



臺灣藝術大學圖文電子報的使用與滿足研究

指導老師:韓豐年 博士
研究學生:陳怡君、陳青琳

摘要

研究發現，使用電子報的學生給予正向的評價頗高，而電子報所帶給使用者的便利性、資訊、知識、認知與學習，比評估來得高，顯示圖文電子報所帶來的正面影響力不容小覷，也在研究發現使用者對圖文電子報的資訊運用，是需要並且主動積極的，在研究分析結果也顯示出滿意程度較高，在未來必定有更多創新的資訊來豐富圖文電子報的色彩，讓每屆的學生也因為使用圖文電子報的影響，而讓校園生活增添更多色彩。

關鍵字：使用與滿足、電子報

壹、緒論

一、研究背景與動機

圖書是傳播知識訊息的重要載體，面對數位時代的潮流、數位閱讀的概念，勢必走上電子書的型態，取代紙本的印刷又不占實體空間，同時它又可以符合環保概念的時代需求，讓地球上可少砍許多樹木。微軟創辦人比爾·蓋茲說：「2020年數位出版將全部取代現在的紙本書」。

在資訊科科技日新月異的時代下，系上也隨之跟著腳步發展圖文電子報，因此，本研究開始探討讀者對圖文電子報的使用與滿足程度。

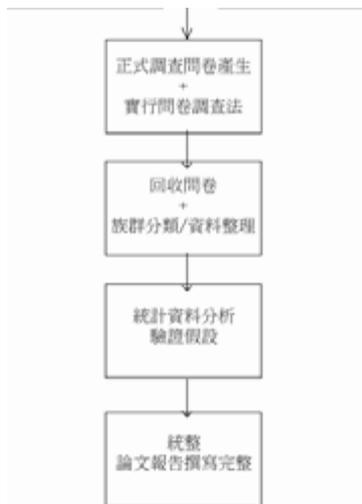
二、研究目的

使用與滿足研究來探討使用者對該電子書的觀感與心得，是否有滿足使用者的需求，也藉此研究能探討出學生較感興趣以及希望改善調整的調查。

本研究的目的如下：

1. 探討出使用者對圖文電子報的滿意程度
2. 根據研究問卷及分析結果，顯示需要改進的部分
3. 根據研究問卷及分析結果，顯示可期待被增加的創新部分

三、研究流程



五、名詞解釋與定義

(一) 使用與滿足

(Uses and Gratifications) 的基本概念是認為閱聽人 (media audience) 可以主動使用媒體來尋找可滿足自身需求的資訊。認為閱聽人並非各類媒體下的無助者，而是可利用媒體來滿足各類不同的需求，這些需求即閱聽人使用媒介的動機。

(二) 電子書

是一種傳統紙質圖書的替代品。需要使用額外的數字設備來閱讀，如個人電腦、電子辭典等。

貳、文獻探討

一、電子書相關文獻探討

該電子報系統，實現了基於客戶機服務器架構。服務器端包括四個層次。

首先，內容層，包括聚合和內容管理器。交互內容的聚合（新聞）的消息提供者和收集項目到本地存儲。內容管理器處理的內容接收和它準備向用戶提。系統維護基於層次消息本體主題的NewsML規範定義的IPTC（www.iptc.org）。

每個新聞分類項目經理有關本體觀念的個性化層由一種新型的個性化引擎排名列出它準備的新聞項目交付給用戶。個性化引擎結合本體驅動的基於內容的過濾算法的時間感知協同過濾算法。

內容交付服務層編排該系統的進程。它與交互個性化層，提出個性化要求新聞和新聞排名發送它接收到的客戶端。

這也從客戶端收到反饋，並發送這些數據到個性化層，更新用戶的配置文件反映了最近的用戶的閱讀偏好。該系統管理工具層提供標準的系統工具比如日誌記錄和報告，以及特殊工具該電子紙的應用，包括本體論編輯器可維修的本體論。此外，也有登記系統，其中一個用戶可以登記，並定義到他的電子報訂閱服務。

用戶提供信息的內容提供商從誰接收內容，人口和計費信息。該用戶也可以選擇自己的定義明確的興趣領域，選擇從新聞本體論概念。客戶子系統互動與內容交付接收數據。這些數據包括個人資料信息的配置文件註冊到設備，以及排名的新聞項列表適合用戶的喜好。

客戶端是負責呈現的內容和適應它首選的佈局和呈現的內容給用戶。為了管理的品種和約束的不同的移動設備，系統支持動態內容的適應機制的基礎上該設備的用戶擁有，用戶的喜好和由當地自定義每個用戶。

因此，演講的內容與功能是鬆散耦合內容編制過程中，這種能力可能規模的數量和種類的設備支持此服務容易。在下面的部分，我們提供更多的細節有關的主要成分，即內容管理，客戶端系統和內容分發。個性化層詳見第4節。

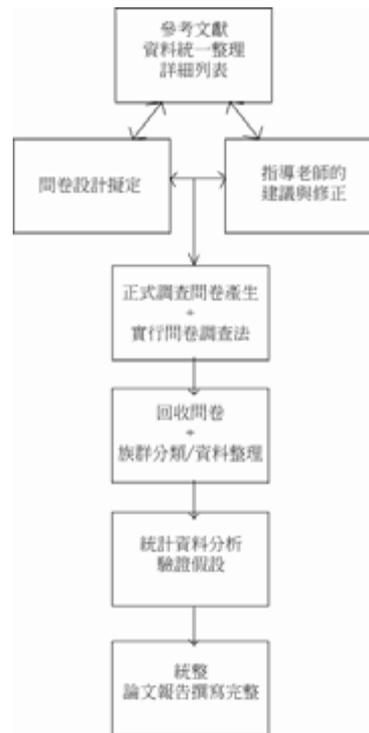
二、使用與滿足理論相關文獻探討

什麼大眾傳播學者今天稱之為的使用與滿足（uG）的方法通常是公認的一subtradition媒體影響的研究（麥奎爾，1994）。早在歷史上的通信研究，這種方式研究開發的滿足，以吸引及保留觀眾該種類型的媒體和內容，滿足他們的社會和心理需要（坎特里爾，1942）。許多早期影響研究採用實驗性或準實驗的方法，其中通信條件被操縱一般的經驗教訓在搜索有關如何更好地溝通，或對意外後果消息（克拉伯，1960）。大眾傳播與社會，2000，3（1），3-37

參、研究方法與步驟

一、研究設計

1. 進度表大綱圖（隨時糾正錯誤 提高效率）



2. 預定完成計畫時間圖



二、問卷設計

研究內涵初擬→問卷初稿完成→專家及同學意見會診→問卷預試

研究問卷之內容

基本資料

為研究問卷有詳細人員構成的基本資料，如：身分、對於電子報的認知、如何接收訊息、閱讀方式等項目。

GCABOOK對個人影響評分



這個部分可以探討出圖文電子報為讀者所帶來的效益與影響

GCABOOK版面設計的評分

圖文系為印刷、設計、攝影、出版、管理領域的學系，在圖文電子報的部分版面設計，可探討出學生的美感與創作。

GCABOOK的內文及整體評分

此為圖問電子報的著重的部分，針對問卷可以探討電子報對於讀者所帶來的認知與學習及整體感。

GCABOOK的功能評分

在圖文電子報這項創舉下，電子報本身的功能也是很重要的，這部分可以探討出讀者對於每項功能是否影響閱讀的方式及偏好。

三、受測對象與抽樣方式

預計母群總數 大一20人 大二20人 大三20人 大四20人 其他(老師/畢業生/校友/校外人士)20人 總數100人

實際總人數已超過預計總人數

對每份樣本給予編號 便於做追蹤紀錄 確定每份樣本的回收狀態 分為紙本問卷及網路問卷

(一) 紙本問卷發放當下便立即可回收

(二) 網路問卷須在三確定追蹤

應建立表格樣是有效統計

網路如何給人填問卷(通路)

建立 GOOGLE文件-GOOGLE線上問卷調查表

FB發布/E-MAIL寄發

肆、結果與分析

一、信效度分析

(一) 信度

信度指測量結果的「穩定程度」，即測量的可靠性 (Trustworthiness)、一致性 (Consistency) 與穩定性 (Stability)，信度檢測分數的特性或測驗的結果，測量結果的相似程度越高，代表信度越高 (邱皓政，2000)。

(二) 效度

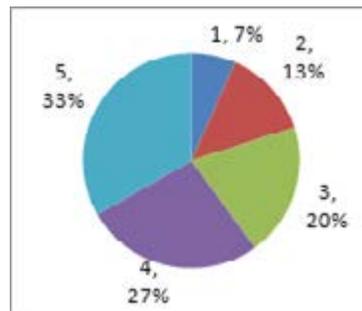
效度指測量結果的「有效程度」，問卷效度是指問券的正確性，表示問卷真正測量到所要測量能力或功能的程度，效度包括所謂內在效度 (Internal

Validity) 與外在效度 (External Validity) 兩種，內在效度指研究描述的正確性與真實性；外在效度則指研究推論的正確性。也就是要達到測量的目的才是有效的問卷，此種有效的程度就是效度。

量表	Cronbach's α
GCABOOK 對個人影響評分表	.865
GCABOOK 面板設計評分表	.864
GCABOOK 的內文及整體評分	.777
GCABOOK 功能評分表	.861

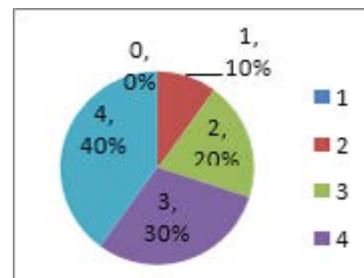
二、描述性統計

台藝大進修部學生樣本結構分析本研究採描述性統計分析 (Descriptive Statistics) 中最常使用的次數分析 (Frequency Analysis) 歸納出問卷第一部份基本資料中的人數、百分比。



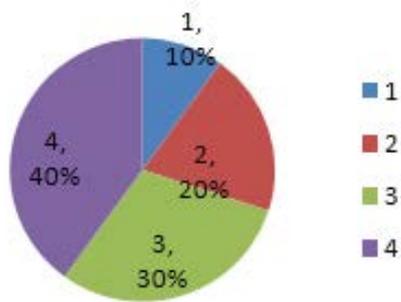
(一) 年級

本研究回收問卷144份，其中一年級佔總人數1.7%、二年期佔總人數13%、三年級佔總人數20%、四年級佔總人數27%、其他佔總人數33%，校內四年級佔總比例最多，校外比校內佔總比例多6%。



(二) 如何得知GCABOOK

1.為聽說 2.為寄發的E-MAIL 3.為圖文系官方網站 4.為其他，其中以3和4為較重比例，因多增加2和1的比例。



(三) 閱讀電子報的方式

1.為收到及時閱讀2.為有空閒時3.為今天第一次看
4.為其他，明顯看出大部分的人都不願意存取，3和4比例較重，反而及時閱讀的比例最低。

四、相關分析

本研究由指標描述成概念，再由概念間組合成構面，而在構面與構面之間的關係及影響程度方面，經由Pearson相關係數分析以雙尾檢定分析之結果整理於表，各構面皆達顯著水準 ($p < .01$)。由表得知，個人影響、版面設計影響、內文整體評分、功能評分的相關情形都達到顯著的水準，彼此間都有顯著的正相關。

表 研究使用變相之相關分析矩陣

	個人影響	版面設計影響	內文整體評分	功能評分
個人影響	1	.584	.623	.654
Pearson 相關				
版面設計影響	.584	1	.676	.584
Pearson 相關				
內文整體評分	.623	.676	1	.805
Pearson 相關				
功能評分	.654	.584	.805	1
Pearson 相關				

伍、結論

一、從個人影響評分角度下結論

在個人影響的評分中發現，閱讀者對於圖文電子報使閱讀者對圖文系文化的了解以及獲得更多相關文藝資訊滿意度較高，即顯示出圖文電子報對於國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系進修部的學生有明顯正面影響，也探討出閱讀者對於圖文電子報內容的重視程度更多於外觀設計及電子報的特殊功能。

二、從內文整體影響評分角度下結論

在內文及整體影響評分中，其中以增加認知與學習的滿意度較高，顯示出讀者對於圖文電子報的內容滿意度高，加上活動廣告的幫助，讓讀者確實能有效

掌握自己的閱讀偏好，能更快選擇讀者想閱讀之範圍，明顯達到訊息完整傳播，且有明顯的回饋作用，並非以往單一式的傳播方向。

三、從功能影響評分角度下結論

報與其互動性高，且更希望能主動在圖文電子報發表文章，提高互動性以及產生良好的訊息交流，進一步可能提升學生之間的文筆及良性的資訊分享。

四、從研究本身的角度下結論

本研究以使用與滿足理論作為基礎，探討圖文電子報的使用滿意程度，從第四章的研究分析結果顯示，閱聽人確實有利用此媒介(電子報)來滿足自身的相關訊息需求，也構成閱聽人使用此媒介的動機之一，達成使用與滿足理論的定義，也從第四章的研究分析出，閱聽人對於圖文電子報的正面反應及使用程度上的滿意。

五、建議

(一)

從第四章描述性統計中發現，圖文電子報原本以寄發E-mail的方式來方便讀者的閱讀方式，卻不如預期，只有20%的人利用此方式閱讀，有30%的人是從國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系的官方網站所獲得訊息才開始訂報閱讀，再與40%的其他方式閱讀和是否知道有圖文電子報中的不知者99%，一起探討下，可看出圖文電子報的宣傳方式仍有進步空間。

(二)

圖文電子報的閱讀方式預定為，收到e-mail及時閱讀者的比例較高，可是從第四章描述性統計中，發現此比例偏低，反而閱讀者偏好有空閒的時候觀看甚至因不知道有圖文電子報的訊息，多為第一次閱讀，或是其他選擇方式閱讀，因此建議，在宣傳和互動性方面增加，例如：開放閱聽人發表文章，或是開放投票選擇主題探討等互動。

參考文獻

1. 使用與滿足 2011年04月11日取自於:維基百科-http://morris.lis.ntu.edu.tw/wikimedia/index.php/Uses_and_Gratifications_%E4%BD%BF%E7%94%A8%E8%88%87%E6%BB%BF%E8%B6%B3#.E7.8E.A9.E6.A8.82.E7.90.86.E8.AB.96.EF.BC.88Play_Theory.EF.BC.89
2. 2011年04月11日取自於:奇摩知識家 <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1610042002159>
3. 2011年04月11日取自於:奇摩知識家 <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=>



- 1509122703130SearchMobileComputing.com .2001. e-paper(radio paper or electronic paper). Retrieved May 15.2011. from
4. <http://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/e-paper>WIKIPEDIA.2004. Uses and gratifications theory. Retrieved May 15.2011. from
 5. http://translate.google.com.tw/translate?hl=zh-TW&sl=en&tl=zh-TW&u=http%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FUses_and_gratifications_theory&anno=2
 6. 2011年04月11日取自於:胡釗維等(民98)。賈伯斯、Google、郭台銘、三星都在搶電子書大商機。商業周刊 1135期[2009年8月24-30日]，頁102。
 7. http://newsletter.ascc.sinica.edu.tw/news/read_news.php?nid=2006
 8. Thomas E. Ruggiero.(2000)
 9. Uses and Gratifications Theoryin the 21st Century(未出版)
 10. Bracha Shapira, Peretz Shoval, Joachim Meyer, Noam Tractinsky, Dudu Mimran(未記載).ePaper - the Personalized Mobile Newspaper(未出版)

發行人／韓豐年

發行單位／國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系

地址／新北市板橋區大觀路一段59號

連絡電話／(02) 2272-2181#2251~3

本系網址／<http://www.ntua.edu.tw/>

學報編輯：劉俊助

封面設計：林佩瑜

彩頁設計：劉俊助

印刷業務：郭書豪、吳宇宸



國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系
Graphic Communication Arts of NTUA

