

網路文學閱讀情況之研究：以巴哈姆特電玩資訊站閱讀網路文學的用戶為例

李正吉^{1,*} 林聖邦² 李俊達³

摘要：近年來網路文學越來越受到普遍大眾注目，本研究旨在調查臺灣民眾閱讀網路文學的情況，藉由巴哈姆特電玩資訊站網路論壇中閱讀網路文學作品的讀者，瞭解閱讀網路文學的讀者偏好、行為、動機與習慣。研究結果發現：第一、巴哈姆特讀者群偏愛日本奇幻類型的網路文學，有三分之一讀者先看過小說改編的動畫、電影、漫畫及遊戲作品進而接觸原作小說；93% 的讀者使用智慧型手機閱讀網路文學，最常閱讀的時間在平日晚上，時間以 31 分鐘至一小時為最多。讀過網路小說後，只要覺得劇情描寫很好，有 70.24% 的讀者願意購買紙本小說。閱讀動機部分，大多數參與者非常認同「閱讀的重要」和「閱讀可以放鬆心情，並提高工作或學習時的成果」。第二、大多數參與者同意已建立閱讀習慣，過半認為接觸網路小說後閱讀時間比以往讀紙本增多，更容易維持良好的閱讀習慣，且閱讀的小說數量與類別有擴增；但有些參與者回應在習慣網路小說的便利性後，不再閱讀紙本書。第三、巴哈姆特讀者群認為閱讀紙本小說的專注度比網路小說為高，由於網路版攜帶便利，大部分讀者會一面讀，一面做其他事情。對同樣的小說內容，到底會優先選擇閱讀網路版或紙本版，有 48% 的讀者認為兩者皆可，閱讀的內容遠比載體重要。綜合而言，所調查的樣本對比紙本版與網路版，認為閱讀網路文學後在閱讀數量與類別有增加的趨勢；且閱讀量與時間越多，越同意網路文學的重要性，也會對閱讀習慣產生正向影響。本研究在巴哈姆特電玩資訊站邀請閱讀網路文學的用戶，填答者大多為臺灣 21 ~ 30 歲的青壯年男性，符合巴哈姆特使用者的基本特性，也是本研究結果可推論的範圍。

關鍵字：網路文學、網路論壇、閱讀行為、閱讀動機、閱讀習慣

Patterns of Reading Internet Literature: A Case Study of Users of the Bahamut Gaming Information Website

Lee, Cheng-Chi^{1,*} Lin, Shang-Bang² Li, Chun-Ta³

Abstract: The popularity of Internet literature has surged among the general public. Bahamut is an online forum that provides comprehensive information on various forms of entertainment, including toys, novels, movies, and video games. The present study

投稿日期：2022 年 11 月 22 日；通過日期：2023 年 9 月 13 日。

本論文感謝兩位匿名評審的修正意見，文中言論由作者自行負責。

¹ 輔仁大學圖書資訊學系特聘教授兼系主任

² 輔仁大學圖書資訊學系碩士研究生

³ 輔仁大學人工智慧與資訊安全學士學位學程教授

* 通訊作者：李正吉，E-mail：cclee@blue.lins.fju.edu.tw

investigated the reading patterns of Taiwanese individuals who frequent the Bahamut platform, focusing on their preferences, behaviors, motivations, and habits in reading Internet literature. The target population for this study was users of Bahamut's gaming information site who engage with Internet literature. The study revealed that a preference for Japanese fantasy literature was predominant among Bahamut users. Approximately one-third of the respondents had been exposed to adaptations of these novels in the form of animation, movies, comics, or games before reading the original text. In the surveyed sample, 93% of the participants used smartphones for reading online literature. Reading typically occurred on weekday evenings, with the majority of respondents spending between 31 min and 1 h per reading session. Of the respondents, 70.24% expressed a willingness to purchase paperback versions of novels if they found the plot compelling. When providing responses regarding their motivation for reading, the majority strongly agreed with the statements that "reading is important" and that "reading can relax the mind and improve the results of work or study." Most respondents confirmed having a well-established reading habit. Over half reported that their engagement with Internet literature had led them to devote more time to reading than they had previously devoted to reading paperback novels. Their transition to reading Internet literature made it easier for them to maintain consistent reading habits and expanded the range and number of novels they read. However, a portion of participants indicated that they had ceased reading paperback novels due to the convenience offered by digital formats. With respect to reading focus, the respondents believed they were more concentrated when reading paperback novels compared with when they were reading Internet literature. The convenience of Internet literature often led to multitasking. When asked to choose between the digital and paperback formats for the same novel, 48% expressed no preference, emphasizing that the quality of the content was more important than the medium used for delivery. In summary, this study identified an increase in both the volume and variety of reading among the respondents after their exposure to Internet literature, which positively influenced their reading habits. The majority of the participants were men, were aged between 21 and 30 years, and were residing in Taiwan—characteristics that align with the general profile of Bahamut's user base.

Keywords: Internet literature, online forum, reading behavior, reading motivation, reading habit

壹、緒論

閱讀，自古以來一直是人類的休閒項目之一。在所有書籍類別中，語言文學類更是國民最受歡迎的閱讀書籍。自 2011 年開始，國家圖書館每年都會統計國民的閱讀情況。在國家圖書館的統計報告中，

語言文學類一直都是借閱圖書中最多的類別（國家圖書館，2021）。在 2016 年的 PIRLS 臺灣國家報告中，也提出讓孩子多閱讀故事體與長篇書籍的建議，可以增進閱讀素養的培養（柯華葳等人，2017）。在國家圖書館《108 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告》中，哈利波特系列、

金庸系列小說（novel）是歷久不衰的經典名著，在臺灣民眾最愛圖書排行中名列前茅，排名前 10 名，有五名都是金庸小說（國家圖書館，2020）。但在現今網路盛行的情況下，因應網際網路而崛起的網路文學成為新生的文學樣式，帶給民眾更豐富多樣的小說。

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

亞洲地區，中國、日本、臺灣的網路文學網站在閱覽限制上都略有不同，作品數也因各地區的人口總數不同而有很大的差異（表一）。但在近幾年來，「成為小說家吧」（日文原名：小説家になろう）有許多小說都改編成動畫（anime）推廣出去，讓「成為小說家吧」成為在本次調查的網路文學網站中知名度最高的網站，如 2023 年 7 月分在巴哈姆特動畫瘋上播出的動畫中，觀看數排名第一的就是由「成為小說家吧」上小說改編的「無職轉生」，共有 97.7 萬觀看次數（巴哈姆特動畫瘋，n.d.）。在電腦翻譯語言科技越來越進步的時代，即使對日文零基礎，也能透過 Google 提供的網頁翻譯功能觀看日本網路文學。

時至今日，在公共地區也甚少看到民眾隨手拿著紙本書閱讀，倒是許多民眾在乘坐大眾運輸工具時，閱覽手機上的資訊。在黃淼與陳建雄（2018）的研究中指出，臺灣平日的捷運站出入口，有約 25%

表一

網路文學網站作品數及閱覽限制（2021 年 3 月 26 日調查之資料）

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

註：○代表此網站符合此特點，×代表此網站不符合此特點。

資料來源：研究者自行整理。

的民眾在行走時閱覽手機資訊。在 S. Liao 等人 (2023) 的研究中也指出有超過 86% 的美國成年人會使用數位設備閱讀資訊。

本次研究調查的場域是巴哈姆特電玩資訊站，是網路論壇類型的網站，在巴哈姆特 (2016) 20 週年的調查中，巴哈姆特擁有 239 萬的會員人數，20 年的使用歷史中達到了 830 億的網頁點擊次數。在《天下雜誌》的訪問中，2019 年的會員註冊人數增長為 250 萬人 (鍾張涵, 2020)，約 1 年增長 4 萬名會員人數。網路論壇是一種網站的架構，可以讓使用者共享資訊並利用其他用戶的討論資訊 (Peral et al., 2019)。網路論壇分為兩大類，問答論壇與討論論壇，這兩種論壇都能促進網友間的交流與共享資訊 (Hoogeveen et al., 2018)，巴哈姆特電玩資訊站即屬於討論論壇的一種形式。本研究藉由巴哈姆特電玩資訊站收集閱讀網路文學民眾的問卷。

巴哈姆特雖還是以電玩遊戲為主要討論的社群網站，但除了遊戲討論區，巴哈姆特還有各式各樣的討論區，如輕小說綜合、電腦應用、綜合公仔玩具、布袋戲文化綜合討論區等。這些討論區讓對不同主題感興趣的使用者，來此網站搜尋或討論相關內容。有許多學術研究也是藉由巴哈姆特的高流量，以此收集大量資訊來研究不同的學科領域 (G.-Y. Liao et al., 2020; Teng, 2021; Tsai & Hung, 2019)。

此研究選擇巴哈姆特當研究場域的原因之一，是網站有輕小說綜合討論區。輕小說泛指「可輕鬆閱讀的小說」。以往日本的輕小說有許多都是由作者投稿到出版社出書，但近年來有許多的輕小說都是由網路文學改編而來，最著名的就是「成

為小說家吧」，不只從網路文學出版實體書，甚至還產出許多動畫。在巴哈姆特的輕小說綜合討論區，常能見到許多網路文學的資訊，是許多小說愛好者的討論集中地之一。比起單純的網路文學網站，如起點、POPO 原創市集等小說網站，在第三方的討論網站收集資訊，會減少一些太偏頗喜愛特定網站的讀者。

所以本研究以巴哈姆特電玩資訊站為研究場域，藉由網路問卷調查做量化統計。研究目的是調查巴哈姆特電玩資訊站使用者中，有閱讀網路文學經驗的讀者的閱讀動機、偏好、行為、閱讀習慣以及閱讀習慣的改變。閱讀習慣的形成與閱讀動機、閱讀偏好和閱讀行為息息相關，有閱讀的動機才會開始閱讀，有喜歡偏好的讀物才會有意願持續閱讀，長久閱讀的行為會慢慢演變成閱讀習慣。

本文之研究目的在於：

- 一、調查巴哈姆特使用者中，閱讀網路文學的讀者，大部分閱覽哪個平臺的作品及閱讀偏好。
- 二、調查閱讀網路文學的讀者，在生活中的行為表現以及閱讀動機。
- 三、調查讀者目前閱讀網路文學的習慣，以及閱讀實體書與數位書的習慣有無改變。

目前臺灣眾多研究文獻中，甚少有對臺灣民眾閱讀網路文學的閱讀習慣作調查。此研究的貢獻就是調查臺灣民眾閱讀網路文學的習慣，瞭解網路文學出現後，對以往閱讀習慣的改變影響，讓各個圖書館在計畫閱讀推廣活動時，對數位閱讀的部分有一定的瞭解。通過此研究也可讓臺灣的網路文學網站或出版書籍的相關產業，在出版數位書或實體書時，有一個參

考方向，瞭解近年來小說讀者對實體書或數位書的購買行為變化。

貳、文獻探討

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

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

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

同時調查網路成癮對使用小說網站的關聯性。Z. Liu 與 Huang（2016）的研究中，調查中國學生在電腦與手機上閱讀行為的比較。許多受訪者表示利用智慧型手機閱讀可充分的利用時間，無論何時何地都可閱讀，比在電腦上閱讀方便許多。同時女性讀者對紙本書更為偏愛，紙本書的味道與觸感無法被電子用品取代。在林怡秀（2020）的研究中，針對 Ebook Taipei 這個電子書平臺的使用需求與滿意度來調查。網路文學與電子書有部分共同點。研究中以 21 ~ 30 歲的年輕族群使用者較多，另外訪問者大多覺得 Ebook Taipei 平臺的書籍量不太充足，也限制了借閱次數，無法滿足使用者需求。Q. Liu 等人（2020）從縱橫中文網的小說排名榜，研究資訊串聯（information cascades）對付費及免費網路小說的影響變化。資訊串聯是指用戶會受前人的評價，而受影響跟從前人的行為（如初始閱讀讀者的評語給予正向意見，後續讀者評語也會偏向正向意見）。研究結果指出不論是免費小說還是付費小說，因排名榜的影響而達到資訊串聯現象上，都有達到顯著影響。其中付費小說的資訊串聯行為比免費小說更顯著。澤崎宏一（2020）的研究中，調查了日本靜岡縣立大學 2009 ~ 2018 年的閱讀習慣變化。調查結果發現大學生的閱讀時間比之前國高中時少，但閱讀網路文章或新聞的時間逐漸增多。文化部《2018 年臺灣 ACG 產業調查暨民眾消費行為趨勢分析》報告（文化部文化統計網，2020），是針對動畫、漫畫（comics）與電子遊戲（games），合稱為 ACG 的發展與消費行為作調查統計。ACG 的部分內容其實與小說略有相關，有不少 ACG 作品都是由小說改編而來的，但此份研究並沒有特別提到小說的

部分。在此研究中，巴哈姆特使用者群讀者挑選網路漫畫的考量因素優先順位是：一、劇情內容簡介吸引；二、圖面或畫風；三、特定作者的作品；四、有名的作品；五、網路點閱人氣排行高。以往研究所指閱讀偏好，通常指書籍的載體（如紙本書或電子書），或是書籍類型（如小說、報紙或非小說）。在 Mueller 等人（2017）的研究中，閱讀偏好擴展到喜好作品類型、閱讀載體、書籍語言、書籍來源管道、選書的因素等項目。調查的結果指出圖書館並不是休閒書籍最好的來源管道。大多數的人都從網路下載免費休閒書籍或是從實體書店購買休閒書籍。因此本研究所指之閱讀偏好，是指讀者閱讀讀物的喜好，包含使用的閱讀工具、喜愛的讀物類型、作品來源國、閱讀地點等。結合前述 Q. Liu 等人（2020）、Z. Liu 與 Huang（2016）、Mueller 等人（2017）、文化部文化統計網（2020）、林怡秀（2020）、許鴻勇（2007）、澤崎宏一（2020）等論文都含有一部分閱讀偏好相關的內容，來作為此研究的有關閱讀偏好的研究問題。

在林巧敏與葉一蕾（2017）的研究中，探討青少年閱讀輕小說的閱讀動機與閱讀行為。研究使用問卷調查法，向新北市的國中生及高中生發放問卷。收集問卷後使用 SPSS 統計軟體來處理相關資料。研究結果指出男生比女生有更強的閱讀輕小說動機，最喜愛的輕小說類型為奇幻冒險，閱讀輕小說的媒介載體以紙本書為主。閱讀行為是指閱讀者實際從事閱讀活動的方式、花在閱讀的時間及閱讀書本的數量（黃家瑩，2006）。在上述 Q. Liu 等人（2020）、Z. Liu 與 Huang（2016）、

許鴻勇（2007）、Mueller 等人（2017）、文化部文化統計網（2020）、林巧敏與葉一蕾（2017）與澤崎宏一（2020）等論文中都含有一部分閱讀行為相關的研究內容，此研究有參考相關閱讀行為的研究，來製作後續的問卷問題。

閱讀動機被定義為激發和維持閱讀活動的內在過程，是一種思想、信念和自我認知，為維持與閱讀有關的活動提供了動力（Unrau & Quirk, 2014）。在 Kambara 等人（2021）的研究中，使用成人閱讀動機量表（adult motivation for reading scale, AMRS）對日本人調查驗證後，修改優化使之適合日本人使用。AMRS 是由 Schutte 與 Malouff（2007）所針對澳大利亞地區開發，目前唯一用於評估成人閱讀動機的工具（Kambara et al., 2021）。Schutte 與 Malouff（2007）開發的 AMRS 量表分析了 21 個問題，並將其分為四個因素。四個因素分別為：一、閱讀作為自我的一部分；二、閱讀迴避與閱讀效能；三、閱讀是為了獲得認同；四、閱讀是為了在其他領域表現更出色。Kambara 等人（2021）在研究後修改為七個問題，並將其簡化分類成兩個因素：一、閱讀的重要性；二、自我效能和閱讀的外在動機。自我效能，是對完成任務或達成目標能力的信念程度。在此研究中，參考林巧敏與葉一蕾（2017）研究中的部分內容，和使用 Kambara 等人（2021）的 AMRS 量表來作為對閱讀動機的調查問卷。

在 Schmidt 與 Retelsdorf（2016）的研究中，他將 Verplanken 與 Orbell（2003）開發的自我報告習慣指數（self-report

habit index, SRHI) 用於調查閱讀習慣，並證實了 SRHI 用在測試閱讀習慣時的有效性。在 Schmidt 與 Retelsdorf (2016) 的研究中，修改了 SRHI 量表的 12 個問題，將閱讀自我報告習慣指數 (self-report habit index for reading, SRHI-R) 修改為 10 個問題的調查量表，並由「餘暇時間中閱讀對我來說是甚麼？」來引入問題。Z. Liu (2005) 的研究中，通過邀請受訪者填寫閱讀體驗變化問卷，來研究十年間閱讀數位文章與紙本文章的行為變化。由於十年週期太過漫長，無法獲得受訪者詳細的變化資訊，因此此研究只調查受訪者行為的變化，如增加、減少或不變等行為變化。在此研究中，將閱讀習慣的調查分為兩大類，第一類是閱讀習慣，用來調查目前閱讀習慣的狀態；第二類是閱讀習慣的改變，用來調查閱讀紙本小說跟數位小說的差別。分別使用 Z. Liu (2005) 及 Schmidt 與 Retelsdorf (2016) 的研究問卷來做調查。

參、研究方法

一、研究方法

本研究採用問卷調查法，編製問卷方式使用文獻分析法與專家諮詢法，研究問題參考不同的國內外文獻做初稿設計，並考慮網路文學的特性設計適合之題項，之後與指導教授討論修正不適宜的地方。整份問卷分為五個部分。第一部分是受訪者的基本資料。第二部分是受訪者的閱讀偏好。第三部分是受訪者的閱讀行為。第四部分是受訪者的閱讀動機，分為兩個構面，分別為：(一) 閱讀的重要性、(二)

自我效能和閱讀的外在動機。第五部分是受訪者的閱讀習慣，其中又分為閱讀習慣與閱讀習慣的改變兩部分。

二、研究對象

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

三、問卷發放

本研究問卷採用網路問卷形式發放，在執行過程中會將問卷設置於巴哈姆特電玩資訊站首頁問卷調查區及輕小說綜合討論區。藉此收集網路文學讀者的問卷。發放問卷時間為 1 個月 (2021/07/03 ~ 2021/08/02)。製作網路問卷的方式是使用 Google 表單功能製作網路問卷。

四、研究工具與設計

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

(一) 基本資料

問卷第一部分基本資料問題參考許鴻勇 (2007)、林巧敏與葉一蕾 (2017)、林怡秀 (2020) 的研究，結合三者的基本資料共通性，略微修改來設計基本資料，包含性別、年齡、出生地、學歷、職業等五項。

(二) 閱讀偏好

問卷第二部分調查閱讀偏好，閱讀偏好可定義為狹義的閱讀興趣，即讀者在閱讀時對所閱讀書籍選擇上的偏愛（陳瓊雯，2010）。問卷題項設計參考文化部文化統計網（2020）調查報告以及 Q. Liu 等人（2020）、Z. Liu 與 Huang（2016）、許鴻勇（2007）與澤崎宏一（2020）等人的論文。包含閱讀工具、閱讀時間、閱讀地點、作品來源國、使用的小說網站、作品類型、挑選作品的因素等七項。

(三) 閱讀行為

問卷第三部分調查閱讀行為，指的是閱讀者實際從事閱讀活動的方式、花在閱讀的時間及閱讀書本的數量（黃家瑩，2006）。問卷設計參考 Z. Liu 與 Huang（2016）、Mueller 等人（2017）、文化部文化統計網（2020）、林巧敏與葉一蕾（2017）、許鴻勇（2007）的相關研究。調查問題分為閱讀時間、閱讀資歷、閱讀數量、閱讀誘因、資訊來源管道、購買誘因、付費調查、數位化對實體本的影響、離線閱讀數量等九項。

(四) 閱讀動機

閱讀動機被定義為激發和維持閱讀活動的內在過程，是一種思想、信念和自我認知，為維持與閱讀有關的活動提供了動力（Unrau & Quirk, 2014）。閱讀動機使用 Kambara 等人（2021）的 AMRS。Kambara 等人簡化的 AMRS 量表由日本人測試過，比 Schutte 與 Malouff（2007）針對澳大利亞地區開發的原始 AMRS 量表，更適合同為亞洲區的臺灣人使用。在 Kambara 等人（2021）研究中，信度係數（Cronbach's α ）為 .60。Kambara 等人（2021）的 AMRS 量表分為兩個部分，

分別為閱讀的重要性以及自我效能和閱讀的外在動機。但由於本研究題目是針對網路文學作問答的，略微修改自我效能和閱讀的外在動機的問題選項，使之較適合網路文學的回答。問卷第四部分閱讀動機的量表評分方式使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意」（1 分）到「非常同意」（5 分）分為五個等級。

五、閱讀習慣及習慣改變

問卷第五部分閱讀習慣的調查分為兩大類，第一類是閱讀習慣，第二類是閱讀習慣的改變。第一類閱讀習慣的調查使用 Schmidt 與 Retelsdorf（2016）的 SRHI-R 問卷，該量表有良好的心理計量特性。SRHI-R 分為 10 個項目的調查，並由「餘暇時間中閱讀對我來說是什麼？」來引入問題。在 Schmidt 與 Retelsdorf（2016）研究中的 Cronbach's α 高達 .96，閱讀習慣的量表評分方式使用 1 至 5 分的李克特量表方式，選項從「非常不同意」（1 分）到「非常同意」（5 分）分為五個等級。

第二類閱讀習慣的改變使用 Z. Liu（2005）的問卷。本研究略修改問題以調查閱讀網路文學與紙本書的習慣變化。量表評分方式 1 ~ 5 題使用四個頻率改變的選項，分為「減少」、「增多」、「不變」、「不知道」。6 ~ 13 題使用四頻率選項：「總是」、「頻繁」、「偶爾」、「從不」。14 題使用四個選項「紙本小說」、「網路小說」、「兩者皆可」、「其他」四種。

六、調查程序及資料分析

問卷於 2021 年 7 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日期間發放，為期 30 日。共計回收 168 份問卷，其中有效問卷為 168 份。根

據問卷調查結果，以統計方式分析資料，使用 SPSS 統計軟體分析統計結果並加以討論。

肆、研究結果與分析

一、基本資料

大部分填寫問卷的巴哈姆特使用者為臺灣人，只有小部分中國及港澳使用者。第一、在性別比例方面，本研究收集到的樣本，閱讀網路小說的讀者以男性（65.48%）占大多數，女性讀者有 34.52%。但對比巴哈姆特在 2016 年的用戶性別調查，男性為 83.00%、女性為 17.00%，（巴哈姆特，2016），本研究的女性樣本明顯比較多。在《109 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告》（國家圖書館，2021）發現借閱語言文學類的讀者是女性占大多數，男性較少。在國家圖書館（2021）的報告，國家圖書館使用者的男女性別比是女性占六成、男性為四成。許鴻勇（2007）的小說網站收費服務接受度之研究，收集到的資料以男性讀者比例比較多（六成），女性則占四成。

第二、在年齡方面，本研究參與者以 21～30 歲區段的讀者最多（20 歲以下 29.17%；21～30 歲 47.02%；31～40 歲 20.83%；41 歲以上 2.98%）。在 InsightXplorer（2017）的調查中，巴哈姆特的使用者，以 25～44 歲區段最多（6～24 歲 36.70%；25～44 歲 46.30%；45 歲以上 17.00%），與本研究調查的結果相近。《109 年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告》（國家圖書館，2021）收集到的資料則是以 35～44 歲年齡區段（25.68%）人數最多，許鴻勇（2007）的研究則是 19～28 歲的人數占比總和最多（共 57.46%），推測

閱讀網路小說的人還是以青壯年居多。第三、在教育程度方面，本研究參與者的教育程度以大學程度（55.36%）最多，與許鴻勇（2007）的研究論文相同。第四、在職業方面，本研究參與者以學生讀者 77 人（45.83%）最多，許鴻勇（2007）的研究與本研究相同，同樣是學生讀者的比例最高，推測學生有較多自由運用的時間，並且接觸網路娛樂方面的機會也比較大，所以閱讀網路小說的讀者都以學生居多。

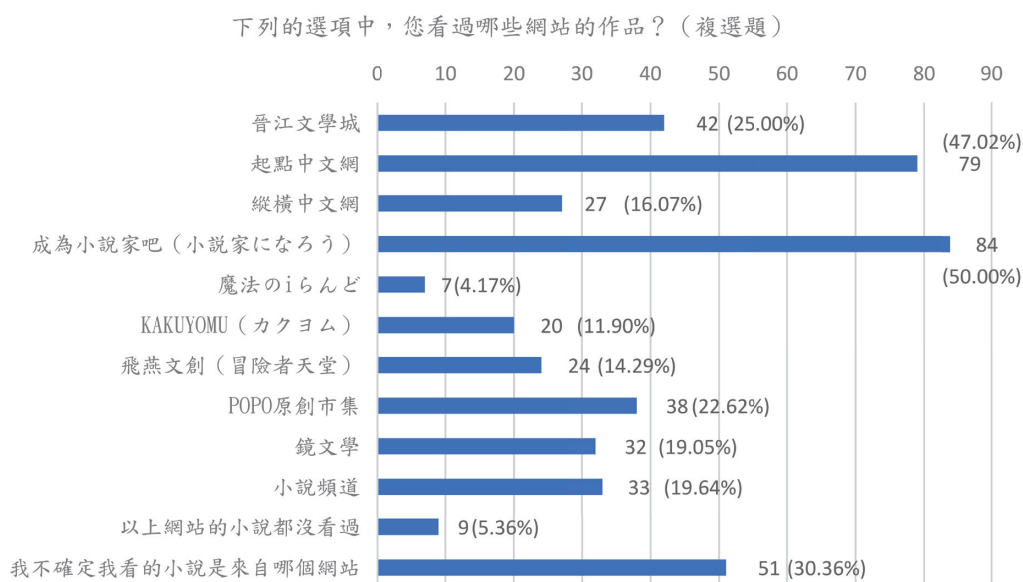
二、閱讀偏好

第一、在閱讀設備方面，閱讀網路小說時，大部分讀者都使用過智慧型手機（占 92.86%）與桌上型電腦（78.57%），與許鴻勇（2007）的研究比較，手機使用者有大幅度的增加。第二、在閱讀時間方面，本研究參與者最常閱讀的時間在平日晚上（80.95%），與許鴻勇（2007）調查的閱讀時間點類似。第三、在閱讀地點方面，本研究參與者最常閱讀網路小說的地點都是在家裡（占 80.95%），與許鴻勇（2007）調查的閱讀地點相同，且比例類似都是約八成。第四、本研究在家裡閱讀小說的讀者有一半是以智慧型手機（49.40%）閱讀。第五、在喜愛的作品類別方面，巴哈姆特使用群讀者最喜愛的是奇幻小說（占 57.14%），在許鴻勇（2007）的調查則是科幻類別（占 64.09%）最受歡迎。經過 10 多年，年輕族群的閱讀喜好在現今科技快速發展下有所改變。

第六、各小說網站知名度方面，如圖一所示，以日本的網路文學網站最為知名，有一半的讀者都知道日本的「成為小說家吧」網站（50.00%），其次是中國的起點中文網也廣為人知（47.02%）；臺灣網路文學網站中，最出名的網站是

圖一

曾看過的小說網站調查 (n = 168)



資料來源：研究者自行整理。

POPO 原創市集，只有約兩成的讀者知道（22.62%）；也有約三成的民眾不確定自己看過的小說來自哪個網站，推測有可能是使用盜版網站或軟體來閱讀網路小說（圖一）。第七、在閱讀偏好作品來源國方面，喜愛閱讀日本網路小說（42.26%）的讀者最多，有約四分之一的讀者，最常使用的網路小說網站為日本「成為小說家吧」網站（占 27.98%），近年來有許多日本的網路文學作品改編成動畫或遊戲在臺灣上市，可能由於此原因而使日本的網路小說越來越受臺灣大眾所喜愛。

巴哈姆特使用者群讀者挑選小說作品的影響因素，從高到低分別為「作品題材、類型」、「看過動畫、電影或漫畫等改編作品而想看原作小說」、「其他讀者的評論」、「看過同作者其他作品」、「是否可免費閱讀」、「作品是否完結」。與文化部文化統計網（2020）的網路漫畫選

擇因素相比較其實有滿多類似的共通點，同樣第一影響因素是劇情因素，第二影響因素是畫面的因素，第三影響因素是受到特定作者影響。

三、閱讀行為

在閱讀行為方面，研究結果顯示每日閱讀時間以 31 分鐘至 1 小時（30.95%）最多，許鴻勇（2007）的研究每日閱讀時間 1 至 2 小時（25.41%）最多，顯示近年來每日閱讀網路小說的讀者，閱讀時間可能縮短了一些。在離線閱讀網路小說方面，不曾下載小說（54.17%）的人最多，與許鴻勇（2007）的研究結果相比（68.51%）比例有略微減少。網路小說閱讀資歷以 10 年以上（27.38%）最多，與許鴻勇（2007）的閱讀資歷 5 年以上（27.07%）的比例差不多。

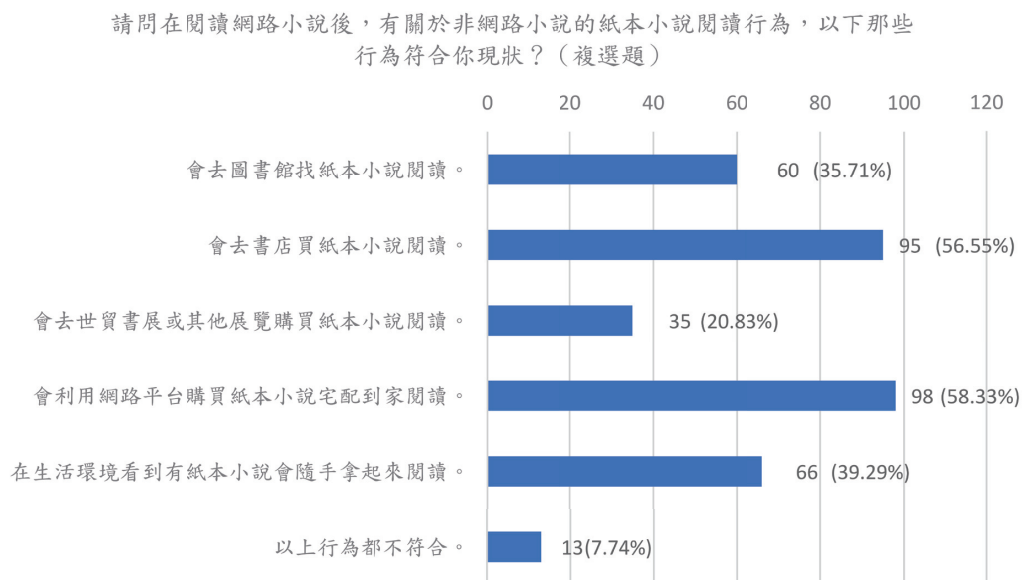
在每年閱讀數量方面，以閱讀 20 套

小說以上（30.36%）最多。文化部文化統計網（2020）的調查發現，閱讀網路漫畫量最高的是一至五部（42.30%），網路小說的閱讀量比網路漫畫更高。巴哈姆特使用者群讀者尋找新小說的資訊來源管道以「各小說網站排名榜、推薦榜」（31.55%）最多，對比在文化部文化統計網（2020）針對網路漫畫的研究，則是網路漫畫專門網站（25.10%）最多人使用。文化部文化統計網（2020）與本研究結果相似，讀者最常使用的資訊來源管道都是專門的小說或漫畫網站。巴哈姆特使用者群讀者開始閱讀網路小說的誘因，以「看過改編後的動畫、電影、漫畫、遊戲而去接觸原作小說。」（占 30.36%）最多。在文化部文化統計網（2020）的研究中，有 77.50% 的民眾會因為觀看動畫改編的遊戲、漫畫、影視作品而回頭觀看動畫原作，與本研究的調查結果類似，都會由其他改編作品而帶動對原作作品的興趣。

巴哈姆特使用者群讀者想購買網路小說出版品的誘因以「劇情內容描寫很好」（70.24%）最多。在網路文學的購買意願方面，願意購買網站訂閱服務（47.02%）或電子書（48.21%）的讀者約一半左右。而願意購買實體書（68.45%）的人接近七成，大部分讀者如果要花費還是較喜愛收藏實體紙本書。而無意願購買，只看免費的讀者，對網站訂閱服務（41.67%）是最不能接受的，其次是電子書（36.31%）。

數位化對實體小說書本的影響如圖二所示。對讀過網路小說後，還「會去世貿書展或其他展覽購買紙本小說閱讀」的行為衝擊最大，只有 20.83% 願意去展覽會購買紙本小說。還去圖書館或是生活周遭有小說就會閱讀的人也不多，分別是 60 人（35.71%）與 66 人（39.29%）。讀者利用書店和網路平臺購買紙本小說的分別有 95 人（56.55%）與 98 人（58.33%）。

圖二

數位化對實體本的閱讀行為影響調查（ $n = 168$ ）

資料來源：研究者自行整理。

四、閱讀動機

在閱讀動機的 AMRS 量表的 Cronbach's α 係數達到 .702。以學生 (45.83%) 對比社會人士 (54.17%)， t 檢定分析結果見表二。學生在「閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感」的閱讀動機顯著高於社會人士。

以獨立樣本單因數變異分析比較不同閱讀時間的讀者 (表三)，閱讀動機的題項「花時間閱讀對我來說非常重要」與「與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要」，對讀小說時間較長的讀者 (3 至 4 小時及 4 小時以上) 顯著高於閱讀時間較短的讀者 (31 分鐘到 1 小時)。與 Kambara 等人 (2021) 的研究結果相似，不同閱讀時間讀者能認定閱讀的重要性顯著不同。

以獨立樣本單因數變異分析比較不同閱讀數量的讀者 (表四)，閱讀量較多的讀者 (兩套以上) 比閱讀量少的，在閱

讀的重要性的三項：「不讀書，我的生活很無聊」、「花時間閱讀對我來說非常重要」、「與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要」顯著有較高的評分，可見閱讀數量的多寡，影響閱讀的重要性評定。

五、閱讀習慣及習慣改變

在閱讀習慣 SRHI-R 量表的 Cronbach's α 係數分析內部一致性為 .906。以獨立樣本單因數變異分析比較不同閱讀時間的讀者，對於閱讀習慣的同意程度之差異，結果顯示除「我會自動地 (特定時間或地點) 去閱讀」及「我不需要去想就會去閱讀」題項以外，其他題項皆有顯著性影響 (表五)。大部分有顯著差異的題項都是閱讀時間越長，同意程度的平均值越高。本研究在閱讀時間與閱讀習慣的比較結果與 Schmidt 與 Retelsdorf (2016) 的研究結果相似，閱讀習慣與閱讀時間有高度相關。

以獨立樣本單因數變異分析比較不

表二

職業對閱讀動機 t 檢定分析 ($n = 168$)

我對閱讀的感受？	學生（ $n = 77$ ）		社會人士（ $n = 91$ ）		t	p
	平均值	標準差	平均值	標準差		
閱讀的重要性						
不讀書，我的生活很無聊。	3.42	1.26	3.63	1.15	-1.13	.125
花時間閱讀對我來說非常重要。	3.87	0.92	3.99	0.86	-0.86	.190
與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。	3.78	0.90	3.77	0.90	0.07	.907
自我效能和閱讀的外在動機						
告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。	2.60	1.13	2.30	1.07	1.77	.644
我喜歡閱讀需要多加思索的小說（如推理小說或隱藏的伏筆橋段），以考驗我的推理能力。	3.64	0.99	3.48	0.97	1.01	.707
我相信我能讀懂需要多加思索的小說。	3.86	0.85	3.70	0.84	1.18	.703
閱讀可以放鬆心情，並且提高我在工作或學習時的成果或靈感。	4.26	0.87	4.03	0.74	1.84	.003**

資料來源：研究者自行整理。

** $p < .01$

表三
不同閱讀時間之閱讀動機單因數變異數分析 (n = 168)

	1		2		3		4		5		6		7		事後比較
	30分鐘內 (n = 21)	平均值 標準差	31分~1小時 (n = 52)	平均值 標準差	1~2小時 (n = 37)	平均值 標準差	2~3小時 (n = 13)	平均值 標準差	3~4小時 (n = 11)	平均值 標準差	4小時以上 (n = 23)	平均值 標準差	不知道/忘記了 (n = 11)	平均值 標準差	
我在餘暇時間閱讀的習慣是？	3.24	1.136	3.31	1.245	3.49	1.261	4.08	0.862	4.18	1.079	3.74	1.322	3.55	0.820	.137
閱讀的重要性	3.71	1.007	3.77	0.921	3.95	0.780	4.38	0.650	4.18	1.079	4.30	0.822	3.55	0.688	.035*
不讀書，我的生活很無聊。	3.71	0.956	3.50	0.960	3.76	0.760	4.00	0.707	4.45	0.934	4.17	0.778	3.45	0.688	.004**
花時間閱讀對我來說非常重要。															5 > 2, 6 > 2
與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。															
自我效能和閱讀的外在動機															
告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。	2.57	1.248	2.46	0.999	2.14	1.004	2.31	0.855	2.55	1.440	2.70	1.259	2.55	1.214	.581
我喜歡閱讀需要多加思索的小說，以考驗我的推理能力。	3.43	1.207	3.62	1.013	3.46	0.836	3.54	0.877	3.64	0.924	3.57	1.121	3.73	0.786	.972
我相信我能讀懂需要多加思索的小說。	3.71	0.902	3.73	0.866	3.76	0.641	3.85	0.689	3.73	1.191	3.91	1.083	3.82	0.603	.985

資料來源：研究者自行整理。

*p < .05, **p < .01

表四
不同閱讀數量之閱讀動機單因數變異數分析 (n = 168)

	1		2		3		4		5		6		事後比較	
	1 套以內 (n = 12)		2 ~ 5 套 (n = 50)		6 ~ 10 套 (n = 23)		11 ~ 20 套 (n = 21)		20 套以上 (n = 51)		不知道／忘記了 (n = 11)			
	平均值	標準差	平均值	標準差	平均值	標準差	平均值	標準差	平均值	標準差	平均值	標準差		
我對閱讀的感受？	1.92	0.793	3.36	1.025	3.74	0.864	3.48	1.365	3.98	1.191	3.64	1.206	7.249	.000***
閱讀的重要性														
不讀書，我的生活很無聊。														2 > 1, 3 > 1, 4 > 1, 5 > 1, 6 > 1
花時間閱讀對我來說非常重要。	3.42	0.996	3.66	0.939	3.87	0.815	4.19	0.814	4.25	0.771	3.91	0.831	3.744	.003**
與其他活動相比，閱讀對我來說非常重要。	3.28	1.055	3.62	0.878	3.78	0.998	3.81	0.814	4.06	0.785	3.64	0.924	2.303	.047*
自我效能和閱讀的外在動機														
告訴他人您正在閱讀多少書，這一點很重要。	2.33	1.073	2.52	1.074	2.61	1.234	2.48	1.030	2.35	1.163	2.09	0.944	0.462	.804
我喜歡閱讀需要多加思索的小說，以考驗我的推理能力。	3.08	1.084	3.54	1.034	3.48	0.947	3.57	0.746	3.67	1.033	3.73	0.786	0.787	.560
我相信我能讀懂需要多加思索的小說。	3.33	0.888	3.84	0.766	3.83	0.834	3.57	0.746	3.90	0.964	3.64	0.674	1.273	.278

資料來源：研究者自行整理。
* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

表五
不同閱讀時間之閱讀習慣單因數變異數分析 (n = 168)

	1		2		3		4		5		6		7		事後比較
	30分鐘內 (n = 21)	平均值 標準差	31分~1小時 (n = 52)	平均值 標準差	1~2小時 (n = 37)	平均值 標準差	2~3小時 (n = 13)	平均值 標準差	3~4小時 (n = 11)	平均值 標準差	4小時以上 (n = 23)	平均值 標準差	不知道/忘記了 (n = 11)	平均值 標準差	
我在餘暇時間閱讀的習慣是？															
我經常閱讀。	3.48	0.98	3.94	0.92	4.19	0.74	4.46	0.52	4.64	0.67	4.70	0.56	0.37	0.79	.000*** 3 > 1, 4 > 1, 5 > 1, 6 > 2 > 1 > 7
我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。	3.29	0.96	3.56	1.11	3.38	1.16	3.92	0.76	3.55	1.29	4.04	1.02	3.18	1.08	.141
我不知不覺就在閱讀。	3.38	0.97	3.75	0.88	3.68	0.97	4.00	0.82	4.18	0.87	4.48	0.73	3.91	0.70	.002** 6 > 2 > 3 > 1
如果不去閱讀的話會覺得不對勁。	2.90	1.14	2.98	1.11	3.16	1.19	3.62	1.04	3.64	1.03	4.00	1.21	3.36	0.81	.007** 6 > 2 > 1
我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。	3.33	0.73	3.73	0.93	3.78	0.95	4.31	0.75	4.27	0.79	4.13	0.92	3.73	1.01	.015* 4 > 1
需要努力克制自己才能不去閱讀。	2.38	1.12	2.62	1.11	2.86	1.16	3.08	0.95	3.55	1.29	3.57	1.31	2.73	0.79	.005** 6 > 2 > 1
閱讀已經是我的日常例行活動。	3.19	1.08	3.37	0.99	3.84	1.07	3.77	0.60	4.27	0.79	4.26	1.10	3.55	1.04	.001** 6 > 2 > 1
我不需要去想就會去閱讀。	3.29	1.10	3.56	0.87	3.54	1.07	3.85	0.56	4.18	0.98	4.04	1.30	3.45	0.82	.089
餘暇時間閱讀是我的個人風格。	3.52	1.03	3.67	0.94	3.89	0.91	4.00	0.91	4.45	0.69	4.35	0.94	4.09	0.83	.014*
我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。	3.52	1.03	3.87	0.93	4.08	0.72	4.38	0.65	4.73	0.65	4.57	0.95	4.09	0.83	.000*** 6 > 2 > 1, 5 > 2 > 1

資料來源：研究者自行整理。
* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

同閱讀數量的讀者之閱讀習慣，結果顯示除「我會自動地（特定時間或地點）去閱讀」、「我不需要去想就會去閱讀」及「我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上」題項，其他題項皆有顯著性影響（表六）。大部分有顯著差異的題項都是閱讀數量越多，有較強的閱讀習慣。

在閱讀網路小說後閱讀習慣的改變結果如表七所示。「花在閱讀上的時間」、「閱讀網路小說的時間」、「閱讀的小說量」、「閱讀的小說類別」四個題項的變化，都是增加，唯有「閱讀紙本小說的時間」是減少。閱讀時間與數位閱讀的結果與 Z. Liu（2005）閱讀電子書和紙本書習慣改變的研究結果相似。

在閱讀同樣的小說選擇網路小說或紙本小說時，以兩者皆可的人數最多。可能大部分讀者只在意小說劇情內容，而不是小說乘載的載體。在 Liu（2005）的研究中，由於年代較早，且沒指定娛樂類作品閱讀，當時的研究則是選擇使用紙本媒體閱讀者居多。本研究調查則是大部分的人都接受了數位媒體，認為使用哪種載體閱讀都可。

閱讀網路小說與紙本小說的習慣差異如表八所示。網路小說與紙本小說轉換尋找新書、回顧劇情、撰寫心得文分享或與他人討論劇情，都是偶爾為之。在閱讀時與其他事情一起做（如走路、吃飯、上廁所）的行為，網路小說的讀者較會與其他事情一起做（53.57%），推測可能是因手機單手使用的便利性比紙本書須雙手才能閱讀便利許多。

伍、結論與建議

一、結論

本研究通過巴哈姆特電玩資訊站收集到的讀者資料，對臺灣人閱讀網路文學的情況做調查，期望能更多加推廣網路文學及其相關研究。本章根據前述資料說明本研究結論如下。

（一）各讀者大部分閱覽哪個平臺的作品及閱讀偏好

本研究調查以巴哈姆特電玩資訊站閱讀網路文學的用戶，取樣結果大多為臺灣 21 ~ 30 歲的青壯年男性，符合巴哈姆特的使用者以男性為主（男性 83.00%；女 17.00%）。讀者大多偏愛閱讀日本出產的奇幻類型網路文學，其中以「成為小說家吧」的小說最受歡迎。挑選作品的因素，依照順位分別是「作品題材（類型）」、「看過改編作品」、「受評論或特定作者影響」等。其中改編作品跟評論影響雖不是排第一順位的因素，但是這兩個因素都是受網路發展而開始興盛的因素。

近年智慧型手機持續發展，有九成的讀者使用智慧型手機閱讀網路文學。智慧型手機小巧且能隨身攜帶的特性，在乘坐交通工具通勤或上班上學的休息時間，讀者能使用智慧型手機閱讀網路文學。每日閱讀時間 31 分至 1 小時的讀者最多，可能許多讀者都是利用日常生活中零碎的時間來閱讀，且有 27.38% 的讀者已保持閱讀網路文學的習慣長達 10 年以上。

（二）瞭解閱讀網路文學在生活中的行為以及閱讀動機

在購買書籍意願方面，網路文學數位產品的購買意願低於實體書的購買意願，巴哈姆特使用者群讀者還是偏愛能直接收

表六

不同閱讀數量之閱讀習慣單因數變異數分析 ($n = 168$)

	1		2		3		4		5		6		F (5,162)	p	事後比較
	1 套以內 ($n = 12$)	標準差	2 ~ 5 套 ($n = 50$)	平均值	標準差	6 ~ 10 套 ($n = 23$)	平均值	標準差	11 ~ 20 套 ($n = 21$)	平均值	標準差	20 套以上 ($n = 51$)	平均值	標準差	
我在餘暇時間閱讀的習慣是？															
我經常閱讀。	3.42	0.90	3.70	0.84	4.26	0.69	4.43	0.68	4.53	0.67	3.91	1.22	8.451	.000***	3 > 1, 4 > 2 > 1, 5 > 2 > 1
我會自動地（特定時間或地點）去閱讀。	3.42	0.90	3.36	0.99	3.74	1.05	3.52	1.08	3.69	1.26	3.64	1.12	0.643	.667	
我不知不覺就在閱讀。	3.17	0.72	3.66	0.90	3.96	0.83	3.74	0.85	4.14	1.02	4.09	0.54	3.238	.008**	5 > 1
如果不去閱讀的話會覺得不對勁。	2.67	1.07	3.06	1.10	3.09	1.04	3.24	1.14	3.75	1.15	3.09	1.38	3.028	.012*	5 > 2 > 1
我在閱讀時沒想別的內容，只專注在書本情節上。	3.33	0.78	3.72	1.01	3.96	0.93	3.95	0.74	3.98	0.86	3.64	1.12	1.383	.233	
需要努力克制自己才能不去閱讀。	2.25	0.97	2.66	1.10	2.57	1.08	3.05	0.97	3.24	1.34	3.18	1.08	2.637	.025*	
閱讀已經是我的日常例行活動。	3.08	1.00	3.34	1.00	3.52	1.08	3.86	0.91	4.10	1.01	3.82	1.08	4.016	.002**	5 > 2 > 1
我不需要去想就會去閱讀。	3.08	1.08	3.46	0.97	3.78	0.85	3.62	0.81	3.88	1.11	3.73	1.19	1.760	.124	
餘暇時間閱讀是我的個人風格。	3.08	1.08	3.72	0.95	3.91	1.08	3.67	0.66	4.29	0.83	4.18	0.75	4.813	.000***	5 > 2 > 1, 6 > 1
我在餘暇時間中閱讀已經持續很久了。	3.17	1.03	3.70	0.97	4.26	0.75	4.10	0.70	4.55	0.64	4.18	0.98	8.583	.000***	3 > 1, 4 > 1, 5 > 2 > 1, 6 > 1

資料來源：研究者自行整理。

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

表七

閱讀習慣改變比較表

研究資料	閱讀時間	閱讀紙本時間	閱讀數位媒體時間	閱讀量	閱讀類別	優先選擇類別
本研究	增多 (62.50%)	減少 (52.38%)	增多 (74.40%)	增多 (70.24%)	增多 (58.33%)	兩者皆可 (47.62%)
Liu (2005)	增多 (67.00%)	X	增多 (83.00%)	X	X	紙本媒體 (89.40%)

資料來源：研究者自行整理。

註：X 代表此研究沒有此資料。

表八

閱讀網路小說與紙本小說的習慣差異 ($n = 168$)

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

資料來源：研究者自行整理。

藏實體書。只要閱讀後覺得劇情描寫很好，會有七成的讀者願意購買實體書，網路文學網站免費閱讀的特性，配合出版社發售實體書，或許能帶動商機。不過在閱讀網路文學後，讀者去圖書館、書店、書展找紙本書的意願都降低了，出版社需要多利用網路管道與結合網站出售小說。

巴哈姆特使用群讀者開始閱讀網路文學的誘因是受到改編作品影響最多，有三成讀者先看過小說改編的動畫、電影、漫畫及遊戲等作品，而開始接觸原作小說，

其中有四分之一的讀者都是 30 歲以下的年輕人。原因可能是巴哈姆特電玩資訊站近年來推出「動畫瘋」，引進日本網路文學改編的動畫作品，使更多人對原作感興趣，而去閱讀原作小說，顯示動畫、漫畫能推動小說閱讀的趨勢。

在閱讀動機方面，最多人同意「花時間閱讀對自己來說非常重要」。在後續差異統計檢定上，越長的閱讀時間與越多的閱讀數量，顯著的評定閱讀重要性較高。在自我效能和閱讀的外在動機方面，最多

人認同「閱讀可以放鬆心情，並提高工作或學習時的成果」，且大學生比社會人士有顯著差異。

（三）閱讀網路文學的習慣以及閱讀實體書與數位書的習慣改變

對閱讀習慣的調查，回答「我經常閱讀」的平均值最高，在後續差異檢定發現，閱讀時間多與閱讀數量大的讀者，閱讀習慣顯著比較強。

在閱讀習慣改變的調查，有六成的讀者認為接觸網路文學後閱讀時間比以往讀紙本小說時更多，更容易維持良好的閱讀習慣，但在習慣閱讀網路小說的便利性後，有不少人不再閱讀紙本書。有超過一半的讀者認為接觸網路小說後，閱讀的小說數量與類別有增加。網路文學的特點之一，是有許多網路排行榜或讀者推薦，會吸引讀者閱讀以往不會看的小說類型。

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

網路文學自 1997 年以來發展至今，

已帶動許多相關產業的蓬勃發展，如日本就有許多漫畫、電影、遊戲等都是從網路文學改編而來。對大部分的讀者而言，閱讀網路文學可說是付出最小的休閒活動，大部分網路文學網站都可免費閱讀，而要連上網路文學網站，只要有能上網的智慧型手機就可隨時隨地閱讀。閱讀時不像遊戲那麼需要專注心力在其中，可隨時中斷閱讀，並能用較為放鬆的心情去閱讀小說內容。

二、建議

本節依據研究結果之歸納，從三個層面提出相關建議，包括：對圖書館之建議、臺灣網路文學網站之建議以及網路文學相關研究，提出進一步研究建議。

（一）對於圖書館之建議

依據本研究「閱讀習慣改變」之調查，得知讀者在閱讀網路小說後，大部分讀者讀網路小說的時間占比高於紙本小說。網路小說的數量遠比紙本小說為多，且易於搜尋取得。對於同樣的小說內容，巴哈姆特使用群讀者不會介意是閱讀實體紙本書、還是使用數位設備閱讀。在「數位化對實體本的閱讀行為影響」方面，閱讀網路小說後的讀者，去圖書館或書店的行为都有所減少，利用網路平臺購買書籍的人數增加，顯示數位化時代改變許多人的閱讀與購買習慣。圖書館在面對數位時代的衝擊，以下有幾個建議：

1. 數位配套設備。建議圖書館可以發展數位電子書收藏、管理、閱讀的配套設施。
2. 閱讀推廣。在閱讀推廣方面，如果圖書館能像網路文學網站一樣，讀者能簡單

地使用智慧型手機或桌上型電腦，即時閱讀圖書館館藏，將可帶動更多民眾利用圖書館網站閱讀館藏。網路文學網站輸入關鍵詞即可尋找到小說，並且可以立即免費觀看小說內容，其便利性遠大於目前圖書館繁瑣又有限制的線上借閱手續，是圖書館目前可以改進的方向之一。

3. 館藏數量。在增加館藏方面，圖書館可以與臺灣的網路文學網站合作，讓網路文學網站作品加入圖書館的搜尋系統，讀者搜尋書籍資料後，可即時以網路閱讀網路文學，對於推廣臺灣作家作品多了一條管道。
4. 圖書館多元合作。在網路文學付費方面，可依據作品觀看次數付費，或是採用前期免費，後期需訂閱付費的模式，既可推廣網路文學網站作品，也能節省圖書館的支出。從本研究「購買誘因調查」題項得知，讀者最容易購買的誘因是作品的劇情內容好壞，只要先免費提供作品給讀者觀看，閱讀小說完後可將實體書或相關周邊的書籍資訊推播給讀者，讀者可以即時購買。因為從本研究「付費調查」題項結果，頗多讀者還是喜歡收藏實體產品。圖書館可以積極的結合不同產業，達到多元共存的目標。

(二) 對於臺灣網路文學網站之建議

1. 減少盜版機會。依據本研究「看過哪些網站作品」的調查，部分讀者可能是使用盜版網站（軟體）閱讀小說。對於盜版議題，可參考國外相關網站的管理方式，例如能無登入帳號隨意閱讀小說內容，但無法複製文字；在訂閱後期文章時，才需要登入帳號付費。由於網路是

開放性空間，對於限制級作品，須做好嚴密的管控或是讀者認證，避免未成年人的閱讀。

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

(三) 對於未來研究之建議

本研究為立意取樣，範圍僅限巴哈姆特網站使用者；參與填答者人數不多（ $n = 168$ ），需對比 Kambara（2021）、Schmidt 與 Retelsdorf（2016）、許鴻勇（2007）等研究的參與者人數；本研究結果推論範圍有限，但過去沒有任何研究曾針對巴哈姆特使用者調查網路文學之閱讀行為，因此本研究果能增補目前對網路文學讀者實證證據之不足。

對於未來進一步的研究提出幾項建議：

1. 本研究因受限於人力、時間與臺灣 2021 年爆發的疫情限制，以巴哈姆特電玩資訊站的使用者作為研究對象，建議未來研究者可擴展研究範圍與對象，收集不同讀者的資料進行分析研究。
2. 可針對不同網路文學平臺的使用者作深度訪談，以瞭解各文學平臺的優勢與劣

勢，比較不同平臺間的差異，進而瞭解不同年齡層讀者對於小說的需求，在閱讀推廣能有更適切的设计方案。

參考文獻

- 文化部文化統計網（2020，1月15日）。
2018年ACG產業調查暨民眾消費行為趨勢分析。https://stat.moc.gov.tw/Research.aspx?type=4
- 巴哈姆特（2016，10月28日）。巴哈姆特**20週年企劃之裏數據大蒐秘！一窺你所不知道的巴哈姆特大數據真相**。https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=139180
- 巴哈姆特動畫瘋（n.d.）。**動畫瘋：所有動畫——依月人氣排序**。https://ani.gamer.com.tw/animeList.php?sort=2
- 玉井建也（2018）。物語・ゲーム・ライトノベル—ウェブ小説と物語論の關係。東北藝術工科大學紀要，25。
- 林文軒（2015）。中國大陸網絡文學發展現況評析。展望與探索月刊，13（11），76-91。
- 林心涵（2013）。中國網路文學市場的集中化與影視改編策略分析——以盛大文學為例〔未出版之碩士論文〕。國防大學。
- 林巧敏、葉一蕾（2017）。青少年輕小說閱讀動機與閱讀行為之研究——以新北市為例。圖書資訊學研究，11（2），1-49。
- 林怡秀（2020）。電子書使用需求與滿意度研究——以Ebook Taipei臺北好讀電子書平臺（原HyRead電子書平臺）為例〔未出版之碩士論文〕。輔仁大學。
- 柯華葳、張郁雯、詹益綾、丘嘉慧（2017）。**PIRLS 2016臺灣四年級學生閱讀素養國家報告**（MOST102-2511-S-008-018-MY4）。國立中央大學。http://163.20.74.2/jmesebook/web-1/books/web_21/PIRLS%202016%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%9B%9B%E5%B9%B4%E7%B4%9A%E5%AD%B8%E7%94%9F%E9%96%B1%E8%AE%80%E7%B4%A0%E9%A4%8A-%E5%9C%8B%E5%AE%B6%E5%A0%B1%E5%91%8A.pdf
- 國家圖書館（2020，2月）。**108年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告**。https://www.ncl.edu.tw/periodical_305_1037.html
- 國家圖書館（2021，3月）。**109年臺灣閱讀風貌及全民閱讀力年度報告**。https://www.ncl.edu.tw/periodical_305_1068.html
- 許鴻勇（2007）。小說網站收費服務接受度之研究——以臺灣地區小說網站為例〔未出版之碩士論文〕。國立暨南國際大學。
- 陳瓊雯（2010）。國小高年級學童閱讀偏好與閱讀理解能力相關之研究〔未出版之碩士論文〕。國臺東大學。
- 單小曦（2010）。紙媒文學・數字文學・文藝學邊界。中州學刊，2，248-250。
- 黃家瑩（2006）。國小高年級學生家庭閱讀環境、閱讀動機與閱讀行為之研究〔未出版之碩士論文〕。國立高雄師範大學。
- 黃淼、陳建雄（2018）。捷運站低頭族行為之觀察研究。工業設計，138，7-11。
- 黃衛（2018）。當代網路文學研究。崧燁文化。
- 落合早苗（2012）。電子書籍とはなにか—ケータイコミック／ケータイ小説考察。情報の科学と技術，62（6），248-253。https://doi.org/10.18919/jkg.62.6_248
- 戰玉冰（2019）。網絡小說的數據法與類型論——以2018年的749部中國網絡小說為考察對象。中國現代文學，35，65-87。
- 澤崎宏一（2020）。大学生の読書習慣が10年間でどう変わったか：静岡県立大学新入生の調査（2009-2018）より。国際関係

- ・比較文化研究, 19 (1), 55-79。
- 謝奇任 (2016)。致我們的青春：臺灣、日本、韓國與中國大陸的網路小說產業發展。秀威經典。
- 鍾張涵 (2020, 2 月 23 日)。史上最長寒假，讓這家 24 歲的社群網站翻身為一條活龍。天下雜誌, 692。https://www.cw.com.tw/article/5099079?template=transformers
- 譚雪芳 (2011)。網絡對文學傳播的演進與重構。武夷學院學報, 30 (6), 50-54。
- Hayles, N. K. (2007, January 2). *Electronic literature: What is it?* https://eliterature.org/pad/elp.html
- Hoogeveen, D., Wang, L., Baldwin, T., & Verspoor, K. M. (2018). Web forum retrieval and text analytics: A survey. *Foundations and Trends® in Information Retrieval*, 12(1), 1-163. https://doi.org/10.1561/15000000062
- InsightXplorer (2017, 11 月 15 日)。行動遊戲篇與遊戲類別網站使用概況。創市際雙週刊, 98。https://www.ixresearch.com/reports/創市際雙週刊第九十八期 -20171115
- Kambara, H., Chen, P.-Y., Adachi, S., & Lin, Y.-C. (2021). Validating the adult motivation for reading scale with Japanese college students. *International Journal of Educational Research*, 108, 101752. https://doi.org/10.1016/j.ijer.2021.101752
- Liao, G.-Y., Nguyen, H. V., Cheng, T. C. E., & Teng, C.-I. (2020). How do social networks foster online gamer loyalty? Perspective of weak/strong tie theory. *Telematics and Informatics*, 53, 101437. https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101437
- Liao, S., Yu, L., Kruger, J.-L., & Reichle, E. D. (2023). Dynamic reading in a digital age: New insights on cognition. *Trends in Cognitive Sciences*. https://doi.org/10.1016/j.tics.2023.08.002
- Liu, Q., Zhang, X., & Li, Y. (2020). The influence of information cascades on online reading behaviors of free and paid e-books. *Library & Information Science Research*, 42(1), 101001. https://doi.org/10.1016/j.lisr.2019.101001
- Liu, Z. (2005). Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, 61(6), 700-712. https://doi.org/10.1108/00220410510632040
- Liu, Z., & Huang, X. (2016). Reading on the move: A study of reading behavior of undergraduate smartphone users in China. *Library & Information Science Research*, 38(3), 235-242. https://doi.org/10.1016/j.lisr.2016.08.007
- Mueller, K. L., Hanson, M., Martinez, M., & Meyer, L. (2017). Patron preferences: Recreational reading in an academic library. *The Journal of Academic Librarianship*, 43(1), 72-81. https://doi.org/10.1016/j.acalib.2016.08.019
- Ni, Z. (2020). Xiuzhen (immortality cultivation) fantasy: Science, religion, and the novels of magic/superstition in contemporary China. *Religions*, 11(1), 25. https://doi.org/10.3390/rel11010025
- Peral, J., Ferrández, A., Mora, H., Gil, D., & Kauffmann, E. (2019). A review of the analytics techniques for an efficient management of online forums: An architecture proposal. *IEEE Access*, 7, 12220-12240. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2892987
- Schmidt, F. T. C., & Retelsdorf, J. (2016). A new measure of reading habit: Going beyond behavioral frequency. *Frontiers in Psychology*, 7, 1364. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01364
- Schutte, N., & Malouff, J. (2007). Dimensions of reading motivation: Development of an adult reading motivation scale. *Reading Psychology*, 28(5), 469-489. https://doi.org/10.1080/02702710701568991
- Teng, C.-I. (2021). How can avatar's item customizability impact gamer loyalty? *Telematics and Informatics*, 62, 101626. https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101626
- Tsai, J. C.-A., & Hung, S.-Y. (2019). Examination of community identification and interpersonal trust on continuous use

- intention: Evidence from experienced online community members. *Information & Management*, 56(4), 552-569. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.09.014>
- Unrau, N. J., & Quirk, M. (2014). Reading motivation and reading engagement: Clarifying commingled conceptions. *Reading Psychology*, 35(3), 260-284. <https://doi.org/10.1080/02702711.2012.684426>
- Verplanken, B., & Aarts, H. (1999). Habit, attitude, and planned behaviour: Is habit an empty construct or an interesting case of goal-directed automaticity? *European Review of Social Psychology*, 10(1), 101-134. <https://doi.org/10.1080/14792779943000035>
- Verplanken, B., & Orbell, S. (2003). Reflections on past behavior: A self-report index of habit strength. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(6), 1313-1330. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01951.x>

