

財團法人台灣網路資訊中心公布 2023 年《台灣網路報告》 賦能台灣網路韌性 共同當責面對網路挑戰

(8月29日台北訊) 財團法人台灣網路資訊中心(TWNIC)今(29)日公布 2023 年《台灣網路報告》。調查結果顯示，2023 年台灣個人上網率為 84.67%，較去年略高。觀看免費影音、買東西與行動支付是台灣民眾三大使用率最高的網路應用服務。今年即時通訊軟體及社群媒體的整體使用率分別為 83.40%與 71.12%，LINE 與臉書仍是使用率最高者。針對聊天機器人、ChatGPT、加密貨幣等新興科技，台灣民眾尚存在疑慮，採悲觀觀望者比例最高，達 32.27%。目前完全沒有使用過數位語音助理和 ChatGPT 的民眾比例仍逾半數，凸顯台灣在推行新興科技使用仍有很大的著力空間。

數位發展部部長唐鳳則肯定《台灣網路報告》的研究成果。她說，今年網路報告除持續追蹤網路使用現況，也討論網路應用、數位素養、數位韌性等多項重要議題，這些都與數位發展部核心任務，全民數位韌性息息相關。韌性指的是遇到打擊可快速恢復成長，面對各種網路攻擊、自然災害時可快速應變，運用多重網路備援，結合全球民主網路，將權力交給公民社會。

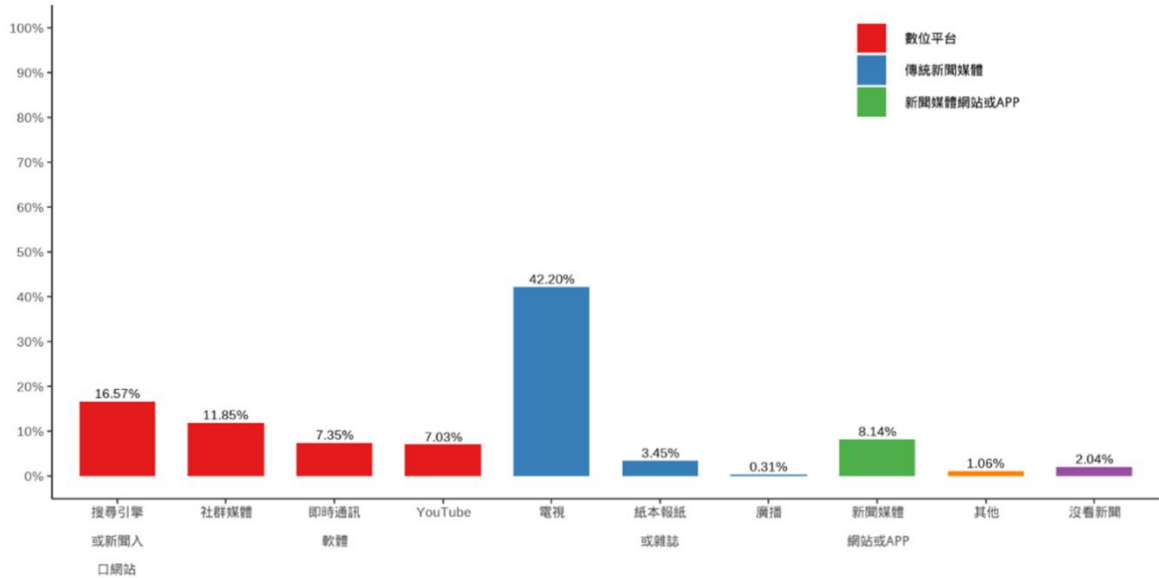
財團法人台灣網路資訊中心董事長暨執行長黃勝雄表示，「TWNIC 進行這項研究超過 20 年，從最早的搜集網路資源與使用情況，慢慢延伸至使用網路可能受到的影響。今年範圍延展更大，不實訊息、詐騙、數位韌性、網路影音文化、科技陪伴與數位育兒都包含在內。研究團隊在調查分析同時，還需與過去資料相比對、分析後產生連結，才能了解台灣這幾年網路環境有何變化。」



圖說：(由左至右) 國立陽明交通大學傳播與科技學系陶振超教授、兒童福利聯盟文教基金會總會研發呂佳育副主任、台灣人權促進會周宇修執行委員、財團法人台灣網路資訊中心黃勝雄董事長暨執行長、國立政治大學新聞學系鄭宇君教授、台灣大哥大企業用戶事業群劉建倫副總經理、中央研究院社會學研究所吳齊殷研究員共同參與本次 2023 年度『台灣網路報告』公布記者會暨焦點座談會。

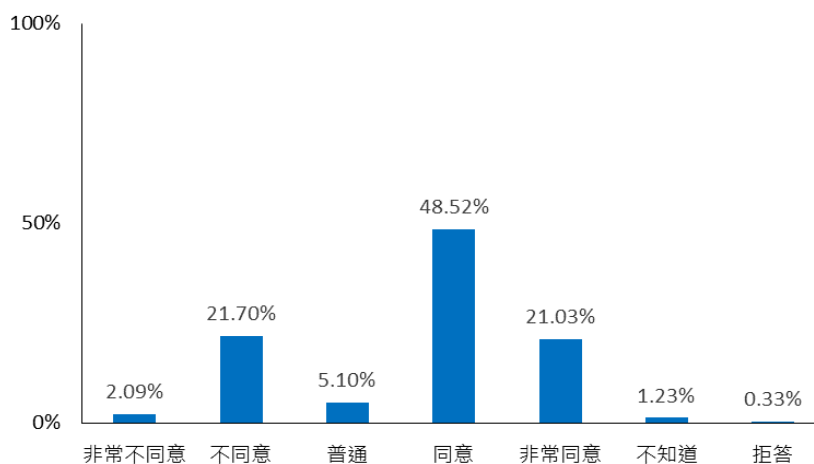
共同當責：不實訊息與詐騙的數位韌性

報告顯示，傳統新聞媒體的電視仍是民眾獲得新聞的首要來源，佔 42.20%。但傳統新聞媒體所經營的網站或 APP，及網路原生新聞媒體使用率明顯提高，大幅上升到 8.14%，超越即時通訊與 YouTube。但新聞分享的集體行為加上演算法，相當大程度影響數位平台上新聞呈現的風貌。統計顯示台灣上網者中 40.46%在過去一個月有在社群媒體、即時通訊分享新聞的經驗。



圖一：台灣民眾最常獲得新聞的管道（雙底冊，樣本數：2,153）

辨識新聞真假是新聞分享素養的重點。但今年報告發現，台灣民眾查證新聞真假的能力有信心者占 40.94%，低於沒有信心者的 48.3%。兩者差距拉大，顯示民眾對自己查證新聞真假能力信心下降。同時，民眾也對社群媒體的訊息品質不具信心，69.55%社群媒體使用者同意「社群媒體上的訊息不太可信」的敘述。

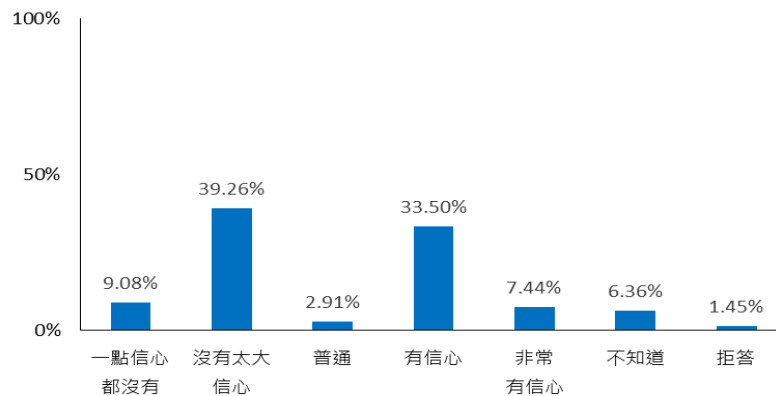


圖二：台灣民眾對社群媒體上的訊息不太可信的同意度（雙底冊，樣本數：1,531）

中央研究院社會學研究所研究員吳齊殷表示，「網路等同於社會，整個社會已經網路化，從個人生態到家庭、

工作場所到全球，網路直接介入個人生命經驗中。調查結果可看到台灣社會對應付網路不實、詐騙訊息的信心不足，也感到焦慮，擔心成為網路受害者。數位韌性的來源，還是要回到賦能的概念中。如何賦能強化網路行動者的韌性，是需要大家共同思考的。」

關於防治不實訊息的責任，超過八成民眾認為大型網路平台與政府皆應該建立規章制度來管制不實訊息。為了對抗不實訊息，一些如 Facebook、Twitter 等社群平台已開始標示有問題的訊息，稱為 flagging。但民眾多未注意到，47.07% 社群媒體使用者表示從未在平台上見過不實訊息的警示機制。本次調查進一步發現，20.17% 民眾在網路上接觸到假新聞、假訊息、不實訊息時，願意主動採取更正行為，顯示民眾線上更正行為逐漸萌芽。



圖三：台灣民眾對自己查證新聞真假的信心程度（雙底冊，樣本數：2,153）

詐騙風險方面，67.68% 民眾近三個月內從各式管道，包含：電話、簡訊、線上廣告、網路購物等遭遇過詐騙訊息，3.71% 民眾因此受騙。雖然民眾普遍有信心可以辨別詐騙手法，但仍有 11.57% 民眾沒信心處理詐騙，顯示相關政策應加強防詐騙宣導並加強防護措施，以提升民眾防詐的能量。

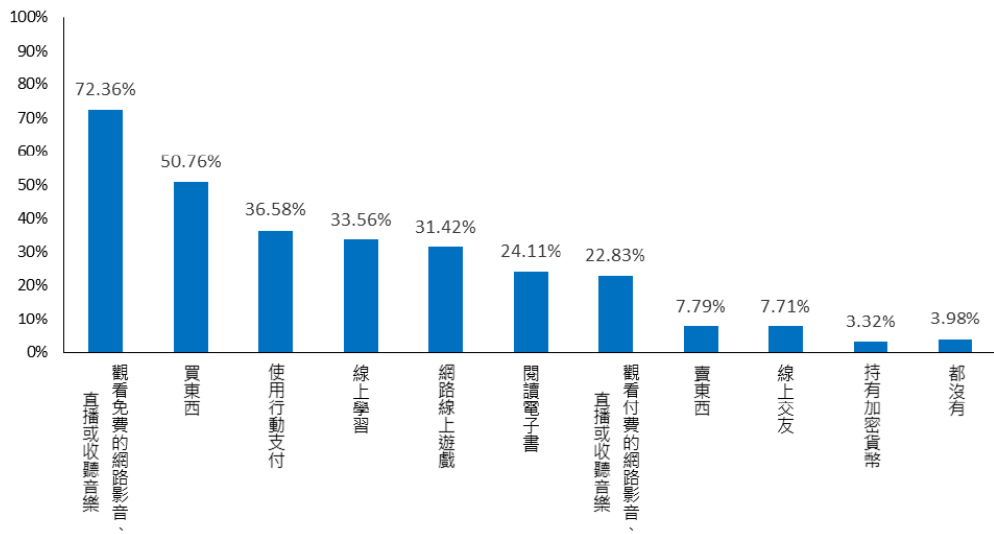
台灣大哥大企業用戶事業群副總經理劉建倫表示，「網路社會非常多元，詐騙更是無所不在，從加密貨幣到網購，電信業者很難在上面進行管理與限制，這牽涉到自由社會權利，拿捏困難。」

國立政治大學新聞學系教授鄭宇君表示，「民眾可以用同心圓理論，在自己關注的領域上培養防詐騙素養後，向外協助身邊的長輩、孩子查核網路訊息，避免他們遭遇網路詐騙。最外圈是社會其他人，如此一來才能更為廣泛提高社會對假訊息的韌性。」

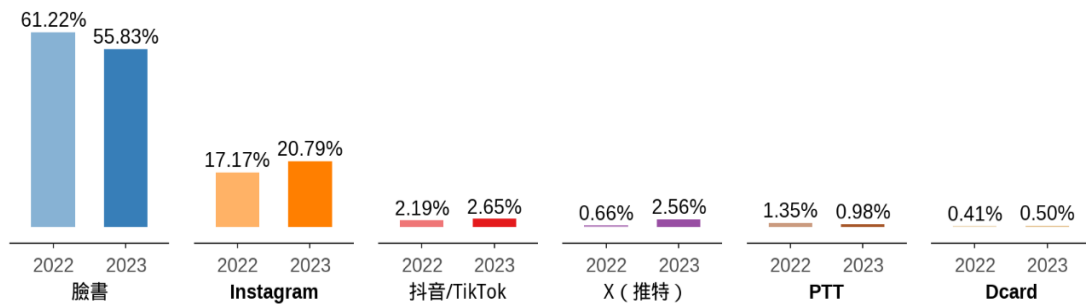
綜合調查結果，無論不實新聞或詐騙訊息，政府法規、社群平台至民眾自身需共同面對這些社會風險，進而共同當責，健全處理機制。

過與不及：網路影音文化的洞察

台灣民眾在網路應用服務的使用與2022年的調查結果接近，最大宗仍以影音娛樂應用為主，如觀看免費影音娛樂，其次為電子商務應用，如網路購物。但值得注意的是，網路金融服務尤其是行動支付使用躍升至使用率第三高項目，且已增至36.58%。在社群媒體方面，依然由臉書擁有最高的市佔率，達47.27%；但比對2022年數據，已出現部分使用者將主要社群平台漸轉往Instagram與TikTok。



圖四：台灣民眾最近三個月上網時所使用的服務 (市話樣本，樣本數：1,084)



圖五：台灣民眾最常使用的社群媒體 (雙底冊，上網者樣本；樣本數: 2023 年 1823，2022 年 1,878)

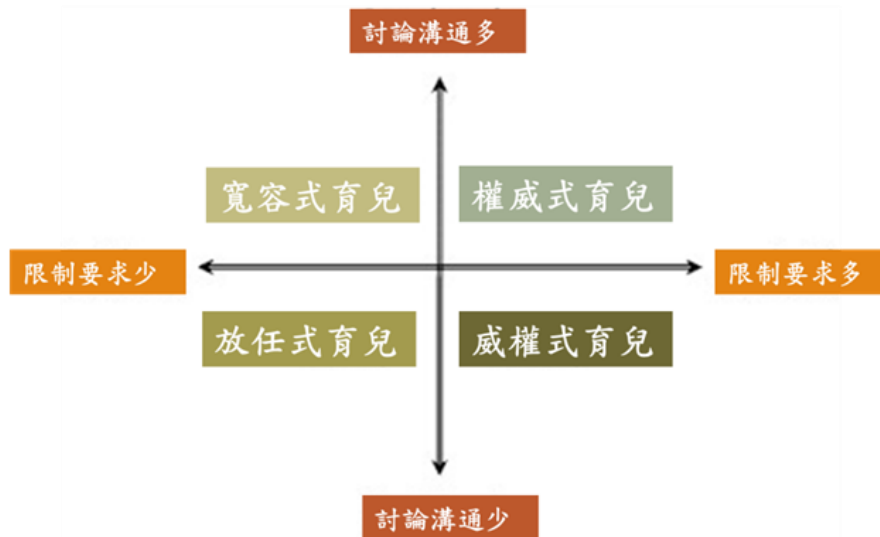
針對網路影音，本次調查訪談的專家學者們，多半主張 YouTube 影音產製已進入了飽和與轉型的階段。成熟的 YouTube 影音團隊需要高資本密集投入人力與設備，也以 Netflix、Disney+ 等線上串流平台為主要競爭對象，可以預期未來影音內容產製更加精緻且娛樂化的發展。

此外，以 YouTube 平台為主要場域的線上直播，靠陪伴與互動建立起的高黏著度情感社群，須注意高情緒化的風險，容易導致意見表達呈現極化、對立的樣態。專家學者也提醒手機這類個人行動裝置的普及，已造成資訊傳播「個人化」的問題。民眾在行動裝置與社群媒體上，可能不再共享一個資訊宇宙外，也需要進一步注意個人化資訊傳播「碎裂化」，當用戶觀看行動是切割碎裂的，不斷在各種行動轉換間開啟關閉，對於事件的完整理解可能很難形成。

科技陪伴：理想的數位育兒樣貌

數位時代下，孩童接觸 3C 連網設備的機會大增。本次調查顯示，僅有 18.80% 家長沒讓 12 歲以下孩童使用 3C 設備。而 77.09% 家中有 12 歲以下孩童的家長，會在必要情況下使用 3C 設備作為「科技奶嘴」安撫孩童。

調查發現，台灣民眾理想中的科技育兒模式，是偏向學者 Valcke 於 2010 年提出，從使用與溝通限制面向分類四個家長介入型態，限制多且溝通多的「權威式育兒」型態。但對比實際行為，育有 12 歲以下孩童家長的科技育兒模式為限制多且溝通少之「威權式育兒」，此落差值得進一步探討。



圖六：學者 Valcke 於 2010 年，從使用與溝通限制面向提出四個家長介入型態

孩童使用科技產品，家長在其中介入的角色，對能否引導孩子正確使用網路，從中獲得正面效益息息相關。專家學者指出兒童與青少年群體的 TikTok 成癮問題，任何由上而下的法規管制恐將徒勞無功。

兒童福利聯盟文教基金會總會研發組副主任呂佳育表示，「家長可用簡單『警覺、探索、約定與溝通』四步驟幫助孩子面對網路社會：對網路活動有所警覺，與孩子一起探索網路使用狀況，與孩子約定網路發生的問題都要告訴父母，最後是要與孩子有效溝通，從家長開始提升網路素養。此外，家長也能協助孩子培養其他興趣，如運動、藝文等，幫助他們降低網路成癮風險。」

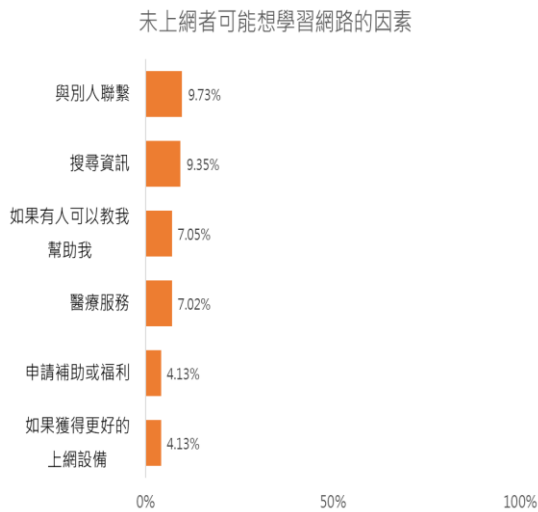
國立陽明交通大學傳播與科技學系教授陶振超也表示，「年輕人對隱私的想法與這代人不同，現代年輕人的數位霸凌經驗是上一代無法體驗的，因此他們對數位隱私的重視程度可能比大人更高。」

數位平等：共創高齡網路友善環境

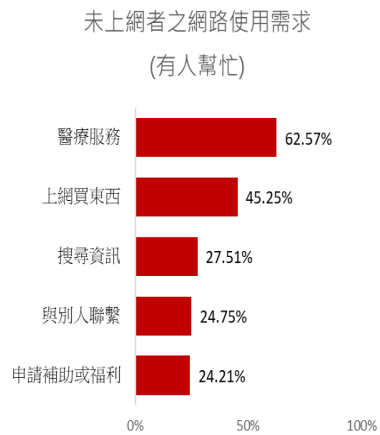
本次調查顯示 2023 年台灣 18 歲以上人口有 84.67% 在近三個月有上網經驗，未上網者為 15.33%。與 2022 年相較，整體上網率略升 0.37 個百分點。從人口結構比較，上網率最低的族群集中於 70 歲及以上，上網率僅有 40.35%、小學及以下學歷，上網率僅有 27.24% 以及居住於宜花東地區，上網率僅為 68.52%。

讓未上網者意識到上網需求是提升上網率的關鍵動力，包含：「與別人聯繫」、「搜尋資訊」等都是讓未上網者考慮學習上網的動力。若有人可以幫忙時「醫療服務」與「搜尋資訊」則是重要需求之一。當進一步詢問，「沒有上網需求」選項，調查發現，先不論是否有人協助上網，逾七成的未上網者則是從根本上反映沒有上網需求，

此亦成為當前推升上網率的一大難題。

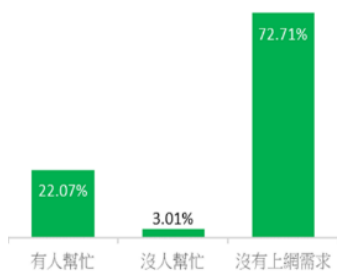


圖七：無使用網路的台灣民眾想學習網路的因素
(雙底冊，樣本數：330，排除上網者)



圖八：無使用網路的台灣民眾有人幫忙時網路使用需求
(雙底冊，樣本數：73，雙底冊，Q51 勾選「有人幫忙」者)

未上網者他人協助情況



圖九：無使用網路的台灣民眾想學習網路的因素
(雙底冊，樣本數：330，排除上網者，加權後數值)

擔任台灣人權促進會執行委員周宇修分享自身網路溝通經驗，顯示網路不一定拉近與他人距離，有時反而更為隔離。他也表示，「過去用專業的方式跟他人談人權政策，可能完全不吸引人。長輩可能不喜歡被挑戰，在這個網路世代談宣傳和說服，可能要想跟以往不同的方式。」

無論偏鄉與否，年長族群是網路使用率最低的群體。因此若欲在年齡因素上提升數位平等，導入「長者友善」的資訊設備、介面設計，是帶動數位服務使用率的重要元素。在社會持續數位化的過程中，建立高齡友善 (age-friendly) 的數位包容環境，是未來高齡化社會勢在必行的政策推動方向。

如需閱讀完整報告，請至 <https://report.twNIC.tw>。

數位發展部部長唐鳳致詞影片，請至 <https://youtu.be/t7ITaUELrc>。

研究方法

TWNIC 自 2002 年起追蹤、研究台灣整體網路資訊發展與變化趨勢。2023 年《台灣網路報告》委由台灣資訊社會學會執行，從連網方式、頻率及滿意度等方面調查台灣民眾網路使用概況，觀察網路服務應用現象。

此次調查主要結合市話與手機雙底冊的全國代表性樣本進行問卷調查，加上深度訪談、質化分析，及歷年台灣調查相關資料，調查範圍包含 6 都和 16 個縣市。調查時間為民國 112 年 5 月 2 日至民國 112 年 5 月 20 日；住宅電話調查完成 1,084 份成功樣本，手機電話調查完成 1,069 份成功樣本。在 95% 的信心水準下，抽樣誤差分別為正負 2.97 與 2.94 個百分點。

###

財團法人台灣網路資訊中心 簡介

財團法人台灣網路資訊中心為一中立之非營利性法人機構，負責頂級國碼網域名稱 (country code Top Level Domain Name, ccTLD) 「.tw及.台灣」註冊管理、IP位址發放、台灣電腦網路危機處理暨協調中心(TWCERT/CC)之維運及管理。該中心除了提供全面的網路服務之外，也積極參加各種不同國際網路治理組織，使台灣的網路社群與全球網路趨勢接軌。TWNIC並與不同之網路社群合作，俾能藉由公開與通透的參與以持續促進我國網路的使用與發展。如需更多資訊，請至 www.twNIC.tw。
