

第一章 緒論

第一節 研究動機

近年來，有一個非常有趣的現象一直存在著，卻也一直被忽略：在擠得水洩不通的捷運車廂內常常可以看見一群人，他們不分男女老幼，也不分貧富貴賤，他們彼此不相識，但卻不約而同做了一見事：掛耳機。耳塞式、頭戴式、耳掛式等各種類型的耳機琳瑯滿目，看的令人眼花撩亂。掛耳機，似乎成爲現代人生活的一部分。

事實上，耳機最一開始用在通訊設備及收音機上。由於其所能傳遞的訊號十分微弱，因此唯有利用耳機才可以使耳朵接收其轉換的聲音。1979年7月，在領導人盛田昭夫的主導下，Sony公司革命性地推出了Walkman（隨身聽），從此改變了耳機的命運並造就耳機文化。Walkman所強調的是年輕活力與時尚，因此大受年輕人的青睞，耳機也隨著Walkman的發展而推陳出新。2000年開始，MP3的盛行使得低價競爭者陸續打進可支援MP3隨身碟的市場，而Sony也在同年推出首台支援MP3的隨身聽，卻無法和蘋果電腦的iPod抗衡，最後Walkman的地位逐漸被iPod系列取代。儘管穿梭在這一連串的播放器革命當中，耳機的地位不但始終沒有動搖，還不斷地創新發展，各種造型的耳機也繽紛了廣大的數位播放器市場。

低廉的價位使得數位播放器它們越來越普遍，因此現代人對耳機的需求也比以往大幅增加許多，不管在捷運、公車還是街道上，常常可以看到與耳機形影不離的人群，這也讓掛耳機儼然成爲一種流行文化。然而現代的流行文化與商業有著密切的關係，沒有龐大的「消費能力」，就無法支撐「流行文化」。此時的「流行」早已跳脫人們所知曉的「時尚服裝」的刻板印象，任何事物的崛起都可稱做流行，包括耳機、播放器等。然而特別的是，耳機的盛行始終都依靠著播放器而發展，沒有了Walkman、iPod，耳機很可能還只是通訊器材中的一個附屬品。

不過MP3播放器的盛行和點對點（Peer to Peer；P2P）傳輸軟體（如Kuro、Napster）的氾濫有著極大的關係。雖然市面上的各種數位播放器有著多樣功能如收聽FM廣播、語言學習，但畢竟它的主要用途還是用來聽音樂，因此現代人常利用網路或P2P下載MP3格式的音樂檔，即使這種不當行爲已觸及到了著作權的法律，人們還是一意孤行，這也使得用耳機聽音樂的人如雨後春筍般的大幅暴增。

由於掛耳機現象乃近幾年才逐漸彰顯，因此目前鮮有人對此做研究。此一新興現象引發了筆者對其來龍去脈的興趣，也關注耳機對現代人行爲的影響，不過筆者所研究的對象比較偏向於「掛耳機聽音樂」的族群。

第二節 研究目的

基於以上動機，本文將經由文獻探討並透過問卷的方式來對這群廣大的「掛耳機者」進行調查，進而將結果分析整理，提出對此一現象的觀察及詮釋。茲將本研究之具體研究目的敘述如下。

- 一、試圖歸納掛耳機者的個人特質。
- 二、分析掛耳機行為對個人之影響。
- 三、探討掛耳機者對流行文化的涉入程度。
- 四、發現目前掛耳機現象的特徵。

第三節 研究範圍

目前市面上所販賣的 MP3 數位播放器除了基本的播放數位音樂功能以外，還包括檔案儲存、錄音、FM 收／錄音、手機密錄、計步器、語言學習、詞曲同步、電子字典、文字瀏覽、數位相機、卡路里計算等附加功能，使得 MP3 播放器的附加價值提高（拓璞產業研究所，2005）。根據吳金宗（2005）的研究結果發現，MP3 數位播放器消費者仍以播放器本身的音質為考量，至於其附屬功能則很少納入選購範圍，因此本研究究其基本功能來針對「掛耳機聽音樂」的族群為研究對象，且非廣播電台的音樂。

第四節 研究架構與流程

本研究之研究流程如圖 1.1 所示。首先確立研究動機與目的，第二步驟蒐集並整理與本研究相關的理論文獻，第三步驟問卷設計則以文獻探討為基礎，接著進行問卷的發放，而第四步驟係將回收之問卷進行統計與分析，最後根據問卷分析結果，作出研究結論並對後續研究者提出建議，共分為五個章節，說明如下。

第一章緒論

本章先透過研究動機與背景，進而提出目的與研究範圍，並確立研究架構與流程。

第二章文獻探討

確立研究目的與範圍後，蒐集有關耳機文化的相關文獻，探討其起源與發展，以定位本研究之方向，並以流行文化為基礎，進行文獻探討。內容共分為兩部分，第一部分為對耳機文化的發展做一介紹，第二部分則針對流行文化進行說明。

第三章研究方法

本章係根據文獻探討來進行問卷的設計並提出研究假設與方法。內容分為三個部分，第一部分根據第二章文獻探討之結果來確立研究架構與研究變數，第二部分出研究假說並對問卷設計做說明，第三部分則針對本研究使用之統計方法進行說明。

第四章研究結果與分析

本章依據研究目的分為四個部分，來進行問卷結果的分析。第一部說明受試者之個人特質，第二部分則分析掛耳機對個人之影響，第三部分檢視受試者對流行文化的涉入程度，最後總結前三部分，佐以相關文獻提出目前掛耳機現象的特徵。

第五章結論

本章係根據前一章資料分析之結果做出結論，並說明本研究之研究限制，最後係對後續研究者提出研究建議

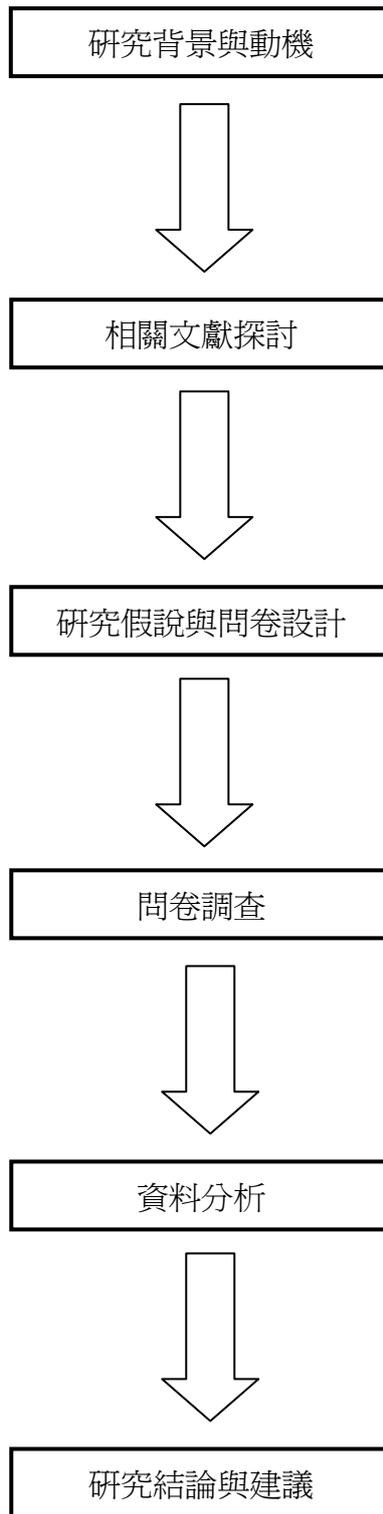


圖 1.1 研究流程圖

第二章 文獻探討

第一節 耳機文化的起源與發展

一、耳機功能的轉變

耳機最原始利用在電話以及無線電上，因為其原理即是將接收到的電子訊號轉換成音波，且具有揚聲的效果，不但可讓使用者清楚聽見音訊，即使處於較嘈雜的環境中仍毫無影響。方便性以及易攜帶性使得耳機在可攜式電子裝置盛行的同時即被廣泛的應用。

二、Sony 的 Walkman 創造耳機文化

1979 年七月，在盛田昭夫的主導之下，Sony 公司發表全世界第一款隨身聽 Walkman。由於盛田先生將其定位在青少年市場，強調年輕活力與時尚，因此獲得許多年輕人的青睞，進而開創了耳機文化。之後二十多年的時間，Sony 公司所推出的 Walkman 系列一直持續領導著全球隨身聽市場。

三、iPod 逐漸成爲 MP3 Player 市場主流

然而在 2001 年，Apple 推出了第一款高容量的 iPod，並在兩年內轟動全球隨身聽市場，Sony 便逐漸失去其市場優勢。再加上低價競爭者從 2000 年陸續推出採用快取記憶體的 MP3 隨身聽，而 Sony 所推出的隨身聽只有少部份¹可支援 MP3 格式²，造成其失去過去獨占隨身聽市場的地位逐漸。

儘管在 iPod 在推出以前，MP3 Player 的市場已被韓國的幾個主要廠牌如 Rio、iriver 佔有一席之地，然而 Apple 卻以驚人的速度搶下這塊極具潛力的大餅，從 2001 年市場占有率僅有的 4.6%，到 2003 快速增長至 21% 並躍升至第一名，iPod 的大放異彩帶動了整個 MP3 Player 的興起。

雖然之後 Sony 爲了搶回過去隨身聽的地位，在 2005 年推出「Network Walkman」系列以及「HI-MD Walkman」系列，但終究仍無法與 iPod 匹敵。

四、線上音樂商店服務與 P2P 軟體

根據國際唱片業交流基金會（IFPI：International Federation of the Phonographic Industry）報告指出，從 1997 到 2002 年市場版圖發生極大變化，

¹ Sony 在 2000 年推出首台可支援 MP3 的「MZ-N1」。

² 此時 Sony 所推出的隨身聽大部分只能支援 ATRAC。

整體音樂市場雖有成長，但音樂下載市場明顯崛起，告知了網路音樂時代業已來臨（拓璞產業研究所，2005）。

事實上在 2000 年，Sony 公司即推出了線上音樂下載服務 PlanetMG，但因為所提供的音樂過少而造成其市場接受度低落。而 Apple 在推出 iPod 的同時，也成立了 iTunes Music Store 供其使用者下載音樂，並以每首 99 美分為收費標準。

著名的 P2P（Peer to Peer）軟體如 Napster、Kuro 以 MP3 音樂格式檔案交換為名，儘管兩者皆因違反智慧財產權而停止其非法音樂下載的服務，但其他的 P2P 軟體卻仍前仆後繼的出現，有的甚至下載完全免費。

線上音樂商店和 P2P 不但讓網路音樂更為普及，更再再助長了 MP3 Player 的盛行。

五、低價位的 MP3 Player 和 MP3 手機

繼 iPod 的系列打入數位隨身聽市場後，不少業者抓著 iPod 高價位的劣勢，再加上漸為純熟的製造技術，推出了更為廉價的 MP3 Player，讓社會中下階層的人士也有能力去負擔一台數位播放器。MP3 Player 的大眾化，這些廉價競爭者的功勞亦不亞於 Sony 和 Apple。

許多手機業者在 MP3 Player 推出不久，即有著將其和手機結合的構思，在短時間內，著名的手機大廠 Nokia、Motorola 出產了第一款可支援 MP3 格式的手機，其他廠牌亦跟隨之。此種 MP3 手機不但節省空間，更因可儲存大量歌曲而受到消費者的歡迎。

雖然 Sony 早在將近三十年前即創造出「耳機文化」，卻要到最近幾年才逐漸彰顯出來，這與 MP3 格式的出現、隨身聽市場的競爭以及網路音樂時代的來臨有著密不可分的關係。

第二節 流行理論的概念

自 Sony 推出第一款隨身聽以降，創造出前所未見的「耳機文化」至今不但沒有衰退的趨勢，還因廉價數位播放器的更迭和音樂下載市場的崛起而益發流行，相信這種現象在未來的幾年內還會持續急遽發展下去。

一、何謂流行文化？

文化是指人類所創造的精神財富，舉凡科學、藝術乃至於最基本的食、衣、住、行皆與其具有相當緊密的關係，因此人類文化的創造皆以不同形式表現在不同的層面上。流行即為文化的一部分，流行文化可以說是具有流行特徵的文化現

象。

高宣揚（2002）為流行文化作出了以下總定義，他認為，流行文化是時裝、時尚、時髦、消費文化、休閒文化、奢侈文化、物質文化、流行品味、都市文化、次文化、大眾文化、以及群眾文化等概念所組成的一個內容豐富、成分複雜的總概念。Sproles（1979）提到，流行是某種包含新款式的創造、介紹給消費大眾以及廣受消費大眾歡迎的動態社會歷程。而 Kefgen 和 Touchie-Sprecht（1986）則認為流行文化是作為物品在特定時間內受廣大團體歡迎的某種款式。

綜觀以上說法，流行文化是在一特定時間廣受大眾喜愛又熱衷追逐的消費的文化，措辭的使用、行為表現、生活方式以及商業模式都在其影響範圍之內。

流行文化在現代社會蓬勃發展，對社會產生的影響力可謂無遠弗屆，但它並非是一獨立或偶然的事件。在現代社會生活的各個階層、各個領域都可以發現流行文化充斥在其中，並以極端普遍性的方式表現在社會生活中。

二、流行與消費

英國的 Lury（1996）認為，流行文化實際上是以物質文化的形式而流通的消費文化。由此可見，流行文化和消費文化是密不可分的，流行文化可以說是消費文化的一部分，而消費文化亦可是流行文化的一部分。高田公理（1988）在談到流行時說道，不論社會的生產力如何龐大，只要「消費能力」沒有增加，就無法帶動流行現象。換言之，流行文化是倚靠著消費文化的助長才得以延續下去。

由於流行的普及，造成一般消費者開始有機會購買到那些流行於世界各地的財貨，同時，近年來，消費型態已開始隨著個人品味和偏好改變，使得消費者購買的動機被許多新式且複雜的因素所影響。也就是說，許多消費者購買商品是屬於那些有助於定位新的時空範疇、且能夠實現有關「個人」、「身體」和「自我」等層面之新的文化概念的商品。簡單來說，現今的購買行為是基於各種不同的理由，在各種不同的情境下，根據新的影響力來進行的，而且這些購買行為是在追求一些新的目標，這正是現今所謂的「消費」的意義（陳坤宏，1995）。

三、流行文化的特徵

流行文化一直以來都是社會的多元現象，尤其在社會的開放及階級的消弭後。高宣揚將流行文化的特徵做出下的整理。

- 1、它是風格變化多而快的文化產品。
- 2、它是靠廣告和大眾媒體推波助瀾而持續發生週期性變化的文化產品。
- 3、具有獨創性、創造性和主動選擇性的一面，又有受制被宰制和被人為推廣的一面。
- 4、可作為人民大眾進行物質和精神消費的手段，並表現其社會身分的象徵。

- 5、可成爲社會上層統治和菁英集團的品味風格身分的表現形式，進一步宰制大眾的手段，成爲廣泛傳播於大眾的消費性產品。
- 6、消除了傳統的菁英文化、精緻文化或高雅文化與大眾文化、群眾文化的區別和差別。

二十世紀下半葉以來，資本主義的發展使得流行文化本身產生了新的改變，至今已進入消費文化的生產爲主的新時代。高宣揚亦提出流行文化在這個時代所具有的新特徵。

- 1、流行文化更加縮短其生產與再生產的週期。
- 2、流行文化採取更多元的形式。
- 3、流行文化借助於現代科學技術的發展成果，更加技術化和技術複製化。
- 4、流行文化隨著電子化和技術化的發展，採取數位化和網絡化的途徑，越來越符號化和幻影化。
- 5、流行文化的內容和形式的相互關係發生了顛倒現象，即當代流行文化將其形式的變化列於比其內容更加優先的地位。
- 6、流行文化更多採用神秘化的形式，離開理性主義的傳統文化形式越來越遠。
- 7、流行文化更多地同「性」和身體結合在一起，以至於可以說，當代流行文幾乎等於性與身體的特殊文化。
- 8、流行文化更加消費化和商業化。

四、涉入理論

流行是一個複雜的程序，一方面它是一個總體的概念，影響到社會中的每一個人；另一方面，它對每位消費者的影響又是非常個人化的。一個人是否會購買某一向流行性商品，會受到他是否想跟得上流行的動機大小而定，即他對流行事物涉入的高低。

所謂「涉入」(Involvement)就是指主體對於一項事物的關心程度，在高涉入和低涉入的狀態下，主體對於這項事物所投入的心力也不一樣。對於客觀訊息之涉入感愈高者，則對高訊息依賴愈深，影響也愈大。

依據涉入理論，本研究乃欲了解掛耳機者對於流行時尚的關心程度。

第三章 研究方法

第一節 研究架構與研究變數

一、研究架構

本研究以人口統計變數、對流行文化的追求與掛耳機的經驗等變數為基礎，來探討掛耳機行為與耳機文化的特徵。研究架構如圖 3.1 所示。

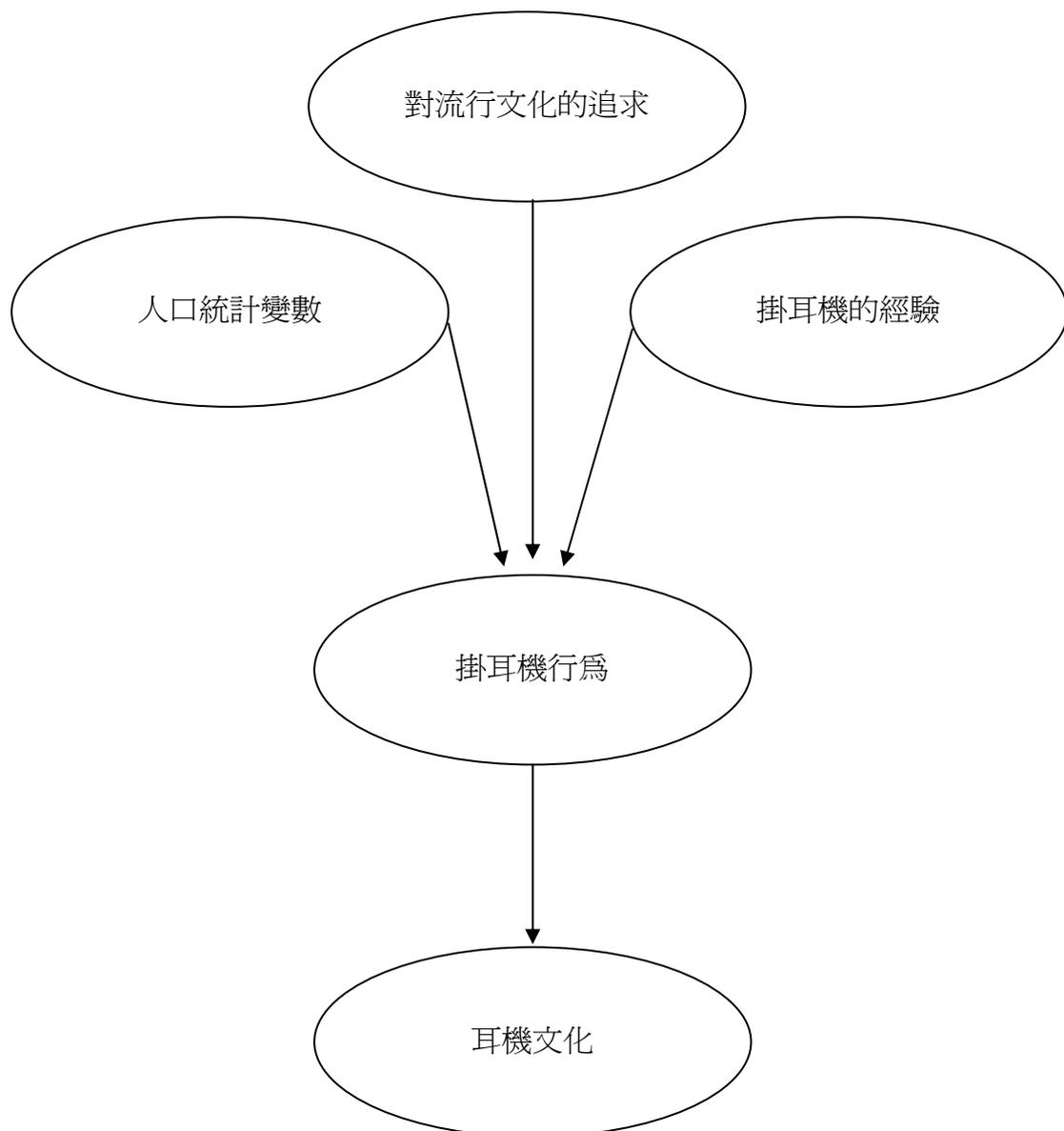


圖 3.1 研究架構

二、研究變數

(一) 對流行的追求

根據第二章文獻探討，本部分之研究變數如下。

1. 自我表現
2. 流行文化的資訊。
3. 追求流行文化。
4. 對流行文化的態度。

(二) 人口統計變數

人口統計變數係指受試者之經濟、社會背景等資料。本研究之人口統計變數如下。

1. 性別。
2. 年齡。
3. 婚姻狀況。
4. 教育程度。
5. 每月平均收入（或零用錢）。
6. 從事行業。
7. 通勤與否。
8. 通勤交通工具。

(三) 掛耳機的經驗

本研究將透過受試者掛耳機經驗之變數，來了解掛耳機行為對個人之影響，進而得知耳機文化的基本特徵。

第二節 研究假設與問卷設計

一、研究假設

根據研究目的與研究架構，提出下列研究假設。

假設一：越追求流行文化者，越容易接受耳機文化。

假設二：不同的人口統計變數，不會影響耳機文化的接受度。

二、問卷設計

本研究主要採用問卷調查法，並依據相關文獻及理論來測試受訪者。利用問卷調查法的優點在於經濟且容易輸入及分析，且受試者較能了解題目的意義，再加上便於比較每位受試者的觀點，因此增加研究結果之正確性（李宏鑑，2001）。

基於資料量化便於統計分析以及受試者填寫問卷的方便性，本研究遂採取封閉式問卷來進行設計。在問卷設計上，先參考有關流行文化及耳機文化的相關文獻研究，並以涉入理論及消費理論為基礎，編製出「掛耳機行為與現象之研究」的調查問卷。本問卷共分六個部分：第一部分為過濾題；第二部分為受試者耳機的基本訊息；第三部分為受試者數位播放器的基本訊息；第四部分為受試者使用耳機的行為；第五部分為受試者對流行文化的涉入程度；第六部分為個人基本資料。以下逐一說明問卷之變項。

第一部分、過濾題

為能更精確得掌握受試者符合本研究的研究對象，在問卷一開始即以「您目前有在使用數位播放器（例如 MP3 Player）嗎？」與「承上題，您使用它來聽音樂（非廣播電台）嗎？」兩題來控制受試者是否在本研究之研究範圍內。

第二部分、受試者耳機的基本訊息

此部分在於取得受試者耳機的基本資訊，共有 6 題，包括種類、品牌、價位、選購注重項目、擁有數量以及更換頻率。

第三部分、受試者數位播放器的基本訊息

此部分在於取得受試者數位播放器的基本資訊，共有 7 題，包括種類、品牌、價位、容量、選購注重項目、擁有數量以及更換頻率。

第四部分、受試者使用耳機的行為

本部分共 22 題，其目的在於了解受試者使用耳機時的情形，進而得知「掛

耳機」行為對其之影響以及「耳機文化」之特徵。

第五部分、受試者對流行文化的涉入程度

本研究係根據學者們對於「涉入感」之定義，對受試者進行流行文化涉入程度進行測量，並採用 Likert Scale 的五等量表方式，以總題數之加總平均分數來代表受試者對流行文化之涉入，藉以區分出「低度涉入」、「中度涉入」及「高度涉入」。

本部分共 20 題，其中包括 18 題正向選項以及 2 題負向選項。

第六部分、個人基本資料

本部分共 8 題，以作為人口統計變數之資料取得的依據。

第三節 資料分析方法

本研究在問卷回收後，先經由人工檢查，剔除填寫不完全、不正確或矛盾之有效問卷，之後將問卷內容予以編碼以利分析統計。本研究主要採用的「敘述統計」，此一方法針對人口統計變數、流行文化之追求與掛耳機經驗等變數，計算其數目、百分比、平均數以及標準差，了解資料之分布情形與特性後，以利問卷結果之分析。

第四章 研究結果與分析

本研究自 2007 年 4 月 1 日起開始進行問卷調查，至 2007 年 4 月 26 日截止。總計共回收 240 份問卷，經刪除答案矛盾的樣本後，有效問卷達 231，佔原來問卷的 96.25%。

第一節 受試者之個人特質

人口基本資料分析

(一) 性別

由表 4.1 可得知，受試者之性別以男性居多，所佔比例為 63.6%，而女性為整體之 36.3%，表示掛耳機聽音樂的人群中以男性居多。

表 4.1 性別分布表

	樣本數目	樣本百分比 (%)
男性	147	63.6
女性	84	36.4
總計	153	100.0

(二) 年齡

有表 4.2 可得知，受訪者的年齡大多分布在 19 歲到 30 歲，而此部分佔整體樣本的 79.7%，表示掛耳機聽音樂的人群中，是以 19 歲到 30 歲的年輕人為主。

表 4.2 年齡分布表

	樣本數目	樣本百分比 (%)
12 歲以下	0	0
13-15 歲	5	2.1
16-18 歲	21	9.1
19-22 歲	60	26.0
23-25 歲	61	26.4
26-30 歲	63	27.3
31-40 歲	21	9.1

41-50 歲	0	0
50 歲以上	0	0
總計	231	100.0

(三) 教育程度

由表 4.3 可得知，受試者之學歷以大學或學院居多，佔整體樣本的 56.3%，表示高學歷者比較容易接受耳機文化。

表 4.3 教育程度分布表

	樣本數目	樣本百分比 (%)
國中或初中	3	1.3
高中、高職	32	13.8
專科	15	6.5
大學或學院	130	56.3
碩士、博士	51	22.1
總計	231	100.0

(四) 從事行業

由表 4.4 可得知，受試者之職業主要為學生，佔整體受訪者的 55.8%，表示學生對耳機文化的接受度比起其他職業還要來得高。

表 4.4 職業分布表

	樣本數目	樣本百分比 (%)
學生	129	55.8
金融或相關	6	2.6
資訊科技	36	15.6
服務業	8	3.5
公務人員／教師	5	2.2
製造業	27	11.7
大眾傳播／廣告	3	1.3
其他	17	7.3
總計	231	100.0

(五) 每月平均收入（或零用錢）

由表 4.5 可得知，受訪者之每月平均收入（或零用錢）分布相當平均，而以每月 30001 元到 65000 元為最高，佔整體的 26.4%。而此一分布表示不論收入高低，仍不影響受試者耳機文化接受度。

表 4.5 每月平均收入（或零用錢）分布表

	樣本數目	樣本百分比 (%)
1000 元以下	40	17.3
1001-5000 元	36	15.6
5001-10000 元	35	15.2
10001-30000 元	42	18.2
30001-65000 元	61	26.4
65001-100000 元	7	3.0
100001 元以上	10	4.3
總計	231	100.0

受試者之個人特質

由以上結果發現，現今的耳機文化仍是以年輕人為多數，而且有一半以上都是具有較高學歷的學生，不論這群人收入高或低，掛耳機聽音樂對他們來說都不構成問題。

此一結果驗證本研究之研究假設二「不同的人口統計變數，不會影響耳機文化的接受度。」是被接受的。

第二節 掛耳機行為對個人的影響

受試者使用耳機的行為的分析

（一）耳機使用多久

由表 4.6 可得知，近一年以內使用耳機者佔全體樣本的 75.3%，顯示耳機文化乃近幾年，甚至近幾個月使逐漸彰顯。

表 4.6 耳機使用多久

	樣本數目	樣本百分比(%)
一個月以內	27	11.7
三個月以內	31	13.4
半年以內	12	5.2
一年以內	104	45.0
一年以上	57	24.7
總計	231	100.0

(二) 戴耳機的情形

由表 4.7 可得知，受試者大部分使用耳機的時機主要在休息片刻時、工作或讀書時和通勤時時，所佔比例分別為 25.5%、23.4%以及 21.5%。

表 4.7 戴耳機時的情況

	樣本數目	樣本百分比(%)
通勤時	121	21.5
工作或讀書時	132	23.4
休息片刻	144	25.5
環境嘈雜時	47	8.3
環境安靜時	97	17.2
其他	23	4.1
總計	564	100.0

(四) 戴耳機時音量調整情形

由表 4.8 可得知，受試者使用耳機時音量隨著週遭環境音量大小而調整，其佔比例為 52.8%。

表 4.8 戴耳機時音量調整情形

	樣本數目	樣本百分比(%)
完全掩蓋週遭一切的聲音	7	3.0
勉強聽得到週遭較嘈雜的聲音	57	24.7
可以聽得到週遭環境的聲音	45	19.5
隨著週遭環境音量大小而調整	122	52.8

總計	231	100.0
----	-----	-------

(五) 耳機使用頻率

由表 4.9 可得知，受試者每天使用耳機的頻率高達整體樣本的 66.7%，表示大部分將掛耳機此一行為視為生活的一部分。

表 4.9 耳機使用頻率

	樣本數目	樣本百分比 (%)
每天必戴	154	66.7
二到五天	52	22.5
一周以內	11	4.8
一周以上	14	6.0
總計	231	100.0

(六) 戴耳機平均每次所花時間

由表 4.10 可得知，大部分受試者每次所花的時間不超過兩個小時（120 分），共佔整體樣本的 79.6%。

表 4.10 戴耳機平均每次所花時間

	樣本數目	樣本百分比 (%)
30 分以下	22	9.5
31-60 分	85	36.8
61-120 分	77	33.3
121 分以上	47	20.4
總計	231	100.0

(七) 戴耳機的益處

由表 4.11 可得知，掛耳機對受試者所帶來的益處主要有三個，分別為純粹想聽音樂、紓解壓力和讓心情平靜下來，其佔比例為 25.8%、19.9%以及 17.6%。

表 4.11 戴耳機的益處

	樣本數目	樣本百分比 (%)
促進思考	37	4.8

紓解壓力	153	19.9
幫助睡眠	53	6.9
讀書工作有效率	59	7.7
讓心情平靜下來	135	17.6
有安全感	10	1.3
打發時間	108	14.1
純粹想聽音樂	198	25.8
其他	15	2.0
總計	768	100.0

(八) 不戴耳機的影響

由表 4.12 可得知，有 74.6% 的受試者認為不戴耳機對他們其實毫無影響，表示掛耳機對他們來說並非必須。

表 4.12 不戴耳機的影響

	樣本數目	樣本百分比 (%)
無法專心思考	17	6.4
無法睡眠	8	3.0
讀書工作沒效率	18	6.8
焦躁不安	21	8.0
沒什麼影響	197	74.6
其他	3	1.1
總計	264	100.0

(九) 受試者戴耳機時之自我感受

由表 4.13 可得知，有 51.1% 的受試者在戴耳機時從來沒有去注意自己的外表看起來如何，而 35.9% 的受試者則並不在意自己戴耳機時的外貌。

表 4.13 受試者戴耳機時之自我感受

	樣本數目	樣本百分比 (%)
酷炫	20	8.7
時髦	4	1.7
愚蠢	6	2.6

沒感覺	83	35.9
從來沒去注意	118	51.1
總計	231	100.0

(十) 何種心情下戴耳機

由表 4.14 可得知，高達 77.3% 的受試者在任何心情下皆可戴耳機，表示大部分受試者掛耳機行為並不會受到心情的起伏而受影響。

表 4.14 何種心情下戴耳機

	樣本數目	樣本百分比(%)
任何心情皆可	197	77.3
愉悅時	36	14.1
氣憤時	7	2.7
悲傷時	5	2.0
五味雜陳時	7	2.7
其他	3	1.2
總數	231	100.0

(十一) 當初戴耳機的動機

由表 4.15 可得知，受試者當初戴耳機的動機最主要是想聽聽音樂，其佔整體樣本的 87.0%。

表 4.15 當初戴耳機的動機

	樣本數目	樣本百分比(%)
戴耳機很酷炫	2	0.9
想聽聽音樂	201	87.0
擁有數位播放器	9	3.9
其他	19	8.2
總數	231	100.0

(十二) 目前耳朵的健康狀況

由表 4.16 可得知，有 58.9% 的受試者認為自己目前耳朵的健康狀況十分良好，而有 32.5% 則認為尚可，此一結果與受試者使用耳機的音量、時間有十分密

切的關係。

表 4.16 目前耳朵的健康狀況

	樣本數目	樣本百分比(%)
十分良好	136	58.9
尚可	75	32.5
有一點受損	18	7.8
嚴重受損	2	0.8
總數	231	100.0

(十三) 看到戴一樣耳機的反應

由表 4.17 可得知，當受試者看到別人和自己戴完全一樣的耳機所作出的反應相當兩極化，46.7%的受試者認為對此人認有認同感，而有 44.6%的受試者則不因和別人一樣的品味而有所影響。

表 4.17 看到戴一樣耳機的反應

	樣本數目	樣本百分比(%)
與我志同道合	108	46.7
學我戴耳機	3	1.3
愚蠢至極	8	3.5
沒什麼影響	103	44.6
其他	9	3.9
總數	231	100.0

(十四) 受試者所聽的音樂

由表 4.18 可得知，受試者所聽的音樂以流行樂為最多數，佔整體的 37.0%，其次為古典樂，所佔比率為 25.3%，而爵士樂有也 21.3%。

表 4.18 受試者所聽的音樂

	樣本數目	樣本百分比(%)
流行樂	184	37.0
古典樂	126	25.3
爵士樂	106	21.3
民俗樂	53	10.6

其他	29	5.8
總計	498	100.0

掛耳機行為對個人的影響

根據以上結果，掛耳機不但成為生活的一部分，甚至成爲一種習慣、一種例行公事，因爲其方便性與實用性是其其他可攜式電子產品所無法取代的。由於許多人將掛耳機看作是一種習慣，因此不在意自己戴耳機時的樣貌，然而在看到別人和自己一樣掛耳機時，卻對別人此一行爲有認同感。

大部分的受試者通常在休息片刻時、讀書或工作時以及通勤時掛耳機，而動機大多是出自於想聽音樂，也有人透過此一行爲來紓解自己和平靜心情。即便掛耳機成了習慣，受試者對耳機的依賴度並不是很高，而且大部分每次使用耳機不超過兩小時，因此幾乎無聽力受損者。

第三節 受試者對流行文化的涉入程度

依據 Likert 五點量表，以一分到五分來計分。本研究問卷在流行文化涉入程度的部分共有 20 題，其中包含 18 題正向題以及 2 題反向題。在正向題的部分，「非常同意」5 分、「同意」4 分、「普通」3 分、「不同意」2 分、「極不同意」1 分，分數愈高者，則表示愈認同；而在反向題的部分「非常同意」1 分、「同意」2 分、「普通」3 分、「不同意」4 分、「極不同意」5 分，分數愈高者，則表示愈不認同。表格中數據分別有平均數、標準差³以及樣本總數（以 N 來表示）。

由表 4.19 可得知，掛耳機者對流行文化涉入程度的高低。以平均數來看，分數大於 3 的只有「我勇於嘗試新奇的事物」（ $\bar{X}=3.87$ ）。而平均數超過 2.5 分的有「別人常請教我有關流行方面的問題」（ $\bar{X}=2.71$ ）、「我喜歡表現地與眾不同」（ $\bar{X}=2.83$ ）、「我總是能掌握流行時尚的資訊」（ $\bar{X}=2.62$ ）、「我喜歡購買名牌商品」（ $\bar{X}=2.57$ ）、「我喜歡時下的流行事物」（ $\bar{X}=2.50$ ）、「我常從別人獲得有關流行時尚的資訊」（ $\bar{X}=2.69$ ）以及兩題反向題「我不喜歡追求流行的事物」（ $\bar{X}=2.57$ ）、「我認爲流行的事物跟我無關」（ $\bar{X}=2.67$ ）。

由以上結果可發現，共有十一道題目的平均數小於 2.5 分，表示受試者不但對流行文化的資訊有些不敏銳，而且對流行的追隨亦是相當消極，因此可得知掛耳機者對流行文化的涉入程度並不高，由此可知本研究之研究假設二「越追求流行文化者，越容易接受耳機文化」是被拒絕的。

³ 統計上經常以一簡單的數值（如平均數）來代表整體母群體的中心趨勢，以作爲統計分析上的衡量標準。但由於母群體中之個體彼此互有差異，只用一個數值代表整個母群體的狀況，有時過分的含糊籠統，因此爲彌補平均數的不足，須另尋其他數值（如標準差）來表示母群體內個體彼此之間分散的情形，並可藉之測量平均數的可靠程度。一般而言，差量愈大，母群體內各數值分散必大，其可靠性愈低；反之，差量愈小，母群體內各數值必然較密集，而其可靠性愈高。

表 4.19 掛耳機者流行時尚涉入情形表

層面名稱	題 項	平均數	標準差	N
流行先覺	我勇於嘗試新奇的事物	3.87	.80	231
	別人常請教我有關流行方面的問題	2.71	1.02	231
	別人曾經說我很時髦	2.49	1.00	231
	我喜歡表現地與眾不同	2.83	1.09	231
	我喜歡成爲吸引眾人的焦點	2.36	1.05	231
	我總是能掌握流行時尚的資訊	2.62	1.16	231
	我經常和朋友討論流行時尚的資訊	2.40	.90	231
	我喜歡購買名牌商品	2.57	1.12	231
	我喜歡購買廣告商品	2.21	.81	231
流行追隨	我總是走在流行的最前端	2.42	1.11	231
	我喜歡擁有和別人一樣的流行事物	2.48	1.04	231
	我喜歡追求流行時尚	2.31	1.05	231
	我喜歡時下的流行事物	2.50	1.06	231
	我常從別人獲得有關流行時尚的資訊	2.69	.90	231
	我覺得如果不了解現在流行什麼就太差勁了	2.35	1.06	231
	我覺得如果不了解流行時尚的資訊就無法和朋友融爲一體	2.21	.93	231
	我喜歡購買流行的商品	2.42	1.06	231
	我喜歡參與流行的活動	2.18	.93	231
流行冷感	我不喜歡追求流行的事物	2.57	.96	231
	我認爲流行的事物跟我無關	2.67	.96	231

第四節 掛耳機現象之特徵

依據第二章所列出的幾個流行文化的基本以及新的特徵，本研究結果將掛耳機現象的特徵整理如下：

- (一) 耳機文化是風格變化多而快的文化產品。
- (二) 它是靠廣告和大眾媒體推波助瀾而持續發生週期性變化的文化產品。
- (三) 借助於現代科學技術的發展成果，更加技術化和技術複製化。
- (四) 耳機文化具有強烈的消費性和商業性。

第五章 結論與研究限制

第一節 結論

一、掛耳機的族群廣泛分布在社會上各個階層

從年齡上來看，本研究結果顯示之範圍從十三歲到四十歲，但實際上小於十二歲以及大於四十歲的族群亦不少。而在從事行業的方面亦是如此。每月平均收入的多寡並不直接影響掛耳機者對耳機文化的接受度。整體而言，年輕人依舊是掛耳機者中最大量的族群，且有近八成擁有大學以上的學歷。

二、掛耳機成爲一種習慣，但不爲絕對必要性

研究結果發現有 66.7% 的受試者每天一定都會戴耳機，且有近八成每次所花的時間不超過兩小時，可知掛耳機已成爲一種習慣，甚至成爲生活的一部分。純粹想聽音樂、紓解壓力以及緩和情緒爲掛耳機行爲帶來三個主要的益處，至於心情的好壞與否並不影響受試者掛耳機的動機。然而有 74.6% 的掛耳機者認爲即使沒有戴耳機對他們來說都是毫無影響的。

三、掛耳機現象不具有強烈的象徵符號性

一般的流行文化都具有十分強烈的象徵符號性，如服裝、染髮等。但本研究結果顯示掛耳機現象的實用性大於炫耀性。僅有 0.9% 的受試者認爲掛耳機會讓他們看很酷炫。使用耳機時，分別有 8.7% 以及 1.7% 的受試者覺得自己看起來很酷炫及時髦。由此可知，即使市面上各種造型的耳機不斷推陳出新，掛耳機者所著重的仍在於其實用性，不會以新奇的耳機來標新立異。

四、掛耳機者對流行文化的涉入程度不高

由上一章最後一節的結果可得知，雖然耳機文化爲一流行現象，但掛耳機者對於流行文化的關注程度卻不高，該結果可與上一點相互印證。至於爲何會導致接受一種流行現象的族群對於普遍流行文化的涉入程度不高，這是未來相當值得探究的一個研究方向。

五、隨身聽市場的競爭、網路音樂時代的來臨以及純熟的製造技術爲耳機文化蓬勃發展的主要因素

由於投入隨身聽市場的廠商愈來愈多，因此造成現在市面上 MP3 數位播放器的價格愈來愈低廉，這與益發成熟而穩健的製造技術有著密不可分的關係。至於音樂的取得在網路音樂時代到來的同時其便利性可謂相當高，有的甚至不花任何成本即可下載到大量的音樂，再加上大容量 MP3 隨身聽的普遍性，大大助長耳機文化的發展，相信未來隨身聽市場的競爭、網路音樂時代的來臨以及純熟的製造技術仍舊是影響普及耳機文化的主要因素。

第二節 研究限制

- 一、受試者的行為無法準確地代表母群體。
- 二、無法掌握受試者是否依照真實情況填寫問卷。
- 三、缺乏任何相關行為研究來支持本論文。
- 四、問卷未經由信度與效度的檢測，造成問卷結果與實際情況有些許的差距。

參考書目

中文書目

1. 丁興祥、李美枝、陳皎眉（編）（1988）。**社會心理學**。台北縣：國立空中大學。
2. 李宏鑑（2001）。**教育研究法**。台北市：考用。
3. 拓璞產業研究所（2005）。**消費性電子產品當紅新星：MP3 player**。台北市：拓璞科技。
4. 高宣揚（2002）。**流行文化社會學**。台北市：揚智文化。
5. 張松禮（編）（1968）。**動機心理學**。台北市：台灣中華。
6. 張春興、楊國樞（1969）。**心理學**。台北市：三民。
7. 張慶勳（2005）。**論文寫作手冊**。台北市：心理。
8. 陳坤宏（1995）。**消費文化理論**。台北市：揚智文化。
9. 翁維津（譯）（1988）。高田公理著。**流行社會學：未來流行什麼？**。台北市：尖端。
10. 游伯龍（1987）。**行為的新境界：理論與實用**。台北市：聯經。
11. 謝高橋（1982）。**社會學**。台北市：巨流。

學位論文

1. 吳金宗（2005）。**MP3 數位隨身聽消費者行為之研究**。私立中華大學科技管理研究所碩士論文，未出版，新竹市。
2. 李思漢（2005）。**即時通訊軟體掛網行為與偽狀態顯示使用研究—以 MSN Messenger 為例**。國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。全國博碩士論文資訊網，094NTU05383019。
3. 林安凱（2004）。**網路族為何下載 mp3？比較理性與非理性動機的影響**。國立東吳大學企業管理學系碩士論文，未出版，台北市。
4. 張綺芯（2003）。**流行文化與台北市青少年價值觀關係之研究**。臺北市立師範學院社會科教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
5. 楊淑苓（2004）。**台北縣永和地區國中學生飲用飲料行為及其相關因素之研究**。國立臺灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
6. 趙家齡（2004）。**青少年電視使用行為與流行文化偏好關聯性研究**。中國文化大學新聞研究所碩士在職專班碩士論文，未出版，台北市。
7. 廖榮利（1977）。**自殺行為的統計分析與個案研究**。國立臺灣大學社會學研究所碩士論文，未出版，台北市。

附錄

您好，首先感謝您能夠撥冗填寫此問卷，我是建國中學人文及社會科學資優班二年級的學生。此份問卷為一份有關「掛耳機行為與現象之研究」的調查。請您放輕鬆作答，本問卷結果僅供學術參考之用，資料絕對不會外洩。由於此份問卷為本研究最重要的部分，因此非常需要您寶貴的意見，也希望您能依照真實情況回答，謝謝您的合作。如果您對本問卷內容有任何疑問，請依下列聯絡方式洽詢。

祝您永保安康

學生 張偉志 敬上

電子信箱：ernie60172000@yahoo.com.tw

聯絡電話：0972184661

第一部分 過濾題

1. 您目前有在使用數位播放器（例如 MP3 Player）嗎？
 有（請繼續作答） 沒有（為了本研究的客觀性，請結束作答，謝謝）
2. 承上題，您使用它來聽音樂（非廣播電台）嗎？
 有（請繼續作答） 沒有（為了本研究的客觀性，請結束作答，謝謝）

第二部分 關於您所使用的耳機（若您擁有一副以上的耳機，請您依目前所使用的作答）

1. 您目前所戴的耳機是屬於哪一種？
 耳塞式 耳掛式 頭戴式 其他 _____
2. 承上題，它的品牌是哪一種？
 JVC Panasonic Elecom Sony Creative AKG Sennheiser
 Philips SANYO 其他 _____
3. 承上題，它的價位大概是多少？
 500 元以下 500-999 元 1000-2999 元 3000-4999 元
 5000-6999 元 7000-8999 元 9000 元以上
4. 選購耳機時，您比較注重下列哪一項？（可複選）
 品牌 音質 價錢 外觀 材質 能用就好 其他 _
5. 請問您擁有過幾副耳機？
 一副 兩副 三副 三副以上
6. 請問您是否經常更換耳機？
 是，平均每 _____ 換一次
 否，我從來沒換過耳機

第三部份 關於您所使用的播放器（若您擁有一台以上的播放器，請您依目前所使用的作答）

1. 您所使用的播放器是屬於哪一種？

手機 僅可支援 MP3 格式的數位播放器 可支援 MP4/MP3 格式的數位播放器

僅可使用 CD 光碟的數位播放器 其他 _____

2. 承上題，它的品牌是哪一種？

Apple Samsung Sony BenQ Transcend Apacer

NION

Ergotech MPIO MSI Creative 其他 _____

3. 承上題，它的價位大概是多少？

999 元以下 1000-2999 元 3000-4999 元 5000-6999 元

7000-8999 元 9000-10999 元 11000-14999 元 15000 元以上

4. 請問您播放器的容量為多少？

小於 256MB（包含） 512MB 1GB 2GB 2GB 以上

5. 選購數位播放器時，您比較注重下列哪一項？（可複選）

品牌 功能 價錢 容量 外觀 材質 能用就好

其他 _____

6. 請問您擁有過幾台播放器？

一台 兩台 兩台以上

7. 請問您是否經常更換播放器？

是，平均每 _____ 換一次

否，我從來沒換過播放器

第四部份 您目前掛耳機的情況

1. 您戴耳機戴了多久？

一個月以內

三個月以內

半年以內

一年以內

一年以上

2. 您通常在什麼樣的情況下戴耳機？ (可複選)
- 通勤時
 - 工作或讀書時
 - 休息片刻
 - 環境嘈雜時
 - 環境安靜時
 - 其他 _____
3. 您通常將耳機的音量調整至
- 完全掩蓋週遭一切的聲音
 - 勉強聽得到週遭較嘈雜的聲音
 - 可以聽得到週遭環境的聲音
 - 隨著週遭環境音量大小而調整
4. 您戴耳機的頻率大約為多少？
- 每天必戴
 - 二到五天戴一次
 - 五天以上（小於一周）戴一次
 - 偶爾（大於一周）戴一次
5. 您戴一次耳機所花的平均時間為多少？
- 30 分以下
 - 31-60 分
 - 61-120 分
 - 121 分以上
6. 戴耳機對您來說有何好處？ (可複選)
- 促進思考
 - 紓解壓力
 - 幫助睡眠
 - 讀書或工作更有效率
 - 讓心情平靜下來
 - 有安全感
 - 打發時間
 - 純粹想聽音樂
 - 其他 _____
7. 如果不戴耳機的話，您將會感到如何？ (可複選)
- 無法專心思考
 - 無法睡眠
 - 讀書或工作沒效率
 - 焦躁不安
 - 沒什麼影響

- 其他 _____
8. 您覺得您戴耳機時看起來如何？
- 酷炫
- 時髦
- 愚蠢
- 沒感覺
- 從來沒有去注意
- 其他 _____
9. 您通常在什麼樣的心情下戴耳機？ (可複選)
- 任何心情皆可
- 愉悅時
- 氣憤時
- 悲傷時
- 五味雜陳時
- 其他 _____
10. 當初為何您要戴耳機？
- 覺得戴耳機很酷炫
- 想聽聽音樂
- 擁有數位播放器
- 其他 _____
11. 請問您目前耳朵的健康狀況
- 十分良好
- 尚可
- 有一點受損
- 嚴重受損
12. 當您看到有別人和您一樣戴耳機，您會覺得這個人如何？
- 與我志同道合
- 他幹嘛學我戴耳機
- 愚蠢至極
- 沒什麼感覺
- 其他 _____
13. 您通常聽哪一種音樂？ (可複選)
- 流行樂 古典樂 爵士樂 民俗歌 其他 _____
14. 請您依您個人經驗回答下列問題的同意程度。

	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	極 不 同 意
14-1 我曾因為戴耳機而發生意外	<input type="checkbox"/>				
14-2 曾經有人反對我戴耳機	<input type="checkbox"/>				
14-3 曾經有人說我戴耳機看起來如何	<input type="checkbox"/>				
14-4 拿掉耳機時，我會一直回想剛剛所聽的歌	<input type="checkbox"/>				
14-5 我想讓別人知道我有戴耳機	<input type="checkbox"/>				
14-6 我總是仔細聆聽耳機所放的音樂	<input type="checkbox"/>				
14-7 我經常更換播放器裡的歌曲	<input type="checkbox"/>				
14-8 我的音樂檔總是從 P2P 軟體（例如：Kuro）下載	<input type="checkbox"/>				
14-9 看到別人戴的耳機比我高級（或新奇），我會有 所反應	<input type="checkbox"/>				

第五部分 您對流行的偏好

	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	極 不 同 意
1. 我勇於嘗試新奇的事物	<input type="checkbox"/>				
2. 別人常請教我有關流行方面的問題	<input type="checkbox"/>				
3. 別人曾經說我很時髦	<input type="checkbox"/>				
4. 我喜歡表現地與眾不同	<input type="checkbox"/>				
5. 我喜歡成為吸引眾人的焦點	<input type="checkbox"/>				
6. 我總是走在流行的最前端	<input type="checkbox"/>				
7. 我總是能掌握流行時尚的資訊	<input type="checkbox"/>				
8. 我喜歡擁有和別人一樣的流行事物	<input type="checkbox"/>				
9. 我喜歡追求流行時尚	<input type="checkbox"/>				
10. 我喜歡時下的流行事物	<input type="checkbox"/>				
11. 我經常和朋友討論流行時尚的資訊	<input type="checkbox"/>				
12. 我常從別人獲得有關流行時尚的資訊	<input type="checkbox"/>				
13. 我覺得如果不了解現在流行什麼就太差勁了	<input type="checkbox"/>				
14. 我覺得如果不了解流行時尚的資訊就無法和朋友 融為一體	<input type="checkbox"/>				

15. 我喜歡購買名牌商品	<input type="checkbox"/>				
16. 我喜歡購買流行的商品	<input type="checkbox"/>				
17. 我喜歡購買廣告商品	<input type="checkbox"/>				
18. 我喜歡參與流行的活動	<input type="checkbox"/>				
19. 我不喜歡追求流行的事物	<input type="checkbox"/>				
20. 我認為流行的事物跟我無關	<input type="checkbox"/>				

第六部分 個人基本資料

為了使本研究更加完整，請您先填寫您的個人資料。

- 性別： 男性 女性
- 年齡： 12歲以下 13-15歲 16-18歲 19-22歲 23-25歲
 26-30歲 31-40歲 41-50歲 50歲以上
- 婚姻狀況： 已婚 未婚
- 教育程度： 國中或初中 高中、高職 專科 大學或學院 碩士、博士
- 每月平均收入（或零用錢）約：
 1000元以下 1001-5000元 5001-10000元 10001-30000元
 30001-65000元 65001-100000元 100001元以上
- 從事行業
 學生 製造業 資訊科技 商業 金融保險及不動產服務業
 服務業
 工商服務業 公務人員 教師 營造業 運輸業 通信業
 軍人
 大眾傳播／廣告 家管 自由業（律師、醫師等） 待業中 其他 _____
- 請問您是否經常通勤？
 是（請繼續往下作答） 否（本大題結束作答）
- 請問您通勤時所搭乘的交通工具為何？
 大眾捷運 公車 計程車 走路 其他 _____

為了確保問卷的有效性，請您再檢查是否完全填答，再次感謝您作答，祝您事事順心。