

南華大學

傳播學系碩士班碩士論文

女性與科技的對話

探究智慧型手機在女性生活上的意義

A Dialogue between Women and Technology:

The Significance of Smart Phone in Women's Life



研究生：許馨方

指導教授：劉平君 博士

中 華 民 國 104 年 7 月

南 華 大 學

傳播學系碩士班

碩 士 學 位 論 文

女性與科技的對話-探究智慧型手機在女性生活上的
意義

A Dialogue between Women and Technology:
The Significance of Smart Phone in Women's Life

研究生：

許 啟 芳

經考試合格特此證明

口試委員：

程 紹 淳

劉 子 元

唐 士 哲

指導教授：

劉 子 元

系主任(所長)：

李 憑 漢

口試日期：中華民國一〇四年七月三日

誌謝

時間過得好快！四年一下就過去了！求學時期曾因為不愛念書，被老師視為問題學生的我，沒想到也踏入了研究生生涯，這真的是讓我意想不到的。

首先要感謝鄧宗聖老師，感謝您當初發現我對於傳播領域以及表演藝術興趣，沒有您，我可能也不知道傳播學門和表演藝術的奧妙，也不厭其煩的傳授許多相關知識以及人生道理，如果沒有您，現在可能在路邊流浪了！還有高中同學昱儒、小穆、范姜、書慧、嘉琪、薛，謝謝你們，我倒了很多心情垃圾給你們，要定時清理喔！以後我還會繼續吵妳們的！愛你們喔！一起加油！以及要感謝的是高苑資傳系的林聯發系主任、陳協志老師、馮淑萍老師、龔恆燁老師，謝謝你們的鼓勵與支持，如果沒有您們，我可能連考研究所的動力都沒有，還有大學同學&學弟妹糖糖、毛、宜芳、孔傳、苑琳、佳蓉、巧克力、品沐、正咩、善正、心柔、婉婷、小貝、欣怡、仁豪、小草、企鵝，謝謝你們，如果沒有你們，可能我的生活就失去樂趣和歡笑囉！謝謝你們！還有戴然老師！如果沒有您，我連踏進研究所的能力都沒有，也感謝您不斷給我加油打氣，還有一起努力的肉包、怡君、小燁、之之、亞寧、資霖、益勝、立群大哥，謝謝你們陪我度過那重要的一年，真的很懷念那時候一起寫考古題、整理資料以及互相督促對方念書的情況呢！

還要謝謝研究所成員們～平君老師、磨磨老師、婷玉老師、小程老師，在你們身上真的學到很多知識！還有傳播消夜八卦團、學弟妹們、凱蒂姊妹花成員，在煩悶的研究所生活當中加了點潤滑劑，變得更多采多姿！還有我的論文指導老師平君老師，謝謝您耐心指導與糾正，讓我學到許多！謝謝老師！也謝謝口委們給予珍貴建議！最後，謝謝資策會敦化南路分部的雅玲姊、育珮姊、Amy 姊、大陸組心智哥、亞洲研究志雯姊，及同組的姿廷、宣緯、欽閔，還有家人們跟同是研究生的瀚強，還有小魚、毓青、冠宇、蚊子，你們的支持和鼓勵！愛你們愛大家！

馨方 寫於溫暖小窩

摘要

本研究以科技社會與智慧型手機發展為主軸，觀察不同年齡層和職業背景女性使用智慧型手機的現象及其在女性生活上的意義，將女性分成五大大齡層，包括 20 以下、20~30、30~40、40~50、50 以上，以深度訪談分析女性使用智慧型手機的動機和方式，以及智慧型手機對女性的意義。

結果發現，女性會因外型、實用性、人際影響、以及社會風氣而購買智慧型手機，且多為重度使用者，多使用通訊軟體、社群網站和照相修圖功能，而智慧型手機對女性而言，除能學習新資訊與知識技能，更能提升社經地位、提供娛樂與生活調劑、跟上社會流行，甚至成為職業婦女在事業與家庭上的幫手，導致女性與智慧型手機之間密不可分的關係。



關鍵字：科技、社會、女性、智慧型手機

Abstract

In this paper, the development of science and technology community and smart phones as the main effect of different professional backgrounds and ages for women to use the smart phone as well as the significance of the phenomenon of female life, the women into five age-groups and from -15 to 20 years old, 20 to 30 years old 30 to 40 years old, 40 to 50 years old, 50 to 60 years, the way the use of in-depth interviews, analysis of the women of all ages use smartphones motivation, use, frequency of use, use the function and use of brought to affect sex.

The results found that women because looks beautiful, high availability, subject to interpersonal influence, as well as to keep up with popular culture and the social use of smart phones, use of the process, but also to get information to learn more knowledge and skills, and even become pushing Hands working women career and family life, the invisible also developed a correlation between women and technology.

Keywords : technology, society, female, smart phones

目錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
目錄.....	III
第一章 緒論.....	1
第二章 科技、手機與女性.....	2
一、 科技與社會.....	2
二、 科技與女性.....	3
三、 手機與女性.....	4
第三章 研究方法.....	7
一、 智慧型手機的發展.....	7
二、 研究方法－深度訪談法.....	8
第四章 資料分析.....	12
第一節 女性使用智慧型手機.....	12
一、購買動機.....	12
(一) 外型.....	12
(二) 實用性.....	13
(三) 人際影響.....	14
(四) 社會風氣.....	15
二、使用方式.....	15
(一) 品牌與時間.....	15
(二) 頻率.....	16
(三) 功能.....	18
第二節 智慧型手機對女性的意義.....	28
一、 追求新資訊與自我學習.....	28
二、 事業幫手與家庭助力.....	29
三、 提昇本身社經地位.....	30
四、 提供娛樂以及生活調劑.....	31
五、 跟上社會流行.....	32
第五章 結論.....	34
參考書目.....	38

第一章 緒論

受社會經濟發展以及技術發達之影響，人際傳播從面對面口語傳播到有線電話，再到無線與觸控式手機，甚至手機樣式與功能越來越多樣化，無論是在生活或工作，手機都為人類帶來巨大影響。

約莫三四年前，研究者觀察到一種現象，即身邊女性朋友開始對科技產品有興趣，尤其是智慧型手機，甚至比男性還要了解其操作與運用，例如會討論手機款式、軟體操作等，她們不僅產生好奇心，開始向身邊朋友諮詢請教，甚至在學習過程發現更多相關資訊，進而成為親朋好友間的話題，更開始結交同好，並逐漸影響與同儕和家人間的互動，甚而改變自己的想法與性格。

研究者碩二時曾修習女性主義課程，讀到西方中古時期，女性在社會上是附屬品，生活範圍僅集中於家庭，不只沒有名聲和地位，更沒有受教育和學習的機會，一直到中晚期，科技相關產品慢慢出現，像是洗衣機、電視機、吹風機、電燈、電話等等，女性慢慢開始學會操作，才從這些科技產品身上得到安慰和愉悅，並開始利用科技產品與外界互動，拓展自己的社交圈。

到了現代，社會文化變遷，科技發展迅速，女性走入職場，更能主導自己的生活與未來，而從電話發展至手機，隨著女性消費力崛起，女性市場也成為手機品牌行銷的對象，開始針對女性族群量身打造手機產品，也就是在此時，研究者發現身邊不同年齡層的女性朋友對手機看法與使用不同，年輕女性多在意手機顏色和內部功能，中年女性則關注流行性，因此，激發研究者有關女性與手機關係的研究主題。

第二章 科技、手機與女性

本研究關注手機與女性的連結，因而，先探討社會、科技、手機與女性的關係以發展本研究問題。

一、 科技與社會

科技(Technology)一詞，最早源自於希臘文(technologia)，大多指“Science and technology”，是具有技術、知識和運用策略性的，原意為個人的技藝或技術，後衍生為”Technology”。¹

科技的出現意味著社會文明開始進步，McLuhan（1964）說，科技是融合了口語傳達、文字、印刷術發展、傳播科技四大重點，如果沒有這些，也就不會影響到後續之社會發展（轉引自胡光夏，2007）。

科技的發展甚至可以改變整個社會環境體系，早期人類為了要傳達即時訊息，用各種方式（如飛鴿傳書、圖像繪製等等）來表達訊息，到了中期，印刷術發明，科技發展更上一層樓，甚至傳入世界各國。

廖彩惠、陳泰穎（2009）提到，科技發展起因於文字出現，例如甲骨文到紙張、印刷術發明，再到攝影，更延伸到電腦、資訊數位化，使得資訊傳遞和儲存量更為迅速與便利，讓使用者本身除了透過紙張獲得專業知識之外，使用者也能夠透過網路獲取更多的資訊與內容。

根據教育部數位學習資源入口網引述Hacker& Barden（1987）觀點中提到，科技是人類善用、適應環境的工具，也是促使社會進步的重點。

而Raymond Williams（1985）認為，科技的發展，會不斷影響社會整體環境

¹ 引用於國立成功大學造船及船舶機械工程系助理教授陳政宏，於2002年3月17日發表－工學院裡的咬文嚼字－談「科學」、「科技」、「技術」之評論。

和文化結構，使得發展性更為多元化，而使用者範圍也不分年齡、性別、族群，變得更樂意去接觸更多新的資訊與概念，不斷的接觸與互動的結果，彼此之間的關係也跟著改變（轉引自楊意菁，1998），人與人之間的距離變得更近。

所以John Fiske（2002）以文化消費與訊息接收面向來看科技發展，認為人類無法抵抗這樣的魔力，甚至連帶影響科技本身的產品形象與產製，藉由外力技術影響來塑造自己的生活和文化，是使用者本身無法去推斷與想像的，使得生活變得多采多姿，在接收或使用訊息時會更加便利（轉引自沈文凱，2005）。

簡言之，「科技」是社會文明進步象徵，也是社會和歷史轉變重要的里程碑，從遠古時代原始人的鑽木取火、到愛迪生發明燈泡、貝爾發明電話、摩斯密碼等等，再進步到人手一台手機或平板電腦。

而當科技逐漸拓展至日常生活時，就已成為人類生活中的一部分（涂晒儀，2006），影響的後果不只在生活層面，甚至帶動整體社會現象與流行文化，更左右著人類的思想與行為。

二、 科技與女性

科技發展帶來社會進步，也影響了權力和思想，特別是與性別產生關連，早期的科技工具製造較為技術性和陽剛化，也以男性使用者居多，而在政治經濟上多由男性掌握權力，因此在科技運用上，自然而然與男性聯結。

「科技」這兩個字，一開始用於軍事技術，多由男性主導和掌握，以男性為出發點，從內部操作技術，一直到整體場面掌控，也以男性為主。

劉珠利（2005）指出，社會整體結構對於男性和女性的要求不一，男性很自然就被定義在從事較技術性的工作，個性一定要剛毅、堅強，而女性只能從事較柔性的工作，因此，科技和女性之間的關係較為薄弱，也可能產生刻板印象。

但自從婦女運動和女性主義開始蓬勃，因其不斷提倡性別平等與自由，使得女性與科技的關係也開始產生轉變。

張家榕（2011）研究女性與廣告之關係後發現，女性與社會文化和傳播媒介之間有關係。她認為，女性可能會因社會文化成長與轉型的衝擊下，生活圈從家務拓展至社群，接受不同背景文化，導致女性自我意識提升，也能自由運用科技產品。

因此，女性與科技之間的關係，也因應社會不斷轉變而有新的火花，田乙汝（2004）指出，社會型態不斷改變，科技也會跟著突破以往的傳播與接收訊息模式，讓女性可以利用另種方式與管道來展演自己的想法。

吉見俊哉（李尚霖譯，2013）認為，電話發明在傳播科技發展史上，是個重要里程碑，而在性別方面，女性除了家務以外，又可以從中獲得樂趣，使得家庭變成女性重要的社交場所之一，而電話成為重要的社交工具。

Bodil Folke Frederiksen（2000）則以非洲女性為例來看新媒介科技的發展，他認為科技發展會帶動流行風潮，女性可以藉此走出家庭，找到新的自己，同時也能學習新的事物，甚至可以改變自己，對於科技物不再產生排斥。像是電視戲劇、電影播放，流行文化的輸送等等，這些影響了她們對婚姻與生活的態度、想法，甚至希望自己有學習與接觸的權力。

葉庭安、王孝勇（2013）的研究更發現，科技的產生，能夠帶給閱聽人歡愉和愉悅，而女性也能跟男性一樣成為主角。王清慧(2002)也指出，女性的角色多於家務，因此，科技的發展進步，使女性成長邁向更大一步。

三、 手機與女性

科技發展與進步最顯著的，就是手機了，手機的出現讓科技的發展史寫下新

的一頁。手機，讓更多人能夠善用科技帶來的便利，也豐富了人類生活，從傳統 BB call、按鍵式（翻蓋和黑磚頭）傳統手機、滑蓋，一直到現在的觸控式智慧型手機，在這短短10年間，變化甚鉅，品牌與外型方面，也越來越多。

手機，是在科技產品當中，最為直接也是最簡單的工具，而大眾接受度也是最高的，人們可以隨時隨地透過手機來知道最新資訊，近年來，手機甚至漸漸取代電腦，此亦使手機的成長和發展性提高。

吳姿嫻（2008）分析科技重度使用者發現，使用者可以透過手機或其他科技產品和本身既有之網路系統不斷生產和製造屬於自己的文化，不管在哪個場域，不分性別，每個人都能隨時隨地使用，可以自由安排時間，不受他人控制或影響，來達到某種愉悅目的。

許芷浩（2013）也認為，手機媒介已漸漸融入生活，隨時都能進行對話與溝通，使得社交圈更加擴展和凝聚。郭馨棻（2011）則提到，手機媒介其實是一種聯繫情感與展現的管道和工具，透過使用頻率及訊息傳達，使得社交圈的情感能夠凝聚起來，可以盡情的在私領域中分享自己的喜怒哀樂。

呂琦璋、鍾智凱（2011）則強調，手機本身有股特殊吸引力，透過新聞媒體不斷形塑、強化、包裝之下，強調出自身特色，甚至透過手機來呈現自我魅力，與生活連結，產生密不可分的關聯性。

所以，手機的外型、色彩、功能，都是以「人」為出發點而設計成的，是較為人性化的，而人類的感官與知覺和媒介產生一種連結橋樑，不斷去滿足消費者品味和想法，從心理延伸到生理性，試圖去刺激「人」內心的慾望與注意力，同時也能滿足自己的視覺與觸覺。（閻建政，2010）

換言之，科技與手機的快速發展，對女性來說，無疑是面對新生活的挑戰，並希望藉由手機或科技的發展，讓自己跟上潮流，也能與男性獲得科技使用之權

力。

張玉佩、呂育璋（2005）指出，女性可以因自己的歷史、文化背景、社經地位不同，與科技之間產生影響，而生產出各種不同的功能性，也能不斷創造新的方向。他們更運用賽伯人(Cyborg)的觀點，指出女性其實可以從科技當中建構出認同感。

成令方、吳嘉苓（2005）則認為，科技發展往往與女性較無關聯，但是電話的發展，卻能讓女性與社交範圍進行連結，甚至擴大自己社交圈，她們指出電話是女性與科技接軌最直接的工具，使得科技融入女性生活圈，並且改變女性對於科技的使用與認知，科技不再是只有男性專屬的權利。

黃淑玲、游美惠（2007）也指出早期的電話發展，確實改變了女性對於周圍地理環境了解與認識的空間，而近年來使用手機族群的女性有增加的趨勢，使得原本只設定給男性族群的區塊有大幅改變，甚至連行動手機廣告也找女性來代言，試圖越過女性與科技鴻溝，使得性別意涵更加明顯。

也就是說，手機已經漸漸成為日常生活中的必備品，在不同背景、習慣、文化、生活型態之下的族群，對於科技產品的需求、消費慾望與想像各有所不同，審美觀也會跟著不同，因此女性可以突破男性權力結構，產生差異性。（邱淑娟，1997）

基於此，本研究以智慧型手機為例，試圖了解女性與科技的關係，研究問題包括女性如何使用智慧型手機以及智慧型手機對女性的意義。

第三章 研究方法

一、 智慧型手機的發展

智慧型手機，又稱智能手機（smart phone），其系統比一般手機快速許多。陳其生（2007）將智慧型手機定義為「個人行動助理」，其為可進行訊息傳遞、上網與資訊使用等多方面的工具，而手機介面方面與內建軟體系統從1G升格到4G，使得各種軟體都能透過手機觀看和運用（轉引自吳秀春，2013）。

手機發展迄今約莫20年時間，在這20年當中，變化甚鉅，大致可分為四大時期：

- 1、 前期（1980-1990）：當時手機整體容量為 1G，速度有限，款式最早是黑金剛，為 Motorola 所生產，堪稱手機始祖，而當時手機才開始發展，所以強調工具性的基本性能最多，各家主打手機也不同，2G 也慢慢出現，開啟手機成長與蓬勃發展的一扇門。
- 2、 中期（1990-2000）：開始有觸控式手機，但屬於最基本的觸控操作，例如 Samsung Anycall 系列、Sony 系列、Nokia 3210 系列、Sony Ericsson 系列、Motorola 系列，並增加許多娛樂功能，如最基本的畫素拍照、簡訊、GPS 導航，同時並強調輕巧、好攜帶，也強調娛樂功能，使得手機發展更邁向一大步。
- 3、 後期（2000-2010）：邁入千禧年後，手機內容與外觀設計產生小變化，操作模式比以前更多元，Sony 甚至出產 walkman 系列，主要強調的是音樂專屬機，甚至有首批針對商務人士專用的折蓋手機，在當時也引起話題。

爾後，掌上型 PDA 和 Black Berry 黑莓機第一代、Nokia N 系列、HTC touch、HTC one 系列等等隨之出籠，讓使用者和消費者增加，並有更多選擇性，使得手機製造與發展邁向新的里程碑。

而軟體方面更多元，鈴聲也發展至和絃，相機畫素也跟著提升，手機外型也走向精緻與多元化，外型也不再是傳統的四方形，為吸引女性族群，開始有其他樣式出現，使得手機不再是傳統的形象。

- 4、現況(2011~迄今): HTC、Apple 也開始進軍手機，發展出更新的觸控模式，以及 Apple ipad 系列的出現，讓後續出產之科技產品也追隨其腳步，甚至還有女性限定系列手機，科技內建功能也跟著增加，軟體隨之多元化，使得使用者能夠自由運用科技產品，而不再侷限某種框架內。

手機從一開始的黑金剛，一直到近幾年的 iPhone 等智慧型手機發展，這中間短短20年，變化甚深。因此，本研究以智慧型手機為主，以深度訪談法探討女性使用智慧型手機之動機、方式和生活意義。

二、 研究方法－深度訪談法

深度訪談是質性研究最普遍、最方便蒐集資料的方法。訪問的過程中，訪問者與受訪者必須要有互動，受訪者條件也必須要符合研究資料需要對象之背景，才能讓訪談過程與結果更臻完美。

潘淑滿(2003)指出，運用深度訪談方法，可以創造出一種傳達情感之溝通情境，研究者必須建立有主題性之談話，讓受訪者與訪談者之間，在情境之中搭起互動的橋樑。

胡幼慧(1996)也提到，透過深度訪談方式，受訪者與研究者間不斷透過彼此互動而可產生出新的看法和意義(轉引自朱鴻鈞，2007)。

胡幼慧、姚美華(2001)又將深度訪談法，分為結構式、非結構式與半結構式訪談，半結構式訪談是採取引導式做法，透過訪談主題和題目讓受訪者對於主題認知看法與經驗能夠侃侃而談，也利於研究者進行資料蒐集。萬文隆(2004)指出，深度訪談可以了解受訪者對於主題的想法，也能獲得更多不同的資訊(轉

引自吳如茵，2009)。此外，透過擬定訪談題目，讓受訪者在訪談過程中，能夠快速進入狀況，也能獲得更多。

本研究採半結構式深度訪談法，並以立意樣本和滾雪球方式尋求受訪者。而由於本研究著重於女性使用智慧型手機的意義，因此將女性受訪者限定為智慧型手機的長期使用者，並選擇20以下、20-30、30-40、40-50、50以上等五年齡層女性來看其所賦予手機的意義。

本研究徵得十五位受訪者背景資料如下表：

代號	性別	年齡	學歷	職業	婚姻狀態	居住地
A	女	15	高二	學生	未婚	高雄市
B	女	17	高三	學生	未婚	高雄市
C	女	20	大三	實習營養師	未婚	高雄市
D	女	22	大學畢	記者	未婚	台北市
E	女	25	大學畢	品管助理	未婚	高雄市
F	女	27	碩二	學生	未婚	台北市
G	女	30	研所畢	服務業	未婚	台北市
H	女	30	研所畢	公關	未婚	高雄市
I	女	36	高中畢	商	未婚	高雄市
J	女	40	大學畢	商	已婚	高雄市
K	女	45	高中畢	金融業	已婚	高雄市
L	女	49	大學畢	保險	已婚	高雄市
M	女	55	大學畢	公務員	已婚	嘉義市
N	女	60	高中畢	美容業	已婚	屏東縣
O	女	60	高中畢	家庭主婦	已婚	屏東縣

至於訪談問題，本研究以研究問題－使用手機的方式、手機對女性的意義來設定訪談大綱如下：

1、使用手機的方式

- (1) 請自我介紹（年齡、職業、居住地）
- (2) 現在的手機，品牌與型號？為何選擇此款手機？
- (3) 是否有特定喜好的品牌？為什麼？
- (4) 是否在意手機的外觀設計、顏色和材質等？為何？
- (5) 使用手機的頻率？大多使用哪類功能？
- (6) 對於自己手機軟硬體的熟悉度？
- (7) 是否會接觸相關資訊或新聞？(如論壇、網站等等)？

2、使用手機的意義

- (1) 何時開始使用手機？使用手機的經驗？
- (2) 為何更換為智慧型手機？動機為何？
- (3) 能否分享一下您的智慧型手機使用的經驗？情形為何？
- (4) 除了手機之外，是否還有使用其他科技產品(如 ipad 等)？
- (5) 是否會因為廣告傳達或人際影響，而影響到自己對於手機的選擇性？如何影響？
- (6) 就科技產品而言，手機使用是否在生活和工作上帶來方便？是否會影響到與朋友(家人或同事)之間的互動關係？如何影響？

(7) 身為女性,您認為手機這個產品，能不能代表自己的個性與行為？為什麼？

(8) 您認為女性在智慧型手機市場中扮演著什麼樣的角色或功能？

(9) 您認為使用手機（科技產品）時，可以獲得到什麼？



第四章 資料分析

本章節共分為兩大部分，第一部份有關女性如何使用智慧型手機；第二部分則為女性如何看待智慧型手機。

第一節 女性使用智慧型手機

手機是科技發展下的產品，也是傳遞訊息的媒介，當使用者一開始對手機從陌生、學習接觸到熟悉，必定花了些許時間去熟悉、適應和學習，以下將從購買動機和使用方式，包括使用的品牌與時間長短、使用的頻率與功能等來看女性如何使用智慧型手機。

一、購買動機

女性為何使用智慧型手機？大致有外型、實用性、人際影響和社會風氣等四大原因。

(一) 外型

此類型女性身邊物品的顏色都一定要看起來鮮艷、漂亮、有質感，才能襯托出自己的眼光、喜好或身分地位，甚至個人的生活品味。受訪者E和M皆對手機外型的顏色和形狀相當重視。

很重要耶！粉紅色超亮，有些人是看外型或功能，但我是因為外型和顏色才去買的，最近的 SONY Z 紫色我超喜歡的！我喜歡紫色！但是粉紅色也很漂亮，所以就選了，Z 太貴了！哈哈！（E）

純粹是因為漂亮才選她，沒有特定喜歡的品牌因為注重外型，看起來要漂亮和順眼，感覺要亮（M）

兩位受訪者很講究於手機顏色和外型，並認為可以透過外型來襯托出自己的看法與眼光，以便於在團體中突顯自己獨特的個人品味，甚至可以造成討論的話題。此外，由於著重手機外型者僅兩位受訪者，且是低（~20）與高（50~）年齡層，可見外型並非女性購買和使用手機的最主要原因。

（二）實用性

此類型女性較注重手機的實用性，外型則是其次，她們認為功能實用勝過一切，甚至希望自己的手機是個百寶箱，最好打開裡面應有盡有，可以上網、可以傳重要檔案等等。A、B、C、F、H、I、K、L 等八位受訪者表達了此種購買動機。

因為 iPhone 4S 比較不會當機啊！真的比較不會當機！（A）

因為可以隨時 update 資訊或者是可以傳給主任一些調查報告阿，給同事或我的客戶建議食譜等等的。（B）

手機對我來說，是個很重要的東西，因為沒有他感覺好像世界末日了哈哈！當初會選智慧型是因為手機到期了想換，就有開始參考一些資料。（C）

我是用 I5，因為我的電腦是 Mac air，裡面的一些軟體可以通用。（F）

是五年前，只是那個時候 iPhone 在國外是剛起步而已所以我是用 iPhone 的 3GS，3GS 可以上網！（H）

大約在三年前才開始接觸智慧型手機，因為我覺得方便，再來我其實有觀察到一個社會現象，就是現代人常會因為工作忙碌，而忽略到身邊的朋友和家人，可能忙到沒時間打電話甚至睡覺，甚至聯絡事情上，我覺得現在有 LINE 阿即時通阿甚至更早以前有 MSN 這類的東西，對我的工作也好，

對我學習新東西也好，甚至跟朋友家人聯絡也好，我覺得是很棒的。(I)

其實我很早就開始拿手機了，大概 20 多年前吧！我想起來了！是民國 78 年那時候啦！那時候其實我還有在教課，那時候我的店還在，員工都會需要跟我回報狀況，所以需要手機，那時候手機超貴！（K）

前陣子我原來那隻不知道是容量太大還怎樣，就常常關機，朋友也找不到我，那我想說，這樣會造成我工作上還有聯絡上的不方便，所以我就換了！但是很多朋友都會建議我換三星 HTC 還有 apple，那我朋友有人用 HTC New One，那我有考慮到說，我習慣 HTC 了，那三星的話，好像說會到一年多兩年後會出很多狀況，HTC 我比較順手，apple 的話他的操作跟其他手機不一樣，所以我就選 HTC。(L)

此類型的女性受訪者，對於手機的外觀樣式較無要求，因其注重實用性，認為「內在」比外觀重要，若能將手機功能的熟悉度提高，增加軟體之間應用的熟練度，在面對自己的生活和工作的時候，能夠適時的加分。此外，實用性顯然是女性購買手機的主要原因，也因此八位受訪者均為 20-50 的工作適齡人口。

(三) 人際影響

此類型女性購買手機多為親朋好友或同事推薦等人際關係，受訪者有 D、G、J 等三位屬人際影響因素。

會用的原因是因為我生日快到了，大概四年了吧！是當時的男友送我的，並不是刻意買的。(D)

我手機是 SONY X10，這手機剛好是四年前我在上班的時候我同事要換 iPhone，所以她就將 SONY X10 低價賣給我用，才去使用智慧型手機的。(G)

我是在去年的時候，是同事推薦，在加上那時候好像是開會剛結束，

我同事要傳一份報告給我，他就直接說那我傳給你就好了你就直接手機上收就好！那時候我就想說，傳真的話，如果沒有傳好，就又要麻煩對方再傳一次，就有點麻煩！（J）

此類女性受訪者因受人際方面的口耳相傳關係，才會產生購買智慧型手機的動力，顯示她們希望藉由科技發展，在同儕中維持平等地位，也更能融入團體。此外，三位受訪者為20-40年輕人，以致較重視職業團體與同儕關係。

（四）社會風氣

此類型女性重視流行性，認為自己要跟著潮流走才不會與社會脫節，受訪者中N、O屬於此類。

因為大家都在進步，我不能拿那種傳統手機，這樣我會感覺跟社會脫節，結果用了之後，我發現跟朋友的互動變多了。（N）

新的東西慢慢出來了，年輕人就開始玩嘛，那我就想說人不要永遠都在以前要走出來，要跟得上時代，我想加入年輕人族羣，因為我還很年輕啊！不想被社會和時代淘汰！（O）

兩位受訪者皆為40-50的熟齡女性，可見年齡層較高的女性較在意自己是否與社會脫節，再加上職業經歷較久，本身已具備相當之經濟力，因此也更有能力負擔較為昂貴的手機費用，一方面能利用手機拓展自己的人際關係，又能拉近與年輕人之間的距離。

二、使用方式

（一）品牌與時間

受訪者中有7人使用HTC；4人使用iphone；各2人使用sony與samsung。此外，使用時間多為兩到四年之間。可見手機價格是使用的重要因素，但年齡並未影響

價格的考量。

(二) 頻率

根據受訪者自我評估而將其區分為使用智慧型手機頻率高、中、低者。

1、頻率高：

此意指一天當中，使用時間較長者，且多使用特定軟體，像是 Facebook、LINE、遊戲等。受訪者 A、B、C、D、E、F、H、I、K、L、M、N 均屬此類。

超高的啊！除了上班和讀書之外，都在玩手機。(A)

超長的啊！(B)

我的話就有時間就會滑，都拿來看 FB 比較多！還有 LINE！基本款！

(C)

大概一小時內有半小時再用吧哈哈！！幾乎一醒來會先滑一下再去刷牙之類的。(D)

一天照三餐＋消夜！就玩遊戲啊！時間大概一次半小時到一小時吧！

(E)

其實頻率滿高的耶！就 LINE 裡面可以發送可愛的圖案，還有一個軟體很像社群網站那種也是！(F)

很常啊！因為工作的關係，甚至還要帶行動電源或者是充電器隨時需要充！變成出門不帶手機會覺得不對勁，我已經迷到一種地步就是已經把他搞成像滑鼠那樣操控了。(H)

很可怕吧！一分鐘沒用就怪怪的！我電池都買三顆啊！一次要充三顆！還有行動電源和充電器我每天都要帶著！(I)

我也很愛玩啊!是利用空檔時間,比如說在等人或者是中午休息時間,或者是下班,有時候離開公司的時候會看一下公司的一些報表或一般新聞啦!等等的!然後會用 LINE 跟同事就是討論。(K)

我比較不會,老三比較重度!無時無刻,睡覺還會偷滑,一兩點的時候還在玩,我說你怎麼都不去睡覺,我覺得現代人很敏感,有些人會馬上醒,還沒睡熟之前,或者是剛好起來,我也會習慣性滑一下,我中的毒也不輕!(L)

算重吧!因為我工作我常常要用到,但不會很迷!(N)

LINE!一天的話就是 LINE 跟記事本次數最多!當作工具用啊!Q 比也有但是很少!(M)

由上可知,不論年齡層高低,多數受訪者都是手機的重度使用者。

2、頻率中:

此意指手機只是生活中的工具,需要時才使用,故手機使用頻率為中等。十五位受訪者中僅一位(G)為中度使用者。

我可以把手機丟在二樓房間,可以一整天都不用手機阿!但還是會有人打電話給我或者是我會去看 LINE 回 LINE,一天起碼兩三次會這樣,但是一次可能會半小時左右,然後在這段時間裡面把還沒回的留言快回一回,電話沒接到的趕快回電話這樣。(G)

上述受訪者使用手機僅接收和回覆訊息與重要電話,顯示出手機使用頻率較中等,依賴性也不高。

3、頻率低

此意指本身不太愛使用智慧型手機，甚至覺得使用手機還可能耽誤重要事情或工作，故歸類為使用頻率低者之女性族群。有兩位受訪者屬此類。

智慧型手機帶來方便，也帶來麻煩，尤其對年輕族群來說，怕會用在不該用的地方，比如說，浪費太多時間在手機上，像我小孩就常在玩，我就說你應該要撥點時間去寫功課看書啊！這些事情做完再來玩，我小孩就說，我只要 All pass 就好！就被我罵了，我就說你要時間分配啊！玩手機是休息在玩的，你要多用點心在課本上啊！以前是用心在電腦上，現在是用心在手機上，連睡覺也在滑，他現在大三了，我就說你能不能用點心在你的專業上？(J)

那些東西是無聊的時候用的，聊天打屁用的，所以對那些東西依賴性就還好！(O)

上述受訪者對手機的依賴性低，認為應該要多花些心思在更有意義的事情上，像是與家人相處或者是做自己想要做的事情。不過，多數受訪者仍是重度使用者，可見智慧型手機在現代人們生活中所佔的重要位置。

(三) 功能

至於女性多使用智慧型手機的哪種功能？受訪者多使用手機的通訊與社群、拍照、導航、遊戲、音樂與記事本功能。

1、 通訊軟體和社群網站

在眾多通訊軟體中，雅虎即時通訊(Instant Message, IM)、電子郵件(e-mail)，以及MSN、MSN Space、Yahoo!、ICQ等最為流行(吳姿嫻，2007)。近幾年竄起「無名小站」，一推出造成極大回響，並在當時造成社會風潮，許多人都有使用過的經驗，也使得網路發展推向另一高峰。

而這些軟體和網站，都以文字傳遞和圖檔分享為主。後期出現的臉書和LINE更結合這兩種功能，再搭配圖片、心情符號圖樣，讓使用者隨時隨地都能使用，很快地就成為通訊軟體與社群網站的主流。

數年後，相同的社群網站（Social Network）紛紛出籠，像是無名小站、MSN Space、推特（Twitter）、GOOGLE（GOOGLE+）、微博（Weibo）、噗浪（Pluk）等，形成一股流行風潮。

因此，通訊軟體和社群網站是手機中首要的使用功能，其中又以LINE和臉書（Facebook）為最。受訪者A、E、H、J、K、L、M、O認為她們可以在這兩個空間當中，自由傳送文字或圖片符號，甚至更進一步蒐集相關心情貼圖下載，成為與朋友和家人之間聊天的話題。

會看一些稀奇古怪的東西，會拍下來傳到LINE群組去，我也會花錢去買！史迪奇！！！！我超愛！！我連介面都是史迪奇！而且一定要藍色！因為這樣才會顯示出我們家史迪奇有多可愛哈哈哈哈！！在公司的話，還有像我公司的主管他的LINE就很豐富，然後又很喜歡幫我搞東搞西的，可是iphone好像不太能改更多東西之類的，想說就算了直接就這樣就好！
(A)

facetime、LINE阿！我們有群組！超棒！手機現在功能變滿多的，像我們家有小小孩不住在南部，但是大家都很愛那位小小孩，所以我們就組了一個小小孩的觀賞團，每天都會跳出有她的照片啦動態阿等，甚至她跟她爸媽去哪裡打卡阿都會看到！他就是聯繫情感的工具，手機功能真的很強，如果很熟悉手機的話啦。(H)

就會討論功能性阿還有外觀漂不漂亮阿等等，會互相參考，現在其實都大同小異，只是差異在他的收訊阿或者是其他的，假設說我是中華的，然

後我朋友可能是台灣的，可能有時候我收不到他收的到，如果沒有基地台在那邊的話，可能會要她分享網路一下！超級方便！假設當下在旅遊的話，可以直接拍照然後傳到 LINE 或臉書跟大家炫耀！哈哈！！只是電訊的話，也不要辦太差啦！不然都收不到哈哈！現在攜碼也很方便，現在手機太進步了，導致我們人類依賴性太高！以前都用背的阿因為沒有幾個人，現在都靠搜尋啦！（K）

上述可知，手機是個互動的工具，女性利用手機上的通訊軟體，採取邀請的方式，把大家一個個拉進來，聚在一起談天說地。

此外，女性也把智慧型手機當作學習的工具，使用智慧型手機之前，女性只能透過電視或電腦來接收資訊與學習，而智慧型手機出現，取代了電腦和電視，使女性與科技之間關係更為緊密。和傳統手機不同的是，女性利用手機連上社群平台以瀏覽及發布動態，對她們來說，可以從朋友和家人們的回應中獲得成就與滿足感，這是傳統手機所不能帶來的效果。

因此，社群平台與通訊軟體的出現，突破以往面對面談話的方式，讓不習慣面對面溝通的女性，可在社群平台與通訊軟體私密空間裡暢所欲言，甚至開啟共同興趣和話題的社團，結交更多同好。

2、相機拍照和修圖軟體

從人手一台手持相機，發展到結合修圖軟體並整合至智慧型手機，對於喜歡拍照的人來說，便利性提升很多，而相機軟體從最基本的拍照，延伸至結合修圖軟體，讓使用方式更加多元。

對於愛拍照和修圖的女性來說，確實是一大福音，她們可以透過這些方式，根據自己的想法來增加自信，因此，女性更會自動自發地找尋相關資訊或軟體，甚至深入的研究。

現在手機相機軟體多結合修圖功能，像是相機360、instagram、美顏相機、Snapseed、LINE Camera、Camera Man、PACO美人相機、Photo studio、Cymera等，各軟體強調的重點不一樣，有些強調人體自拍美肌效果、有些強調整體對焦，有些手機甚至自稱：「拍出來會像攝影大師作品一樣」，各式各樣的軟體性質和作用，由使用者自由使用、想像和搭配。

此外，也有獨立的修圖軟體，例如像是美圖秀秀、Little photo、TouchRetouch、Aviary相片編輯器等。

受訪者B、C、F、I、L、N、O經常使用相機與修圖功能，她們認為，手機是個私密空間，只有自己和好友看得到，又能隨時隨地、不限空間和時間在網路平台分享自己的照片，且和一般相機相較，一般相機拍出來的照片無法自動調整，只能原圖顯示和洗實體照片，或者需後續再開啟電腦修圖，而手機拍照軟體同時具備單眼相機功能，加上規格越來越高，每個拍照和修圖軟體都強調重點功能不同，畫素也漸漸提升，樣式更趨多元。因此，在這樣情況下，利用手機拍照和修圖成為女性使用者的最佳選擇。

我跟我妹都會用 Instagram 這個，他有很多風格在，可以製造一些類似瓊瑤戲劇 feel，我都把他同步到 FB 去，還有其他的，他現在還有一些可愛的圖可以做特效，我大部分拍照我都會加這些，僅止於免費的哈哈！要錢的話我會考慮一下！還有滿多的！我現在可以找一張照片出來給你看！都很多～比如說像蝴蝶啦之類的！（B）

他還有那種你拍出來她有各式樣式給你選擇，你今天開心就用亮一點，你今天心情不好就暗一點，可以按照我心情去調整！不錯哈哈！傳上去大家都會來按讚！（C）

我都讓他先自動調整和修正耶！我沒用過夢幻的，可是我都是會用起

來效果會很好的！我不太喜歡原圖直接就上傳，不好看！像我去一個地方，我就會打卡拍照，然後可能照片旁邊會多個娃娃圖案啦或是讓色彩更鮮明一點，才會上傳，因為這樣別人看到才會來按讚哈哈！還有拼貼的，我女兒都會教我！滿好玩的！（L）

換言之，不管是自拍、被拍或拍其他照片，只要是透過手機拍照，拍攝完畢再自行修圖改造，使得原本單調照片變得豐富、可愛，凸顯出自己對於所拍攝出來的照片的高度自信。而拍攝者希望觀看者可以透過拍攝的照片引起對拍攝者的注意，色彩越鮮豔、圖案越多樣化、越有風格，討論度和詢問度就會變高。

由此可知，女性對拍照功能相當熟習，不論是風格選擇、照片修飾、色彩調整等細節，女性多已建立出自己的想法與風格。傳統上，女性和科技是兩條平行線，而男性也常被塑造為精通技術或軟體操作，但手機卻讓女性與科技連結，不僅對手機拍照軟體操作自如，更展現自我認同與專業態度。

3、導航

導航（GPS）是一種衛星定位系統，使用者可自由設定目標，而從以前的紙本地圖，到現今的手機地圖導航，女性也能利用手機輕鬆到達自己想要去的目的地。亦即當女性對於地理位置不熟悉時，第一個想到的就是手機，其成為一種生活工具。

現今最廣為使用的地圖，就是GOOGLE導航，從手機內部定位系統連結到GOOGLE導航地圖app，它就能正確判斷目前所在位置，並顯示可到達當地的交通工具、甚至預估到達時間及規劃路線。GOOGLE導航時也能顯示周遭交通狀況，和週邊設施如超商、加油站、餐廳店家，甚至教育場所等，讓使用者在可能迷路狀況之下，給予適時協助與交通路況指引。經常使用此項手機功能的受訪者有A、J、K。

因為我在台南上班，對台南路不是很熟，所以我需要地圖導航我才有辦法開車出門！就不會迷路哈哈！雖然偶爾會秀逗，但是大多數還是正常的！滿方便的！（A）

去到一個地方不熟會找一下！開車會用導航機，因為會講話！南部還好！北部就要依賴了！哈哈！（J）

比如說我迷路了，我需要導航，或者是我要找加油站或餐廳等等，我們是被無形之中控制了，被手機控制囉！確實啊！（K）

上述顯示，受訪女性對地理位置和方向仍有不確定和不熟悉感時，就會希望有個貼身行動導航指引到要去的目的，將這概念轉嫁到手機上，而產生對於手機導航的依賴和信賴。

此外，有別於以往男性地理概念較強的刻板印象，女性希望藉由導航協助，讓自己也能判斷正確位置、掌握狀況。

4、 遊戲

手機遊戲（game）顧名思義即透過手機來進行遊戲，目前有Candy Crush、LINE GAME、神魔之塔、刀塔傳奇等等。

手機遊戲與一般遊戲的差別在於，以前的遊戲為實體遊戲，像是掌上型遊戲、跳舞機、電視遊樂器等，多為個人單機實體遊戲，較無兩人甚至多人連線情況，若需要玩時，也必須拿出相關器材才能夠使用，造成諸多不便。而現今，科技進步，實體遊戲概念已濃縮至手機中，可以利用休息時間，開啟手機進行兩人或多人遊戲連線，以達到放鬆心情的效果。

同時，手機遊戲也能和朋友、家人或不認識的網友培養所謂的「情感」、「默契」，也能讓自己的思緒保持清醒、穩定，在面對下一個挑戰時能夠達到最棒的

結果。

因此，對女性來說，除了跟上社會流行和拉近與朋友、家人之間的距離外，手機也是個宣洩平時工作和生活所帶來壓力的小工具。因為隨時可以利用小休息片刻，或隨時想到就能來玩遊戲，不需要透過電腦或電視遊樂器，減少麻煩與不便。

此外，遊戲每一關都設有關卡限制，只要過一個關卡門檻，就會有應得的「贈品」、「寶物」或「權力」，像是車票、遊戲經驗值、積分等等，以利於下一關卡的交易。因此，女性使用者可以在手機遊戲過程中獲得歡樂、滿足自身愉悅感，不但可以打發時間，也能達到放鬆效果，更能透過手機遊戲的互動與討論讓自己與親友有共同話題，增進彼此的互動與情感。受訪者 A、B、C、D、I、J、K 即為手機遊戲功能的經常使用者。

有陣子流行 CANDY，大家都超瘋的，我同事每個只要一抓到空閒就是玩！而且都會互相送車票啊還生命之類的，我跟我妹是都玩玩就好。(B)

我講一下我朋友例子好了，我朋友就很喜歡玩遊戲，有一次就四個人玩一支手機，你就看到四個女生在滑一隻螢幕，整個很擠又很白癡又好笑，很白癡哈哈！！就四個人在那邊不知道在玩搶什麼的遊戲，哈哈！！就是那種多人可以一起玩的！然後有些朋友沒有智慧型手機的就會跟我借，我就很不爽，還給我玩到沒電感覺很沒禮貌，你要馬辦一支或者是有些人脾氣好會借她，可是我脾氣不好哈哈！當她拿我的玩很爽時候我就會很不爽啊哈哈，因為我是那種無時無刻手機一定要在我旁邊的那種人啊！都覺得那些人去跟別人借手機的，然後又玩的很爽，她爽我不爽啊！都覺得她們超不識相和沒禮貌！哈哈！！(D)

我妹啊！我妹就笑我說，不玩這個就太 LOW 了，我就輸人不輸陣就下去玩了！但我很節制啦會收手哈哈！想到會玩一下，我朋友也會，超投

入的，在那邊尖叫，好吵！哈哈！我關數很前面啊！（I）

從訪談中發現，手機遊戲帶給受訪女性穩定的情緒，受訪女性在努力工作之餘，利用休息片刻玩玩個人或團體遊戲讓自己紓壓，使工作效率更好，同時也能讓自己跟著時下流行走。

5、音樂

手機的音樂功能可以讓使用者透過手機的音樂軟體聆聽歌曲，甚至可自由設定語言、國家、風格類別、曲風、歌手性別、心情點播功能等等。目前市面上的手機專用播放音樂軟體很多，像是 itunes、千千靜聽手機版、myMusic 等，大多有上述分類性質，讓使用者清楚知道自己想聽的音樂專輯和曲風類型在哪個分類上，或是利用手機連上網路影音平台（例如 youtube 網站）聆聽音樂、觀看 MV 等，也能將音樂剪輯拼湊成自己想要的歌曲和改成專屬鈴聲。

與以往音樂播放器相較，以前若要聽音樂，必須拿著唱片（CD 或卡帶），以及備有播放器材（如收音機、隨身聽或電腦）才能夠播放，現在手機播放軟體可直接點選，自備耳機即可收聽，相當方便。

對女性來說，用手機聽音樂，更為方便與簡化，女性可以利用工作或上課以外時間，按照自己的心情和興趣點選歌曲，讓自己心情沉澱、放鬆，順道整理自己的情緒，這種宣洩方式，能讓一整天下來的情緒和思考獲得短暫紓解。受訪者中 A、B、D、H 經常使用此種功能。

我翻一下……你看，幾乎都西洋歌比較多，就國外的，比較沒有中文歌。（A）

還有聽音樂！記帳！你一天花費一目了然，分類等等，我都會叫我妹用，你可以設定一個額度，超支的話，他還會提醒你。（B）

我就不會用 itunes 耶!阿她好煩超難用哈，太複雜了！平常也用不太到，聽音樂就會開 youtube！聽中文的流行歌比較多！（D）

都有！國語阿西洋阿都有！都是利用休息的時候或者是我需要思考轉換心情的時候我都會聽，或者是我在辦公室的時候，可能我要寫一份企劃書和擬計畫表，但是我需要靈感，我就會利用聽音樂的方式讓自己靜下來，用歌去阻擋所有一切雜亂讓自己沉澱下來，跟外界隔離，這個很重要！（H）

6、記事本

記事本可詳細記錄每天重要的行程，在手機行事曆上，可以自行輸入工作行程和生活時程，不必再記錄到實體記事本，或是翻開大型月曆，手機行事曆功能甚至能根據工作項目進行分配和資料排序分類，也可規劃時間和工作內容時效與鬧鈴提醒，需要的時候隨時都可點閱，這是一般紙本行事曆和記事本無法達到的。

對於女性使用者來說，透過手機記錄行程，可隨時查詢是否有重要規劃，不必翻開厚重紙本才能夠觀看以及拿筆作紀錄排序，可自形設定和排列事情和工作之優先順序，讓她們知道事情與工作上該如何進行與規劃進度，工作完成後又能將注意事項或建議快速紀錄起來，也就不怕重要事情會被遺漏。受訪者中 L、M、N 常使用此功能。

我會把我重要的工作排程記錄在手機裡，可是我發現到一點，以前手機都會顯示提醒嘛，現在這個，我可能提前設定，他就會自己顯示出來在桌面上，會更清楚說我之前設定什麼的，還不錯！還有阿，之前那隻記憶卡我忘記容量多大了，變成有新的程式之後，他就會顯示說容量已滿然後就開始大當機，可是我又想說，3C 產品一直在進步，所以他又不斷的去改良，會更好這樣子。（L）

手機對我來說只是工作必須品，我會把她當我的記事本在用，重要事情就會寄在手機裡面，到時候就會提醒我，就像日曆一樣，還有下載彩色便利貼，會提醒我很多重要事情。(M)

像我很喜歡抓些資訊，都不知道要存到哪裡，我兒子就會教我，我可以儲存起來，可以隨時拿出來看！類似記事本那種，可以新增修改等等！還滿常用的！我都會去問！人總要熟悉自己的手機嘛！（N）

由此可知，女性利用此功能來記錄自己的工作事項以及安排行程、甚至設定鬧鈴功能，希望自己不遺漏任何項目，甚至以分類讓自己清楚明瞭工作事項，凸顯女性希望自己可以自由分配與控制時間來達到自己在工作與生活上的要求。

總之，通訊軟體和社群網站以及相機與修圖功能是受訪者最常使用的手機功能，且超越年齡層的影響；導航和遊戲多為低中年齡層女性使用；音樂則偏向年輕族群才會使用；至於記事本則多受中高年齡層有一定職業經歷和邏輯訓練者青睞。

第二節 智慧型手機對女性的意義

女性會因外型、實用性、人際影響和社會風氣而購買手機，且實用性而非外形是多數女性使用手機的重要考量，而女性也多形成高度依賴性的手機使用模式，並使用通訊與社群、拍照、導航、遊戲、音樂與記事本等功能，其中又以通訊與社群、拍照修圖與遊戲為最。然而，女性如何看待手機？即手機在女性心中的角色為何，研究發現手機對女性有：追求新資訊與自我學習、事業幫手與家庭助力、提升本身社經地位、提供娛樂與生活調劑、跟上社會流行等幾種意義，其中又以學習新知和汲取資訊是女性生活中最重要的手機角色。

一、 追求新資訊與自我學習

此意指女性可以透過手機學習科技操作和瀏覽新資訊，或利用手機傳輸重要資料，不管是上班或在學族群，手機都是吸收新資訊的好工具。持此意義的受訪者有 A、B、C、D、E、F、G。

我覺得人還是要有 3C 才能豐富自己生活吧哈哈！不 OK 啦！因為我家沒有電腦，只有平板跟手機而已，如果沒有的話，可能我媽的公司要的資料交不出去，或者是我姐的實驗報告論文之類的也交不出去。(A)

因為智慧型手機搭網路方案就可以上網了阿！還有一些軟體是傳統都不能用的，我這個人又喜歡新的東西，所以有智慧型手機我覺得很棒！(B)

很簡單啊！因為智慧型手機一點我就可以查到我想要的東西！也可以去依賴他找到我想要的。(C)

我覺得是讓自己進步耶！因為讓自己去認識更多不同的東西，這樣真的很棒！(D)

方便性很高！我也可以從 app 裡學到軟體操作！而且如果要拍照上網之類的，就不用透過相機還有電腦啊！（E）

可以學到東西！因為我發現我們可以從手機上面，獲得很多的像是新聞也好，知識也好！又可以隨時跟自己的家人朋友聊聊近況，這就是個可以讓自己學習東西，接收新資訊的好工具耶！（F）

我這個人喜歡學東西，所以越困難的東西我越喜歡越想要學！可以讓自己進步，也很好呀！（G）

因為社會在進步你也要跟著進步，雖然說我對 3C 沒有很熟，但也不至於說落很多拍，我們也要跟著去學啊！我會比較慢啦！但是至少我願意啊！（I）

由上可知，女性因社會變遷而投入職場，使其比以往更需要學習知識與汲取資訊，而女性求取新知的驅動力，也促成了女性與科技的連結，因此，手機瀏覽、學習新資訊的工具性角色成為多數女性在生活上的重要意義，其中又以40以下之青壯年齡層為最，也可見年輕一代已視手機為生活中不可或缺的物質產品和媒介管道。

二、 事業幫手與家庭助力

此意指手機對女性是個事業的工具，可以輔助自己的工作，例如查字典、翻譯編輯文字、傳送報告等等，使自己得以在工作上更有效率，而手機也能幫助承擔家庭勞務與責任，不論是生活瑣事或是情感經營。受訪者中 G、I、K、J、M 特別強調此意義。

手機對我來說就是工具阿！沒有工具我可能就覺得很不方便，好像缺了什麼！我不可否認的是，手機真的在某種程度來說，應該是說在我的生活圈裡，幫助很大！像是一開始就提到的字典，甚至我要查公車幾點幾

分到讓我抓時間出門不用白等之類的，如果沒有這些，我可能就不知道要怎樣去面對甚至五里這些突發狀況！（G）

因為我都用在工作上比較多！所以我會認為對我的工作幫助會比較大！像是我要拍報表給我的主管看，或者是發生突發狀況時，我的主管可以隨時掌握到進度，或者事情的狀況，也比較有效率！（I）

真的是方便！幫助也很大！像我媽年紀已經八十幾歲了，又愛亂跑！我就買一支手機給她，怕他迷路！有一次還真的給我迷路，還好有教她怎麼用導航！不然可能上社會版面了！再加上我沒住在娘家啊！然後又會不放心，就買手機給她，她就覺得女兒很孝順她！想我的時候就會打給我！我就跟他說你按一下號碼我們就回來啦！（K）

絕對是方便，因為我的工作關係，我剛說過了，我是個商業人士，其實也算是半個生意人，與公司之間的溝通還有與客戶之間的溝通，是個很重要的媒介。（J）

對我生活有幫助吧！成就感也是有拉但很少，幫助比較大，因為我記性不好他可以提醒我！因為手機可以隨時拿出來看啊！（M）

前述已知，現代社會女性多已成為職場一員，因而急需透由手機汲取科技或生活知識，也自然視手機為事業幫手，此外，女性雖得以外出工作，甚至全心經營事業，在職場獨當一面，但家庭仍是女性重要的負擔與支柱，因此，女性視手機為事業幫手與家庭助力，尤以 30 歲以上女性為最，因為中高年齡層的女性多在外工作且多負擔家庭責任。

三、 提昇本身社經地位

此意使用高階手機能夠讓女性顯示出自己的社會地位，因為，女性從家庭走入職場，以致擁有自主經濟能力，自然就想要透過消費力證明自己的財力和地位。

持此意義者有受訪者 G、H、M。

現在經濟開放，女性又能走出家庭之後，慢慢去接觸不同的東西，思想就會改變，我覺得是跟社會現象轉變和開放程度有關係，所以我覺得跟科技是無關的，是跟社會開放程度有關係（G）

我真的覺得女力這塊是沒有人會去忽視的，真的是不容小覷的！可是！這也跟自己的地位如何也是有關係的！消費力驚人，代表自己財力夠，財力夠代表自己在職場上在公司上的位階應該不低！（H）

我會覺得一個人拿高階手機的話，代表那個人就是經濟能力很強的。（M）
由上可知，受訪者認為經濟發展蓬勃而提高了自身的消費力，以致選擇高規格手機來展現出自己的經濟實力，這也和女性外出工作、發展事業的社會轉變有關。而職業女性（G、H、M）也較易持此觀點。

四、 提供娛樂以及生活調劑

此意指手機給自己帶來娛樂和身心調劑，讓自己的生活和工作壓力獲得短暫舒緩，受訪者 A、B、J、K 認為，透過手機遊戲，可以讓自己的腦袋沉澱並活絡思緒，讓事情能夠進行得更為順利。

沒有遊戲調解一下心靈也不行啊哈哈！（A）

有陣子流行 CANDY，大家都超瘋的（B）

拿來紓壓啦或者是抓空檔思考事情的時候會玩，無意識的吧！我小孩都說我在玩遊戲的時候代表媽媽在想事情！（J）

有的遊戲會一直再丟球！因為我有換手機，所以這個遊戲我以前玩過現在又重新玩！玩遊戲會讓我很開心！可以把煩惱拋到腦後！（K）

上述顯示，智慧型手機對女性的功用在提供娛樂和調劑身心，可以讓忙碌一整天的自己有短暫放鬆的時刻，因為手機裡的小遊戲簡單操作又不複雜，女性能輕易上手，也能打發時間，更可宣洩壓力，獲得放鬆和愉悅。而低年齡層女性(A、B)更習慣於手機遊戲的紓壓管道與方式。

五、 跟上社會流行

此意指智慧型手機是社會潮流的象徵，因此，持有手機就是希望能跟上社會流行的速度，能走在社會的最前端。受訪者中 C、D、M、N、O 持此意義。

我覺得滿好的，又不用怕被朋友笑說我什麼都不會很 LOW！我是想要把自己成為手機通的人哈哈哈！（C）

我喜歡新的東西，再加上自己是個科技產品重度使用者，所以就一定要有智慧型手機滿足我內心小小慾望！（D）

必須強迫自己去學習新的東西！這樣才會跟得上年輕人！這就是我想換智慧型手機的理由！（M）

可以知道外面的人在想什麼！自己也能跟上流行（O）

可以知道外面在想什麼！在流行什麼！都不會漏掉！（N）

受訪者認為，跟上社會流行很重要，以免被社會淘汰，以致她們希望自己可以永遠走在最前面，獲得「第一手資訊」。而手機是時下流行產物，所以也成為跟上社會流行的表徵。此外，上述亦顯示，低年齡層趕流行，高年齡層則怕落伍。

總結而言，手機對女性的意義多數為追求新資訊與自我學習，可見女性角色在社會變遷中已然改變，其不僅是因投入職場而需學習新知，更是女性專業興趣與能力展現的性別平等表徵，而其中又以 40 以下之青壯年齡層最為渴求資訊，顯示手機已成為當代年輕人資訊搜集的重要管道；其次則為事業幫手與家庭助力，

又以 30 以上之中高年齡層女性因工作與家庭雙重負擔而著重此功能，呈現出性別平權雖為社會改革方向，而女性也在工作場所展露其能力與重要性，但家庭卻仍是女性情感的支撐與重擔；此外，跟上社會流行腳步也是低與高年齡層女性關注的手機意義；再者，手機也具有提供娛樂與生活調劑的意義，此亦為低年齡層女性慣常性的紓壓管道，而職業婦女則較重視手機所能提升本身社經地位的附加價值。



第五章 結論

本研究以深度訪談法訪問十五位不同年齡層與職業背景女性，試圖了解女性與手機科技的關係，即女性如何使用智慧型手機，以及智慧型手機在女性生活的意義，結果發現，女性購買智慧型手機的動機為外型、實用性、人際影響、以及社會風氣，且多數著重於實用性，而由於手機的普及，女性也多为手機的重度使用者，多使用通訊軟體、社群網站和照相修圖功能。至於智慧型手機的意義，女性多視其為社會生活的知識工具，即以手機自我學習和追求新資訊，而現代社會女性多投入職場，也使手機成為職業婦女在事業與家庭上的幫手，此外，手機對女性而言，也是跟上社會流行、提升社經地位以及娛樂與生活調劑的工具。以下分述之。

一、女性使用智慧型手機

(一) 購買動機

1、外型

雖然手機品牌開始強調性別區隔，且多以柔美外型來針對女性消費者，但「外在」顯然不是女性購買手機的主因，受訪者中僅兩位女性著重手機外型，且分屬低（~20）與高（50~）年齡層，可見不僅性別，年齡也不是影響手機選購的原因。

2、實用性

實用性是多數女性購買手機的主因，因為「內在」比外觀重要，所以購買前會多方參考資訊，較不易衝動購買，她們希望手機能變身為萬能工具箱，在面對自己生活和工作時適時加分，也因此年齡層落在 20-50 的工作適齡人口。

3、人際影響

現代社會女性早已邁出家庭，因此，團體互動與同儕關係也是女性急需經營的社會生活，受訪者中有三位因人際口耳相傳而購買手機，且均為 20-40 年齡層，顯見年輕女性較重視職業團體與同儕關係。

4、 社會風氣

社會風氣與外型同樣並非購買手機的主因，所以僅兩位女性受社會風氣影響，且皆為 40-50 的熟齡女性，可見年齡層較高的女性較在意與社會接軌的問題，再加上職業經歷較久以致具備相當之經濟力，也更有能力負擔較昂貴的手機費用。

(二) 使用方式

1、 頻率

不論年齡層高低，多數受訪者都是手機的重度使用者，也印證台灣社會的高手機普及率。

2、 功能

女性多使用手機的通訊軟體和社群網站、拍照與修圖、導航、遊戲、音樂等功能，而多數女性最常使用通訊和社群以及拍照和修圖軟體，且超越年齡層的影響，可見社會變遷，女性投入職場導致人際互動需求與科技技術精進；而導航和遊戲多為低中年齡層；音樂則偏向年輕族群女性使用，至於記事本則多受中高年齡層有一定職業經歷和邏輯訓練者青睞。

二、智慧型手機對女性的意義

1、 追求新資訊與自我學習

現代社會女性多投入職場，使其比以往更需要學習知識與汲取資訊，而在女性求取新知的驅動下，也促成了女性與科技的連結。因此，手機傳遞、瀏覽、學

習新資訊的工具性角色成為多數女性在生活上的重要意義，其中又以 40 以下之青壯年齡層為最，也可見年輕女性已視手機為生活中不可或缺的物質產品和媒介管道。

2、 事業幫手與家庭助力

前述已知，女性多透由手機汲取科技或生活知識，手機當然也就躍升成為女性事業的重要幫手，而社會變遷女性雖跳脫家庭桎梏，甚至得以經營事業，但父權社會的分工下家庭仍隸屬於女性，因此已婚之職業婦女仍需擔負家庭責任，這也使得30以上之中高年齡層女性受訪者最重視手機在幫助事業和家庭上的功能，例如以LINE或電話聯繫家人狀況，或直接購買簡易型手機給家中長輩，方便長輩回報緊急狀況等等。

3、 提升本身社經地位

由於女性經濟自主，造就高規格手機成為展現經濟實力的表徵，也因此少數職業婦女較易持此觀點。

4、 提供娛樂與生活調劑

女性與科技資訊連結也使女性開始接觸、甚至習慣透由手機遊戲抒發壓力，其中又以低年齡層女性為最。

5、 跟上社會流行

後工業社會以消費帶動生產，而流行文化又是消費的主要驅動力，手機是時下的流行產物，因此多數女性也視手機為跟上流行的表徵，尤其是 30 以下、50 以上年齡層，顯示低年齡層趕流行，高年齡層則怕落伍。

總結而言，在現今之後現代社會，女性與科技已緊密結合，首先，女性

不同於以往所謂科技絕緣體的社會位置與形象，而是手機科技的精熟操作者，甚至是能夠管理、比較各種手機軟硬體的「手機達人」；其次，女性不僅科技技術精進，更藉由科技改變社會，女性將手機視為經營事業與家庭的實用性媒介，透過手機搜集資訊、學習知識與維繫情感，不僅能兼顧家庭與事業，甚至在專業領域上佔有重要位置，改變了以往不平等的性別分工，更可能進而顛覆父權社會的性別結構。



參考書目

〈中文文獻〉

王清慧 (2002)。〈女性角色變遷與兩性關係〉，《網路社會學通訊期刊》，22。取自 <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/22/index.htm>。

王俊健 (2005)。〈建構性別角色多元化與兩性平等的新觀念〉，《網路社會學通訊期刊》，49：49-56。取自 <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/49/index.htm>。

方念萱 (2004)。〈誰的腳本誰的戲？評介 Els Rommes 的性別腳本與網路〉，《新聞學研究》，81：195-200。取自 <http://mcr.nccu.edu.tw/>。

孔建宸 (2013)。《男子氣概與科技：一個美國汽車文化的案例》，「2013台灣科技與社會研究學會研討會」，台北：台灣大學。

朱鴻鈞 (2007)。《單身男女之擇偶條件與婚姻態度之研究—以台北縣市軍公教人員為例》。國立政治大學行政管理研究所碩士學程論文。

朱耀明、吳玫琪、賴秋露 (2004)。《科技發展模式之探究：以數位相機為例》，「2004科技教育課程改革與發展學術研討會」，高雄，國立高雄師範大學。

成令方、吳嘉苓 (2005)。〈科技的性別政治〉，《科技、醫療與社會》，3。取自 <http://lingfang.dlearn.kmu.edu.tw/feeling/0701.pdf>。

吉見俊哉 著、李尚霖譯 (2013)。《聲的資本主義—電話、Radio、留聲機的社會史》。台北：群學。

呂琦瑋、鍾智凱 (2011)。《iPhone使人愛瘋？以符號學解析Apple iPhone的消費文化》，「第十九屆廣告暨公共關係國際學術與實務研討會」，台北：國立政治大學。

沈文凱 (2005)。〈台北媒介・行動台北〉，《網路社會學通訊期刊》，46。取自於 <http://mail.nhu.edu.tw/>。

林宇玲 (2002)。《網路與性別》。台北：華之鳳科技。

林崇熙 (1998)。〈科技的性別政治/ 性別政治的科技〉，《科技博物》，2(1):71-85。

邱淑娟 (1997)。《跨文化消費者感性研究-以手機為例》。國立成功大學工業設計研究所碩士論文。

吳秀春 (2010)。《智慧型手機上網使用者個人創新特性與使用行為之研究》。世新大學資訊傳播學研究所碩士論文。

吳如茵 (2009)。《晚婚女性公務員婚姻觀與擇偶偏好之研究》。國立政治大學行政管理所碩士論文。

吳姿嫻 (2008)。《迷的前世、今生、未來：論「新媒介科技迷」》，「2008中華傳播學會研討會」，台北：台北市立圖書館。

吳修銘 Tim Wu /顧佳、陳正芬、周佳欣譯 (2013)。《誰__控制了總開關？》。台北：行人文化實驗室。

姜穎 (2005)。《青少年手機使用意涵：規訓的逃逸與自我認同的型塑—以某天主教女校生手機使用為例》。世新大學新聞學系碩士論文。

星野克美、黃恆正譯 (1988)。《符號社會的消費》。台北：遠流。

許芷浩 (2013)。《智慧型手機、智慧型戀愛？—探討智慧型手機應用程式在親密關係溝通中扮演之角色》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

胡幼慧 (1996)。《質性研究—理論、方法及本土女性研究實例》。台北：巨流。

胡幼慧、姚美華（2001）。〈一些質性方法上的思考〉。載於胡幼慧主編《質性研究—理論、方法及本土女性研究實例》。台北：巨流。

涂迺儀（2006）。《科技性別氣質在媒體中呈現的轉變：以女性機車廣告為例》，「2006中華傳播學會研討會」。台北：台灣大學。

郭馨棻（2011）。《當手機成為傳遞親密的工具：親密與手機溝通研究》，「2011中華傳播學會研討會」，新竹：交通大學。

陳虹余（2004）。《比較海峽兩岸電視廣告中的性別角色》。國立政治大學心理學研究所碩士論文。

黃雅莉（2005）。《流行奇「機」—以手機廣告進行媒體識讀的性別教育》。高雄師範大學性別教育研究所碩士論文。

黃淑玲、游美惠主編（2007）。《性別向度與台灣社會》。台北市：巨流。

張弘明（2003）。《手機廣告的消費慾望城國：以NOKIA系列手機廣告為例》。「2003中華傳播學會研討會」。新竹：交通大學。

張玉佩、呂育璋（2005）。《網路促進女性解放的可能？從線上遊戲談起》，「2005年中華傳播學會研討會」，台北：台灣大學。

葉庭安、王孝勇（2013）。《網路科技中女性線上遊戲玩家的媒介消費與性別認同：以【英雄聯盟】為例》，「2013中華傳播學會研討會」，台北：輔仁大學。

楊意菁（1998）。《新科技、新滿足？網際網路媒體使用與滿足研究》。「1998中華傳播學會研討會」。台北：輔仁大學。

楊士範（2012）。《用iphone分手，在臉書上大和解？—50個你不可不知的雲端生活關鍵報告》。台北：遠足文化。

廖彩惠、陳泰穎（2009）。〈從文明科技發展看數位典藏的時代意義—本質、迷思與發展趨勢〉，《國家圖書館館刊》，2：85-108。

劉珠利（2005）。〈性別（女性）與資訊化：對社會工作資訊化的啟示〉，《社區發展季刊》，111：148-157。取自於

<http://www.sfaa.gov.tw/SFAA/Pages/Detail.aspx?nodeid=167&pid=1423>。

Cathrine Hakin/洪慧芳譯（2012）。《姿本力—從會議室到臥室都適用的強大力量》。台北：財信。

Liesbet van Zoonen/張錦華、劉容玫譯（2001）。《女性主義媒介研究》。台北：遠流。

John Fiske/張錦華譯、曾淑正編（2002）。《傳播符號學理論》。台北：遠流。

〈英文文獻〉

Bodil,Folke,Frederiksen(2000).Popular Culture, Gender Relations and the Democratization of Everyday Life in Kenya . Journal of Southern African Studies 26, (2),209-222.

〈網路資料〉

智慧型手機相關資料—數位情報 3C 站-從磚頭到 iPhone：10 年手機發展之路回顧

(<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%99%BA%E6%85%A7%E5%9E%8B%E6%89%8B%E6%A9%9F>)

2013-04-05 中時電子報—手機 40 歲，黑金剛變苗條聰明！

(<http://news.mpbus.com/show/8/18.shtm>)

《遠見天下》雜誌，女力專刊系列—穿著高跟鞋的競爭力，2012 年 11 月出版。

(<http://life.chinatimes.com/LifeContent/1401/20130405000536.html>)

女人迷－智慧型手機成為消費者的重要購物工具

(<http://womany.net/read/article/1064>)

