

《高雄畫刊》讀者之性別差異分析

一、撰研動機：

《高雄畫刊》為高雄市政府新聞局出版之市政刊物，以數位及紙本雙軌方式發行，報導內容包含高雄市觀光旅遊、產業經濟等市政建設及人文發展軌跡，為瞭解讀者背景資料、對刊物題材內容等想法與喜好，本局於 112 年辦理《高雄畫刊》問卷調查，本次分析就問卷調查結果探討《高雄畫刊》讀者對於《高雄畫刊》刊物內容之喜好，是否存在性別差異，作為未來刊物擬定編輯、報導及行銷策略時參採使用。

二、撰研目的：

為符合服務全體市民、滿足多數人資訊需求之目的，探究《高雄畫刊》之讀者之性別結構，及對於刊物的核心內容，是否存在性別之差異，期能讓刊物之編輯與行銷，朝兼顧不同性別讀者需求、性別更平衡的方向前進。

三、相關文獻回顧：

《高雄畫刊》的閱讀行為涉及數位閱讀及社群工具的使用，回顧相關文獻，閱讀行為確實存在性別差異、數位閱讀也存在性別差異。陳世娟、邵婉卿 103 年的研究發現，年齡、教育程度及性別是影響數位閱讀行為的主要因素¹，在性別上，男性比女性更為偏好使用桌上型電腦進行數位閱讀，女性較常閱讀社群網絡、部落格等數位內容，休閒娛樂內容的比例也比男性高；在「臺北市立圖書館 110 年電子書借閱情形性別分析」²中，分析結果顯示，於電子書、電子雜誌、各式數位閱讀管道使用情況皆為女性讀者人數多於男性讀者。在網路行為、社群使用上，臺灣傳播調查資料庫 TSC 電子報就「性別與社群媒體使用動機、行為的關係」³中分析，台灣民眾每週使用社群媒體超過 5 天，男性、女性民眾每週使用社群媒體的時間無顯著差異；2023 年台灣網路報告⁴發現，台灣民眾的電子書使用率為 24.11%，男性使用率略高於女性，差距不明顯呈統計上邊際顯著；社群媒體使用率女性高於男性，男性民眾的社群媒體使用率為 68.89%，女性為 73.25%，差距在統計上具顯著差異。本次分析借鏡上述文

¹ 陳世娟、邵婉卿（2015）。臺灣成年民眾數位閱讀載具與閱讀行為之現況調查。大學圖書館，19(1)，41-69。https://doi.org/10.6146/univj.19-1.03

² (臺北市立圖書館 110 年電子書借閱情形性別分析)

³ (性別與社群媒體使用動機、行為的關係)

⁴ 財團法人台灣網路資訊中心(2023 年 8 月 29 日)。2023 年台灣網路報告。台灣網路報告官網。https://report.twinc.tw/2023/

獻，以閱讀者、數位閱讀管道、閱讀偏好及需求等為分析元素，期能一窺市政刊物《高雄畫刊》讀者性別及閱讀行為的樣態。

四、《高雄畫刊》簡介

《高雄畫刊》為高雄市政刊物經典品牌，以圖、文或影音呈現，持續蒐羅高雄的新鮮事、人物、旅遊、美食，從歷史文化到與民眾息息相關的政策，全面性介紹高雄生活。

《高雄畫刊》發行方式為紙本及數位併行，「數位期刊」每月 1 期，全年度共 12 期；「紙本期刊」及「電子書」每 2 個月發行 1 期，每期 52 頁，全年度共 6 期。《高雄畫刊》每篇及每期內容均以網頁、電子書形式發行於《高雄畫刊》網站，網站整合採無障礙、RWD 響應式設計，可使用手機、電腦、平板各種載具供讀者線上閱讀；《高雄畫刊》內容可見於「高雄市政府」官方臉書、高雄市政府官方 LINE 帳號，並與聯合新聞、中時新聞、信傳媒、LINE、天下-微笑台灣等網路媒體合作，授權圖文使用，擴大曝光，讀者以關鍵字上網搜尋時，也能輕易接觸到《高雄畫刊》的期刊文章。



圖 1：《高雄畫刊》官方網站

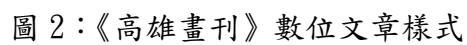




圖 5：《高雄畫刊》紙本刊物

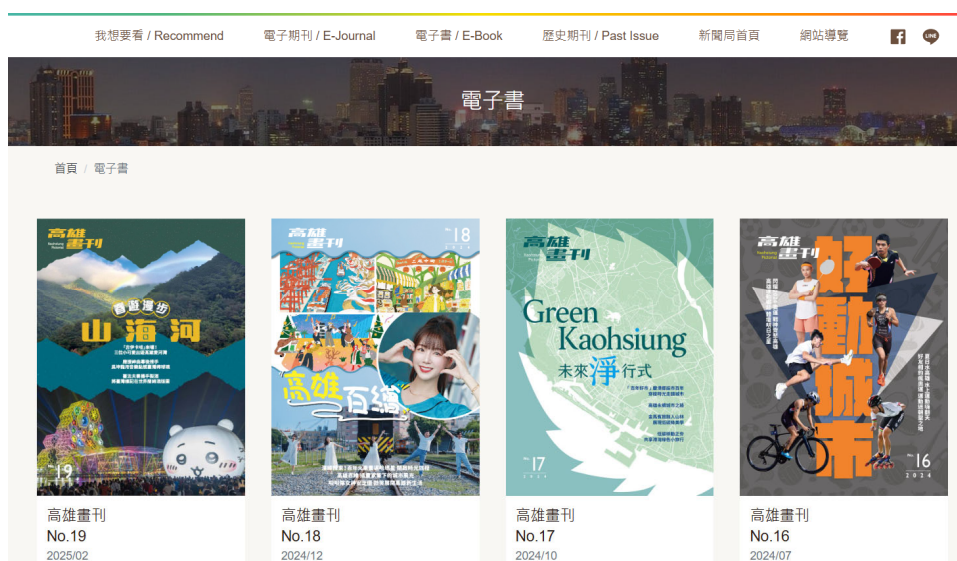


圖 6：《高雄畫刊》電子書

五、《高雄畫刊》滿意度調查

為了解高雄畫刊的讀者樣態，新聞局於 112 年 10 月 20 日至 11 月 10 日間執行網路調查，總計回收 3,422 份樣本數，有效樣本數為 2,685 份。讀者問卷調查採網路表單 Surveycake 形式，方法為運用社群平台〈如：高雄市政府臉書貼文並附上問卷連結，及高雄市政府 LINE 官方帳號導流連結至發放問卷連結的臉書貼文〉，邀請讀者上網填答問卷，並藉由刊物索閱點等實體通路，放置 QRcode 提供讀者以智慧載具〈手機或平板電腦〉掃描填答。



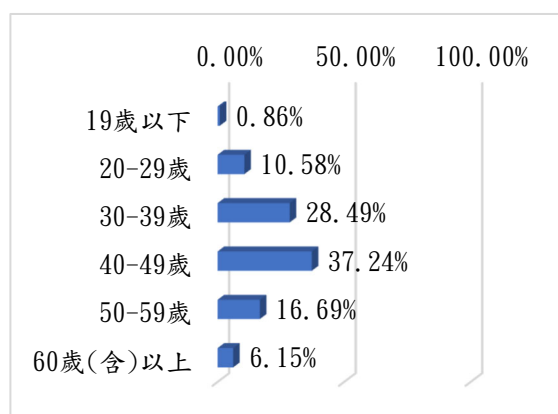
圖 7：高雄市政府 Facebook 問卷調查貼文

(一)、 樣本特性分析簡述如下：

受訪者以居住在「高雄市」(86.85%)最多，其次則為「臺南市」(2.42%)、「屏東縣」(2.35%)，詳見下圖。

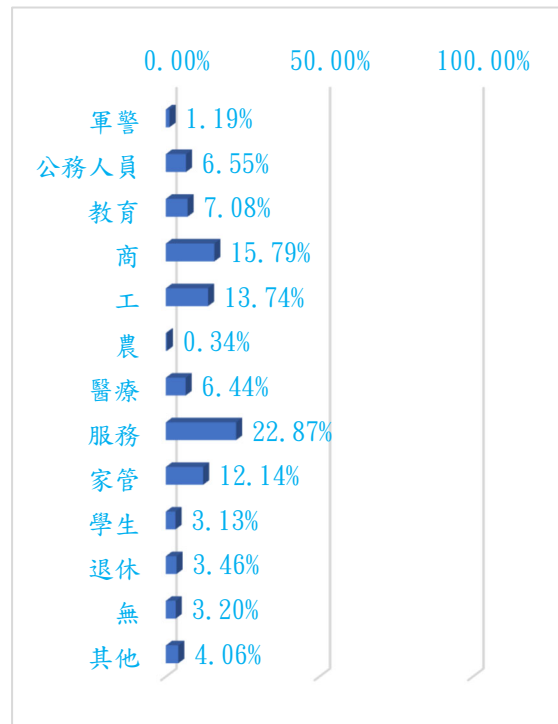


受訪者以「40-49 歲」(37.24%)最多，其次則為「30-39 歲」(28.49%)、「50-59 歲」(16.69%)，詳見下圖：

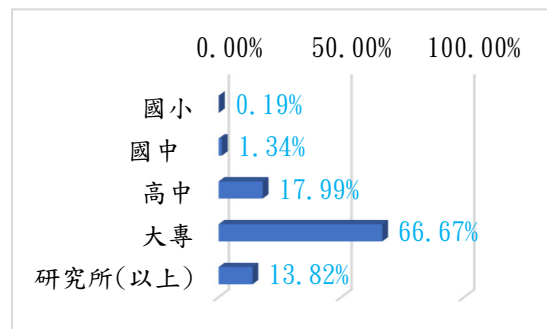


受訪者職業以「服務」(22.87%)最多，其次則為「商」(15.79%)、「工」

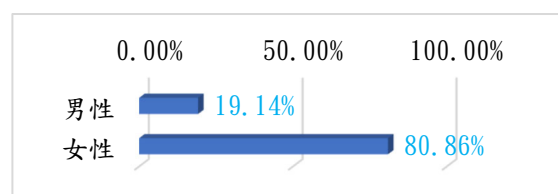
(13.74%)，詳見下圖：



受訪者以「大專」(66.67%)最多，其次則為「高中」(17.99%)、「研究所(以上)」(13.82%)，詳見下圖：



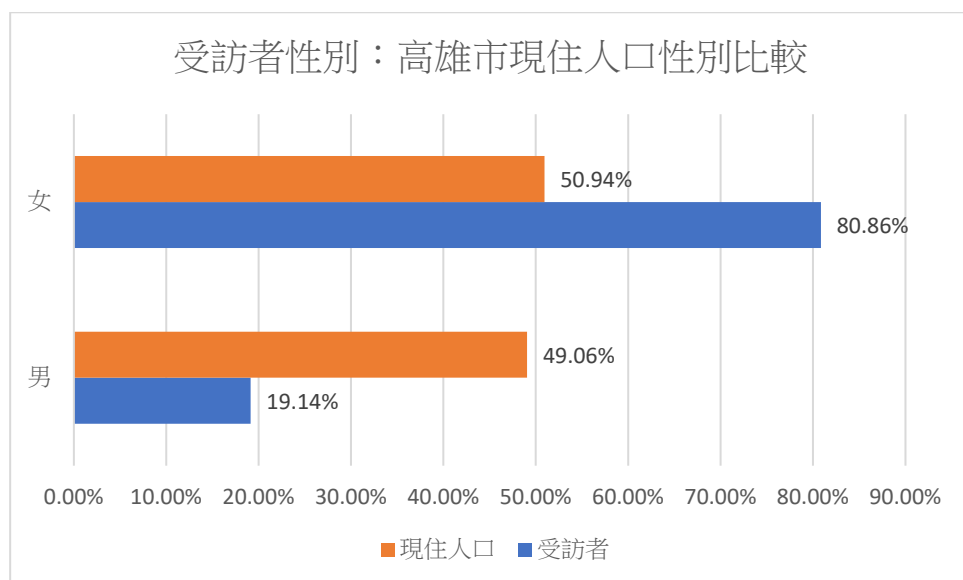
受訪者性別比例「女性」(80.86%)、「男性」(19.14%)，詳見下圖：



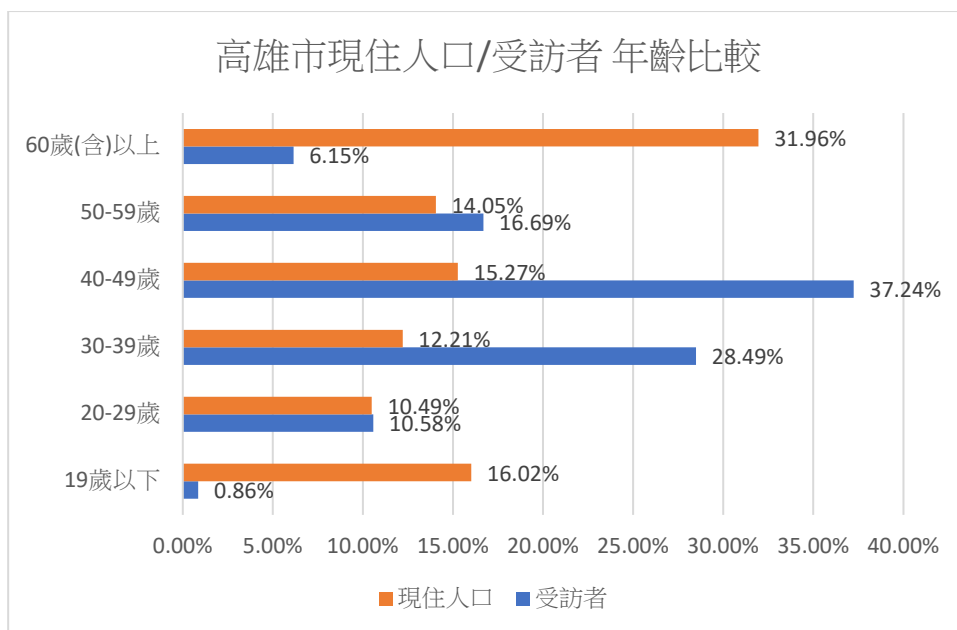
(二)、 調查樣本特性概述：在居住區域上，《高雄畫刊》主要讀者以高雄市為主，符合《高雄畫刊》以高雄人事物為報導主題的特性。在受訪

者年齡上，受訪者以「40-49 歲」最多，分析主要原因應為宣傳問卷填答連結以高雄市政府臉書粉絲專頁為主，其他實體掃描填答 QRcode 為輔，符合臉書社群媒體使用客群年齡；在受訪者職業方面，受訪者職業「服務」(22.87%)最多；教育程度方面，受訪者以「大專」(66.67%)最多；最後，在受訪者的性別上，「女性」佔 80.86%，有超過八成為女性填答者，顯見女性讀者較多外，可能還包括靜態閱讀的興趣，多半仍以女性為多，亦可能是女性讀者在填答問卷上較男性踴躍。

(三)、 依據 112 年 11 月(問卷調查執行月份)「高雄市戶籍人口統計月報表」資料，高雄市現住人口男性為 1,343,105 人(49.06%)、女性為 1,394,503 人(50.94%)，與《高雄畫刊》滿意度受訪者性別之比較圖如下：



(四)、 依據 112 年 11 月(問卷調查執行月份)「高雄市戶籍人口統計月報表」資料，高雄年齡 19 歲以下人口為 728,755 人、20-29 歲 477,300 人；30-39 歲 555,720 人；40-49 歲 694,913 人；50-59 歲 639,643 人；60 歲以上 1,454,905 人，與《高雄畫刊》滿意度受訪者年齡之比較圖如下：



(五)、 交叉分析：調查透過進一步交叉分析，以下列題目與受訪者性別、年齡、教育程度、職業、居住地等變項進行交叉分析，其性別差異部分於後論述。

1. 請問《高雄畫刊》單元，您喜歡哪一個單元？

☐港都萬花筒 ☐城市風采 ☐大港連線 ☐城市大頭貼 ☐尋味食光 ☐休日漫步 ☐城市任藝門 ☐新創世代 ☐打狗記事 ☐高雄好生活

2. 請問您最喜歡《高雄畫刊》哪一個單元編排？

☐港都萬花筒 ☐城市風采 ☐大港連線 ☐城市大頭貼 ☐尋味食光 ☐休日漫步 ☐城市任藝門 ☐新創世代 ☐打狗記事 ☐高雄好生活

3. 請問《高雄畫刊》您最滿意的部分是？

☐主題豐富多元 ☐文章內容吸引人 ☐版面設計 ☐拍攝照片 ☐其他：_____

4. 請問您會推薦《高雄畫刊》的哪些單元給親朋好友？

☐港都萬花筒 ☐城市風采 ☐大港連線 ☐城市大頭貼 ☐尋味食光 ☐休日漫步 ☐城市任藝門 ☐新創世代 ☐打狗記事 ☐高雄好生活

5. 您會推薦《高雄畫刊》給親朋好友，請問推薦理由是？

☐內容資訊實用 ☐希望讓親朋好友更了解高雄 ☐主題企劃有特色 ☐

照片好看、吸引人 ☐ 編排設計優良 ☐ 其他：_____

6. 請問您透過《高雄畫刊》，是否有獲得以下助益？

☐ 更加深入認識高雄城市 ☐ 獲得許多特色景點資訊 ☐ 更了解市府推行之政策 ☐ 更能掌握高雄生活機能 ☐ 其他：_____

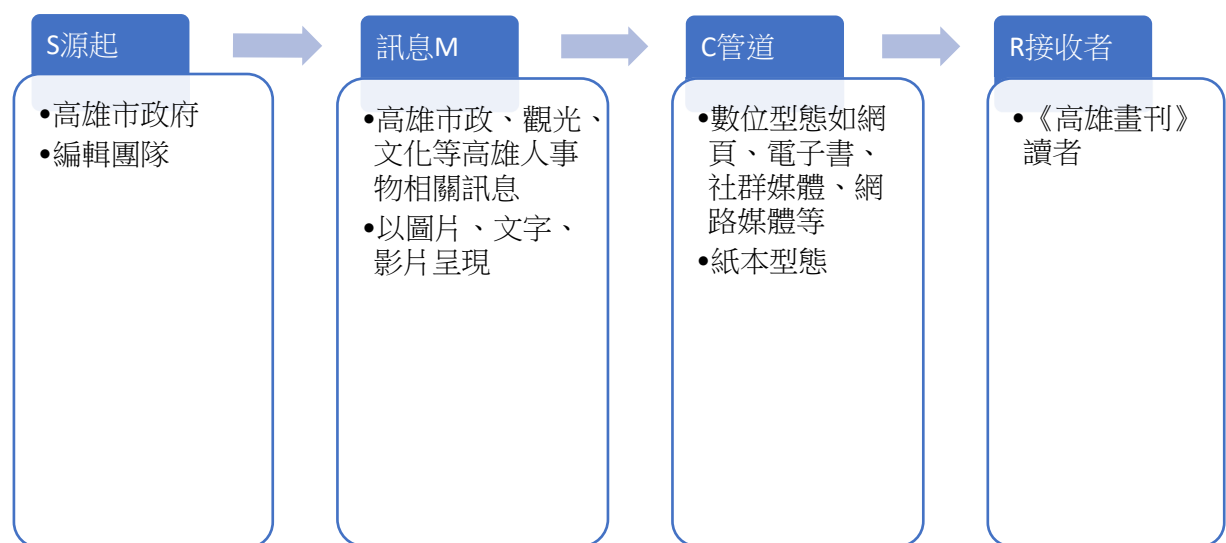
7. 您期望《高雄畫刊》未來可以加強哪些主題內容的分享？

☐ 更多特色景點介紹 ☐ 傳統文化與傳承 ☐ 創新生活 ☐ 主題旅遊路線規劃 ☐ 地方歷史過去與現在 ☐ 深入探討時下流行議題 ☐ 在地人物專訪 ☐ 其他：_____

六、分析架構

市政刊物的編輯、傳播和閱讀，屬於傳播行為的一環。本次參考傳播模式中，David Berlo 提出的 SMCR (Source-Message-Channel-Receiver) (源起-訊息-管道-接收者) 傳播模型來看《高雄畫刊》。SMCR 模式有四個主要的構成要素，即 source, message, channel 及 receiver，取其每個字第一個字母，稱為 SMCR 模式。source 是傳播資料的根源，message 是所要傳播的訊息，channel 是資料訊號傳播的途徑，receiver 是接受傳播資料的人⁵。參考以上模型分析《高雄畫刊》，是以高雄市政府及編輯採訪團隊做為源起(source)、高雄的人、事、物作為訊息內容(message)，透過數位及紙本的媒介(channel)，傳遞給讀者(receiver)，如下圖：

⁵ (楊榮祥)



本次主要分析的對象為「接收者」，即《高雄畫刊》讀者，輔以其他因素來探討讀者性別。

本次分析將問卷調查交叉分析的七個題項中，再次參考 SMCR (Source-Message-Channel-Receiver) 訊息模式區分，其中 1、2、4、7 四項，屬於現行期刊的單元及內容，和「訊息 Message」〈內容〉有關；3、5、6 則與屬讀者的「閱讀目的及需求」，與「接收者 Receiver」〈讀者〉有關。以下將就《高雄畫刊》的「內容」及「讀者」2 部分，進行性別差異的分析。

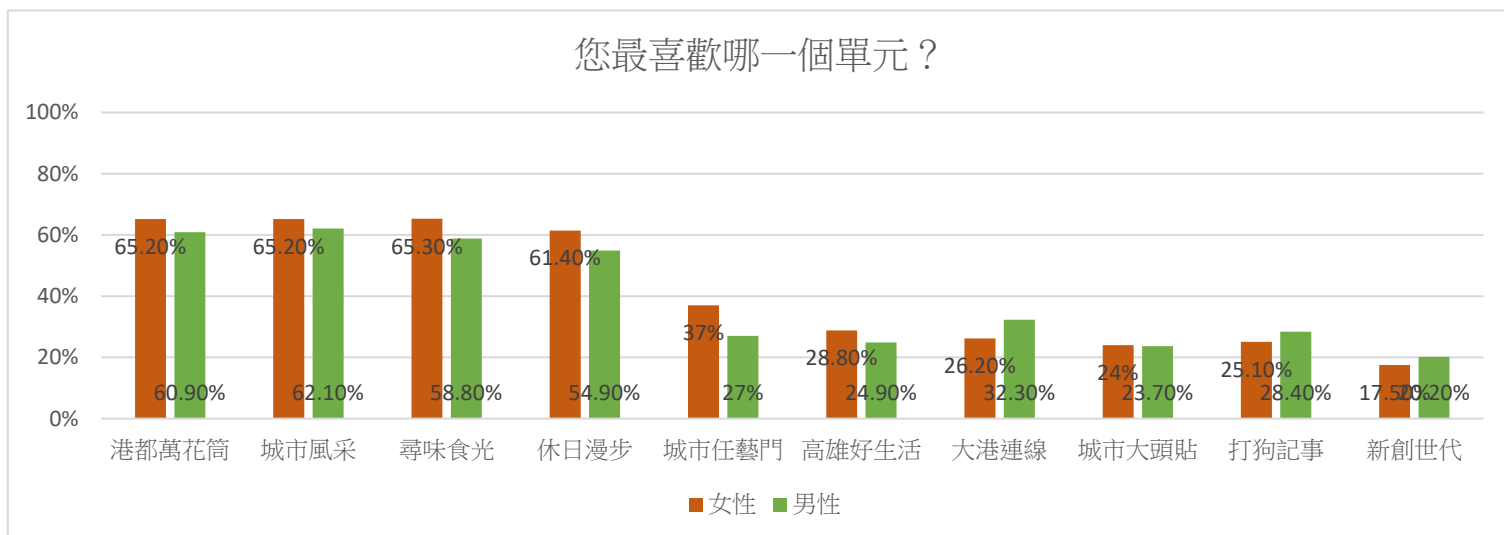
七、《高雄畫刊》內容及讀者滿意度之性別差異

《高雄畫刊》每期以 10 個單元為基礎架構進行編輯，單元包括：港都萬花筒、城市風采、大港連線、城市大頭貼、尋味食光、休日漫步、城市任藝門、新創世代、打狗記事及高雄好生活，單元名稱及其涵蓋內容如下：

單元名稱	內容範圍
港都萬花筒	城市最新消息、最新景點等
城市風采	觀光休閒遊憩、節慶活動
大港連線	各期專題報導
城市大頭貼	人物故事
尋味食光	高雄農漁特產及飲食
休日漫步	主題遊程、高雄 38 區旅遊
城市任藝門	文化藝術新訊
新創世代	科技及新創產業

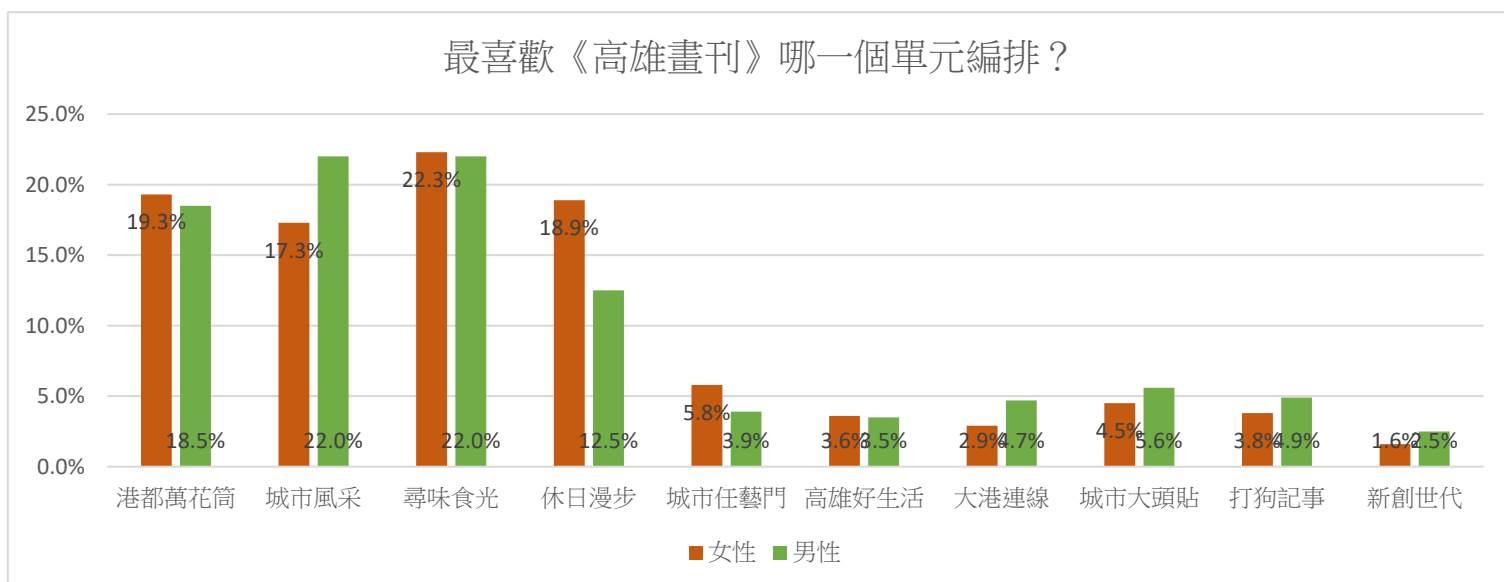
打狗記事	歷史文化
高雄好生活	公益、社福政策等

(一)、 題項一：「您最喜歡哪個單元？」的性別差異



調查結果發現，「港都萬花筒」(65.2%)、「城市風采」(65.2%)、「城市大頭貼」(24.0%)、「尋味食光」(65.3%)、「休日漫步」(61.4%)、「城市任藝門」(37.0%)、「高雄好生活」(28.8%)以女性比例較高於男性，「大港連線」(32.3%)、「新創世代」(20.2%)、「打狗記事」(28.4%)以男性比例高於女性。

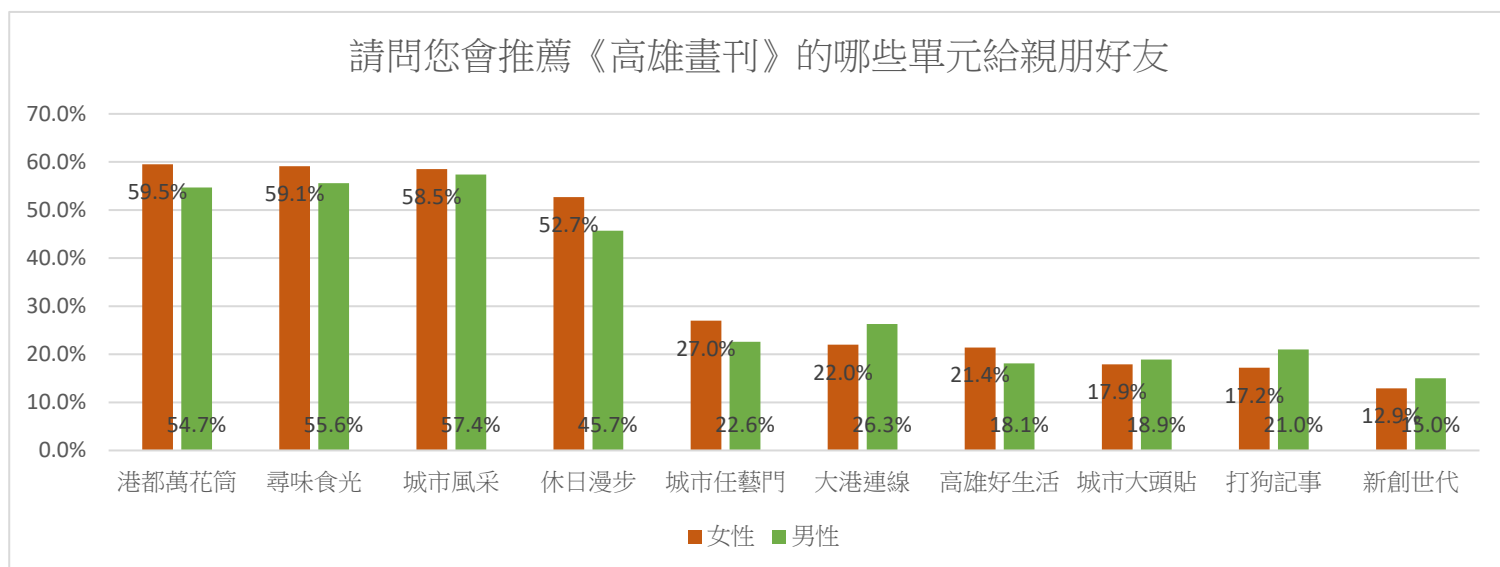
(二)、 題項二：「最喜歡哪一個單元編排？」的性別差異



「港都萬花筒」(19.3%)、「尋味食光」(22.3%)、「休日漫步」(18.9%)、「城市任藝門」(5.8%)、「高雄好生活」(3.6%)以女性比例較高於男性，「城市風采」

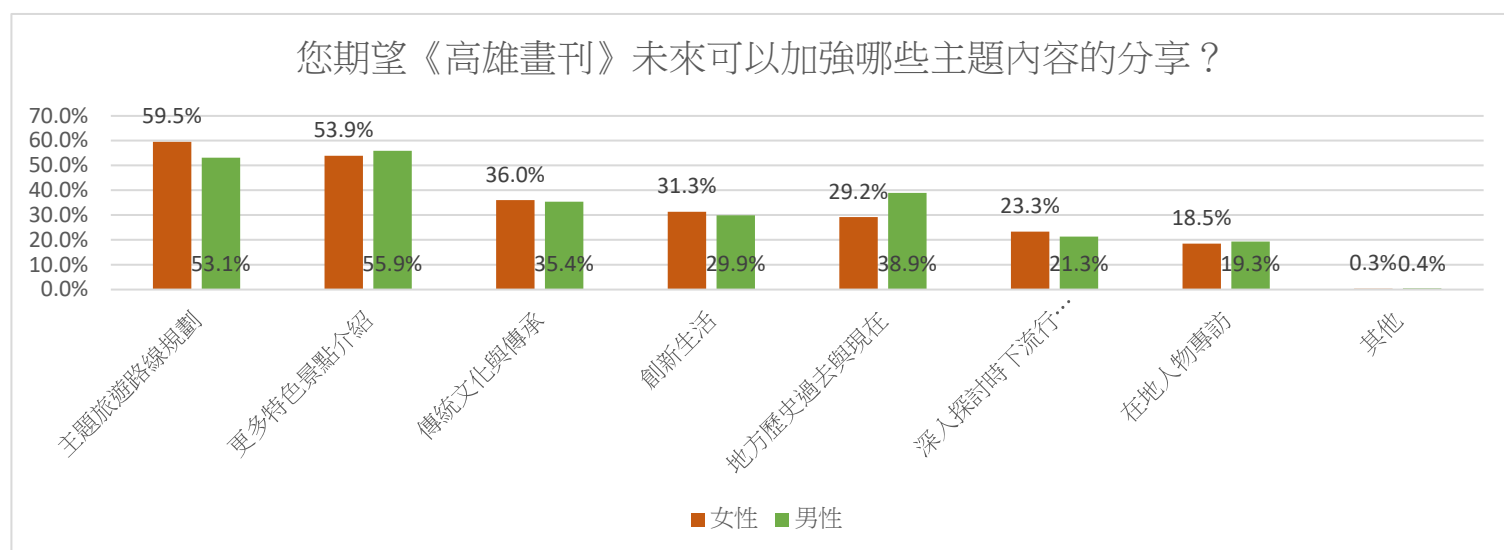
(22.0%)、「大港連線」(4.7%)、「城市大頭貼」(5.6%)、「新創世代」(2.5%)、「打狗記事」(4.9%)以男性比例高於女性。

(五)、 題項四：請問您會推薦《高雄畫刊》的哪些單元給親朋好友？的性別差異



「港都萬花筒」(59.5%)、「城市風采」(58.5%)、「尋味食光」(59.1%)、「休日漫步」(52.7%)、「城市任藝門」(27.0%)、「高雄好生活」(21.4%)以女性比例大於男性，「大港連線」(26.3%)、「城市大頭貼」(18.9%)、「新創世代」(15.0%)、「打狗記事」(21.0%)以男性比例高於女性。

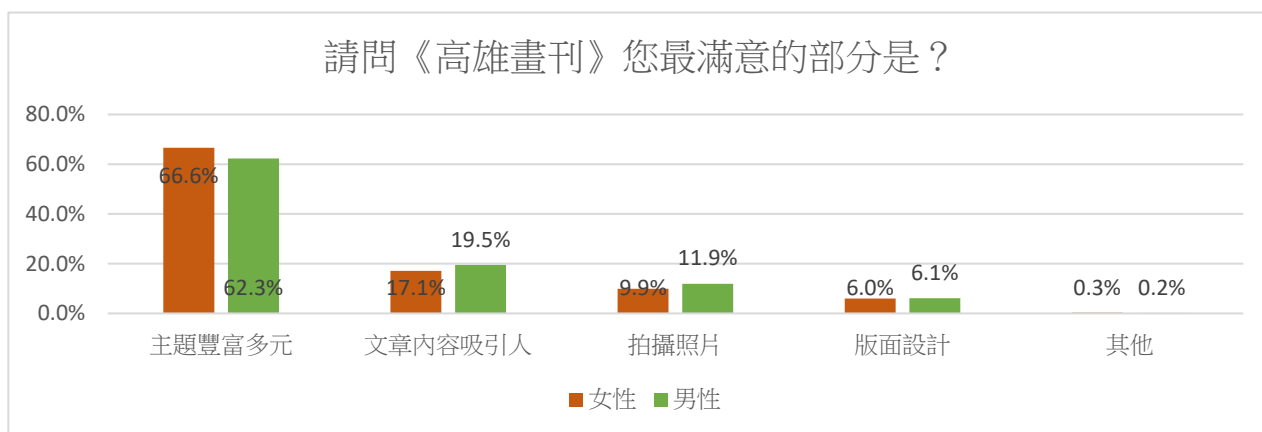
(六)、 題項七：您期望《高雄畫刊》未來可以加強哪些主題內容的分享？的性別差異



「更多特色景點介紹」(55.9%)、「地方歷史過去與現在」(38.9%)、「在地人

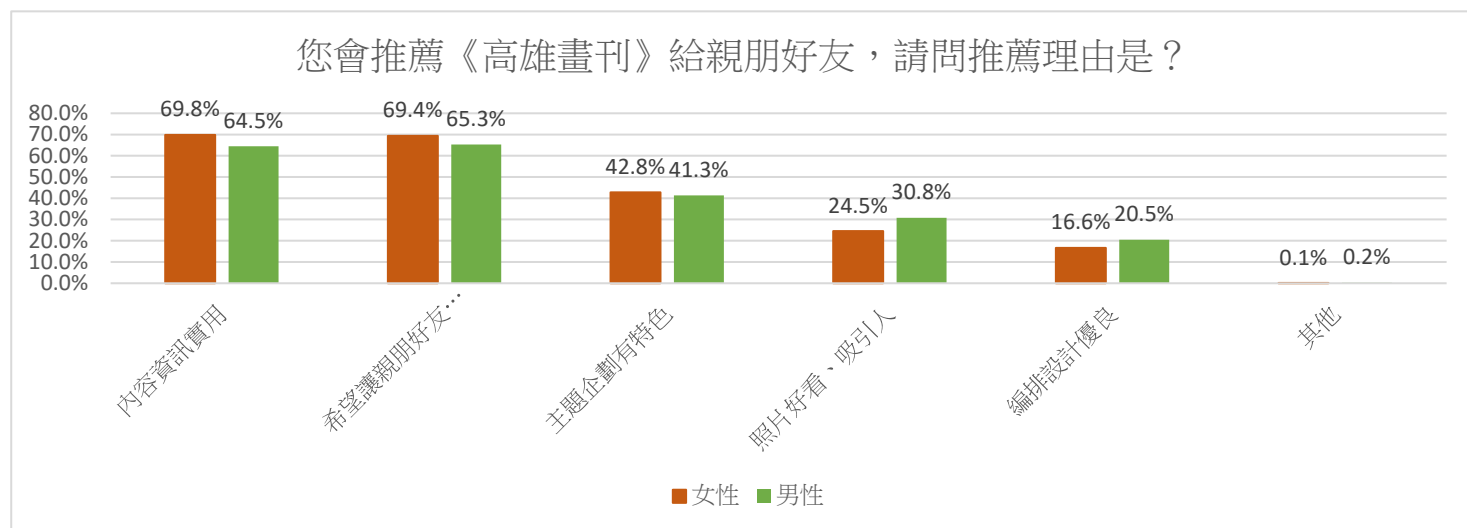
物專訪」(19.3%)、「其他」(0.4%)以男性比例高於女性，「傳統文化與傳承」(36.0%)、「創新生活」(31.3%)、「主題旅遊路線規劃」(59.5%)、「深入探討時下流行議題」(23.3%)以女性比例大於男性。

(三)、 題項三：請問《高雄畫刊》您最滿意的部分是？

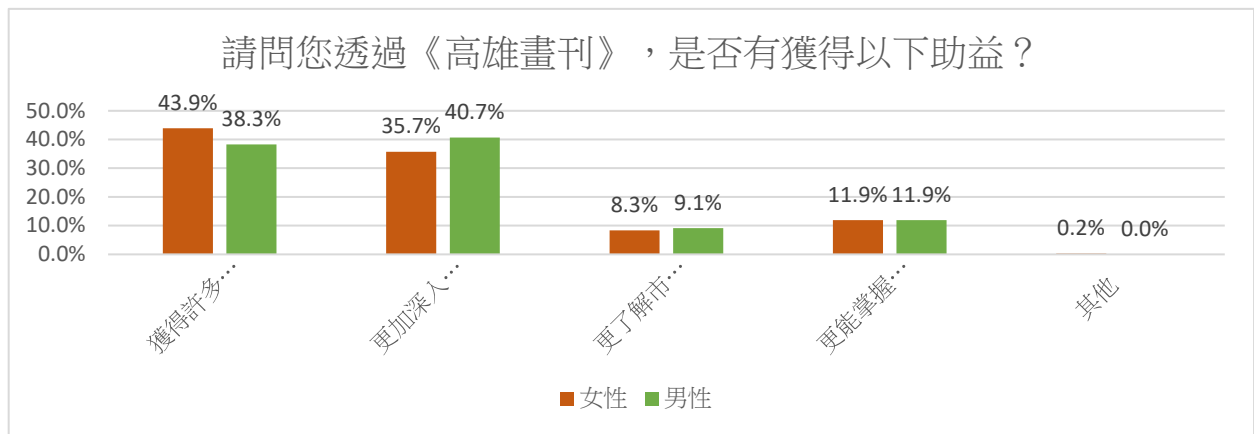


「主題豐富多元」(66.6%)、「其他」(0.3%)以女性比例大於男性，「文章內容吸引人」(19.5%)、「版面設計」(6.2%)、「拍攝照片」(11.9%)以男性比例高於女性，交叉分析顯示性別與此題項無顯著關聯。

(五)、 題項五：您會推薦《高雄畫刊》給親朋好友，請問推薦理由是？



「內容資訊實用」(69.8%)、「希望讓親朋好友更了解高雄」(69.4%)、「主題企劃有特色」(42.8%)以女性比例大於男性，「照片好看、吸引人」(30.8%)、「編排設計優良」(20.5%)、「其他」(0.2%)以男性比例高於女性。



(六)、 題項六：請問您透過《高雄畫刊》，是否有獲得以下助益？

「更加深入認識高雄城市」(40.7%)、「更了解市府推行之政策」(9.1%)男性比例高於女性，「獲得許多特色景點資訊」(43.9%)、「其他」(0.2%)以女性比例大於男性，「更能掌握高雄生活機能」(11.9%)，無性別比例差異。

七、《高雄畫刊》滿意度調查填答之性別差異分析

在 1、2、4、7 的內容調查上，「您最喜歡哪個單元？」及「您最喜歡哪個單元編排」、「您會推薦《高雄畫刊》的哪些單元給親朋好友？」可視為受訪者對單元的偏好，調查顯示，男性對「大港連線」、「城市大頭貼」、「新創世代」、「打狗記事」喜好程度較高於女性；在 3、5、6 的讀者需求調查上，除「您會推薦《高雄畫刊》給親朋好友，請問推薦理由是？」此題上，「內容資訊實用」、「希望讓親朋好友更了解高雄」、「主題企劃有特色」以女性比例大於男性，「照片好看、吸引人」、「編排設計優良」以男性比例高於女性，其餘則無顯著差異。

調查顯示，對於單元及主題的偏好，男女有差異但並不特別明顯；最懸殊的差異反映在填答問卷的性別比例，女遠高於男。

八、結論及建議

(一)、 本次分析希望能透過調查，使《高雄畫刊》讀者的組成，能夠朝更性別平衡的方向發展。本次調查結果，受訪者主要為居住高雄者，以 30-59 歲、教育程度大專居多，性別則以女性明顯較多。

(二)、 以問卷調查執行月份高雄市人口資料與問卷受訪者相較，可以發現高雄市人口男 (49.06%) 女 (50.94%) 比例差距不大，但問卷受訪者

的男 (19.14%) 女 (80.86%) 比例則較為懸殊。這有可能是《高雄畫刊》的讀者以女性較多，亦有可能是女性在填答問卷上較踴躍，或者本次填答問卷所贈送的贈品較吸引女性。建議未來若實施線上問卷調查，為避免原有通路性別比例的問題，可思考更能鼓勵男性填答的誘因，或者增加贈品選項，以增加男性讀者的填答意願。

(三)、 男性對於某些單元〈「大港連線」、「城市大頭貼」、「新創世代」、「打狗記事」〉有較高的興趣，建議未來若希望能提高《高雄畫刊》男性讀者比例，可以在網路行銷時，多推廣、曝光以上單元，提高潛在男性讀者之興趣，進而成為《高雄畫刊》的讀者。

(四)、 本次調查結果顯示，男性推薦《高雄畫刊》給親友的理由，以「照片好看、吸引人」、「編排設計優良」之比例高於女性，此可推測同理亦即為男性讀者肯定《高雄畫刊》的理由，建議未來若希望能提高男性讀者比例，可以在照片以及編排的運用上，多強調此二面向，如：在文章中放置更多比例的照片而非文字；加強照片品質等，以吸引潛在男性讀者之興趣。

(五)、 本次問卷調查「受訪者性別」僅有「男/女」，有鑑於性別概念包含多種面項，如生理性別、性別認同、社會性別，也會有網路身分和實際生理性別不一致的情形等，建議未來若執行問卷調查，除「男/女」外，可以增加多元性別或「其他」之選項。

(六)、 在受訪者年齡部分，區分為 19 歲以下、20-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲及 60 歲(含)以上區間。以問卷調查執行月份高雄市人口資料與問卷受訪者相較(見 p.10 高雄市現住人口/受訪者年齡比較圖)，現住人口百分比分別為：19 歲以下(16.02%)、20-29 歲(10.49%)、30-39 歲(12.21%)、40-49 歲(15.27%)、50-59 歲(14.05%)及 60 歲(含)以上(31.96%)；《高雄畫刊》受訪者年齡百分比分別為：19 歲以下(0.86%)、20-29 歲(10.58%)、30-39 歲(28.49%)、40-49 歲(37.24%)、50-59 歲(16.69%)及 60 歲(含)以上(6.15%)。二者相較可發現，《高雄畫刊》讀者以 30-49 歲佔比較高，在 19 歲以下及 60 歲(含)以上佔比偏少，在 50-59 歲及 20-29 歲比例相當。建議在《高雄畫刊》以各年齡層、大眾讀者為目標之定位的前提下，未來若欲增加《高雄畫刊》讀者群，可以鎖定 19 歲以下及 60 歲(含)以上讀者群，

從報導題材、報導形式或推廣的平台著手，以達成更性別、年齡衡平之目標。

- (七)、 本次分析從「接收者」——讀者的性別差異開始，探討《高雄畫刊》自編輯團隊的源起、編輯取材的訊息、推廣及行銷的管道、問卷調查的平台等各層面，皆為可能影響讀者性別差異之因素，未來辦理《高雄畫刊》相關編輯及推廣業務時，建議可朝上述因素做細部的思考與調整，期能讓《高雄畫刊》在報導資訊的同時，也能符合更多讀者的需要，並能吸引更多潛在讀者。