102年臺灣性別數位機會發展現況

e化生活參與度男女大不同

行政院研究發展考核委員會
中華民國102年12月16日

e化生活參與度 男女大不同

前言

創造及落實公平數位機會一直是政府推動數位政策的核心理念。自民國93年起，我國陸續推動「縮減數位落差計畫」、「創造公平數位機會」、「深耕數位關懷」等政策計畫，期望運用政府及民間資源，關懷所有地區、族群和產業，落實平等數位機會，全民共享資訊社會效益。

全球數位科技與應用發展演變迅速，為持續掌握我國數位發展情形，行政院研究發展考核委員會每年定期辦理調查，從賦能、融入與摒除之角度，瞭解我國民眾數位機會發展情形，作為政府推動深耕數位關懷政策之參據。

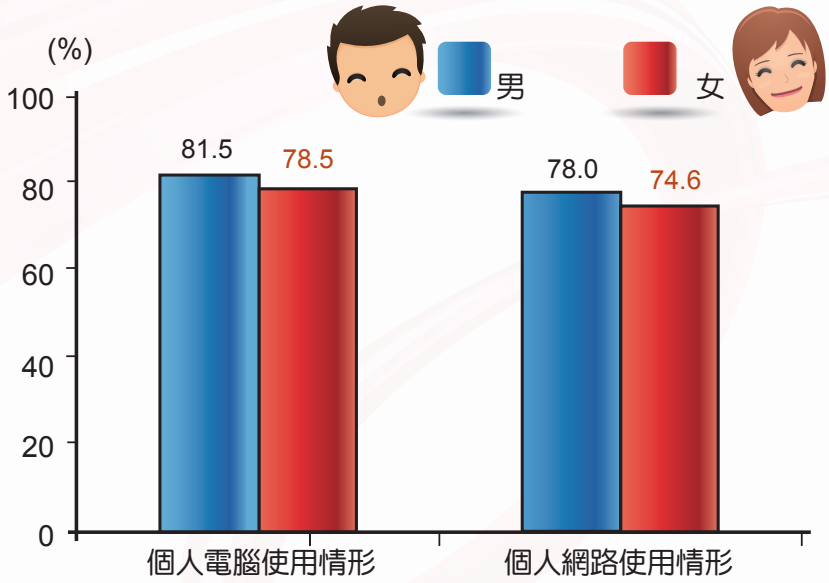
本冊為臺灣102年數位機會調查報告的摘要說明。

調查方法

- 調查對象：居住在臺灣22縣市，年滿12歲以上民眾
- 調查方式：電話訪問調查
- 調查日期：102年7月8日至102年7月23日晚間進行
- 樣本規模：臺灣地區12歲以上民眾共3,079人
- 抽樣誤差：百分之九十五信心水準下，全體樣本抽樣誤差在±1.8%以內。

02 賦能 男性電腦使用率及上網率略高於女性

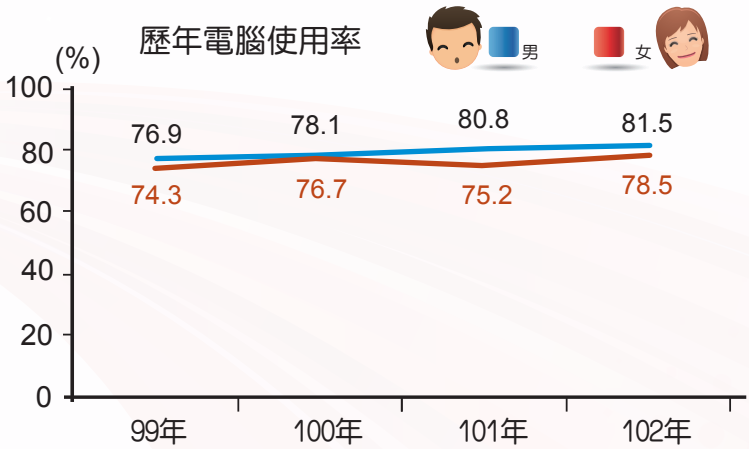
12歲以上男性使用電腦比例達八成二，上網比例七成八，使用率均高於女性3.0至3.4個百分點。

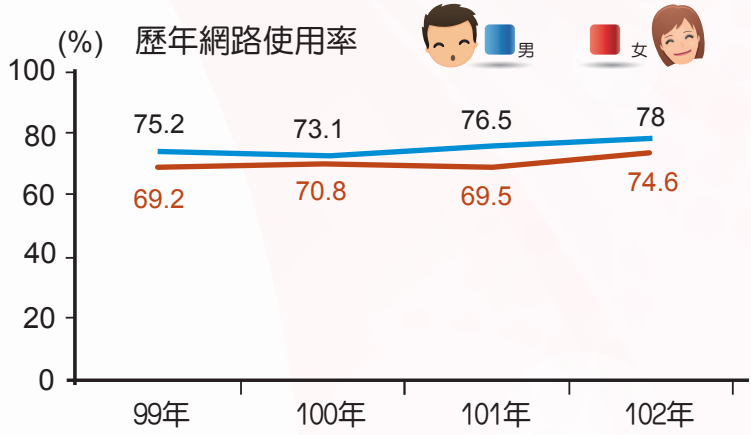


女性電腦及網路使用率有成長趨勢

03 賦能

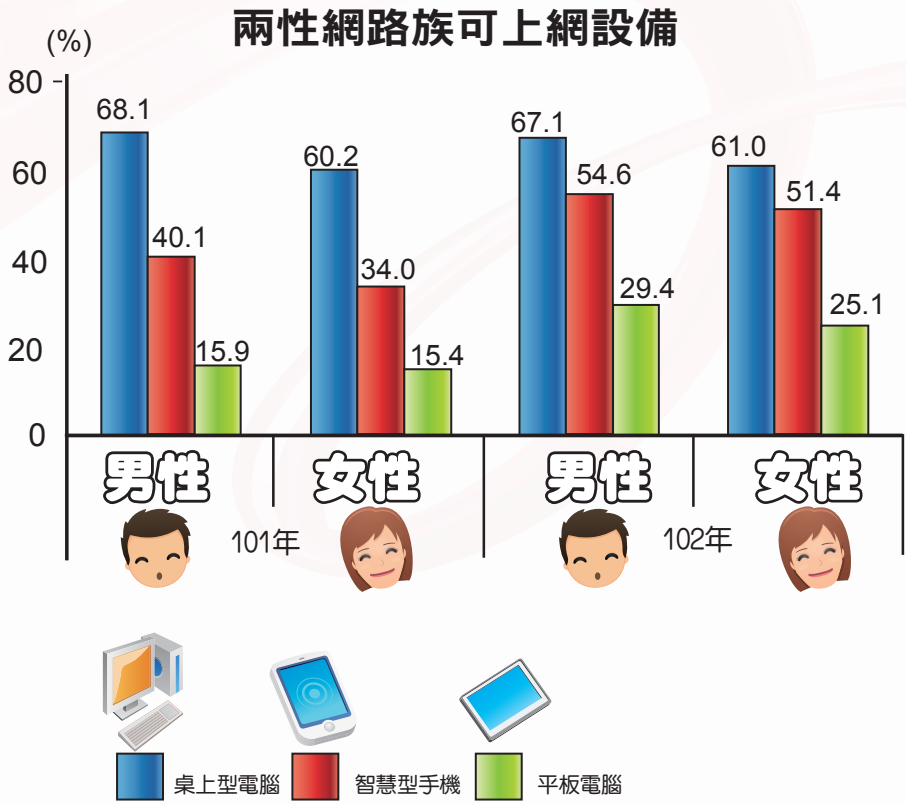
觀察歷年調查結果，女性電腦使用率及網路使用率有成長趨勢，與男性間之落差日趨縮減。





04 賦能 智慧型手機持有率 兩性成長率皆明顯

兩性網路族可上網設備，均以桌上型電腦最高，達六成以上，相較於101年調查結果，兩性持有平板電腦、智慧型手機比例均大幅成長。

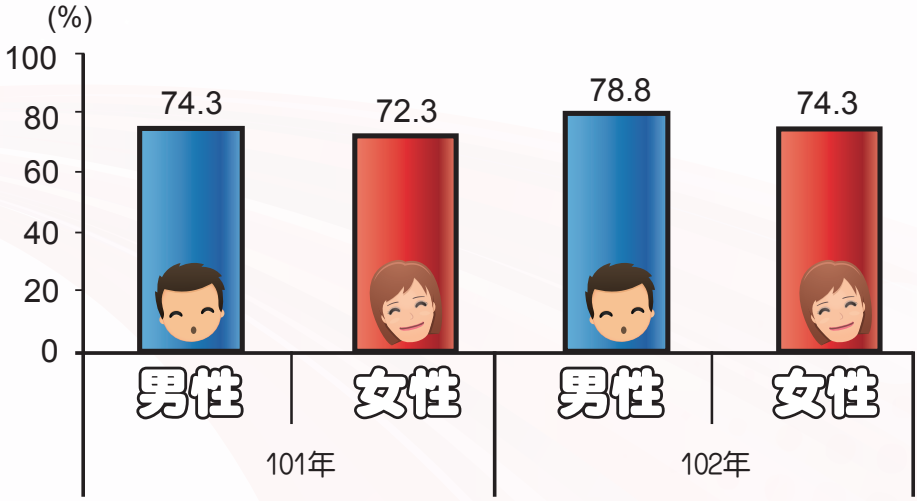


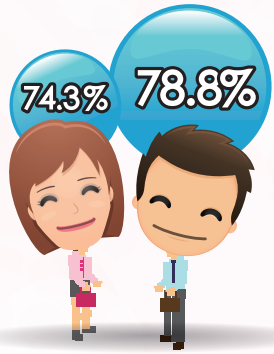
行動上網
女性仍有成長空間

05
賦能

在行動上網方面，男性網路族行動上網率達78.8%，女性則為74.3%。

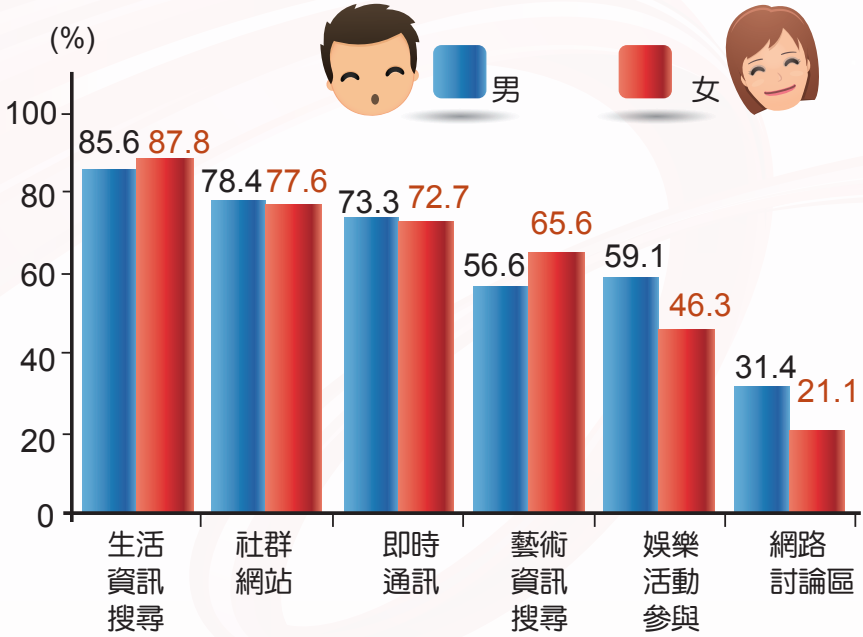
行動上網比例

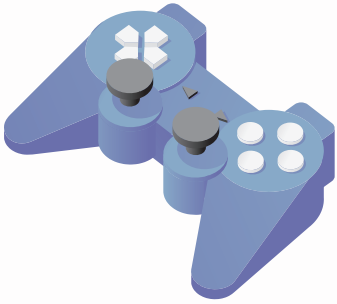




06 融入 男性熱衷參與網路討論、娛樂活動

男性網路族在各式網路討論區、網路參與線上影音、線上遊戲等娛樂活動，參與度高於女性。

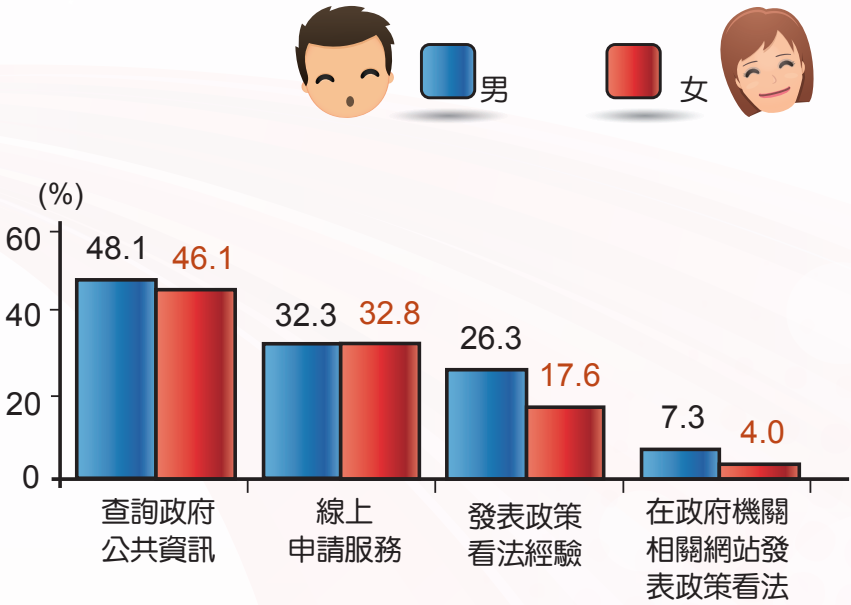




公民參與、網路討論男性參與度較高

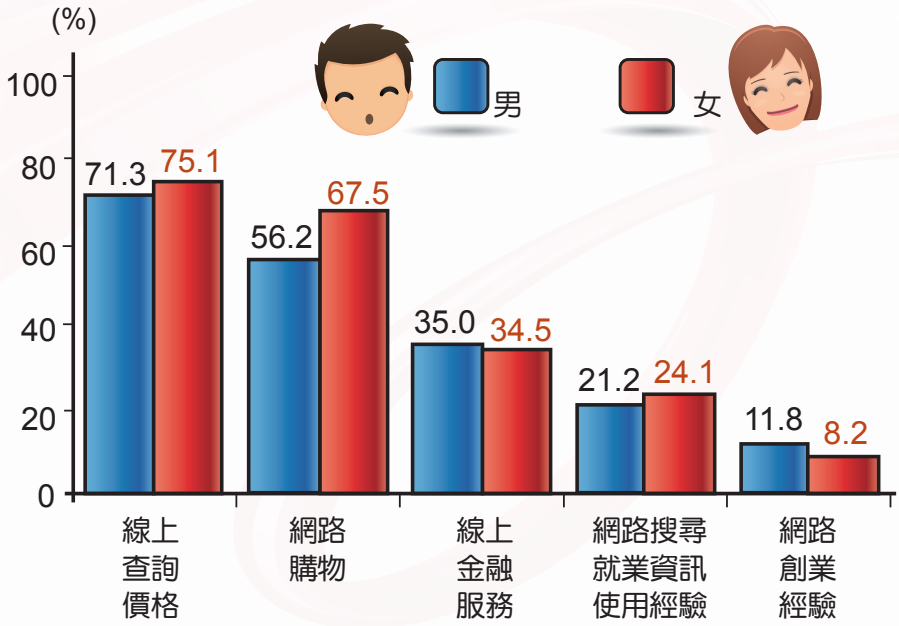
07 融入

男性網路族最近一年曾透過網路發表政策看法、在政府機關相關網站發表政策看法比例均高於女性，男性網路族在網路上公民活動的討論、參與、意見發表等較女性熱衷。



08 融入 女性活躍於網路購物、查詢比價等經濟活動

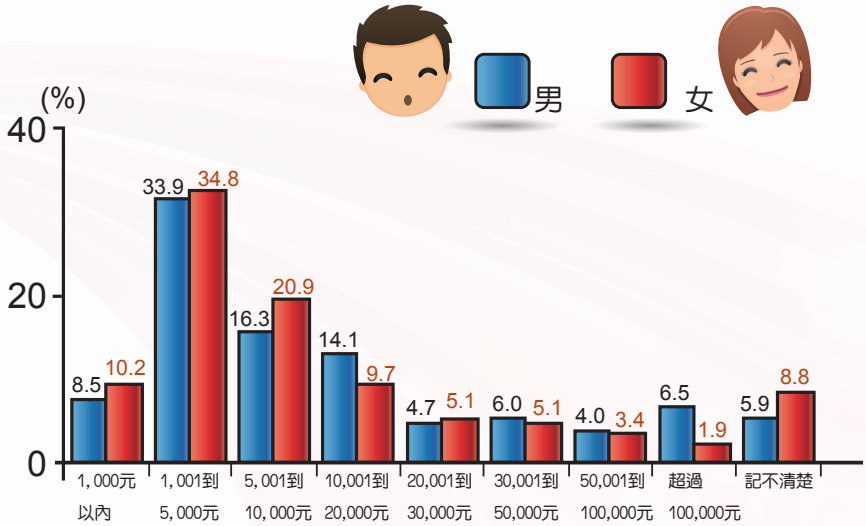
經濟活動方面，女性網路族，活躍於網路購物、線上查詢價格等經濟活動，參與比例均較男性網路族高。



男性網路購物金額高於女性

09 融入

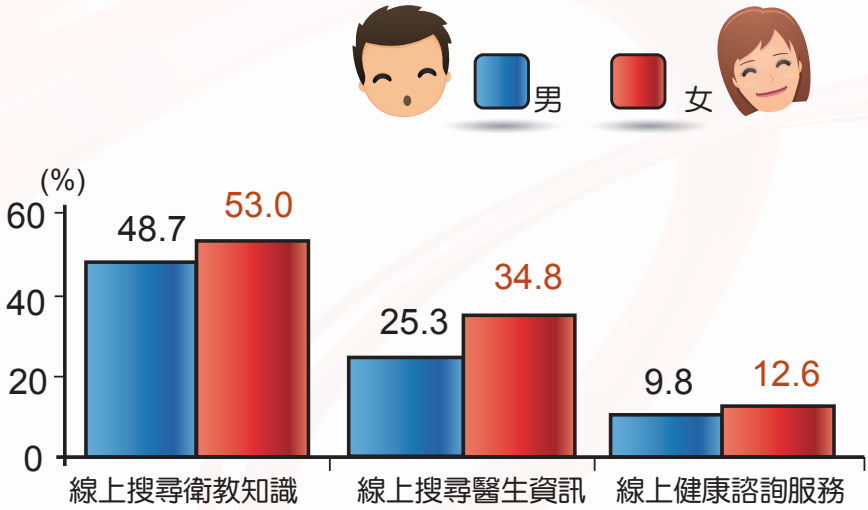
女性網路族雖熱衷於參與網路查詢價格、網路購物等經濟活動，但男性網路族網路購物平均金額20,119元，較女性網路族13,370元高。



女性平均購物：12次　男性平均購物：11次

10 融入 健康促進 女性網路族參與度高

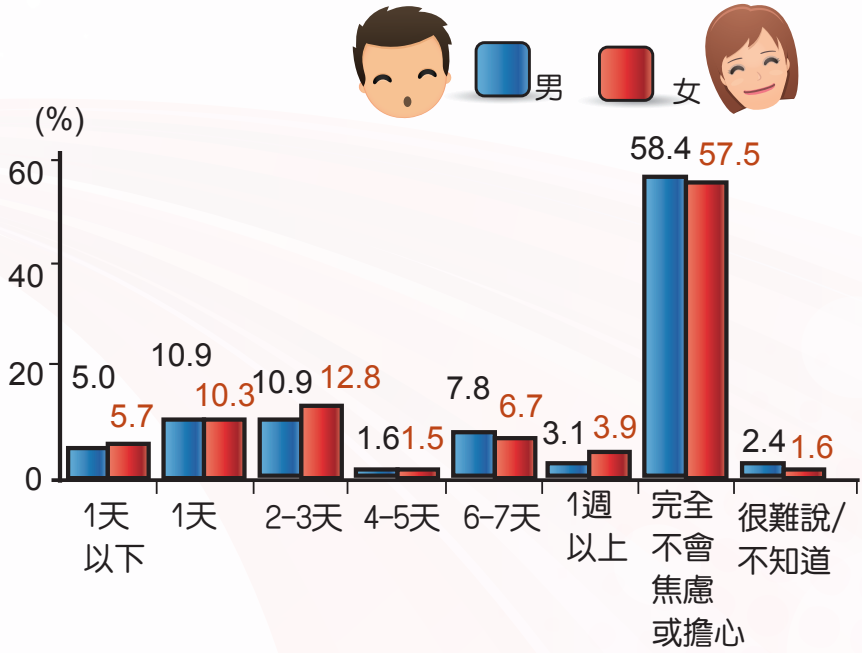
調查顯示，最近一年曾在線上搜尋醫生資訊的比例，女性高於男性網路族，兩性差異9.5個百分點;蒐集衛教知識、健康諮詢服務均以女性網路族參與度高



網路焦慮兩性無差異

11 摒除

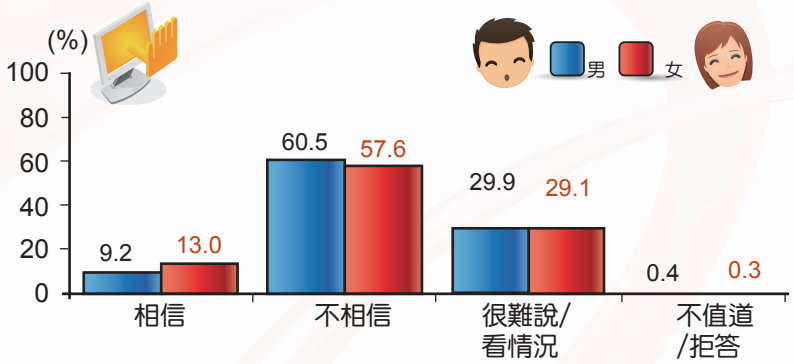
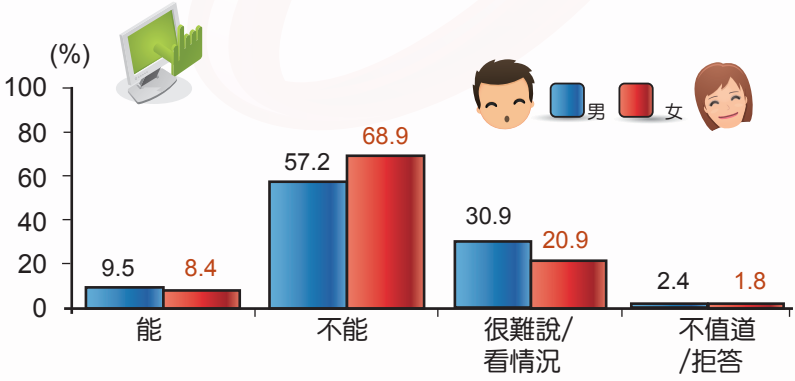
個人因沒有上網會覺得焦慮、擔心的情形，兩性差異不大，網路焦慮問題無性別差異。



12 摒除 女性易受網路行銷影響 對網友較具警覺

女性對於網路上粉絲團、廣告推薦表示相信的比例較男性網路族高；女性對網友的信賴度，相對較男性更具警覺心，兩性差異達11.7個百分點。

男女網路族相信網路上粉絲或廣告的推薦的情形



男女網路族對於網友的信賴情形