

# 苗栗縣推動性別平等業務成果資料

單位：苗栗縣政府文化觀光局

資料屬性：性別統計分析

議題：貓裏藝文行銷平台參與情形性別統計與分析

## 一、議題描述

藝文參與是社會發展程度之重要指標，行銷平台的建立是連結活動與參與者之重要管道，也是文化單位對外形象的重要櫥窗，然而資訊流通訊息隨著科技發展日益擴大，每人每日所能接受到之訊息量與日倍增，各項希望傳達的訊息要如何穿越大量的資訊流，取得目標觀眾的注意，在分眾益發細緻的時代，是一項困難且複雜的課題。

為了初步了解行銷平台與受眾之間的關係，本次以本局貓裏藝文行銷平台作為主要範圍，以觀眾主動填寫線上問卷的方式蒐集資料，再從資料中進行統計與分析，試圖大致理出一個基本的輪廓，並且納入性別作為其中的重要因子，探究性別在此範疇中是否扮演一定的影響與角色，進而尋求縮小性別落差之改進作為。

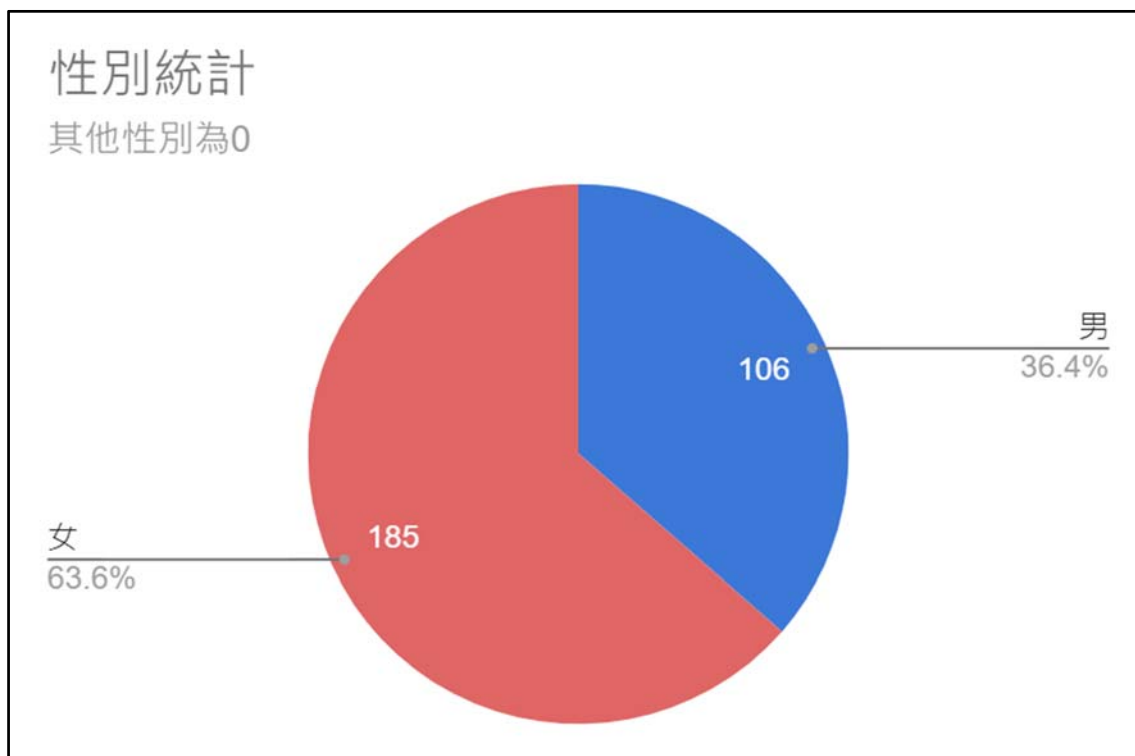
## 二、資料蒐集方法

以貓裏藝文線上問卷作為主要蒐集觀眾資料的方式，以性別做為主要類別變數，據以探討各項問題，包含使用年齡分布情形、習慣閱讀與使用貓裏藝文的方式、每月感興趣的活動數量與實際參與活動的數量及之間落差；另外依據其填寫問卷的時間也可從中探討接受資訊的主要時段。

問卷蒐集期間自 111 年 3 月至 6 月，以貓裏藝文 FACEBOOK 粉絲專頁平台為主要蒐集管道，有效問卷共計 291 份；資料分析主要 Excel 作為計算工具。

### 三、資料分析結果

(一)問卷填寫者的性別比例以女性居多，為 63.6%，男性居次 36.4%，其他性別無人填答。

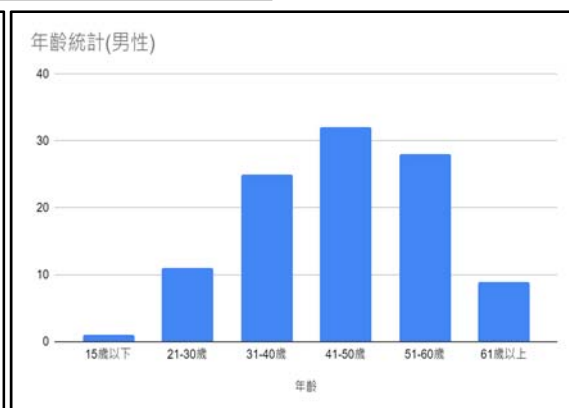
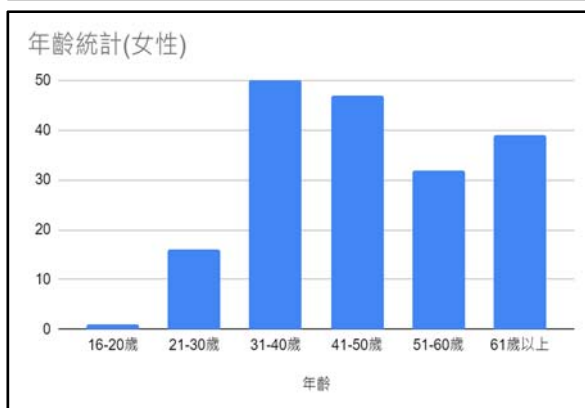
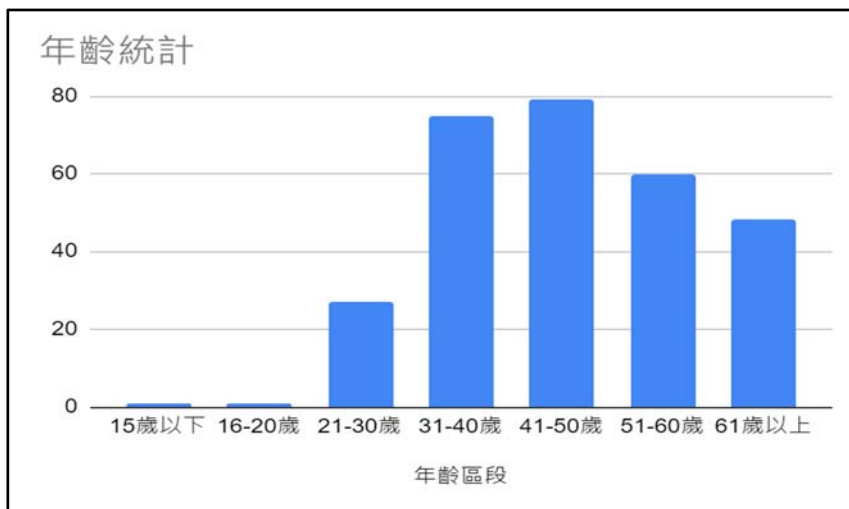


## (二)年齡分布

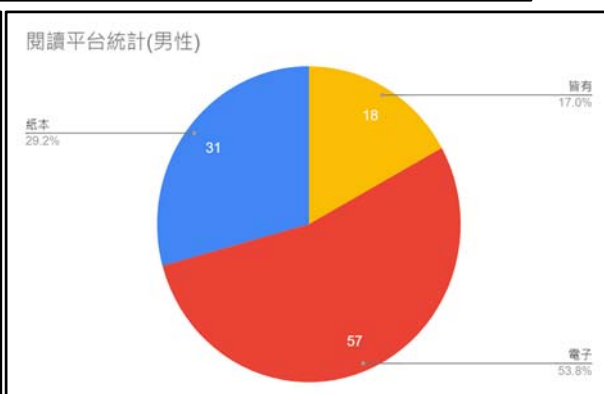
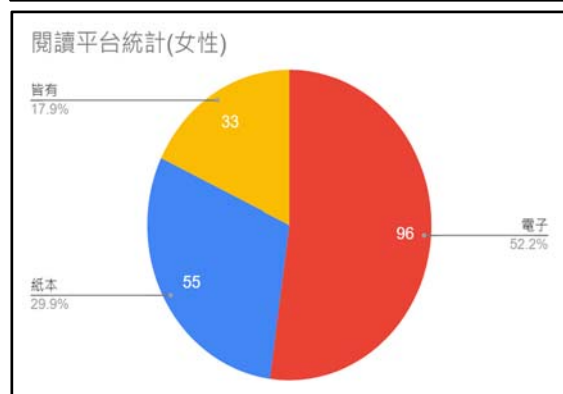
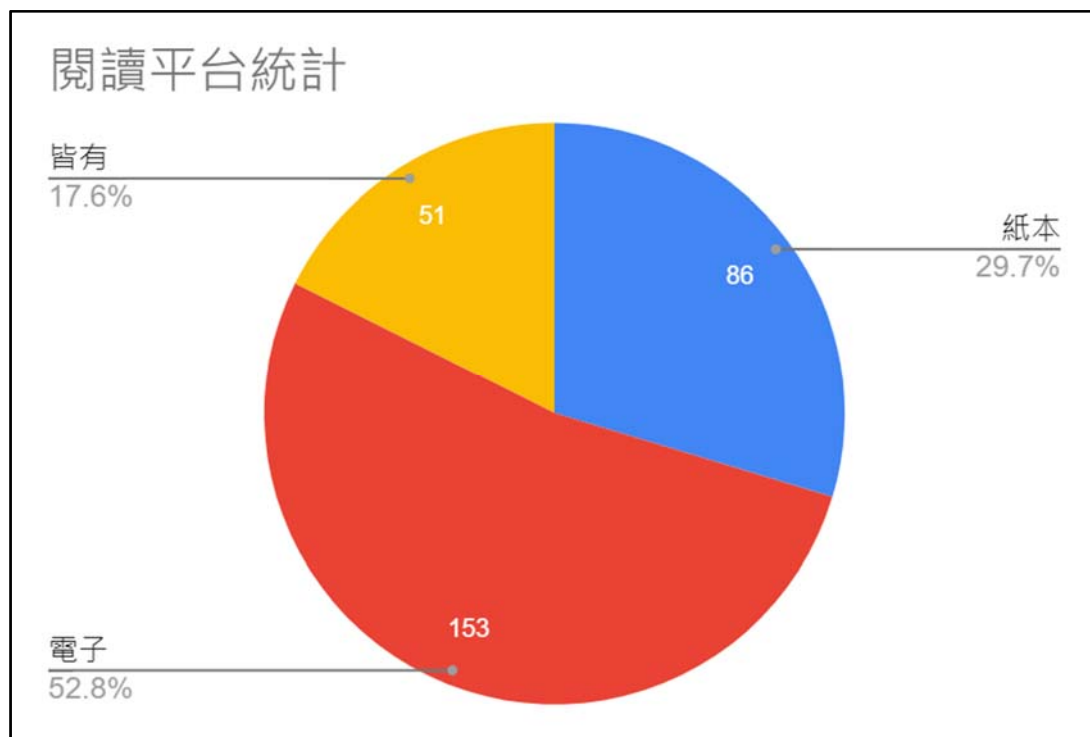
整體以中壯年居多，41-50 為最多，其次為 31-40 歲，51-60 歲及 60 歲以上分居第三、第四。

若以女性、男性分別統計，女性反而以 31-40 歲為多，其次才是 41-50 歲，另外 61 歲以上也比 51-60 歲為多；男性的分佈比例上則以 41-50 歲為最多，51-60 歲居次，31-40 歲為第三，61 歲以上反而比 21-30 歲還少。

整體而言可以看出主要填寫者以 31 歲以上為主，特別是女性為多，值得觀察的是 61 歲以上男女比例有較為顯著差異，顯示 61 歲以上男性是可以加強的對象。

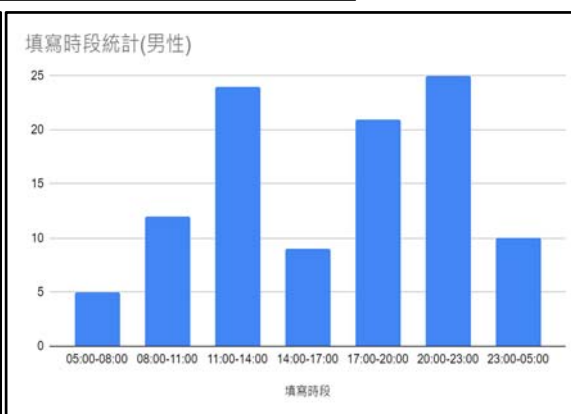
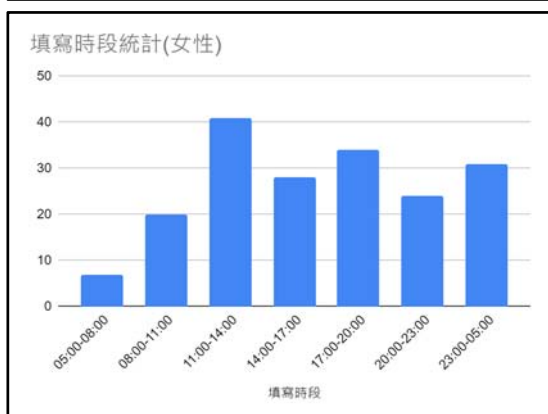
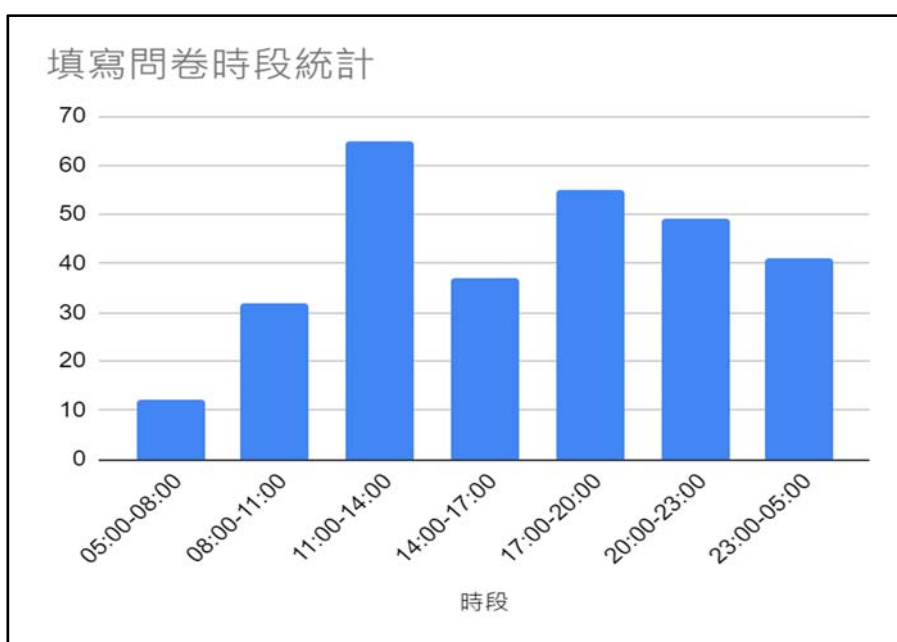


(三)使用的閱讀平台統計，整體以電子平台佔 5 成以上，紙本使用者約佔 3 成，兩者皆有則佔不到 2 成。若以不同性別分開計算，呈現比例大致與整體差異不大。



(四)在填寫問卷時段統計上，整體而言以 11 時至 14 時的中午時段為最多，其次依序為 17 時至 20 時、20 時至 23 時以及凌晨時段；顯示使用平台且有空閒可以填寫的時間點，主要還是以中午及晚上的休息時段為主。

若以女性、男性分別統計，則與整體有些許不同；女性的部分凌晨時段反而高於 20 時至 23 時的時段，男性的部分則反而是 20 時至 23 時最多，其次才是 12 時至 14 時及 17 時至 20 時，另外男性填寫的凌晨時段人數略少於上午 8 時至 11 時的時段，顯現不同性別的使用平台且有空閒可以填寫問卷的時間段落有差異。



(五)從感興趣的活動數量來看，男性感興趣的活動量從平均數、中數、及眾數來看，較女性多 1 檔，但男性樣本數較少，且個體之間的變異度較大，且經過假設檢定( $\alpha=0.05$ )可以看出女性、男性的之間確實存在差異。

| 感興趣活動檔數(女) |             | 感興趣活動檔數(男) |             |
|------------|-------------|------------|-------------|
| 平均數        | 2.945945946 | 平均數        | 3.735849057 |
| 中間值        | 2           | 中間值        | 3           |
| 眾數         | 2           | 眾數         | 3           |
| 標準差        | 1.807982691 | 標準差        | 2.594139501 |
| 變異數        | 3.26880141  | 變異數        | 6.729559748 |
| 最小值        | 1           | 最小值        | 0           |
| 最大值        | 11          | 最大值        | 13          |
| 個數         | 185         | 個數         | 106         |

| z 檢定：兩個母體平均數差異檢定 |              |             |
|------------------|--------------|-------------|
|                  | 感興趣活動檔數(女性)  | 感興趣活動檔數(男性) |
| 平均數              | 2.945945946  | 3.735849057 |
| 已知的變異數           | 3.27         | 6.73        |
| 觀察值個數            | 185          | 106         |
| 假設的均數差           | 0            |             |
| z                | -2.772592892 |             |
| P(Z<=z) 單尾       | 0.002780582  |             |
| 臨界值：單尾           | 1.644853627  |             |
| P(Z<=z) 雙尾       | 0.005561164  |             |
| 臨界值：雙尾           | 1.959963985  |             |

(六)實際參與活動數量來看，女性與男性之平均數及眾數差異不大，且經過假設檢定( $\alpha=0.05$ )可得知兩者之間並無顯著差異。

| 實際參與活動次數(女) |             | 實際參與活動次數(男) |             |
|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 平均數         | 2.048648649 | 平均數         | 2.216981132 |
| 中間值         | 2           | 中間值         | 1           |
| 眾數          | 1           | 眾數          | 1           |
| 標準差         | 1.612724811 | 標準差         | 2.083973846 |
| 變異數         | 2.600881316 | 變異數         | 4.34294699  |
| 最小值         | 0           | 最小值         | 0           |
| 最大值         | 8           | 最大值         | 11          |
| 個數          | 185         | 個數          | 106         |

| z 檢定：兩個母體平均數差異檢定 |              |              |
|------------------|--------------|--------------|
|                  | 實際參與活動次數(女性) | 實際參與活動次數(男性) |
| 平均數              | 2.048648649  | 2.216981132  |
| 已知的變異數           | 2.6          | 4.34         |
| 觀察值個數            | 185          | 106          |
| 假設的均數差           | 0            |              |
| z                | -0.717788759 |              |
| P(Z<=z) 單尾       | 0.236443773  |              |
| 臨界值：單尾           | 1.644853627  |              |
| P(Z<=z) 雙尾       | 0.472887545  |              |
| 臨界值：雙尾           | 1.959963985  |              |

(七)再從感興趣活動數量與實際參與活動的相差值來看，經過假設檢定( $\alpha=0.05$ )可得知兩者之間存在差異，但差異不若感興趣之檔次來的大，應與實際參與數量差異不大有關。

| 感興趣與實際參與相差值(女) |             | 感興趣與實際參與相差值(男) |             |
|----------------|-------------|----------------|-------------|
| 平均數            | 0.897297297 | 平均數            | 1.518867925 |
| 中間值            | 0           | 中間值            | 1           |
| 眾數             | 0           | 眾數             | 0           |
| 標準差            | 1.717949752 | 標準差            | 2.375394231 |
| 變異數            | 2.951351351 | 變異數            | 5.642497754 |
| 最小值            | -3          | 最小值            | -2          |
| 最大值            | 9           | 最大值            | 11          |
| 個數             | 185         | 個數             | 106         |

| z 檢定：兩個母體平均數差異檢定 |                 |                 |
|------------------|-----------------|-----------------|
|                  | 感興趣與實際參與相差值(女性) | 感興趣與實際參與相差值(男性) |
| 平均數              | 0.897297297     | 1.518867925     |
| 已知的變異數           | 2.95            | 5.64            |
| 觀察值個數            | 185             | 106             |
| 假設的均數差           | 0               |                 |
| z                | -2.363651382    |                 |
| P(Z<=z) 單尾       | 0.009047916     |                 |
| 臨界值：單尾           | 1.644853627     |                 |
| P(Z<=z) 雙尾       | 0.018095832     |                 |
| 臨界值：雙尾           | 1.959963985     |                 |



#### 四、結論與建議

總體而言，因受限於問卷收集的資料管道來源，呈現在年齡分布與使用習慣上，但仍可初步看出會使用貓裏藝文行銷平台之 Facebook 粉絲專頁作為資訊取得管道之使用者，以女性為多，年齡分布以 31 歲以上人口為主，且不同性別之年齡分布有不同的差異；閱讀平台的習慣仍以電子平台居多，且在不同性別的使用習慣比例較無差異；另外在填寫的時段上，以中午休息及晚上休息時間為多，不同性別之間雖大致仍以此時間段為主，但在不同時段的數量比例上仍有所差異，可以看出性別差異；最後在感興趣的活動數量上，性別之間存在差異，男性人數雖然較少，但感興趣的數量較女性為，然而在實際參與活動數量上不同性別之間則無顯著差異。

未來若要加強觀眾的參與數量，可以針對不同性別的差異，例如習慣使用時段、年齡分布進行活動露出，且男性對於感興趣的活動數量雖然高於女性，但實際參與的數量上僅與女性相當，可思考如何增加男性參與活動的方法，像是男性民眾偏好之主題性活動，藉以提升其參與度，並在問卷調查上增加感興趣的活動類型，並以性別統計及分析的方式勾勒出可能的方向，藉此作為往後活動規劃之參考。