示了青少年與長輩們的期待有所落差，該研究認為問題出在許多老師本身對青少年小說相當生疏。研究者也提到網路上有相當豐富的青少年讀物，可

以鼓勵學生在網路上交換閱讀心得。

Hildebrandt(2007)就學校圖書館立場提出質疑，如果學校媒體中心(圖書館)除了維護基本的 12000 本藏書，定期淘汰舊書以外，每年還要花上一萬元美金來購置新書，並且在流通櫃檯擺置各種很棒的小說、非小說及圖畫書等，可是學校學生卻告訴你說：“這兒實在沒有什麼好看的書可以閱讀!”那麼不禁要問，問題究竟出在哪裡呢？Hildebrandt 認為，其實問題的關鍵就出在媒體中心主事者是否了解青少年與其生活型態。Hildebrandt 並就其經營實務，提供幾個該校圖書館作法以供參考，例如藉由升六年級生的興趣調查，就圖書館服務導向，發現學生喜好，收集閱讀相關資訊，吸引學生上門借書；調查並公布十大學生喜愛書籍；同時也拍下老師閱讀自己喜愛的書籍的照片，永久展示在圖書館的布告欄上，作為圖書館行銷手段。另外預算允許的話，可以採購受歡迎且具教育意義的期刊；同時可以出版親子閱讀的報導月刊，討論有趣又具教育意味的讀物；撰寫小書評(如歐普拉讀書會)，並留下結局的猜測；在書評當中善用青少年用語如 dude,awesome 等，將大大地吸引學生到館搶閱書籍。

有關閱讀興趣與閱讀能力相互影響關係，Kirby et al.(2010)研究結果指出，過去大家一直假設閱讀興趣對於閱讀能力有直接影響關係，然透過調查，發現 1-6 年級學生一開始對於學校活動感到有興趣，而隨著時間拉長，其課業學習興趣卻呈現穩定衰退的趨勢，尤其是表現在閱讀興趣上。研究提到 1995 年進行全美國 1-6 年級 18,000 多個小學生閱讀態度調查(Elementary Reading Attitude Survey，簡稱 ERAS)，透過有關休閒閱讀的問題(例如，用閱讀取代玩耍你覺得如何?)及課業閱讀的問題調查(例如，閱讀學校課本你覺得如何?)，結果顯示 1-6 年級學生對於休閒閱讀及課業閱讀一開始皆抱持正面的態度，而隨時間的拉長，閱讀能力弱的學生在休閒閱讀態度上明顯下降，同時不論具閱讀能力與否，在課業閱讀態度上，也都明顯呈線性衰退，唯休閒閱讀態度的線

性下降只發生在中高年級，而學習障礙學生的閱讀興趣也循一般生類似模式進行。Kirby 等人調查 117 個 1-3 年級小學生，利用小學閱讀態度調查問卷 (Elementary Reading Attitude Survey) 8 個問項進行測量，問題如：你喜歡在家進行趣味閱讀嗎？你喜歡收到父母親的贈書嗎？你喜歡休閒閱讀嗎？你喜歡看新書嗎？你喜歡利用周末讀書嗎？你喜歡閱讀甚於玩樂嗎？你喜歡上圖書館或書店嗎？你喜歡看不同種類的書嗎？等等。結果顯示在低年級方面的閱讀興趣與閱讀能力相關性微弱，且低閱讀能力與高閱讀能力學生的興趣發展起伏是一致的，另外就結果指出有閱讀能力的小讀者不見得有閱讀興趣。問到如果閱讀取代玩耍，及週末進行閱讀如何？1-3 年級一致呈現最低分數。相關研究指出，閱讀興趣下降是因為孩子對其他活動有更多興趣。同時在家長老師過度的要求閱讀下，更會降低孩子的閱讀興趣。

Pitcher, Sharon M., et al(2010)採用個案研究，以收集分析青少年的個性化需求，如閱讀動機是什麼、對話水平、閱讀理解水平，閱讀策略等。研究結果有：學校提供的閱讀課程不符學生的學習風格、學生對於閱讀內容無法理解時，面臨無人可協助的窘境、家長要關心學生學習時，卻常遇到學校的行政阻力干擾等等。建議校方應有效地使用各種閱讀技巧，擴大學習，並與家長合作，以滿足學生的需要，同時延聘合格的閱讀專家為個別學生進行閱讀需求評估，以支持掃盲政策。

以下就有關閱讀動機與行為相關文獻之研究結論，依年代順序整理如表 2-2-1 所示，以供作參考。

表 2-2-1 閱讀動機與行為相關文獻整理

研究者	題目	研究結論
蘇蘅(1994)	青少年閱讀漫畫動機與行為之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.看漫畫以日本漫畫占絕大部分。 2.看漫畫主要原因：內容有趣好笑、畫面美觀動人、打發時間。 3.青少年對漫畫「紓解」功能評價最高。 4.漫畫種類因性別與每週閱讀時數有差別，女生偏愛浪漫愛情類；男生偏愛體育武俠和幽默爆笑類。 5.每週看漫畫 2-4 小時及 5 小時以上的青少年特別喜歡看體育武俠類漫畫。
楊曉雯(1996)	高中生閱讀行為研究：以臺北市立建國高級中學學生為例	<ol style="list-style-type: none"> 1.漫畫是最受喜愛的讀物類型。 2.閱讀行為上以娛樂放鬆為主要傾向。 3.閱讀資料的取得多是透過同學傳閱與翻看。 4.對閱讀的看法逐漸轉變為尋求休閒娛樂的閱讀態度。
陳明來(2001)	臺北市公立國中生課外閱讀行為之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.不同類別主題的課外讀物喜歡程度，前五名依序是漫畫、推理偵探小說、幽默笑話、冒險小說及電影連續劇原著。 2.「書本內容主題」、「師友家人的推薦」及「原著改拍成電視劇或電影」為前三高。 3.國中生閱讀課外讀物主因是打發時間 4.性別、課外閱讀態度影響閱讀動機 5.性別、學業成就、課外閱讀態度影響讀物類別主題的喜愛程度
林文韻(2002)	全語言取向的閱讀課程	<ol style="list-style-type: none"> 1.強調「閱讀是讀者及文本間溝通過程」。 2.每個讀者帶著他們獨特的語言知識及文化背景來閱讀文本，所以每個讀者詮釋文本的獨特性必須受到尊重與肯定。
溫子欣(2002)	青少年學生閱讀愛情小說之研究：以兩班高職女學生讀者為例	<ol style="list-style-type: none"> 1.愛情小說對於青少年學生讀者的重要意義在於多重需求的滿足。 2.青少年學生閱讀愛情小說是一種性別化的閱讀文化。 3.讀者對小說中性別資訊的接收與認同受其個人生活經驗與先備知識的影響。 4.讀者傾向做出對女性有利的文本解讀與詮釋。

表 2-2-1 閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
李美月(2003)	高中生課外閱讀與學業成就關係之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.公立高中生的課外閱讀狀況屬中等程度。 2.課外閱讀和國文、英文、歷史之學習成就屬中、低度相關。 3.課外閱讀和數學、地理之學習成就沒有相關。 4.課外閱讀和各學科的相關程度，符合一般認知。 5.女生的課外閱讀表現優於男生。 6.女生的國文、英文學習成就優於男生，和其課外閱讀優於男生有關。 7.高中生課外閱讀對學生學業成就應屬正面影響。 8.社會組學生之課外閱讀未顯著優於自然組。 9.社會組與自然組學生的學業成就互有優劣。
陳玟里(2003)	合作學習閱讀理解策略對高職生閱讀成就與閱讀態度之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.合作學習閱讀理解策略教學可以提升高職學生的閱讀成就 2.透過閱讀討論的教學可以提升學生學習動機
劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷(2003)	國小閱讀動機與閱讀行為之相關研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.閱讀動機構面分「能力與效能信念」、「成就價值與目標」、「社會因素」進行建構。閱讀動機成分包含了好奇、投入、重要、成績、認可與競爭、順從。 2.閱讀行為是指學習者閱讀書籍的次數、頻率、數量與廣度等行為。 3.影響閱讀行為因素有性別、年級、重要他人影響、閱讀環境、城鄉差異等。 4.閱讀動機與行為呈現正相關關係，女生閱讀動機高於男生，女生閱讀頻率多於男生，女生較常閱讀文學歷史地理自然科學類主題，男生閱讀趣味休閒書籍與手冊秘笈的頻率高於女生。 5.五年級學生的閱讀動機與行為皆高於六年級學生。 6.高社經地位家庭的學生，其閱讀動機較低社經地位家庭的學生為強。

表 2-2-1 閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
胡秀蘭(2005)	台南縣高中職生閱讀興趣調查研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.學生想要提升各種能力的內驅力，和應付環境要求的外驅力，是構成學生閱讀的二大重要因素。 2.三年級學生及男生對「網路光碟」的利用率相對於低年級生及女生為較高。而女生對「雜誌」、「文字書」、「圖畫書」的閱讀率較高。 3.女生對「小說類」、「文學類」的閱讀有偏好，男生對「歷史類」、「自然科學類」讀物有偏好。 4.年級愈低，閱讀的課外書愈多；女生閱讀的課外書較男生多。 5.雜誌、漫畫書、文字書是台南縣高中職學生最歡迎的三種讀物形式。 6.在六類的內容分類中，台南縣高中職學生最喜歡閱讀之讀物內容，以小說類、文學類、歷史類佔前三名。 7.在影響閱讀的因素中，最常見的是「培養思考理解能力」、其次是「避免失去競爭力」，再其次是「增加寫作能力與強化語文能力」。不過各問項之間的差異並不大。 8.家庭文化背景因素對高中職學生閱讀的影響都是正面的。
李靜慧(2005)	高職生之閱讀態度與歸因方式對閱讀理解策略之影響	<ol style="list-style-type: none"> 1.高職生的閱讀態度表現為中上程度，其與閱讀理解策略的使用之間為顯著相關。並且高職生的閱讀態度與閱讀理解策略間有典型相關存在。 2.高職生在失敗歸因方式的表現上，大部份傾向於努力歸因，其與閱讀理解策略的使用之間為顯著相關。
吳秉南(2009)	高職生閱讀態度與閱讀理解能力關係之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.閱讀態度普遍被定義為個體對閱讀的感覺。閱讀態度和閱讀動機十分相近，皆涉及讀者的情感系統，閱讀動機指引起活動的因素，而態度則是使之持續的因素。 2.在學期間所培養的正面閱讀態度和習慣，將可造就一位終生對閱讀有興趣的讀者。 3.動機分內在與外在，閱讀興趣屬於內在動機因素。有動機不一定導致行為的發生，還受態度的影響，加上當時外在情境的影響才有行為產生。

表 2-2-1 閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
徐祥修(2009)	高職生閱讀行為與閱讀理解能力關係之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.閱讀行為部份，高職生花在課外閱讀時間平均每天集中在一小時以內，閱讀數量以一個月六本以內為最多，閱讀頻率以一星期2~3次為最多。 2.整體閱讀動機為中上程度，而內在閱讀動機影響程度高於外在閱讀動機；閱讀動機在閱讀行為與閱讀理解能力之間扮演中介效果。
Wigfield & Guthrie(1995)	兒童閱讀動機研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.女童閱讀量較男童多，閱讀動機普遍也比男童多。 2.年級別愈低，閱讀動機愈高。 3.兒童的內在動機如社交需求、閱讀價值、求知慾、美感體驗、閱讀成績、閱讀的重要性較能提升閱讀頻率。 4.社交需求與閱讀頻率顯著相關。
Baker,Wigfield (1999)	兒童閱讀動機、動機行為、動機成就	<ol style="list-style-type: none"> 1.所有的閱讀動機面向與兒童閱讀活動有顯著關係 2.具高動機的學生讀得最多，具最低動機的學生讀得最少 3.愈有正面閱讀態度的讀者，愈有閱讀動機；讀者的閱讀興趣則是與文本理解、閱讀成就有關。 4.擁有自我效能與挑戰、內在動機中的好奇與投入、社會因素等閱讀動機的兒童，在閱讀方面會更流利順暢。
Baker,Dreher & Guthrie (2000)	投入閱讀，提升閱讀成就與閱讀動機	<ol style="list-style-type: none"> 1.讓學生成為自我主導的學習者，樂意投入閱讀，並且控制得宜。 2.課堂裡評量學生閱讀的指標以深度訪談為最佳方法，其次如日記、教室觀察、父母報告、問卷等都是常用的方法 3.了解學生投入閱讀程度有多少，便能預測未來的閱讀成就有多少。 4.透過保持學生閱讀檔案檢測結果 (consequence)、有用性(usefulness)、信賴性(reliability)、有效性(validity)等標準，提升閱讀成就。

表 2-2-1 閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
Learning point Associates (2005)	讓學生參與，改善青少年讀寫素養	<ol style="list-style-type: none"> 1.透過親師訪談，得到影響學生讀寫成就的兩個原因，一個是學生能力，一個則是學生參與投入程度(students engagement)。 2.該研究認為影響學生參與程度有多重因素，其中包含了動機與目的(motivation and purpose)。 3.關於父母社經背景的影響，提到父母從事社會下層職業，本身有著高度閱讀熱誠的15歲青少年，比起父母從事社會中高層職業，本身不熱衷於閱讀的青少年，在閱讀成就上會得到較好的分數。 4.要讓學生有參與感的四個主要元素，包括學生的信心、老師的投入、相關有趣的文本、慎選增進讀寫能力的活動。
Hopper(2005)	青少年小說閱讀習慣與閱讀選擇	<ol style="list-style-type: none"> 1.青少年在發展閱讀習慣上可以有許多的起點(start points)包括了變化中的通俗文化(popular culture)。 2.學生依然喜歡閱讀小說，但也開始閱讀小說以外與生活週遭相關的事件。 3.中學生通常閱讀同學喜歡的書籍，其選書是一種同儕文化經驗的表現，如喜愛閱讀Jacqueline Wilson的作品表示中學生關心與自己相關的經驗與焦點。然這也顯示了青少年與長輩們的期待有所落差 4.許多老師本身對青少年小說相當生疏。 5.網路上有相當豐富的青少年讀物，可以鼓勵學生在網路上交換閱讀心得。
Hildebrandt (2007)	這兒實在沒有什麼好看的書可以閱讀!	<ol style="list-style-type: none"> 1.藉由升六年級生的興趣調查，就圖書館服務導向，發現學生喜好，收集閱讀相關資訊，吸引學生上門借書。 2.調查並公布十大學生喜愛書籍；同時也拍下老師閱讀自己喜愛的書籍的照片，永久展示在圖書館的布告欄上，作為圖書館行銷手段。 3.採購受歡迎且具教育意義的期刊；同時可以出版親子閱讀的報導月刊，討論有趣又具教育意味的讀物； 4.撰寫小書評(如歐普拉讀書會)，並留下結局的猜測。 5.在書評當中善用青少年用語如 dude,awesome 等。

表 2-2-1 閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
Kirby et al.(2010)	閱讀興趣發展與閱讀能力關係	<p>1.1-6 年級學生對於休閒閱讀及課業閱讀一開始皆抱持正面的態度，而隨時間的拉長，閱讀能力弱的學生在休閒閱讀態度上明顯下降，同時不論具閱讀能力與否，在課業閱讀態度上，都明顯呈線性衰退。</p> <p>2.休閒閱讀態度的線性下降只發生在中高年級，同時學習障礙學生的閱讀興趣也循一般生類似模式進行。</p> <p>3.低年級方面的閱讀興趣與閱讀能力相關性微弱，且低閱讀能力與高閱讀能力學生的興趣發展起伏是一致的。</p> <p>4.有閱讀能力的小讀者不見得有閱讀興趣。</p> <p>5.閱讀興趣的下降是因為孩子對其他活動有更多的興趣。</p> <p>6.家長老師過度的要求閱讀下，更會降低閱讀能力孩子的閱讀興趣。</p>
Pitcher, Sharon M., et al(2010)	青少年讀寫需求：個案研究	<p>1.採用個案研究分析青少年的個性化需求，研究結果有：學校提供的閱讀課程不符學生的學習風格、學生對於閱讀內容無法理解時，面臨無人可協助的窘境、家長要關心學生學習時，卻常遇到學校的行政阻力干擾等等。</p> <p>2.建議校方應有效地使用各種閱讀技巧，擴大學習，並與家長合作，以滿足學生的需要，同時延聘合格的閱讀專家為個別學生進行閱讀需求評估，以支持掃盲政策。</p>

資料來源：本研究整理

第三節 網路文本

壹、意涵

網路文本或稱超文本(hypertext)，是由美國電腦專家Nelson於1965年首創，意指將電腦資訊分解成有意義的資訊區塊，儲存在不同的節點(node)，因而呈現傳統印刷媒體無法實現的文本風格，如非線性、去中心、後設、開放與消解讀寫界限等(陳致中，2003)。網路文本是一種電子文本，適用於所有的電子環境下，而網路環境特別強調個別電子環境可以相互溝通，透過彼此的連結，強化傳播功能(張郁蔚，2004)。網路文本以文學創作角度言，有兩種說法，一是視網路為閱讀載體，提供有別於傳統實體(如紙本、捲片、視聽媒體、光碟等)的數位版本；一是網路本身就是文本創作內容。以下就文本、讀者、閱讀等關係進行探討。

一、讀者-文本關係

就心理學的概念，讀者導向理論乃以讀者為出發，將主體性由作者身上轉移到讀者身上，強調讀者的詮釋與觀察地位，並且認為文本意義之產生來自讀者的閱讀過程(朱恆燁，2007)。閱讀主要的意義是讀者個人對文本的詮釋，而非作者原來的設想，強調「閱讀是讀者及文本間交互作用的過程」，每個讀者帶著他們獨特的語言知識及文化背景來閱讀文本，所以每個讀者詮釋文本的獨特性必須受到尊重與肯定(林文韻，2002)。提出「文本(text)」是創作者創作後的狀態，而「作品(work)」是接受者接受後的狀態，創作完成的部分指是一個「空的架構」，需要讀者閱讀接受後始能賦予意義，有了意義才成就所謂的「作品」(施如齡、呂芸樺，2006)。網路文本具有即時回饋功能，可以拉近讀者與寫作者的距離，以現今網路上社群網站與部落格的普遍使用情況來看，網路閱

讀行為當中的讀者與作者關係，似乎實現了以上讀者導向理論的論點。

二、 閱讀-文本關係

林珊如(2002)提到網路閱讀指的是在網路上閱讀任何數位文本，包括多媒體、電子書、網頁、電子郵件、新聞討論群等。網路文本具有超連結特性，跳開了線性閱讀的限制，提供非線性的多元與相關閱讀，透過網路科技特性，可以即時在線上閱讀相關文本，如同展開一本書的索引或參照，並且可立即閱讀全文。張郁蔚(2004)認為網路雖能即時滿足人類求知的本能，仍只是資訊科技發展下，成為閱讀載體的一種，網路閱讀仍應強調並關心文本內容，以提升閱讀品質；陳韻如(2003)就閱讀載體言，如果超文本系統中沒有提供任何輔助搜尋工具，以幫助讀者判斷與做決定，則文本自由瀏覽的特性反而是一種負擔，讀者容易產生認知超載(cognitive overhead)與迷失(disorientation)。

貳、 特徵

網路文本具有超連結與互動特性，跳脫了傳統的線性閱讀模式，讓讀者可以自行決定文本順序。網路文本的特色是流動、模糊、解構和互動性(陳致中，2007)。而從文本特性與網路環境加以分析，網路文本具有超媒體、借助機器閱讀、便利非線性閱讀、無篇幅限制、無固定形體、品質不一、狀態不穩等特性(張郁蔚，2004)。網路文本高互動性的回饋特質、使用通俗的語言形式如注音文與表情符號等，造就了閱讀網路文本的讀者有可能也是創作文本的書寫者，讀者與寫作者的界線因而產生模糊現象。根據 Nelson(1995)就相對於傳統書寫文本的角度，說明網路文本的特色如下：

一、非線性特色

一般傳統紙本或電腦檔案是藉由單一的順序，依序翻閱瀏覽，如看完第一頁後，接著看第二頁、第三頁等；超文本打破傳統線性文本的基礎結構，沒有單一順序來決定文本連續先後，將資訊切割與串聯，並透過結點的鏈結關係，呈現相關主題的訊息，讀者透過超連結的點選，選擇自己關心的或好奇的主題，進行隨機瀏覽，或跳躍式的閱讀。文本鏈結方式可參考圖 2-3-1。圖中有六個方框，可以想像成電腦螢幕，可以是捲動的視窗、檔案或更小單元的訊息。每一單元的訊息，就是一個節點儲存的訊息。每個節點的連結數量不一，依節點上的內容而定。

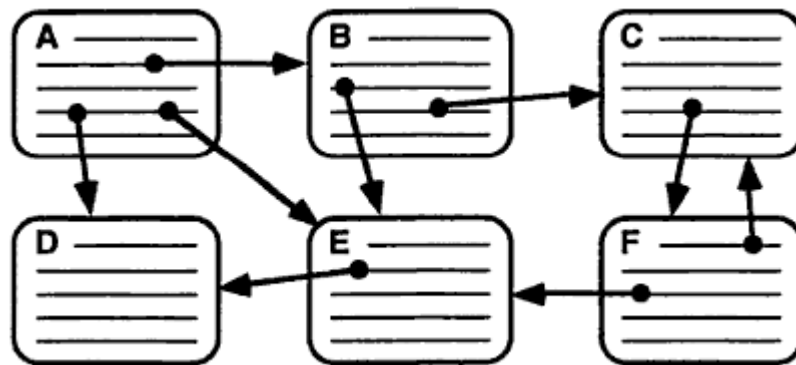


圖 2-3-1 超文本結構示意圖

資料來源：Multimedia and hypertext: The Internet and beyond(p.1), by Nielsen, J.,1995,Boston: Elsevier Science Ltd.

二、提供讀者相關性選擇

網路文本提供讀者多重選擇，讀者在閱讀網路文本的同時，可自行決定閱讀順序，如同一般紙本的註腳(footnote)功能，可以跳離本文，做其他相關文本的延伸閱讀，因此超文本也稱做「廣義的註腳」(generalized footnote)。這情形類似百科全書的參照(cross-references)。

三、 網路文本上的多媒體

網路文本提供多媒體介面，節點的鏈結提供各種媒體功能，在超文本上可以有文字、圖形、影像、聲音等媒介的超連結選擇，此特色讓閱讀變得更豐富有趣，同時也是傳統紙本無法比擬的。

參、 內容

關於網路文本內容的充實，由於國內適合青少年閱讀的網路文本仍在陸續發展與建置當中，質量尚未成熟情況下，華文文本的取得多來自日本與中國大陸。然網路文本審查與校對等機制並不如傳統出版的嚴謹與慎重，加上網路資源取得容易，青少年瀏覽網路文本日漸盛行下，文本內容的過濾，便落在讀者身上。然另一方面，由於網路文本提供及時回饋功能，一般讀者可以隨興利用生活語言回應對文本的感受與批評，如此帶來文本素質的不穩定性。面對網路文本的良莠不齊現象，青少年的網路閱讀不免令人憂心，蔡紅，唐秀瑜(2007)就提出了台灣教育當局應當重視網路閱讀帶來學生不閱讀或淺閱讀背後滋生的問題。然另一方面，美國閱讀專家 Wagner 來台參加 2010 國際閱讀教育趨勢講座，並就網路閱讀指出，目前沒有任何研究證實，線上數位閱讀和平面紙本閱讀兩種能力的相關性，閱讀素養在未來會隨著新科技發展而重新被定義，而由於數位內容長度不如紙本冗長，讀者可自行選擇，其閱讀的參與感較強，加上彩色圖片，更可活化理解。Wagner 教授同時提醒學生家長，在擔心甚至打擊孩子進行數位閱讀的同時，也應反過來評估自己是否缺乏數位閱讀能力，而試圖加以改善，以適度提供閱讀上的協助(游婉琪，2010)。以上關於網路閱讀正反各有說法，就文獻探討結果來看，透過數位環境與技術的改進速度、文本內容深度的持續改善與要求、讀者網路素養的提升等，才能拉近兩方朝正面的態度來看待網路閱讀行為。就相關文獻探討結果，青少年逐漸遠離傳統閱讀而向

網路閱讀靠攏，台港青少年在網路閱讀興趣上也較偏向漫畫類文本。如何針對網路閱讀特性，有效地引導建立良好的閱讀興趣，提供建置適合青少年閱讀的網路文本內容，讓青少年能夠健康成長，是教育當局應當非常重視的課題。

第四節 網路休閒閱讀

壹、休閒與閱讀

論及休閒，Stebbins(2007)認為休閒主要有三種，一種是立即的，發自內在的、短暫愉悅的隨興休閒；一種是有系統的、專注的從事一種活動，藉以獲取及展現特殊的技巧、知識及經驗，使得參與者有非常充實及有趣的感覺；還有一種是短期的，適度完成的，偶而不常的創意之舉，或自由時間內非自願的任務。我國中小學教育一向主張讓學生在快樂中學習，在學習當中逐漸建立起學生的自信與基本能力；適度教育學生正確的休閒觀念，才能幫助學生善用課餘時間，達到「寓教於樂」的理念。李晶(2010)認為休閒是自由的選擇，而休閒教育則是著重在參與者可以體認的選擇機會，運用機會並做出適當的決定。顏妙桂(2010)認為休閒是一種生活型態，同時也是複雜的心理與社會現象，休閒提供了紓解、休息、逃離、充電等功能。而個人的休閒能力或素養是休閒品質良莠的關鍵，必須從小養成。在眾多休閒活動當中，閱讀是學生經常要用到的學習方法之一。美國 Search-Institute(2006)以「資產(assets)」觀點，提出 12-18 歲青少年身心發展的 40 項內、外部資產，協助青少年成長中擁有健康的、有愛心的、負責任的特質。在內部資產部分有學習承諾、正向價值觀、社會勝任能力、正向自我認同等四類，其中「學習的承諾」部分有五項資產，如學習成就動機、學習投入、家庭作業、學校表現、閱讀樂趣。有關閱讀樂趣方面，指出青少年一週應有 3 小時以上的健康的休閒閱讀。

貳、 網路休閒閱讀意涵

首先關於網路閱讀的定義，根據林珊如(2002)探討網路數位文件閱讀及林珊如(2003)所做大學教師網路閱讀行為研究，提及網路閱讀是「在網路連線狀況下的數位閱讀」，強調線上網路閱讀(online reading)。蔡慧美(2005)研究國中課外閱讀行為指出，廣義的網路閱讀包含閱讀電子書、電子報、電子雜誌或期刊、討論群組、瀏覽網頁、E-mail、多媒體、使用網路書店、BBS 等行為；狹義的網路閱讀則專指經由網路及個人電腦閱讀電子期刊、網路小說或文學、電子書(不含單機版電子書)以及紙本數位化閱讀素材之閱讀行為。孟瑛如，林淑惠，吳東光(2006)認為網路閱讀是「藉由個人電腦、個人數位助理(PDA)、電子紙(electronic reusable paper)或電子墨(E Ink)等閱讀介面，經由不同的閱讀軟體，在網路上即時或做非線上的閱讀活動」。本研究採狹義的解釋，認為網路閱讀是排除一般的網頁搜尋，聚焦在圖文的、深入的、完整的及全文式的線上網路文本的閱讀行為。綜合來說，林珊如(2005)探討深度休閒與資訊行為，提到美國網路使用者調查顯示，網際網路常是滿足嗜好或發現好玩事物的資訊來源，本研究所探討的網路休閒閱讀，是採立即的，發自內在的、短暫愉悅的隨興休閒概念與狹義的網路閱讀意義結合，即在個人自由時間內，利用各種電子載具，包括電腦、手機、電子書閱讀器等，透過網路連線，從容地選擇閱讀喜歡的網路作品，例如圖書、小說、漫畫、雜誌、新聞、文章等，並且從中得到樂趣的閱讀行為。

阿根廷小說家Manguel(1999)認為，網路上的分類要比一般圖書館來的隨性與生活化，貼近讀者群眾，而受到閱讀者的歡迎。這是對網路閱讀以使用者導向為分類依據的認可。另外日本齊藤孝教授(2006)在其著作”讀書力”當中提到，即使是以讀書力為國力根基、社會存續的重要基礎的日本境內，「十幾歲，二十幾歲的世代，早已和文字出版品、書本漸行漸遠，並且日趨嚴重」，這是

對網路閱讀提出不信任的質疑。

Fischer(2009)認為，未來「無論科技如何進步，不同的載體仍傳承著人類的閱讀能力和書寫的知識」且「新興科技已經促使現代讀物產生出迷人的分支」。網路閱讀特徵之一是文圖並茂，透過超連結優勢，可將相關的文字圖片一一串連，大量延伸，過去研究顯示科學性文章可以利用圖片促進原則與概念的學習效果。Fischer 並提到目前可以線上使用的書籍數量還很小，但是專家們預測，一旦新的掃瞄技術大大加快了資料登錄，數量將以指數方式激增。

綜合以上網路文本及網路休閒閱讀意涵，本研究認為只要是閱讀網路上任何文本的閱讀活動，都是網路休閒閱讀要探討的對象，亦即本研究結合由立即的，發自內在的、短暫愉悅的隨興休閒概念(Stebbins,2007)，進行線上網路閱讀(林珊如，2002)相關調查研究。另外為更清楚界定網路閱讀與紙本閱讀的不同，有關網路閱讀與紙本閱讀的差異比較，整理如表 2-4-1。

參、 網路休閒閱讀動機

王嵩音(2007)就資訊傳播角度，採「使用與滿足」的概念，提出使用網路動機有：工具性、娛樂性及社交性動機。而網際網路的使用上則以資訊尋求存取與傳送資料為主要動機。楊期泰(2002)研究高中職學生網路使用動機時指出，由於網路是新興媒介，故可藉用傳統媒介的使用動機進行探討，進而提出心理層面的網路使用動機，包括自我肯定、認同的追尋、逃避、歸屬感；人際關係層面的網路使用動機有社交、社會互動、聯絡工具、社會學習；而在資訊技術層面的網路使用動機有尋求資訊、尋求挑戰與刺激、學習技術與知識；同時他也提到好奇、娛樂、打發時間是最主要的網路使用動機。網路閱讀被視為是網路資訊行為的一種，林珊如(2002)提到學生非任務性的閱讀動機包括獲知他人想法意見、獲知外界新鮮事物、使用實體世界較不易獲得的資訊，閱讀內容傾

向他人經驗與建議，而網路資訊廣泛多元，可滿足其即時互動與好奇的需求。

網路閱讀也是閱讀的一種形式，本研究認為網路提供多元的數位閱讀選擇，有立即性的資訊取得與滿足效果，故套用以往傳統閱讀動機成分，進行分析研究，並採用宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩(2003)編修 Wigfield 等人(Baker & Wigfield,1999; Wigfield & Guthrie, 1997)的三個閱讀動機構面(「能力與效能信念(competence and efficacy beliefs)」、「成就價值與目標(achievement values and goals)」、「社會因素(social aspects of reading)」)，十個閱讀動機成分(效能、挑戰、逃避、好奇、投入、重要、認可、競爭、分享、歸屬)進行探討。

肆、 網路休閒閱讀行為

林珊如(2002)認為網路閱讀素材取捨依據受資訊呈現方式、資訊來源可靠性、閱讀環境、文件外在因素、內容主題性質、個人及他人因素影響而不同。學生對閱讀素材取捨標準為文件主題性質篇幅，個人因素有時間與心情。鍾閔衛、賴玲玲(2007)研究認為當網路使用者遇到真正需要的網頁時，會由原先的瀏覽轉為閱讀，將網頁內容，可能包括頁面架構、特色、資訊結構等，吸收成為自己的知識，並有可能將其設為書籤、列印、Email或記下網址，網頁也被正式儲存下來。林珊如、許禎芸(2008)探討資訊行為包含動機、資料主題(資訊內容)、資料類型、資訊管道。同時，閱讀網站介面的設計，除了要面對使用者的多樣性及處理技術的多樣性外，使用者對版面風格、資訊架構、功能服務等網站使用知識與經驗上的落差，都是必須考量的因素。

本研究探討的網路休閒閱讀行為是屬於在網路上進行閱讀活動的隨性休閒行為，除包含了網路資訊行為的元素(閱讀載具、閱讀介面)外，凡傳統閱讀行為所探討的面向，包括文本類型、文本主題、閱讀時間、閱讀地點、閱讀頻率(周均育，2002；陳冠華，2002；劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷，2003；王嵩音，

2007)及訊息來源等，皆是本研究所要探討的範圍。

青少年在進行網路閱讀的同時，應先瞭解網路環境，並建立自我的網路能力，以便充分掌握並能過濾網路訊息與文本的正確性與合宜性。網路時代下，不論是網路移民或網路原住民(羅之盈，2010)，網路閱讀應是社會大眾應該關心與討論的議題。

表 2-4-1 青少年網路閱讀與紙本閱讀差異比較

比較項目	網路閱讀	紙本閱讀
載體部份		
閱讀媒介	數位螢幕的液晶閱讀	傳統紙張的印刷閱讀
閱讀索引	提供超連結隨機檢索	翻閱目錄、依章節頁碼索引
影音附件	影音即時鏈結	影音外加
內容存取	網路存取，不受時空限制	受實體大小、時空限制
環保概念	綠色閱讀	紙張印刷
載體容量	超大容量記憶體	由書籍容量而定
使用期限	受閱讀軟體限制	永久收藏(調控溫濕度)
載體限制	網路頻寬造成停格斷續	紙張易破損受潮泛黃生蛀
載體價格	電腦或電子書閱讀器昂貴	價格低廉
文本部份		
版面編排	較多橫式，符合視覺效能	較多直式，符合傳統習慣
題材取向	偏娛樂休閒	知識與生活並重
分享討論	讀者導向，藉由網路即時回應	作者導向，非即時同步討論
內容品質	無出版編審過濾	有出版編審過濾
內容篇幅	適合短篇文本	適合長篇文本
閱讀批註	技術尚未成熟	呈現眉批風格
創作保護	發展數位版權管理(DRM)	強調版權與著作權
內容價格	便宜、成本低	昂貴、成本高
讀者部份		
數位能力	影響閱讀動機與效果	無關
閱讀能力	淺閱讀，易分心	深閱讀，重思考分析
閱讀行為	受同儕影響，趨向社群互動行為	偏向個人沉浸行為
閱讀傾向	追求時尚、新穎、快速	能控制閱讀的份量與時間
閱讀危機	錯別字增加，影響思考與寫作	無

資料來源：鄭美珍(2010)。青少年閱讀興趣與網路閱讀推薦服務。海峽兩岸圖書資訊學學術研討會，南京大學。

伍、 網路休閒閱讀動機與行為相關研究

有關網路休閒閱讀動機與行為相關研究，因同時涉及閱讀與網路資訊使用行為，故將相關研究一併陳述，以了解網路休閒閱讀各個面向與主要論點。

一、 中文文獻相關研究

蕭銘鈞(1998)研究台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象，認為大學生網路使用行為主要是查詢生活休閒資訊、閱讀新聞雜誌、聊天交友，尤以攫取訊息以及涉及休閒交友性質的活動最多，且使用者以瀏覽國內資訊為主。以上透露著網路使用者經常使用網路查詢、瀏覽並閱讀資訊。

韓佩凌(2000)研究台灣中學生網路使用者特性、網路使用行為、心理特徵對網路沉迷現象之影響，以台北市、台北縣、桃園縣地區曾經使用過網際網路的高中高職生為調查對象，提出以下結論- 1.中學生網路沉迷者平均年資約為1.96年。2.每週平均使用12.5小時。3.使用者性別影響網路沉迷傾向。4.網路使用行為上，具社交功能互動性高的活動如E-mail的使用、聊天交友活動、情色網的使用則較容易造成網路沉迷傾向的不同。

李逢堅(2001)進行中學生網際網路使用行為之研究，認為- 1.中學生網路使用的特性方面，使用經驗主要「半年至三年」，使用時段為晚上六點至九點，最常從事的活動為聊天交友，上網地點以「家中」最多。2.使用網路交友動機主要為：想交新朋友、排遣寂寞感、打發時間、好奇等。中學生學會使用電腦網路與聊天室都以朋友為主要來源。4.中學生選擇聊天室的條件包括：功能較豐富，畫面多采多姿，人數適中，主題相符，與室內對象的互動感覺不錯的人數越多等。

陳冠華(2002)研究提到只有在讀物的可得性、可讀性與興趣者能相結合，

才能引起人們閱讀，因此不能只憑讀物來判定讀者的閱讀需求與動機，而應加入其它各因素的考量。該研究顯示受訪者對電子形式的文本比較傾向於用來打發時間和獲得新知，閱讀印刷形式的出版品傾向於學習。使用者的背景如果是學生的話，那麼電子形式的閱讀活動可以幾乎傾向於是休閒娛樂方面，即所有的受訪者都認為學術性的學習和閱讀都還是得仰賴傳統的印刷媒體，而電子形式的文本比較傾向於用來打發時間和休閒娛樂方面的功能。閱讀印刷式文本的都是習慣性的閱讀，基本上都是個人興趣，電子形式的選擇動機有同學介紹、流行趨勢、習慣性閱讀和個人喜好，其中流行趨勢和習慣性閱讀是電子文本的最主要選擇動機。電子形式文本的最大特色是必須「一次看完」，另外，閱讀電子型態的格式文本，已經影響了現實生活用詞、思考模式以及影響紙本式閱讀文字能力。

董潔如(2002)研究高中學生網路使用動機、使用行為、個人特性與網路沉迷現象，以立意抽樣方式在北、高二個直轄市進行問卷調查，取得有效樣本1708份，其中236份被界定為網路沉迷高危險群，並以「使用與滿足理論」為理論架構依據，發現：1.消遣娛樂是高中學生最主要的網路使用動機、其次才是資訊的獲得。社交/消遣動機及滿足與網路沉迷現象呈正相關。網路沉迷高危險群學生有更強的網路社交/消遣使用動機，亦能從中獲得較高的滿足感。2.男生、擁有自己的個人電腦、成績排序在後面三分之二、有四年以上的網路經驗、經常利用平日或網咖上網者，有較高的沉迷傾向。3.就讀年級、學校類型、學校地區或家中是否連網並不會影響網路沉迷。4.平均每週上網時數與網路沉迷呈顯著正相關。5.個性越依賴、越害羞、自尊越低或憂鬱感越嚴重的高中學生，網路沉迷的傾向越高。6.男生成為網路沉迷高危險群的機率为女生的2.6倍，高職生成為網路沉迷高危險群的比例要大於高中生。7.網路沉迷高危險群學生平均每週上網時數為24.2小時，是一般網路使用學生的1.6倍。8.網路沉迷高危險群學生較常在網咖上網，較常使用連線遊戲、聊天室、色情網等較具負面評價

網路項目。9.網路沉迷高危險群學生的自尊較低、憂鬱感較重。10.社交/消遣動機、平均每週上網時數與網路沉迷現象有較高的典型相關。11.害羞、沮喪心情、人際關係不良、負向自我概念以及低自尊與網路沉迷現象有較高的典型相關。

楊期泰(2002)以台中縣市為例，研究高中職學生網路使用動機、需求滿足與疏離感，得出以下結論- 1.高中職學生因個人性別學制不同而有不同的網路使用動機、行為、疏離感產生。2.不同程度的網路使用動機會影響其網路使用行為、需求滿足及疏離感的表現。3.高中職學生的監督環境動機、獲取資訊動機、人際心理需求滿足及資訊需求滿足能有效預測疏離感的產生。

林珊如(2002)研究網路數位文件閱讀，認為網路閱讀是在網路上從事閱讀的活動。並提出閱讀與瀏覽不同的解釋。指出閱讀是對文本的讀取，而瀏覽是包括對系統與介面的讀取。而數位文本包括多媒體、電子書、網頁、電子郵件、新聞討論群等不同形式，並且將閱讀行為視為資訊行為的一部分，是資訊使用行為的一種。調查大學生非任務導向的情境下，學生上網閱讀多為習慣引導的活動，多為休閒娛樂的目的，閱讀感興趣或生活圈相關資訊，如校園資訊、社團版、朋友個人版、新聞網站等。學生上網閱讀動機除了獲知他人的想法或意見外，主要包括獲知外界新鮮事物、使用實體世界較不易取得的資訊。閱讀內容傾向他人的經驗與建議。學生將網路視為與社會接觸的方式，選擇網路閱讀的原因是網路媒介的可交流性與互動性。與其他資訊來源比較，吸引大學生上網閱讀的最大特質是網路資訊蘊含的「人」氣，網路上可以感受到社群的存在。

黃國正，黃孜溱(2004)研究青少年資訊需求發現是休閒娛樂、健康美容、人際相處、課業。而高中職資訊需求為生涯規劃、休閒娛樂、課業、身心發展。性別與年齡是影響青少年閱讀興趣最重要的因素。小說在男女青少年讀者中，佔有最重要的地位。男生方面，以歷史小說最受歡迎，其次為科幻小說、武俠

小說、偵探推理說；女生方面，以文藝愛情小說最受歡迎，其次為恐怖小說、武俠小說、歷史小說。

楊孟山(2004)以台灣地區公私立高級職業學校高職生為研究對象，探討高職生網路素養，得到以下結論- 1.網路使用年資在一年以上者佔86.4%。2.上網頻率每週一次以上者佔82.6%。3.每週平均上網時數在九小時以內者佔71.2%。4.最常上網的時段為假日時段佔46.3%。5.上網地點在自己家中佔45.3%。6.擁有個人電子信箱者佔92.6%。7.79.7%使用國內網路資訊為主。8.常使用的網路功能前三名為WWW、E-mail及即時通訊軟體。9.上網進行的主要活動為玩線上遊戲、聊天交友與收發郵件。10.上網面臨的困擾主要為網路塞車與中毒問題。

林宏祥(2005)進行Blog的使用動機與行為之研究，結果有- 1.資訊獲取的動機會正面影響資訊瀏覽的行為。2.自我的動機會正面影響資訊交流行為。3.情感抒發的動機會正面影響資訊交流行為。4.供評論或意見的動機皆會正面影響資訊瀏覽與資訊交流的行為。

賴哲彥(2005)以高雄市14所中等職業學校高三學生為研究對象，提出高職生數位落差研究結果- 1.學校類型、職類、學校網站對高職生「資訊素養」上有顯著差異。2.高職生之「對網路資訊內容的態度」對「資訊素養」有顯著影響。

黃俊豪(2006)探討高職資料處理科學生網路成癮相關因素及其影響，指出全體研究對象住宿處有電腦、上網設備者比例皆極高；上網地點則皆以住宿處最多；最常使用的網路連線方式皆為ADSL；高職生網路成癮高危險群平均每天上網時數高出全體研究對象近1.5倍；高危險群上網頻率為每天使用者，亦高出全體研究對象近1.6倍。不同年級出現網路成癮比例顯著不同，其中一、二年級網路成癮比例最高；男性出現網路成癮比例顯著高於女性；網路成癮高危險群在神經質量表總分顯著較高；網路成癮高危險群學業成就顯著較低。

孟瑛如，林淑惠，吳東光(2006)以學習障礙學生為例，探討提升網路閱讀的影響力與可及性。研究中提到未來學家Toffler曾說下一代年輕人有獨特的「視覺哲學」，習慣利用螢幕工作，所以螢幕閱讀才是最符合自然的閱讀方式，進而提到「書」的閱讀變得可以包含文字、圖表、影像、聲音、動畫等各種多媒體功能，並藉著超連結功能在多重文本間跳躍。該研究綜合多位學者的詮釋定義網路閱讀是藉由個人電腦、個人數位助理(Personal Digital Assistant，簡稱PDA)、電子紙(electronic reusable paper)或電子墨(E Ink)等閱讀介面，經由不同的閱讀軟體，在網路上即時或做非線上的閱讀活動，使人們徜徉於電子數位化的閱讀世界中，其內容是多元、多感官的。Benktzon在1993年針對身心障礙者提出使用者金字塔(user pyramid)的觀念，認為網路相關設計若能滿足使用者金字塔中愈高層者的需求(重度能力缺陷者)，表示其適用者範圍也就愈大，即擴及中度、輕度能力缺陷者與一般人(蔡旺晉，2004)。研究者就文獻探討後提出結論- 網路閱讀比紙本閱讀更能引起學習障礙學生的閱讀動機與回饋動機；學生的「年級」是影響閱讀理解的重要因素；網路閱讀理解策略部分，建議善用網路提供的後設認知的閱讀技巧，如摘要、心理圖像、自我問答和註記等，對解決學習障礙學生的閱讀問題常有事半功倍之效；網路閱讀介面設計部分-「文字」設計應加入注音符號協助，以利閱讀；「顏色」設計對比要分明，避免非關主題的刺激，強調視覺學習效果；「圖畫」、「動畫」設計要加入與文章內容相關的情境圖；「聲音」設計可配合適當的語音及音樂，以引起學習動機。

張雅涵(2007)研究認為快速發展中的資訊和通訊科技，大大增加了青少年進行資訊分享的潛力。「開放的知覺資訊文化和自我表現」對青少年資訊分享的一般態度有顯著且正向的影響，同時「互惠和友誼」一樣會正向地影響青少年資訊分享的直接態度。她同時提到青少年也較傾向分享資訊給先前曾幫助過他(她)的資訊尋求者，且他們也較樂意分享資訊給他(她)們的好朋友。

翁筠緯(2009)研究網路使用者生活型態、閱讀動機與文學小說閱讀行為，提出以下結論- 1.女性閱讀動機高於男性，但性別在生活型態上沒有差異。2.高年齡層閱讀動機高於低年齡層，但年齡在生活型態上沒有差異。3.教育程度會影響閱讀動機與生活型態。4.職業會影響閱讀動機與生活型態。5.平均月收入會影響閱讀動機與生活型態。

二、西文文獻相關研究

Guy Merchant(2001)卻有不同的看法，認為青少年是最容易接受新科技的族群，使用網路工具是充滿自信與創意的，如電子郵件、聊天室及文字訊息等。尤其女性青少年追求網路訊息的快速簡潔，自創了不同於傳統文法、用詞及標點符號的語意語法，老師家長們與其擔憂試圖糾正，不如寬容正面看待。

Sutherland-Smith(2002)認為網路技術帶來閱讀教學與學習策略的明顯變動，網路素養需要重新思維，不同以往的意義解碼策略。研究者以澳洲學校老師的角度，探討學生在紙本閱讀與數位閱讀上是否有不同的閱讀策略?老師在電腦教學媒體的教室裡是否應有不同的教學策略?進而重新塑造閱讀活動，培養學生網路閱讀素養。文中提到文章是資訊的一種，公民應擷取資訊，使之內化、精鍊。另外指出個人如果無法跟上新資訊技術，改變自己的資訊策略，將很快地被社會淘汰。認為讀寫素養概念與思維模式的改變，來自於溝通媒體的改變，許多研究者都認為這些改變包含了網路溝通系統、資訊轉移、資訊的持有。讀寫素養並非靜止的概念，認為是隨著當時技術背景而持續改變。網路素養具有發現、瀏覽、消化、保存網路資訊的意義，而網路素養則是一種理解與評估大量的修辭情境的能力，是一種對非逐字文本資訊的專注投入。由於持續快速變動，網路是一很難掌控管理的媒體，然而擁有科技能力是二十一世紀生存的必要條件，所以網路讀寫素養要求關鍵閱讀與導航技巧的整合，包含擷取資訊、分析資訊(含多媒體)、儲存或移動文本的處理過程。在澳洲政府教育政

策要求下，老師必須協助學生建立新網路文本閱讀策略，老師是科技使用者，同時也是批評者。本研究樣本採墨爾東部近郊小學六年級共48名學生，年紀介於10-12歲，利用觀察與非正式對話，持續10週研究，研究結果有1.學生認為網路閱讀必須打字點選快速，傳統閱讀則是容許緩慢悠閒。學生期望網路提供立即的結果，在1-2次檢索後，約10-15分鐘得到答案，反之，書籍閱讀可以利用一節課45分鐘時間來進行，而不期待有任何收穫。2.認為網路資訊更加生活化。3.質疑網路資訊的權威性與可讀性，反之，相信書籍的權威性。網路閱讀不同於紙本閱讀，網路文本的特徵為非線性思維策略、非階層式閱讀策略、非連續閱讀策略、需要視覺素養與技能以了解多媒體構成要件、允許讀者增修移除文本的互動模式、促使讀者與作者界線模糊。網路閱讀跳脫線性思維，鼓勵學生多運用相關字與同義字，作相關性思維。成功的網路閱讀要能評估與分辨文字與非文字(圖片、多媒體、影像)的重要性，而非僅止於彩圖的吸引。最後本研究提供以下網路閱讀教學策略做為參考：1.使用抓取閱讀技巧2.關鍵字檢索3.提供清楚檢索指南4.使用大量(chunk)技巧5.克服科技挫折的技巧6.提供網站與搜尋引擎捷徑7.限制連結8.評估非文字文本特徵(影像、圖片)。

Julie Coiro(2003)就教育心理角度，了解網路新科技的介入已經影了學生的讀寫能力，認為老師如果要有效地指導學生未來讀寫素養(future literacy)，必須就四個層面擴大認知，包括非線性、多媒體、互動文本(text)；閱讀活動的目的、過程、結果；讀者的認知、目的、動機、自我效力(self-efficacy);社會情境。

Schmar-Dobler(2003)認為網路的普及，帶來讀寫能力(literacy)的擴大界定，個人或社團都需要讀寫技能以協助在最短的時間內，擷取最適當的資訊，證明並解決最重要的問題，同時可以藉以溝通訊息(Leu, 2000)。要成功地利用網路須做到以下幾點：1.網路讀者要能掌握網路大量的文本 2.網路讀者須懂得評估網頁特性，並能快速決定擷取有用的資訊 3.網路文本多屬說明性資料，讀者須

熟悉網路概念、詞彙與組織形式。而多數網站上的說明式文本通常以超文本方式呈現，即含有字彙片語等超連結，而指向另一文本，以說明定義、附加資訊或影片等。由於科技的日新月異，網路文本並非靜態資料，網站持續在做更新、移除與轉變，閱讀的內容除了圖書以外，還包含了網站、電子書、電子郵件、討論區、聊天室、即時通、論壇等。根據美國統計局 2001 調查，在所有 12-17 歲的青少年當中，47.9% 的人口有在家上網的經驗，其中有 30.7% 使用網路資訊來完成學校課業的查找，22.2% 經常使用電子郵件。透過訪談研究，她認為由於網路資訊與網站內容隨時在更新、移除或改建，網路連結的管道也就持續不斷的在改變，這就帶來了網路文本的不穩定，需要對網路閱讀再重新定義，而加入了網站、電子書、電子郵件、討論板、聊天室、快訊等作為青少年常用的網路閱讀管道。基於教育的立場，她同時提出了以下七項網路閱讀理解的策略，來幫助青少年了解電子文本的用語-

表 2-4-2 網路閱讀理解策略

網路閱讀理解面向	網路閱讀理解策略
1 活絡的先備知識(Activate prior knowledge)	讀者喚回與查找主題相關的經驗或資訊
2 理解的監控修復(Monitor and repair comprehension)	建議使用略讀、掃描技巧，閱讀大篇幅的文本
3 決定重要想法(Determine important ideas)	分析文本來決定發展理解的重要部分
4 綜和歸納(Synthesize)	從不重要的細節過濾出文意的要點
5 導出推論(Draw inferences)	推敲字裡行間隱意
6 問問題(Ask questions)	讀者心裏想問的或遺忘的或枝節的問題
7 知識導航(Navigate)	了解網路特性以便查找資訊

來源：譯自 Elizabeth Schmar-Dobler(2003)。Reading on the internet: the link between literacy and technology.p.84

Hughes-Hassell, Rodge(2007)認為休閒閱讀(leisure reading)指的是出自學生意願的閱讀，非指定閱讀。也可以說是自願閱讀(voluntary reading)、空閒閱讀

(spare time reading)、娛樂閱讀(recreational reading)、獨立閱讀(independent reading)、學校課外閱讀(reading outside of school)、自選閱讀(self-selected reading)等。研究對象為美國東北部一大型城市的10-15歲學生，有效樣本數共計584名，該校學生有66%是拉丁裔，27%是非洲裔，86%學生為符合領取免費或低價營養午餐的弱勢人口。就全國閱讀評量結果，該校學生有68%是基礎級以下，23%是基礎級，9%是熟練級。調查分五個面向：1.城市的青少年空閒時間是否會進行閱讀？2.如果有進行閱讀的話，讀什麼？何時閱讀？為什麼閱讀？3.青少年喜歡讀什麼主題與類型的文本？4.如何取得閱讀素材？5.誰鼓勵青少年閱讀？問卷包含16題多選題，4題開放性問題。調查結果發現：72%的學生把閱讀當成是休閒活動，22%學生經常閱讀，50%學生有機會就會閱讀，6%學生不會進行閱讀，22%學生因為學業要求而閱讀。性別方面，78%的女學生及64%的男學生喜歡閱讀。與一般研究不同的是，有68%女生與76%男生強烈喜歡閱讀雜誌，理由是雜誌有許多精美圖片、蒐集訊息速度快、內容精彩叫好、只需一般閱讀水平。另外學生的閱讀態度有36%喜歡閱讀，57%有時候喜歡閱讀，7%不喜歡閱讀，女生有42%喜歡閱讀，男生有31%喜歡閱讀。喜歡閱讀的理由有1.有趣輕鬆 2.學新事物 3.無聊。閱讀素材以雜誌為最受歡迎的媒體，另外44%選擇漫畫，37%選擇網路，30%選擇圖書。人物閱讀方面，67%女生偏好名流人物，63%男生偏好運動人物。取得閱讀素材來源有，71%來自學校圖書館，53%來自公共圖書館，53%從教室取得，43%來自學校附近書局。影響學生閱讀的有，70%來自父母，63%來自老師，40%來自學校暨公共圖書館員，15%來自同儕的鼓勵。關於網路閱讀部分，12-17歲的青少年當中有87%使用網路，閱讀的定義應包含網站、電子書、電子郵件、討論版、聊天室、即時通、網路論壇。

Pitcher, et al.(2007)調查青少年閱讀動機，研究對象為美國西部、西南部、東北部、中部大西洋、東南部及加勒比亞區域的12-18歲中學生，樣本數有384人，接受訪談約有100人，人數分配上，6-8年級生占43.8%，9-10年級生占35.2%，

11-12年級生占21%，女生占54%，男生占46%。根據Guthrie and Wigfield, (1997)將動機定義為”個人擁有的信仰、價值、需求及目標”，當時研究青少年閱讀動機的困境主要有：1.所謂課外閱讀文本應該由青少年自行定義，以符合其能力需求。；2.學校著重在傳統紙本的教科書閱讀，忽視青少年在視聽媒體、電子遊戲、電子訊息方面的素養能力，以致產生理解障礙。本研究目的為了解國高中學生在學校閱讀經驗以外的延伸與多樣性，編修合青少年用語的問卷與訪談題目，並且提供教師訪談指南。問卷構面分自我閱讀概念(self-concept as a reader)與閱讀價值(value of reading)，訪談採半結構式訪談，做為問卷的補充，包含了故事閱讀、資訊閱讀、一般閱讀，並就青少年閱讀特性，加入了科技的運用、家庭的影響、課外知識能力等題目，以便更深入了解學生的閱讀經驗、態度與動機。在訪談方面似乎有較多的數據可以呈現，例如多元知識(multiliteracies)的運用上，多數學生閱讀雜誌多於報紙，雜誌上有關青少年、汽車、運動及流行，是青少年所喜歡的閱讀主題。而電子素養(electronic literacies)是青少年經常提到的溝通與蒐集知識方式。多數學生在家討論電腦的使用，一般透過電子郵件與即時通(instant message)與親友聯絡。問及是否閱讀資訊性文章，學生通常以”網際網路”作答，問到電腦的使用，他們通常回答是在”網際網路”上閱讀資訊，例如學生使用美國線上(America Online)的首頁，當成是了解最新的報紙新聞與獲得個人興趣主題的資訊來源。青少年利用網際網路下載歌詞、聊天、角色扮演、玩線上遊戲、下載遊戲碼、閱讀哈利波特小說、維護個人網站等。透過直接建議或資訊圖書分享，學生的多元知識能力(multiliteracies)受到朋友與家人很大的影響。朋友是電子郵件與即時通的發訊者與收訊者，彼此互相建議與分享圖書資訊，討論雜誌文章，報紙運動報導，偶而閱讀學校指定讀本。家人有時會建議或購買書籍雜誌，提供學生閱讀，共同討論分享報紙文章。問到老師做了哪些事會讓學生願意投入閱讀？有的學校老師的熱誠與投入閱讀對學生閱讀習慣與態度有很大影響，老師是學生閱讀的推薦來源，提供學生閱

讀各個不同作者與書籍的樂趣，且很重要是學生喜歡老師所要求的作業能同意讓學生依自己的閱讀偏好，自行挑選書籍。指定閱讀有時過於無趣，甚至扼殺學生閱讀意願。訪談過程中，學生經常會定義閱讀是”學校活動”，課外閱讀並非是閱讀，導致他們不認為自己是個閱讀者(reader)。依照以上調查結果，該研究做出三點建議：1.藉由了解學生多元識讀素養，整合教室閱讀教學；2.建立閱讀樂趣模式；3.整合中學閱讀相關活動，如literature circles、圖書俱樂部；4.教室閱讀應包含各種型式、水平、主題素材；5.合併各種選擇閱讀的因素，發展閱讀專案。總而言之，青少年希望老師擴大閱讀文本範圍，包含通俗文化、音樂、網路資源、雜誌等，青少年不喜歡缺乏目的與興趣的閱讀。本調查也顯示青少年晚期，尤其是男生，逐漸減少閱讀，失去閱讀興趣。中學生閱讀興趣的下降，常被歸因於一般閱讀作業忽略了學生閱讀偏好，需要更了解學生個人讀寫能力的運用，什麼樣的閱讀對他們才是重要的，認清唯青少年才是教育的主體，我們成年人需要傾聽他們要表達的是什麼，利用青少年偏好的文本與教學模式，將可增加閱讀動機，提升閱讀成就。

Mangen (2008)探討超文本小說閱讀，認為數位閱讀是一種多感官的活動，融合感覺、認知與運動的相互運作。隨著數位技術不斷更新，閱讀活動比以往更明確，但也更複雜。不論是基於娛樂，教育或職業需求，數位閱讀都是一種智力活動。數位閱讀加強調透過手指運作，體驗身臨其境的小說閱讀。超文本小說，不論是長篇小說，短篇小說，詩歌或任何其他文學形式，利用數位化技術，如超鏈接，多方互動性，以達到美觀或敘事目的。超文本小說的歷史可以追溯到 1987 年，經過二十年的理論性探究和創造性活動，仍然是一個相當深奧的領域。數位休閒閱讀目的之一是享受沉浸在虛構的世界的樂趣，然浸泡程度是一個問題，如虛擬現實裝置，計算機模擬和電腦遊戲都有不同的沉浸深度。除了感官上的沉浸，在虛構世界裡的意義沉浸，也是我們人類的精神產品。另

外除了浸泡程度，最常見的問題是認知負荷和導航的努力程度，這也讓體驗超文本不再是「閱讀」一詞可以說明清楚的。

Larson (2009)探討新世代閱讀新利器，提到數位科技迅速移轉，讀本(text)應重新被定義；文本是一種溝通單元，以書寫形式加上一段講述，例如演說、對話、收音程式、電視、文訊、報紙照片等。也提到電子書(e-books)的種類，如故事書、玩具書、光碟、線上讀本及可下載的書與檔案，像是傳統書籍的線上版，有文字與圖片，但須借助於桌上電腦、筆記電腦、行動閱讀裝置，以便讀取。電子書有視覺、聽覺及超連結等互動特色，可以進行插入、刪除、移除註記、劃線等動作。透過十位高一學生的實驗，發現學生在閱讀過程中，以註記與筆記工具與文本互動，其閱讀行為還是依循著閱讀紙本行為的習慣。

以下就網路休閒閱讀動機與行為相關研究，依發表年代順序，整理研究結論如表 2-4-3所示。

表 2-4-3 網路閱讀動機與行為相關文獻整理

研究者	題目	研究結論
蕭銘鈞 (1998)	台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探	大學生網路使用行為主要是為查詢生活休閒資訊、閱讀新聞雜誌、聊天交友，尤其是攫取訊息以及涉及休閒交友性質的活動最多，且使用者以瀏覽國內資訊為主。
韓佩凌 (2000)	台灣中學生網路使用者特性、網路使用行為、心理特徵對網路沉迷現象之影響	1.中學生網路沉迷者平均年資約為1.96年 2.每週平均使用12.5小時 3.使用者性別影響網路沉迷傾向 4.網路使用行為上，具社交功能互動性高的活動如E-mail的使用、聊天交友活動、情色網的使用則容易造成網路沉迷傾向的不同
李逢堅 (2001)	中學生網路使用行為之研究	1.中學生網路使用的特性方面，使用經驗主要「半年至三年」，使用時段為18：00-21：00，最常從事的活動為聊天交友，上網地點以「家中」最多。2.使用網路交友動機主要為：想交新朋友、排遣寂寞感、打發時間、好奇等。 3.中學生學會使用電腦網路與聊天室的都以朋友為主要來源。4.中學生選擇聊天室的條件包括：功能較豐富，畫面多采多姿，人數適中，主題相符，與室內對象的互動感覺不錯的人數越多等。
陳冠華 (2002)	媒體形式對於閱讀動機和行為的影響	1.電子和印刷型態的格式文本對於使用者的選擇閱讀媒體的因素、閱讀行為、消費趨勢、選擇動機、使用情形和在其閱讀活動中所扮演的角色均有明顯的影響。 2.使用者對於電子型態的文本收費、儲存抱著懷疑的態度 3.學術性的學習和閱讀都還是得仰賴傳統的印刷媒體。 4.電子形式的文本比較傾向於用來打發時間和休閒娛樂方面的功能。

表 2-4-3 網路閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
董潔如 (2002)	高中學生網路使用動機、使用行為、個人特性與網路沉迷現象之初探	<ol style="list-style-type: none"> 1.消遣娛樂是高中學生最主要的網路使用動機、其次才是資訊的獲得。社交/消遣動機及滿足與網路沉迷現象呈正相關。 2.男生、擁有自己的個人電腦、成績排序在後面三分之二、有四年以上的網路經驗、經常利用平日或網咖上網者，有較高的沉迷傾向。 3.就讀年級、學校類型、學校地區或家中是否連網並不會影響網路沉迷。 4.平均每週上網時數與網路沉迷呈顯著正相關。 5.個性越依賴、越害羞、自尊越低或憂鬱感越嚴重的高中學生，網路沉迷的傾向越高。 6.男生成為網路沉迷高危險群的機率为女生的2.6倍，高職生成為網路沉迷高危險群的比例要大於高中生。 7.網路沉迷高危險群學生平均每週上網時數為24.2小時，是一般網路使用學生的1.6倍。 8.網路沉迷高危險群學生較常在網咖上網，較常使用連線遊戲、聊天室、色情網等較具負面評價網路項目。 9.網路沉迷高危險群學生的自尊較低、憂鬱感較 10.社交/消遣動機、平均每週上網時數與網路沉迷現象有較高的典型相關。 11.害羞、沮喪的心情、人際關係不良、負向自我概念以及低自尊與網路沉迷現象有較高的典型相關。
楊期泰 (2002)	高中職學生網路使用動機、需求滿足與疏離感之相關研究-以台中縣市為例	<ol style="list-style-type: none"> 1.高中職學生因個人性別學制不同而有不同的網路使用動機、行為、疏離感產生。 2.不同程度的網路使用動機會影響其網路使用行為、需求滿足及疏離感的表現。 3.高中職學生的監督環境動機、獲取資訊動機、人際心理需求滿足及資訊需求滿足能有效預測疏離感的產生。

表 2-4-3 網路閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
林珊如 (2002)	網路數位文件 閱讀之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.學生上網閱讀動機有：獲知他人想法意見、獲知外界新鮮事物、使用實體世界較不易取得資訊，滿足其即時、互動、好奇的需求。 2.閱讀素材取捨依據： 學生受文件的主題、性質、篇幅，個人的時間、心情影響。 3.學生上網閱讀BBS文章主要是社群版(個人版、朋友版、社團版)，其次是興趣版、生活相關版。 4.吸引學生上網閱讀的最大特質是網路資訊蘊含的「人」氣，網路可以感受到社群的存在，聽到社群的聲音。 5.就閱讀動機與結果，網路與紙本閱讀並無顯著不同。
黃國正， 黃玫溱 (2004)	臺灣地區民眾 資訊需求之比較	<ol style="list-style-type: none"> 1.青少年期資訊需求為休閒娛樂、健康美容、人際相處、課業。 2.高中職資訊需求為生涯規劃、休閒娛樂、課業、身心發展。 3.小說在男女青少年讀者中，佔有最重要的地位。 4.性別與年齡是影響青少年閱讀興趣最重要的因素。 5.男生方面，以歷史小說最受歡迎，其次為科幻小說、武俠小說、偵探推理說；女生方面，以文藝愛情小說最受歡迎，其次為恐怖小說、武俠小說、歷史小說。
楊孟山 (2004)	高職生網路素養 之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.網路使用年資在一年以上者佔86.4%。 2.上網頻率每週一次以上者佔82.6%。 3.每週平均上網時數在九小時以內者佔71.2%。 4.最常上網的時段為假日時段佔46.3%。 5.上網地點在自己家中佔45.3%。 6.擁有個人電子信箱者佔92.6%。 7.79.7%使用國內的網路資訊為主。 8.常使用的網路功能前三名為WWW、E-mail及即時通訊軟體。 9.上網進行的主要活動為玩線上遊戲、聊天交友與收發郵件。 10.上網面臨的困擾主要為網路塞車與中毒問題。
林宏祥 (2005)	Blog的使用動機與 行為之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.資訊獲取的動機會正面影響資訊瀏覽的行為 2.自我的動機會正面影響資訊交流行為 3.情感抒發的動機會正面影響資訊交流行為 4.供評論或意見的動機皆會正面影響資訊瀏覽與資訊交流的行為

表 2-4-3 網路閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
賴哲彥 (2005)	高職生數位落差之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.學校類型、職類、學校網站對高職生「資訊素養」上有顯著差異。 2.高職生之「對網路資訊內容的態度」對「資訊素養」有顯著影響。
孟瑛如， 林淑惠， 吳東光 (2006)	提升網路閱讀的影響力與可及性-以學習障礙學生為例	<ol style="list-style-type: none"> 1.網路閱讀比紙本閱讀更能引起學習障礙學生的閱讀動機與回饋動機 2.學生的「年級」是影響閱讀理解的重要因素 3.網路閱讀理解策略部分，建議善用網路提供的後設認知的閱讀技巧，如摘要、心理圖像、自我問答和註記等。 4.網路閱讀介面設計部分-「文字」設計應加入注音符號協助；「顏色」設計對比要分明；「圖畫」、「動畫」設計要加入與文章內容相關的情境圖；「聲音」設計可配合適當的語音及音樂。
黃俊豪 (2006)	高職資料處理科學生網路成癮相關因素及其影響之探討	<ol style="list-style-type: none"> 1.全體研究對象住宿處有電腦、上網設備者比例皆極高；上網地點則皆以住宿處最多；最常使用的網路連線方式皆為 ADSL 2.網路成癮高危險群平均每天上網時數高出全體研究對象近 1.5 倍；高危險群上網頻率為每天使用者，亦高出全體研究對象近 1.6 倍之多，此兩項比例兩者差異最為顯著。 3.不同年級出現網路成癮之比例顯著不同，其中一、二年級網路成癮之比例最高；男性出現網路成癮之比例顯著高於女性許多；網路成癮高危險群在神經質量表之總分顯著較高；網路成癮高危險群之學業成就則顯著較低。
張雅涵 (2007)	青少年資訊分享的態度	<ol style="list-style-type: none"> 1.「開放的知覺資訊文化和自我表現」對青少年資訊分享的一般態度有顯著且正向的影響。 2.「互惠和友誼」一樣會正向地影響青少年資訊分享的直接態度。 3.青少年也較傾向分享資訊給先前曾幫助過他(她)的資訊尋求者，且他們也較樂意分享資訊給他(她)們的好朋友。
翁筠緯 (2009)	網路使用者生活型態、閱讀動機與文學小說閱讀行為之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1.女性閱讀動機高於男性，但性別在生活型態上沒有差異。 2.高年齡層閱讀動機高於低年齡層，但年齡在生活型態上沒有差異。 3.教育程度會影響閱讀動機與生活型態。 4.職業會影響閱讀動機與生活型態。 5.平均月收入會影響閱讀動機與生活型態。

表 2-4-3 網路閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
Merchant (2001)	網路上的青少年：調查網路聊天室的語言用法與改變	<ol style="list-style-type: none"> 1. 青少年是最容易接受新科技的族群，使用網路工具是充滿自信與創意的，如電子郵件、聊天室及文字訊息等。 2. 女性青少年追求網路訊息的快速簡潔，自創了不同於傳統文法、用詞及標點符號的語意語法，老師家長們與其擔憂試圖糾正，不如寬容正面看待。
Sutherland-Smith (2002)	網路素養：從紙本閱讀到螢幕閱讀	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小六學生認為網路閱讀必須打字點選快速，傳統閱讀則是容許緩慢悠閒。 2. 學生期望網路提供立即的結果，在 1-2 次檢索後，約 10-15 分鐘得到答案，反之，書籍閱讀可以利用一節課 45 分鐘時間來進行，而不期待有任何收穫。 3. 認為網路資訊更加生活化。 4. 質疑網路資訊的權威性與可讀性，反之，相信書籍的權威性。
Coiro (2003)	探索網路閱讀理解	<ol style="list-style-type: none"> 1. 網路新科技的介入已經影響了學生的讀寫能力 2. 認為老師要有效地指導學生未來讀寫素養，必須就四個層面擴大認知，包括非線性、多媒體、互動文本(text)；閱讀活動的目的、過程、結果；讀者的認知、目的、動機、自我效力(self-efficacy);社會情境。
Schmar-Dobler (2003)	網路閱讀：素養與科技	<ol style="list-style-type: none"> 1. 網路讀者要能掌握網路大量的文本。 2. 網路讀者須懂得評估網頁特性，並能快速決定擷取有用的資訊。 3. 網路文本多屬說明性資料，讀者須熟悉網路概念、詞彙與組織形式。 4. 12-17 歲的青少年當中，47.9% 的人口有在家上網的經驗，其中有 30.7% 使用網路資訊來完成學校課業的查找，22.2% 經常使用電子郵件。 5. 提出七項網路閱讀理解的策略：活絡的先備知識、理解的監控修復決定重要想法、綜和歸納、導出推論、問問題、知識導航。
Hughes-Hassell (2007)	城市青少年閱讀習慣	<ol style="list-style-type: none"> 1. 閱讀素材以雜誌為最受歡迎的媒體，44% 選擇漫畫，37% 選擇網路，30% 選擇圖書。 2. 關於網路閱讀部分，12-18 歲的青少年當中有 87% 使用網路閱讀包含網站、電子書、電子郵件、討論版、聊天室、即時通、網路論壇。

表 2-4-3 網路閱讀動機與行為相關文獻整理(續)

研究者	題目	研究結論
Pitcher,etal(2007)	青少年閱讀動機評量	<ol style="list-style-type: none"> 1.藉由了解學生多元識讀素養，整合教室閱讀教學。 2.建立閱讀樂趣模式。 3.整合中學閱讀相關活動，如 literature circles、圖書俱樂部。 4.教室閱讀應包含各種型式、水平、主題素材。 5.合併各種選擇閱讀的因素，發展閱讀專案。
Mangen(2008)	探討超文本小說閱讀	<ol style="list-style-type: none"> 1.數位閱讀是一種多感官的活動，融合感覺、認知與運動的相互運作。 2.超文本小說透過超鏈接，多方互動的數位技術，以達到美觀或敘事目的。 3.數位休閒閱讀面臨浸泡程度、認知負荷和導航程度等問題。 4.體驗超文本不再是單純「閱讀」。
Larson(2009)	數位閱讀與數位回應	<p>十位高一學生的實驗，發現學生在閱讀過程中，以註記與筆記工具與文本互動，其閱讀行為還是依循著閱讀紙本行為的習慣。</p>

資料來源：本研究整理

第三章 研究設計與實施

本章主要目的在敘述本研究之研究架構及研究實施步驟、研究方法及研究對象、研究工具的選擇與編製、研究實施及資料處理等，共分為四節，即第一節為研究架構及研究實施步驟、第二節為研究方法及研究對象、第三節為研究工具的選擇與編製、第四節為研究實施及資料處理。

第一節 研究架構及實施步驟

壹、 研究架構

本研究主要探討高職生之網路休閒閱讀動機與行為現況。研究架構主要包括人口特性、網路休閒閱讀動機與行為等三大部分。在網路休閒閱讀動機方面，主要根據文獻探討後，採劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷(2003)、 Wigfield(1997)及 Baker & Wigfield(1999)的閱讀動機量表當中的三個面向，分為能力及效能信念、成就價值與目標內部動機、成就價值與目標外部動機、社會等四構面，分別包括了效能、挑戰、逃避、好奇、投入、重要、認可、競爭、分享、歸屬等十項成分；在網路休閒閱讀行為方面，除探討網路文本類型、主題外，並就閱讀環境、閱讀載具及閱讀介面等進行分析。閱讀環境包括閱讀時間、閱讀地點、閱讀頻率(周均育，2002；陳冠華，2002；劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷，2003；王嵩音，2007)、訊息來源等；而閱讀載具及閱讀介面則是參照網路資訊行為論點(林珊如，2003；王嵩音，2007)來加以探討，閱讀載具關心的是實體的閱讀裝置，而閱讀介面則是強調使用的系統平台。研究架構如圖 3-1-1 所示：

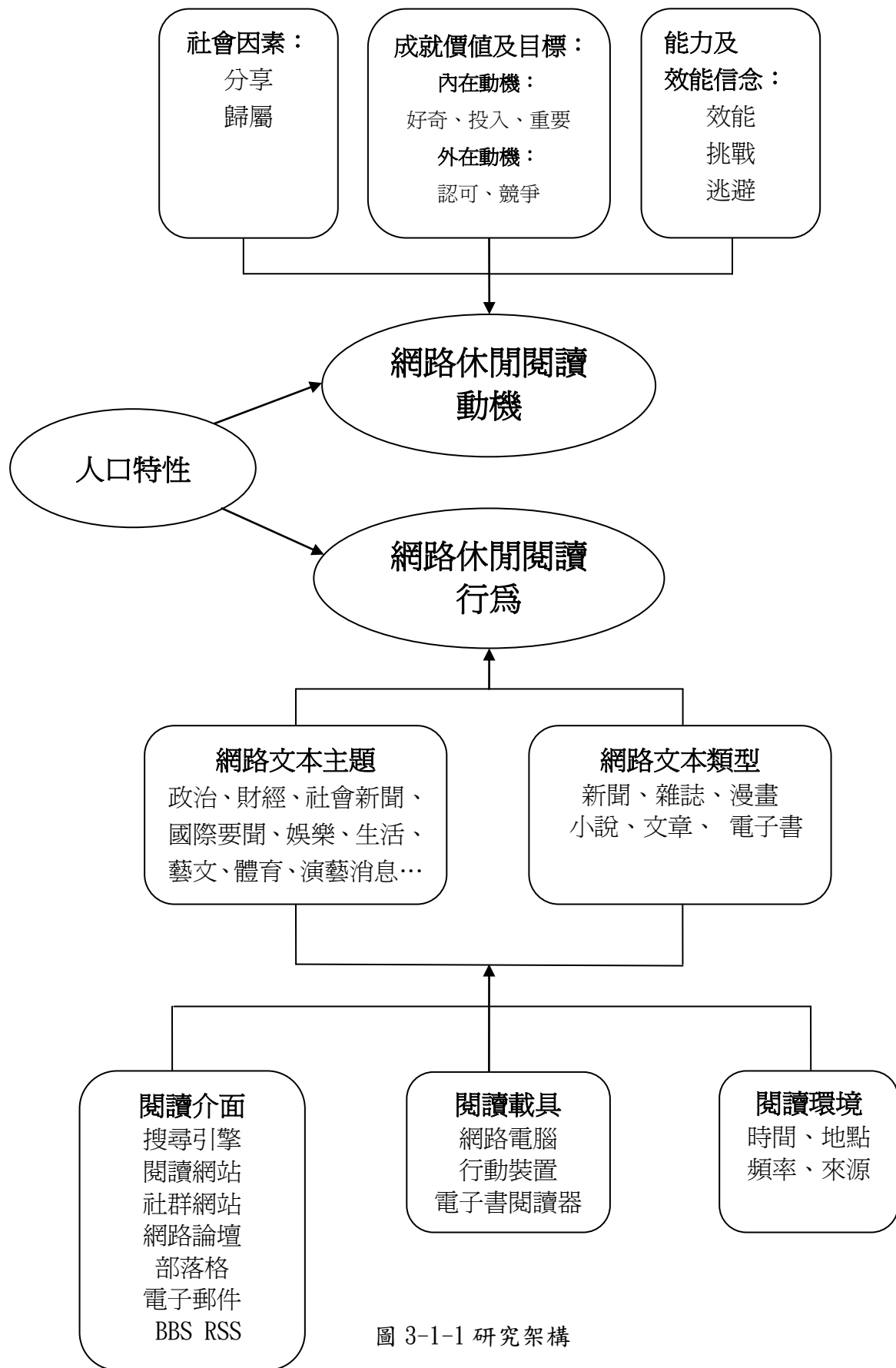


圖 3-1-1 研究架構

貳、 研究實施步驟

本研究分為三期，前研究期主要是透過廣泛閱讀與工作實務，思考研究主題；到了研究前期，則是文獻蒐集整理，構思研究概念；接著研究中期，則是確定研究對象、決定研究方法、進行問卷設計、問卷發放與回收；到了研究後期，便是進行資料分析與解釋、撰寫研究結果報告。實施步驟如圖 3-1-2 所示：

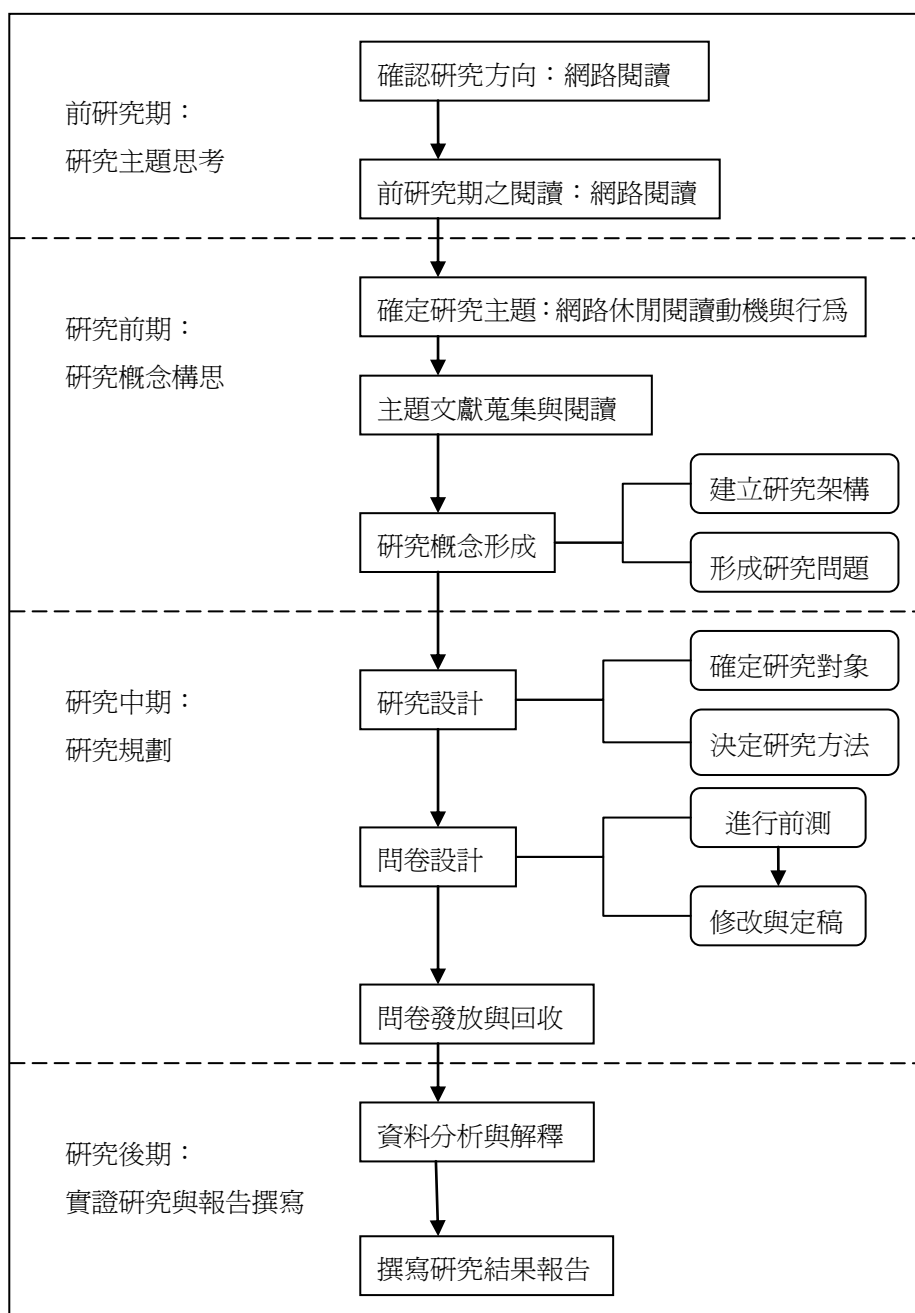


圖 3-1-2 研究實施步驟

第二節 研究方法及研究對象

壹、研究方法

本研究方法採量化研究，主要以文獻分析法及問卷調查法，進行有關高職生網路休閒閱讀動機與行為之調查研究。文獻分析部分，就中西文獻當中，相關的書籍、期刊論文、學位論文、電子傳媒閱讀報導等進行閱讀與整理分析，並採用文獻當中適合發展本研究架構的理論與量表。問卷調查部分，乃透過相關文獻，取得符合本研究方向之量表與問卷，加以編修成為合適的調查問卷，由於本研究與網路閱讀相關聯，採用網路問卷方式進行前測與正式施測。

貳、研究對象

依據台北市教育局公布 98 學年度高職學校學生人數表為本研究調查之母體學校學生人數，總計 46,663 名高職生，分隸屬別與區別如表 3-2-1 與 3-2-2。本問卷樣本透過各校教學組長、實習就業組長與圖書館主任協助聯絡電腦相關老師，利用課程時間於課堂上進行網路問卷填寫。經過兩週的調查實施，共取得 1776 份有效樣本。問卷調查人數當中，有上網閱讀經驗的學生共計 1,200 名，未曾上網閱讀的學生共計 576 人，統計分析採用有上網閱讀行為的 1,200 名學生做為本章分析對象，各校人數分布依有無上網閱讀行為、年級、性別、職科別、家庭社經地位等列表如 3-2-3 至 3-2-7 所示。

表 3-2-1 臺北市高中高職學校學生人數

學年度隸屬別	高級中學	職業學校	總計
98 學年度 2009-10	75,604	46,663	122,267
國 立	3,925	432	4,357
市 立	51,626	17,279	68,905
私 立	20,053	28,952	49,005

資料來源：台北市教育局統計室。2010 年 12 月 10 日，取自：
<http://www.edunet.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=1191287&ctNode=33661&mp=104001>

表 3-2-2 台北市高級職業學校概況表

學 年 度 (區 別)	班級數/班	學生數/人		
		男	女	計
98 學年度 2009-10	1,139	26,261	20,402	46,663
信義區	189	4,696	2,731	7,427
大安區	176	4,031	3,104	7,135
士林區	172	2,767	4,347	7,114
文山區	130	3,800	1,659	5,459
松山區	98	1,779	3,011	4,790
中正區	71	2,009	895	2,904
南港區	81	2,579	280	2,859
北投區	61	1,756	824	2,580
內湖區	77	2,051	483	2,534
中山區	54	340	2,044	2,384
大同區	30	453	1,024	1,477
萬華區	-	-	-	-

資料來源：台北市教育局統計室。2010 年 12 月 10 日，取自：
<http://www.edunet.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=1191311&ctNode=33661&mp=104001>

表 3-2-3 網路休閒閱讀調查樣本人數

序	學區	學校名稱	上網閱讀	不上網閱讀	總人數
1	大安區	大安高工	80	33	113
2	大安區	東方工商	9	6	15
3	大安區	開平餐飲	37	10	47
4	大安區	喬治工商	30	15	45
5	大安區	金甌女中	125	25	150
6	信義區	松山工農	84	38	122
7	信義區	松山家商	66	10	76
8	信義區	協和工商	79	42	121
9	大同區	稻江高商	85	60	145
10	士林區	泰北高中	66	69	135
11	士林區	士林高商	57	25	82
12	文山區	木柵高工	44	39	83
13	中山區	大同高中	122	57	179
14	中山區	稻江護家	84	35	119
15	內湖區	內湖高工	59	19	78
16	松山區	育達家商	129	35	164
17	南港區	南港高工	43	58	101
18	士林區	華岡藝校	1	0	1
總計			1,200	576	1776
比例			0.32	0.68	1

資料來源：本研究整理

表 3-2-4 網路休閒閱讀調查年級分佈

	人數	百分比
一年級	430	35.8
二年級	371	30.9
三年級	399	33.3
總和	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 3-2-5 網路休閒閱讀調查性別分佈

	男	百分比	女	百分比	總計人數
上網閱讀	604	50.3	596	49.7	1,200
不上網閱讀	401	69.6	175	30.4	576
總計	1005	56.6	771	43.4	1,776

資料來源：本研究整理

表 3-2-6 網路休閒閱讀調查職科別分布

職科別	上網閱讀人數
商業類	733
工業類	374
家事類	47
綜高	45
藝術	1
總計	1,200

資料來源：本研究整理

表 3-2-7 網路休閒閱讀調查家庭社經地位分布

	人數	百分比
低社經	718	60.0
高社經	482	40.0
總和	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

第三節 研究工具的選擇與編製

本研究之研究工具乃透過文獻分析，參考胡秀蘭(2005)編制之「台南縣高中生、高職生閱讀興趣問卷調查表」、楊孟山(2004)編制之「高職生網路素養之研究問卷」、吳秉南(2009)編制之「高職生閱讀態度與閱讀理解能力關係之研究問卷」、徐祥修(2009)「高職生閱讀行為與閱讀理解能力關係之研究問卷」、周宜彤(2008)編制之「中學生學習興趣與相關因素之探討問卷」、賴哲彥(2005)編制之「高職生數位落差問卷」、宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩(2003)編修之「閱讀動機量表」，及方子華(2004)、李素足(1999)、林宏祥(2005)、黃家瑩(2006)、董潔如(2002)、楊期泰(2002)、蕭銘鈞(1998)等閱讀研究相關論點，編修成本研究調查問卷；網路休閒閱讀行為各個選項參考 2004 年台北市立圖書館「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究」問卷選項與各閱讀網站常用分類類目而編定，網路休閒閱讀動機量表則以宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩(2003)編修之「閱讀動機量表」的閱讀構面為主要動機架構，編製為符合網路休閒閱讀動機取向之適用量表。問卷內容包含人口背景資料、網路休閒閱讀動機、網路休閒閱讀行為三大部分；人口背景資料包含性別、職科別、家庭社經地位；網路閱讀動機分為能力及效能信念、成就價值與目標內部動機、成就價值與目標外部動機、社會等四個構面，內含效能、挑戰、逃避、好奇、投入、重要、認可、競爭、分享、歸屬等十項成分；網路休閒閱讀行為則依網路閱讀特性，分為網路閱讀環境、網路閱讀介面、網路閱讀載具、網路文本類型、網路文本主題等五個層面。另外，問卷題數計有人口特性 10 題、網路休閒閱讀動機四群組 30 題、網路休閒閱讀行為 19 題，總計 59 題。而問卷效度則以探索性的因素分析檢驗；問卷信度則以 Cronbach α 值來確認其信度。本「台北市高職生網路休閒閱讀動機與行為調查問卷」為本研究之主要研究工具，並以 SPSS 18.0 作為統計分析軟體，採取次數分配表、描述性統計量、T 檢定、卡方檢定等統計方法，歸

納出以人口變項為自變項，高職生網路休閒閱讀動機差異性與網路休閒閱讀行為同質性情況，統計結果供學校行政單位、教師、家長作為閱讀指導的參考。

壹、研究構面定義

一、人口特性

透過文獻探討，並針對高職生的特質，採用性別、職科別、家庭社經地位作為檢視與分析高職生在網路休閒閱讀動機與行為方面的背景變項。許多研究發現性別、職科別、家庭社經地位的確在閱讀動機與行為方面造成某些影響。

(一) 性別

許多閱讀研究認為不同性別在閱讀動機與行為上是有差異性的，例如，Wigfield & Guthrie(1995)認為女童閱讀量較男童多；陳明來(2001)認為性別會影響到國中生在不同類別主題的課外讀物喜愛程度，然隨著成長，與其他因素交互影響下，性別變得不是決定性的因素；林淑惠(2006)認為「性別」是影響閱讀理解的因素之一；溫子欣(2002)認為青少年學生閱讀愛情小說是一種性別化的閱讀文化；顏美鳳(2002)認為男童比女童喜歡漫畫；李美月(2003)認為女生的國文、英文學習成就優於男生，和其課外閱讀優於男生有關；胡秀蘭(2005)認為高中職女生閱讀的課外書較多，對「小說類」、「文學類」的閱讀有偏好，而男生則對「歷史類」、「自然科學類」讀物有偏好；黃家瑩(2006)認為女生較常、也較喜歡看「文學」、「小說」、「散文類」的讀物，男生則較常、也較喜歡看「漫畫、電玩秘笈類」的讀物。綜合以上研究結果，本研究認為性別有其天生上生理與心理上的差別，加上後天社會賦予的價值取向，確實值得做為探討高職生網路休閒閱讀動機與行為的變項之一。

(二) 職科別

賴哲彥(2005)研究高職生數位落差，認為高職生就讀的職類表現，在網路能力上有所不同，商業類科學生對網路便利性及對學業的幫助方面，認同度高，且工科學生玩線上遊戲比例明顯偏高，商科學生則在下载音樂或軟體項目比例偏高。謝彩瑤(2001)調查研究台東師院學生，認為科系影響閱讀興趣進而影響行為。本研究認為高職生開始加強職業課程訓練，可能影響網路休閒閱讀取材方向，故以職科別為人口變項之一來進行探討。

(三) 社經地位

許多閱讀研究顯示，課外閱讀場所以在自己家中為最多(顏美鳳，2002、馮秋萍，1998、黃家瑩，2006)，讀物資訊主要來源是父母(馮秋萍，1998、林美鐘，2001、黃家瑩，2006)，進而希望探討家庭社經地位對學生網路閱讀動機與行為是否有影響?本研究對於家庭社經地位的計算是先將父母親職業與教育各分成1-5等級，並將職業等級乘以七，教育等級乘以四，二者相加後，取數值高者為家庭社經地位代表(林生傳，1996)。相關研究指出家庭社經地位愈高，閱讀動機愈強(宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩，2003、方子華，2004、古秀梅，2005)；另外家庭文化背景同樣為高中職生閱讀態度帶來正面的影響(胡秀蘭，2005)。

根據文獻探討，本研究以人口特性當中的性別、職科別、家庭社經地位作為調查統計當中的自變項，探討網路休閒閱讀動機與行為的關聯性。

二、 網路休閒閱讀動機

動機的產生有兩種原因，一是需求，也就是驅使力；二是刺激，指引發個體反應的一切情境或事物，當個體暫時無需求，外在刺激可能發生而引發行為動機，行為的產生，除了受到動機影響，另外還會受到個體「態度」，及外在情境影響(黃安邦譯，1986)。孫武彥(1990)提到閱讀的行為模式是閱讀動機對讀者產生有效的刺激，加上個人內在的態度與特質，並結合外在情境客觀因素，

帶來行為反應，而產生閱讀行為。就胡秀蘭(2005)研究認為，影響閱讀因素有兩個，即內在動機與外在動機，內在動機與內在心理層面有關，如創作能力、思考理解能力、競爭力、寫作能力與強化語文能力；外在動機與外在需求層面有關，如找工作、考試、師長介紹。吳秉南(2009)探討閱讀動機歸納出三個方向，分別是目的取向的閱讀動機，如資訊、尋求個人認同、尋求個人認同、尋求整合與社會互動或為休閒娛樂；第二個方向是閱讀態度與閱讀興趣；第三個是延伸一般動機的定義套用在閱讀領域。國內學者將閱讀動機定義為「引發個體閱讀的活動，持續已引起的閱讀活動，及促使該閱讀活動朝向閱讀理解的目標進行的內在歷程」(宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩，2003、黃家瑩，2006)。本研究採宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩(2003)四個閱讀動機構面，分別是能力及效能信念、成就價值與目標內部動機、成就價值與目標外部動機及社會因素等，包括了效能、挑戰、逃避、好奇、投入、重要、認可、競爭、分享、歸屬等十項閱讀動機成分。一般研究顯示閱讀動機與閱讀次數，頻率、數量、廣度等閱讀行為及閱讀成就皆呈顯著正相關，閱讀態度與閱讀行為有顯著相關(劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷、程炳林，2003)。

三、 網路休閒閱讀行為

本研究探討高職生網路休閒閱讀行為包含網路閱讀環境、閱讀介面、閱讀載具、網路文本類型、網路文本主題等五個層面，網路閱讀環境包含閱讀次數、閱讀數量、閱讀時間、閱讀地點、閱讀頻率(周均育，2002；陳冠華，2002；劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷，2003；王嵩音，2007)、訊息來源等。網路閱讀介面影響閱讀的舒適度外，更影響閱讀理解程度，討論閱讀介面包文字圖畫動畫文與背景色彩(林淑惠，2006)。而除了網路閱讀介面的設計外，介面的使用口碑與知名度亦可能影響青少年的閱讀行為。閱讀載具方面，則有家用電腦、筆記型電腦、手機行動上網、電子閱讀器等多種選擇。在網路文本類型方面，則提供網路常見的六種文本，包括新聞、雜誌、小說、漫畫、文章及電子書等，並且提供問卷自由填答欄位，讓受試者充分分享網路閱讀經驗。在網路文本主題方面，主要依據 2004 年台北市立圖書館「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究」問卷選項與各閱讀網站常用分類類目而編定，為求選項完整，並提供「其

他」選項，讓受試者直接在問卷上分享其不同於選項的個人興趣主題。

貳、 研究構面與題項對照

本研究工具分人口特性、網路休閒閱讀動機、網路休閒閱讀行為三大部分，問卷第 1 題為提供受試者填寫參加抽獎電子郵件的題項，第 35 題是受試者提供建議的留言題項，各研究構面與問卷題項對照如表 3-3-1 說明。

表 3-3-1 研究構面與題項對照

人口背景構面		題項
人口特性		2.性別 3.學校 4.年級 5.就讀職科類別 6.7.父母職業 8.9.父母教育程度 10.你是否曾上網閱讀？ 11.未曾上網閱讀原因
網路休閒閱讀 動機構面		題項
能力及效能信念	效能 挑戰	12-1.網路閱讀比紙本閱讀來的輕鬆 12-2.我對自己搜尋網路作品的的能力具有信心 12-3.雖然網路作品參差不齊，但我相信自己有能力篩選過濾 12-4.除輕鬆作品，我會嘗試閱讀較艱深的網路作品 12-5. 在網路上我會嘗試閱讀各種不同主題作品 12-6.我希望自己除了網路閱讀，也會試著網路寫作
	逃避	12-7.如果家人不贊成，我會選擇放棄網路閱讀 12-8. 我覺得網路閱讀會佔用太多時間，所以我不上網閱讀 12-9. 網路作品良莠不齊，所以我不上網閱讀
成就價值及目標 內部動機	好奇 投入 重要	13-1.網路閱讀可以滿足我追求流行的慾望 13-2.我喜歡利用網路閱讀來吸收新知 13-3.我喜歡利用網路閱讀來掌握時事 13-4.我在網路閱讀時，經常會忘了時間 13-5.我每天至少花 30 分鐘上網閱讀有興趣的作品 13-6.上網閱讀小說漫畫，容易讓人成癮，不可自拔 13-7.如果沒有上網閱讀的經驗就太落伍了 13-8.閱讀網路新聞最能掌握時事動態 13-9.網路閱讀是我的重要休閒活動之一

網路休閒閱讀 動機構面	成分	題項
成就價值及目標 外部動機	認可 競爭	14-1.我喜歡別人說我上網閱讀的能力不錯 14-2.透過網路超連結，我可以找到更多相關主題的作品來閱讀 14-3.我喜歡蒐集並保留好的網路作品 14-4.大量閱讀網路作品讓自己有比別人厲害的感覺 14-5.經常閱讀網路作品可以讓我在同學面前覺得很有成就感 14-6.網路閱讀讓我說話的內容比別人豐富
社會因素	分享 歸屬	15-1.點閱率是我選擇網路作品的重要參考 15-2.我經常會轉寄網路作品給友人 15-3.我經常對網路論壇或部落格文章做出回應 15-4.觀看別人對網路作品的回應，是一種愉快的經驗 15-5.分享網路閱讀心得，可以結交更多朋友 15-6.網路閱讀可以讓我找到寄託
網路休閒閱讀 行為構面	子構面	題項
網路閱讀環境	來源 時間 地點 頻率	16.你持續網路閱讀已有多久時間？ 17.你最常取得網路閱讀資料的訊息來源為何？ 18.你最常在哪個地點上網閱讀？ 19.你最常何時上網閱讀？ 20.你每次上網閱讀會持續多久時間？ 21.你進行網路閱讀的頻率為何？
文本類型	新聞 雜誌 小說 漫畫 文章 電子書	22.請提供你各類網路作品之閱讀頻率 網路新聞： 電子雜誌： 網路漫畫： 網路小說： 網路文章(如 blog、BBS、臉書上的文章等)： 網路電子書： 23.請選擇你花最多時間上網閱讀的網路作品。
文本主題	新聞主題 雜誌主題 小說主題 漫畫主題 漫畫主題 電子書主題	24.請選出你最喜愛上網閱讀的新聞主題： 25.請選出你最喜愛上網閱讀的雜誌主題： 26.請選出你最喜愛上網閱讀的小說主題： 27.請選出你最喜愛上網閱讀的漫畫主題： 28.請選出你最喜愛上網閱讀的漫畫主題： 29.請選出你最喜愛上網閱讀的電子書主題：
閱讀介面	搜尋引擎 閱讀網站 社群網站 網路論壇 部落格 電子郵件 BBS RSS	30.你最常透過哪種途徑進行網路閱讀？ 31.你最常瀏覽的 1~3 種閱讀網站：
閱讀載具 其他	電腦 電子閱讀器 行動裝置	32.你主要是透過何種硬體載具來進行網路閱讀？ 33.你是否有過購買電子書的經驗？ 34.你認為你在紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀大約各占多少比例？ 35.歡迎針對本問卷提供建議或分享

第四節 研究實施及資料處理

壹、研究實施

一、文獻探討與分析

就國內外有關高職生的網路休閒閱讀動機與行為研究及閱讀相關理論基礎，進行文獻探討與分析，包含圖書、期刊論文、學位論文、會議論文、調查報告與網路相關資訊等來源，採用適合的論點與做法，作為調查研究高職生網路休閒閱讀動機與行為的依據。

二、編製高職生的網路休閒閱讀動機與行為問卷

(一) 在網路休閒閱讀動機部分，主要參考宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩(2003)檢測國小五、六年級及國一學生的閱讀動機量表的三構面與十一個分量表，修訂編制適合高職生的網路休閒閱讀動機量表，作為主要研究工具，以檢測網路休閒閱讀動機各個構面及分量的差異情形。問卷的衡量方式採用李克特氏(Likert)四點尺度量表，為等距尺度(interval scale)，從「非常同意」、「同意」、「不同意」、「非常不同意」各以4、3、2、1代表其衡量值。

(二) 在網路休閒閱讀行為部分，本研究採取閱讀行為主要包含閱讀的次數、頻率、數量與廣度等行為(劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷，2003、黃家瑩，2006、趙維玲，2002)的論點，加上休閒觀點與網路閱讀異於紙本閱讀的特徵，而以閱讀環境、閱讀介面、閱讀載具、閱讀文本類型、閱讀文本主題等五個層面，進行高職生網路休閒閱讀行為同質性的探討；各閱讀文本類型、閱讀文本主題相關的問題答題選項，乃參考2004年台北市立圖書館「臺北市閱讀風氣及市民閱讀型態之研究」與各閱讀網站常用分類類目。

三、 實問卷調查預試

藉由本研究者任教學校的電腦課程相關老師協助，提供學生進行網路問卷填寫，實問卷預試。

- (一) **預試對象：**本研究者商請任教學校的老師共計三位，各提供資料處科、廣告設計科及資訊科學生一個班級人數，利用電腦相關課程，於電腦教室進行網路問卷填寫，共計104名學生。
- (二) **預試時間：**民國九十九年十月十八日至十月二十六日止。

四、 修正預試問卷

依據預試結果，採建構效度分析，以修正問卷效度。所謂建構效度分析，乃指量表能測驗理論的概念或特質之程度。本研究參考閱讀相關主題的問卷工具，發展出適合本研究的高職生網路休閒閱讀動機與行為問卷，為考驗網路休閒閱讀動機量表的建構效度，在預試結束後，利用統計軟體 SPSS 18.0 進行探索性的因素分析檢驗，以符合應具備的問卷效度，依據建構效度之因素分析結果，修正問卷後，確認正式問卷。

(一) 預試效度分析

所謂效度(validity)是指一個測驗能夠測到該測驗所欲測心理或行為特質到何種程度。本研究之動機量表採用建構效度(construct validity)，以實際測量分數解釋動機特質，結果得到能力及效能信念、成就價值與目標內部動機、成就價值與目標外部動機、社會等四項構面之成分：在能力及效能信念構面取得效能與挑戰、逃避共兩個成分；在成就價值與目標內部動機構面下合併好奇與投入與重要共一個成分、在成就價值與目標外部動機構面下合併認可與競爭共一個成分；在社會構面下合併分享與歸屬共一個成分。透過KMO值，檢視動機量

表各成分解釋量，KMO指標值介於0至1之間，KMO值在0.6以上，因素分析適切性是普通的，0.7以上是適中的，0.8以上是良好的，0.9以上是極佳的。本動機量表各成分之萃取皆達KMO值0.6與0.7以上，屬於普通與適中程度，適合解釋各個動機程度。分析結果再經過受試者的建議，修改部分問項用語，以貼近學生認知，例如，題13-1「我喜歡別人說我是網路閱讀高手」修改為「我喜歡別人說我上網閱讀的能力不錯」、題13-3「我喜歡收集網路作品」修改為「我喜歡蒐集並保留好的網路作品」、題13-4「大量閱讀網路作品可以讓自己有贏過別人的感覺」修改為「大量閱讀網路作品會讓自己有比別人厲害的感覺」、題13-6「網路閱讀讓我說話比別人更有點子」修改為「網路閱讀讓我說話的內容比別人豐富」等。

(二) 預試信度分析

所謂信度(reliability)即量表的可靠性或穩定性，是指測驗分數的特性或測量的結果，而非指測驗或測量工具本身。量表的信度愈高，代表量表愈穩定。在態度量表法常用的考驗信度的方法為L.J.Cronbach的 α 係數， α 係數是內部一致性的函數，也是試題間相互關聯程度的函數。關於信度值的建議標準， $0.65 < \alpha$ 係數 < 0.70 是最小可接受值； $0.7 < \alpha$ 係數 < 0.8 是相當好； $0.8 < \alpha$ 係數 < 0.9 是非常好。本動機量表四個構面經檢定 α 係數皆為0.7與0.8以上，整體 α 係數達0.9以上，亦即本問卷整體信度達到非常好程度。

五、實施正式問卷施測

經效信度分析後，修正調整問卷用語，編制正式問卷調查，並透過各高職學校教學組、實習研究組及圖書館窗口，尋找有意願協助的電腦老師，由研究者透過電子郵件，說明問卷目的及填寫注意事項後，請各校協助的老師於課堂約十五分鐘時間，實施正式網路問卷調查。

- (一) 正式施測對象：台北市十八所公私立高職學校學生，共計1806名。
- (二) 施測時間：民國九十九年十一月十五日至十二月一日
- (三) 正式施測後因素分析：依據正式施測結果，檢驗網路休閒閱讀動機量表
的效信度，方法同預試問卷檢測作法。

六、人口變項說明

本研究之調查問卷統計乃針對 1,200 份有上網閱讀行為的有效樣本之性別、職科別、家庭社經地位等三項人口變項，與網路休閒閱讀動機及行為進行人口間差異與同質性分析。關於家庭社經地位計算方式是將父母親各自職業別乘以七，加上教育別乘以四，得到的總值取較高者做為家庭社經地位值，再就 1,200 分樣本的家庭社經地位值分為高低社經地位二部分。性別、職科別及家庭社經地位之次數分配百分比如表 3-4-1 至表 3-4-3 所示。

表 3-4-1 網路閱讀性別分布

	人數	百分比
女	596	49.7
男	604	50.3
總和	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 3-4-2 網路閱讀職科別分布

職科別	上網閱讀
工業類	374
商業類	733
家事類	47
綜高	45
藝術	1
總計	1,200

資料來源：本研究整理

表 3-4-3 網路閱讀家庭社經地位分布

	人數	百分比
低社經	718	60.0
高社經	482	40.0
總和	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

七、正式施測量表效信度

(一) 效度分析

根據正式施測結果，進行網路休閒閱讀動機量表因素分析，以「主成分分析法」抽取動機成分，抽取過程中，因題目過少，造成量表因素無法分化，觀察取樣適切性量數(KMO 值)與解說總變異量的平方和負荷量萃取累積解釋量，得到能力及效能信念、成就價值與目標內部動機、成就價值與目標外部動機、社會等四項構面之成分：在能力及效能信念構面取得效能與挑戰、逃避共兩個成分；在成就價值與目標內部動機構面取得好奇與投入與重要共一個成分、成就價值與目標外部動機構面取得認可與競爭共一個成分；在社會構面取得分享與歸屬共一個成分。本動機量表各成分之萃取皆達 KMO 值 0.7 與 0.8 以上，屬於適中與良好程度，適合解釋各個動機程度，分析結果如各表所示。

1. 能力及效能信念

採主成分分析加以萃取，得到效能與挑戰、逃避二個成分，KMO 值為 0.746，解說總變異量的平方和負荷量萃取累積達到 55.021% 的解釋量，詳見表 3-4-4、3-4-5。

2. 成就價值與目標-內部動機

採主成分分析加以萃取，得到好奇及投入及重要共一個成分，KMO 值為 0.836，解說總變異量的平方和負荷量萃取累積達到 42.309% 的解釋量，詳見表

3-4-6、3-4-7。

3. 成就價值與目標-外部動機

採主成分分析加以萃取，得到認可及競爭共一個成分，KMO 值為 0.805，解說總變異量的平方和負荷量萃取累積達到 55.625%的解釋量，詳見表 3-4-8、3-4-9。

4. 社會因素

採主成分分析加以萃取，得到分享及歸屬共一個成分，KMO 值為 0.812，解說總變異量的平方和負荷量萃取累積達到 49.477%的解釋量，詳見表 3-4-10、3-4-11。

表 3-4-4 KMO 與 Bartlett 檢定- 效能與挑戰、逃避

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。	.746
Bartlett 球形 近似卡方分配	3154.041
檢定 自由度	36
顯著性	.000

資料來源：本研究整理

表 3-4-5 網路休閒閱讀動機樣式矩陣^a- 效能與挑戰、逃避

	成分	
	效能與 挑戰	逃避
12-4 除了輕鬆作品,我會嘗試閱讀較艱深的網路 作品	.739	
12-2 我對自己搜尋網路作品的的能力具有信心	.731	
12-3 雖然網路作品參差不齊,但我相信自己有能 力篩選過濾	.723	
12-5 在網路上我會嘗試閱讀各種不同主題作品	.712	
12-6 我希望自己除了會網路閱讀,也會試著網路 寫作	.529	
12-1 網路閱讀比紙本閱讀來的輕鬆	.436	
12-9 網路作品良莠不齊,所以我不上網閱讀		.903
12-8 我覺得網路閱讀會佔用太多時間,所以我 不上網閱讀		.897
12-7 如果家人不贊成,我會選擇放棄網路閱讀		.836

萃取方法：主成分分析。

旋轉方法：旋轉方法：含 Kaiser 常態化的 Oblimin 法。

a.轉軸收斂於 4 個疊代。

資料來源：本研究整理

表 3-4-6 KMO 與 Bartlett 檢定- 好奇及投入及重要

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。	.836
Bartlett 球形檢定	3363.867
近似卡方分配	
自由度	36
顯著性	.000

資料來源：本研究整理

表 3-4-7 網路休閒閱讀動機成分矩陣^a- 好奇及投入及重要

	成分
	好奇及投入及重要
13-2.我喜歡利用網路閱讀來吸收新知	.752
13-3.我喜歡利用網路閱讀來掌握時事	.747
13-9.網路閱讀是我的重要休閒活動之一	.700
13-1.網路閱讀可以滿足我追求流行的慾望	.670
13-5.我每天至少花 30 分鐘上網閱讀有興趣的作品	.663
13-8.閱讀網路新聞最能掌握時事動態	.655
13-7.如果沒有上網閱讀的經驗就太落伍了	.595
13-4.我在網路閱讀時，經常會忘了時間	.583
13-6.上網閱讀小說漫畫，容易讓人成癮，不可自拔	.428

萃取方法：主成分分析。 a.萃取了 1 個成分。

資料來源：本研究整理

表 3-4-8 KMO 與 Bartlett 檢定- 認可及競爭

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。	.805
Bartlett 球形檢定	3040.816
近似卡方分配	
自由度	15
顯著性	.000

資料來源：本研究整理

表 3-4-9 網路休閒閱讀動機成分矩陣^a- 認可及競爭

	成分
	認可及競爭
14-4.大量閱讀網路作品會讓自己有比別人厲害的感覺	.828
14-5.經常閱讀網路作品可以讓我在同學面前覺得很有成就感	.819
14-6.網路閱讀讓我說話的內容比別人豐富	.757
14-1.我喜歡別人說我上網閱讀的能力不錯	.745
14-2.透過網路超連結，我可以找到更多相關主題的作品來閱讀	.662
14-3.我喜歡蒐集並保留好的網路作品	.643

萃取方法：主成分分析。 a.萃取了 1 個成分。

資料來源：本研究整理

表 3-4-10 KMO 與 Bartlett 檢定- 分享及歸屬

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。	.812
Bartlett 球形檢定 近似卡方分配	1979.588
自由度	15
顯著性	.000

資料來源：本研究整理

表 3-4-11 網路休閒閱讀動機成分矩陣^a- 分享及歸屬

	成分
	分享及歸屬
15-3.我經常對網路論壇或部落格文章做出回應	.775
15-5.分享網路閱讀心得，可以結交更多朋友	.767
15-6.網路閱讀可以讓我找到寄託	.743
15-4.觀看別人對網路作品的回應，是一種愉快的經驗	.731
15-2.我經常會轉寄網路作品給友人	.669
15-1.點閱率是我選擇網路作品的重要參考	.495

a.萃取了 1 個成分。萃取方法：主成分分析。

資料來源：本研究整理

(二) 信度分析

本網路休閒閱讀動機量表經過內在信度分析得到以下結果：在能力及效能信念構面下的效能與挑戰成分測得 Cronbach's alpha 值為 0.712，逃避成分測得 Cronbach's alpha 值為 0.855；在成就價值與目標內部動機構面下的好奇與投入與重要成分測得 Cronbach's alpha 值為 0.814；在成就價值與目標外部動機的認可與競爭成分測得 Cronbach's alpha 值為 0.839；在社會構面下分享與歸屬成分測得 Cronbach's alpha 值為 0.787；最後在總量表內部信度測得 Cronbach's alpha 值為 0.902。以上各構面成分測得的 Cronbach α 值皆達 0.7 以上，對於測量單一概念，屬於相當好的範圍。

貳、資料處理

針對本研究問題，採用統計軟體SPSS 18.0進行資料分析處理，在網路休閒閱讀動機方面，分別使用描述性統計分析、T檢定方法進行資料分析；網路休閒閱讀行為方面進行次數分配、卡方檢定分析。人口背景方面，主要包含性別、職科別、家庭社經地位等人口統計變數，藉以說明樣本的基本特性。透過各項資料處理分析方法，整理如表3-4-12所示。

表 3-4-12 樣本資料分析處理

研究問題	資料分析處理
一、高職生進行網路休閒閱讀動機與行為之現況為	描述性統計量；次
二、不同人口變項的高職生在網路休閒閱讀動機上的	T 檢定
三、不同人口變項的高職生在網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題上的同質性為何？	卡方檢定

資料來源：本研究整理

一、敘述統計分析

採用敘述統計法當中的描述性統計量分析，觀察各網路休閒閱讀動機構面的平均數分布情形；另外採用敘述統計分析法當中的次數分配表，針對受試者人口背景與網路休閒閱讀行為，計算其次數分配，以了解高職生進行網路休閒閱讀行為的分布情形。

二、T 檢定

本研究之人口變項在性別、職科別與家庭社經地位等皆分為二群組，適合採比較平均數法當中的獨立樣本 T 檢定，信賴區間設為 95%，以了解不同人口變項的高職生在網路休閒閱讀動機上的差異情形。

三、卡方檢定

透過卡方檢定分別檢定不同人口變項與網路休閒閱讀行為是否具有顯著差異性。在人口背景方面，分性別、職科別、家庭社經地位等自變項，針對各項網路休閒閱讀行為採比較平均數法當中的單因子變異數分析，在顯著性 $p < 0.05$ ，且調整後殘差絕對值 > 1.96 者，表示群組間有顯著差異，若 $p \geq 0.05$ 則無差異。

第四章 研究結果

本研究旨在調查高職生之網路休閒閱讀動機與行為，並分析人口背景與網路休閒閱讀動機與行為之關聯。本章以回收之 1,200 份有效樣本，利用統計軟體 SPSS 18.0 進行統計，分析方法主要包括描述統計、次數統計、T 檢定、卡方檢定等。

第一節 高職生網路休閒閱讀動機分析結果

本研究之閱讀動機量表主要是依據 Wigfield,A.,& Guthrie,J.T (1995)、Wigfield(1997)、Baker & Wigfield(1999)製定之閱讀動機量表(Motivations for Reading Questionnaire, MRQ)，經劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷(2003)等人編修，並參考方子華(2004)、李素足(1999)、林宏祥(2005)、黃家瑩(2006)、董潔如(2002)、楊期泰(2002)、蕭銘鈞 (1998)等人研究加以修訂。量表主要區分為能力及效能信念、成就價值與目標內在動機、成就價值與目標外在動機、社會因素等四項構面，而四項構面分別包括了效能、挑戰、逃避、好奇、投入、重要、認可、競爭、分享、歸屬等十項成分。透過因素分析後，得到四項構面及五項成分。本研究參酌劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷(2003)對於動機成分的解釋定義，就所獲得之本高職生網路休閒閱讀動機量表的五項動機成分說明如下：

一、「能力及效能信念」構面包含「效能與挑戰」、「逃避」二成分。「效能」是指對自己能成功閱讀的信念，能控制閱讀的勝任感；「挑戰」是精熟吸取文本複雜概念的滿意度及閱讀艱澀內容的意願；「逃避」是面對閱讀時避免投入，盡可能讀得愈少愈好。

二、「成就價值與目標內在動機」構面則整合「好奇、投入、重要」為一成分。「好奇」指對特定閱讀主題的興趣，對有趣學習的渴望並建構新主題於先備知識上；「投入」是透過主觀工作價值與正向情感的美感享受而忘我地投入閱讀中；「重要」是主觀地視閱讀為重要的工作價值。

三、「成就價值與目標外在動機」構面整合「認可與競爭」為一成分。「認可」乃視成功的閱讀就是獲得實際能力或目標達成；「競爭」則是在閱讀中勝過別人的渴望。

四、「社會因素」構面包含「分享與歸屬」一成分。「分享與歸屬」是與同儕、朋友或家人分享或透過追求閱讀意義而能成為某社群一員的過程。本研究採以上成分解釋，編修適合高職生的調查用語與適合網路休閒閱讀特性的題項，以形成本研究量表，施測後予以統計分析。

高職生網路休閒閱讀動機取向之分析結果如表 4-1-1 所列，在能力及效能信念構面下的「效能與挑戰」動機的平均數為 3.05 分，顯示調查對象偏向「同意」態度；在能力及效能信念構面下的「逃避」動機的平均數為 1.94 分，偏向「不同意」與「非常不同意」之間；在成就價值與目標的內部動機(包含好奇與投入與重要)的平均數為 3.02 分，偏向「同意」態度；在成就價值與目標的外部動機(包含認可與競爭)的平均數為 2.96 分，偏向「同意」；在社會因素的「分享與歸屬」動機的平均數為 2.90 分，偏向「同意」態度。

表 4-1-1 網路休閒閱讀動機敘述統計

動機構面：成分	平均數	標準差
能力及效能信念：效能與挑戰	3.05	0.50
成就價值與目標：內部動機的 好奇與投入與重要	3.02	0.53
成就價值與目標：外部動機的 認可與競爭	2.96	0.58
社會：分享與歸屬	2.90	0.59
能力及效能信念：逃避	1.94	0.74

註：本研究動機量表中各題項以同意程度區分為 1-4 分，
1 分為「非常不同意」、「不同意」為 2 分、「同意」為 3 分、
「非常同意」為 4 分。

資料來源：本研究整理

整體而言，高職生在網路休閒閱讀動機上，偏向為了提升自我效能、喜歡接受挑戰、好奇心驅使、樂於投入、認為網路休閒閱讀很重要等面向動機。而其並不會為了家人的反對或網路文本的艱澀等現實問題而放棄上網進行休閒閱讀。顯示高職生的網路休閒閱讀動機深具正向積極意義，網路休閒閱讀已融入日常生活當中。

第二節 高職生網路休閒閱讀行為分析結果

就網路休閒閱讀行為面向，本研究主要分析項目包括網路休閒閱讀經驗、訊息來源、時間與地點、各類文本閱讀頻率、喜愛的網路文本主題、取用途徑、閱讀載具、購買電子書經驗、紙本與網路休閒閱讀比例等。

壹、網路休閒閱讀經驗

依據表 4-2-1 所示，約 7 成的調查對象有一年以上的網路休閒閱讀經驗，近 4 成有 3 年以上經驗，顯示多數調查對象從事網路休閒閱讀已有一段時間。

貳、 網路休閒閱讀訊息來源

依據表 4-2-2 所示，訊息來源在無意間發現與同儕／網友推薦等二項占了 72.1%，此二者較屬於非正式來源，顯示高職生偏向以自主的方式取得網路休閒閱讀素材，而同儕的影響力也不容忽視。就 27.9% 較正式的來源中，師長推薦比例僅有 4.1%，而圖書館推薦的比例不到 1%，遠低於不熟識的網站推薦。

參、 上網休閒閱讀地點

依據表 4-2-3 所示，95.8% 高職生以家中為最主要上網休閒閱讀地點，顯示高職生很少在校進行休閒閱讀。此外，值得注意的是，在圖書館上網休閒閱讀的比例不到 1%，顯示在網路休閒閱讀的空間選擇上，圖書館的重要性相對偏低。也由於上網地點的限制，可能多少會影響到其上網休閒閱讀的行為，例如家長對網路休閒閱讀的態度，將影響受試者上網休閒閱讀的行為(顏美鳳, 2002、馮秋萍, 1998、黃家瑩, 2006)。

肆、 最常上網休閒閱讀時段

依據表 4-2-4 所示，8 成以上的調查對象利用週休假日與平日放學後至晚上十點上網休閒閱讀，符合一般休閒活動的利用時段。

伍、 每次上網休閒閱讀持續時間

依據表 4-2-5 所示，每次上網休閒閱讀持續時間 1 小時以內者占 40.7%，1-2 小時者占 32.2%，2 小時以上者占 27.1%，每次閱讀時間不算長，但也有長時間閱讀的學生。徐祥修(2009)認為高職生花在課外閱讀時間，平均每天集中在一小時以內，閱讀數量以一個月六本以內為最多，閱讀頻率以一星期 2~3 次為最多。

陸、上網休閒閱讀頻率

依據表 4-2-6 所示，有 65.9% 的調查對象採經常上網休閒閱讀，頻率頗高，亦即有上網休閒閱讀的高職生當中，6 成以上是經常性地透過網路休閒閱讀，藉以達到休閒目的。

柒、網路文本閱讀頻率

依據表 4-2-7、4-2-8、4-2-9、4-2-10、4-2-11 所示，採次數分配，調查各種網路文本的閱讀頻率，在網路新聞部分，有 67.4% 的學生經常上網休閒閱讀新聞，頻率高居六種文本首位，顯見學生對訊息掌握度是立即與新穎的；在網路雜誌部分，雖然只有 8.8% 採每天閱讀，22.4% 採每週一~三次經常閱讀，28.1% 採偶而每二週一次閱讀，21.9% 每月一次閱讀，然以期刊出版刊期來看，周刊出版間隔也要一周的時間，故排除 18.8% 的未曾閱讀比例，共有 81.2% 的受試者喜歡閱讀網路雜誌文本，是屬於閱讀頻率高的文本，亦即高職生喜歡看網路雜誌；在網路漫畫部分，37.7% 的學生經常上網休閒閱讀漫畫，頻率屬於中等程度；在網路小說部分，37.6% 的學生經常上網休閒閱讀小說，頻率屬於中等程度；在網路文章部分，59.8% 的學生經常上網休閒閱讀文章，頻率頗高。故得知網路雜誌、網路新聞與網路文章是本調查對象在各種網路文本閱讀頻率上，最頻繁的三項。顯示學生在網路休閒閱讀需求方面，是偏向即時、嘗鮮、短篇幅及較少反覆思索的淺閱讀。

捌、網路電子書閱讀頻率與主題交叉分析

依據表 4-2-12 分析，本調查對象上網休閒閱讀電子書頻率頗為偏低，22.8% 很少閱讀（每月一次），且有近 3 成未曾閱讀過電子書，顯見電子書尚未造成流行。但另一方面，卻有 9% 的學生每天閱讀及 16.2% 的學生經常閱讀（每週一~三次），於是進一步與電子書主題交叉分析，得到表 4-2-13 結果，即每天或

經常上網休閒閱讀電子書的 302 個人當中，閱讀偏向小說(占 43%)與娛樂休閒(占 18.2%)主題，顯見閱讀長篇幅的作品，仍還是局限在小說的範疇，網路休閒閱讀呈現多元面貌，但並未改變高職生對小說的熱衷。綜合第柒、捌項分析所述，發現高職生上網經常閱讀新聞及文章，偶而閱讀線上雜誌，看小說與漫畫的人數各占 3 成多，閱讀電子書的情形則還不夠普及。經常閱讀的電子書則偏向小說與娛樂休閒主題。

玖、喜愛的網路文本主題

表 4-2-14 統計花最多時間閱讀的文本，以新聞占 27.9%及小說占 22.3%為首。與前項上網經常閱讀新聞及文章的不同處，在於時間的長度與次數頻率的不同，閱讀小說需要花多一點時間，而新聞則是經常閱讀也是花最多時間閱讀的文本，以上發現實屬合理範圍。表 4-2-15 至 4-2-20 分析各種文本主題受歡迎的情況。最喜愛的新聞主題以娛樂與社會新聞為主，體育動態及消費/流行其次；最喜愛的雜誌主題以流行/服飾/美容與影音娛樂為主；最喜愛的小說主題以都市/言情及科幻/玄幻/奇幻為主；最喜愛的漫畫主題以戀愛生活與滑稽搞笑為主；最喜愛的文章主題以親情/友情/愛情與生活隨筆/日記為主，搞笑其次；最喜愛的電子書主題方面，多數很少看電子書，就算看，也是以小說與休閒娛樂為主，基本上就是不看較”正經”的電子書。值得說明的是前面探討網路雜誌閱讀頻率時，選擇「未曾閱讀過」有 18.8%，本題探討最喜愛的雜誌主題，選擇「未曾閱讀過」則有 11.8%，少了 7%，研判是受到本題選項多樣性之吸引，而造成本題選擇「未曾閱讀過」的人數略為減少。

壹拾、網路休閒閱讀途徑、硬體載具、購買電子書的經驗、紙本與網路休閒閱讀比例

依據表 4-2-21 分析結果，以「無意間發現」與「社群網站」為主要網路休

閒閱讀途徑，與前項探討網路休閒閱讀資訊來源結果符合，「無意間發現」需透過搜尋網站取得，「社群網站」亦即與「同儕、網友推薦」一致。在硬體載具方面，依據表 4-2-22 分析結果，8 成以上使用家用電腦，這與前項分析有 9 成以上的高職生以家中為主要上網休閒閱讀地點，是有符合的。在購買電子書方面，依據表 4-2-23 分析結果，有 9 成以上人數是沒有經驗的，顯然休閒類的電子書內容尚待建置與推廣。而在紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例方面，依據表 4-2-24 分析結果，有 6 成以上認同網路休閒閱讀，雖然紙本閱讀為主，網路休閒閱讀為輔占 33.2% ，而網路休閒閱讀為主，紙本閱讀為輔占 27.3%，但兩者各占一半有 32.7%，已隱含高職生對網路休閒閱讀的重視。

表 4-2-1 網路休閒閱讀經驗人數分配

網路休閒閱讀經驗	人數	百分比
1~6 個月內	269	22.4
5 年以上	244	20.3
1~2 年內	209	17.4
2~3 年內	162	13.5
3~4 年內	114	9.5
6 個月~1 年內	105	8.8
4~5 年內	97	8.1
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-2 網路休閒閱讀訊息來源人數分配

訊息來源	人數	百分比
無意間發現	510	42.5
同儕／網友推薦	355	29.6
網站推薦	178	14.8
媒體報導	61	5.1
老師推薦	40	3.3
其他	36	3.0
父母推薦	10	0.8
圖書館推薦	10	0.8
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-3 最常上網休閒閱讀地點人數分配

上網休閒閱讀地點	人數	百分比
家中	1149	95.8
網咖	21	1.8
學校電腦教室	12	1.0
其他	9	0.8
校外圖書館	7	0.6
學校圖書館	2	0.2
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-4 最常上網休閒閱讀時段人數分配

上網休閒閱讀時段	人數	百分比
週休假日	553	46.1
平日放學後~晚上十點	440	36.7
平日晚上十點以後	105	8.8
其他	56	4.7
平日課堂休息時間	46	3.8
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-5 每次上網休閒閱讀持續時間人數分配

上網休閒閱讀持續時間	人數	百分比
30 分鐘~1 小時以內	289	24.1
3 小時(含)以上	211	17.6
30 分鐘以內	199	16.6
1 小時半~2 小時以內	197	16.4
1 小時~1 小時半以內	190	15.8
2 小時~3 小時以內	114	9.5
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-6 上網休閒閱讀頻率人數分配

上網休閒閱讀頻率	人數	百分比
經常（每週一~三次）	481	40.1
偶而（每二週一次）	312	26.0
每天	309	25.8
很少（每月一次）	98	8.2
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-7 網路新聞閱讀頻率人數分配

網路新聞閱讀頻率	人數	百分比
經常閱讀（每週一~三次）	405	33.8
每天閱讀	403	33.6
偶而閱讀（每二週一次）	241	20.1
很少閱讀（每月一次）	116	9.7
未曾閱讀	35	2.9
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-8 網路雜誌閱讀頻率人數分配

網路雜誌閱讀頻率	人數	百分比
偶而閱讀（每二週一次）	337	28.1
經常閱讀（每週一~三次）	269	22.4
很少閱讀（每月一次）	263	21.9
未曾閱讀	225	18.8
每天閱讀	106	8.8
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-9 網路漫畫閱讀頻率人數分配

網路漫畫閱讀頻率	人數	百分比
經常閱讀（每週一~三次）	316	26.3
很少閱讀（每月一次）	296	24.7
偶而閱讀（每二週一次）	254	21.2
未曾閱讀	197	16.4
每天閱讀	137	11.4
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-10 網路小說閱讀頻率人數分配

網路小說閱讀頻率	人數	百分比
偶而閱讀（每二週一次）	324	27.0
經常閱讀（每週一~三次）	296	24.7
很少閱讀（每月一次）	272	22.7
每天閱讀	155	12.9
未曾閱讀	153	12.8
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-11 網路文章閱讀頻率人數分配

網路文章閱讀頻率	人數	百分比
經常閱讀（每週一~三次）	468	39.0
偶而閱讀（每二週一次）	312	26.0
每天閱讀	249	20.8
很少閱讀（每月一次）	115	9.6
未曾閱讀	56	4.7
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-12 網路電子書閱讀頻率人數分配

網路電子書閱讀頻率	人數	百分比
未曾閱讀	342	28.5
偶而閱讀（每二週一次）	283	23.6
很少閱讀（每月一次）	273	22.8
經常閱讀（每週一~三次）	194	16.2
每天閱讀	108	9.0
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-13 每天或經常上網休閒閱讀電子書主題人數分配

電子書主題	人數	百分比
小說	130	43.0
休閒娛樂	55	18.2
文學(非小說)	14	4.6
藝術(音樂、美術、設計)	14	4.6
心理/勵志	13	4.3
自然科學	10	3.3
其他	9	3.0
飲食/美容/服飾/生活	9	3.0
觀光旅遊	9	3.0
未曾閱讀過	8	2.6
電腦應用	8	2.6
社會人文	5	1.7
宗教/哲學	4	1.3
繪本/童書	4	1.3
工程/農工漁牧礦業	2	0.7
中外史地	2	0.7
行銷企管廣告	2	0.7
財經投資	2	0.7
語言學習	1	0.3
醫療/衛生 /保健	1	0.3
總計	302	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-14 花最多時間閱讀的文本人數分配

花最多時間閱讀的文本	人數	百分比
新聞	335	27.9
小說	268	22.3
文章	261	21.8
漫畫	260	21.7
雜誌	47	3.9
其他	16	1.3
電子書	13	1.1
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-15 最喜愛的新聞主題人數分配

最喜愛的新聞主題	人數	百分比
娛樂／追星	357	29.8
國際／社會	250	20.8
體育動態	170	14.2
消費／流行	157	13.1
藝文活動	101	8.4
其他	53	4.4
未曾閱讀過	39	3.3
財經／政治	37	3.1
醫藥／家庭／生活	36	3.0
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-16 最喜愛的雜誌主題人數分配

最喜愛的雜誌主題	人數	百分比
流行／服飾／美容	289	24.1
影音娛樂	286	23.8
未曾閱讀過	141	11.8
運動休閒	77	6.4
電腦通訊	74	6.2
新聞時事	68	5.7
文學／藝術	56	4.7
美食／養生／保健	45	3.8
汽車／機車	27	2.3
旅遊／史地	27	2.3
自然科學	24	2.0
其他	19	1.6
社會人文	17	1.4
語言學習	15	1.3
軍事／法律／政治	10	0.8
財經投資／企管行銷	9	0.8
居家／裝潢／雜貨	8	0.7
建築／設計	8	0.7
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-17 最喜愛的小說主題人數分配

最喜愛的小說主題	人數	百分比
都市／言情	266	22.2
科幻／玄幻／奇幻	251	20.9
恐怖驚悚	150	12.5
未曾閱讀過	125	10.4
懸疑／推理	108	9
同人	71	5.9
歷史／武俠	70	5.8
其他	60	5
競技／游戰／軍事	50	4.2
情色	49	4.1
總計	1,200	100

資料來源：本研究整理

表 4-2-18 最喜愛的漫畫主題人數分配

喜愛的漫畫主題	人數	百分比
戀愛生活	221	18.4
滑稽搞笑	185	15.4
未曾閱讀過	184	15.3
熱血機戰	122	10.2
魔法奇幻	111	9.3
其他	63	5.3
科幻未來	55	4.6
恐怖驚悚	50	4.2
純情少女	48	4.0
武俠經典	47	3.9
體育競技	47	3.9
推理懸疑	41	3.4
耽美人生	26	2.2
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-19 最喜愛的文章主題人數分配

最喜愛的文章主題	人數	百分比
親情／友情／愛情	326	27.2
生活隨筆／日記	317	26.4
搞笑	215	17.9
校園記趣	91	7.6
勵志／人生哲理	84	7.0
未曾閱讀過	52	4.3
情色	47	3.9
其他	46	3.8
古典作品	22	1.8
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-20 最喜愛的電子書主題人數分配

最喜愛的電子書主題	人數	百分比
小說	351	29.3
未曾閱讀過	327	27.3
休閒娛樂	171	14.3
飲食／美容／服飾／生活	57	4.8
藝術(音樂、美術、設計)	53	4.4
心理／勵志	48	4.0
觀光旅遊	31	2.6
文學(非小說)	27	2.3
自然科學	27	2.3
電腦應用	26	2.2
其他	19	1.6
繪本／童書	19	1.6
社會人文	8	0.7
宗教／哲學	7	0.6
語言學習	7	0.6
工程／農工漁牧礦業	5	0.4
財經投資	5	0.4
行銷／企管／廣告	4	0.3
醫療／衛生／保健	4	0.3
中外史地	3	0.3
藝術	1	0.1
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-21 網路休閒閱讀最常使用途徑人數分配

最常使用途徑	人數	百分比
搜尋網站 (如：yahoo、google)	524	43.7
社群網站(如：無名小站、臉書、 松鼠窩)	335	27.9
部落格	104	8.7
網路論壇(如：台灣深藍、微風論壇)	95	7.9
閱讀網站(如：小說閱讀網、udn 數 位閱讀網)	73	6.1
其他	37	3.1
BBS	19	1.6
電子郵件	11	0.9
RSS	2	0.2
總計	1,200	100

資料來源：本研究整理

表 4-2-22 網路休閒閱讀主要硬體載具人數分配

硬體載具	人數	百分比
家用電腦	1,008	84.0
筆記電腦	164	13.7
平板電腦(如 IPAD 等)	9	0.8
掌上電腦(如 PDA 等)	8	0.7
可上網手機	6	0.5
其他	3	0.3
電子書閱讀器(如 Kindle，金盾機等)	2	0.2
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-23 電子書購買經驗人數分配

購買電子書	人數	百分比
無	1086	90.5
有	114	9.5
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

表 4-2-24 紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例人數分配

紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀	人數	百分比
紙本閱讀為主，網路休閒閱讀為輔	398	33.2
兩者各占一半	392	32.7
網路休閒閱讀為主，紙本閱讀為輔	327	27.3
完全以網路休閒閱讀為主	60	5.0
完全以紙本閱讀為主	20	1.7
其他	3	0.3
總計	1,200	100.0

資料來源：本研究整理

第三節 人口背景與網路休閒閱讀動機差異分析結果

本研究問題之自變項為二分類別變項，例如性別分男女二群組、職類科分工業類與商業類二群組、家庭社經地位分高低二群組，而依變相則是網路休閒閱讀動機，為連續變項，適合利用獨立樣本 T 檢定，來進行兩個群體平均數的差異檢定。

壹、性別與網路休閒閱讀動機差異分析

透過檢視變異數相等的 Levene 法顯著水準，未達 0.05 者，應假設變異數相等，有達 0.05 者，則不假設變異數相等，加上獨立樣本檢定的顯著性判斷，依組別統計量平均數高低，參考表 4-3-1、4-3-2，比較性別與網路休閒閱讀動機的差異性結果為：

- 一、在能力及效能信念的效能及挑戰動機成分上，男生顯著高於女生。
- 二、在能力及效能信念的逃避動機成分上，男生顯著高於女生。
- 三、在能力及效能信念整體構面上，男生顯著高於女生。
- 四、在成就價值及目標內部動機上、成就價值及目標外部動機上，男女生皆無顯著差異。

五、 在社會因素的分析與歸屬動機成分上，男生顯著高於女生。

就以上分析結果推測男生在網路休閒閱讀動機方面較女生積極，且自認有較好的網路休閒閱讀效能，願意接受艱澀內容的「挑戰」，但卻也容易因為家人不贊成，或網路作品良莠不齊，而選擇不上網休閒閱讀。同時，追求同儕、家人與社群的「分享與歸屬」勝於女生。

表 4-3-1 組別統計量- 性別與網路休閒閱讀動機差異

動機構面：成分	性別	平均數的標			
		人數	平均數	標準差	準誤
能力及效能信念：效能、挑戰	男	604	3.03	.493	.020
	女	596	2.89	.390	.016
能力及效能信念：逃避	男	604	2.05	.803	.033
	女	596	1.87	.557	.023
成就價值及目標- 內部動機：好奇、投入、重要	男	604	3.00	.486	.020
	女	596	2.95	.438	.018
成就價值及目標- 外部動機：認可、競爭	男	604	2.93	.539	.022
	女	596	2.82	.490	.020
社會因素：分享、歸屬	男	604	2.85	.561	.023
	女	596	2.72	.462	.019

資料來源：本研究整理

表 4-3-2 獨立樣本檢定- 性別與網路休閒閱讀動機差異

		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
動機構面：成分		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
能力及效能信念：效能、挑戰	假設變異數相等	18.765	.000							
	不假設變異數相等			5.320	1144.258	.000	.136	.026	.086	.187
能力及效能信念：逃避	假設變異數相等	53.830	.000							
	不假設變異數相等			4.432	1074.562	.000	.177	.040	.098	.255
能力及效能信念	假設變異數相等	75.327	.000							
	不假設變異數相等			6.383	1014.241	.000	.157	.025	.108	.205
成就價值及目標內部動機：好奇、投入、重要	假設變異數相等	3.052	.081	2.076	1198	.038	.056	.027	.003	.108
	不假設變異數相等									
成就價值及目標外部動機：認可、競爭	假設變異數相等	1.687	.194	3.576	1198	.000	.106	.030	.048	.165
	不假設變異數相等									
社會因素：分享、歸屬	假設變異數相等	13.679	.000							
	不假設變異數相等			4.516	1160.777	.000	.134	.030	.076	.192

資料來源：本研究整理

貳、職科別與網路休閒閱讀動機差異分析

透過檢視變異數相等的 Levene 法顯著水準，未達 0.05 者，應假設變異數相等，有達 0.05 者，則不假設變異數相等。依組別統計量平均數高低，加上獨立樣本檢定的顯著性判斷，參考表 4-3-3、4-3-4，比較職科別與網路休閒閱讀動機的差異性結果為：在能力及效能信念的效能及挑戰動機成分上、能力及效能信念的逃避動機成分上、能力及效能信念構面上、成就價值及目標內部動機上、成就價值及目標外部動機上、社會因素上，工業類科與商業類科學生皆無顯著差異。推測本研究強調休閒閱讀概念，與受試者所學的職科別較無相關，影響有限。

表 4-3-3 組別統計量- 職科別與網路休閒閱讀動機差異

動機構面：成分	職科別	平均數的標			
		人數	平均數	標準差	準誤
能力及效能信念： 效能、挑戰	工業類科	374	2.98	.462	.024
	商業類科	733	2.96	.444	.016
能力及效能信念： 逃避	工業類科	374	2.02	.695	.036
	商業類科	733	1.93	.707	.026
能力及效能信念	工業類科	374	2.50	.433	.022
	商業類科	733	2.45	.438	.016
成就價值及目標 內部動機：好奇、 投入、重要	工業類科	374	2.96	.447	.023
	商業類科	733	3.01	.472	.017
成就價值及目標 外部動機： 認可、競爭	工業類科	374	2.90	.520	.027
	商業類科	733	2.88	.522	.019
社會因素： 分享、歸屬	工業類科	374	2.81	.528	.027
	商業類科	733	2.80	.513	.019

資料來源：本研究整理

表 4-3-4 獨立樣本檢定- 職科別與網路休閒閱讀動機差異

動機構面：成分		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
能力及效能信念：效能、挑戰	假設變異數相等 不假設變異數相等	.262	.609	.822	1105	.412	.024	.029	-.033	.080
能力及效能信念：逃避	假設變異數相等 不假設變異數相等	.636	.425	1.796	1105	.073	.080	.045	-.007	.168
能力及效能信念	假設變異數相等 不假設變異數相等	.000	.997	1.868	1105	.062	.052	.028	-.003	.106
成就價值及目標內部動機：好奇、投入、重要	假設變異數相等 不假設變異數相等	1.031	.310	-1.567	1105	.117	-.046	.029	-.104	.012
成就價值及目標-外部動機：認可、競爭	假設變異數相等 不假設變異數相等	.033	.857	.406	1105	.684	.013	.033	-.052	.078
社會因素：分享、歸屬	假設變異數相等 不假設變異數相等	.405	.524	.353	1105	.724	.012	.033	-.053	.076

資料來源：本研究整理

參、社經地位與網路休閒閱讀動機差異分析

透過檢視變異數相等的 Levene 法顯著水準，未達 0.05 者，應假設變異數相等，有達 0.05 者，則不假設變異數相等。依組別統計量平均數高低，加上獨

立樣本檢定的顯著性判斷，參考表 4-3-5、4-3-6，比較家庭社經地位與網路休閒閱讀動機的差異性結果為：在能力及效能信念的效能及挑戰動機成分上、能力及效能信念的逃避動機成分上、能力及效能信念構面上、成就價值及目標內部動機上、成就價值及目標外部動機上、社會因素上，高低家庭社經地位學生皆無顯著差異。推測因為網路資源的開放與自由，讓受試者不受到家庭社經地位的局限而有閱讀動機上的落差。

表 4-3-5 組別統計量- 社經地位與網路休閒閱讀動機

動機構面：成分	社經地位	平均數的標			
		人數	平均數	標準差	準誤
能力及效能信念： 效能、挑戰	低	718	2.95	.433	.016
	高	482	2.97	.474	.022
能力及效能信念： 逃避	低	718	1.94	.679	.025
	高	482	1.99	.723	.033
能力及效能信念	低	718	2.45	.416	.016
	高	482	2.48	.456	.021
成就價值及目標 內部動機：好奇、 投入、重要	低	718	2.97	.452	.017
	高	482	2.99	.481	.022
成就價值及目標 外部動機：認可、競爭	低	718	2.88	.503	.019
	高	482	2.88	.539	.025
社會因素： 分享、歸屬	低	718	2.78	.500	.019
	高	482	2.80	.545	.025

資料來源：本研究整理

表 4-3-6 獨立樣本檢定- 社經地位與網路休閒閱讀動機

		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
動機構面：成分		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
能力及效能信念：效能、挑戰	假設變異數相等 不假設變異數相等	3.083	.079	-.774	1198	.439	-.021	.026	-.072	.031
能力及效能信念：逃避	假設變異數相等 不假設變異數相等	1.156	.282	-1.212	1198	.226	-.050	.041	-.130	.031
能力及效能信念	假設變異數相等 不假設變異數相等	2.182	.140	-1.378	1198	.168	-.035	.025	-.085	.015
成就價值及目標內部動機：好奇、投入、重要	假設變異數相等 不假設變異數相等	1.216	.270	-.582	1198	.561	-.016	.027	-.069	.038
成就價值及目標外部動機：認可、競爭	假設變異數相等 不假設變異數相等	.670	.413	-.020	1198	.984	-.001	.030	-.060	.059
社會因素：分享、歸屬	假設變異數相等 不假設變異數相等	3.153	.076	-.673	1198	.501	-.021	.031	-.080	.039

資料來源：本研究整理

第四節 人口背景與網路休閒閱讀行為、文本類型、 本主題同質性分析結果

本節利用卡方檢定，以交叉列聯表分析性別、職科別、家庭社經地位等人口變項在閱讀行為上的同質性，觀察顯著性機率值 $p < 0.05$ 且與調整後殘差絕對值 > 1.96 者，則群組間有顯著差異， $p \geq 0.05$ 則群組間無顯著差異。調查問卷的第 25 題(最喜愛上網閱讀的雜誌主題)、第 29 題(最喜愛上網閱讀的電子書主題)、第 30 題(網路閱讀途徑)由於選項數目過多，造成列聯表細格過多，細格期望值也有很多小於 5 的情況，若進行卡方分析將有所偏誤，因此在這幾題僅於第一節進行描述性統計而不進行卡方同質性檢定。

壹、性別與網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題的同質性 分析結果

一、性別與網路休閒閱讀行為同質性分析

本段主要分析性別與網路休閒閱讀經驗、訊息來源、地點、時段、持續時間、頻率、硬體載具、購買電子書經驗、紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例等閱讀行為同質性，藉以了解性別影響程度。

(一) 性別與網路休閒閱讀經驗

列聯表 4-4-1 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(6) = 12.414$ ， $p = .053$ ，結果顯示，男女生在網路休閒閱讀經驗上的反應為同質，也就是性別之間並沒有顯著差異，亦即男女學生的網路休閒閱讀經驗是相類似的。

(二) 性別與網路休閒閱讀訊息來源

列聯表 4-4-2 中有兩格(14.3%)的期望次數少於 5，仍可進行卡方檢定， $\chi^2(6) = 22.160$ ， $p = .001$ ，結果顯示，男女生在網路休閒閱讀作品訊息來源上的反應不同質，也就是男女之間有顯著差異。檢視調整後殘差值發現，男生在老師推

薦及圖書館推薦上的比例顯著高於女生，顯示男生較重視資訊正式管道，師長仍具有某種程度的影響力。

(三) 性別與網路休閒閱讀地點

列聯表 4-4-3 中有 4 格(40%)的期望次數少於 5，因此進行 Fisher's exact test， $p=.027$ ，代表性別之間有顯著差異。檢視調整後殘差值發現，女生在家中的比例顯著高於男生，男生在網咖的比例顯著高於女生，顯示男女生主要都在家上網休閒閱讀，而男生除了在家上網休閒閱讀外，網咖是第二選擇。

(四) 性別與網路休閒閱讀時段

列聯表 4-4-4 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(3) = 10.064$ ， $p=.018$ ，結果顯示，性別在上網休閒閱讀時段上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在平日課堂休息時間的比例顯著高於女生，合理推測男生於下課時間較善於利用學校電腦教室或圖書館資訊設備等資源。

(五) 性別與網路休閒閱讀持續時間

列聯表 4-4-5 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(5) = 30.312$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在每次上網休閒閱讀持續時間上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，女生在 1 小時半~2 小時以內的比例顯著高於男生，男生在 30 分鐘以內的比例顯著高於女生，顯示女生較容易沉浸在閱讀當中，男生則較屬於瀏覽式的閱讀者。

(六) 性別與網路休閒閱讀頻率

列聯表 4-4-6 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(3) = 9.884$ ， $p=.020$ ，結果顯示，性別在網路休閒閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生每天上網休閒閱讀的比例顯著高於女生，女生每二週一次的比例高於男生。

(七) 性別與網路休閒閱讀的硬體載具

列聯表 4-4-7 中有 8 格(66.7%)的期望次數小於 5，因此進行 Fisher's exact test， $p=.127$ ，代表性別在網路休閒閱讀硬體載具上的反應為同質，也就是性別之間並沒有顯著差異。上網的硬體載具，不論男女生，都是以家用電腦為主，證實上網休閒閱讀主要地點是在家中。其次不分男女，都有一成以上人數使用筆記電腦上網休閒閱讀。另外使用上網手機、掌上電腦、平板電腦、電子書閱讀器的人數很少，顯示行動上網的習慣尚未建立。

(八) 性別與購買電子書經驗

列聯表 4-4-8 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(1) = 9.460$ ， $p=.002$ ，結果顯示，性別在是否有過購買電子書上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生選”有”的比例顯著高於女生，女生選”無”的比例顯著高於男生，推測男生可能較有電子書的概念，且知道如何使用。

(九) 性別與紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例

列聯表 4-4-9 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 20.668$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在完全以網路休閒閱讀為主、網路休閒閱讀為主，紙本閱讀為輔的比例顯著高於女生，女生在紙本閱讀為主，網路休閒閱讀為輔的比例顯著高於男生，顯示男生較多偏向網路休閒閱讀，而女生多偏向紙本休閒閱讀。

表 4-4-1 性別與網路休閒閱讀經驗交叉表

		網路休閒閱讀經驗							
		1~2 年內	1~6 個 月內	2~3 年內	3~4 年內	4~5 年內	5 年以 上	6 個月 ~1 年內	總計
性別 男	人數	108	150	76	49	40	120	61	604
	百分比	51.7%	55.8%	46.9%	43%	41.2%	49.2%	58.1%	50.3%
	調整後殘差	.4	2.0	-.9	-1.7	-1.9	-.4	1.7	
女	人數	101	119	86	65	57	124	44	596
	百分比	48.3%	44.2%	53.1%	57%	58.8%	50.8%	41.9%	49.7%
	調整後殘差	-.4	-2.0	.9	1.7	1.9	.4	-1.7	
總計	人數	209	269	162	114	97	244	105	1,200
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-2 性別與網路休閒閱讀訊息來源交叉表

		網路休閒閱讀訊息來源							
		同儕／							
		父母 推薦	網友推 薦	老師 推薦	媒體 報導	無意間 發現	圖書館 推薦	網站 推薦	總計
性別 男	人數	6	178	30	36	243	9	79	581
	百分比	60%	50.1%	75%	59%	47.6%	90%	44.4%	49.9%
	調整後 殘差	.6	.1	3.2	1.5	-1.4	2.5	-1.6	
女	人數	4	177	10	25	267	1	99	583
	百分比	40%	49.9%	25%	41%	52.4%	10%	55.6%	50.1%
	調整後 殘差	-.6	-.1	-3.2	-1.5	1.4	-2.5	1.6	
總計	人數	10	355	40	61	510	10	178	1164
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-3 性別與網路休閒閱讀地點交叉表

		上網休閒閱讀地點						
		校外圖		學校電腦		學校圖	總計	
		家中	書館	網咖	教室	書館		
性別	男	人數	568	5	16	8	2	599
		百分比	49.4%	71.4%	76.2%	66.7%	100%	50.3%
		調整後殘差	-3.1	1.1	2.4	1.1	1.4	
女	人數	581	2	5	4	0	592	
		百分比	50.6%	28.6%	23.8%	33.3%	%	49.7%
		調整後殘差	3.1	-1.1	-2.4	-1.1	-1.4	
總計	人數	1149	7	21	12	2	1191	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-4 性別與網路休閒閱讀時段交叉表

		上網休閒閱讀時段					
		平日放學				總計	
		後~晚上十 點	平日晚上 十點以後	平日課堂 休息時間	週休假 日		
性別	男	人數	220	55	33	264	572
		百分比	50%	52.4%	71.7%	47.7%	50%
		調整後殘差	.0	.5	3.0	-1.5	
女	人數	220	50	13	289	572	
		百分比	50%	47.6%	28.3%	52.3%	50%
		調整後殘差	.0	-5	-3.0	1.5	
總計	人數	440	105	46	553	1144	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-5 性別與網路休閒閱讀持續時間交叉表

		上網休閒閱讀持續時間						
		1 小時 ~1 小時 半以內	1 小時半 ~2 小時 以內	2 小時 ~3 小時 以內	30 分鐘 ~1 小時 以內	30 分 鐘以內	3 小時 (含)以 上	總計
性別 男	人數	88	78	53	141	130	114	604
	百分比	46.3%	39.6%	46.5%	48.8%	65.3%	54%	50.3%
	調整後 殘差	-1.2	-3.3	-.9	-.6	4.6	1.2	
女	人數	102	119	61	148	69	97	596
	百分比	53.7%	60.4%	53.5%	51.2%	34.7%	46%	49.7%
	調整後 殘差	1.2	3.3	.9	.6	-4.6	-1.2	
總計	人數	190	197	114	289	199	211	1,200
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-6 性別與網路休閒閱讀頻率交叉表

		上網休閒閱讀頻率				
		很少 (每月 每天	偶而 (每二 一次)	經常 (每週 週一次)	一~三次)	總計
性別 男	人數	171	46	136	251	604
	百分比	55.3%	46.9%	43.6%	52.2%	50.3%
	調整後殘差	2.0	-.7	-2.8	1.0	
女	人數	138	52	176	230	596
	百分比	44.7%	53.1%	56.4%	47.8%	49.7%
	調整後殘差	-2.0	.7	2.8	-1.0	
總計	人數	309	98	312	481	1,200
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-7 性別與網路休閒閱讀的硬體載具交叉表

		硬體載具						
		平板電腦 可上網 手機	(如 IPAD 等)	家用 電腦	掌上電腦 (如 PDA 等)	筆記 電腦	電子書閱 讀器(如 Kindle, 金 庸機等)	總計
性別 男	人數	5	6	504	7	81	1	604
	百分比	83.3%	66.7%	50%	87.5%	49.4%	50%	50.5%
	調整後殘差	1.6	1.0	-.7	2.1	-.3	.0	
女	人數	1	3	504	1	83	1	593
	百分比	16.7%	33.3%	50%	12.5%	50.6%	50%	49.5%
	調整後殘差	-1.6	-1.0	.7	-2.1	.3	.0	
總計	人數	6	9	1008	8	164	2	1197
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-8 性別與購買電子書經驗交叉表

		購買電子書的經驗		
		有	無	總計
性別 男	人數	73	531	604
	百分比	64%	48.9%	50.3%
	調整後殘差	3.1	-3.1	
女	人數	41	555	596
	百分比	36%	51.1%	49.7%
	調整後殘差	-3.1	3.1	
總計	人數	114	1086	1,200
	百分比	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-9 性別與紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例交叉表

		紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例					
		完全以紙本閱讀為主	完全以網路休閒閱讀為主	兩者各占一半	紙本閱讀為主，網路休閒閱讀為輔	網路休閒閱讀為主，紙本閱讀為輔	總計
性別 男	人數	14	38	191	173	186	602
	百分比	70%	63.3%	48.7%	43.5%	56.9%	50.3%
	調整後殘差	1.8	2.1	-.8	-3.3	2.8	
女	人數	6	22	201	225	141	595
	百分比	30%	36.7%	51.3%	56.5%	43.1%	49.7%
	調整後殘差	-1.8	-2.1	.8	3.3	-2.8	
總計	人數	20	60	392	398	327	1197
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

二、性別與網路休閒閱讀文本類型同質性分析

(一) 性別與網路新聞閱讀頻率

列聯表 4-4-10 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 33.610$ ， $p=.000$ ，結果顯示，男女生在網路新聞閱讀頻率上的反應有顯著差異，檢視調整後殘差值發現，男生在未曾閱讀、每天閱讀的比例上顯著大於女生，女生在偶而閱讀及經常閱讀上的比例顯著大於男生，顯示男生大多非常重視網路新聞，女生有空便會上網讀新聞。

(二) 性別與網路雜誌閱讀頻率

列聯表 4-4-11 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 6.975$ ， $p=.137$ ，結果顯示，男女生在網路雜誌閱讀頻率上的反應為同質，也就是性別之間並沒有顯著差異，亦即網路雜誌閱讀頻率不受性別影響。

(三) 性別與網路漫畫閱讀頻率

列聯表中 4-4-12 所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 144.63$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在網路漫畫閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在每天閱讀及經常閱讀（每週一~三次）的比例顯著高於女生，女生在未曾閱讀及很少閱讀（每月一次）的比例顯著高於男生，顯示多數男生喜歡上網休閒閱讀漫畫，而女生卻較少喜歡上網休閒閱讀漫畫。

(四) 性別與網路小說閱讀頻率

列聯表 4-4-13 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 28.060$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在網路小說閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在未曾閱讀及每天閱讀的比例顯著高於女生，女生在經常閱讀（每週一~三次）的比例顯著高於男生，顯示男生當中有一定比例的人不看網路小說，但也有一定比例的人採每天看網路小說；女生則是較多採每週一~三次經常閱讀網路小說。

(五) 性別與網路文章閱讀頻率

列聯表 4-4-14 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 13.540$ ， $p=.009$ ，結果顯示，性別在網路文章閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在未曾閱讀的比例顯著高於女生，顯示較多男生比女生不愛看網路文章。

(六) 性別與網路電子書閱讀頻率

列聯表 4-4-15 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 28.678$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在網路電子書閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在每天閱讀的比例顯著高於女生，女生在未曾閱讀及偶而閱讀（每二週一次）的比例顯著高於男生，顯示男生較女生愛看網路電子書，女生則是較少看或根本不看網路電子書。

(七) 性別與花最多時間閱讀的文本

列聯表 4-4-16 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(5) = 106.111$ ， $p = .000$ ，結果顯示，性別在花最多時間上網休閒閱讀的網路文本上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在新聞、漫畫的比例顯著高於女生，女生在小說、文章的比例顯著高於男生，也就是男生比女生愛看網路新聞、網路漫畫，女生比男生愛看網路小說、網路文章。

表 4-4-10 性別與網路新聞閱讀頻率交叉表

		網路新聞閱讀頻率					總計
		未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一 ~三次)	
性別 男	人數	24	242	58	98	182	604
	百分比	68.6%	60%	50%	40.7%	44.9%	50.3%
	調整後殘差	2.2	4.8	-.1	-3.4	-2.7	
女	人數	11	161	58	143	223	596
	百分比	31.4%	40%	50%	59.3%	55.1%	49.7%
	調整後殘差	-2.2	-4.8	.1	3.4	2.7	
總計	人數	35	403	116	241	405	1,200
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-11 性別與網路雜誌閱讀頻率交叉表

			網路雜誌閱讀頻率					
			未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一 ~三次)	總計
性別 男	人數		104	64	138	162	136	604
	百分比		46.2%	60.4%	52.5%	48.1%	50.6%	50.3%
	調整後殘差		-1.4	2.2	.8	-1.0	.1	
女	人數		121	42	125	175	133	596
	百分比		53.8%	39.6%	47.5%	51.9%	49.4%	49.7%
	調整後殘差		1.4	-2.2	-.8	1.0	-.1	
總計	人數		225	106	263	337	269	1,200
	百分比		100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-12 性別與網路漫畫閱讀頻率交叉表

			網路漫畫閱讀頻率					
			未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一 ~三次)	總計
性別 男	人數		63	104	90	136	211	604
	百分比		32%	75.9%	30.4%	53.5%	66.8%	50.3%
	調整後殘差		-5.6	6.4	-7.9	1.2	6.8	
女	人數		134	33	206	118	105	596
	百分比		68%	24.1%	69.6%	46.5%	33.2%	49.7%
	調整後殘差		5.6	-6.4	7.9	-1.2	-6.8	
總計	人數		197	137	296	254	316	1,200
	百分比		100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-13 性別與網路小說閱讀頻率交叉表

			網路小說閱讀頻率					
			未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱 讀（每月 一次）	偶而閱 讀（每二 週一次）	經常閱 讀（每週 一~三 次）	總計
性別 男	人數		92	102	128	151	131	604
	百分比		60.1%	65.8%	47.1%	46.6%	44.3%	50.3%
	調整後殘差		2.6	4.1	-1.2	-1.6	-2.4	
女	人數		61	53	144	173	165	596
	百分比		39.9%	34.2%	52.9%	53.4%	55.7%	49.7%
	調整後殘差		-2.6	-4.1	1.2	1.6	2.4	
總計	人數		153	155	272	324	296	1,200
	百分比		100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-14 性別與網路文章閱讀頻率交叉表

			網路文章閱讀頻率					
			未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱 讀（每月 一次）	偶而閱 讀（每二 週一次）	經常閱 讀（每週 一~三 次）	總計
性別 男	人數		40	124	65	153	222	604
	百分比		71.4%	49.8%	56.5%	49%	47.4%	50.3%
	調整後殘差		3.2	-.2	1.4	-.5	-1.6	
女	人數		16	125	50	159	246	596
	百分比		28.6%	50.2%	43.5%	51%	52.6%	49.7%
	調整後殘差		-3.2	.2	-1.4	.5	1.6	
總計	人數		56	249	115	312	468	1,200
	百分比		100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-15 性別與網路電子書閱讀頻率交叉表

		網路電子書閱讀頻率						
		未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱 讀 (每月 一次)	偶而閱 讀 (每二 週一次)	經常閱讀 (每週一 ~三次)	總計	
性別 男	人數	154	76	139	125	110	604	
	百分比	45%	70.4%	50.9%	44.2%	56.7%	50.3%	
	調整後殘差	-2.3	4.4	.2	-2.4	1.9		
女	人數	188	32	134	158	84	596	
	百分比	55%	29.6%	49.1%	55.8%	43.3%	49.7%	
	調整後殘差	2.3	-4.4	-.2	2.4	-1.9		
總計	人數	342	108	273	283	194	1,200	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-16 性別與花最多時間閱讀的文本交叉表

		花最多時間閱讀的文本						
		小說	文章	新聞	電子書	漫畫	雜誌	總計
性別 男	人數	108	81	189	8	188	21	595
	百分比	40.3%	31%	56.4%	61.5%	72.3%	44.7%	50.3%
	調整後殘差	-3.7	-7.0	2.7	.8	8.1	-.8	
女	人數	160	180	146	5	72	26	589
	百分比	59.7%	69%	43.6%	38.5%	27.7%	55.3%	49.7%
	調整後殘差	3.7	7.0	-2.7	-.8	-8.1	.8	
總計	人數	268	261	335	13	260	47	1184
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

三、性別與網路休閒閱讀文本主題同質性分析

(一) 性別與最喜愛的新聞主題

列聯表 4-4-17 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(7) = 175.609$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在最喜愛上網休閒閱讀的新聞主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在未曾閱讀、財經／政治及體育動態的比例顯著高於女生，女生在娛樂／追星、消費／流行及藝文活動的比例顯著高於男生，顯示男生較為關心財經／政治及體育動態，女生較為關心娛樂／追星、消費／流行及藝文活動等話題，性別的差異在此明顯嶄露。

(二) 性別與最喜愛的小說主題

列聯表 4-4-18 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(8) = 244.896$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在最喜愛上網休閒閱讀的小說主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在科幻／玄幻／奇幻、情色、歷史／武俠及競技／游戰／軍事的比例顯著高於女生，女生在同人、都市／言情的比例顯著高於男生，顯示男生閱讀網路小說的興趣較女生多元與廣泛。

(三) 性別與最喜愛的漫畫主題

列聯表 4-4-19 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(11) = 297.412$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在最喜愛上網休閒閱讀的漫畫主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，男生在武俠經典、科幻未來、熱血機戰、魔法奇幻及體育競技的比例顯著高於女生，女生在未曾閱讀、純情少女、耽美人生、戀愛生活的比例顯著高於男生，顯示男女生閱讀網路漫畫的興趣，符合社會認知與觀感。

(四) 性別與最喜愛的文章主題

列聯表 4-4-20 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(7) = 106.463$ ， $p=.000$ ，結果顯示，性別在最喜愛上網休閒閱讀的文章主題上的表現有差異，檢視調整

後殘差值發現，男生在未曾閱讀過、情色及搞笑的比例顯著高於女生，女生在親情／友情／愛情的比例顯著高於男生。與前項最喜愛的小說主題對照，發現男生在情色主題的網路休閒閱讀較多於女生，值得家庭與教育行政單位重視。

表 4-4-17 性別與最喜愛的新聞主題交叉表

		最喜愛的新聞主題								
		未曾 閱讀 過	娛樂 ／追 星	消費 ／流 行	財經 ／政 治	國際 ／社 會	醫藥／ 家庭／ 生活	藝文 活動	體育 動態	總計
性別 男	人數	30	123	58	28	140	18	35	149	581
	百分比	76.9%	34.5%	36.9%	75.7%	56%	50%	34.7%	87.6%	50.7%
	調整後 殘差	3.3	-7.4	-3.7	3.1	1.9	-1	-3.4	10.5	
女	人數	9	234	99	9	110	18	66	21	566
	百分比	23.1%	65.5%	63.1%	24.3%	44%	50%	65.3%	12.4%	49.3%
	調整後 殘差	-3.3	7.4	3.7	-3.1	-1.9	.1	3.4	-10.5	
總計	人數	39	357	157	37	250	36	101	170	1147
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-18 性別與最喜愛的小說主題交叉表

		最喜愛的小說主題										
		未曾閱 讀過	同人	科幻／玄 幻／奇幻	恐怖驚 悚	情色	都市／ 言情	歷史／ 武俠	懸疑／ 推理	競技／游 戰／軍事	總計	
性 別	男 人數	68	23	163	77	40	48	61	53	49	582	
	百分比	54.4%	32.4%	64.9%	51.3%	81.6%	18%	87.1%	49.1%	98%	51.1%	
	調整後 殘差	.8	-3.2	5.0	.1	4.4	-12.3	6.2	-.4	6.8		
女	人數	57	48	88	73	9	218	9	55	1	558	
	百分比	45.6%	67.6%	35.1%	48.7%	18.4%	82%	12.9%	50.9%	2%	48.9%	
	調整後 殘差	-.8	3.2	-5.0	-.1	-4.4	12.3	-6.2	.4	-6.8		
總計	人數	125	71	251	150	49	266	70	108	50	1140	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-19 性別與最喜愛的漫畫主題交叉表

		最喜愛的漫畫主題												
		未曾 閱讀	武俠 經典	科幻 未來	恐怖 驚悚	純情 少女	耽美 人生	推理 懸疑	滑稽 搞笑	熱血 機戰	魔法 奇幻	戀愛 生活	體育 競技	總計
性 別	男 人數	53	42	44	25	11	4	24	102	104	76	45	43	573
	百分比	28.8%	89.4%	80%	50%	22.9%	15.4%	58.5%	55.1%	85.2%	68.5%	20.4%	91.5%	50.4%
	調整後 殘差	-6.4	5.5	4.5	-.1	-3.9	-3.6	1.1	1.4	8.1	4.0	-9.9	5.8	
女	人數	131	5	11	25	37	22	17	83	18	35	176	4	564
	百分比	71.2%	10.6%	20%	50%	77.1%	84.6%	41.5%	44.9%	14.8%	31.5%	79.6%	8.5%	49.6%
	調整後 殘差	6.4	-5.5	-4.5	.1	3.9	3.6	-1.1	-1.4	-8.1	-4.0	9.9	-5.8	
總計	人數	184	47	55	50	48	26	41	185	122	111	221	47	1137
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-20 性別與最喜愛的文章主題交叉表

			最喜愛的文章主題								總計
			未曾 古典 作品	生活隨 閱讀 過	隨 筆／日 記	校園 記趣	情色	搞笑	愛情	親情／ 勵志／ 友情／ 人生哲 理	
性 別	男	人數	15	35	152	52	39	149	104	41	587
		百分比	68.2%	67.3%	47.9%	57.1%	83%	69.3%	31.9%	48.8%	50.9%
		調整後 殘差	1.6	2.4	-1.2	1.2	4.5	6.0	-8.1	-0.4	
女		人數	7	17	165	39	8	66	222	43	567
		百分比	31.8%	32.7%	52.1%	42.9%	17%	30.7%	68.1%	51.2%	49.1%
		調整後 殘差	-1.6	-2.4	1.2	-1.2	-4.5	-6.0	8.1	0.4	
總計		人數	22	52	317	91	47	215	326	84	1154
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

貳、職科別與網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題的同質性分析結果

一、職科別與網路休閒閱讀行為分析

本段主要分析職科別與網路休閒閱讀經驗、訊息來源、地點、時段、持續時間、頻率、硬體載具、購買電子書經驗、紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例等閱讀行為同質性，藉以了解職科別影響程度。

(一) 職科別與網路休閒閱讀經驗

列聯表 4-4-21 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(6) = 15.240$ ， $p = .018$ ，結果顯示，職科別在已持續上網休閒閱讀時間上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，商業類科在 5 年以上的比例顯著高於工業類科，工業類科在 6 個月~1 年內的比例顯著高於商業類科，顯示商業類科學生較工業類科學生具有更多

的網路休閒閱讀經驗。推測商業類科學生在國中時期已有上網休閒閱讀的習慣，上了高職後，加上課程多與電腦資訊相關，有較多機會接觸網路資源，導致有較多上網休閒閱讀經驗。

(二) 職科別與網路休閒閱讀訊息來源

列聯表 4-4-22 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(6) = 9.417$ ， $p=.151$ ，結果顯示，職科別在網路休閒閱讀訊息來源上的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即網路休閒閱讀訊息來源不受職科別影響。

(三) 職科別與最常上網休閒閱讀地點

列聯表 4-4-23 中有 5 格(50%)的期望次數少於 5，因此進行 Fisher's exact test， $p=.257$ ，代表職科別之間同質，也就是無顯著差異，亦即上網休閒閱讀地點不受職科別影響。

(四) 職科別與最常上網休閒閱讀時段

列聯表 4-4-24 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(3) = 10.064$ ， $p=.018$ ，結果顯示，職科別在上網休閒閱讀時段上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，商業類科在平日晚上十點以後的比例顯著高於工業類科，顯示商科學生較多在夜間上網休閒閱讀。

(五) 職科別與每次上網休閒閱讀持續時間

列聯表 4-4-25 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(5) = 5.263$ ， $p=.385$ ，結果顯示，職科別在每次上網休閒閱讀持續時間上的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即每次上網休閒閱讀持續時間不受職科別影響。

(六) 職科別與上網休閒閱讀頻率

列聯表 4-4-26 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(3) = 5.509$ ， $p=.138$ ，結果顯示，職科別在上網休閒閱讀頻率上的反應為同質，也就是職科別之間並沒

有顯著差異，亦即網路休閒閱讀頻率不受職科別影響。

(七) 職科別與上網休閒閱讀硬體載具

列聯表 4-4-27 中有 7 格(58.3%)的期望次數小於 5，因此進行 Fisher's exact test， $p=.881$ ，代表職科別在網路休閒閱讀硬體載具上的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即上網休閒閱讀硬體載具不受職科別影響。

(八) 職科別與購買電子書的經驗

列聯表 4-4-28 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(1) = .101$ ， $p=.751$ ，結果顯示，職科別在是否有過購買電子書的經驗上的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即購買電子書的經驗不受職科別影響。

(九) 職科別與紙本及網路休閒閱讀比例

列聯表 4-4-29 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 2.570$ ， $p=.632$ ，結果顯示，職科別在紙本與網路休閒閱讀比例上的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即紙本與網路休閒閱讀比例不受職科別影響。

表 4-4-21 職科別與網路休閒閱讀經驗交叉表

		網路休閒閱讀經驗								
		1~2	1~6 個	2~3 年	3~4 年	4~5 年	5 年以	6 個月~		
		年	月內	內	內	內	上	1 年內	總計	
職科 別	工業 類科	人數	70	88	57	33	24	58	44	374
		百分比	36.5	35.9	37.3	31.1	27.6	25.8	44.4	33.8
		調整後殘差	.9	.8	1.0	-.6	-1.3	-2.8	2.3	
商業 類科	商業 類科	人數	122	157	96	73	63	167	55	733
		百分比	63.5	64.1	62.7	68.9	72.4	74.2	55.6	66.2
		調整後殘差	-.9	-.8	-1.0	.6	1.3	2.8	-2.3	
總計		人數	192	245	153	106	87	225	99	1107
		百分比	100	100	100	100	100	100	100	100

表 4-4-22 職科別與網路休閒閱讀訊息來源交叉表

		網路休閒閱讀訊息來源								
		同儕／								
		父母 推薦	網友推 薦	老師 推薦	媒體 報導	無意間 發現	圖書館 推薦	網站 推薦	總計	
職科 別	工業 類科	人數	2	120	8	26	154	4	48	362
		百分比	25%	36.3%	20.5%	44.1%	33.5%	44.4%	28.7%	33.7%
		調整後 殘差	-.5	1.2	-1.8	1.7	-.2	.7	-1.5	
商業 類科		人數	6	211	31	33	306	5	119	711
		百分比	75%	63.7%	79.5%	55.9%	66.5%	55.6%	71.3%	66.3%
		調整後 殘差	.5	-1.2	1.8	-1.7	.2	-.7	1.5	
總計		人數	8	331	39	59	460	9	167	1073
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-23 職科別與最常上網休閒閱讀地點交叉表

		上網休閒閱讀地點						
		家中	校外圖書館	網咖	學校電腦教室	學校圖書館	總計	
職科 別	工業 類科	人數	358	2	8	2	2	372
		百分比	33.9%	28.6%	38.1%	16.7%	100%	33.8%
		調整後殘差	.1	-.3	.4	-1.3	2.0	
商業 類科		人數	699	5	13	10	0	727
		百分比	66.1%	71.4%	61.9%	83.3%	0.0%	66.2%
		調整後殘差	-.1	.3	-.4	1.3	-2.0	
總計		人數	1057	7	21	12	2	1099
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-24 職科別與最常上網休閒閱讀時段交叉表

		上網休閒閱讀時段					總計
		平日放學後 ~晚上十點	平日晚上 十點以後	平日課堂 休息時間	週休假日		
職科別	工業類科	人數	130	47	11	165	353
		百分比	32%	46.5%	24.4%	32.9%	33.5%
		調整後殘差	-.8	2.9	-1.3	-.4	
商業類科		人數	276	54	34	336	700
		百分比	68%	53.5%	75.6%	67.1%	66.5%
		調整後殘差	.8	-2.9	1.3	.4	
總計		人數	406	101	45	501	1053
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-25 職科別與每次上網休閒閱讀持續時間交叉表

		每次上網休閒閱讀持續時間							總計
		1 小時 ~1 小時 以內	1 小時半 ~2 小時 以內	2 小時 ~3 小時 以內	30 分鐘 ~1 小時 以內	30 分鐘 ~1 小時 以內	3 小時 (含)以上		
職科別	工業類科	人數	58	64	29	97	68	58	374
		百分比	33%	35.2%	27.4%	36.5%	37.2%	29.9%	33.8%
		調整後殘差	-.3	.4	-1.5	1.1	1.1	-1.3	
商業類科		人數	118	118	77	169	115	136	733
		百分比	67%	64.8%	72.6%	63.5%	62.8%	70.1%	66.2%
		調整後殘差	.3	-.4	1.5	-1.1	-1.1	1.3	
總計		人數	176	182	106	266	183	194	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-26 職科別與上網休閒閱讀頻率交叉表

		上網休閒閱讀頻率					總計
		很少 每天	偶爾 月一次	經常 週一次	經常 一~三次		
職科別	工業類科	人數	86	28	93	167	374
		百分比	29.6%	32.9%	32.4%	37.6%	33.8%
		調整後殘差	-1.8	-.2	-.6	2.2	
商業類科	商業類科	人數	205	57	194	277	733
		百分比	70.4%	67.1%	67.6%	62.4%	66.2%
		調整後殘差	1.8	.2	.6	-2.2	
總計		人數	291	85	287	444	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-27 職科別與主要的硬體載具交叉表

		硬體載具						總計	
		可上網 手機	平板電腦 (如 IPAD 等)	家用電 腦	掌上電腦 (如 PDA 等)	筆記電 腦	電子書閱 讀器(如 Kindle, 金 庸機等)		
職科別	工業類科	人數	1	2	316	3	51	1	374
		百分比	16.7%	22.2%	34%	42.9%	33.3%	50%	33.8%
		調整後殘差	-.9	-.7	.3	.5	-.1	.5	
商業類科	商業類科	人數	5	7	613	4	102	1	732
		百分比	83.3%	77.8%	66%	57.1%	66.7%	50%	66.2%
		調整後殘差	.9	.7	-.3	-.5	.1	-.5	
總計		人數	6	9	929	7	153	2	1106
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-28 職科別與購買電子書的經驗交叉表

			購買電子書		總計
			有	無	
職科別	工業類科	人數	36	338	374
		百分比	32.4%	33.9%	33.8%
		調整後殘差	-.3	.3	
商業類科	商業類科	人數	75	658	733
		百分比	67.6%	66.1%	66.2%
		調整後殘差	.3	-.3	
總計		人數	111	996	1107
		百分比	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-29 職科別與紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例交叉表

		紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例						
		完全以紙本閱讀為主	完全以網路休閒閱讀為主	兩者各占一半	紙本閱讀為主，網路休閒閱讀為輔	網路休閒閱讀為主，紙本閱讀為輔	總計	
職科別	工業類科	人數	8	16	115	125	108	372
		百分比	44.4%	29.6%	31.5%	34.9%	35%	33.7%
		調整後殘差	1.0	-.6	-1.1	.6	.6	
商業類科	商業類科	人數	10	38	250	233	201	732
		百分比	55.6%	70.4%	68.5%	65.1%	65%	66.3%
		調整後殘差	-1.0	.6	1.1	-.6	-.6	
總計		人數	18	54	365	358	309	1104
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

二、職科別與網路休閒閱讀文本類型

(一) 職科別與網路新聞閱讀頻率

列聯表 4-4-30 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 5.106$ ， $p=.277$ ，結果顯示，職科別的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即網路新聞閱讀頻率不受職科別影響。

(二) 職科別與網路雜誌閱讀頻率

列聯表 4-4-31 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 4.664$ ， $p=.324$ ，結果顯示，職科別的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即網路雜誌閱讀頻率不受職科別影響。

(三) 職科別與網路漫畫閱讀頻率

列聯表 4-4-32 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 28.253$ ， $p=.000$ ，結果顯示，職科別在網路漫畫閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，工業類科在經常閱讀（每週一~三次）的比例顯著高於商業科，商業類科在未曾閱讀及很少閱讀（每月一次）的比例皆顯著高於工業類科，亦即工業類科的受試者，較多喜歡看網路漫畫，商業類科有較多人不看網路漫畫，也有較多人少看網路漫畫。

(四) 職科別與網路小說閱讀頻率

列聯表 4-4-33 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 18.841$ ， $p=.001$ ，結果顯示，職科別在網路小說閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，工業類科在未曾閱讀的比例顯著高於商業類科，亦即工業類科較多不看網路小說。

(五) 職科別與網路文章閱讀頻率

列聯表 4-4-34 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 15.646$ ， $p=.004$ ，結果顯示，職科別在網路文章閱讀頻率上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，工業科在未曾閱讀、很少閱讀（每月一次）的比例顯著高於商業科，商業科在每天閱讀的比例顯著高於工業科，亦即工業類科較少閱讀網路文章，商業類科則是較多閱讀網路文章。

(六) 職科別與網路電子書閱讀頻率

列聯表 4-4-35 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = .946$ ， $p=.918$ ，結果顯示，職科別在網路電子書閱讀頻率上的反應為同質，也就是職科別之間並沒有顯著差異，亦即網路電子書閱讀頻率不受職科別影響。

(七) 職科別與花最多時間閱讀的文本

列聯表 4-4-36 中有 1 個細格(8.3%)的期望次數小於 5，仍可進行卡方檢定， $\chi^2(5) = 37.652$ ， $p=.000$ ，結果顯示，職科別在花最多時間上網休閒閱讀的文本上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，工業類科在漫畫的比例顯著高於商業類科，商業類科在小說、文章的比例顯著高於工業類科，亦即工業類科較多看漫畫，商業類科較多看小說、文章。

表 4-4-30 職科別與網路新聞閱讀頻率交叉表

		網路新聞閱讀頻率					總計	
		未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱 讀（每月 一次）	偶而閱 讀（每二 週一次）	經常閱 讀（每週 一~三 次）		
職科 別	工業 類科	人數	11	131	43	71	118	374
		百分比	37.9%	34.6%	42.6%	32%	31.4%	33.8%
		調整後殘差	.5	.4	2.0	-.6	-1.2	
商業 類科	商業 類科	人數	18	248	58	151	258	733
		百分比	62.1%	65.4%	57.4%	68%	68.6%	66.2%
		調整後殘差	-.5	-.4	-2.0	.6	1.2	
總計		人數	29	379	101	222	376	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-31 職科別與網路雜誌閱讀頻率交叉表

		網路雜誌閱讀頻率					總計	
		未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱 讀（每月一 次）	偶而閱 讀（每二週 一次）	經常閱 讀（每週一~ 三次）		
職科 別	工業 類科	人數	76	29	89	96	84	374
		百分比	38.4%	29%	36.2%	31%	33.2%	33.8%
		調整後殘差	1.5	-1.1	.9	-1.2	-.2	
商業 類科	商業 類科	人數	122	71	157	214	169	733
		百分比	61.6%	71%	63.8%	69%	66.8%	66.2%
		調整後殘差	-1.5	1.1	-.9	1.2	.2	
總計		人數	198	100	246	310	253	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-32 職科別與網路漫畫閱讀頻率交叉表

		網路漫畫閱讀頻率					總計	
		未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一~ 三次)		
職科 別	工業 類科	人數	50	51	68	76	129	374
		百分比	27.2%	38.6%	25.5%	32.5%	44.5%	33.8%
		調整後殘差	-2.1	1.3	-3.3	-.5	4.5	
商業 類科		人數	134	81	199	158	161	733
		百分比	72.8%	61.4%	74.5%	67.5%	55.5%	66.2%
		調整後殘差	2.1	-1.3	3.3	.5	-4.5	
總計		人數	184	132	267	234	290	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-33 職科別與網路小說閱讀頻率交叉表

		網路小說閱讀頻率					總計	
		未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一 ~三次)		
職科 別	工業 類科	人數	70	47	84	91	82	374
		百分比	49.6%	32%	33.3%	30.8%	30.1%	33.8%
		調整後殘差	4.3	-.5	-.2	-1.2	-1.5	
商業 類科		人數	71	100	168	204	190	733
		百分比	50.4%	68%	66.7%	69.2%	69.9%	66.2%
		調整後殘差	-4.3	.5	.2	1.2	1.5	
總計		人數	141	147	252	295	272	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-34 職科別與網路文章閱讀頻率交叉表

		網路文章閱讀頻率						
		未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一~ 三次)	總計	
職科 別	工業 類科	人數	26	63	46	95	144	374
		百分比	50%	27%	43.8%	33.6%	33.2%	33.8%
		調整後殘差	2.5	-2.5	2.3	-1	-.3	
	商業 類科	人數	26	170	59	188	290	733
		百分比	50%	73%	56.2%	66.4%	66.8%	66.2%
		調整後殘差	-2.5	2.5	-2.3	.1	.3	
總計		人數	52	233	105	283	434	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-35 職科別與網路電子書閱讀頻率交叉表

		網路電子書閱讀頻率						
		未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一~ 三次)	總計	
職科 別	工業 類科	人數	110	37	84	80	63	374
		百分比	35%	34.6%	33.9%	31.4%	34.4%	33.8%
		調整後殘差	.6	.2	.0	-.9	.2	
	商業 類科	人數	204	70	164	175	120	733
		百分比	65%	65.4%	66.1%	68.6%	65.6%	66.2%
		調整後殘差	-6	-.2	.0	.9	-.2	
總計		人數	314	107	248	255	183	1107
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-36 職科別與花最多時間閱讀的文本交叉表

		花最多時間閱讀的文本							
		電子						總計	
		小說	文章	新聞	書	漫畫	雜誌		
職科別	工業	人數	67	56	116	6	110	12	367
	類科	百分比	27.5%	23%	37.3%	54.5%	46%	27.3%	33.6%
		調整後殘差	-2.3	-4.0	1.6	1.5	4.6	-0.9	
商業	人數	177	187	195	5	129	32	725	
	類科	百分比	72.5%	77%	62.7%	45.5%	54%	72.7%	66.4%
		調整後殘差	2.3	4.0	-1.6	-1.5	-4.6	.9	
總計	人數	244	243	311	11	239	44	1092	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

三、職科別與網路休閒閱讀文本主題

(一) 職科別與最喜愛的網路新聞主題

列聯表 4-4-37 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(7) = 62.215$ ， $p=.000$ ，結果顯示，職科別在最喜愛上網休閒閱讀的新聞主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，工業類科在國際／社會、體育動態的比例顯著高於商業類科，商業類科在娛樂／追星的比例顯著高於工業類科，亦即工業類科較關心國際／社會、體育動態的新聞，商業類科較關心娛樂／追星的新聞。

(二) 職科別與最喜愛的網路小說主題

列聯表 4-4-38 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(8) = 36.190$ ， $p=.000$ ，結果顯示，職科別在最喜愛上網休閒閱讀的小說主題上的表現有差異，檢視調

整後殘差值發現，工業類科在未曾閱讀過、歷史／武俠的比例顯著高於商業類科，商業類科在都市／言情類的比例顯著高於工業類科，亦即工業類科有較不喜歡閱讀網路小說的，也有較喜歡閱讀歷史／武俠類網路小說的，商業類科則較喜歡閱讀都市／言情類網路小說。

(三) 職科別與最喜愛的網路漫畫主題

列聯表 4-4-39 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(11) = 56.805$ ， $p=.000$ ，結果顯示，職科別在最喜愛上網休閒閱讀的漫畫主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，工業類科在科幻未來、熱血機戰的比例顯著高於商業類科，商業類科在戀愛生活的比例顯著高於工業類科，亦即工業類科喜歡上網閱讀科幻未來、熱血機戰的漫畫主題，商業類科喜歡上網閱讀戀愛生活的漫畫主題。

(四) 職科別與最喜愛的文章主題

列聯表 4-4-40 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(7) = 16.222$ ， $p=.023$ ，結果顯示，職科別在最喜愛上網休閒閱讀的文章主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，工業類科在搞笑的比例顯著高於商業類科，商業類科在親情／友情／愛情的比例顯著高於工業類科，亦即工業類科喜歡上網閱讀搞笑文章，商業類科喜歡上網閱讀親情／友情／愛情文章。

表 4-4-37 職科別與最喜愛的網路新聞主題交叉表

		最喜愛的網路新聞主題									總計
		未曾 閱讀 過	娛樂 ／追 星	消費 ／流 行	財經 ／政 治	國際 ／社 會	醫藥 ／ 家庭 生活	藝文 活動	體育 動態		
職科 別	工業 類 科	人數	15	65	44	12	99	9	28	85	357
		百分比	45.5%	19.6%	32.1%	37.5%	41.3%	27.3%	32.6%	51.5%	33.7%
		調整後 殘差	1.4	-6.6	-.4	.5	2.8	-.8	-.2	5.3	
商業 類 科		人數	18	267	93	20	141	24	58	80	701
		百分比	54.5%	80.4%	67.9%	62.5%	58.8%	72.7%	67.4%	48.5%	66.3%
		調整後 殘差	-1.4	6.6	.4	-.5	-2.8	.8	.2	-5.3	
總計		人數	33	332	137	32	240	33	86	165	1058
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-38 職科別與最喜愛的網路小說主題交叉表

		最喜愛的網路小說主題									總計	
		未曾 閱讀 過	同人	科幻 ／ 奇幻	恐怖 驚悚	情色	都市 ／言 情	歷史 ／武 俠	懸疑 ／推 理	競技 ／ 游戰 ／ 軍事		
職科 別	工業 類 科	人數	48	21	90	41	21	50	33	30	22	356
		百分比	42.5	31.8	38.5	28.9	44.7	21.6	48.5	29.7	45.8	33.9
		調整後 殘差	2.0	-.4	1.7	-1.4	1.6	-4.5	2.6	-.9	1.8	
商業 類 科		人數	65	45	144	101	26	182	35	71	26	695
		百分比	57.5	68.2	61.5	71.1	55.3	78.4	51.5	70.3	54.2	66.1
		調整後 殘差	-2.0	.4	-1.7	1.4	-1.6	4.5	-2.6	.9	-1.8	
總計		人數	113	66	234	142	47	232	68	101	48	1051
		百分比	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

資料來源：本研究整理

表 4-4-39 職科別與最喜愛的網路漫畫主題交叉表

		最喜愛的網路漫畫主題											總計		
		未曾 閱讀	武俠 經典	科幻 未來	恐怖 驚悚	純情 少女	耽美 人生	推理 懸疑	滑稽 搞笑	熱血 機戰	魔法 奇幻	戀愛 生活		體育 競技	
職科 別	工業 類科	人數	46	19	26	11	8	5	14	61	61	43	40	20	354
		百分比	27.4	43.2	48.1	22.9	20	19.2	35	35.1	53	41.3	20.8	44.4	33.7
		調整後 殘差	-1.9	1.4	2.3	-1.6	-1.9	-1.6	.2	.4	4.6	1.7	-4.2	1.6	
商業 類科	商業 類科	人數	122	25	28	37	32	21	26	113	54	61	152	25	696
		百分比	72.6	56.8	51.9	77.1	80	80.8	65	64.9	47	58.7	79.2	55.6	66.3
		調整後 殘差	1.9	-1.4	-2.3	1.6	1.9	1.6	-.2	-.4	-4.6	-1.7	4.2	-1.6	
總計		人數	168	44	54	48	40	26	40	174	115	104	192	45	1050
		百分比	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

資料來源：本研究整理

表 4-4-40 職科別與最喜愛的文章主題交叉表

		最喜愛的文章主題									總計
		古典 作品	未曾閱 讀過	生活隨筆 /日記	校園 記趣	情色	搞笑	親情/友 情/愛情	勵志/人 生哲理		
職科 別	工業 類科	人數	7	21	95	26	19	86	81	25	360
		百分比	33.3%	43.8%	31.8%	30.6%	40.4%	43%	27.8%	32.9%	33.7%
		調整後殘差	.0	1.5	-.8	-.6	1.0	3.1	-2.5	-.2	
商業 類科	商業 類科	人數	14	27	204	59	28	114	210	51	707
		百分比	66.7%	56.3%	68.2%	69.4%	59.6%	57%	72.2%	67.1%	66.3%
		調整後殘差	.0	-1.5	.8	.6	-1.0	-3.1	2.5	.2	
總計		人數	21	48	299	85	47	200	291	76	1067
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

參、家庭社經地位與網路休閒閱讀行為、文本類型、文本主題同質性之分析結果

一、家庭社經地位與網路休閒閱讀行為同質性分析

本段主要分析家庭社經地位與網路休閒閱讀經驗、訊息來源、地點、時段、持續時間、頻率、硬體載具、購買電子書經驗、紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例等閱讀行為同質性，藉以了解家庭社經地位影響程度。

(一) 家庭社經地位與網路休閒閱讀經驗

列聯表 4-4-41 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(6) = 5.627$ ， $p=.466$ ，結果顯示，社經地位在網路休閒閱讀經驗上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即網路休閒閱讀經驗不受家庭社經地位影響。

(二) 家庭社經地位與網路休閒閱讀訊息來源

列聯表 4-4-42 中有 2 格(14.3%)的期望次數小於 5，仍可進行卡方檢定， $\chi^2(6) = 7.478$ ， $p=.279$ ，結果顯示，社經地位在網路休閒閱讀訊息來源上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即網路休閒閱讀訊息來源不受社經地位影響。

(三) 家庭社經地位與最常上網休閒閱讀地點

列聯表 4-4-43 中有 5 格(50%)的期望次數小於 5，因此進行 Fisher's exact test， $p=.872$ ，因此社經地位在上網休閒閱讀地點上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即上網休閒閱讀地點不受社經地位影響。

(四) 家庭社經地位與最常上網休閒閱讀時段

列聯表 4-4-44 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(3) = 1.410$ ， $p=.703$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在上網休閒閱讀時段的反應為同質，亦即高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即上網休閒閱讀時段不受社經地位影響。

(五) 家庭社經地位與每次上網休閒閱讀持續時間

列聯表 4-4-45 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(5) = 8.339$ ， $p=.139$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在上網休閒閱讀持續時間上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即上網休閒閱讀持續時間不受社經地位影響。

(六) 家庭社經地位與上網休閒閱讀頻率

列聯表 4-4-46 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(3) = 1.593$ ， $p=.661$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在網路休閒閱讀頻率上的反應為同質，亦即高低社經地位之間並沒有顯著差異，上網休閒閱讀頻率不受社經地位影響。

(七) 家庭社經地位與上網硬體載具

列聯表中 4-4-47 有 7 格(58.3%)的期望次數小於 5，因此進行 Fisher's exact test， $p=.020$ ，因此社經地位在網路休閒閱讀硬體載具上的表現有顯著差異，檢視調整後殘差值之後發現，低社經地位在家用電腦的比例顯著高於高社經地位，高社經地位在筆記電腦的比例顯著高於低社經地位，亦即上網硬體載具受到社經地位影響。

(八) 家庭社經地位與購買電子書經驗

列聯表 4-4-48 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(1) = 2.097$ ， $p=.148$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在是否有過購買電子書的經驗上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即購買電子書的經驗不受社經地位影響。

(九) 家庭社經地位與紙本及網路休閒閱讀比例

列聯表 4-4-49 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 7.506$ ， $p=.111$ ，結果顯示，社經地位在紙本與網路休閒閱讀比例上的反應為同質，也就是高低社

經地位之間並沒有顯著差異，亦即選擇紙本或網路休閒閱讀的經驗不受社經地位影響。

表 4-4-41 社經地位與網路休閒閱讀經驗交叉表

		網路休閒閱讀經驗								
		1~2 年內	1~6 個 月內	2~3 年內	3~4 年內	4~5 年內	5 年 以上	6 個月 ~1 年內	總計	
社經 地位	低	人數	116	175	95	68	61	143	60	718
	社	百分比	55.5%	65.1%	58.6%	59.6%	62.9%	58.6%	57.1%	59.8%
	經	調整後 殘差	-1.4	2.0	-.3	.0	.6	-.4	-.6	
高	人數	93	94	67	46	36	101	45	482	
	社	百分比	44.5%	34.9%	41.4%	40.4%	37.1%	41.4%	42.9%	40.2%
	經	調整後 殘差	1.4	-2.0	.3	.0	-.6	.4	.6	
總計	人數	209	269	162	114	97	244	105	1,200	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-42 社經地位與網路休閒閱讀訊息來源交叉表

		網路休閒閱讀訊息來源								
		父母 推薦	同儕/ 友推薦	網 老師 推薦	媒 體 報 導	無 意 間 發 現	圖 書 館 推 薦	網 站 推 薦	總計	
社經 地位	低	人數	5	207	28	33	310	3	110	696
	社	百分比	50%	58.3%	70%	54.1%	60.8%	30%	61.8%	59.8%
	經	調整後殘差	-.6	-.7	1.3	-.9	.6	-1.9	.6	
高	人數	5	148	12	28	200	7	68	468	
	社	百分比	50%	41.7%	30%	45.9%	39.2%	70%	38.2%	40.2%
	經	調整後殘差	.6	.7	-1.3	.9	-.6	1.9	-.6	
總計	人數	10	355	40	61	510	10	178	1164	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-43 社經地位與最常上網休閒閱讀地點交叉表

		上網休閒閱讀地點						總計
		校外圖		學校電腦		學校圖		
		家中	書館	網咖	教室	書館		
社經地位	低社經	人數	687	3	13	8	1	712
		百分比	59.8%	42.9%	61.9%	66.7%	50%	59.8%
		調整後殘差	.0	-.9	.2	.5	-.3	
高社經	人數	462	4	8	4	1	479	
	百分比	40.2%	57.1%	38.1%	33.3%	50%	40.2%	
	調整後殘差	.0	.9	-.2	-.5	.3		
總計	個數	1149	7	21	12	2	1191	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-44 社經地位與最常上網休閒閱讀時段交叉表

		上網休閒閱讀時段					總計
		平日放學					
		後~晚上十點	平日晚上十點以後	平日課堂休息時間	週休日		
社經地位	低社經	人數	269	58	29	331	687
		百分比	61.1%	55.2%	63%	59.9%	60.1%
		調整後殘差	.6	-1.1	.4	-.1	
高社經	人數	171	47	17	222	457	
	百分比	38.9%	44.8%	37%	40.1%	39.9%	
	調整後殘差	-.6	1.1	-.4	.1		
總計	人數	440	105	46	553	1144	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-45 社經地位與每次上網休閒閱讀持續時間交叉表

		上網休閒閱讀持續時間							總計
		1 小時 ~1 小時 半以內	1 小時 半~2 小 時以內	2 小時 ~3 小時 以內	30 分鐘 ~1 小時 以內	30 分 鐘以 內	3 小時 (含)以 上		
社經 地位	低	人數	108	112	79	166	117	136	718
	社	百分比	56.8%	56.9%	69.3%	57.4%	58.8%	64.5%	59.8%
	經	調整後 殘差	-9	-9	2.2	-1.0	-3	1.5	
高	社	人數	82	85	35	123	82	75	482
	經	百分比	43.2%	43.1%	30.7%	42.6%	41.2%	35.5%	40.2%
		調整後 殘差	.9	.9	-2.2	1.0	.3	-1.5	
總計		人數	190	197	114	289	199	211	1,200
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-46 社經地位與上網休閒閱讀頻率交叉表

		上網休閒閱讀頻率				總計	
		很少(每月 每天	偶而(每二 一次)	經常(每週 週一次)	經常(每週 一~三次)		
社經 地位	低	人數	180	64	185	289	718
	社	百分比	58.3%	65.3%	59.3%	60.1%	59.8%
	經	調整後 殘差	-7	1.2	-2	.1	
高	社	人數	129	34	127	192	482
	經	百分比	41.7%	34.7%	40.7%	39.9%	40.2%
		調整後 殘差	.7	-1.2	.2	-.1	
總計		人數	309	98	312	481	1,200
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-47 社經地位與上網硬體載具交叉表

		硬體載具							總計
		可上網 手機	平板電腦 (如 IPAD 等)	家用 電腦	掌上電腦 (如 PDA 等)	筆記 電腦	電子書閱 讀器(如 Kindle, 金 庸機 等)		
社經 地位	低	人數	4	5	622	4	81	0	716
	社	百分比	66.7%	55.6%	61.7%	50%	49.4%	%	59.8%
	經	調整後殘差	.3	-.3	3.1	-.6	-2.9		-1.7
高	社	人數	2	4	386	4	83	2	481
	經	百分比	33.3%	44.4%	38.3%	50%	50.6%	100%	40.2%
		調整後殘差	-.3	.3	-3.1	.6	2.9		1.7
總計		人數	6	9	1008	8	164	2	1197
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-48 社經地位與購買電子書的經驗交叉表

		購買電子書			
		有	無	總計	
社經 地位	低社	人數	61	657	718
	經	百分比	53.5%	60.5%	59.8%
		調整後殘差	-1.4	1.4	
高社	經	人數	53	429	482
		百分比	46.5%	39.5%	40.2%
		調整後殘差	1.4	-1.4	
總計		人數	114	1086	1,200
		百分比	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-49 社經地位與紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例交叉表

		紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀比例						
		完全以 紙本閱 讀為主	完全以網 路休閒閱 讀為主	兩者各占 一半	紙本閱讀 為， 路休閒閱 讀為輔	網路休閒 閱讀為主， 紙本閱讀 為輔	總計	
社經 地位	低	人數	8	42	237	228	202	717
	社	百分比	40%	70%	60.5%	57.3%	61.8%	59.9%
	經	調整後殘差	-1.8	1.6	.3	-1.3	.8	
高	社	人數	12	18	155	170	125	480
	社	百分比	60%	30%	39.5%	42.7%	38.2%	40.1%
	經	調整後殘差	1.8	-1.6	-.3	1.3	-.8	
總計		人數	20	60	392	398	327	1197
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

二、 家庭社經地位與網路休閒閱讀文本頻率、時間同質性分析

(一) 家庭社經地位與網路新聞閱讀頻率

列聯表 4-4-50 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 5.765$ ， $p = .217$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在網路新聞閱讀頻率反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即網路新聞閱讀頻率不受社經地位影響。

(二) 家庭社經地位與網路雜誌閱讀頻率

列聯表 4-4-51 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 4.695$ ， $p = .320$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在網路雜誌閱讀頻率反應上為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，即網路雜誌閱讀頻率不受社經地位影響。

(三) 家庭社經地位與網路漫畫閱讀頻率

列聯表 4-4-52 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 3.234$ ， $p = .520$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在網路漫畫閱讀頻率反應上為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，即網路漫畫閱讀頻率不受社經地位影響。

(四) 家庭社經地位與網路小說閱讀頻率

列聯表 4-4-53 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 8.765$ ， $p = .067$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在網路小說閱讀頻率反應上為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，即網路小說閱讀頻率不受社經地位影響。

(五) 家庭社經地位與網路文章閱讀頻率

列聯表 4-4-54 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 1.960$ ， $p = .743$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在網路文章閱讀頻率上的反應為同質，高低社經地位之間並沒有顯著差異，即網路文章閱讀頻率不受社經地位影響。

(六) 家庭社經地位與網路電子書閱讀頻率

列聯表 4-4-55 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(4) = 3.866$ ， $p = .424$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在網路電子書閱讀頻率上的反應為同質，高低社經地位之間並沒有顯著差異，即網路電子書閱讀頻率不受社經地位影響。

(七) 家庭社經地位與花最多時間閱讀的網路文本

列聯表 4-4-56 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(5) = 4.461$ ， $p = .485$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在花最多時間上網休閒閱讀的網路文本上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即花最多時間上網休閒閱讀的文本不受社經地位影響。

表 4-4-50 社經地位與網路新聞閱讀頻率交叉表

		網路新聞閱讀頻率						
		未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一~ 三次)	總計	
社經 地位	低	人數	15	236	72	152	243	718
	社	百分比	42.9%	58.6%	62.1%	63.1%	60%	59.8%
	經	調整後殘差	-2.1	-.6	.5	1.1	.1	
高	社	人數	20	167	44	89	162	482
	社	百分比	57.1%	41.4%	37.9%	36.9%	40%	40.2%
	經	調整後殘差	2.1	.6	-.5	-1.1	-.1	
總計		人數	35	403	116	241	405	1,200
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-51 社經地位與網路雜誌閱讀頻率交叉表

		網路雜誌閱讀頻率						
		未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一~ 三次)	總計	
社經 地位	低	人數	132	56	168	206	156	718
	社	百分比	58.7%	52.8%	63.9%	61.1%	58%	59.8%
	經	調整後殘差	-.4	-1.5	1.5	.6	-.7	
高	社	人數	93	50	95	131	113	482
	社	百分比	41.3%	47.2%	36.1%	38.9%	42%	40.2%
	經	調整後殘差	.4	1.5	-1.5	-.6	.7	
總計		人數	225	106	263	337	269	1,200
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-52 社經地位與網路漫畫閱讀頻率交叉表

		網路漫畫閱讀頻率						
		未曾 閱讀	每天 閱讀	很少閱 讀（每月 一次）	偶而閱 讀（每二 週一次）	經常閱 讀（每週 一~三 次）	總計	
社經 地位	低	人數	120	80	188	151	179	718
	社	百分比	60.9%	58.4%	63.5%	59.4%	56.6%	59.8%
	經	調整後殘差	.3	-.4	1.5	-.1	-1.3	
高	社	人數	77	57	108	103	137	482
	社	百分比	39.1%	41.6%	36.5%	40.6%	43.4%	40.2%
	經	調整後殘差	-.3	.4	-1.5	.1	1.3	
總計		人數	197	137	296	254	316	1,200
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-53 社經地位與網路小說閱讀頻率交叉表

		網路小說閱讀頻率						
		未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱讀 （每月一 次）	偶而閱讀 （每二週 一次）	經常閱讀 （每週一~ 三次）	總計	
社經 地位	低	人數	84	86	152	206	190	718
	社	百分比	54.9%	55.5%	55.9%	63.6%	64.2%	59.8%
	經	調整後殘差	-1.3	-1.2	-1.5	1.6	1.8	
高	社	人數	69	69	120	118	106	482
	社	百分比	45.1%	44.5%	44.1%	36.4%	35.8%	40.2%
	經	調整後殘差	1.3	1.2	1.5	-1.6	-1.8	
總計		人數	153	155	272	324	296	1,200
		百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%

資料來源：本研究整理

表 4-4-54 社經地位與網路文章閱讀頻率交叉表

			網路文章閱讀頻率					
			未曾閱 讀	每天閱 讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一~ 三次)	總計
社經 地位	低	人數	34	140	70	193	281	718
	社	百分比	60.7%	56.2%	60.9%	61.9%	60%	59.8%
	經	調整後殘差	.1	-1.3	.2	.8	.1	
高	人數	22	109	45	119	187	482	
	社	百分比	39.3%	43.8%	39.1%	38.1%	40%	40.2%
	經	調整後殘差	-.1	1.3	-.2	-.8	-.1	
總計	人數	56	249	115	312	468	1,200	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-55 社經地位與網路電子書閱讀頻率交叉表

			網路電子書閱讀頻率					
			未曾 閱讀	每天閱讀	很少閱讀 (每月一 次)	偶而閱讀 (每二週 一次)	經常閱讀 (每週一~ 三次)	總計
社經 地位	低	人數	211	56	160	174	117	718
	社	百分比	61.7%	51.9%	58.6%	61.5%	60.3%	59.8%
	經	調整後殘差	.8	-1.8	-.5	.6	.1	
高	人數	131	52	113	109	77	482	
	社	百分比	38.3%	48.1%	41.4%	38.5%	39.7%	40.2%
	經	調整後殘差	-.8	1.8	.5	-.6	-.1	
總計	人數	342	108	273	283	194	1,200	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-56 社經地位與花最多時間閱讀的網路文本交叉表

		花最多時間閱讀的網路文本							
		電子						總計	
		小說	文章	新聞	書	漫畫	雜誌		
社經 地位	低社 經	人數	168	162	200	7	150	23	710
		百分比	62.7%	62.1%	59.7%	53.8%	57.7%	48.9%	60%
		調整後殘 差	1.0	.8	-.1	-.5	-.8	-1.6	
高社 經	人數	100	99	135	6	110	24	474	
		百分比	37.3%	37.9%	40.3%	46.2%	42.3%	51.1%	40%
		調整後殘 差	-1.0	-.8	.1	.5	.8	1.6	
總計	人數	268	261	335	13	260	47	1184	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

三、家庭社經地位與網路休閒閱讀文本主題同質性分析

(一) 家庭社經地位與最喜愛的網路新聞主題

列聯表 4-4-57 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(7) = 17.784$ ， $p=.013$ ，結果顯示，社經地位在最喜愛上網休閒閱讀的新聞主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，低社經地位在娛樂／追星的比例顯著高於高社經地位，高社經地位在財經／政治的比例顯著高於低社經地位，顯示低社經地位的受試對象關心一般休閒話題，而高社經地位的受試對象除了關心一般休閒話題外，還關心財經／政治話題，家庭社經地位擴大了高職生關心的新聞層面。

(二) 家庭社經地位與最喜愛的網路小說主題

列聯表 4-4-58 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(8) = 15.409$ ， $p=.052$ ，結果顯示，社經地位在最喜愛上網休閒閱讀的小說主題上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即上網休閒閱讀的小說主題不受社經地位影響。

(三) 家庭社經地位與最喜愛的網路漫畫主題

列聯表 4-4-59 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(11) = 21.587$ ， $p=.028$ ，結果顯示，社經地位在最喜愛上網休閒閱讀的漫畫主題上的表現有差異，檢視調整後殘差值發現，低社經地位在純情少女的比例顯著高於高社經地位，高社經地位在熱血機戰的比例顯著高於低社經地位，顯示低社經地位受試者喜愛上網休閒閱讀的漫畫主題屬於傳統單純的情愛劇情，高社經地位受試者則是喜愛脫離現實的機器人大戰，二者各自有不同的好奇與興趣。

(四) 家庭社經地位與最喜愛的網路文章主題

列聯表 4-4-60 中所有細格的期望次數皆大於 5， $\chi^2(7) = 6.400$ ， $p=.494$ ，因此卡方檢定的結果顯示，社經地位在最喜愛上網休閒閱讀的文章主題上的反應為同質，也就是高低社經地位之間並沒有顯著差異，亦即最喜愛的網路文章主題不受社經地位影響。

表 4-4-57 社經地位與最喜愛的網路新聞主題交叉表

		最喜愛的網路新聞主題									
		未曾 閱讀 過	娛樂 ／追 星	消費 ／流 行	財經 ／政 治	國際 ／社 會	醫藥／ 家庭／ 生活	藝文 活動	體育 動態	總計	
社經 地位	低	人數	22	232	91	13	156	18	59	93	684
	社	百分比	56.4%	65%	58%	35.1%	62.4%	50%	58.4%	54.7%	59.6%
	經	調整後殘差	-.4	2.5	-.5	-3.1	1.0	-1.2	-.3	-1.4	
高	人數	17	125	66	24	94	18	42	77	463	
	社	百分比	43.6%	35%	42%	64.9%	37.6%	50%	41.6%	45.3%	40.4%
	經	調整後殘差	.4	-2.5	.5	3.1	-1.0	1.2	.3	1.4	
總計	人數	39	357	157	37	250	36	101	170	1147	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-58 社經地位與最喜愛的網路小說主題交叉表

		最喜愛的網路小說主題										
		未曾 閱讀 過	科幻／ 玄幻／ 奇幻	恐怖 驚悚	情色	都市 ／言 情	歷史 ／武 俠	懸疑 ／推 理	競技／ 游戰／ 軍事	總計		
社 經 地 位	低	人數	64	40	139	103	30	173	38	67	29	683
	社	百分比	51.2%	56.3%	55.4%	68.7%	61.2%	65%	54.3%	62%	58%	59.9%
	經	調整後殘差	-2.1	-.6	-1.7	2.3	.2	1.9	-1.0	.5	-.3	
高	人數	61	31	112	47	19	93	32	41	21	457	
	社	百分比	48.8%	43.7%	44.6%	31.3%	38.8%	35%	45.7%	38%	42%	40.1%
	經	調整後殘差	2.1	.6	1.7	-2.3	-.2	-1.9	1.0	-.5	.3	
總計	人數	125	71	251	150	49	266	70	108	50	1140	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

資料來源：本研究整理

表 4-4-59 社經地位與最喜愛的網路漫畫主題交叉表

		最喜愛的網路漫畫主題													
		武俠 未曾 閱讀 過	科幻 經典 未來	恐怖 驚悚	純情 少女	耽美 美少年	推理 懸疑	滑稽 搞笑	熱血 機戰	魔法 奇幻	戀愛 生活	體育 競技	總計		
社經地位	低	人數	109	24	31	36	36	13	28	110	59	64	144	30	684
	社	百分比	59.2	51.1	56.4	72	75	50	68.3	59.5	48.4	57.7	65.2	63.8	60.2
	經	調整後 殘差	-.3	-1.3	-.6	1.7	2.1	-1.1	1.1	-.2	-2.8	-.6	1.7	.5	
社經地位	高	人數	75	23	24	14	12	13	13	75	63	47	77	17	453
	社	百分比	40.8	48.9	43.6	28	25	50	31.7	40.5	51.6	42.3	34.8	36.2	39.8
	經	調整後 殘差	.3	1.3	.6	-1.7	-2.1	1.1	-1.1	.2	2.8	.6	-1.7	-.5	
總計	人數	184	47	55	50	48	26	41	185	122	111	221	47	1137	
	百分比	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

資料來源：本研究整理

表 4-4-60 社經地位與最喜愛的網路文章主題交叉表

		最喜愛的網路文章主題									
		古典 作品	未曾閱 讀過	生活隨筆 ／日記	校園 記趣	情色	搞笑	親情／友 情／愛情	勵志／人 生哲理	總計	
社經地位	低	人數	13	29	189	61	31	119	204	47	693
	社	百分比	59.1%	55.8%	59.6%	67%	66%	55.3%	62.6%	56%	60.1%
	經	調整後殘差	-.1	-.6	-.2	1.4	.8	-1.6	1.1	-.8	
社經地位	高	人數	9	23	128	30	16	96	122	37	461
	社	百分比	40.9%	44.2%	40.4%	33%	34%	44.7%	37.4%	44%	39.9%
	經	調整後殘差	.1	.6	.2	-1.4	-.8	1.6	-1.1	.8	
總計	人數	22	52	317	91	47	215	326	84	1154	

資料來源：本研究整理

第五節 研究發現

壹、網路休閒閱讀動機與行為現況

一、網路休閒閱讀動機現況

(一) 在「能力及效能信念」動機方面

首先在「效能與挑戰」部分，有近九成學生喜歡上網嘗試閱讀各種不同主題作品，藉以追求自我效能與自我挑戰，而即使網路作品參差不齊，但他們相信自己有能力篩選過濾。可喜的是六成八的人除了輕鬆作品外，還會嘗試閱讀較困難的網路作品，顯然在休閒娛樂的前提下，網路閱讀沒有負擔，高職生更勇於接受挑戰，嘗試閱讀不同的文本。

其次在「逃避」動機部分，有八成以上的人不認為上網休閒閱讀是一種「逃避」現實的做法，且不會因為家人態度、網路作品的良莠不齊或使用上佔太多時間等而放棄上網休閒閱讀，顯見網路休閒閱讀深深吸引高職生，並成為忠實的使用群。

(二) 在「成就價值及目標內部動機」方面

有關「好奇、投入與重要」部分，有九成的學生喜歡利用網路閱讀來掌握時事、吸收新知，並且認為閱讀網路新聞最能掌握時事動態，同時七成七的學生認為網路休閒閱讀可以滿足其追求流行的慾望，顯然高職生將網路休閒閱讀視為追求新穎與流行資訊的重要管道。

(三) 在「成就價值及目標外部動機」方面

有關「認可與競爭」部分，有九成五的學生會透過網路超連結，找到更多相關主題的作品來閱讀，並且有八成以上的人喜歡蒐集並保留好的網路作品，七成的人喜歡別人說他上網閱讀的能力不錯，並且認為網路閱讀讓他說話的內

容比別人豐富，而超過一半的人認為，經常閱讀網路作品可讓他在同學面前覺得很有成就感，以上顯然高職生樂意於輕鬆休閒的前提下，透過網路閱讀來肯定自我閱讀的實力。

(四) 在「社會因素」動機方面

在「社會因素」動機下「分享與歸屬」部分，有八成的學生認為觀看別人對網路作品的回應，是一種愉快的經驗，認同透過網路閱讀心得分享，可以結交更多的朋友，同時六成六的人以點閱率作為選擇閱讀網路作品的重要參考。

二、網路休閒閱讀行為現況

有關網路休閒閱讀各項行為統計分析結果，分別就一般行為、文本類型、文本主題及性別、職科別、家庭社經地位等人口特性交叉分析，整理為表4-5-1、表4-5-2、表4-5-3、表4-5-4、表4-5-5、表4-5-6，以利參照說明；同時臚列表4-5-7問卷各題「其他」選項自由分享內容，以完整呈現問卷結果。

(一) 上網休閒閱讀經驗

就回收1,776份問卷中，67.6%有上網休閒閱讀經驗，而其中有近三成學生採網路為主、紙本為輔的閱讀模式；近三成則同時使用網路及紙本閱讀；以紙本為主的學生近四成。同時，其所閱讀的文本，有很高比例是原生型的網路文本，不是一般管道所能取得。顯示高職生已將網路視為休閒閱讀的重要來源，並蔚為風潮。

(二) 上網休閒閱讀年資、地點、時段、持續時間、頻率、資訊來源

網路休閒閱讀年資方面，有二成以上已持續1~6個月(李逢堅，2001)，二成已持續5年以上。網路休閒閱讀地點方面，有九成六的受試者選擇在家中上網閱讀(馮秋萍，1998、李逢堅，2001、董潔如，2002、陳明來，2000、Schmar-Dobler,2003、吳雅玲，2003、楊孟山，2004、黃家瑩，2006)。上網閱

讀比較多的時段，分別有四成六的學生在週休假日，三成七的學生是在平日放學後至晚上十點(陳明來，2000、李逢堅，2001、董潔如，2002)，顯示有八成以上的高職生樂意利用假日或平日晚上(楊孟山，2004)，在家進行網路休閒閱讀。每次上網閱讀持續時間方面，有二成多的學生持續30分鐘至1小時以內，近二成的學生會持續3小時(含)以上，顯示在兼顧學校課業的同時，有些人懂得掌握時間上網進行瀏覽式的閱讀，有些人則願意花較長時間上網進行連續式的閱讀。網路休閒閱讀頻率方面，四成的學生每週一至三次經常閱讀，二成六的學生每二週一次偶而閱讀，顯示近七成高職生已將網路休閒閱讀納入課餘生活的一部分。獲得訊息來源方面，有四成以上的學生是「無意間發現」網路休閒閱讀訊息，亦即透過搜尋網站(如：yahoo、google)隨意取得，另有近三成學生則是透過「同儕及網友推薦」(Hopper,2005)，亦即透過「社群網站(如：無名小站、臉書、松鼠窩)」取得，顯示約七成的高職生容易取得網路休閒閱讀訊息，但長期來看，缺乏有系統的引導，偏向雜讀。

(三) 高職生最常看的網路文本類型與主題-新聞與文章

以網路文本「每天」與每週一~三次「經常」閱讀頻率來看，網路新聞有六成七的閱讀人口，網路文章有近六成的閱讀人口，是高職生最常閱讀的網路文本。在新聞主題方面，「每天」閱讀者，多選擇國際與社會的新聞主題；「經常」閱讀者，多選擇娛樂與追星的新聞主題。在文章主題方面，「經常」閱讀者，多選擇親情／友情／愛情與生活隨筆／日記的文章主題，閱讀的題材除了重視感情，顯然是與學生的生活經驗相關(Hopper,2005、林珊如，2002)。

(四) 高職生常看的網路小說、漫畫與雜誌

網路小說、漫畫及雜誌因有刊期(如週刊或月刊等)、連載回數等條件限制，故除了「每天」與每週一~三次「經常」閱讀頻率，應加入每二週「偶而」一次及每月「很少」一次的閱讀人數一起計算，結果網路小說有八成七的閱讀人

口，網路漫畫有近八成四的閱讀人口，網路雜誌有八成一的閱讀人口，人數皆在八成以上，相當值得重視。在漫畫與雜誌主題方面，網路漫畫以閱讀戀愛生活、滑稽搞笑與熱血機戰主題為多，網路雜誌則以閱讀流行／服飾／美容與影音娛樂主題為多。

(五) 高職生花最多時間上網閱讀的文本類型與主題-新聞與小說

在花最多時間上網休閒閱讀的文本方面，近二成八的學生選擇新聞，二成二的學生選擇小說，加上前第三項結論，亦即網路新聞是最常閱讀且花最多時間的文本，而網路小說因文本長度，故需要花較多時間閱讀，網路小說主題則有二成以上的學生選擇都市／言情與科幻／玄幻／奇幻主題。若以性別區分，女生花最多時間上網看小說(溫子欣，2002)、文章，男生則是花最多時間上網看新聞、漫畫(顏美鳳，2002、胡秀蘭，2005)。

(六) 高職生閱讀電子書現況

電子書的利用似乎是所有文本當中最微弱的一環，電子書主題有二成九的學生選擇小說，有二成七的學生未曾閱讀過。然就現今電子書的出版環境來看，以高中職學校圖書館並未積極推動電子書利用的前提下，高職生能有近三成人口已經在閱讀小說電子書，實屬不易，意味著其主動嘗試新的閱讀媒體，追求閱讀的多元與豐富的積極態度。另外就購買電子書的經驗方面，有九成以上的學生沒有購買經驗，則是符合現況，電子書內容的充實，需要出版業、教育界與圖書館的通力合作建置與推廣宣導。

貳、 性別、職科別、家庭社經地位與網路休閒閱讀動機差異性

(一) 性別與網路休閒閱讀動機差異

在能力及效能信念的「效能及挑戰」動機成分上，男生顯著高於女生，顯示男生遠比女生會為了提升「效能與挑戰」，而藉由上網休閒閱讀來證明；在

能力及效能信念的「逃避」動機成分上，男生顯著高於女生，顯示男生遠比女生會為了「逃避」現實，如家人態度、網路作品的良莠不齊或使用上佔太多時間等，而放棄上網休閒閱讀。在能力及效能信念整體構面上，男生顯著高於女生。其次在成就價值及目標內部動機(好奇、投入與重要)上、成就價值及目標外部動機(認可與競爭)上，男女生皆無顯著差異。而在社會因素的「分享與歸屬」動機成分上，男生顯著高於女生。就以上分析結果推測男生在網路休閒閱讀動機方面較女生積極，且自認有較好的網路休閒閱讀效能，願意接受艱澀內容的「挑戰」，但卻也容易因為家人不贊成，或網路作品良莠不齊，而選擇不上網休閒閱讀。同時，追求同儕、家人與社群的「分享與歸屬」勝於女生。

(二) 職科別與網路休閒閱讀動機差異

在能力及效能信念的「效能及挑戰」動機成分、能力及效能信念的「逃避」動機成分、能力及效能信念整體構面、成就價值及目標內部動機、成就價值及目標外部動機、社會因素等，工業類科與商業類科學生皆無顯著差異。推測本研究強調休閒閱讀概念，與受試者所學的職科別較無相關，影響有限。

(三) 社經地位與網路休閒閱讀動機差異

在能力及效能信念的「效能及挑戰」動機成分、能力及效能信念的「逃避」動機成分、能力及效能信念構面、成就價值及目標內部動機、成就價值及目標外部動機、社會因素等，高低家庭社經地位學生皆無顯著差異。推測網路資源的開放與自由，讓受試者不受到家庭社經地位的局限而有閱讀動機上的落差。

參、性別、職科別、家庭社經地位與網路休閒閱讀行為同質性

一、性別與網路休閒閱讀行為

(一) 性別與閱讀訊息來源、地點、時段、持續時間、頻率、比例

在網路休閒閱讀訊息來源方面，男生較願意接受老師推薦及圖書館推薦。在閱讀地點方面，男生在家上網情形不如女生，在網咖上網休閒閱讀情形則勝於女生。在閱讀時段與持續時間方面，男生較會利用平日課堂休息時間上網休閒閱讀，且每次只花30分鐘以內時間；女生則偏向每次需要1小時半~2小時以內時間。在閱讀頻率方面，男生每天上網閱讀的比例高於女生，女生偶而每二週一次上網閱讀的比例高於男生。在閱讀比例方面，男生在完全以網路閱讀為主、網路閱讀為主，紙本閱讀為輔的比例高於女生。以上顯示男生較會掌握上網時間，較願意接受正式的資訊管道，屬於網路休閒閱讀的短暫停留的常客。

(二) 性別與文本閱讀頻率及花費時間

本調查研究結果有五種網路文本的閱讀頻率在性別上有明顯不同。在新聞文本方面，男生在「未曾閱讀」、「每天」閱讀的比例上顯著大於女生，女生在「偶而」閱讀及「經常」閱讀上的比例顯著大於男生，顯示比起女生，男生有一定的比例是不看新聞的，但也有一定的比例熱愛網路新聞，採「每天」閱讀的習慣。在網路小說方面，男生採「未曾閱讀」或「每天」閱讀，女生則採每週一~三次「經常」閱讀。在網路漫畫方面，男生採「每天」閱讀及每週一~三次「經常」閱讀，女生則採「未曾閱讀」或「很少」閱讀（每月一次），顯然男生較女生喜歡上網看漫畫(顏美鳳，2002、楊曉雯，1996)。在網路文章方面，男生採「未曾閱讀」的比例高於女生。在網路電子書方面，男生採「每天」閱讀的比例高於女生，女生採「未曾閱讀」或每二週一次「偶而」閱讀的比例高於男生。而在花費時間方面，男生花在新聞、漫畫的時間多於女生，女生花在小說、文章的時間多於男生。

(三) 性別與閱讀文本主題

在最喜愛上網閱讀的「新聞」主題方面，男生喜愛財經／政治及體育動態，女生喜愛娛樂／追星、消費／流行及藝文活動。在「小說」主題方面，男生喜愛科幻／玄幻／奇幻、情色、歷史／武俠及競技／游戰／軍事，女生喜愛同人、都市／言情的比例顯著高於男生(黃國正、黃玫溱，2004)。在「漫畫」主題方面，男生喜愛在武俠經典、科幻未來、熱血機戰、魔法奇幻及體育競技的內容，女生喜愛純情少女、耽美人生、戀愛生活的內容(蘇蘅，1994)。「文章」主題方面，男生喜愛情色及搞笑的內容，女生喜愛親情／友情／愛情的內容。

二、 職科別與網路休閒閱讀行為

在上網休閒閱讀年資方面，七成以上的商業類科學生擁有5年以上經驗，明顯高於工業類科學生，而工業類科學生則在6個月~1年內的比例明顯高於商業類科學生；對照其閱讀時段，發現商業類科學生在平日晚上十點以後的比例明顯高於工業類科學生，顯示商業類科學生自國中時期便有上網休閒閱讀的習慣，並且樂於利用夜間進行上網休閒閱讀。

在上網休閒閱讀頻率及花費時間方面，在「漫畫」部分，工業類科每週一~三次「經常閱讀」，明顯高於商業類科；在「小說」方面，工業類科「不曾閱讀」的比例高於商業類科；在「文章」方面，商業類科採「每天閱讀」，明顯高於工業類科。另外在花最多時間上網閱讀的網路作品方面，工業類科閱讀「漫畫」的比例高於商業類科，商業類科在閱讀「小說」、「文章」的比例高於工業類科。以上顯見工業類科學生常看網路漫畫，商業類科學生則常看網路小說及網路文章。

在上網休閒閱讀主題方面，在網路新聞主題部分，工業類科偏好國際／社會、體育動態，商業類科則偏好娛樂／追星類的主題；在網路小說主題部分，工業類科喜歡歷史／武俠，商業類科則喜歡都市／言情類的主題；在網路漫畫主題部分，工業類科喜歡科幻未來、熱血機戰，商業類科則喜歡戀愛生活。在

網路文章主題部分，工業類科愛看搞笑類內容，商業類科則是愛看親情／友情／愛情類內容。

三、 家庭社經地位與網路休閒閱讀行為

在網路閱讀硬體載具方面，低家庭社經地位的受試者在使用家用電腦的比例明顯高於高家庭社經地位受試者，高家庭社經地位受試者在使用筆記電腦的比例明顯高於低家庭社經地位受試者，顯示低家庭社經地位的學生多與家人共用電腦，高家庭社經地位的學生除了家用電腦，還多了使用筆記電腦的選擇，提升了上網休閒閱讀的便利性。

在上網休閒閱讀主題方面，在最喜愛上網閱讀的新聞主題部分，低家庭社經地位的學生喜愛上網看娛樂／追星類的主題；高家庭社經地位的學生則喜愛上網看財經／政治類的主題，顯示家庭關心的話題，影響學生上網閱讀的取材。在最喜愛上網閱讀的漫畫主題部分，低家庭社經地位的學生喜愛上網看純情少女的漫畫，而高家庭社經地位的學生則喜愛上網看熱血機戰的漫畫。以上的調查發現與紙本閱讀深受家庭社經地位影響(劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷，2003、方子華，2004、Learning point Associates,2005、黃家瑩，2006)呈不同的結果，高職生不因家庭經濟的落差，而放棄網路休閒閱讀，各自喜歡不同的閱讀主題，推測網路資訊具有自由、開放、便利、免費等優勢，低家庭社經地位的學生反倒可以藉由網路休閒閱讀開拓視野，追求自我效能與挑戰，充分享受網路休閒閱讀帶來的輕鬆與樂趣。

表 4-5-1 台北市高職生網路休閒閱讀行為人數分配百分比前三名

	題項	閱讀行為百分比前三名					
		網路 休閒 閱讀 行為	經驗	1~6 個月內	22.4%	5 年以上	20.3%
來源	無意間發現		42.5%	同儕/網友推薦	29.6%	網站推薦	14.8%
地點	家中		95.8%	網咖	1.8%	學校電腦教室	1.0%
時段	週休假日		46.1%	平日放學後~晚上十點	36.7%	平日晚上十點以後	8.8%
持續	30 分鐘~1 小時以內		24.1%	3 小時(含)以上	17.6%	30 分鐘以內	16.6%
閱讀頻率	經常閱讀		40.1%	偶而閱讀	26%	每天	25.8%
花最多時間的文本	新聞		27.9%	小說	22.3%	文章	21.8%
途徑	搜尋網站		43.7%	社群網站	27.9%	部落格	8.7%
載具	家用電腦		84%	筆記電腦	13.7%	平板電腦(如 IPAD 等)	0.8%
購買電子書	無		90.5%	-	-	-	-
紙本與網路比例	紙本為主網路為輔	33.2%	兩者各一半	32.7%	網路為主紙本為輔	27.3%	

說明：「經常」閱讀指每週 1~3 次；「偶而」閱讀指每 2 週一次。

資料來源：本研究整理

表 4-5-2 台北市高職生網路休閒文本類型閱讀頻率人數分配百分比前三名

	題項	閱讀頻率百分比前三名					
		網路 文本 類型	新聞	經常閱讀	33.8%	每天閱讀	33.6%
雜誌	偶而閱讀		28.1%	經常	22.4%	很少閱讀	21.9%
漫畫	經常閱讀		26.3%	很少閱讀	24.7%	偶而閱讀	21.2%
小說	偶而閱讀		27%	經常閱讀	24.7%	很少閱讀	22.7%
文章	經常閱讀		39%	偶而閱讀	26%	每天閱讀	20.8%
電子書	未曾閱讀		28.5%	偶而閱讀	23.6%	很少閱讀	22.8%

說明：「經常」閱讀指每週 1~3 次；「偶而」閱讀指每 2 週一次；

「很少」閱讀指每月一次。

資料來源：本研究整理

表 4-5-3 台北市高職生網路休閒閱讀文本主題人數分配百分比前三名

	題項	閱讀文本主題百分比前三名					
		網路 文本 主題	新聞 主題	娛樂/追星	29.8%	國際/社會	20.8%
雜誌 主題	流行/服飾/美容		24.1%	影音娛樂	23.8%	未曾閱讀	11.8%
小說 主題	都市/言情		22.2%	科幻/玄幻/奇幻	20.9%	恐怖驚悚	12.5%
漫畫 主題	戀愛生活		18.4%	滑稽搞笑	15.4%	未曾閱讀	15.3%
文章 主題	親情/友情/愛情		27.2%	生活隨筆/日記	26.4%	搞笑	17.9%
電子 書主 題	小說		29.3%	未曾閱讀	27.3%	休閒娛樂	14.3%

資料來源：本研究整理

表 4-5-4 台北市高職生網路休閒閱讀行為同質性分析結果

		性別		職科別		家庭社經地位	
		男	女	工業類科	商業類科	高社經	低社經
閱 讀 行 為	經驗	同 質		6 個月~1 年 內	5 年以上	同 質	
	來源	老師 圖書館		同 質			
	地點	網咖	家中	同 質			
	時段	平日課堂 休息時間			平日晚上 十點以後		
	持續	30 分鐘 以內	1.5~2 小時	同 質			
	頻率	每天	偶而	同 質			
	載具	同 質		同 質			
	購買 電子書	有		同 質			
	紙本與 網路比 例	完全以網 路為主。 網路為主 紙本為輔。	紙本為主 網路為輔	同 質			

說明：「偶而」閱讀指每 2 週一次。資料來源：本研究整理

表 4-5-5 台北市高職生網路休閒閱讀文本類型閱讀頻率同質性分析結果

		性別		職科別		家庭社經地位	
		男	女	工業類科	商業類科	高社經	低社經
文 本 類 型	新聞	未曾閱讀 每天	偶而 經常	同 質		同 質	
	雜誌	同 質		同 質			
	小說	未曾閱讀 每天	經常	未曾閱讀			
	漫畫	每天 經常	未曾閱讀 很少	經常	未曾閱讀 很少		
	文章	未曾閱讀		未曾閱讀 很少	每天		
	電子書	每天	未曾閱讀 偶而	同 質			
	花最多 時間	新聞 漫畫	文章 小說	漫畫	文章 小說		

說明：「經常」閱讀指每週 1~3 次；「偶而」閱讀指每 2 週一次；

「很少」閱讀指每月一次。

資料來源：本研究整理

表 4-5-6 台北市高職生網路休閒閱讀文本主題同質性分析結果

		性別		職科別		家庭社經地位	
		男	女	工業類科	商業類科	高社經	低社經
文 本 主 題	新聞	未曾閱讀 財經/政治 體育動態	娛樂/追星 消費/流行 藝文活動	國際/社會 體育動態	娛樂/追星	財經/政 治	娛樂/追 星
	小說	科幻/玄幻/ 奇幻 情色 歷史/武俠 競技/游戰/ 軍事	同人 都市/言情	未曾閱讀 歷史/武俠	都市/言情	同 質	
	漫畫	武俠/經典 科幻未來 熱血機戰 魔法奇幻 體育競技	未曾閱讀 純情少女 耽美人生 戀愛生活	科幻未來 熱血機戰	戀愛生活	熱血機 戰	純情少 女
	文章	未曾閱讀 搞笑 情色	親情/友情/ 愛情	搞笑	親情/友情 /愛情	同 質	

資料來源：本研究整理

表 4-5-7 問卷各題「其他」選項自由分享內容

網路休閒閱讀行為	
題項	回答內容
17. 其他訊息來源	關鍵字搜尋、論壇、週遭的人推薦、無名小站、書上推薦、兄弟姊妹、卡提諾王國、少女時代、台灣論壇、自行搜尋、自身想法及興趣
19. 其他上網閱讀時間	父母不在家和假日、有空的時候、我高興的時候、凌晨、無時無刻、隨時
30. 最常透過哪種途徑進行網路閱讀?	網路巴士、極品文學網、搜尋網站及社群網站、無名、彩雲國物語、基本上都有過，主要是自己無意間找到的網站、非情色其他都喜歡、各式各樣的網站、伊莉論壇、台灣論壇、卡提諾王國、手機巴士、巴哈姆特、小鎮姑娘、奇跡中文
32 透過何種硬體載具來進行網路閱讀	網咖、家用電腦跟手機、筆記型電腦
網路休閒閱讀文本類型	
題項	回答內容
23. 花最多時間的其他網路作品	頭條或是有趣的都行、影片、網誌、遊戲、動畫、海賊王、拍賣、巴哈姆特裡有關變形金剛的文章、楓之谷
網路休閒閱讀文本主題	
題項	回答內容
24. 最喜愛上網閱讀的新聞主題	網路安全、遊戲、搞笑、感情、國際和娛樂、動漫、動植物生態、娛樂／流行／偶像、音樂、科學新知、社會版、社會／娛樂、知識類、拍賣、自然、在首頁看到什麼新聞感到有趣就點進去、名人對談、全部、日本動漫、心情小語、天氣、什麼都看、所有新聞主題(不包含色情)
25. 最喜愛上網閱讀的雜誌主題	潮流、影音娛樂／流行服飾美容、遊戲、無特定主題，有什麼看什麼、都愛、動漫、娛樂以及心情、流行／美食、非情色其他都喜歡、日文和英文、什麼都看
26. 最喜愛上網閱讀的小說主題	戀愛、驚悚、恐怖、輕小說、搞笑、愛情小說、感情、盜墓、都讀除了情色、基本上都喜歡、動漫、全部都愛、主要是科幻加推理，或是全部混合在一起，幾乎都會看、心靈小說、不限
27. 最喜愛上網閱讀的漫畫主題	變形金剛、搞笑、愛情動作、萌系 可愛系、幾乎都看、情色、動漫、航海王那類的、涉獵極度廣泛、海賊王、冒險、灼眼的夏娜、死神、有看過的連載都會上網看、各種主題都有、卡通、王道、火影忍者、少年漫畫、不分種類
28. 最喜愛上網閱讀的文章主題	體育、網路安全、圖畫創作、遊戲攻略、新詩、無一不愛、都喜歡、異國文化、鬼故事、動漫、除了情色其他都喜歡、旅遊心得、個人創作、繪圖、音樂或電影之討論、科幻、看心情，想讀什麼就看什麼、星座、明星、自己有興趣的以及自己覺得好看的都看、有深度都讀、同人、全部、打牌經驗、日本動漫、友情、願望
29. 最喜愛上網閱讀的電子書主題	漫畫、愛情、無特定主題，有什麼看什麼、無一不愛、創作類型的都有、都愛、旅遊休閒娛樂、音樂、固定作者、自己有興趣的以及自己覺得好看的都看、心靈小說、全部

資料來源：本研究整理

第五章 研究結論與建議

第一節 結論

本研究旨在探討台北市高職生網路休閒閱讀動機與行為現況，透過網路問卷調查，取得統計數據，再依據高職生特質、各種文本特性與網路閱讀環境現況等條件，分析歸納作成以下重要結論。

一、網路休閒閱讀動機方面

(一) 網路休閒閱讀提供高職生展現自我效能、迎接閱讀挑戰的機會

高職生認為網路閱讀比紙本閱讀來的輕鬆，喜歡透過網路休閒閱讀，滿足個人的資訊喜好，如透過網路新聞掌握時事動態、嘗試閱讀各種不同主題作品。同時對自己搜尋網路作品的的能力深具信心，並且自信有篩選過濾作品的的能力，充分展現了以自我為中心的人格特質。除對網路休閒閱讀充滿好奇外，並且樂於投入網路資訊世界。高職生不會因為家人態度、網路作品的良莠不齊或使用上佔太多時間等而放棄上網休閒閱讀的機會，顯見網路休閒閱讀深深吸引高職生，並使之成為忠實的使用群。高職男生為了提升自我「效能與挑戰」，喜歡上網休閒閱讀的程度高於女生；然為了家人的要求，「逃避」或放棄上網休閒閱讀的情形亦多於女生，師長應從旁協助建立正確的網路休閒閱讀態度。雖然網路休閒閱讀零負擔，但高職生缺乏競爭精神，亦即喜歡廣泛閱讀卻疏於挑選過濾文本，隨意雜讀下，易引來閱讀內容是否正確的疑慮。

(二) 高職生樂於透過網路休閒閱讀，與同儕分享資訊

高職生一致認為觀看別人對網路作品的回應，是一種愉快的經驗，並且會適度地對網路論壇或部落格文章做出回應，同時以點閱率做為選擇網路作品的

重要參考，也會經常轉寄網路作品給友人分享，並且在網路閱讀過程中找到寄託。如此盡情悠遊在網路休閒閱讀的天地裡，透過分享閱讀心得，結交更多的朋友，比起紙本閱讀，更容易加速達到古人「以文會友、以友輔仁」的閱讀樂趣。藉由網路立即傳播功能，虛擬世界的互動頻繁，讓同儕之間有更多討論與發表意見的機會，推測將可激發更多青少年的創意與想像。

(三) 除了性別，職科別與家庭社經地位不影響網路休閒閱讀動機

在性別方面，比起女生，高職男生明顯表達對網路休閒閱讀的積極與參與，包括在「效能與挑戰」及「分享與歸屬」動機成分上，男生皆強於女生，顯示男生熱衷於網路休閒閱讀的強烈企圖心。以往紙本閱讀表現皆以女生表現較為突出，如今藉由網路休閒閱讀，男生似乎找到了通往閱讀的快樂門徑，或許網路文本品質參差不齊，學校師長與教育當局應善用此閱讀趨勢，加以輔佐導正，培養資訊判別的能力。另外，在職科別與家庭社經地位方面，並不影響高職生的網路休閒閱讀動機，由此可推論網路休閒閱讀是個人興趣嗜好的延伸，高職生即將步入成熟人格階段，故其休閒閱讀興趣已然成形，與所接受的高職教育關聯性有限。再則，網路休閒閱讀資源具開放與免費優勢，網路休閒閱讀是個人追求輕鬆解脫的自由行為，較不受家庭社經地位影響，而對於低家庭社經地位的學生而言，可說是開啟了學習生涯平等與寬廣的道路，高職生應好好珍惜網路閱讀資源，切忌沉迷濫用。

二、 網路休閒閱讀行為方面

(一) 網路休閒閱讀已成為高職生關心時事與娛樂資訊的主要管道

綜觀高職生上網休閒閱讀經驗、年資、地點、時段、持續時間、頻率、資訊來源等調查結果來看，多數高職生利用與家人相處時間上網閱讀。除了網路文本篇幅內容等問題外，也可能因為家庭因素，讓上網持續閱讀時間是比較零碎且片段的，閱讀的過程是較不專注的。網路新聞是高職生最常也是最愛閱讀

的文本，每天注意「國際/社會」局勢、經常關心「娛樂/追星」動態，顯示透過網路休閒閱讀，即可輕鬆掌握國際時事與社會脈動，追蹤偶像明星娛樂百態，顯示高職生隨時關心周遭生活環境的變化，擁有與社會互動的即時管道。值得注意的是，多數高職生透過非正式管道取得各種網路休閒閱讀資訊，資訊來源不夠公正與客觀情形下，容易影響資訊選擇與判斷能力，進而影響高職生的價值觀，教育當局應設法協助導正。

(二) 高職生最常上網看新聞和文章且花最多時間上網看新聞與小說

就調查結果，文本方面，網路新聞和文章是高職生最常關心的，同時網路新聞和小說也是高職生投入最多時間的文本。主題方面，「娛樂/追星」與「國際/社會」是高職生最常看的新聞內容，「親情/友情/愛情」與「生活隨筆/日記」則是高職生花最多時間看的文章內容。如此看來，高職生網路休閒閱讀文本類型及其關心的主題內容與傳統閱讀相仿，並未有針對網路文本特性而設計的作品出現。如今網路環境已趨成熟，然閱讀內容卻急需充實，以提升並滿足青少年的休閒閱讀需求。希望教育單位、圖書館、出版業界與資訊傳播業能夠通力合作，開發吸引青少年閱讀的網路創新文本，以有別於紙本閱讀內容。

(三) 工科男生最愛上網看熱血機戰類的漫畫、商科女生最愛上網看親情/友情/愛情類的文章

比起女生，男生每天積極地上網休閒閱讀，懂得利用在校課餘時間，每次持續約在30分鐘以內，是屬於網路休閒閱讀的短暫停留的常客；女生則是每兩週一次上網休閒閱讀，持續閱讀的時間約在1小時半~2小時以內，相對是穩定忠實的族群。另外，以職科別來看，工業類科花最多時間上網閱讀「漫畫」，商業類科花最多時間上網閱讀「文章」。然而男女生或工科與商科學生究竟在網路上熱衷於閱讀哪些休閒文本與主題？透過交叉分析，不論性別或職科別皆分別得到相同的結果，即工科男生偏愛熱血機戰類的網路漫畫，屬於瀏覽式的

閱讀；商科女生偏愛親情/友情/愛情類的文章，屬於連續性的閱讀。樣本中念工業類科學生有374人，其中319名是男生，幾乎佔了全部；而念商業類科學生有733人，其中267名是男生，466人是女生，男女生比例為4：6。故本研究認為即使針對分析職科別對網路休閒閱讀行為的影響同時，性別其實還是扮演了在選擇閱讀主題時的主要影響因素。

(四) 家庭社經地位確實影響網路休閒閱讀主題

就調查結果，新聞主題部分，低家庭社經地位的學生喜愛上網看娛樂／追星類的主題；高家庭社經地位的學生則喜愛上網看財經／政治類的主題，由於多數高職生選擇在家上網休閒閱讀，自然家庭談論與關心的話題，影響學生上網閱讀的取材與興趣。漫畫主題部分，低家庭社經地位的學生喜愛上網看純情少女的漫畫，而高家庭社經地位的學生則喜愛上網看熱血機戰的漫畫，這或許與家庭教養有些關聯性，需進一步研究探討。綜合來說，雖然網路休閒閱讀動機不受家庭社經地位影響，亦即凡是青少年皆對網路休閒閱讀產生好奇與嘗試的動機，實屬合理，然在教養過程中，家庭的觀點與態度，確實影響青少年對閱讀內容的關心與取捨，家長們應留意與重視之。

第二節 建議

一、由新速實簡的瀏覽閱讀導入連續性的深閱讀

網路資訊有著新穎、快速、實效、簡便等特質，也因此吸引多數年輕人上網利用，本研究調查結果也符合以上特性的追求。然在網路閱讀作品訊息來源方面，有七成以上的高職生是透過「同儕及網友推薦」與「無意間發現」等非正式管道取得，顯示網路閱讀資訊較紙本閱讀容易獲得，但卻也帶來閱讀內容是否正確與客觀的隱憂。另外，就性別來看，男生在接受「老師推薦」及「圖書館推薦」上的比例明顯高於女生，可見高職男生是網路閱讀的顯性人口，期望師長提供正式管道，以便指引合適的網路資訊。因此，建議學校與圖書館單位，可以發展網路閱讀社群服務，提供學生多元數位典藏的引介。黃玫溱(2009)認為網路閱讀社群的兩大服務重點為「書評分享」與「藏品管理」，如果可以透過網路閱讀社群的倡導，提供有系統的專家指引與同儕推薦，將可由追求新穎、快速、實效、簡便的網路閱讀特質，適度導入連續性深閱讀的好習慣，建立學生在學習過程中的閱讀履歷與印記。

二、規劃建置優質的青少年網路閱讀空間、協助學生建置閱讀社群網站

本調查研究顯示有六成以上的學生是經常性地透過網路進行休閒閱讀，可見高職生已將網路休閒閱讀納入課餘生活的一部分，藉由網路閱讀達到休閒目的。文本當中的網路新聞與文章都有六成的閱讀人口，是高職生最常閱讀的網路文本。然電子新聞與網路文章的內容深度與廣度有限，且網路閱讀篇幅強調短、小、精、幹，不注重文法與拼字(林珊如，2010)，閱讀品質自然不如紙本嚴謹。另外，令人憂心的是，網路這一扇便利門，也引發了高職男生閱讀情色類的網路小說與文章的興趣。因此，家庭、學校、教育當局、社會等都應關心

並了解這一股網路休閒閱讀力量背後的意涵，針對青少年的休閒閱讀動機與需求，如追求自我效能與自我挑戰等，利用同儕分享的特質，提供適合的網路閱讀資源，規劃建置優質的青少年網路學習空間，例如結合網路作家發展本土的網路小說與網路漫畫內容、結合出版界與網路媒體發展以青少年生活訴求為內容的電子書、結合新聞媒體發展適合的青少年新聞內容等，建置完善的青少年閱讀學習網，藉由同儕推薦的力量(張雅涵，2007)，達到正當休閒娛樂的目的。

另外，鑑於學生多數透過「同儕及網友推薦」，亦即透過社群網站，如無名小站、臉書、松鼠窩等管道，取得網路閱讀訊息，可見高職生深受同儕影響。透過「見賢思齊」的教育理念，可以鼓勵喜歡寫作的學生組成閱讀團隊，結合社會資源，協助學生建置閱讀社群網站，建立學長學弟傳承制度，不讓各種學生社群網站因畢業而消失停頓，並透過休閒的概念，讓網路休閒閱讀是有趣、豐富多元且有內涵。

三、圖書館應扮演閱讀指導角色，積極推廣網路休閒電子書文本

就調查結果顯示，除了網路新聞與文章外，高職生喜歡閱讀網路小說、漫畫，主題圍繞在言情、科幻與奇幻、戀愛生活與滑稽搞笑的內容，與紙本閱讀興趣差異不大，顯見網路文本尚未開發出不同於紙本閱讀的創新題材，以吸引青少年閱讀。此時，學校圖書館與公共圖書館應思考分別建置網路小說與漫畫館藏，結合師長與網路作家力量，扮演網路閱讀指導諮詢者的角色，指導學生閱讀優良網路作品的技巧，培養新的閱讀能力。魏裕昌(2006)就資訊傳播角度，提到電子書改變了傳統的知識形成過程，而這種新閱讀體驗，將可誘發人的深層思考。建議推促出版業與資訊業合作開發適合青少年的網路休閒電子書文本，吸引學生的閱讀目光，藉以發揮並達到網路閱讀的休閒功能。

第三節 後續研究建議

本調查研究因人力、物力及時間限制等，在研究對象方面，僅就台北市十八所公私立高職學校進行網路休閒閱讀調查，故在閱讀動機與行為上的發現，僅供台北市高職學校與教育當局參考，無法推論到台北市以外的高職生；在研究方法方面，本研究僅做量化性問卷調查，較無法取得個別學生的想法，建議輔以訪談法，可彌補數據上的解釋不足；在研究工具方面，本研究借助於傳統紙本閱讀動機量表，加入網路閱讀特質，形成四個動機構面與五個行為層面進行探討，在理論基礎上或許有嫌不足之處，建議可以再深入探討；在研究變項方面，本研究僅就性別、職科別、家庭社經地位等變項分別與動機及行為進行交叉分析，或許不夠周全，其他如年級、城鄉網路閱讀差距、網路租書店的租借內容、網路閱讀介面設計、網路檢索能力、網路閱讀理解能力、外文閱讀興趣等，皆值得後續進一步探討。

參考文獻

一、中文部分

<相關專書>

- 心理測驗(黃安邦譯)(1991)。臺北市：五南。
- 心理學(五南圖書譯)(1990)。臺北市：五南圖書。
- 如何閱讀一本書(張惠卿編譯)(1991)。臺北市：桂冠。
- 林生傳(1996)。教育社會學。臺北市：五南。
- 胡秉正(1985)。教育心理學。臺北市：三民書局。
- 柯華葳(1999)。閱讀能力的發展。臺北市：心理出版社。
- 孫武彥(1990)。人類行為與社會環境之研究。臺北市：三民。
- 郝明義(2007)。越讀者。臺北市：網路與書出版。
- 郭靜晃(1994)。心理學。臺北市：揚智文化。
- 張春興(1994)。張氏心理學辭典。臺北市：台灣東華。
- 張春興、楊國樞(1984)。心理學。臺北市：三民書局。
- 齊藤孝(2006)。讀書力。(台灣商務譯)。臺北市：台灣商務。
- 談閱讀(洪月女譯)(1998)。臺北市：心理。
- 閱讀地圖一部人類閱讀的歷史(吳昌杰譯)(1999)。臺北市：台灣商務。

<期刊論著>

- 王嵩音(2007)。網路使用之態度、動機與影響。資訊社會研究，第12期，頁57-85。
- 宋曜廷、劉佩雲、簡馨瑩(2003)。閱讀動機量表修訂與相關因素研究。中國測驗學會測研學刊，第50輯第1期，頁47-72。
- 李連珠(1992)。早期閱讀發展釋疑之一：兼談家庭閱讀活動。幼兒教育年刊，第5期，頁109-126。
- 李晶(2010)。休閒教育與休閒環境。教師天地，第166期，頁16-20。

- 吳雅玲(2003)。高職生網路使用行為與網路成癮現況調查。諮商與輔導。第 215 期，頁 50-52。
- 孟瑛如，林淑惠，吳光東(2006)。提升網路閱讀的影響力與可及性-以學習障礙學生為例。特教論壇，創刊號，頁 44-54。
- 林文韻(2002)。全語言取向的閱讀課程。國立教育研究院籌備處研究案，第一年報告。
- 林珊如(2002)。網路數位文件閱讀之研究。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告(計畫編號：NSC 90-2413-H-002-010)。
- 林珊如(2002)。網路使用者特性與資訊行為研究趨勢之探討。圖書資訊學刊，第 17 期，頁 35-47。
- 林珊如(2003)。大學教師網路閱讀行為之初探。圖書資訊學刊。第 1 卷第 1 期，頁 75-92。
- 林珊如(2005)。深度休閒與資訊行為研究。圖書資訊學刊，第 3 卷第 1/2 期，頁 15-22。
- 林珊如，許禎芸(2008)。從國內碩士論文探討資訊行為相關研究。圖書資訊學研究，第 3 卷第 1 期，頁 51-74。
- 林珊如(2010)。數位時代的閱讀：青少年網路閱讀的爭議與未來。圖書資訊學刊，第 8 卷第 2 期，頁 29-53。
- 施如齡、呂芸樺(2006)。文本式網路超文本的閱讀理解歷程。2006 年電腦與網路科技在教育上的應用研討會，新竹市。
- 紀惠英，劉煥祥(2009)。從PISA測驗結果看九年一貫課程成效與高中職學生成績的差異。教育政策論壇，第12卷第1期，頁1-39。
- 黃玫溱(2009)。公共圖書館網路閱讀社群經營探討。臺北市立圖書館館訊，第 27 卷第 2 期，頁 21-31。
- 黃國正，黃玫溱(2004)。台灣地區民眾資訊需求之比較。中國圖書館學會會報，第73期，頁137-151。
- 張郁蔚(2004)。網路超文本閱讀之探討。圖書資訊學刊，第 1 卷第 4 期，頁 59-79。

- 陳冠華(2002)。媒體形式對於閱讀動機和行為的影響：以實體小說和電子版小說為例。國立中央圖書館臺灣分館館刊，第8卷第1期，頁66-84。
- 陳冠華(2004)。BBS使用者的小說閱讀及消費行為。國家圖書館館刊，第1期，頁125-166。
- 葉乃靜，楊宜蓁(2009)。臺北市古亭國小中年級學童資訊分享行為研究。圖書與資訊學刊，第1卷第2期，頁39-51。
- 齊若蘭(2002)。哪個國家學生閱讀能力最強？天下雜誌，第263期。
- 鄭美珍(2010)。青少年閱讀興趣與網路閱讀推薦服務。海峽兩岸圖書資訊學術研討會，南京大學。
- 劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷(2003)。國小閱讀動機與閱讀行為之相關研究。教育研究資訊，第11卷第6期，頁135-158。
- 劉佩雲、簡馨瑩、宋曜廷、程炳林(2002)：閱讀動機與閱讀行為和閱讀成就的關係。第四屆華人心理學家學術研討會暨第六屆華人心理與行為科際學術研討會，台北市。
- 劉政宏(2009)。對學習行為最有影響力的動機成分？雙核心動機模式之初探。教育心理學報，第41卷第2期，頁361—384。
- 鍾閔衛、賴玲玲(2007)。建構資訊服務 I：網路使用者之資訊行為。教育資料與圖書館學。第44卷第44期，頁381-392。
- 韓佩凌、鄔佩麗、陳淑惠、張郁雯(2007)。北部高中職學生網路沉迷模式之徑路分析研究。教育心理學報，第38卷第3期，頁355-373。
- 顏妙桂(2010)。休閒遊憩教育與青少年發展之思維。教師天地，第166期，頁21-29。
- 羅之盈(2010)。數位原住民，接班！。數位時代，第195期，頁68。
- 蘇蘅(1994)。青少年閱讀漫畫動機與行為之研究。新聞學研究，第48集，頁123-145。

<學位論文>

方子華(2004)。國小學生家庭閱讀活動學校閱讀環境與閱讀動機之相關研究。

國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。

古秀梅(2004)。國小學童閱讀動機、閱讀態度、閱讀行為與國語科學業成就之

相關研究。國立中山大學教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。

朱恆燁(2007)。我在虛擬人海中寫作：論網路小說的寫作經驗與作者—讀者關

係。國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。

李美月(2003)。高中生課外閱讀與學業成就關係之研究。國立屏東師範學院國

民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。

李素足(1999)。台中縣市國小中高年級學童閱讀動機的探討。台中師範學院國

民教育研究所碩士論文，未出版，台中市。

李堃豪(2004)。連鎖租書店競爭態勢之研究。輔仁大學應用統計學研究所碩士

論文，未出版，新北市。

李逢堅(2001)。中學生網際網路使用行為之研究。國立政治大學教育學系博士

論文，未出版，臺北市。

李蕙如(2005)。租書店服務品質與顧客滿意之研究。崑山科技大學企業管理

研究所碩士論文，未出版，臺南縣。

李靜慧(2005)。高職生之閱讀態度與歸因方式對閱讀理解策略之影響。國立臺

灣科技大學技術及職業教育研究所碩士論文，未出版，臺北市。

吳秉南(2009)。高職生閱讀態度與閱讀理解能力關係之研究。國立彰化師範大

學商業教育學系碩士論文，未出版，彰化市。

林宏祥(2005)。Blog的使用動機與行為之研究。清華大學科技管理研究所碩士

論文，未出版，新竹市。

林美鐘(2002)。屏東縣國民小學中高年級學童閱讀興趣調查研究。屏東師範學

院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。

- 林英傑(2008)。連鎖租書店的消費者再購意願因素，銘傳大學管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 林淑惠(2006)。國小學習障礙學生在網路閱讀與紙本閱讀之閱讀理解、行為、介面、策略偏好之研究。國立新竹教育大學特殊教育學系碩士論文，未出版，新竹市。
- 周宜彤(2008)。中學生學習興趣與相關因素之探討。屏東科技大學技術及職業教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。
- 胡秀蘭(2005)。台南縣高中職生閱讀興趣調查研究。致遠管理學院教育研究所碩士論文，未出版，臺南縣。
- 徐祥修(2009)。高職生閱讀行為與閱讀理解能力關係之研究。國立彰化師範大學商業教育學系碩士論文，未出版，彰化市。
- 翁筠緯(2009)。網路使用者生活型態、閱讀動機與文學小說閱讀行為之研究。世新大學圖文傳播暨數位出版學系碩士論文，未出版，臺北市。
- 張雅涵(2007)。青少年資訊分享的態度。中央大學資訊管理研究所碩士論文，未出版，中壢市。
- 陳玟里(2003)。合作學習閱讀理解策略對高職生閱讀成就與閱讀態度之研究。國立彰化師範大學工業教育學系碩士論文，未出版，彰化市。
- 陳明來(2001)。臺北市公立國中生課外閱讀行為之研究。國立政治大學圖書資訊研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 陳致中(2003)。網路文學創作者行為之初探研究。中山大學傳播管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 陳韻如(2003)。超文本資訊架構與閱聽人溝通脈絡、時間序列對於手持小螢幕瀏覽之影響。國立交通大學傳播所碩士論文，未出版，新竹市。
- 黃俊豪(2006)。高職資料處理科學生網路成癮相關因素及其影響之探討。國立中央大學資訊管理學系碩士在職專班碩士論文，未出版，中壢市。

- 黃家瑩(2006)。國小高年級學生家庭閱讀環境、閱讀動機與閱讀行為之現況。
高雄師範大學教育學系碩士論文，未出版，高雄市。
- 溫子欣(2002)。青少年學生閱讀愛情小說之研究：以兩班高職女學生讀者為例。
國立臺灣師範大學教育研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 馮秋萍(1998)。臺灣地區國小五、六年級兒童課外閱讀行為：以國立政治大學附
設實驗學校為例。淡江大學教育資料科學學系研究所碩士論文，未出版，新北市。
- 董潔如(2002)。高中學生網路使用動機、使用行為、個人特性與網路沉迷現象
之初探。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
- 楊孟山(2004)。高職生網路素養之研究。國立彰化師範大學工業教育與技術學
系碩士論文，未出版，彰化市。
- 楊期泰(2002)。高中職學生網路使用動機、需求滿足與疏離感之相關研究-以台
中縣市為例。靜宜大學青少年兒童福利學系碩士班碩士論文，未出版，台中市。
- 楊曉雯(1996)。高中生閱讀行為研究：以臺北市立建國高級中學學生為例。淡
江大學教育資料科學系碩士論文，未出版，新北市。
- 趙維玲(2002)。Booktalk 對國小學童閱讀動機和閱讀行為之成效探討。臺南師
範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，臺南市。
- 蔡旺晉(2004)。高齡者產品介面模式之研究。雲林科技大學工業設計系碩士論
文，未出版，雲林縣。
- 蔡育妮(2004)。繪本教學對國小一年級學童閱讀動機與閱讀行為之影響。屏東
師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。
- 蔡慧美(2005)。國中生課外閱讀行為與經驗之研究。國立台灣圖書資訊學研究
所碩士論文。未出版，臺北市。
- 賴哲彥(2005)。高職生數位落差之研究。屏東科技大學資訊管理系所碩士論文，
未出版，屏東市。
- 謝彩瑤(2001)。台東師院學生課外閱讀行為調查研究。國立台東師範學院教育

研究所碩士論文，未出版，台東縣。

蕭銘鈞(1998)。台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探。國立交通大學傳播研究所碩士論文，未出版，新竹市。

顏美鳳(2002)。台北縣國小六年級兒童閱讀興趣調查研究。國立臺灣師範大學社會教育學系在職進修碩士論文，未出版，台北市。

<網路資源>

2010年台灣寬頻網路使用調查報告出爐。上網日期：2010年6月8日，檢自：
http://www.runpc.com.tw/industrial_info.aspx?id=1003548

吳天方，張訓臣，陳鎮濂(2007)。二十一世紀高職生能力指標。上網日期：2010年6月4日，檢自：
http://w3.sce.pccu.edu.tw/tveb_20070326/68-73web/76thweb/%E5%9B%9B%E6%8A%80%E8%81%B7%E8%AB%96%E5%A3%874--1031---%E5%90%B3%E5%A4%A9%E6%96%B9%E3%80%81%E9%99%B3%E9%8E%AE%E6%BD%A6%E3%80%81%E5%BC%B5%E8%A8%93%E8%87%A3--%E5%BD%B0%E5%B8%AB%E5%A4%A7--%E4%BA%8C%E5%8D%81%E2%80%A6.pdf

陳徵蔚(無日期)。「文本電子化」對於電腦文學的意義。聯合報 e 世代文學報，第 105 期。上網日期：2010 年 5 月 1 日。檢自：
<http://www.wei1105.idv.tw/comp/journal/digi-text.htm>

陳勇君(2009)。2008 青少年最愛類型小說誰與爭鋒?!。高中生網路書店。上網日期：2010 年 12 月 8 日，檢自：
http://www.books.com.tw/exep/prod/books/specialty_shop/subject_writ.php?shopcode=hightschool&encoding=&writ=0000000015&reid=0000000621

培養兒童閱讀國家更富強。上網日期：2010 年 6 月 4 日，檢自：
<http://reading.cw.com.tw/doc/page.aspx?id=40288ab228a54ac10128f2f7b2730005>

教育部(2010)。高職學科標準分類。上網日期：2010 年 9 月 10 日，檢自：
http://www.edu.tw/statistics/content.aspx?site_content_sn=7858

游婉琪(2010)。閱讀不迷網，新科技是救星。台灣立報。上網日期：2010年9月10日，檢自：

<http://reading.cw.com.tw/doc/page.jsp?id=40288ab228a54ac10128f30dbd640006&number=1>

傳統文學與網路文學在成都大碰撞。上網日期：2010年4月9日，檢自：

http://big5.ce.cn/gate/big5/book.ce.cn/ssjj/201004/08/t20100408_21246282.shtml

臺北市閱讀風氣及市民閱讀形態之研究。臺北市政府93年度計畫研究報告。

上網日期：2010年9月10日，檢自：

<http://www.tpml.edu.tw/public/Attachment/04817303747.pdf>

網路時代如何做個有力量的閱讀者。上網日期：2010年4月19日，檢自：

http://mmdays.com/2010/04/18/how_to_read_on_internet/

蔡子柔、周嘉虹、林芝以(2010)。異軍突起的「錦城漫畫影音租售館」研究。

上網日期：2010年10月25日，檢自：

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2010/03/2010032914433736.pdf>

蔡郁薇(2009)。2009電子書閱讀器消費者調查—應用現況、偏好及未來需求。

資策會 FIND。上網日期：2010年9月15日，檢自：

<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=247>

蔡紅，唐秀瑜(2007)。淺閱讀時代圖書館的深度選擇。圖書館(Library)，第3

期，頁41-43，46。

閱讀是通往世界的大門～書是孩子的領航員。上網日期：2010年6月4日，檢

自：<http://www.tpfl.org.tw/article.php?id=663>

閱讀興趣調查：男不如女，大不如小！(2009)。上網日期：2010年6月2日，檢自：

<http://life.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Life/life-article/0,5047,11051801+112009120401131,00.html>

學生能力國際排名。上網日期：2010年6月5日，檢自：

http://pisa.nutn.edu.tw/link_rank_tw.htm

魏裕昌(2006)。誰在閱讀電子書？電子書的閱讀行為探討。上網日期：2010年9月28日，檢自：<http://info.gio.gov.tw/Yearbook/95/06-05.htm>。

二、西文部分

40 Developmental Assets for Adolescents (ages 12-18).(2006). Search Institute.

Retrieved May 10, 2010, from the World Wide Web:

<http://www.search-institute.org/system/files/40AssetsList.pdf>

Baker, Linda, Wigfield, Allan (1999). Dimensions of children's motivation for reading and their relations to reading activity and reading achievement.

Reading Research Quarterly,34(4), 152-177.

Baker, Linda, Dreher, Mariam Jean, Guthrie, J.T (2000). Engaging young reader: promoting achievement and motivation. New York, NY: the Guilford Press.

Coiro, Julie (2003). Exploring literacy on the internet reading comprehension on the internet: expanding our understanding reading comprehension to encompass new literacies. The Reading Teacher, 56(5), 458-464

Fisch, Karl(2006). Did you know? Retrieved June 10, 2010, from the World Wide Web:

http://www.youtube.com/watch?gl=HK&feature=related&hl=zh-TW&v=ov1n4DeW_Qg

Hildebrandt, Denice (2007). But there's nothing good to read. Media Spectrum, 29, 34-37

Hopper, Rosemary (2005). What are teenagers reading? adolescent fiction reading habits and reading choices. Literacy, 113-120

Hughes-Hassell, Sandra, Rodge, Pradnya (2007). The leisure reading habits of urban adolescents. Journal of Adolescent & Adult Literacy, 51 (1), 22-33

Kirby, John R., Ball, Angela, Geier, B. Kelly, Parrila, Rauno, Wade-Woolley, Lesly (2010).The development of reading interest and its relation to reading ability.

Journal of Research in Reading, 3(2), pp 1-17

- Larson, Lotta C. Larson (2009). E-reading and e-responding: New Tools for the Next Generation of Readers. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 53(3), 255–258
- Learning point Associates(2005). Using student engagement to improve adolescent literacy. Retrieved May 25, 2010, from the World Wide Web:
<http://www.ncrel.org/litweb/adolescent/qkey10/qkey10.pdf>
- Leu, D.J., & Kinzer, C.K.(2000). The convergence of literacy instruction with networked technologies for information and communication. *Reading Research Quarterly*, 35, 108-127.
- Mangen, Anne (2008). Hypertext fiction reading: haptics and immersion. *Journal of Research in Reading*, 31(4), 404–419
- Merchant, Guy (2001). Teenagers in cyberspace: an investigation of language use and language change in internet chatrooms. *Journal of Research in Reading*, 24(3) 2001, 293-306
- Metsala, Jamie L., Wigfield, Allan, McCann, Ann Dacey(1997). Children's motivation for reading. *The reading teacher*, 50(4), 360-362
- Nesbitt, B.(2007).A vision of K12 students today. Retrieved June 12, 2010, from the World Wide Web: http://www.youtube.com/watch?v=_A-ZVCjfWf8
- Nielsen, J.(1995). *Multimedia and hypertext: The Internet and beyond*, Boston: Elsevier Science Ltd.
- Pitcher, Sharon M., et al(2007). Assessing adolescents' motivation to read. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 50(5), 378-396
- Pitcher, Sharon M., et al(2010). The Literacy needs of adolescents in their own words. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*,53(8),636–645
- Stebbins, Robert A. (2007). *Serious Leisure: a perspective for our time*, New Jersey: Transaction Publishers.
- Schmar-Dobler, Elizabeth (2003). *Reading on the internet: the link between literacy*

- and technology. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 47(1), 80-85
- Sutherland-Smith, Wendy (2002). Weaving the literacy web: changes in reading from page to screen. *The Reading Teacher*, 55(7)
- Wigfield, A., & Guthrie, J.T (1995). Dimensions of children's motivation for reading: An initial study. reading research report no.34. Athens, GA: NRRC.

附 錄

高職生網路休閒閱讀動機與行為之調查研究(正式問卷)

問卷描述：

親愛的同學你好：

本問卷主要在瞭解高職生之網路休閒閱讀動機與行為。

所謂網路休閒閱讀是指利用各種電子載具(包括電腦、手機、電子書閱讀器等)上網閱讀非學校指定作業之文字或圖像資料(例如圖書、小說、漫畫、雜誌、新聞、文章等,但不包含學校指定作業)。填答過程中,請依題目先後順序作答,選”其他”選項者,請盡量填寫空白欄。

本研究結果僅作學術研究之用,敬請放心填答。

感謝你的合作,並祝福你~ 學業順利,學習愉快!

國立臺灣師範大學 圖書資訊學研究所

指導教授 卜小蝶 博士

研究生 鄭美珍 敬上

凡填寫完整的有效問卷,可參加抽獎,獎品是 7-ELEVEN 超商壹佰元禮券,共 50 名,請留下你的 email,方便中獎通知。

性別 (必填)

女 男

學校名稱 (必填)

東方工商 開平餐飲 士林高商 泰北高中 華岡藝校 景文高中 開南商工 內湖高工 育達家商 南港高工 松山工農 松山家商 金甌女中 大安高工 木柵高工 協和工商 稻江護家 稻江商職 喬治工商

年級 (必填)

一年級 二年級 三年級

就讀職科類別 (必填)

工業類(資訊、電子、電機、化工、汽車、美工、製圖、室內空間設計、圖文傳播...等)

藝術類(電影電視、國樂、西樂、戲劇、舞蹈、表演藝術)

商業類(商業經營、國際貿易、會計事務、資訊處理、廣告設計、餐飲管理、多媒體設計、應用外語、觀光事業)

家事類(美容、家政、幼保、室內設計、時尚模特兒)

農業類(園藝、食品加工)

綜合高中

父親職業 (必填)

中央民代、高階經理主管、專業人員(如醫師、工程師、大專教師、會計師、律師、法官等)

地方民代、負責管理監督的中階經理主管、大專以外教師、公務員、藥劑師、護士、記者、軍警

行政職員、服務員、代書、廚師、商人、自由業人員

農林漁牧人員、技術員、工匠、勞動工作人員

家管/退休/待業/其他

母親職業 (必填)

(同上題選項)

父親教育程度 (必填)

研究所(含)以上

大學/技術學院

專科

高中/高職/國中

國小(含)以下

母親教育程度 (必填)

(同上題選項)

你是否曾上網閱讀? (必填)

是

否

(點選「否」者，請問未曾上網閱讀最主要原因?沒有興趣或需要沒有時間沒有適當上網設備或環境不知網路上有哪些文本可閱讀閱讀吃力不舒服上網或下載要額外付費喜歡或習慣翻閱紙本圖書資料

其他，請填寫空白欄

(未曾上網閱讀的同學，請填完此題，不再作答，直接按「送出」)

12.我的網路休閒閱讀動機一：(必填)

題目	非常同意	同意	不同意	非常不同意
網路閱讀比紙本閱讀來的輕鬆	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我對自己搜尋網路作品的的能力具有信心	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
雖然網路作品參差不齊，但我相信自己有能力篩選過濾	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
除了輕鬆作品，我會嘗試閱讀較艱深的網路作品	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
在網路上我會嘗試閱讀各種不同主題作品	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我希望自己除了會網路閱讀，也會試著網路寫作	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
如果家人不贊成，我會選擇放棄網路閱讀	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我覺得網路閱讀會佔用太多時間，所以我不上網閱讀	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路作品良莠不齊，所以我不上網閱讀	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13.我的網路休閒閱讀動機二：(必填)

題目	非常同意	同意	不同意	非常不同意
網路閱讀可以滿足我追求流行的慾望	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我喜歡利用網路閱讀來吸收新知	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我喜歡利用網路閱讀來掌握時事	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我在網路閱讀時，經常會忘了時間	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我每天至少花 30 分鐘上網閱讀有興趣的作品	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
上網閱讀小說漫畫，容易讓人成癮，不可自拔	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
如果沒有上網閱讀的經驗就太落伍了	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
閱讀網路新聞最能掌握時事動態	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路閱讀是我的重要休閒活動之一	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14.我的網路休閒閱讀動機三：(必填)

題目	非常同意	同意	不同意	非常不同意
我喜歡別人說我上網閱讀的能力不錯	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
透過網路超連結，我可以找到更多相關主題的作品來閱讀	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我喜歡蒐集並保留好的網路作品	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
大量閱讀網路作品會讓自己有比別人厲害的感覺	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
經常閱讀網路作品可讓我在同學面前覺得很有成就感	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路閱讀讓我說話的內容比別人豐富	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15.我的網路休閒閱讀動機四：(必填)

題目	非常同意	同意	不同意	非常不同意
點閱率是我選擇網路作品的重要參考	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我經常會轉寄網路作品給友人	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我經常對網路論壇或部落格文章做出回應	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
觀看別人對網路作品的回應，是一種愉快的經驗	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
分享網路閱讀心得，可以結交更多的朋友	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路閱讀可以讓我找到寄託	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16.你持續網路閱讀已有多久時間？(必填)

- 1~6 個月內 6 個月~1 年內 1~2 年內 2~3 年內
3~4 年內 4~5 年內 5 年以上

17.你最常取得網路閱讀作品的訊息來源為何？(必填)

, 選其他者, 請輸入

- 同儕/網友推薦
老師推薦

- 圖書館推薦
- 網站推薦
- 媒體報導
- 無意間發現
- 其他，請填寫空白欄

18.你最常在哪個地點上網閱讀？(必填)

, 選其他者，請輸入

- 家中
- 網咖
- 學校電腦教室
- 學校圖書館
- 校外圖書館
- 其他，請填寫空白欄

19.你最常何時上網閱讀？(必填)

, 選其他者，請輸入

- 平日課堂休息時間
- 平日放學後~晚上十點
- 平日晚上十點以後
- 週休假日
- 其他，請填寫右空白欄

20.你每次上網閱讀會持續多久時間?(必填)

- 30 分鐘以內
- 30 分鐘~1 小時以內
- 1 小時~1 小時半以內
- 1 小時半~2 小時以內
- 2 小時~3 小時以內
- 3 小時(含)以上

21.你進行網路閱讀的頻率如何？(必填)

- 每天 經常 (每週一~三次) 偶爾 (每二週一次)
- 很少 (每月一次) 未曾

22.請提供你各類網路作品之閱讀頻率： (必填)

題目	每天閱讀	經常閱讀 (每週一~三次)	偶而閱讀 (每二週一次)	很少閱讀 (每月一次)	未曾閱讀
網路新聞	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路雜誌	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路漫畫	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路小說	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路文章	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
網路電子書	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23.請選擇你花最多時間上網閱讀的網路作品： (必填)

- 新聞
- 雜誌
- 漫畫
- 小說
- 文章
- 電子書
- 其他，請填寫空白欄

24.請選出你最喜愛上網閱讀的新聞主題： (必填)

- 財經/政治
- 國際/社會
- 藝文活動
- 體育動態
- 消費/流行
- 娛樂/追星
- 醫藥/家庭/生活
- 其他，請填寫空白欄
- 未曾閱讀過

25.請選出你最喜愛上網閱讀的雜誌主題： (必填)

- 語言學習

- 電腦通訊
- 新聞時事
- 流行/服飾/美容
- 影音娛樂
- 美食/養生/保健
- 運動休閒
- 汽車/機車
- 居家/裝潢/雜貨
- 旅遊/史地
- 文學/藝術
- 建築/設計
- 財經投資/企管行銷
- 自然科學
- 社會人文
- 軍事/法律/政治
- 其他，請填寫空白欄
- 未曾閱讀過

26.請選出你最喜愛上網閱讀的小說主題： (必填)

- 科幻/玄幻/奇幻
- 恐怖驚悚
- 懸疑/推理
- 歷史/武俠
- 都市/言情
- 情色
- 同人
- 競技/游戰/軍事
- 其他，請填寫空白欄
- 未曾閱讀過

27.請選出你最喜愛上網閱讀的漫畫主題： (必填)

- 熱血機戰
- 魔法奇幻
- 純情少女

- 戀愛生活
- 耽美人生
- 體育競技
- 滑稽搞笑
- 武俠經典
- 推理懸疑
- 恐怖驚悚
- 科幻未來
- 其他，請填寫空白欄
- 未曾閱讀過

28.請選出你最喜愛上網閱讀的文章主題：(必填)

- 親情/友情/愛情
- 生活隨筆/日記
- 校園記趣
- 勵志/人生哲理
- 搞笑
- 情色
- 其他，請填寫空白欄
- 未曾閱讀過

29.請選出你最喜愛上網閱讀的電子書主題：(必填)

- 小說
- 休閒娛樂
- 觀光旅遊
- 飲食/美容/服飾/生活
- 醫療/衛生/保健
- 文學(非小說)
- 藝術(音樂、美術、設計)
- 繪本/童書
- 語言學習
- 電腦應用
- 行銷/企管/廣告
- 財經投資

- 社會人文
- 中外史地
- 宗教/哲學
- 心理/勵志
- 自然科學
- 工程/農工漁牧礦業
- 其他，請填寫空白欄
- 未曾閱讀過

30.你最常透過哪種途徑進行網路閱讀?(必填)

- 搜尋網站 (如：yahoo、google)
- 社群網站(如：無名小站、臉書、松鼠窩)
- 閱讀網站(如：小說閱讀網、udn 數位閱讀網)
- 部落格
- 網路論壇(如：台灣深藍、微風論壇)
- 電子郵件
- BBS
- RSS
- 其他，請填寫空白欄

31.你最常瀏覽的 1~3 種閱讀網站： (必填)

- 小說頻道
- 起點中文
- 鮮鮮
- Popo 原創
- 翠微居
- 動漫頻道
- Hami 書城
- 遠傳 e 書城
- 好讀
- 章閱讀網
- 其他，請填寫空白欄

32.你主要是透過何種硬體載具來進行網路閱讀? (必填)

- 家用電腦
- 筆記電腦
- 電子書閱讀器(如 Kindle，金盾機等)
- 可上網手機
- 其他，請填寫空白欄

33.你是否有過購買電子書的經驗? (必填)

- 有
- 無

34.你認為你在紙本休閒閱讀與網路休閒閱讀大約各占多少比例? (必填)

- 網路閱讀為主，紙本閱讀為輔
- 紙本閱讀為主，網路閱讀為輔
- 完全以網路閱讀為主
- 完全以紙本閱讀為主
- 兩者各占一半
- 其他，請填寫空白欄

35. 歡迎針對本問卷提供建議或分享

問卷到此結束，請你再一次檢查是否有遺漏之題目，以免失去抽獎資格，感謝你的撥空填寫!