

# BBS使用者的 小說閱讀及消費行爲

陳冠華

## 摘要

本研究以淡江大學及國立臺灣師範大學兩校的 BBS (Bulletin Board System, 電子佈告欄) 小說版 48 位同時具有紙本小說及網路小說閱讀經驗之讀者為研究對象, 採用質性深度訪談方法, 試圖瞭解 BBS 小說版的讀者在閱讀小說和其消費行爲方面相關的議題, 並嘗試找出下列問題的解答: BBS 小說版讀者閱讀電子式和紙本式小說的時段、平均閱讀時間和頻率、獲得電子和紙本式小說的方式、相關訊息管道來源為何、對於小說文本的消費情況、閱讀電子式小說後帶來的影響及對於紙本和電子式閱讀的個人觀點。結果顯示, BBS 小說版讀者在面對不同媒體的小說時, 在閱讀行爲、獲取方式、消費行爲、閱讀的態度和未來趨勢, 會因為電子和紙本式小說的媒體特性, 有明顯的行爲及態度上差異性。

## 一、前言

網路文學或稱電子文學, 目前大略分為兩種: 一是將傳統「平面印刷」文學

---

**關鍵詞 (Keyword):** 閱讀行爲; 網路閱讀行爲; 資訊尋求行爲; 閱讀消費行爲; 電子佈告欄  
Reading Behavior; Internet Reading Behavior; Information Seeking Behavior;  
Reading Consumption Behavior; Bulletin Board System

陳冠華: 飛資得資訊有限公司營運管理部產品經理; E-mail: takanula@flysheets.com.tw khchen@mail.dils.tku.edu.tw

作品數位化，而後發表於 WWW 網站或張貼於 BBS 文學創作版上；二是指含有「非平面印刷」成分並以數位方式發表的新型文學，學術上慣稱超文本文學 (Hypertext Literature)。非平面印刷成分的明顯例子包括動態影像或文字、超連結設計 (Hyperlink)、互動式 (Interactivity) 讀寫功能等。<sup>[1]</sup>

1995-1996 年為 BBS 文學創作的第一次巔峰時期，當時活躍於 BBS 的寫手如紀大偉、陳豐偉如今都已相當具名氣，之後痞子蔡的作品「第一次親密的接觸」在 BBS 站連載造成旋風，打入文學作品出版的主流市場；朱少麟的傷心咖啡店之歌、燕子也因 BBS 站大紅。BBS 站開創了文學革命的第一響，而有了其不可或缺的地位，它是年輕創作者摸索、討論與進階的第一步，其巨大的傳播功能也可使一位好作者迅速發光發熱，不會被淹沒。<sup>[2]</sup>而目前多數的大學 BBS 站多有小說和文藝相關版面，近年來興起的藝文 BBS 站有國立中山大學音樂系的「山抹微雲」、國立清華大學的「楓橋驛站」及國立成功大學的「貓咪樂園」。

網路作家蔡智恆對 BBS 文學的特點提出自己的看法：<sup>[3]</sup>

網路文學與平面文學的不同，在於平面媒體的創作者不容易受到讀者的立即影響，像我的東西寫一半已經有網友不斷向我表達他們的喜好及看法，此外，網路上的創作者，同時也是個閱讀者，我經常在連線版看別人寫的文章，很清楚網路上發表的創作如果情節冗長、意象艱澀很快就會被放棄，所以我寫的時候就小心不要讓人看得很累，情節也力求簡單。

就 BBS 族群本身特性而言，BBS 文學的象徵意義是無法用一般文學批評的角度來探討的，因為 BBS 是一個開放性且多元化的空間，本身允許使用者任意發表意見或作品，哪怕這些所謂的作品被學院派的人嘲笑為「次文化」，長期從事網路文學觀察及研究的學者郭強生認為，閱讀作品本身不顧其社會因素，或是只用社會學解釋將文學當成是社會的副產品，都是同樣嚴重的錯誤，筆者之前在做網路閱讀研究時，有人公開表示：

[1] 李順興，《定義：網路文學》(歧路花園 2002.2)，上網日期：2004.11.4。  
網址：<http://benz.nchu.edu.tw/~garden/a-def.htm>。

[2] 王蘭芬，《網路中的文學革命》(聯合新聞網)，上網日期：2004.11.4。  
網址：[http://udnnews.com/SPECIAL\\_ISSUE/CULTURE/NETLIT/news/news7.htm](http://udnnews.com/SPECIAL_ISSUE/CULTURE/NETLIT/news/news7.htm)。

[3] 葉美瑤，《誰，在網路上，搞文藝復興！》(聯合新聞網)，上網日期：2004.6.10。  
網址：[http://udnnews.com/SPECIAL\\_ISSUE/CULTURE/NETLIT/news/news11.htm](http://udnnews.com/SPECIAL_ISSUE/CULTURE/NETLIT/news/news11.htm)。

在 BBS 上看小說的人很多平常除了通識課交作業之外都不看一般紙本小說的，而一般最多人看的紙本小說可能甚至還是粉紅皮粉彩畫封面的商業愛情小說，建議你最好先做好問卷調查，確定有多少比例的人口是常看 BBS 小說和紙本小說的，最好不要以學術和高知識份子的眼光來看網路世界，你身邊的人都是研究生或學者，研究一些平常人看不懂的文學作品，但是網上的人有國小有國中有高中高職五專技術學院，這些人大多只有接觸一些通俗文化…。

針對這樣的說法，筆者相信，有許多人並不瞭解 BBS 文學和 BBS 的使用者，他們多從刻板的印象和一些所謂的網路問卷調查去建構對於兩者的認知，進而去批判和詮釋，殊不知網路閱讀行爲的發生涉及許多變數間的交互影響，不論從心理的狀況、以往的經驗與行爲的意義認定等因素，會直接或間接影響行爲表現，何況是這些 BBS 族群的閱讀行爲和 BBS 寫手的創作行爲。

那福忠曾在一場演講中語重心長的表示：<sup>[4]</sup>

在網路的影響下，有閱讀習慣的人漸漸改變了閱讀習慣，使得出版印刷受到直接影響。就雜誌而言，1998 年 15 種雜誌增加了 1800 萬讀頁（訂閱人數乘上雜誌頁數），但有 144 種雜誌卻少了 7900 萬讀頁，年縮減率 5.9%。1999 年上網時間每人每月 97 小時，閱讀雜誌時間每人每月 81 小時，而預估 2003 年上網時間每人每月 192 小時，閱讀雜誌時間每人每月 78 小時。就書籍而言，1998 年消費者購書首度出現較前一年減少的現象，閱讀習慣的改變導致營收的減少。

傳統閱讀方式由於網際網路及大眾傳播媒介的增加，使讀者有更多選擇閱讀或使用不同媒介的方式與機會，但目前關於網際網路閱讀及消費行爲等相關研究仍十分缺乏，因此有必要深入研究。本研究之主要目的具體而言如下敘述：

1. BBS 使用者閱讀不同形式媒體小說之閱讀方式。
2. BBS 使用者接觸不同形式媒體小說的方式和其消費行爲。
3. BBS 使用者對不同形式媒體的小說閱讀習慣和行爲，以及其差異性。
4. 影響 BBS 使用者閱讀和消費不同形式媒體的小說的因素為何？

---

[4] 那福忠，《網路化的出版與印刷》，（中華印刷科技學會會訊第 55 期，2000.3）。上網日期：2004.11.4。網址：[http://www.cgan.com/book/PUBLISH/HUIXUN/no\\_55/no6.htm](http://www.cgan.com/book/PUBLISH/HUIXUN/no_55/no6.htm)。

5. 瞭解 BBS 使用者對於不同形式媒體的小說之未來的發展的個人觀點。
6. BBS 使用者接觸電子式小說後所帶來的影響。

截至目前為止，共有 183 篇博碩士論文和閱讀相關，所跨越的領域包括有：出版、心理、圖書資訊學、大眾傳播、教育、新聞、語文…等領域。其中同時探討閱讀動機和閱讀行為的論文有 27 篇。其中更只有游仕偉的「網路電子書讀者之使用動機與行為研究」和劉應琳的「閱讀研究：臺大 BBS Books 版愛書人休閒閱讀之探討」兩篇碩士論文具體的探討到網路使用者閱讀的動機和行為，故筆者認為 BBS 閱讀行為有其研究之必要性。

在可見的未來應該是多元閱讀形式並存的形態。過去對網路閱讀的研究並不關注。因此，政府也好或圖書資訊從業人員也好，應對鼓勵大眾閱讀和進行更多閱讀的實證研究，投入更多的心力。

本研究預期有下列的貢獻：

1. 本研究探討網路使用者的閱讀與消費行為，可以提供國內研究網路使用者行為的圖書資訊、傳播和出版相關領域，瞭解網路閱讀和消費現況，作為進一步學術研究的參考。
2. 本研究之結果將有助於圖書館和出版業瞭解國內網路使用者閱讀行為，尤其是網路使用者閱讀電子及印刷形式小說的行為及差異性，可幫助出版業和圖書館重新考量目前自我扮演的角色及因應之道。
3. 給予出版業者及書店業者，瞭解現今網路使用者的閱讀習慣和消費行為，出版業者可以藉此探知市場需求與擬定、修正適當的出版企劃，並給出版業者審視或改進目前行銷與經營之參考，以滿足大眾或特定族群的閱讀需求。

## 二、文獻探討

動機是指激起某一種行為的心理歷程，其程度的大小視行為後所能獲得的報酬或滿足感而定。所以說動機是一種歷程，它會引發個體採取一些動作或行為，並使行為朝某方向持續進行。<sup>[5]</sup>必須注意的是，同樣一個動機未必引發某種特定的相同行為，同樣的，一項行為的背後也可能不只是一個動機。有學者用「使用與滿足理論」來解釋閱讀的動機，此理論假設觀眾是主動的，參與者選擇媒介和

<sup>[5]</sup> 黃天中、洪英正，《心理學》，（臺北市：桂冠，1992），頁 113。

訊息以滿足他們的需要和目標，所以觀眾的活動是「使用」和「滿足」這兩個概念的中心。網路興起之後，「使用與滿足」的概念，也被應用在研究 WWW 等網路的媒體上。<sup>[6]</sup>

閱讀動機是影響閱讀行爲的直接原因，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，因此赫特（Frank Hatt）認為讀者從事閱讀，必定是他有相當深層且特定的需求，這種需求產生了一個目標，而讀者期待透過與文本（Text）的互動以完成目標。<sup>[7]</sup>也有學者將閱讀動機分為下列功能類型：<sup>[8]</sup>思想或教育性閱讀、單純性的教育閱讀、積累性的閱讀、搜集性閱讀、鑑賞性閱讀、評論性閱讀、創造性閱讀、消遣性閱讀。

由臺灣閱讀協會和《時間地圖》作者羅伯特·勒范恩（Robert Levine）在 2001 年合作一項「臺灣都會區閱讀習慣調查」發現，臺灣的讀書人口不分年齡、性別或職業，最主要的閱讀動機依序排列為「個人興趣」、「工作或課業需要」、「增長見聞」、「生活或旅遊需要」、「流行話題」和「無聊及打發時間」，其中調查並發現白領階級的閱讀動機受到「流行話題」的影響最大。<sup>[9]</sup>國內學者高錦雪認為一般人閱讀的動機為：<sup>[10]</sup>

1. 娛樂休閒：讀者可能是單純的享受閱讀的樂趣，或藉由埋首書堆逃避現實，或是比較積極的希望透過文學作品，了解真實人生。
2. 尋求資訊。
3. 獲取知識而讀。

至於兒童與青少年的閱讀動機，德國社會學者以因素分析的方法，找出四個因素：1. 認識世界；2. 了解自己的內心世界；3. 與他人進行情感的交流；4. 充實自我。<sup>[11]</sup>在國內相關的研究中也發現，兒童和青少年的閱讀動機多半為打發時間、同儕間的討論和影響、課業需要以及流行文化。蘇蘅在「青少年閱讀漫畫動

[6] 羅美玲，「電子報讀者之動機分析」（桃園：元智大學資訊研究所碩士論文，1998），頁 20。

[7] Frank Hatt, "What Does the Reader Want?" in *The Reading Process: a Framework for Analysis and Description* (London: Clive Bingley, 1976), pp.42.

[8] 孟昭晉，〈書評概論〉（南京市：南京大學出版社，1994），頁 126-128。

[9] Net and Books 編輯部，〈臺灣都會區閱讀習慣調查報告〉，載於：《閱讀的風貌》，（臺北市：網路與書，2001），頁 58。

[10] 高錦雪，〈角色定位與圖書館之發展〉（臺北市：書棚出版社，1989），頁 18-19。

[11] 曾祥芹、韓雪屏主編，〈國外閱讀研究〉（河南省：河南教育出版社，1992），頁 134-135。

機與行為之研究」中歸納青少年閱讀的動機為：<sup>[12]</sup>

1. 尋求對實際事務的勸誡或意見及決策的選擇。
2. 滿足好奇和一般興趣。
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。

國內學者賴鼎銘和葉乃靜也指出，在國外成年婦女閱讀的動機中，閱讀羅曼史的動機是因為它提供了一個想像的空間，滿足女性的想像力與好奇心及彌補的心理，帶給她們很大的滿足感與快樂感；羅曼史的讀者在閱讀羅曼史時，可以暫時拋開生活上的瑣事，好像到了另一個時空中，即所謂的跳脫情境。<sup>[13]</sup>

陳珮慈所做的「成人閱讀之研究」指出：閱讀動機與目的可歸納為與工作、學習、生活、休閒、心靈等五方面相關之因素。工作方面主要和專業的追求、為二度就業做準備有關；學習方面則和終身學習、準備功課有關；生活方面則是為了解決日常生活問題；休閒方面則是為了安排休閒生活、放鬆心情；心靈方面則是為提昇心靈層次、培養思考能力。<sup>[14]</sup>而嚴媚玲在其研究結果中歸納大學生主要的閱讀動機為：<sup>[15]</sup>

1. 課業需求（報告、作業、考試）。
2. 吸收新知或學習技術。
3. 休閒娛樂或無聊打發時間。
4. 從小養成的閱讀習慣。
5. 老師和同學的影響。
6. 電視媒體的刺激。

[12] 蘇蘅，〈青少年閱讀漫畫動機與行為之研究〉，《新聞學研究》，48（1994.1），頁 123-145。

[13] 葉乃靜，〈從閱讀談通俗讀物之蒐藏〉，《大學圖書館》，2：2（1998.4），頁 127。

[14] 陳珮慈，〈成人閱讀之研究—以臺北市立圖書館永春分館讀者為例〉，《圖書與資訊學刊》，18（1996.8），頁 56。

[15] 嚴媚玲，「大學生的閱讀活動與其管道之研究」（臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1999），頁 59-65。

- 7.同儕間的討論話題。
- 8.情緒因素（心情不好想從書上的得到安慰或解脫）。

綜合上述的閱讀動機，可歸為下列影響因素：

### (一) 爲了滿足資訊需求

大致而言，閱讀基本上是爲了追求新知識，讀者可以透過閱讀得到其生活上、工作上、課業上亦或是心靈層面上因爲環境而產生的各種不同的資訊需求。Reijo Savolainen 就曾將閱讀行為的動機分爲二種：導向型資訊的蒐集 (Seeking of Orienting Information) 及實用型資訊的蒐集 (Seeking of Practical Information)。所謂「導向型資訊的蒐集」與時事有關；而「實用型資訊的蒐集」(Seeking of Practical Information)，主要是解決特殊的問題。<sup>[16]</sup>

### (二) 尋求個人的認同

在馬斯洛理論中，尋求個人認同是屬於較高層次的需要，當基本的生理需要滿足之後，個人心理精神上的需要則漸予重視。透過閱讀以尋求符合自身行為的模式並認同個人的價值與意義，尤其是當該書的主題與讀者的經驗背景相同時。這種情形最容易發生在青少年的身上；讀者可以藉由閱讀產生「視爲同一」的心理情境，是可以降低壓力和緩和情緒的。

### (三) 尋求與同儕和團體間的互動

在態度形成理論中，所屬團體是影響個人的主要因素之一。屬於相同團體的人，會因爲相關參照而形成易於接受相同的資訊，順從團體規範。這種情況在兒童與家庭成員、學生與同學間的例子最爲明顯。<sup>[17]</sup>在許多的閱讀研究中都發現，閱讀的動機往往都是爲了能融入個人生活環境中同儕之間的互動與討論，讓自己有「參與感」，將自己融入其中。透過閱讀的方式可以理解同儕群體之間的討論議題，藉由討論相同的話題，來進行人際間的溝通與互動，與他人、同儕或團體間產生良好的互動關係。

---

[16] 同註 13，頁 124。引自 Reijo Savolainen, "Everyday Life Information Seeking: Approaching Information Seeking in the Context of 'Way of Life'" *Library and Information Science Research* 17 (1995), p. 272.

[17] 楊曉雯，「高中生閱讀行為研究：以臺北市立建國高級中學學生爲例」(臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1999)，頁 30。

#### (四) 爲了休閒娛樂

爲娛樂休閒而進行閱讀是一普遍的目的，也因爲閱讀是可以一個人來完成工作，當讀者需要放鬆、安靜與調適之時，投入閱讀是一種心理上的解脫方式，尤其是悠游於故事角色中，暫時脫離現實的生活。因此，常常讀者無法說出爲了什麼原因和目的進行閱讀，而只能道出作品本身固有的價值或他們在閱讀時的感受，也就是說他們閱讀的需求是屬於下意識層級的 (Subconscious Level)。<sup>[18]</sup>

#### (五) 興趣

在許多閱讀相關的研究中發現，興趣會是影響閱讀動機的主要因素之一，一個人的興趣種類的越多、對興趣的投入越高，越容易引發閱讀行爲。「臺灣都會區閱讀習慣調查」中也發現不論以性別、年齡、地區、教育程度或職業，當被詢到「爲何閱讀時？」，有 62.4% 的人都是回答「個人興趣」，由此可見興趣對於閱讀之影響有多深。

### 三、研究架構

基於上述背景，筆者認爲有必要針對網路使用者進行小說閱讀行爲的深入研究，本研究針對網路使用者閱讀電子式和紙本式小說的時段、平均閱讀時間和頻率、獲得方式、閱讀訊息管道、文本消費情況，及閱讀電子式小說後所帶來的影響，最後探討受訪者對紙本式和電子式閱讀的個人觀點，作一系列之探討分析。

研究對象的選定，爲利用電子信件和電話與多位業界人士（前新浪網總監黃彥達、Pchome 業務部主任、臺灣蕃薯藤網路編輯、前明日報網路編輯）交換關於網路閱讀及消費行爲研究之相關議題心得，並從討論中尋找可研究之問題及對象，並著手建立架構，由國立臺灣師範大學和淡江大學兩校 BBS 小說版版主協助前測。<sup>[19]</sup>

本研究研究時間第一階段爲 2001 年 10 月至 2002 年 3 月，第二階段爲 2002 年 3 月至 5 月；以質性訪談法，徵詢淡江大學和國立臺灣師範大學兩校電子佈告欄之小說版版主同意後，於兩校電子佈告欄小說版公開徵求共 48 位同時具有

[18] 同註 5.

[19] 前測研究：陳冠華、邱炯友，〈網路使用者印刷及電子小說閱讀消費行爲初探〉，載於：世新大學資訊傳播學系編，《2002 資訊傳播學術研討會論文集》，頁 1-21。



閱讀網路及紙本式小說經驗的網路使用者，且其閱讀的媒體限定在視覺閱讀範疇（印刷形式小說及電子形式小說：網頁、電子佈告欄、PDA、Flash、電子書）。

研究初始說明研究者身分、研究目的及研究相關議題，同時保證受訪者資料保密，研究結果僅供學術用途；若受訪者願意接受訪談，徵求受訪者同意後才使用錄音的方式，若受訪者不願意錄音，則改用手札的方式記錄重點，並於訪談結束後立即整理。

研究者訪談結束後於當日整理完畢訪談紀錄並建檔儲存，並轉換成有條理的文字敘述後，以研究問題為主軸，將資料歸納分析，將相同範疇的資料再進一步分析關聯性和相異處。分析整理過的資料，若有概念不清楚，直接用 E-mail 和電話與受訪者聯繫求證，防止本研究中不盡詳細和不確切的推論。

就研究限制而言，本研究旨在瞭解網路使用者閱讀相關行為與不同媒體格式小說對於閱讀者的影響，再者本研究之研究發現和結果整理呈現之表格並無性別上預設立場，只是對本研究受訪者的現況予以陳述。為顧及研究結果是否與現況有所差異（研究結束時間為 2002 年 5 月），研究者於 2004 年 4 月至 6 月之間陸續與受訪者聯繫再確認，先行刪除和修正不符合現況的結果與內容。

再者，由於所選取對象未普及其他電子佈告欄小說版，因此本研之結果無法推論到所有網路使用者對於其他電子和印刷型態文本之閱讀行為、態度、看法與相關影響，但其現象可提供國內研究網路使用者行為、傳播和出版相關人士了瞭解網路閱讀現況，作為進一步學術研究的參考。

本研究所探討之研究子題為：網路使用者閱讀電子式和紙本式小說的時段、平均閱讀時間和頻率、獲得電子式小說和紙本式小說的方式、相關訊息管道來源為何、對於小說文本的消費情況、閱讀電子式小說後帶來的影響及對於紙本式閱讀和電子式閱讀的個人觀點。

## 四、研究結果

### （一）固定閱讀電子式小說的時段

本研究中，除了 6 位受訪者外，其餘受訪者都固定閱讀電子式小說的時段，由表一可以看出，多數受訪者會選擇「沒事情做的空檔」來進行閱讀，但亦有人利用晚上或中午休息時間來閱讀，以下將主要固定閱讀電子式小說的時段分析

如下：

### 1. 沒事做的空檔

有 20 位讀者會利用沒事做的空檔來閱讀電子式小說，這些空檔為下班前的數十分鐘、上班時吃早餐的時間，或是覺得新聞很無聊，關掉電視又不知該做什麼事情時等，這些空檔通常是課業和所有私人活動結束之後或一件事情和事情之間的空檔的零碎時間，這些空檔通常都是短暫片斷且不固定的。

### 2. 上網就習慣去看

有 9 位受訪者表示，他們閱讀動機並非是「無聊」或者「沒事做」，而是每次只要上網就會不自覺的連線到 BBS 站或者網站來閱讀小說，這樣的行為又分為兩種：一是該小說為「連載」性質，作者可能每天張貼 1-2 集，受訪者想知道故事的發展，所以去閱讀；一是習慣性的閱讀，亦不論是否有新的小說出現或連載，還是會上網閱讀其他小說。

### 3. 中午休息時間

會利用中午休息時間閱讀電子式小說的受訪者以上班族和住在學校宿舍的學生為主，10 位受訪者皆表示，電子式小說最大得方便在於可以邊吃便當邊閱讀，需要繼續向下閱讀時只要按空白鍵，且又不怕弄髒鍵盤，而且還可以和一兩位同學或同事共同閱讀。

### 4. 半夜睡不著時

有 6 位受訪者通常在半夜睡不著時閱讀電子式小說，其原因為目前雖有二十四小時營業的租書店，但是半夜一個人外出租借小說仍有相當大的危險性，所以在半夜睡不著，又沒有電視可看時，電子式小說成為折衷的選擇。

### 5. 搭乘交通工具的時間

研究中會利用搭乘交通工具的時間閱讀電子式小說的讀者，都是利用 PDA 來閱讀小說，受訪者中有人表示，通常利用 PDA 來閱讀小說會帶給旁人「炫耀」的感覺，因為多數人還是認為不論是 PDA 或電子閱讀器目前還是一種「貴族式閱讀」，但就受訪者而言其實只是單純的想「打發時間」而已。

### 6. 晚上時段

有 23 位受訪者會利用週一至週五的晚上時段進行電子式小說的閱讀，有受訪者表示利用晚上時段閱讀電子式小說已經擠壓了原先閱讀紙本式小說或其他課

外書的時間了，他們常常閱讀電子小說時通常還會作其他事，比如說：上網找資料、和網友傳訊、做作業等，基本上不會很專心的閱讀小說。

#### 7. 假日

多數受訪者認為，由於平日接觸電腦及觀看電腦螢幕過久，所以盡量讓自己在假日時不要再上網或者閱讀電子式小說，而會安排其他休閒活動或者用來閱讀紙本式小說、散文；本研究中利用假日閱讀電子小說的受訪者皆為研究生或住在學校宿舍的學生（共 7 位受訪者），由於假日懶的出門、沒有安排聯誼活動、作業已經做完或得待在研究室中，上網閱讀文章或小說變成他們一種排遣無聊的活動。

#### 8. 不定，有空才看

有 6 位受訪者表示，由於本身工作或課務繁忙，閱讀電子小說的時間不固定，很可能是在飛機上的一個小時，或者是一個月閱讀一次，可是一次卻閱讀超過四或五個小時，受訪者 xum86 和 ceco 皆表示：「電子式小說是一種非必要資訊，看或不看都無所謂，自己覺得真的有空有閒時才會閱讀，真正有時間的話，還是會安排戶外活動，讓自己在上班之餘好好放鬆一下」，另一位受訪者 ppzz 表示：「由於大五的課業較重，就不會強迫自己非得要看電子式小說不可，還是以正經事為優先，前途重要」。

### (二) 固定閱讀紙本式小說的時段

本研究中受訪者固定閱讀紙本式小說的時段呈現多樣化，由表二可以看出，多數受訪者會選擇「睡覺前」來進行閱讀，但亦有不少受訪者習慣將小說攜帶在身邊或者利用上廁所時閱讀，以下將主要固定閱讀紙本式小說的時段分析如下：

#### 1. 因為習慣隨身帶一本書，所以用各種空檔看

有 24 位受訪者會習慣將小說放在袋子或書包中，隨身攜帶在身邊，利用各種空檔閱讀，這些受訪者表示，時間是寶貴的，如何利用各種小時間來閱讀小說或是其他書籍都得靠自己安排時間，這些受訪者認為大部分的小說其實不需要太多思考，所以適合利用這些片段的時間來閱讀，這些片段的小空檔，如：看病等待的空檔、等捷運時的空檔、下課 10 分鐘的空檔、約會或聚會時等人的空檔等。

#### 2. 上通識課

有 9 位受訪者表示，學校的通識課上課太過無聊，又不方便在課堂上和同學

聊天或打瞌睡，所以就帶著未看完的小說或者上課前到圖書館借小說帶到課堂上，然後選擇較後面的座位來閱讀小說打發時間。

### 3. 上廁所時

有 17 位受訪者會利用上廁所時閱讀紙本式小說，受訪者表示這樣的習慣都是在國中和高中時期養成的習慣，由於當時正處於升學時期，家長們都禁止小孩子閱讀小說，而躲在廁所中閱讀小說不會被家長抓到，所以才養成在廁所看小說的習慣。

### 4. 睡覺前

本研究中有半的受訪者習慣在睡覺前閱讀紙本小說，但由於工作過及接觸電子式小說後，習慣慢慢改變，可能是工作太累，可能是閱讀電子小說佔去了紙本式小說的閱讀時段，故只剩一半的受訪者還保持睡覺前閱讀的習慣。而睡覺前閱讀的習慣大多是由國中和高中時所養成，這些受訪者表示，即使事情再多，課業再繁重，仍然強迫自己在睡覺前閱讀，這樣的閱讀習慣，有調整情緒和紓解壓力的作用，也有受訪者認為睡覺前閱讀小說，可藉由書中的情節來幫助自己靜下心來思考。

### 5. 晚上時段

利用晚上時段閱讀紙本式小說的受訪者表示，通常晚上時段閱讀的時間短且分散，通常是做作業或唸書唸到一個段落，覺得很累很煩，想暫時脫離情境時才去閱讀小說，也有受訪者表示，有時候只是想閱讀一個章節或一段的情節，但卻不知不覺就閱讀了一至兩小時，甚至乾脆熬夜一口氣把那本小說看完。

### 6. 沒有固定閱讀時段，有空才看

受訪者中有 8 人沒有固定閱讀紙本小說的時段，歸咎原因和由於本身工作或準備考試有關；受訪者 masa 表示：「大四之前本來有每天閱讀紙本小說的習慣，大四之後開始準備研究所甄試和考試，所以慢慢地會減少這些休閒活動」，受訪者 zeni 認為：「作業都作不完的時候，就乾脆將閱讀頻率降到兩個月左右才閱讀一次或者利用搭車回家時再閱讀，要不然就是乾脆都不閱讀。」；受訪者 Candy 和 seph 表示：「研究所的課程繁重，自己大學時代每天閱讀的習慣，上了研究所之後由於時間不敷使用，只得犧牲這個習慣」，受訪者 cocaby 表示：「自己在國中任教多年之後，學校行政事務越來越多，原有的閱讀習慣也被改變，看到喜歡的小說會先買下，等到有空的時候再慢慢看，有時有些小說買了都

沒拆封就送給學生或同事當禮物了」。

### 7. 上班時段的空檔

利用上班時段空檔閱讀紙本小說的受訪者，通常都是利用下班前的小空檔和上班時中午休息時間來進行閱讀，閱讀的時間不長，約數十分鐘到半小時。受訪者利用上班時段的空檔閱讀小說的原因為：通常都是租書店的小說接近歸還日期，所以要趕緊閱讀完畢；亦或是該小說購買之後情節非常吸引人，迫不及待想閱讀完畢以知道故事結局或者想和同事、朋友分享閱讀心得，故選擇此時段閱讀。

### 8. 搭乘交通工具的時間

選擇搭乘交通工具的時間閱讀紙本小說的讀者表示，由於平日上網、上課及工作已經佔掉大部分的時間，其餘的時間又被其他休閒活動、學校作業、閱讀電子式小說瓜分，所以只好利用搭捷運的通車時間和長途旅行的飛機或車子上來閱讀（通勤時間平均約 40 分鐘到 1 小時）紙本小說甚至其他課外讀物，但由於通勤時間不長，故都選擇短篇小說來閱讀。

### 9. 週末假日

研究中有 17 位受訪者會利用假日來進行閱讀，通常利用假日閱讀的原因是可以選擇一本好小說然後一次一口氣看完，他們會利用週末假日吃完早餐後閱讀小說到中午，然後便安排其他休閒活動，或是利用週末的下午到咖啡店喝咖啡看小說，享受一下悠閒的生活。也有 2 位受訪者表示，平常上課時間太忙，沒有太多時間閱讀小說，所以會利用寒暑假的時間一次把要看的小說全部租借回來看個過癮，以彌補平日閱讀的不足。另外也有受訪者表示會利用考完期中期末考後的週末晚上閱讀小說，而且這種「彌補性」的閱讀常常都是連續十多個小時的閱讀，甚至就是好幾部小說一次這樣閱讀完畢。

## (三) 閱讀電子式小說和紙本式小說的時間頻率

本研究中有 21 位受訪者每天都會進行電子式小說的閱讀（見表三），另外有 13 位受訪者是一週閱讀一至二次電子式小說，上述閱讀頻率較高的受訪者通常都是屬於「習慣性上網閱讀」，這類的受訪者每次只要上網，就會不自覺的連線到 BBS 站或網站來閱讀小說，或是利用課業和私人活動結束之後，或一件事情和事情之間的空檔的零碎時間來進行閱讀。

而兩週閱讀一次及一個月閱讀一次電子式小說的受訪者表示，平日有空的時

候其實就會下載或郵寄電子小說到自己的電腦，然後利用假日一次將其閱讀完畢。大多數的受訪者表示，由於幾乎天天上網，所以閱讀電子式小說的機率和閱讀頻率絕對大於紙本式的小說，原因是電子式小說可以邊看邊做其他事情，而紙本小說閱讀時較無法分心的緣故。

另外本研究中有 19 位讀者每天都會閱讀紙本式小說（見表四），且為數不少的受訪者閱讀紙本式小說的頻率是不固定的。整體看來，大多數的受訪者維持著一週至少閱讀一次小說的頻率。根據訪談後發現，多數受訪者都有每週逛書店翻閱新小說的習慣，她們覺得不斷的閱讀新小說除了打發時間之外還可以瞭解目前文藝界的走向，這樣和同學或朋友之間才有話題可聊。另外有受訪者研究臺灣現代文學及英美文學，這兩位受訪者幾乎每天花 2 小時以上的時間閱讀小說，目的就是和其研究有關。

受訪者中亦有出版界工作者，每週都必須花一至二天閱讀小說，其目的是要瞭解其他出版社小說內容的風格；受訪者 Ianf 為專跑出版新聞之記者，也是著名的網路作家，她表示每天閱讀紙本式小說已經是一種「習慣」，再者本研究中的每天閱讀紙本式小說的受訪者均表示，每天閱讀的習慣都是從小就養成的。

#### (四) 電子式小說平均閱讀時間

由表五可以得知電子式小說每次平均閱讀時間以 1 小時的人數最多，有 14 人；閱讀時間為幾十分鐘到 2 小時的有 7 人，排名第二；每次平均閱讀時間為 1 小時至 3 小時的有 6 人，排名第三；其餘近一半的受訪者的平均閱讀時間都散佈在差異甚大的閱讀時間間距上。多數受訪者表示，閱讀電子小說的時間不好控制，原先可能預期只花數十分鐘閱讀每天連載的小說，但可能同時發現一篇新的小說，不自覺的閱讀之下，就又沉浸在其中了，故會有閱讀時間可能短至幾十分鐘，長至幾個小時的時間差距。

#### (五) 紙本式小說平均閱讀時間

在閱讀紙本式小說的平均閱讀時間上，可以看出平均閱讀時間比電子式小說還要長，受訪者表示，由於閱讀紙本和電子式小說時眼睛的舒適度是很重要的因素，通常電子式小說的閱讀還是以 1 小時內為主，因為眼睛閱讀電腦螢幕的文字，看久了真的很不舒服，相較之下紙本式的小說就比較容易進行長時間的閱讀活動。

本研究中紙本式小說和電子式小說的平均閱讀時間間距有不同的意義。紙本

式小說平均閱讀時間間距產生的原因，根據受訪者表示，由於紙本式小說可以看一下然後用書籤夾起來，帶在身邊或放著，然後再找空檔閱讀，這樣的空檔可能是沒事做的下午，可能是一個晚上的時間，可能是通勤的時間等；由此可見，造成紙本式和電子式小說平均閱讀時間間距是媒介本身的特性所造成的結果。

#### (六) 小說版讀者獲得電子式小說和紙本式小說的方式

在電子式小說獲得的方式上，受訪者最固定閱讀小說的 BBS 版為淡江大學蛋捲 BBS 小說版、其次臺大椰林 BBS 小說版和師大精靈之城 BBS 小說版，成功大學貓咪樂園 BBS 小說版排名第三（見表七）；在網站方面熾天使書城和優秀文學網是受訪者最固定閱讀網站，另外本研究中使用 PDA 閱讀電子式小說的受訪者都是到「鴉片王」網站來下載 PDA 版本的小說，受訪者們表示該站提供了各種不同格式（Format）的小說版本，讓不同體系的 PDA 使用者下載，並戲稱該站為 PDA 小說的「大本營」。

排名第四的電子式小說獲得方式為「用搜尋引擎尋找」，受訪者們表示不會刻意去記下小說網站的網址，想閱讀時就用搜尋引擎尋找，也由於這樣的找尋方式，受訪者會接觸到情色小說和同性戀小說。「找朋友要或請版友協助」是排名第五的電子式小說獲得方式，受訪者表示有時候真的很想閱讀某篇小說，但在 BBS 或網站上遍尋不著時，就請同學或朋友轉寄，或者公開在 BBS 版上表明需要某篇小說，這樣的小說尋求方式往往成效很快，在短時間內就會收到朋友或同學轉寄的小說電子檔，或 BBS 版上會有人熱心回應可尋找到該小說的網址或 BBS 站名稱。

訪談後發現，由於表中的多數 BBS 站的小說版都有連線的功能，同一篇小說在一個 BBS 站張貼時，可同時在有連線功能其他 BBS 小說版上閱讀到；超過一半以上的受訪者表示，常常會一邊閱讀 BBS 小說一邊進行網路傳訊、聊天或者是找資料的行爲，所以都會選擇該 BBS 站認識的友人最多的來進行連線閱讀的活動；故表七中人數最多的 BBS 小說版並不代表是對使用者而言是最重要的閱讀管道，但本研究所有受訪者一致推薦成功大學的貓咪樂園 BBS 小說版是最具代表性的電子式小說管道，原因是該站的小說版為大多數著名的網路作家張貼新的小說時的「第一選擇」。

在紙本式小說取得管道中（表八），訪談時發現同時具有紙本式和電子式小

說閱讀經驗的網路使用者幾乎都有購書的習慣（只是差別在於購書的地點），紙本式小說的第二重要來源為「到學校圖書館或公共圖書館借」，受訪者到圖書館借閱的小說通常都是屬於武俠小說、大部頭的歷史小說和文學性質較高的小說，如：許地山、魯迅、高行見、陳若曦等或是國外的翻譯小說（如 Paulo Coelho 的《牧羊少年奇幻之旅》）；取得管道中排名第三的是「到小說出租店租借」，受訪者們表示會去租書店租閱的小說通常是武俠小說、言情小說之類的作品（不想花錢購買，但卻又想看的），而且這些作品通常租書店都會儘可能的將相關作者或主題相近的作品一併進書補充齊全，對於喜愛武俠小說和言情小說的受訪者而言是一件很方便的事情，這和嚴媚玲分析大學生閱讀活動及其管道的研究中的結果是相近的。<sup>[20]</sup>

在獲得紙本式小說的方式中，排名第四的獲得方式為「向同學或朋友借閱」，在許多閱讀研究中都發現，閱讀動機分析和後面的閱讀訊息來源可得知，同學和朋友之間對於休閒性的閱讀習慣和主題或多或少還是會相互影響的，所以同學和朋友之間小說相互借閱的行為是非常頻繁的<sup>[21]</sup>；訪談時發現，同學和朋友之間相互借閱的小說以愛情小說、言情小說為主。在本研究中排名第七的管道為「向兄弟姊妹借」，在訪談時發現，這些受訪者的姊姊或妹妹通常也都有租借或購買小說的習慣，受訪者有時為方便或省錢，就會直接拿姊妹們租借或購買的小說來閱讀。

本研究子題亦發現，書展並不是受訪者們獲得紙本式小說的主要方式，這和先前許多閱讀研究結果差異甚大，訪談時受訪者們表示，由於平日就有購書的習慣，該買的小說平時就會購買了，並不會刻意等到書展時一次「大量購買」。本

---

<sup>[20]</sup> 可參考嚴媚玲，「大學生的閱讀活動與其管道之研究」（臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1999），頁 115。

<sup>[21]</sup> 相關研究有：陳明來，「臺北市公立國中生課外閱讀行為之研究」（臺北：國立政治大學圖書資訊研究所碩士論文，2001）；謝彩瑤，「臺東師院學生課外閱讀行為調查研究」（臺東：國立台東師範學院教育研究所碩士論文，2001）；嚴媚玲，「大學生的閱讀活動與其管道之研究」（臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1999）；劉應琳，「閱讀研究：臺大 BBS Books 版愛書人休閒閱讀之探討」（臺北：國立臺灣大學圖書資訊學研究所碩士論文，2001）；馮秋萍，「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」（臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1998）；楊曉雯，「高中生閱讀行為研究：以臺北市立建國高級中學學生為例」（臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1999）。



研究中亦發現獲得紙本式小說的特殊方式，由於職業的關係，受訪者 lanf 表示：「平日需要的紙本式小說，通常都是打電話到出版社的公關部，出版社就會直接將書寄到報社了」，另一位受訪者表示，偶爾在接洽本身的業務時就會直接向書商購買紙本式的小說。

### (七) 小說版讀者電子式小說閱讀訊息來源

相較於紙本小說多樣化的閱讀訊息來源，電子小說的閱讀訊息來源顯的單純許多，而且都集中在特定的來源上（見表九），茲將小說版讀者獲得電子式小說閱讀訊息來源分析如下：

#### 1. 自行在網路尋找

受訪者皆表示自己都有在網路上隨意瀏覽的習慣，而且本研究中 48 位受訪者中有 40 位受訪者有每天上網的習慣。受訪者們表示，上網之後都習慣先到 BBS 小說版或者小說網站看看是否有新的小說張貼出來，對於電子式小說，受訪者們認為其閱讀自主性會比紙本小說還高，他們深信只有自行尋找比較能找尋到自己真正想閱讀的小說。

#### 2. 朋友或同學 e-mail 轉寄

受訪者們表示，每天打開信箱都會收到許多朋友或同學轉寄的文章、小遊戲、動畫，甚至是網路小說，朋友或同學 e-mail 轉寄的通常以 Flash、Txt 及 Word 的短篇小說為主；受訪者中也有不少的人覺得 e-mail 轉寄的小說有時候版面混亂，甚至文字中還夾帶著「轉寄」的符號，而且也可能夾帶病毒；故對於 e-mail 轉寄的小說並不會「照單全收」的閱讀，反而在篩選上會更嚴格。

#### 3. 朋友或同學推薦

本研究發現，受訪者都會有幾位興趣相同的同學或朋友，若真的閱讀到內容真的不錯的電子式小說，他們會熱心的介紹給對方，並希望和對方分享心得，許多受訪者的閱讀動機往往是因為朋友或同學的大力推薦，受訪者 sharen 和 seph 就表示，平時會推薦好的小說給好朋友，但畢竟個人閱讀喜好不同，並不會太刻意要求對方去閱讀。

#### 4. 網路上的討論（BBS Book 版和小說版）

網路上的討論也是受訪者獲得電子式小說的資訊來源之一，許多 BBS 站上的小說版或小說網站的討論區往往都會針對小說的內容、文筆、架構等來討論，由於網路是一種互動性很強的媒介，讀者可以在閱讀完畢作品之後直接對作者做

出回應，不論是正面或負面的回應，通常都是公開的；所以 BBS 小說版或小說網站的討論區上，通常被網友們討論最多，或者是批評最多的小說都會引起受訪者們的好奇心，進而找尋閱讀之。

#### 5. 同儕討論

和管道三「朋友或同學推薦」最大的差異，受訪者們表示其差別在於「朋友或同學推薦」是「主動性」的，而「同儕討論」是「非主動性的」；本研究中「同儕討論」意指受訪者可能在同儕的討論話題中得到相關的電子式小說資訊，而這樣的資訊是受訪者中有興趣的，進而本身主動去尋找該電子式小說閱讀，多數受訪者表示，由同儕討論而引發閱讀動機趣閱讀的電子式小說都是一些受爭議性的小說，內容常常牽涉到暴力、色情、同性戀等。

#### 6. 電子報

小說的電子報會提供相關的電子小說訊息，但受訪者表示，小說電子報有其侷限性，首先是小說類型可能都侷限於電子式的愛情小說和言情小說，同時電子報發行週期不固定，通常要累積一段時間有新的小說作品出現時才會發報，有時候新的小說都已經閱讀完畢後才收到電子報介紹；但也有網路作家個人發行電子報，該電子報的每一期就是正在創作的連載小說（每一期寫一個段落），但受訪者認為自己不習慣閱讀這樣型態的小說，主要的原因是，每次閱讀時要把劇情連貫時，又得重新閱讀。

#### 7. 入口網站的介紹

受訪者 Lingling 表示，入口網站會介紹電子式小說是近兩年來的事情，由於近幾年許多入口網站紛紛提供免費的創作空間，所以吸引一批年輕且又喜好創作的人投入其中，這些入口網站都會定期（一週約兩次）將挑選過的優良作品放置到網站的首頁並加以推薦，而這樣的一個管道也成為受訪者們一個新的閱讀訊息來源。

#### 8. 小說網站的最新公告

受訪者 liying、beyun 和使用 PDA 閱讀小說的受訪者表示，小說網站最大的優點在於會將新收錄的小說公告在網站首頁上，這樣的公告可以讓大部分「慣性」閱讀的讀者瞭解有哪些新的小說被收錄，進而選擇自己有興趣的主題或內容類型來進行閱讀。

### 9. 採訪新聞時

受訪者 lanf 表示，由於本身是出版、文學和閱讀相關新聞的記者，常常必須大量接觸這方面各式各樣的訊息管道，所以必須經常上網瀏覽，掌握目前電子式小說的相關概況，所以其多樣化的電子式小說閱讀訊息來源都是因為「工作」所需。

### 10. 網路書店

受訪者 tcpwu 是唯一接觸到由網路書店提供電子式小說的閱讀訊息來源的受訪者，訪談時 tcpwu 表示，由於本身是大學圖書館負責採購的館員，所以才會有這樣的機會接觸這樣的消息管道，相較於其他電子式小說來源，「網路書店」算是最有潛力且尚未完全發揮功能的管道。

## (八) 小說版讀者紙本式小說閱讀訊息來源

根據研究結果歸納，小說版讀者紙本式小說閱讀訊息來源是非常多樣化（見表十），茲將主要閱讀訊息來源分析如下：

### 1. 自行在書店尋找瀏覽

在閱讀訊息來源中，實體的書店（一般書店和連鎖書店）是多數受訪者取得小說資訊的管道；受訪者們表示，會利用假日或者下班的空檔到書店去翻閱新出版的小說，甚至在翻閱過程中就直接將該小說在書店內閱讀完畢，此結果和嚴媚玲的「大學生閱讀活動與其管道之研究」中閱讀訊息的來源結果相同，由此可見書店對於閱讀活動中讀者之資訊需求之滿足有重要的地位。

### 2. 同學或朋友推薦

本研究中有 38 位受訪者表示，其紙本式小說之閱讀訊息來源以同學或朋友推薦居多，許多人甚至表示同學或朋友推薦，往往是他們決定是否「購買」該小說的重要因素；在威普斯的閱讀動機中也提到：人類會透過閱讀特定讀物以獲得他人的認同或重視，而且在國內的諸多閱讀研究中也發現，同儕之間會彼此影響閱讀活動的進行，其中當然包含讀物的主題類型。不過不少受訪者表示，有時同學或朋友推薦的小說，並不會立即購買，而會要求友人先行借閱，閱讀過後真的覺得不錯之後，才會去購買。

### 3. 書店排行榜

有一半的受訪者表示，連鎖書店的排行榜會是紙本式小說之閱讀訊息主要來源，但他們也表示，從連鎖書店排行榜上得知訊息而去閱讀的小說，通常幾乎在

書店翻一翻而已，且受訪者們認為，書店排行榜上的小說品質或內容在實際上並沒有那麼的好，多數受訪者認為書店的暢銷小說排行榜幾乎都是書店本身或出版社進行炒作，以求增加銷售量的「工具」；本研究中也發現，年齡越大的受訪者對於暢銷小說排行榜越反感，她們反而覺得去注意小說排行榜，只是單純爲了要瞭解一下目前熱門小說的消息而已。訪談後得之，基本上多數受訪者瀏覽完畢排行榜之後，會有目標性的直接到小說主題區中瀏覽新的小說。但受訪者 tcpwu 卻表示，由於工作上的需要，書店小說排行榜是自己非常重要的訊息來源，通常也是自己採購通俗小說的主要依據。

#### 4. 出版社 DM

CANDY、ulg、yuc 等 19 位受訪者表示，由於平日都有購書的習慣，所以都是許多出版社的會員，這些出版社都會定時將要出版的新書的書訊和 DM 郵寄給受訪者，受訪者表示小說方面以九歌、洪範、爾雅、希代和遠流等出版社的 DM 在內容上最爲充實，這些 DM 上甚至會出現許多著名人士對於新小說的書評或簡介，出版社 DM 除了提供新出版小說的內容和作者介紹之外，還提供了比一般書店更低的優惠來吸引讀者購買（通常是 6.8 折到 7 折），故出版社 DM 不但是紙本式小說閱讀訊息主要來源，同時也是引發購買主要的因素之一。

#### 5. 報紙

報紙爲本研究中受訪者最常獲得新出版的小說書評或者新書簡介的媒體之一，訪談後發現，有 18 位受訪者有固定閱讀中國時報的開卷版和聯合報的讀書人版的習慣；受訪者們認為，報紙上的小說書評比新聞媒體、電視廣播炒作的小說來要來的「公正客觀」，但是也有不少受訪者卻認為報紙所介紹的小說其實和書店排行榜上的小說沒啥不同，因爲都是透過特定機制「炒作」出來的，這些受訪者對於報紙作爲紙本式小說閱讀訊息來源非常「嗤之以鼻」。

#### 6. 網路書店的書評或新書介紹

本研究中有三分之一的受訪者有逛「網路書店」的習慣，而臺灣目前的網路書店已經發展到一定水準，除請專人爲特定小說寫書評或新書介紹之外，還開放讀者可以一起參與撰寫書評或新書介紹；受訪者 ulg、sharen 等人都表示，網路書店最大的優點在於會將小說的內容、定價、作者等資料一目了然的整理好提供給讀者，甚至還可以提供該作者其他小說或相關作品的介紹，對於有時較繁忙而沒空逛書店的人一個很方便的選擇。但 cboy、teri 等受訪者表示，網路書店的

書評或新書介紹固然方便，但是還是比不過自己逛實體書店的感覺。

### 7. 電視廣播

由於有線電視臺和無線電視臺的競爭，所以目前也有一些電視節目專門針對小說和散文作品介紹評論的節目，亦或者從廣播節目中聽見主持人介紹一些新出版的小說，這樣的節目通常會請來出版社的企劃編輯與作者，針對該小說的企劃、出版和撰寫過程均加以深入的討論分析，有時甚至開放給民衆直接用電話和作家或企劃編輯來對談，這類型的廣播節目時段通常以下午時間居多，而電視節目的時間（臺視和公視此類型的節目較多）播出時都接近深夜。

### 8. 電子報

seph、buty 等 13 位受訪者表示，網路書店或出版社的電子報也是最常獲得新出版的小說書評或者新書簡介的媒體之一。國內出版社在近幾年也注意到網路族群的需求，除了發行印刷形式的 DM 之外，另外也定期發行所謂的「閱讀電子報」，電子報中除了提供小說出版相關資訊和訂購優惠之外，另外提供超連結的功能和討論區，讓讀者發表閱讀感想或對該小說的看法；受訪者 zon 和 cboy 表示：「遠流出版社的閱讀電子報就提供了許多業餘的評論者的介紹或評論小說的文章，這對於真正喜愛閱讀小說的讀者，是一個不錯的管道。」

### 9. 書內的扉頁

許多小說的扉頁通常都會有相同書系、同一作者等相關的小說訊息，有不少受訪者表示書內扉頁是他們獲得小說訊息的來源之一，尤其是言情小說和文學小說的扉頁經常是忠實讀者的訊息管道來源。

### 10. BBS 討論 (Books 版)

劉應琳在「臺大 BBS Books 版愛書人休閒閱讀之探討」的研究中發現，BBS Books 版是網路族獲取休閒性閱讀消息的重要管道之一，本研究中也發現相似的結果。研究中有 9 位受訪者表示 BBS Books 版是不但是重要的紙本小說消息來源管道，同時也是決定是否購買的主要影響因素；受訪者 gisela 和 irene 認為：會在 BBS Books 版發表意見、讀後心得的人通常都「很有內涵」，比起同學或朋友的推薦，BBS Books 版上人顯的「較專業」，通常版上介紹或評論小說的文章都寫的相當有深度，而且用字淺詞上又比專業的出版或書評媒體來的「親切」，對於受訪者而言，接受程度會比較高。本研究中 9 位受訪者一致推崇臺灣大學的 BBS Books 版為目前 BBS Books 版中最具代表性和權威性。

### 11. 老師推薦

研究中發現，除文學相關系所和通識核心課程的老師，會推薦學生閱讀小說之外，大致上大學的老師們較不會推薦學生閱讀小說類的課外讀物。marclair 和 cordelia 等多位受訪者表示，在高中時期，老師們會推薦一些不錯的小說讓同學們閱讀，進入大學或研究所之後，老師所推薦的小說通常都和課程所自己論文相關，通識核心課程老師介紹的小說有些目的是爲了要繳交心得報告，而其他不用繳交報告而另外推薦小說，受訪者認爲都是文學性質較高的小說，所以傾向較不去閱讀。

### 12. 雜誌介紹

irene 等 7 位受訪者表示，目前市面上許多雜誌中會介紹新出版的小說，比如說聯合文學、國文天地、時報週刊等，這些雜誌會挑選熱門作家或新生代作家的作品予以專題介紹和評介；目前甚至有大陸和臺灣聯合出版的「橄欖樹文學月刊」（網路文學電子雜誌）和 Net and Books 《網路與書》（大塊文化出版社），提供了許多紙本式小說的訊息，成爲網路使用者們的新興管道之一。

### 13. 在書店或租書店看到宣傳海報

許多出版社主打的言情小說、愛情小說亦或是文學性小說，通常都在海報上用吸引人注意的詞彙或者美麗的插畫作爲吸引讀者注意的方法。aase、zon 等 6 位受訪者表示，常去小說出租店的人通常會對於這樣的海報比較感興趣，同時這也是她們獲得紙本式小說的消息管道之一。

### 14. 書中的序言

bluem 等 6 位受訪者表示，由於本身的學科背景或職業的關係，對於一些翻譯小說中，作者在書中序言提到的其他小說，自己都會想盡辦法找來閱讀。受訪者認爲，會被小說家在自己序言中提到的小說一定有其意義或對該作家有影響性，所以這樣的小說更有「可看性」。受訪者 lanf 則表示：想知道自己欣賞的作家（如村上春樹）的閱讀品味，這對一個小說迷來說其實也是重要的事情。

### 15. 兄弟姊妹間的話題

受訪者 balajoe、frances 表示，由於家中的兄弟姊妹對於閱讀活動也很注重，有時候就會在晚餐的時間討論彼此最近閱讀的小說或其他讀物，若遇上好的作品，在討論當中就會直接推薦給自己親人。

### 16. 書店老闆推薦

gisela 等 4 位受訪者表示，有些熱心的書店老闆常常會主動推薦小說給讀者，例如水準書店的老闆常常就會利用促銷的方式來推薦讀者一些文學性質較高的小說，這些小說可能是受訪者較少接觸到的內容類型。

### (九) 網路使用者對於小說文本的消費情況，其願意花錢或不願意花錢購買的理由

#### 1. 紙本式和電子式小說的購買動機

本研究 48 位受訪者中，只有 1 位受訪者沒有購買過紙本式和電子式小說的經驗，該位受訪者表示由於高中時代家中遭過白蟻的侵襲，許多休閒性讀物被破壞，於是大學之後到目前當了高職教師後，除了教科書和教材範本之外，都不再購買休閒性的紙本式圖書，而且也慢慢覺得休閒性的讀物「沒有價值」，需要時到租書店或者圖書館借閱即可。

另外有 47 位受訪者有購買過紙本式小說的經驗，在這 47 位受訪者中，只有 1 位受訪者有付費閱讀過電子式小說，受訪者 makudo 表示付費閱讀的動機很簡單：「真的覺得那幾篇小說寫的不錯，也能會該文學網站經營的用心，自己想用實際的行動來支持該網站和對網路文學的認同」；表十一為 47 位受訪者購買紙本式小說的動機，茲將主要購買動機分析如下：

##### (1) 覺得紙本式小值得收藏

cocacoca 等 33 位受訪者表示，有些小說具有收藏的價值，例如一些文學性質高的小說（陳若曦、董橋、高行健、張愛玲等）或國外翻譯的經典小說如：哈利波特。這些具有收藏價值的小說受訪者們表示不見得會全部閱讀完畢，但是是可以留著以後慢慢閱讀的。

##### (2) 可以隨時拿來看

seafood 等 15 位受訪者表示，若小說自己購買了，就可以隨時拿來看，因為向圖書館或租書店借的小說常有時間上的限制，無法慢慢閱讀；且向朋友或同學借小說，要是借了太久沒歸還，會覺得不好意思，因為如此，倒不如自行將小說購買下來，就可以隨心所欲利用任何時間閱讀。

##### (3) 買書本來就是習慣

本研究的受訪者們認為本身舊有的購書習慣就是一種「動機」，這種動機是不自覺且是主動的，對於「閱讀小說」或者「閱讀」帶給自己的收穫是持正面的看法，同時也認為閱讀小說其實也可以從中獲得心靈層面的滿足以

及帶給自己生活價值觀的啟發；訪談時也發現這些讀者們平日薪資所得月花在各類圖書上的經費不算少，受訪者 ceco 和 florences 表示：「本身平日就會大量的閱讀和購買圖書，已經變成是一種習慣性的行為，通常這類型的購買動機是無法直接用文字或語言解釋的」。

#### (4) 書買了可以借人或送人

seafood 等 12 位受訪者表示，若該小說自行購買後可借同學閱讀或者是當成禮物送人，受訪者們表示：「送小說給朋友或同學其實是一件很有氣質的事情」，而且還有受訪者認為送小說給朋友當生日禮物或者借閱小說給他人其實是一種小團體的「認同」方式，這樣的認同有助於同儕之間的互動。

#### (5) 本身會收集喜歡的作家一系列的小說

bluem、lanf、buty 等 8 位受訪者表示，本身會去主動收集最喜愛和崇拜的作家的一系列的小說，會收集作品的原因在於不想遺漏自己喜愛的作家的任何作品，這樣的行為就類似青少年會收集偶像明星的海報、CD 和週邊商品一樣，在收集過程當中其實提供了讀者許許多多各種面向的滿足：情感上的寄託、視覺上的體驗、藝術上的聆賞、心情上的抒發和價值觀的認同。例如：受訪者 aase 就收集了作家亦舒所有的言情小說，受訪者 lanf 則是收集了村上春樹的小說作品。

#### (6) 其他

cboy 和 saya 等 5 位受訪者表示「因為小說後面可以蓋藏書章，當成收藏品」；cboy 和 beyun 表示：「有時購買動機其實是在一種非買不可的情境，如：因為搭飛機或長途火車到國外或回香港、大陸，路途太長，一定要找事情做，所以只好買書來看，打發時間」；cocacoca 和 frances 表示：「小說放在書架上很壯觀，感覺很不一樣」；balajoe 和 seph 表示：「可以把小說給作家簽名，當作是紀念」；bluem 則表示：「因為本身的碩士論文是研究現代文學，所以有一些小說非買不可」；mouse 則表示：「買小說會讓別人覺得自己有氣質」。

### 2. 價格相同時不願意購買電子式小說的理由

訪談時研究者做了假設，假設是詢問 48 位受訪者：「現有一部受訪者非常喜愛且願意購買的小說，若該小說有電子式和紙本式兩種版本，兩種版本都必須付費且價錢相同時，您會購買哪種版本的小說」，結果 47 位受訪者一致認為會購



買紙本式小說而不願意購買電子式小說，只有一位受訪者願意同時購買兩種版本的小說，該位受訪者表示，電子式和紙本式小說各有其優點和使用特性，所以乾脆兩個都買，其他不願意付費購買或使用電子式小說的讀者主要意見如下：

(1) 因為覺得電子式小說沒有那種紙本式小說的價值

Lingling 等 24 位受訪者認為，電子式小說給人的感覺就是「沒有價值」，而且和紙本式的小說比較，大多數的電子式小說內容品質皆不佳，所以給受訪者在其價值上較「負面」的看法。

(2) 不習慣長時間電子式的閱讀

cboy 和 bigcola 等 19 位受訪者認為目前透過電腦閱讀的舒適度和閱讀的模式，仍然無法讓大多數習慣傳統閱讀模式的自己接受，故表示目前還不習慣長時間盯著電腦螢幕進行閱讀，所以不願意付費或花錢來購買電子式小說。

(3) 電子式小說沒有真實的感覺

研究中 cocacoca、seafood、ppzz 等 17 位受訪者認為，由於電子式小說以數位形式的狀態存在，對於長時間接觸實體紙本式小說的受訪者而言，由於無法實際觸摸到該小說，讓人有「不安全」和「不真實」的感覺；受訪者們甚至表示，數位形式的電子式小說雖有檔案存在，但是無法產生「擁有」它的感覺，既然無法很「真實」的擁有，當然就大幅地削弱受訪者的購買動機。

(4) 因為一定可以從網路找到免費的電子小說

tcpwu、janetpotat 等 16 位受訪者表示，由於網路是一種生態特殊的地方，經常會有人主動的將以出版或剛出版的新小說掃描成各類型的檔案格式（WORD 檔、PDF 檔、HTML 檔）供大家下載閱讀，慢慢的許多的網路使用者就會開始抱持著「反正網路上就是有辦法找到免費的破解版小說」的心態來看待電子式小說收費的問題，這其實也是目前國內電子書和收費閱讀制的小說網站經營上遭遇的最大問題。

(5) 因為電子小說的付費方式很麻煩

balajoe、sharen 等 9 位受訪者表示，由於收費閱讀電子式小說付費方式不像購買紙本式小說那麼方便，必須利用由郵政劃播、郵政金融卡、電子消費預付卡、購買網路消費點數（Seednet 公司）等方式付費，對於習慣以

金錢直接消費購買的受訪者，上述的付費方式還是不易被立即接受，也因此減低了受訪者付費閱讀的動機。

(6) 不能帶在身邊看，不方便

mouse、aase 等 9 位受訪者表示，由於電子式小說必須下載後利用電腦上、PDA 或者閱讀器等相關媒介上閱讀，而這些閱讀媒介除了 PDA 之外，其他媒介都有體積龐大、不易隨身攜帶的缺陷，對於受訪者而言是相當的不便，相較之下紙本式的小說就有隨身攜帶，且體積輕薄短小的特性。

(7) 其他

Lingling、cboy、kapa 等 6 位受訪者表示電子式小說的使用不便，這是讓人不想花費的原因，比如說想閱讀小說時還得開電腦，連線上網，尋找等，這樣的過程實在麻煩；若利用 PDA 或閱讀器閱讀還得注意電子閱讀器的電源狀況；若是紙本式的小說，想閱讀時就直接從書架上拿下來翻閱即可，相較之下，倒不如買紙本式的小說還比較方便。」。

受訪者 frances 和 cordelia 表示，雖然臺灣目前有許多付費閱讀的小說網站和販賣電子書的地方，但對某些網路族群來說，這些訊息仍然是陌生的，而且只聽說過有販賣電子書的網站，但是自己卻連網站什麼名字都不知道，在連何處消費都不清楚的狀況下，如何去叫人購買電子式小說呢？ppzz 和 yugibear 則認為電子式小說購買後難道不符合著作權法中的一次銷售原則嗎？電子式小說購買後不能借人，根本不符合經濟效益，神經病才會去購買！！

Tcpwu 和 janetpotato 則表示反正好看的網路小說一定會出紙本式的，那何必買電子式的呢；aekiao、CANDY、kapa 表示雖然紙本式小說也會也遭遇蟲蛀、火災和水災的風險，但是比起電腦當機和電腦中毒的機率，其實還是小了許多，電子式小說若因為電腦中毒而全部毀掉，那怎麼辦呢？

florences、zeni 和 balajoe 表示電子書的 reader (PDA、閱讀機) 太貴，實在是一般人負擔不起的，不太可能為了閱讀電子式小說而去購買閱讀器；xum86 和 teri 則認為：「電子式小說缺點很多，實在想不出有任何理由可以讓人有購買它的動機，BBS 上就有許多免費的小說可以閱讀，幹嘛還花錢去買」；ceco 則表示電子小說是一種「非必要資訊」，沒有購買的價值；beyun 則認為：「覺得電子式小說的排版和錯字太多，很難說服消費者

付費閱讀或購買。」

### (十) 閱讀電子式小說後對小說版讀者帶來的影響

在 48 位受訪者中，超過半數以上（35 位）受訪者表示閱讀電子式小說後對自己在不同的層面上會帶來的影響，茲將閱讀電子式小說後對小說版讀者帶來之影響整理如下：

#### 1. 上網時間的增加

有 19 位受訪者表示，開始接觸電子式小說之後，會像「中毒」一樣，明知道連載的小說不太可能每天張貼，但還是會不自覺的上網找東西閱讀，且對於這樣的尋找過程是充滿期待的，不知道會找到何種小說是之前自己沒有接觸或閱讀過的；亦或者閱讀連載小說，若劇情吸引人，往往會不自覺的一直閱讀下去，故造成上網時間的增加。

#### 2. 遇到新書出版，會習慣先去網路上找免費的

有 14 位受訪者表示，在網路上其實千奇百怪的人都有，常常會發現有些人會把新出版的小說掃描成 WORD 檔或 HTML 的形式，甚至還有人將其製作成電子書的格式供人下載，本研究無法得知這些人的目的和動機；由於這種特殊的行爲，每當有人詢問是否有哪篇小說或者新出版小說時，總會有人自動提供免費或者掃描製作好的檔案；久而久之，受訪者們一碰上新書出版，會習慣先去網路尋找是否有免費或「已破解」的電子式小說。

#### 3. 電子式小說擠壓了紙本式小說閱讀的時段和時間

有 9 位受訪者表示，在閱讀了電子式小說後，由於眼睛疲累或時間不敷使用，慢慢的會將閱讀紙本式小說的時間縮短。且以往中午用餐、晚上或睡覺前等紙本式小說的閱讀時段也因為接觸電子式小說後變成閱讀電子式小說的時段。

#### 4. 讓自己有機會多看了許多不同類型的小說，和一般市面上不容易出現的小說內容題材

有 7 位受訪者表示，由於電子式小說傳輸媒介的特性，常在尋找小說時都會意外接觸到許多不同類型的小說，這些電子式小說的內容有別於一般市面上出版的小說內容題材。一位不願意曝光的受訪者便表示，曾經在同志文學的網站上閱讀過充滿暴力和性愛場面的同性戀情色小說，閱讀完畢之後帶給自己很大的震撼。另一位不願意曝光受訪者表示，曾在網路上閱讀過家庭暴力的小說，小說的內容連虐待、毆打的細節都描寫的很清楚，彷彿讓人置身現場，這種小說內容在

現實生活中已經出版的小說情節中是不太可能出現的。受訪者表示這些特殊或禁忌的內容題材對於初次接觸的受訪者是新鮮的，但是在閱讀之後就不會想要再重新去觸碰了。

#### 5. 會利用網路去尋找並閱讀情色小說

有 7 位受訪者表示，由於平時不容易取得紙本式的情色小說，之後瞭解網路上有著許許多多的情色小說網站之後，就會利用網路找尋並閱讀情色小說，受訪者們表示，利用網路閱讀電子式的情色小說最大的好處就是：「不會被別人知道自己在閱讀情色小說，閱讀時就不會感覺到害羞或不好意思了」。

#### 6. 省了很多買書的錢

有 6 位受訪者表示，閱讀電子式小說後會發現許多的紙本式小說其實有電子版本，於是有些想看但又不是很想購買的小說就會直接到網路上閱讀，或者利用學校電腦直接列印出來再閱讀，無形之中減少了許多買網路小說的錢。

#### 7. 其他

有 5 位受訪者表示，閱讀電子式小說之後眼睛變的更不舒適，反而讓自己儘量還是看紙本小說；ulg、CANDY 表示，閱讀電子式小說之後，每次到書店瀏覽新書排行榜或收到閱讀電子報，就會開始注意自己喜歡的網路小說是否被正式出版成紙本式小說；marclaire、aeiao 則表示，閱讀電子式小說之後容易影響做作業時專心程度，因為邊做作業邊閱讀電子式小說，常發生作業寫一半，小說卻閱讀了好幾篇的窘狀；受訪者 saya 表示，閱讀電子式小說之後，覺得大家都寫的很爛，於是自己便開始嘗試寫小說。

balajoe、seph 表示，閱讀電子式小說之後，由於長時間習慣坐在電腦前閱讀，之後即使是閱讀紙本資料也會在電腦前看；受訪者 CANDY 表示：閱讀電子式小說說之後，變的喜歡去 BBS 小說版上看讀者和作者的互動情形，如：讀者對作品的讚美、對作品寫作技巧的批評、讀者對於故事情節的期望等；受訪者 irene 表示：由於常常不自覺閱讀電子小說而忘記原本應該要做的事情，所以白天上課常常遲到，吃飯時間和生活作息全部都被打亂。Cocaby 則表示，在當學生和實習老師時，閱讀電子式小說之後，加深了自己對愛情的憧憬，總認為自己可以在現實生活中碰上和小說情節相似的男女邂逅方式，另外在聊天時會容易將網路小說中的用詞變成口頭上的言語。

## (十一) 網路使用者對於紙本式閱讀和電子式閱讀的個人觀點

本研究最後以開放方式讓 48 位受訪者自由表達對紙本式閱讀和電子式閱讀的觀點，茲將受訪者主要觀點及看法整理如下（詳見表十三）：

### 1. 閱讀及使用經驗之觀點

#### (1) 電子式閱讀及使用經驗正面之觀點

sharen、vgy 認為多數人都被傳統的閱讀模式影響，所以排斥網路閱讀。ulg 也表示：「不會排斥長時間的網路閱讀習慣」；sharen、vgy 和 cboy 則表示會鼓勵身邊的同儕進行網路閱讀。

#### (2) 電子式閱讀及使用經驗負面之觀點

marclaire、gigi、cordelia 等 19 位受訪者表示較習慣紙本式的閱讀方式，主要原因在於閱讀時的舒適程度。另外有三分之一受訪者表示電子閱讀的版面很亂，造成閱讀上的困擾，若要吸引讀者從事網路閱讀，就必須解決版面混亂的問題。

cocaby、liying、ppzz 等 5 位受訪者表示閱讀網路作品時會覺得無法融入，覺得紙本才能觸動人心。aase 則批評電子式閱讀是一種貴族式閱讀，因為閱讀器太貴了，不是一般人負擔的起。ulg 和 mem 表示覺的電子式閱讀還是沒有像印刷式閱讀這麼方便，因為電子式閱讀必須還要配合相關軟硬體，真的太麻煩了；其他如「覺得網路上的資料常常更改位置，搜尋不易」、「紙本式閱讀比較有親和力」、「閱讀電子式小說一定要坐在電腦前面才能閱讀」、「電子式閱讀是一種「半強迫式」的閱讀，自己很不喜歡收到太多亂七八糟的東西」、「電子式閱讀太過嚴肅、看電腦時感覺像在作工課一樣；且雖然電子式閱讀會有許多聲音、影像的吸引因素，但那種東西是無法吸引真正讀者的，好的內容才是最重要的」、「網路閱讀有時要配合閱讀軟體，覺得很不方便（降低閱讀意願）」等，都是受訪者對於電子式閱讀及使用經驗負面之觀點。

### 2. 對於文本內容的觀點

#### (1) 內容題材

有三分之一受訪者表示網路小說題材和內容越來越相近，手法也都類似，品質越來越差。他們認為：「網路小說目前雷同性太高，作品越來越差，出版社降低出版門檻，拼命推出網路小說，這是目前最大的問題」。

cocacoca : 「覺得網路小說內容題材很不真實,是爲了吸引讀者所故意寫的。」

(2) 內容深度

cocaby 和 teri : 「覺得網路小說缺乏深度,雖然好看,但是像易開罐一樣,看完什麼都沒了。」

bluem : 「覺得網路小說文學價值低,但是趣味性高,因爲故事內容結構比較切合現實生活。」

cungsing : 「覺得 BBS 小說文字使用的很棒,但是描述的層面卻比較窄,無法表達心靈層面的感覺。」

(3) 權威性

buty 等 9 位受訪者認爲電子式的資料感覺比較沒有品質、深度和權威性。

(4) 嚴謹性

LynnChen 等 8 位受訪者表示網路上的許多小說創作較不嚴謹,沒有質感。

seph : 「紙本的閱讀通常有導讀、序言,但是電子或網路小說很少有這些部分,在閱讀時感覺就很不一樣。」

(5) 其他

lanf : 「覺得電子式閱讀實在不適合看文學性高的作品。」

3. 對於電子式閱讀付費相關的觀點

(1) 付費閱讀

marclair 等 5 位受訪者表示電子資料若收取費用會讓自己的使用動機完全消失。

yugibear 、 balajoe 、 xum86 則提出強烈批評和質疑: 「本身爲資訊服務業,所以贊成電子資料爲『使用者付費』,但是對於電子書加密不能給其他人看的觀念覺得很不妥。」

tcpwu 、 LynnChen : 「習慣網路資源免費,所以覺得電子資料收費會有困難。」

fanzei : 「不習慣使用電子資料要付費。」

(2) 付費方式

liying、marclair、mouse 表示不習慣電子式閱讀收費時利用信用卡或現金卡付費的方式，覺得很沒有安全感。

### (3) 其他

safood、makudo 則提出較樂觀的看法，他們覺得電子小說付費是可行的，但是作品水準、付費機制的部分很重要，如何讓消費者覺得方便且信任，是業者要努力的方向。

## 4. 對於未來趨勢的觀點

saya 等 10 位受訪者表示不覺得紙本式閱讀和電子式閱讀會有取代作用，是會並存的。但 xum86 等 8 位受訪者提出另一種看法，他們認為自己傾向電子式閱讀和瀏覽習慣，覺得未來電子式閱讀會變成主流，因為技術、收費機制都會日漸成熟。gisela、tcpwu 表示電子式閱讀關鍵在於閱讀器的價格、重量，若能改善，那麼印刷式閱讀將被挑戰。

gisela：「日後若自己能適應長時間的閱讀電子資料，有可能同樣的東西，電子和紙本型態的都會買。」

florences、CANDY：「若電子式閱讀有更方便攜帶和更舒適的閱讀介面，自己會考慮使用電子式閱讀。」

safood、makudo：「印刷式圖書若要和電子書競爭的話，未來在印刷式圖書的內容、包裝和插圖必須加強。」

tcpwu：「覺得出版社是否考慮以後出版書時，也可以連書的電子檔一起販賣。」

ppzz：「覺得要吸引讀者進行電子式閱讀，業者可以出版時只出電子版，不出紙本版，且電子版的小說出版時還可以用多媒體的方式來吸引讀者。」

## 5. 對於電子式閱讀的其他批評

受訪者 masa 擔心電子式閱讀的檔案格式會因為科技進步，日後發生轉換的問題；受訪者 mem 則認為電子式閱讀的網路連線速度是須要改善的重點，受訪者 kks 覺得電腦無法隨身攜帶，所以閱讀時必須另外用其他閱讀器，電子式小說的侷限在此；irene 則認為電子資料買了之後不能借給別人閱讀，很不符合經濟效益；masa 則認為電子資料容易複製，無形的對於從事創作的人很沒有保障。

其他受訪者具體意見與態度如下：

seph：「覺得圖書館有必要典藏電子式的小說。」

cocaby : 「覺得網路小說最大優點是作者和讀者容易互動。」

bluem : 「網路小說的確可以吸引一些平時不閱讀的人來看，但是會造成閱讀上的偏差行為」、「網路小說是反映現實生活？還是現實生活現象的擴大？這是值得關心的議題。」

lanf : 「覺得網路的小說可以任意被轉貼，因為自己本身不會在意這種問題，且不怕讀者看了 BBS 小說後就不買自己的書，因為真正內容好的作品，讀者是願意花錢買來收藏的。」

## 五、綜合分析與結論

### (一) 閱讀時段及頻率

受訪者閱讀電子式小說主要時段為沒事做的空檔、中午休息時間以及上網時間，紙本式小說主要閱讀時段為睡覺前、隨身帶一本書，利用各種空檔看、搭捷運的通勤時間以及上廁所、長途旅行的飛機或車子上和週末假日。大多數的受訪者一週至少閱讀一次電子式小說和紙本式小說。電子式小說平均閱讀時間以一小時居多，其餘都散佈在差異甚大的閱讀時間間距上。

研究發現閱讀電子式小說時間主要以沒事做空檔的零碎時間為主，且閱讀時間都不超過一小時，受訪者常因為工作、學業、升學考試等因素下就會暫停閱讀，將時間挪作他用，但並不會停止其紙本式小說的閱讀；亦發現大多數的受訪者並不會很專心的閱讀電子式小說，他們會在閱讀電子式小說的同時進行吃飯、「聽」電視、上網找資料、和網友傳訊、做作業、和室友聊天等行為，這顯示出電子式閱讀有其特性和問題存在。

### (二) 電子和紙本式小說獲得管道

電子式小說之獲得，以淡江大學蛋捲 BBS、臺大椰林 BBS、師大精靈之城 BBS 和成功大學貓咪樂園 BBS5 之小說版為主；在網站方面，熾天使書城和優秀文學網是受訪者最固定閱讀網站，「鴉片王」網站為 PDA 小說閱讀者的最愛。紙本式小說獲得的方式以自行購買為主，其他主要獲得管道為到學校圖書館或公共圖書館借閱、到小說出租店租借和向同學或朋友借閱。

研究結果顯示，幾乎所有的受訪者有自行購買小說的習慣，並發現其在特定管道所獲取的小說內容類型是固定的，例如到小說出租店租借的小說通常是武俠小說、言情小說之類的作品（不想花錢購買，但卻又想看的）；到學校圖書館或



公共圖書館借閱的小說通常都是屬於武俠小說、大部頭之歷史小說、文學性質較高的小說和國外翻譯小說，此現象和楊曉雯、嚴媚玲的閱讀研究有相似的情況發生<sup>[22]</sup>。研究亦發現由於網路書店不斷增強其便利性（可到便利商店取貨、利用宅即便配送圖書），且折扣、書評和書介的機制慢慢成熟，網路書店已經成爲讀物獲取管道之一，這也是先前閱讀相關的研究中沒有發現的現象。

### (三) 電子和紙本式小說資訊來源

相較於紙本式小說多樣化的閱讀訊息來源，電子式小說的閱讀訊息來源顯的單純了許多，且集中在特定的來源上：電子式小說主要閱讀訊息來源爲：自行在網路尋找瀏覽、朋友 e-mail 轉寄、朋友或同學推薦、BBS 討論（BOOK 版和小說版）和同儕討論；紙本式小說主要閱讀訊息來源爲：自行在書店尋找瀏覽、同學或朋友推薦、書店排行榜、出版社 DM、中國時報的開卷版、聯合報的讀書人版、網路書店的書評或新書介紹、電視廣播、電子報和書內的扉頁，其結果和先前相關之閱讀研究結果相似。

上述訊息來源管道中，對有購書習慣的受訪者而言「同學或朋友推薦」、「BBS 上的 BOOK 版或 STORY 版的討論」、「網路書店的新書介紹或書評」、「小說的序言中提到的其他小說作品」和「出版社郵寄的 DM」才是決定是否購買該小說的重要因素。

研究亦發現，受訪者們對於同學或朋友推薦、書店排行榜、報紙、電視媒體等閱讀訊息來源有著兩極化的態度，年齡越大的受訪者（超過 25 歲）對於書店排行榜、報紙、電視媒體所介紹報導的小說是較負面的看法，覺得這些報導是一種增加銷小說售量的「方式」，另外本研究在訪談過程亦發現，這些同時具有紙本式和電子式小說閱讀經驗的讀者，在閱讀的「自主性」很強，大部分的閱讀訊息對其而言都只具備「參考」作用，此發現是先前相關閱讀研究所沒有發現的狀況，由此可見 BBS 小說版讀者的閱讀自主性比一般讀者還要來的高出許多。

### (四) 閱讀消費行爲

研究中只有 1 位受訪者沒有購買過紙本式和電子式小說的經驗，也只有 1

<sup>[22]</sup> 相關研究可參見嚴媚玲，「大學生的閱讀活動與其管道之研究」（臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1999）；楊曉雯，「高中生閱讀行爲研究：以臺北市立建國高級中學學生爲例」（臺北：淡江大學教育資料科學研究所碩士論文，1999）。

位受訪者有付費閱讀過電子式小說。受訪者購買紙本式小說的主要動機為覺得紙本式小說值得收藏、可以隨時拿來看、買書本來就是習慣以及書買了可以借人或送人。

研究結果顯示若小說有電子式和紙本式兩種版本，兩種版本都必須付費且價錢相同時，其他受訪者表示只願意付費購買紙本式小說，只有一位受訪者願意同時購買兩種版本的小說，不願意付費購買或使用電子式小說的讀者主要理由為：

1. 因為覺得電子式小說沒有價值。
2. 不習慣長時間電子式的閱讀。
3. 電子式小說沒有真實的感覺。
4. 因為一定可以從網路找到免費的電子小說。
5. 因為電子小說的付費方式很麻煩。
6. 無法帶在身邊看，不方便。

在受訪者對於小說文本的消費的態度上，目前網路書店盛行的「網路電子書」（需下載閱讀軟體）只有一位受訪者有接觸過；吾人可反思，這些擁有紙本媒介和電子媒介網路的讀者，竟連「網路電子書」（需下載閱讀軟體）都只聽過，而沒實際去試過，所以網路書店和出版社不斷的平行出版一些網路版本的散文和小說（而且都是實體書的半價），並不斷的形容電子書的市場有多麼廣大，這是讓人很擔心的。另外值得注意的問題是，當有一天電子書閱讀機或 PDA 像手錶一樣「普及化」且變成一種「消耗性商品」時，人們的閱讀習慣和行為會不會因此而改變？那麼紙本式的圖書的競爭優勢會不會趨於減弱？傳統的閱讀動機行為和媒體選擇的理論會不會因為網路媒介的特性而受到很大的挑戰？進而造成傳播理論典範的變遷呢？

研究結果顯示讀者消費習性仍舊趨向於購買紙本式的圖書產品，由於電子形式的文本無法讓人有實際觸摸，以及需要擔心儲存媒介、配備及使用的種種問題，所以說目前國內業者一窩蜂的平行出版電子書的行為實在是令人擔憂，因為他們低估了使用者對於「擁有」實體圖書的想法，就像圖書館界雖然不斷的高談「數位圖書館」時，但又不不斷的擴充實體館藏一樣的矛盾。

##### (五) 對於電子和紙本式閱讀議題的個人觀點

研究發現多數受訪者表示還是較青睞紙本式閱讀，同時覺得電子式閱讀的排版、閱讀器太貴、必須收費提出強烈的批評，不少受訪者表示覺得網路小說題材

和內容越來越相似，品質越來越差；本研究中有受訪者認為紙本式閱讀和網路閱讀會有取代作用，是會並存的，但也有受訪者表示自己傾向電子式閱讀和瀏覽習慣，覺得未來在技術、收費機制都日漸成熟後，電子閱讀會變成主流。

受訪者對於電子式閱讀批評之處甚多，尤其是電子式閱讀閱讀時的眼睛舒適程度、版面混亂、閱讀必須還要配合相關軟硬體、網路小說題材和品質不佳、網路小說缺乏深度、電子式資料較沒權威性等，另外受訪者也針對電子式閱讀收費問題提出抨擊，認為電子資料若收取費用會讓自己的使用動機完全消失且對付費方式感到憂慮，也有人表明對於以收費之電子書購買之後加密不能給其他人看的觀念無法接受。

對於紙本式和電子式閱讀未來的趨勢，受訪者們則是採取較肯定的態度，他們認為覺得紙本式閱讀和電子式閱讀會有取代作用，是會並存的，且未來電子式閱讀在技術、收費機制都會日漸成熟後會變成主流。

## 致 謝

本研究之架構與討論議題，感謝工研院產業分析師徐愛蒂小姐、Pchome 杜毓真主任、聯合報記者王蘭芬小姐、前明日報網路編輯翁雅芳小姐等，和許多不願意公佈姓名的網路作家及專業人士的協助；以及淡江大學及國立臺灣師範大學兩校小說版版主，還有接受訪談的小說版讀者及網路作家們的參與和幫忙。

### 附錄 網路使用者小說閱讀行為之研究相關統計表

表一：固定閱讀電子式小說的時段

| 時 段            | 人 數 | 時 段         | 人 數 |
|----------------|-----|-------------|-----|
| 沒事情做的空檔        | 20  | 上網就習慣去看     | 9   |
| 在等待課與課之間的長時間空檔 | 5   | 中午休息時間      | 10  |
| 下午3點到6點        | 3   | 上班時         | 2   |
| 晚上6點到9點        | 5   | 搭捷運的通車時間    | 3   |
| 晚上9點到11點       | 8   | 長途旅行的飛機或車子上 | 5   |
| 晚上11點到半夜       | 10  | 半夜睡不著時      | 6   |
| 假日             | 7   | 不定，有空才看     | 6   |

註：受訪者共48位（男性8位，女性40位），回答的答案不只一種。

表二：固定閱讀紙本式小說的時段

| 時 段                          | 人 數 | 時 段           | 人 數 |
|------------------------------|-----|---------------|-----|
| 因為習慣隨身帶一本書，所以用各種空檔看（等車、喝下午茶） | 24  | 沒有固定閱讀時段，有空才看 | 8   |
| 上通識課時                        | 9   | 寒暑假時          | 2   |
| 上廁所時                         | 17  | 考完期中期末考後的週末   | 4   |
| 失眠時                          | 4   | 下班前的小空檔       | 2   |
| 睡覺前                          | 28  | 上班時中午休息時間     | 3   |
| 下午3點到4點                      | 1   | 下課時間的空檔       | 2   |
| 晚上6點到9點                      | 5   | 長途旅行的飛機或車子上   | 17  |
| 晚上10點到11點                    | 5   | 搭捷運的通車時間      | 18  |
| 晚上11點至半夜                     | 7   | 週末假日          | 17  |

註：受訪者共48位（男性8位，女性40位），回答的答案不只一種。

表三：閱讀電子式小說的時間頻率

| 頻 率         | 人 數 | 頻 率      | 人 數 |
|-------------|-----|----------|-----|
| 每天閱讀        | 21  | 一週閱讀一至二次 | 13  |
| 兩天閱讀一次      | 4   | 兩週閱讀一次   | 2   |
| 一個月閱讀一次     | 1   | 兩個月閱讀一次  | 1   |
| 頻率不固定，有時間就看 | 6   |          |     |

表四：閱讀紙本式小說的時間頻率

| 頻 率      | 人 數 | 頻 率         | 人 數 |
|----------|-----|-------------|-----|
| 每天閱讀     | 19  | 兩天閱讀一次      | 5   |
| 一週閱讀二至三次 | 6   | 一週閱讀一次      | 5   |
| 兩週閱讀一次   | 3   | 一個月閱讀一次     | 1   |
| 兩個月閱讀一次  | 1   | 頻率不固定，有時間就看 | 8   |

表五：電子式小說平均閱讀時間

| 時間長短         | 人 數 | 時間長短      | 人 數 |
|--------------|-----|-----------|-----|
| 幾十分鐘到 2 小時   | 7   | 1 小時      | 14  |
| 幾十分鐘到半小時     | 2   | 1 小時-3 小時 | 6   |
| 半小時到 4 小時    | 4   | 1 小時-6 小時 | 4   |
| 半小時          | 4   | 2 小時      | 4   |
| 不一定...看時間多不多 | 3   |           |     |

表六：紙本式小說平均閱讀時間

| 時間長短   | 人 數 | 時間長短         | 人 數 |
|--------|-----|--------------|-----|
| 1 小時   | 13  | 幾十分鐘到半小時     | 3   |
| 3 小時   | 6   | 幾十分鐘到 2-3 小時 | 2   |
| 1-2 小時 | 6   | 幾十分鐘到 4 小時   | 3   |
| 1-4 小時 | 3   | 幾十分鐘到 5 小時以上 | 7   |
| 2-5 小時 | 5   |              |     |

表七：獲得電子式小說的方式

| 獲得方式              | 人數 | 獲得方式             | 人數 |
|-------------------|----|------------------|----|
| 淡江大學蛋捲 BBS 小說版    | 26 | 交大資訊 BBS 小說版     | 2  |
| 臺大椰林風情 BBS 小說版    | 13 | 臺大資工 BBS 小說版     | 2  |
| 師大精靈之城 BBS 小說版    | 13 | 淡江大學雲淡風清 BBS 小說版 | 2  |
| 成大貓咪樂園 BBS 小說版    | 12 | 臺大 PTT BBS 小說版   | 1  |
| 用搜尋引擎尋找           | 11 | 清華大學壞女兒 BBS 小說版  | 1  |
| 找朋友要或請版友協助        | 9  | 清華資科 BBS 小說版     | 1  |
| 鴉片王 (專供 PDA 小說下載) | 7  | 彰化師範大學 BBS 小說版   | 1  |
| 臺大不良牛 BBS 小說版     | 5  | 臺大透藍的盒子 BBS 站小說版 | 1  |
| 熾天使書城 (網站)        | 5  | 成大盈星繁星 BBS 小說版   | 1  |
| 成大計中 BBS 小說版      | 4  | 中山大學福爾摩沙 BBS 小說版 | 1  |
| 優秀文學網 (網站)        | 4  | 淡江統計光明頂 BBS 小說版  | 1  |
| 木子網 (網站)          | 4  | 淡江資管渡船頭 BBS 小說版  | 1  |
| kkcity 小說版 (網站)   | 3  | 屏科大 BBS 小說版      | 1  |
| kimo 小說城 (網站)     | 3  | In the mood (網站) | 1  |
| 伊的故事網             | 3  | 華文網 (網站)         | 1  |
| 銘傳大學尋夢古堡 BBS 小說   | 3  | 零度空間 (網站)        | 1  |

註：受訪者共 48 位，但是回答的答案不只一種。

表八：獲得紙本式小說的方式

| 獲得方式          | 人數 | 獲得方式            | 人數 |
|---------------|----|-----------------|----|
| 在金石堂書店購買      | 31 | 在新學友書店購買        | 5  |
| 到學校圖書館或公共圖書館借 | 27 | 向兄弟姐妹借          | 5  |
| 到小說出租店租借      | 21 | 在遠流網路書店購買       | 3  |
| 在誠品書店購買       | 18 | 在敦煌書店購買         | 2  |
| 向同學或朋友借閱      | 18 | 在紀伊國書店購買        | 2  |
| 在一般書店購買       | 14 | 在校園書坊購買         | 1  |
| 在水準書店購買       | 7  | 直接向書商購買 (接洽業務時) | 1  |
| 在政大書店購買       | 7  | 在書展時購買          | 1  |
| 在博客來網路書店購買    | 7  | 出版社公關部          | 1  |
| 在何嘉仁書店購買      | 5  |                 |    |

註：受訪者共 48 位，但是回答的答案不只一種。

表九：電子式小說的閱讀訊息來源

| 資訊來源                | 人數 | 資訊來源      | 人數 |
|---------------------|----|-----------|----|
| 自行在網路尋找瀏覽           | 41 | 入口網站的介紹   | 3  |
| 朋友 e-mail 轉寄        | 33 | 兄弟姊妹間的話題  | 2  |
| 朋友或同學推薦             | 30 | 小說網站的最新公告 | 2  |
| BBS 討論 (BOOK 版和小說版) | 22 | 採訪新聞時     | 1  |
| 同儕討論                | 12 | 網路書店      | 1  |
| 電子報                 | 6  |           |    |

註：受訪者共 48 位，但是回答的答案不只一種。

表十：紙本式小說的閱讀訊息來源

| 資訊來源         | 人數 | 資訊來源                | 人數 |
|--------------|----|---------------------|----|
| 自行在書店尋找瀏覽    | 40 | BBS 討論 (BOOK 版和小說版) | 9  |
| 同學或朋友推薦      | 38 | 老師推薦                | 8  |
| 書店排行榜        | 24 | 雜誌介紹                | 7  |
| 出版社 DM       | 19 | 在書店或租書店看到宣傳海報       | 6  |
| 中國時報的開卷版     | 18 | 兄弟姊妹間的話題            | 6  |
| 聯合報的讀書人版     | 18 | 書中的序言               | 6  |
| 網路書店的書評或新書介紹 | 16 | 書店老闆推薦              | 4  |
| 電視廣播         | 15 | 入口網站的介紹             | 2  |
| 電子報          | 13 | 作家的個人網頁             | 1  |
| 書內的扉頁        | 12 | 閱選定購 (職業)           | 1  |

註：受訪者共 48 位，但是回答的答案不只一種。

表十一：紙本式小說購買動機

| 購買紙本式小說的動機       | 人數 | 購買紙本式小說的動機  | 人數 |
|------------------|----|---|----|
| 覺得紙本式小值得收藏       | 33 | 非買不可的情境：因為搭飛機或長途火車到國外或回香港、大陸，路途太長，一定要找事情做，所以只好買書來看，打發時間 | 2  |
| 可以隨時拿來看看         | 15 | 放在書架上很壯觀，感覺很不一樣   | 2  |
| 買書本來就是習慣         | 15 | 因為可以轉賣給舊書店  | 2  |
| 書買了可以借人或送人       | 12 | 可以給作家簽名，當作是紀念   | 2  |
| 本身會收集喜歡的作家一系列的小說 | 8  | 買書讓人覺得自己有氣質   | 1  |
| 喜歡書是自己的          | 7  | 因為要寫論文或報告，非買不可  | 1  |
| 喜歡該小說作家          | 6  | 喜歡書的那種味道  | 1  |
| 因為書可以蓋藏書章，當成收藏   | 5  | 趕流行   | 1  |

註：受訪者共 48 位，但是回答的答案不只一種。

表十二：不願意買電子式小說的理由

| 不願意買電子式小說的理由           | 人數 | 不願意買電子式小說的理由               | 人數 |
|------------------------|----|----------------------------|----|
| 因為覺得電子式小說沒有那種實體書的價值    | 24 | 不知道哪裡可以買電子式小說              | 4  |
| 不習慣長時間電子式的閱讀           | 19 | 不能借人，不符合經濟效益               | 4  |
| 電子式小說沒有真實的感覺不到軟硬體可以閱讀  | 17 | 怕電子視小說買了之後日後找              | 3  |
| 因為一定可以從網路找到免費的電子式小說    | 16 | 反正好看的網路小說一定會出紙本式的，那何必買電子式的 | 3  |
| 因為電子式小說的付費方式很麻煩        | 9  | 不容易保存，怕電腦中毒                | 3  |
| 不能帶在身邊看，不方便            | 9  | 電子書的 reader 太貴             | 3  |
| 還要下載閱讀軟體，覺得麻煩          | 6  | 電子式小說無吸引人購買的因素             | 2  |
| 因為使用不便（還要開電腦，或帶閱讀器在身邊） | 6  | 電子式小說是一種「非必要資訊」，沒有購買的價值。   | 1  |
| 擔心付費制度的安全性             | 5  | 覺得電子式小說的排版和錯字太多            | 1  |

註：受訪者共 48 位，但是回答的答案不只一種。



表十三：讀者對於紙本式閱讀和電子式閱讀的觀點

| 讀者個人觀點  | 人數 |
|---|----|
| 還是習慣紙本式的閱讀方式  | 19 |
| 覺得網路小說題材和內容越來越相近，手法也都類似，品質越來越差                      | 13 |
| 電子式閱讀的版面很亂，造成閱讀上的困擾，若要吸引讀者從事網路閱讀，就必須解決版面混亂的問題。      | 13 |
| 不覺得紙本式閱讀和網路閱讀會有取代作用，是會並存的                           | 10 |
| 電子式的資料感覺比較沒有品質、深度和權威性                               | 9  |
| 網路上的許多小說創作較不嚴謹，沒有質感                                 | 8  |
| 自己傾向電子式閱讀和瀏覽習慣，覺得未來電子式閱讀會變成主流（技術、收費機制都會日漸成熟）        | 8  |
| 電子式資料若收取費用會讓自己的使用動機完全消失                             | 5  |
| 閱讀網路作品時會覺得無法融入，覺得紙本才能觸動人心（不只是作品）                    | 5  |
| 電子式閱讀關鍵在於閱讀器的價格、重量，若能改善，那麼印刷式閱讀將被挑戰。                | 3  |
| 本身為資訊服務業，所以贊成電子資料為「使用者付費」，但是對於電子書加密不能給其他人看的觀念覺得很不妥。 | 3  |
| 會鼓勵身邊的同儕進行網路閱讀                                      | 3  |
| 覺得電子式閱讀是一種「貴族式」閱讀（因為閱讀器太貴了）                         | 3  |
| 不習慣電子式閱讀收費時利用信用卡或現金卡付費的方式，覺得很沒有安全感                  | 3  |

# The Reading and Consumption Behavior of BBS Fiction Board Readers

Kuan-hua Chen

## Abstract

The purpose of this study is to investigate the reading Behavior of Tamkang University and National Taiwan Normal University Bulletin Board System's user 。 It explores the following elements : reading behavior 、 frequency of reading 、 consumption attitude 、 time of reading and how they obtain and use of reading media by means of in-depth interview with 48 BBS fiction board readers.

The major findings of this research include : reading behavior 、 frequency of reading 、 consumption attitude 、 time of reading and how they obtain and use of reading media are obviously discrepancy 。

---

**Keyword (關鍵詞) :** Reading Behavior; Internet Reading Behavior; Information Seeking Behavior; Reading Consumption Behavior; Bulletin Board System

閱讀行為；網路閱讀行為；資訊尋求行為；閱讀消費行為；電子佈告欄

Kuan-hua Chen: Product Manager. Department of Operation Management, FlySheet Information Services, Inc  
Tapei, Taiwan, R.O.C ; E-mail: takanula@flysheet.com.tw 、 khchen@mail.dils.tku.edu.tw