

新北市天主教恆毅高級中學

全國高級中等學校閱讀心得暨 小論文寫作比賽 得獎作品集

閱讀心得：第 1111010 梯次

小論文：第 1111015 梯次



本校參加教育部國教署全國高級中學 閱讀心得寫作競賽 第 1111010 梯次 得獎作品：
共五篇(五位同學)獲獎。

第 1111010 梯次 全國高級中等學校 閱讀心得寫作比賽成績						
班 級	作 者	指導老師	作品標題	閱讀書名	名次	頁次
高一智	吳宇柔	黃麗燕	生命的必然	時光詞場	優等	3
高一智	郭伊芹	黃麗燕	幸福是什麼	時薪三百圓的死神	甲等	7
高一智	羅郁晴	黃麗燕	時光詞場的讀後心得	時光詞場	甲等	11
高二智	黃蕙芯		原子習慣:細微改變帶來巨大成就的實證法則 讀後感	原子習慣:細微改變帶來巨大成就的實證法則	甲等	15
高二智	黃煒儒		西遊記讀後感	西遊記	甲等	19

恭喜所有獲獎的同學並且感謝黃麗燕老師及全校教師的認真指導！

第 1111010 梯次閱讀心得寫作競賽獲獎同學合影



本校參加教育部國教署全國高級中學 小論文寫作競賽 第 1111015 梯次 得獎作品：
共四組(五位同學)獲獎。

第 1111015 梯次 全國高級中等學校 小論文寫作比賽成績						
類別	班級	作者	指導老師	作品標題	名次	頁次
商業類	高三望	林庭蓁 劉安妮	張吉勝 陳志忠	旁觀者效應與校園霸凌之關聯 -以高中生為例	優等	23
教育類	高三智	許瑀庭	羅欣予 陳志忠	淺談國民法官法	甲等	40
商業類	高二智	陳杰崧	陳瑞雲	探討現代人對於傳統書店和網路 書店看法以及購書閱讀型態	甲等	51
法政類	高二智	裴誠正	陳雅燕	台灣高中生使用 Podcast 的行為分析與探討	甲等	72

恭喜所有獲獎的同學並感謝羅欣予老師、陳瑞雲老師、陳雅燕老師、張吉勝主任、陳志忠主任以及所有老師們的認真指導。謝謝你們！

第 1111015 梯次小論文寫作競賽獲獎同學合影



學校名稱：新北市天主教恆毅高級中學

年 級：一

班 級：高一智

科 別：普通科

名 次：優等

作 者：吳宇柔

參賽標題：生命的必然

書籍 ISBN：9574692949

閱讀書目：時光詞場

原文書名：時光詞場

書籍作者：張曼娟

出版單位：麥田出版、城邦（香港）出版集團有限公司

出版年月：2001 年 3 月

版 次：初版

中/英文寫作：

一、圖書作者與內容簡介：

一首首寓意深遠的詩，一字一句勾勒出優美的時光情節。少女對愛情的笨拙，少年對情思的悸動，壯年的奔波飄泊，老年卻又閑淡了悟，不同的故事，不同的感觸在作者張曼娟的描摹下顯得韻味無窮。第一片講述了在少年時期可貴的青春歲月，對於情感的未知與無知。第二片講述了壯年時期被環境所逼迫的成熟，加以學習奮鬥與面對現實。第三片講述了老年時期對生命的放下，放下一切洞悉與瀟灑，閑靜的過完一生。

二、內容摘錄：

1.「欲說還休，卻道天涼好個秋。」，是典型的中年心情了。並不是無話可說，也不是沒有感受，而是那些經歷與體會，都變成自己的珍藏。（P.124）

2.要等到真正失去一些東西，不得不放棄一些東西，才會發現，生命裡的需求並不那麼複雜，而人生道途的坎坷仍是一種必然，唯有一顆平靜的心，才能定人生一切風波，達到得而不喜，失而不驚的境界。（P.175）

三、我的觀點：

「騎馬倚斜橋，滿樓紅袖招」，青春猶如一場短暫的旅行，我們總想著要停留在橋上的時刻，感受那些張起如蝶一般繽紛的衣袖的女子，沈醉在那些被青睞與重視的滋味。人何嘗不是如此渴望過？期盼自己在別人心中的地位，無可取代。少年最在乎的不外乎就是人際關係，為了得到同儕的認可，許多人開始漸漸失去自我，就為了成為社會理想的模樣。因為你懂的拒絕的那些代價，你害怕失去，害怕孤獨，只好在悲傷的時候，把自己默默封閉在一角，不允許自己脆弱的一面被人窺探。但其實你比誰都清楚，自己只是渴望被理解，僅只如此。

「少年不識愁滋味，只上層樓。」，在還沒成年的時候，我們總會想要攀到高處，不斷不斷的登高，想像自己是大人，覺得自己夠成熟。沒經歷過人生卻又喜歡嘴邊掛著愁與恨，彷彿生命也添加了深度。但當人一旦看透一切悲喜與無奈，知曉自己無力掙扎，有些話想說卻也不必說了。等到那一刻或許才是真正的成熟吧？麻木的時刻，有的是更多的包容，更多的勇氣。那些情感都瞭然於心，是不需要說出來的。

「欲買桂花同載酒，終不似，少年遊」，這是一種很中年的心情，年少輕狂的時候特別豪情，高昂的遊興，什麼想法都可以隨心所欲。等到年紀更大了些，什麼事情都已經安排好了，命運的操控不再是那樣簡單，你就決定回到熟悉的地方。這時候你才赫然省悟，早已物是人非，早已喚不回年少的輕狂與淋漓盡致。中年人比起一般人更是成熟，他們更是懂得細嚼生命，更是明白那些一去不復的珍貴回憶。

年老時，更是去思考如何過好生命的結局。年輕的時候，人總追求功名利祿，永不嫌多，還總覺得不夠。而環繞在身邊的親人總在家的一處，因為總在那裏，顯不出那樣的珍貴，而時時刻刻遭到遺忘。在忙碌中剝奪了陪伴家人的時間，明明我們都知道總有一天他們也會離我們而去，但我們卻還是忘了如何孝順他們，如何珍惜他們。因為覺得自己年輕時更努力，以後才有隨意支配時間的自由。他們一句關心的嘮叨，被我們嫌雞婆，被我們視為理所當然。有些人就在奮鬥中失去親人，失去自己，甚至失去奮鬥的目標，奮鬥的意義。四處奔波完才發覺，每當我們回到家，投入它的懷抱，總是最溫暖最舒服的地方。

年長者的智慧提醒我們，什麼才是生命中最重要的事。「不灑世間兒女淚，離堪親友中年別」，不是身為什麼樣的人就該有怎樣的態度面對生離死別，不是誰都會有冷硬的心靈，去承受所以困厄或是悲苦的重量。真正的離別襲來，再多的武裝也得卸下，不需要逃避或者偽裝。

人與人的情懷，就恍若一生續寫的詩，把點點滴滴包覆在詩裏，典藏在心頭。「我們最美好的本質，真性情的表露而流過的淚，永遠是最動人的。」允許任何時光的存在，並珍惜每一刻。

四、討論議題：

1. 果哪天有機會能夠選擇要過人生的哪個階段，你會選擇過哪個階段？
是年少還是中年？是老年還是其他？

學校名稱：新北市天主教恆毅高級中學

年 級：一

班 級：高一智

科 別：普通科

名 次：甲等

作 者：郭伊芹

參賽標題：幸福是什麼

書籍 ISBN：978-957-741-273

閱讀書目：時薪三百圓的死神

原文書名：時給三〇〇円の死神

書籍作者：藤萬留

出版單位：春天出版社

出版年月：2020 年 06 月

版 次：初版

中/英文寫作：

一、圖書作者與內容簡介：

作者藤萬留，2013 年以【我將在明日逝去，而妳將死而復生】踏入文壇，曾獲得第十九屆電擊小說大獎金獎。【時薪三〇〇圓的死神】以「幸福是什麼」為主軸，闡述人死後罣礙是如何放下，細數人生中微小卻幸福的時刻。

二、內容摘錄：

- 1.雖然最後可能失去了這份幸福，但如果可以想起曾經真真切切地擁有幸福——我相信這是比放下罣礙更重要的事。（P.114）
- 2.雖然我之前都是勉強擠出笑容，但漸漸有些日子發自內心地感到高興，所以當你知道我是『死者』的時候，我覺得一切都完了……但你還是救了我，把好像迷路小孩般幼小的我帶到明亮的月光底下。所以我才會在這裡。（P.304）
- 3.在我們忘記之前，把他們走過的路像種子一樣散播全世界——我相信其中一定有美好的意義。（P.332）

三、我的觀點：

「幸福到底是什麼？」，這是「死者」到死後都還在尋找的東西，在傷停時間內放下自己的罣礙便可以上路。「我覺得不像是拋下罣礙，更像是心灰意冷。」，這是身為死神的佐倉所說的話，不要說是「死者」，就連活著的我們都失去了很多，不是嗎？

「重要的東西總是在失去之後才會發現。」身為死神的佐倉真司雖然身為活人，卻也失去了很多，且就算都還活在這世上，很多事失去了就是失去了，永遠都找不回來了，身為死者的花森，在死去後才發現媽媽一直以來的痛苦，罣礙是希望可以沒有後悔地笑著對媽媽說「我回來了」，卻怕當傷停時間結束後媽媽不知道會怎樣，每天都在後悔中度過。在傷停時間所有的一切都不會被留下、被記住，就像現在生活在這個世界的我們一樣，很多事情沒有辦法被留下，漸漸地我們都會淡忘，死者們之所以無法放下罣礙的原因，絕大多數的原因都是到死都無法正視自己到底真正想要的是什麼，發現時也為時已晚。

「我覺得傷停時間是為了給所有人帶來幸福。」，在傷停時間發生的一切在結束後都會消失，卻也是死者在這個世界的最後一段時光，雖然所有的死者最後都無法放下罣礙，在傷停時間之中發生的事都會被忘記，卻都在上路前找到了微小的幸福，「在我們忘記之前，把他們走過的路像種子一樣散播全世界—我相信其中一定有美好的意義。」，雖然最後可能誰都不記得了，但至少知道我們都真真切切地獲得幸福過。

「這個世界很殘酷，但到處都可以發現溫柔的種子。」，從誕生在這個世界上的那一刻起，我們都正一步步地面對死亡，我們永遠都不知道下一秒會發生什

麼事，我們也不知道我們所剩的時間有多少，或許是因為這樣我們才更要好好地把握幸福，「正因為會忘記，所以才努力散播這種寶貴。」。

「幸福就是在失去之後，仍然回想起曾經擁有的幸福。」這是在送走多位死者後，佐倉對幸福下的定義，呼應一開始的問題「幸福到底是什麼？」，這本書探討了人類一直以來未知的領域，「死亡後會怎樣」，傷停時間看似能彌補生前的罣礙，但事實上什麼都做不了，因為一旦傷停時間結束，在傷停時間所發生的事都會消失、被遺忘，我想這就是為什麼所有死者最後都不是放下罣礙，而是想起了曾經擁有的幸福。

「永遠」這個字很沉重，因為沒有人可以承諾任何東西是永遠的，所有事有一天都會漸漸被淡忘掉，但忘記了，並不代表沒有發生過，對吧？從你我開始，一點一點地，把幸福、溫柔地種子傳遞下去。或許很多事都有遺憾，也或許有很夢想很久的事破滅了，但這就是人生，不是嗎？不斷地在遺憾和後悔中度過，但在這麼多爛事中，還是有讓我們回想還是會覺得幸福的事，不是嗎？

「幸福，是在失去之後回想起，還是會覺得幸福。」

四、討論議題：

1:幸福到底是什麼？

2:如果現在進入傷停時間，你放不下的罣礙是什麼？

學校名稱：新北市天主教恆毅高級中學

年 級：一

班 級：高一智

科 別：普通科

名 次：甲等

作 者：羅郁晴

參賽標題：時光詞場的讀後心得

書籍 ISBN：9574692949

閱讀書目：時光詞場

原文書名：時光詞場

書籍作者：時光詞場

出版單位：麥田

出版年月：2001 年 3 月 1 日

版 次：初版

中/英文寫作：

一、圖書作者與內容簡介：

少年聽雨歌樓上，紅燭昏羅帳。壯年聽雨客舟中，江闊雲低斷雁叫西風。而今聽雨僧廬下，鬢已星星也。悲歡離合總無憑，一任階前點滴到天明。少年的歡樂無憂，壯年的飄泊浪浪，老年的閑淡了悟，這就是人生了。那雨是恆久的背景，永不離棄的陪伴，也是知曉一切祕密的。人生的祕密，時光的祕密。新的一百年開啟之際，我從雨中醒來，有一種跋涉長途之後的心滿意足。

二、內容摘錄：

1.他想起峽谷中她的譬喻，她果然是山谷，山谷始終在那裏，卻什麼也不做。他的確是溪流，奔騰著呼嘯著輾轉著，日夜不息的想要離開山谷，卻只是永遠不會成功的，練習。（P.44）

2.情人後來成了丈夫，她始終記得丈夫曾對她說，她的頭髮這樣好，一定是個好命的女人，後來她才明白，因為他的愛，她果然成為一個好命的女人，她看著窗外的莫小味，正在鏡頭前甩動像黑瀑又像藍寶石一樣的長髮，她真摯地祝福這個年輕女人，將來也能遇到一個真正懂得愛的男人。（P.133）

三、我的觀點：

本書大致上分為三段，少年時期、壯年時期以及老年時期，第一片少年聽雨歌樓上，洪燭昏羅帳。從十幾歲的小女孩到同性戀的秋秋甚至是檳榔西施，雖然經歷事和家庭背景都不同，但他們都有對愛情的嚮往，年輕時血氣方剛，魯莽衝動，對感情的盼望在字裡行間中透露著青澀的氣息，不論是享受被愛慕的感覺到為了所愛之人犧牲奉獻，作者都以優雅的字句描述男女之間的愛戀，青春或許就像是一把賭注，你不知道結局會如何，但你卻無法自拔的深陷在其中，一旦上癮了，就無法回頭，可能在茫茫人海中錯過了他，可能失而復得，可能只會在夢裡及回憶裡找尋他的身影，不變的是我們在為這段感情付出時，無論結果好與壞，我們吸取經驗不斷累積退去青澀的蛹蛻變成一隻美麗的蝴蝶，在這個時候你感覺自己了解了，可能是知道了自己要甚麼，於是頭也不回的開始了新的生命階段。

第二片壯年聽雨客舟中，江闊雲低斷雁叫西風。花的凋零，春的消逝，時光如流水般靜悄悄的流逝那些曾經的美好是否依然存在，在花叢裡徘徊不斷的思考選擇，緣分可真是神奇啊，讓我又一次的遇見他，實現了以前夢想，可惜的是我們已不是當年的我們，一切都已經來不及了，我已經不再盼望了，只是想正式的跟你說聲再見，時間帶走了我的年少輕狂與歡樂還帶走了你，我回想起以前第一次的輕吻，你送的百合白玫瑰原來那些只是我們愛情的陪葬品，我終究不是得到那朵紅玫瑰的人，卻還是有點羨慕以前拿得到花，再見了，最熟悉的陌生人請一路好走，因為就算我是隻美麗的蝴蝶，我也不會知道自己是否飛在正確的路上，但你知道一定會有個人很愛很愛你，不是因為你是多麼的引人注目也不會是因為你的優點而是你的全部最真實的你，就算你以前是隻胖胖的毛毛蟲，但因為愛，你感受到溫暖並選擇與他白頭偕老，一起面對流逝的歲月，路很坎坷失去了放棄了才明白，原來，生命並沒有那麼複雜。

第三片而今聽雨僧廬下，鬢已星星也。回頭看看自己的一生有了孫女孫子，感受過妻子離開的痛苦，嘗過女兒做的焦糖蘋果派，曾經有一個愛你的奶奶，並沒有至死不渝的愛情而是違反自己的天性義無反顧的永遠愛你，體驗過世間的酸甜苦辣、人情冷暖，在離別的那一刻，想起了看似平凡卻溫馨感到溫暖的時刻，接受了一切，包容了一切，在漫長的生命旅行最終的意義就是領悟了接受了，在花花城市飛舞的蝴蝶到最後也是會落葉歸根，就算我們只是宇宙中的一粒塵埃但我們卻真真切切的存在過，「雨，像串珠般串住每一段過程，各種情緒、各種時期環環相扣。雨，真說盡人生的祕密，時光的祕密。悲歡離合總無憑，一任階前點滴到天明。」永不離棄的陪伴，這就是人生。

四、討論議題：

- 1.時間把友情、親情、愛情都瓦解了，到那時候我要如何帶著信念活著？
- 2.會不會有人渴望愛，卻沒有人願意去愛，那他要怎麼辦？

學校名稱：新北市天主教恆毅高級中學

年 級：二

班 級：高二智

科 別：

名 次：甲等

作 者：黃薏苡

參賽標題：原子習慣：細微改變帶來巨大成就的實證法則讀後感

書籍 ISBN：978-986-175-526-7

閱讀書目：原子習慣：細微改變帶來巨大成就的實證法則

原文書名：Atomic Habits: An Easy Proven Way to Build Good Habits Break Bad
Ones

書籍作者：詹姆斯·克利爾 (James Clear)

出版單位：方志出版社股份有限公司

出版年月：2019.6

版 次：初版

中/英文寫作：

一、 圖書作者與內容簡介：

作者在高二的一場棒球賽意外受重傷，在受傷後為了回到熱愛的球場，發現原子習慣帶來的成效有多大，而這是一本講述習慣結合複利效應帶來巨大成就的書，書中集結了許多實例供讀者參考運用，作者也運用大量例子使讀者能夠更了解他所表達的想法。

二、 內容摘錄：

1.人很容易高估一個決定性瞬間的重要性，也很容易低估每天都做些小改善的價值。我們往往如此說服自己：巨大的成功必定來自巨大的行動。（P.30）

2.習慣不會限制自由，而是創造了自由。（P.66）

3.最有自制力的，通常是最少用到自制力的人。堅持、恆毅力與意志力都是成功的必要條件，但強化這些特質的方式並非祈求自己成為一個更有紀律的人，而是打造一個更有紀律的環境。（P.117）

三、 我的觀點：

COVID-19 肆虐全球，身為防疫資優生的台灣也在五月時出現了破口造成雙北淪陷，今年也迎來史上最長暑假，居家生活一則喜一則憂，喜則家庭關係更緊密，憂則遠距教學帶來諸多不便。疫情考驗的是團結和自律，而它也讓全世界都停止了，但生活還是得繼續過下去，這些日子來為了不讓時光輕易流失，我照著書中的引導養成了不少好習慣，也有不好壞習慣離我而去，在這個升高一前的緩衝期重新檢視、整理自我，準備迎接嶄新的高中生涯。

在我原有的觀念裡，「目標」很重要，沒有目標等於沒有進展，但我在書中學到「系統」才是進步的最佳解答，而目標往往會在達成之後便沒了動力，又重拾舊習，然而建立系統則能持續活在不斷向前的過程裡，而我覺得書中還有一個方法非常實用，就是「改變身分認同」，我在實作的時候發現轉念真的很重要，我不再先否定自己肥胖需要多運動，而是先告訴自己我想變成什麼樣的人，如此就增加了許多執行的動力，再搭配系統，像是每天比前一天多運動十分鐘、設定鬧鐘提醒自己喝水等……如此一來我的暑假即使關在家裡，還是一樣青春洋溢、熱情奔放。「環境是一隻隱形的手，形塑人的行為」，原來大腦有一半的資源都為視覺所用，難怪有時明明沒有想買東西，卻會開始瘋狂想像它帶來的用途，因而衝動、不假思索地將它放進購物籃，同時也可以將這個策略套用在好習慣的建立上，讓提示成為環境的一大部分，像是我將小提琴放在一走進房間便印入眼簾的角落，也真的增加了我練琴的次數，且書中還提到一點，「儘量避免把一個習慣的情境跟另一個習慣的情境混在一起。」這句話我感觸特別深，面對漫長暑假，我總是懶洋洋地躺在床上滑手機，卻忘了床鋪的用途是建立睡眠的環境，因此在那段期間我時常失眠。COVID-19 帶給世人最大的衝擊便是要在居家工作與生活找到一個平衡點，我照著書中的引導建構良好的環境一步步成為更好的自己。

最令我印象深刻的片段是一個坐輪椅的人的故事，我很佩服他如此樂觀，假如是我坐在輪椅上，我可能無法像他一樣感謝輪椅讓他能出門，不用一輩子躺在床上。事物都有很多面向，有時候轉個念頭也就過了，何必固步自封？想建立困難的習慣時，轉念也是必要的，而書中也提到只要將習慣與正面感受連結在一起便能使它產生吸引力，而這也是我覺得習慣就像是個魔法的原因，我試了在每次與媽媽擁抱前先深呼吸三口，每當有不安全感、焦慮時只要深呼吸三口，便覺得身心舒坦，彷彿什麼事都難不倒我。

「環境設計讓你取回掌控權，成為生活的建構者。不要只當你所處世界的顧客，也要成為他的設計者。」每一個習慣都成就了自己，建立習慣的同時，也是找尋自我的開始。

四、 討論議題：

1.原子習慣如何與相關心理治療結合？

學校名稱：新北市天主教恆毅高級中學

年 級：二

班 級：高二智

科 別：

名 次：甲等

作 者：黃煒儒

參賽標題：西遊記讀後感

書籍 ISBN：9789575709518

閱讀書目：西遊記

原文書名：西遊記

書籍作者：吳承恩

出版單位：台灣東方

出版年月：2010 年 05 月 01 日

版 次：二版

中/英文寫作：

一、 圖書作者與內容簡介：

《西遊記》是由唐玄奘去遠方西天取經的事件及各式各樣的民間傳說及作者本身的無限想像交織而成。自問世以來，在中國及世界各地廣為流傳，被翻譯成多種語言。在亞洲部分地區《西遊記》家喻戶曉。

故事內容為孫悟空從靈石蹦出來後，到處鬧，鬧龍宮，鬧天宮，最後被如來鎮壓在五指山下。五百年後因要贖罪，後陪唐僧至西天取經，一路上許多的妖魔鬼怪想吃掉唐僧，幸好有孫悟空、豬八戒、沙悟淨三個徒弟的保護，最終成功取經，修成正果。

二、 內容摘錄：

1.三藏和徒弟們來到大雄寶殿，先跪下來叩拜釋迦牟尼佛，然後向左右拜了菩薩、金剛、羅漢、揭諦們，又取出蓋有路上經過各處寶印的關文，呈給如來過目，並說：「弟子玄奘奉東土大唐皇帝之命，到靈山拜求真經，就度人民。求佛祖垂恩，賞賜經本，以便早日回國。」（P.252）

2.如來佛聽了，神情莊嚴地說：「你們東土地方，地大、物博、人眾，發生許許多多貪婪、殺戮、詐欺等事。大家都不遵從佛法，不愛惜五穀，不忠、不孝、不義、不仁，死後不但要貶入地獄，受盡種種刑罰，最後還要變做畜生，永世不得超生，這一切都是因為沒有真經教誨的緣故。」（P.253）

三、 我的觀點：

書味在胸中，甘於飲陳酒，一本好書猶如一壺佳釀，每一次的沉醉，每一次的暢飲，每一次的沉醉都帶給我不同的體驗和收穫。

《西遊記》是幾乎所有人讀過的經典大作，小時候讀是因為覺得孫悟空很帥，但長大後讀就又会獲得不同的感受及領悟。這本書內容豐富，故事情節精采，讓人沉醉其中。師徒四人離奇的冒險經歷，給我的童年增添了幾分色彩，他們途經許多國家，一路上遇到許多險惡的環境，還遇到了許多妖魔鬼怪，在經歷了九九八十一回各式各樣的困難後，才取得了有字真經。在幾百年後的今天，那不畏險阻，跋山涉水冒險的精神仍然鼓舞著我們。在書中我最喜歡的還是孫悟空，孫悟空上天入地，一身的本領，沒有任何妖怪可以逃過他的法眼，書中他為了師父的安危，上刀山下火海也在所不惜。

如今在學校學習就有如要去取真經，在學校，我們會遇到形形色色的人，有的像豬八戒，好吃懶做，有的則像沙僧，成熟穩重，任勞任怨；有的像孫悟空，足智多謀，敢做敢當，頂天立地，而有的像唐僧，溫柔敦厚，不願氣餒。我們在學習上像唐僧、孫悟空、沙僧一樣，有如此的信念，必將成功。

孫悟空的堅強不屈，在經歷各種困難時頑強掙扎。自然，我們的人生道路也不可能沒有一顆絆腳石，難道縱使遇到了懸崖就意味失敗嗎？在困難面前，有的人勇往直前，有的人卻低頭放棄，活在自己構想成功的夢中。楓葉經歷過風霜更紅艷，梅花經歷過霜雪更沁香。磨難，就像人生必經過的一個驛站，是成功之路上必爬的山峰，戰勝他，才能綻放自己的光芒。

還有孫悟空破石而出，不服約束，大鬧天宮，他有如自由的化身，他的一切鬥爭都是為了爭取自由。在經過人類不斷地探索及發展，對於精神自由的需求被無情抹殺，現代人就是缺乏像孫悟空那樣對自由的渴望。

在書中，還有一位默默無名的英雄---沙僧，他始終為這個團隊盡心盡力，默默做著許多苦力，他忠厚老實，在取得真經後，師徒四人都被封了一個稱好，豬八戒被風淨壇使者，但卻對自己的封號不滿，但沙僧只有被授金身羅漢爾已，但他卻默默接受，有一個稱號就已經很滿足了。在現實中，有人在做完事後，抱怨自己所得的太少，但也有人對於所得的心滿意足，只求付出，不求回報。

《西遊記》雖然表達這樣的思想:要實現一個偉大的理想、目標，就一定會遇到很多困難，但只有堅定地戰勝他才會取得最終成功。我讀《西遊記》不是因為他是四大名著而已，更多的是他之中的各種角色的各種特質值得我們學習。各種人物的特色也可以運用在我們的生活當中，使我們更精進自己。

四、 討論議題：

1.我們在人生中是否要如此安逸，待在自己的舒適圈，或是踏出舒適圈去追求嚮往的自由，尋找出一點“敢問路在何方”的豪情鬥志!

投稿類別：教育類

篇名：

旁觀者效應與校園霸凌之關聯-以高中生為例

作者：

林庭蓁 私立恆毅高中 三年級 望班 普通科

劉安妮 私立恆毅高中 三年級 勇班 普通科

指導老師：

張吉勝 老師

陳志忠 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

根據教育部提供的資料，106 年至 108 年高中職以下確認為霸凌案的件數依序是 143 件、157 件、185 件（蘋果新聞網，2020），而通報疑似校園霸凌個案，2020 年共通報 854 件，與 2016 年的 606 件相較之下，成長近三成（陳沿佐，2022）。經由研究者觀察發現，多數被霸凌者的同儕都對霸凌事件置之不理，回想起過往的經驗，在班級裡面，同儕之間也曾有霸凌事件的發生，旁觀者的冷漠更加襯托出被害者的無助，同時也默認了霸凌者的行為。並且，因為科技網路的發展，許多人會利用網路的便利性，擴散霸凌的言論，使自己的行為得到認同，進而造就了霸凌無處不在的結果。

此外，2022 年 6 月 10 日發生在中華人民共和國的一起打人鬥毆事件，幾名女子凌晨在唐山燒烤店被一位男性性騷擾，男子攀談搭訕不成，竟出手暴打對方，當時只有幾名女性出手阻攔後也受到攻擊，但大多數旁觀者仍然不為所動或是逃離現場，僅有少數目擊者因害怕惹禍上身，躲到一旁報警（轉角國際，2022）。研究者想要瞭解多數人這麼做的背後原因，並且希望能透過此次的研究，從身邊改善旁觀者的行為，讓旁觀者能夠正視霸凌、挺身而 出，進而減少霸凌持續發生的機會。

二、研究問題

- (一) 分析旁觀者效應造成的原因。
- (二) 探討團體壓力對霸凌的影響。
- (三) 如何改善旁觀者效應，避免霸凌行為的產生。

三、重要名詞解釋

- (一) 校園霸凌：指個人或集體持續直接或間接對他人欺負等行為，使他人處於具有不友善之校園學習環境，產生精神、生理、財產上之損害，或影響正常學習活動之進行。
- (二) 旁觀者：霸凌事件發生時，觀看事情的發生而無所動。
- (三) 性霸凌：對身體外表、性別氣質、性取向、性特徵取笑或評論的行為且非屬性騷擾者及性侵害者。
- (四) 反擊性霸凌：受凌者不堪霸凌者的霸凌，而選擇反擊或去欺負比自己弱小的人，成為霸凌者。
- (五) 從眾效應(Bandwagon effect)：也稱「羊群效應」，也就是人們很容易受到大多數人趨向的影響。

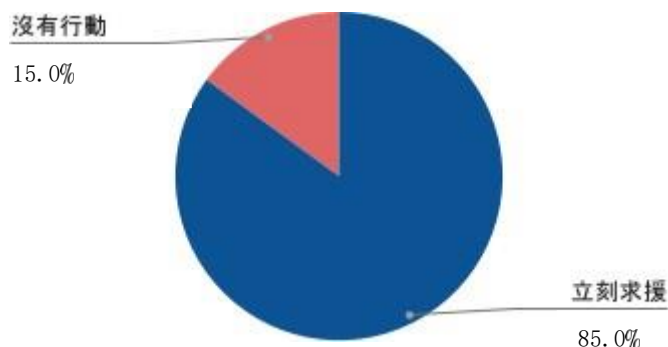
貳、文獻探討

一、旁觀者效應造成的原因

旁觀者效應(Bystander effect)的定義為：「當有許多人在場時，就造成了責任擴散，即個體不清楚到底誰應該採取行動，容易產生等待別人去幫助，或互相推諉的情況。」（靳會永，2010）。在我們日常生活中旁觀者效應無所不在，例如：在路上遇到車禍時，縱使傷患情況危急，在多人圍觀的情況下，仍無人伸出援手。

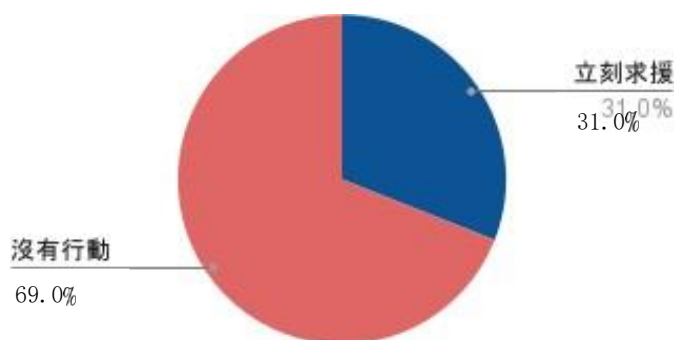
反之，若是在人煙稀少的地方，責任擴散的狀況就會減少，傷患獲得幫助的機率也比較大，關於這點，社會心理學家約翰·達利(John Darley)和畢博·拉塔內(Bibb Latane)做了一項有關責任分散的實驗，六名大學生被各自帶到附有對講機的小房間，其中一位受試者約翰（研究人員的暗樁），在自我介紹時會提到他有癲癇的困擾。有一半的受試者被告知，全體受試者都能透過對講機聽到別人的對話內容，另一半的受試者被告知，只有他們一人能聽見約翰。對話開始幾分鐘後，約翰癲癇發作，開始口齒不清並請求幫忙。以下是實驗數據。

圖一：被告知只有自己能聽見約翰的受試者



資料來源：研究者參照林凱雄(譯)（2020）。為甚麼好人總是袖手旁觀。
(Catherine A. Sanderson)。臺北市：商周出版(2020) 製表。

圖二：被告知全員都聽得見約翰的受試者



資料來源：研究者參照林凱雄(譯)（2020）。為甚麼好人總是袖手旁觀。
(Catherine A. Sanderson)。臺北市：商周出版（2020）製表。

達利和拉塔內假設，在多人情境下，由於責任分散的關係，受試者會對自己是否應該做出行動感到猶豫不決，因此伸出援手的可能性降低。相反的，如果事情僅發生在自己眼前，當事人主動伸出援手的機率較高。我們得知在責任分散的情況下，當事人較不會意識到不行動的嚴重性。類似的事件如 1964 年美國紐約皇后區，一位年輕女性在自家公寓大樓外被殺害，事發當晚，有三十八個人目擊或聽到這起事件，卻沒有一個人在當下出面幫忙

或報警，也因為此事件的發生，旁觀者效應與促成此效應的責任分散隨即掀起一波熱潮（潘怡格，2018）。

二、團體壓力對霸凌的影響

靳會永（2010）指出「人們很容易受到大多數人趨向的影響」。在二人以上的團體內，我們往往會遵從多數人的想法，因為擔心若在選擇上與他人不一致，會成為團體中的異類，而被投射異常的眼光，在霸凌這件事上也不例外，這就是所謂的從眾效應。影響此效應的原因有關個人在團體內的階層高低，通常階層較低者會順從階層較高者的意見，大多數人都不敢違背權勢較大的人，但若此時團體內有持反對意見者，將會使成員開始思考其他選擇，從而減少從眾效應的產生。

在日常生活中，常常跟從同儕的選擇或行為，例如在班會的投票時，看到大多數同學都舉手的選項，自己會怕不合群，從而跟著舉手，改變自己的想法。「想融入社群是人類的天性。」(Catherine A.Sanderson, 2020)。尤其在青少年中想融入同儕的歸屬感特別強烈，我們也可以從身邊的社交軟體中看到這種現象，如：Instagram 上的貼文按愛心功能，當青少年看到愛心數較多的貼文，會進而模仿其內容，只為了讓自己也獲得較多的愛心數，因此愛心數成為同儕間尋求認同、博取肯定的指標，除此之外，甚至還有些人不惜花費金錢購買追隨者(Follower)，讓粉絲數成為一種炫耀的工具，或是衡量人氣的標準。雖然每個人都有虛榮心，但應將重點放在自我提升，而非專注在改變那些表面的數值，充實自我後，擁有自己的價值觀與思考能力，將減少被從眾效應影響的可能。

三、如何改善旁觀者效應，避免霸凌行為的產生

旁觀者在霸凌中佔有重要的地位，若是旁觀者選擇站出來發聲，霸凌者將會開始反思自己的行為是否正確，但普遍大眾都不會遏止霸凌這個行為，覺得和自己無關，反而助長霸凌者肆意妄為。普林斯頓心理學教授伊莉莎白·帕拉克(Elizabeth Paluck) 指出：「**想要傳播訊息，可以運用巧思針對特定對象。**」（林凱雄，2020）。因此她和她的研究團隊設立了根基計畫，其目的在於透過同儕之間的影响力改善校園霸凌的風氣，他們挑選在團體中受歡迎的少數學生，訓練其向社群傳達正面行為的益處，結果顯示此計畫很是成功，有推行該計畫的中學，衝突發生率大為降低。

普遍來說高中生已發展出自己的主見，相比之下中小學生涉世未深，較易聽從年長者的指教，所以改善旁觀者效應可以從中小學生開始著手，「**當團隊所有人都在推卸責任時，你要當那個書擋，把責任扛下並把事情解決。**」（博恩，2019）。所以首先要培養他們的社群責任感，讓他們理解到在一個群體內遇到不對的事就應該跳出來阻止，而不是等待其他人有所作為，並且讓其意識到沉默旁觀在大多時候就等同默認霸凌，即使他們本身不認同霸凌這個行為。

其次，同理心也極其重要，試著從小就培養換位思考、感同身受的能力，站在受凌者的立場思考：「如果是自己被這樣對待，心情會如何？」進而反思霸凌帶來的壞處與後果，才能促使旁觀者在面對霸凌時能有應對的措施。

叁、研究方法

一、研究流程

本研究採文獻分析法與問卷調查法。研究者先擬定想探討的主題，找尋相關資料以佐證想法，並使用 Google 表單製作問卷，發送給 223 位高中生填寫後分析結果，最後撰寫結論與建議。

圖三：研究流程圖



資料來源：研究者自行繪製

肆、研究分析與結果

本問卷總共收集二百二十三份回覆，有 36.8%的男性以及 63.2%的女性，包含十個題目。受訪者的身分主要針對高中生，其中有 18.8%的高一學生、68.6%的高二學生和 12.6% 的高三學生。希望透過受訪者的填寫，能夠就身邊的校園霸凌事件，了解旁觀者的心理狀態，並加以分析他們選擇成為旁觀者的背後原因。

（一）你曾經遇過哪些霸凌形式（複選）

圖四：你曾經遇過哪些霸凌形式

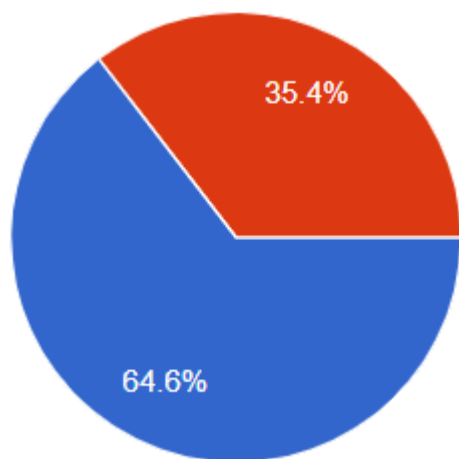


資料來源：研究者自行設計問卷分析

根據圖四複選題可知，占校園霸凌最多數的是言語霸凌與關係霸凌，分別為 155 人（69.5%）及 137 人（61.4%），較少數的為性霸凌和反擊性霸凌，分別佔 6.3%和 5.8%，雖然佔的比例不高，但仍不可輕忽。研究者原先認為隨著科技發展的匿名性會使網路霸凌逐年上升，但研究結果卻不如研究者預想的多，推論是因網路霸凌多在檯面下發生，所以相比言語與關係霸凌較不為人知。

（二）你是否曾經在霸凌事件中擔任旁觀者

圖五：你是否曾經在霸凌事件中擔任旁觀者



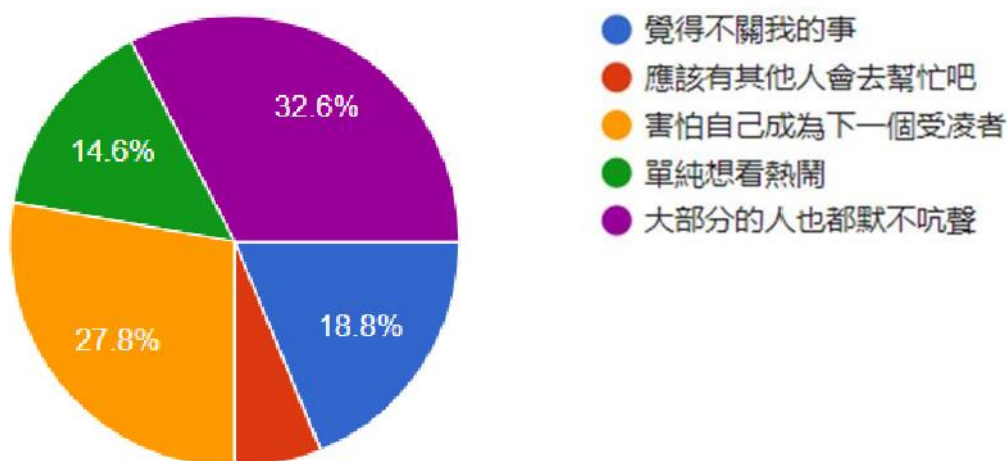
資料來源：研究者自行設計問卷分析



根據圖五可知，在霸凌事件中擔任旁觀者的人占了 64.6%。顯示有超過半數的人在面對霸凌事件時會優先選擇旁觀，願意挺身而出的人只佔 35.4%。

（三）你為什麼會選擇當個旁觀者

圖六：你為什麼會選擇當個旁觀者

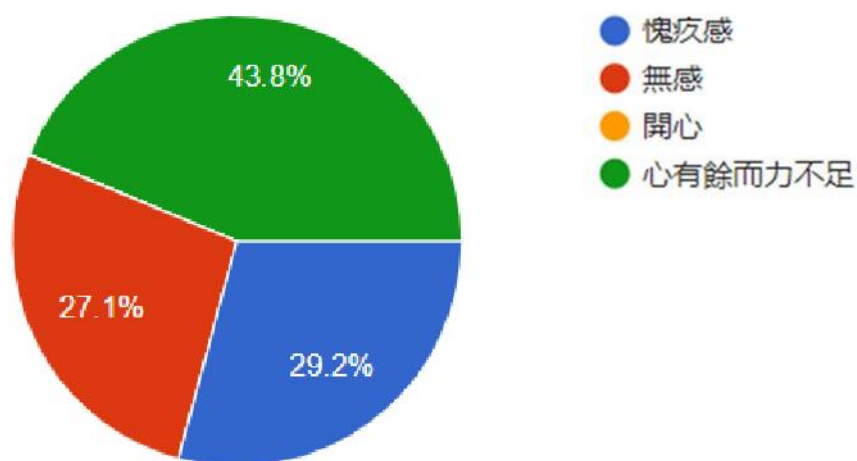


資料來源：研究者自行設計問卷分析

由圖六可知，有 32.6%的人因為大多數人的沉默也選擇默不吭聲，明顯有「從眾效應」與「團體壓力」現象的發生。而 27.8%的受訪者害怕霸凌的目標會轉移到自己身上，成為下一個受凌者，從而進行漠視，這可能與師長長期教導學生要自我保護有關聯。

（四）經過這次的霸凌事件，帶給你什麼樣的感覺

圖七：經過這次的霸凌事件，帶給你什麼樣的感覺



資料來源：研究者自行設計問卷分析

根據圖七可知，有 43.8%的人覺得心有餘而力不足，29.2%的人感到愧疚，27.1%的人則是無感。代表大多數人是想要有所作為，但是因為種種原因卻步了。數據中沒有一位高中生在霸凌事件中感到開心，可見得大部分的人都認為校園霸凌是負面的行為。

（五）如果你再遇到霸凌事件，你會採取的行動，為什麼？

經研究者彙整問卷填答的內容，59.7%的人選擇視情況而定，多數受訪者會考慮到霸凌者的勢力或自己與受凌者的關係，以及自己是否能力不足，會連

帶遭受牽連。而有 19.4%的人選擇通報師長，其原因在於老師屬於權威者，較有能力以正當且有效的方式介入霸凌，少數的人也會害怕自己被牽扯進去，所以選擇通報師長這個較為安全的作法。14.6%的人選擇出面喝止的原因多為正義感使然，以及防止霸凌事態更加嚴重，且較有威嚇力。

（六）你的選擇跟之前一樣嗎，促使你改變的原因或理由是什麼

雖然有 63.2%的受訪者仍然選擇當個旁觀者，但近四成的受訪者願意做出改變，研究者統整了幾個原因：

1. 愧疚感：受訪者曾經有過沒有伸出援手的經歷，因為明白霸凌的嚴重性，所以不希望再次看到有人受傷害。
2. 心智年齡成長：期許自己的行為能夠有所長進，並且幫助需要幫助的人。
3. 感同身受受凌的一方：有些受訪者因為自己曾經遭受過霸凌，所以對被霸凌時的無助感心有戚戚焉，不想讓其他人也承受那種痛苦。

伍、研究結論與建議

一、結論

從文獻分析與問卷調查結果統計中，本研究歸納出以下結論：

- （一）校園霸凌事件最多數的是言語霸凌與關係霸凌。
- （二）旁觀者在霸凌事件中易因從眾效應或團體壓力而選擇默不吭聲。
- （三）再遇到霸凌事件時大多數人仍選擇當旁觀者角色。

校園霸凌之所以會成為一個社會問題，主要是因為旁觀者漠視，研究者統整了漠視問題的根本原因有以下幾點：

（一）團體壓力與從眾

校園霸凌不僅僅是霸凌者與受凌者雙方之間的事，因為關係到整個班級或校園的氛圍，所以高中生往往會觀察同儕看待此事件的態度，再決定自己是否要插手。高中生很重視團體內的歸屬感，可能會害怕因為自己出面阻止霸凌行為，而成為下一個受凌者，或是失去了在此團體內的地位，以及與朋友的連結，從而不敢見義勇為。

（二）師長的干預意願

如果旁觀者害怕自身被捲入爭端，多數會選擇將情況通知師長，認為教職員通常擁有較多的權力可以干預校園霸凌事件，但若是教師沒有表現出足夠的正義感，學生可能就會認為師長們不想插手，進而影響學生袖手旁觀的機率。

（三）旁觀者本身的力量

根據研究者設計的問卷，有部分的高中生害怕因為自己的力量不足，出面干涉可能會適得其反，沒有解決霸凌問題，反而使霸凌者的行為更加嚴重，

二、建議

在研究過程中，研究者發現旁觀者即使再次遇到霸凌事件，仍有 63.2%的人會再次選擇旁觀。因此，如何促使旁觀者正視霸凌及挺身而出，本研究建議：

（一）釐清責任歸屬並培養社群責任感

當旁觀者認為受凌者在霸凌中有一定的責任時，會減少行動的意願，但這種想法反而會演變成在檢討受害者。其實，在霸凌這件事中每個人都有責任，視若無睹不代表可以推卸責任，因此釐清責任歸屬是首要目標。其次則是培養社群責任感，能夠在團體內自我覺察到自身價值，即使是做一件看似微不足道的小事，很可能就這麼幫助了誰，訓練學生平時的責任感，能夠提升霸凌時挺身而出的機率。

（二）改善校園風氣

研究者認為校方應優先培養教職員主動介入霸凌的能力，讓學生明確知道校方不鼓勵霸凌行為，也理解老師願意挺身而出，反之若是老師們都表現出不以為意的態度，也會間接影響學生袖手旁觀，形成負面的漣漪效應。

（三）多了解事情發生的原委

大多數人時常認為可憐之人必有可恨之處，因而覺得受凌一方只是得到報應，但往往事情可能並非如我們所想，所以在下判斷之前，應多方了解相關細節，才不會造成不當的理解。

（四）展現道德勇氣

高中生時常害怕因不合群而受到批評或是被認為反應過度，但相對具有自信心的人，透過正確價值觀的判斷，較不會因感到害怕而放棄做堅持自己理念的行為，確信自己是為正確的事情挺身而出，不會屈服於同儕壓力下，進而展現道德勇氣。

（五）培養同理心

在人際交往的過程中，同理心是一項很重要的溝通能力，缺乏同理心會使旁觀者出面阻止霸凌的意願下降，最後可能造成不可挽回的悲劇，由此可知，非暴力溝通也是必備的課題。

陸、參考文獻

一、書籍、期刊參考資料

- 1、靳會永（2010）。**心理專家不告訴你的心裡操縱術Ⅱ**。台北縣：菁品文化事業有限公司。
- 2、孤草（2002）。**逆境心理學**。高雄市：宏文館圖書股份有限公司。
- 3、姜元御、林烘煜、劉志如、何縉琪、許木柱（2011）。**青少年心理學**。臺北市：三民書局股份有限公司。
- 4、丁興祥、李美枝、陳皎眉（1988）。**社會心理學**。台北縣：國立空中大學。

- 5、林凱雄(譯) (2020)。為什麼好人總是袖手旁觀。(Catherine A. Sanderson)。
臺北市：商周出版 (2020)。

二、網頁參考資料。

- 1、蘋果新聞網 (2020 年 1 月 20 日)。霸凌案件數年年攀升？專家告訴你這樣「看見真相」。取自：
<https://www.appledaily.com.tw/life/20200120/OFSVMO545SUBV4WIWA4ZGLI6VI/>
- 2、陳沿佐 (2022 年 5 月 6 日)。聽見孩子的聲音 | 拒絕霸凌 安安的心願。取自：<https://news.cts.com.tw/cts/general/202205/202205062079558.html>
- 3、潘怡格 (2018 年 3 月 21 日)。為什麼當意外發生時，旁觀者越多、願意伸出援手的人卻越少？。取自：<https://pansci.asia/archives/137404>
- 4、轉角國際 (2022 年 6 月 14 日)。唐山打人事件：中國女性的「受害者有罪論」。取自：<https://reurl.cc/2ZqkX4>
- 5、詹昭能 (2000 年 12 月)。旁觀者效應。取自：
<http://terms.naer.edu.tw/detail/1308370/>

6、少年警察隊（2017 年 8 月 3 日）。什麼是霸凌？孩子如被霸凌，家長應如何處理？。取自：<https://reurl.cc/yraGx2>

7、告白元。（2019 年，6 月 5 日）。博恩致詞-建中 71 畢典
《Endgame》。YouTube。取自：
<https://www.youtube.com/watch?v=UdJzv6Q5bMA>

投稿類別：法政類

篇名：

淺談國民法官法

作者：

許瑀庭。新北市天主教恆毅高級中學。高二智班

指導老師：

羅欣予 老師

陳志忠 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

近年來，我國的司法體系一直為人民所詬病，許多重大社會案件，其判決結果往往與人民所期望的有所出入，人民對司法的不信賴度日漸升高，甚至有所謂「恐龍法官」一詞的出現，促使政府進行司法改革。為此，109年立法院正式三讀通過《國民法官法》，望解決此一現象的惡化，但民眾對此法的熟知度卻不可觀。到底何為《國民法官法》？是我想進一步了解的議題。

二、研究目的與問題

國民參與審判對於我國而言是一項重大的變革，對於這項重大且與人民息息相關的議題，在此篇論文裡將進行深入的探討及研究，解析此法的內容以及規章制度，並探討其造成的爭議，化繁為簡，統整成此論文，期待民眾能藉此提高對於此法律的認知。

貳、文獻探討

在查找許多資料後，本研究將所擁有的資料統整，先行做概略的介紹。

我國的司法體制屬於大陸法系，由表一可知，歐陸法系較不重視因判例的不同而做出的調整，其重視的是法條制度及程序。

表一：英美法系 VS.大陸法系

	美英法系	大陸法系
別名	不成文法/海洋法/判例法/普通法(common law)	成文法歐陸法 (civillaw)
定義	強調系統化、條理化、法典化和邏輯性，並將全部法律分為公法和私法	基於以往判決的判例上，逐步形成的全國普遍通用法律，分為普通法和衡平法兩部分
形式	不成文法為主 判例為主	成文法為主 法條為主
訴訟程序	重實體輕程序	謹守訴訟程序(重程序輕實體)
推理方向	歸納	演繹
代表國家	英國、美國	法國、德國

資料來源：參考法系與法源楊智傑以及民間司法改革基金會之文章加以修改
民間司法改革基金會(無日期)。看電影學法律。<https://reurl.cc/GorqdG>

一、獨任制與合議制

1、獨任制：

係指審判法院由一名法官獨立組成，能夠在審判案件上更有效率，但缺點是法官缺少討論案件的對象，容易因個人見解而恣意評判。

2、合議制：

係指審判法院由數名法官組成，因有三到五位法官合議討論，能夠群策群力，使判決更加謹慎。但多名法官容易因意見不同，導致判決僵持不下，缺乏效率，也可能造成法官互相推卸責任，不願為判決負責等問題。

二、我國審判制度

我國採「三級三審制」，由法院組織法第 3 條規定，地方法院若為一般案件或簡易案件，均由獨任法官審理，若為情節特殊或重大案件時，由三名法官組成合議庭審理。高等法院審理案件應由三名法官組成合議庭審理。最高法院審理案件則需由五人組成合議庭審理。

叁、研究方法研究架構

本文採用文獻分析法，透過收集資料，參考例如司法院國民參與審判網站等多個法律相關網站，並請教師長，再加入個人想法，來完成此篇論文。

研究流程

(1)國民法官法的沿革

(2)國民法官任選資格及制度

(3)國民法官制度與參審制陪審制的差異

(4)國民法官法的問題剖析

圖一：研究流程圖



資料來源：研究者繪製

肆、研究分析與結果

一、國民法官法的沿革

2002 年起，司法院進行的公信力評價一直緩緩下降，正向的評價僅僅只有 35%，且從未超過負向的評價，2010 年發生的白玫瑰運動，更是直接引爆了台灣人對於長年法院輕判的不滿，衍伸出民眾希望不適任的法官需被汰換的訴求，而專業化從一開始是希望審判更加公正，卻造成了莫大的反效果，使民眾無法理解

審判的原因，造成支持度普遍偏低，促使政府推行《國民法官法》以挽救支持度，希望能借此法讓人民對於司法參與度及信任度上升（梁家昊，2018）。

二、國民法官任選資格及制度(全國法規資料庫)

積極資格：

- 1.為中華民國國民
- 2.年滿二十三歲
- 3.在「地方法院管轄區域內」居住四個月以上

消極資格：

- 1.自身因素：涉刑案未滿一定期限，或被褫奪公權及限制自由者
- 2.身心因素：受監護或輔助宣告之人員
- 3.教育門檻：未完成國民教育者
- 4.與案件有關係：與案件被告人或被害人有一定程度關係者
- 5.不能公平：有事證證明其難以履行職務者
- 6.職業因素：為法律相關特殊背景之人員(例:律師、現役軍人、教受法律科目之教授、政黨委員等)

選任流程：

選任國民法官採「先抽後問」即先行隨機抽取符合資格者，再以書面通知民眾至法院接受詢問，再抽取符合消極資格者，如圖二所示。

圖二：選任流程圖



資料來源：參考司法院-國民參與審判網站之流程圖加以修改而成。司法院全球資訊網（2020 年 9 月 21 日）。國民法官、參審、陪審比較表 109 年 7 月版。https://reurl.cc/NXl186

國民法官的保障及權利：

- 1.保護：國民法官與備位國民法官之身分，都將受到保護。
- 2.保密：任何人不得接露國民法官，備位國民法官及候選國民法官之個人信息。
- 3.安全：對國民法官犯罪，其刑罰加重二分之一。
- 4.公假：雇主應當給予公假且不做職務上的任何不利處分。
- 5.補帖：按照到庭日數給予日費、旅費等。

三、國民法官制度與參審制陪審制的差異

國民法官制度是由參審制及陪審制脫胎而來，融合了國情考量，制定出較符合我國的國民參審制度，詳細之比較如表二所示。

表二：我國國民參審制度 VS. 陪審制 VS. 參審制

比較	陪審制	參審制
代表國家	美國	德國
參選人名稱	陪審員	參審員
選任資格	一般國民	具意願或被推薦者
與法官關係	分工審判	共同審判
比較	陪審制	參審制
與法官 交換意見	不行	可以
座位	獨立坐在法官一側	共同審判
特色	負責事實認定 不包括量刑討論	參與量刑
參與方法	隨機選出， 只參與一個案件	任期制(5 年)
能否詢問證人	不行	可以
表決方式	獨立表決一致決	2/3 特別多數決

資料來源：研究者繪製

四、我國國民參審制度：

由上表格比較可發現，國民法官是從一般國民中選出並且是隨機的，此與陪審制相同。國民法官是與法官共同審判也可與法官討論並參

與量刑，以及詢問證人等，此與參審制相同。國民法官制度是融合陪審制與參審制而制定而成，讓我國國民能真正參與審判。

五、國民法官法的問題剖析

此次改革立意主旨是為了提高司法的透明度，讓民眾能夠走進法院，去了解每個判決形成的原因與背後故事，不要因法律知識這道高牆阻隔法官與人民的對談。但，倉促立法之下，還是產生了許多問題，以下為本研究整理出的幾點概要：

1.情緒化審判，導致判決不公：

民眾常因個案的情節不同，而用感性的情緒去思考審判的結果，讓判決結果缺乏理性的思慮。

2.「權威效應」及「從眾心理」導致無法確實表達自身意見：

素人法官因為沒有接受過職業訓練，表達意見時，較易跟著具有專業知識的職業法官的意見或陪審團大多數人的意見，導致即使意見與其皆不相同，還是無法表達出來。

3.民眾缺乏時間了解基本的法律知識：

雖然民眾在正式開庭前，會有一段時間來觀看個案資料與了解法庭流程，但對於毫無經驗的一般民眾而言，這樣的時間並不足夠去消化這些帶有一定法學知識的內容，以至於正式法庭上無法確實履行國民法官的職務。

4.職業法官與素人法官的對話方式：

職業法官與素人法官進行講解法條、法庭規則等相關法律事宜時，會有使用專業術語但民眾無法理解的情形。

伍、研究結論與建議

長久以來，法官一詞像是一道高聳的牆，隔絕著人民與法官，法學知識的專業性成了高牆的基礎。漫漫長路的司法改革，造就了國民法官法的形成，此巨大的改變不僅影響著法學界，更為一般國民帶來了新氣象，打破以往審判制度的判決模式，而是專業法官與國民攜手，成為審判的一部份。了解審判、參與審判，是此法案上路後，人民勢在必行的道路，法官也須帶著民眾審判、形成判決。審判成為民眾的常態，也因此提升法學素養，審判不再是一小群人的事，而是全體國民。一波三折的改革過程，究竟轉變的結果是好是壞，以及改革制度的成效，皆需後續法案上路後才能見證。學習、了解，以及適應，是我們應具備的能力。法案形成始於人民，國民參審成為人民了解司法的道路，判決的公與不公，由人民見證，提升法學素養，了解法律、了解審判，並了解國家。

司法改革之路波瀾起伏，國民法官法現今於 2023 年即將上路，國民參審對於我國的影響之深，改變之廣。人民的生活也與之息息相關，即使至今外界依然爭論不休，法學界對其抑是褒貶不一，但此項改革依然是我國司法體制上一項重要的里程碑，法律對案件的「法理」以及人民對案件的「情理」，在法官席上的碰撞，讓法官走入生活，人民接近法律，司法審判不再是人民只能高舉雙手抗議的無能為力，而是真正參與審判的過程。之所以改革，本於需求，人民對司法之要求也表示對司法之重視，我們皆

成為改革中的一份子，應抱持信心並帶著思考及懷疑的能力，去迎接這即將到來的重大轉變。

陸、參考文獻

國民法官法(2020 年 8 月 12 日)

立法院全球資訊網(2020 年 7 月 22 日)。制定國民法官法 <https://reurl.cc/Kpjl1e>

民間司法改革基金會(無日期)。看電影學法律。 <https://reurl.cc/GorqdG>

司法院全球資訊網（2020 年 9 月 21 日）。國民法官、參審、陪審比較表 109 年 7 月版。 <https://reurl.cc/NXl186>

司法改革雜誌編輯部(2020 年 7 月 22 日)。一起讀判決~國民法官法的 10 個重點。司法改革雜誌，103。 <https://reurl.cc/XeRD>

投稿類別：商業類

篇名：

探討現代人對於傳統書店和網路書店的看法以及購書閱讀型態

作者：

陳杰崧。新北市天主教恆毅高級中學。高二智班

指導老師：

陳瑞雲 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

不論是想要學習新的知識還是閱讀文章小說來舒緩身心靈，大部分都是透過書籍，書就是其中一個不可或缺的媒介，而以前書都是到實體書店現場購買，有的書店還有提供試閱書籍以及提供一個良好的環境讓大眾可以在書店裡變成是一種享受陶冶身心靈的地方，而近年來網際網路日漸發達促成網路電商的崛起，又碰上新冠疫情而起的宅經濟，消費者在家中透過網路下單就有專人送達到家門口，不僅減少與人接觸的機會，也省去消費者的許多時間，在線上就可以挑選好書籍放入購物車再下單即可，而網路上可以看到傳統書店無法呈現給消費者的地方，就是其他讀者對於這本著作的評價和感想，這也是一個現代人挑選書籍的其中一個條件。

近年來時常被新聞專注的事件是傳統書店的衰落許多傳統書店都面臨倒閉潮，連鎖的誠品書店也難逃，像是以誠品為例 2020 年一年關閉海內外八間以上門市，當中包括最具指標以及歷史性陪伴大家走過近 30 個年頭的誠品敦南店也在這波倒閉潮中熄燈，但誠品也認為「**關店不是壞事，不關店也不見得是好事；但開錯店一定是壞事，開對店才是好事。**」（吳旻潔，2020）會積極尋找更適合的地點和更好的服務整合提供消費者；也因應網路店商快速崛起，在家手指動動就會有專人送到府，不需自己出門而尤其又在疫情當中，PChome24h 和博客來儼然就是個很大的對手，所以誠品在這方面也積極布局重新架設新的電子商務平台並且提供 24 小時到貨，朝向發展多角化經營模式的複合式書店，未來放眼聚焦經營全通路，取代傳統的誠品店面。

二、研究目的與問題

研究方向想朝向現代人的閱讀習慣和購書型態，透過發放問卷調查大家習慣在實體店鋪或線上購書，以及研究傳統以及線上書店的經營型態和優缺點。

- 1.分析傳統書店及網路書店的經營型態和優缺點（以誠品書局和博客來網路書店為例）。
- 2.發放問卷調查以及分析結果以了解現代人的閱讀習慣和購書型態。
- 3.傳統書店如何轉型（以誠品書局為例）？
- 4.逐漸邁向線上化的書店未來會如何發展還需要實體書店嗎？

三、重要名詞解釋

- 1.宅經濟：近年來網購平台和電商快速發展，提供了顧客更便利的購物環境與優質服務，讓人們不論是工作或是購物，都不用再受限於特定模式或地點，使大眾逐漸增加使用網購的頻率，減少去實體商店購買物品的次數（shopstore 專欄，2020）。
- 2.多角化經營：公司企業增加或擴大產品的品種、市場或服務類型，許多企業不只侷限同質性產業的不同產品，也可能跨足其他行業生產經營更多樣的產品或業務，擴大企業的經營範圍和市場，提高公司營運成長，有利於企業的長期生存與發展。

3.行銷 4P：包含 Product (產品) 、Place (地點) 、Price (價格) 、Promotion (促銷)，指業者站在消費者角度思考這四種問題，提出設想、假設以及制定合理價格，精準探討到自家產品的市場定位，以便準確進入目標市場、瞄準目標客群，此策略概念最早由美國密西根州立大學教授—麥卡錫(McCarthy) 在 1960 年提出(Eden, 2018)。

貳、 文獻探討

一、傳統書店 誠品

1.簡介與經營理念

誠品創立於 1989 年以「人文藝術生活」的經營理念開設藝術書店，後來展店方面也漸 以文化和創意為核心，以精緻的空間設計營造出舒適的閱讀場域，誠品也強調閱讀無時差的理念，開創全球首間以 24 小時營業的書局，並且持續不斷的舉行畫展和藝文活動，推動大 眾的書香氣息，近年將原本以閱讀為核心的書店逐漸轉變成複合式文化場域，包括書店、畫廊、購物、美食廣場，由一般書店轉型為大型複合式書店，後來陸續開創許多自營文化品 牌，像是開展誠品生活，延續誠品書店的核心理念讓人文藝術和創意融入生活當中，致力發展成文化產業，誠品強調多角化經營滿足各個民眾不同領域的需求，為顧客創造良好生活體驗（Eslite 誠品，1989）。

2.行銷4P分析

(1) Product (產品)

誠品書局顧名思義以書籍為主要商品，如：中文書、外文書、雜誌、兒童圖書… 等，以精緻的空間規劃、燈光和舒適的閱讀場域，但也會發現誠品不是單純賣書的書店，其販售商品也跨足視訊影音、文具辦公用品、生活雜貨等等，其門市更是結合誠品生活、餐飲事業，乃至花店也有，提供消費者更多樣的選擇，從傳統書店搖身成為複合式商場，而誠品的定位以「文化場所」為核心，以提升大眾生活品味為前提，在各門市也時常舉行許多藝文活動，像是演講座談、劇場展演、音樂會、攝影、紀錄片等，平均一年在海內外門市可達五千場次以上（Eslite 誠品，1989）。

(2) Place (地點)

誠品經營版圖也跨足海內外，總計超過四十間以上分店，在日本以及中國都設有分店，未來更是規劃於馬來西亞展店，而誠品原本都設置在人流精華區，門市大小都是動輒上百坪，近年來因為疫情以及原房屋契約問題，2020 年一年中就關閉海內外八間以上門市，誠品進而喊出要往「全通路」發展，致力發展自營電商平台「誠品線上」，展店策略也轉型為社區型書店，不到百坪的店面，不僅販賣圖書等更跨足超市販售生鮮蔬果等，深入鄰里大街小巷，提供顧客更優質的服務（沈瑜，2021）。

(3)Price (價格)

誠品的商品價格相較於其他線上書店通路不一定會有價格上的優勢，但依舊吸引許多顧客願意上門購書，因為其所提供的是一種品牌價值，一種環境與服務的體驗，而這種經營模式也提升顧客對誠品的品牌忠誠度，「讓消費者與產生自然的情感連結，誠品認為他們的品牌是城市人的集體創作。」（品牌志編輯部，2017）。

(4)Promotion (促銷)

誠品也透過會員制，有效增加來客數和增加營業額，會員依照消費程度分不同等級，高等級會員更能享有其他服務像是特殊休憩空間，而且結合線上線下的會員，誠品線上於每月 5 號定為會員日圖書 79 折起、非圖書 85 折起等優惠；也會舉辦新書發表會和簽書會等吸引人潮，週年慶也有相當大程度的優惠，之前更是響應政府振興經濟的五倍卷政策，5,000 元變 10,000 元放大成「10 倍券」（迷誠品，2021）。

二、網路書店的興起（以博客來網路書店為例）

1.簡介與經營理念

博客來於 1995 年成立，是臺灣最早成立的網路書店，也是圖書、影音銷售第一大銷售平台，「**博客來，不只是書店**」（楊倩蓉，2011）。近年來積極跨足發展成為全方位網購平台，博客來是華文世界第一個網路書店。起初草創時期因為全新的購書模式讓當時的出版業者選擇拒絕，如今發展到現在與三千家以上的出版社合作，成為了國內網路書店的霸主。以

「在購物中思考-在閱讀中進化為品牌的理念」（博客來官網，1995），持續拓展商品種類以及提供更多樣的服務，以更貼心的操作介面及簡化的購物流程、快速送達的出貨速度，更與全省三千多家的 7-ELEVEN 合作「24 小時隔日取貨、全年無休」，提供免運費取貨、貨到付款等便捷服務，旨在為每位顧客創造優良的消費體驗，利用了網際網路平台結合實體商品，推動創造品味、質感的生活（博客來官網，1995）。

三、行銷 4P 分析

甲、Product (產品)

博客來最早以網路書店起家，至今成為臺灣網路書店的龍頭，近年來致力發展全方位的百貨購物平台，以帶給消費者一站購足和優質的體驗為理念持續發展，販售商品不僅最基本的各類書籍、電子書、文具用品和光碟以外，更跨足日用品、婦幼玩具、服飾、家居用品和 3C 周邊等等一應俱全，還有提供販賣各種票卷（如：電影票、藝廊）、沖洗相片服務，網站提供的功能和服務令人覺得這不僅僅是賣書而已，博客來做到幾乎和其他購物平台並無區別，取代了其他平台的功能，進而吸引廣大客群造就營收成長。

乙、Place (地點)

其電子平台的特色就是沒有實體店面，所以消費者要購物時並不會受限於時間和地點的限制，隨時隨地只要一鍵下單就可以選擇到超商取貨或是宅配到府，而且選擇超商送達的在今天中午前下定就可以在隔天

中午到消費者指定的超商取貨，並且平台服務和配送服務都是全年無休提供消費者便捷的消費體驗。

丙、Price (價格)

博客來因為無須支付店面成本，發展大型倉儲以利出貨，所以可以提供較其他傳統書店更加便宜的價格吸引消費者，而且時常不定期推出折扣和點數回饋。

丁、Promotion (促銷)

博客來訂於每月 7 號為會員日、17 號為樂購日、27 號為讀書日，結帳時依照會員等級享受不同折扣和回饋，而且不定時推出快閃購物節活動，有時活動不只打折甚至還有推出滿額禮，而且官網上天天有各大品牌折價券可以領取，每月還有免費電子書、電子雜誌等，還聯合信用卡推出回饋和抽獎活動（博客來官網，1995）。

參、研究方法

一、研究方法

（一）文獻分析法：針對誠品以及博客來蒐集及分析其相關的文獻資料資料。

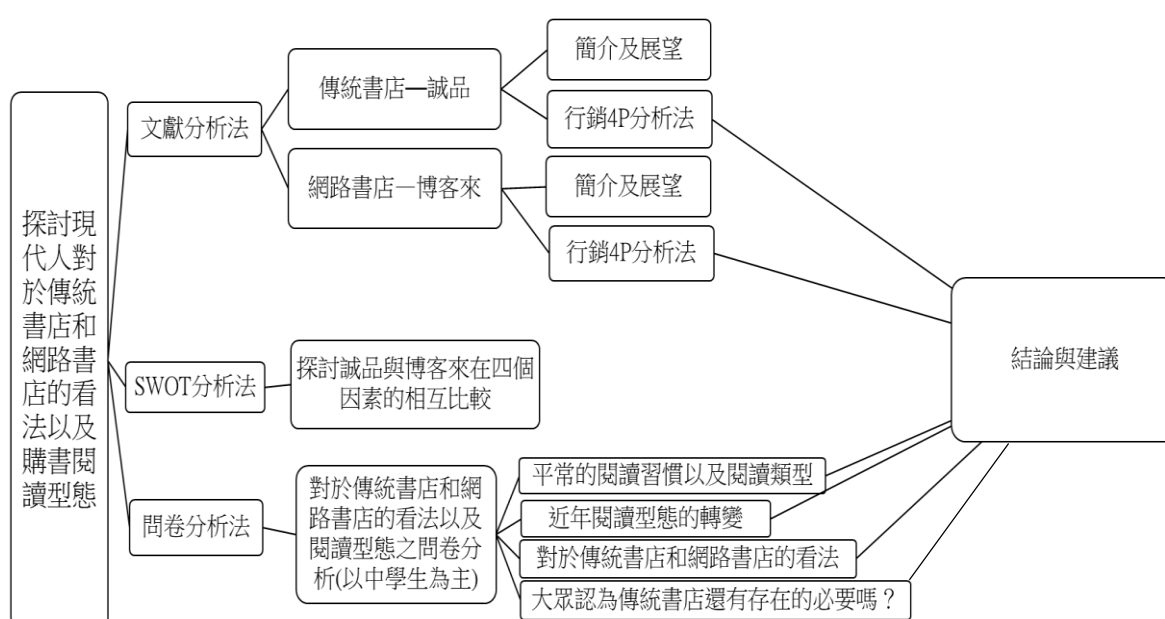
（二）行銷 4P 分析法：針對誠品以及博客來做市場區隔、市場目標、市場定位分析。

(三) SWOT 分析法：針對誠品及博客來在台灣的優勢、劣勢、機會與威脅進行分析。

(四) 問卷調查法：設計並發放問卷，用於分析對象以中學生為主。

二、研究架構

圖一：研究架構圖



圖一資料來源：研究者自行繪製。

三、研究流程

圖二：研究流程圖



圖二資料來源：研究者自行繪製。

肆、研究分析與結果 SWOT 分析

表一：傳統書店誠品與網路書店 博客來之 SWOT 分析表

傳統書店 誠品	網路書店 博客來
優勢(Strength)	
1. 集團規模大 2. 品質良好 3. 部分書籍可以提供試閱服務 4. 良好環境品質和分明的格局	1. 價格較一般傳統書店便宜 2. 產品搜尋快速(關鍵字搜尋) 3. 快速到貨服務 4. 結合超商取貨服務
劣勢(Weakness)	
1. 價格較昂貴 2. 店面數較少，且分布不均 3. 位於購物中心店面人流多時略顯吵雜	1. 品質不一定保證 2. 資安問題層出不窮 3. 可提供試閱頁數少
機會 (Opportunities)	
1. 近年文青風興起帶動消費者購買 2. 販售產品多元跨足書籍和生活用品 3. 可以投入資源發展線上平台 4. 結合超商和物流推動快速取貨服務 5. 近年投入開展社區型書店深入鄰里小巷	1. 許多現代人沒時間去逛書店，線上一鍵下訂就有人派送到家 2. 線上平台販賣可以邁向電商發展，增加更多產品類型 3. 疫情下宅經濟發展，大眾消費模式轉而慢慢依賴網路進行購物

威脅(Threats)	
1. 網路書店價格較便宜	1. 其他電商也開始著重發展書籍專區
2. 電子書產業興起	2. 因為是網路平台資安風險漏洞較大常造成各戶個資外流和詐騙問題
3. 圖書館借閱系統發展愈發完備	3. 文創文青風產業興起帶動年輕人較願意到實體書店感受環境氛圍
4. 同業類型競爭多	
5. 受疫情影響多間分店關店	
6. 除北部外分店位置分佈不均	

（表一資料來源：研究者自行繪製。）

二、對於傳統書店和網路書店的看法以及閱讀型態之問卷分析

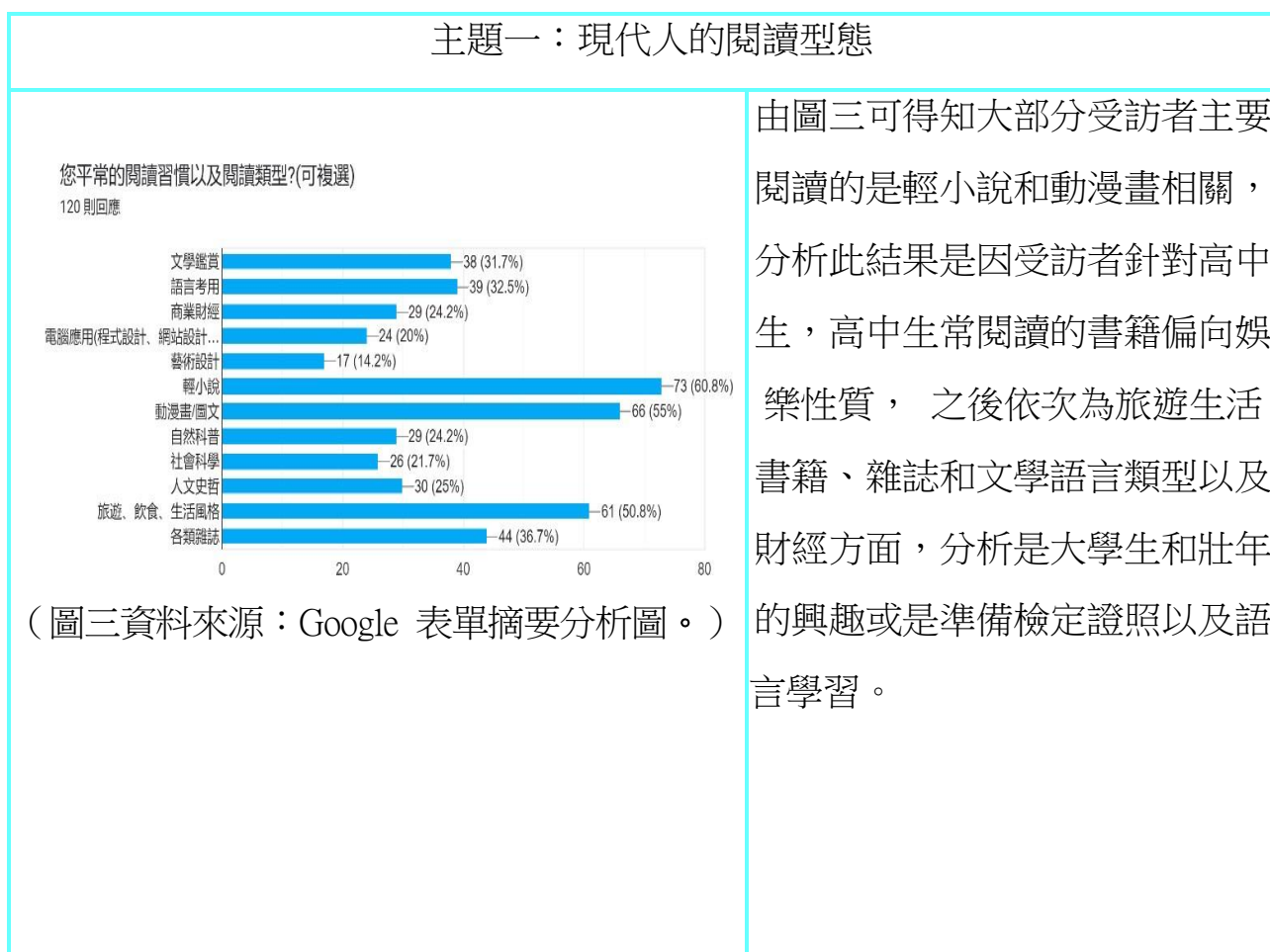
本研究問卷目的在於調查消費者對於傳統書店和網路書店的看法以及閱讀型態之問卷分析本，調查方向著重於中學生，研究者利用 Google 表單於 2022 年 5 月 1 日於網路上發放 120 份網路問卷，其中收回 120 份有效問卷，有效回收率 100%，並經過對於基本資料、使用習慣、意見回饋等統整並製作成圖表並加以分析。

表二：受訪者資本資料表

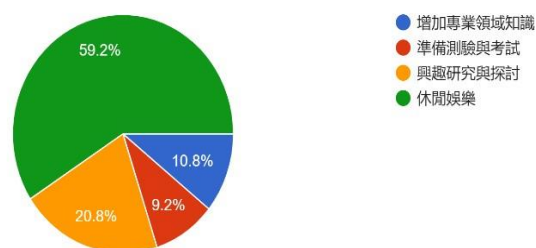
項目	說明
生理性別	男性(47.5%)、女性(52.5%)
年齡	12 歲以下(0%)、12~18 歲(71.7%)、18~35 歲(15.8%)、35~64 歲以上 (11.7%)、65 歲以上(0.8%)
身分別	學生(77.5%)、一般民眾(22.5%)

(表二資料來源：研究者自行繪製。)

表三：問卷分析



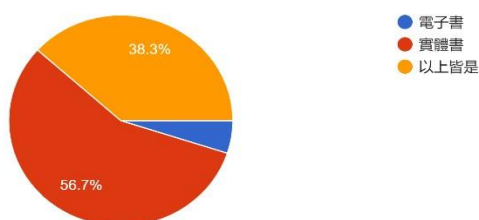
您為何要閱讀書籍(閱讀書籍的目的)?(單選)
120 則回應



(圖四資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖四可得知大部分受訪者主要閱讀書籍是因為休閒娛樂，分析此結果因高中生大多利用課餘時間閱讀休閒書籍像是上題結果之輕小說漫畫等達放鬆身心靈效果，其餘部分因為個人興趣探索以及加深個人學業方面造詣的活動，也有人為檢定證照像是程式設計或是英檢考試。

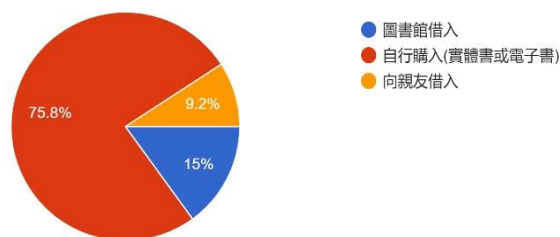
您主要閱讀的書籍是電子書或是實體書?(單選)
120 則回應



(圖五資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖五可得知大部分受訪者主要習慣閱讀書籍的方式是透過實體書籍或是都有閱讀過，主要閱讀電子書的人偏少，分析此結果因為電子書也是近幾年才興起，雖然價格便宜許多、攜帶便利，但在普及上有一定的難度，畢竟大眾所熟知閱讀書就是實體的，而電子書要在手機上或是電子裝置上，對於用眼也是種負擔。

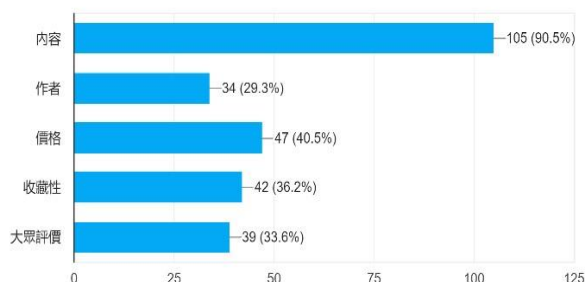
您主要取得書籍的路徑?(單選)
120 則回應



(圖六資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖六可得知大部分受訪者主要取得書籍的方式來自自行購入，第二多的取得方式則是從圖書館借入，最少的則是向親友借入，由此分析結果大部分人還是習慣自己買書來閱讀，一部分人會去圖書館借書，這部分也顯示圖書館系統日趨完善後有一定比率的人會去使用，而比較少人會和親友借書這方面。

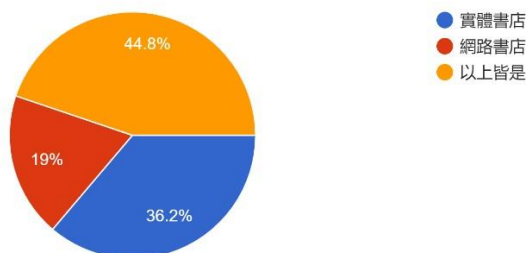
承上題，您購買一本書考量的原因為何?(可複選)(非必填)
116 則回應



(圖七資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖七可得知大部分受訪者買一本書的考量原因大多是在內容的豐富程度和喜歡的劇情類，第二個是看價格，部分會有翻譯的書價格會略高於一般的價格，之後分別為收藏性和大眾評價，收藏性因為有些書會有精裝版或首刷版本，在二手市場會更加保值，最後的考量則是作者，大家關注的點是內容精彩與否而不是跟著同一位作者一直更新。

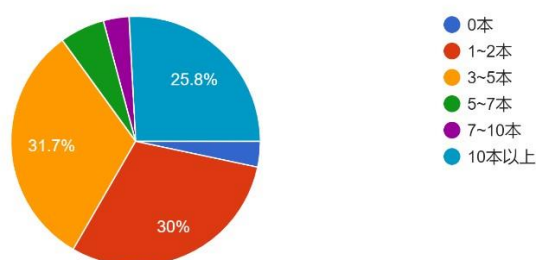
承上題，您主要從哪裡購入書籍?(單選)(非必填)
116 則回應



(圖八資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖八可得知大部分受訪者主要購入書籍得途徑撇除以上皆是，主要從實體書店購買的受訪者大於網路書店，但也有近半數受訪者都會與用，依據受訪者回饋因為許多人還是習慣在實體書店購書原因為可先試閱在考慮要不要直接購買，網路購書的大多因為優惠比較多而且不用親自多花時間在跑去書店買書。

您年平均閱讀書籍數量?(單選)
120 則回應

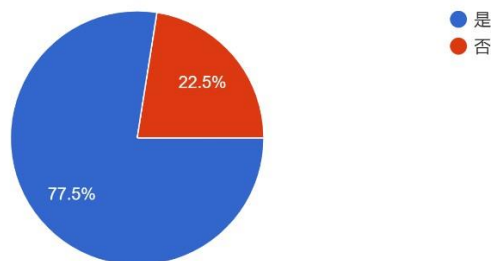


(圖九資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖九可得知超過一半受訪者年平均閱讀課外書籍都在五本以下，一兩本的更達三成，依據受訪者回饋大部分人都沒什麼時間去閱讀課外書，時間都分配在讀書和其他休閒活動較少接觸閱讀方面，但也有一部份超過兩成受訪者可達十本以上，分析結果許多人是把閱讀書籍當作主要放鬆心靈的休閒活動。

主題二：近年閱讀型態的轉變

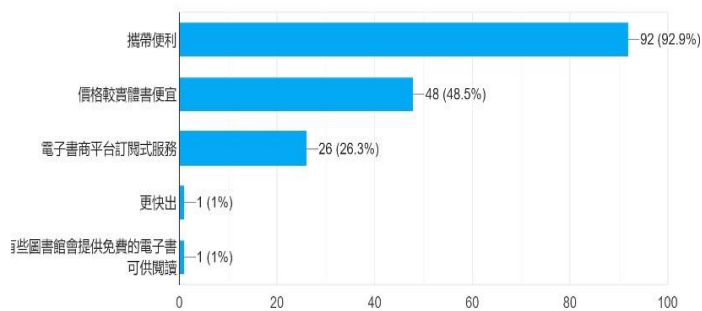
您能接受閱讀電子書嗎?(單選)
120 則回應



(圖十資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖十一可得知超過七成受訪者可以接受閱讀電子書，但也有近兩成不能接受閱讀電子書，近年來電子書日漸普及，許多平台都可以閱讀甚至租借電子書服務，許多作者和出版社也都開始向電子書發展或是兩種方案都並行著，提供消費者更多選擇去購買這本書籍，但也有人習慣或不能接受這種新興的閱讀模式，還是喜歡閱讀實體書籍。

您覺得電子書吸引您閱讀的原因?(可複選)(非必填)
99 則回應

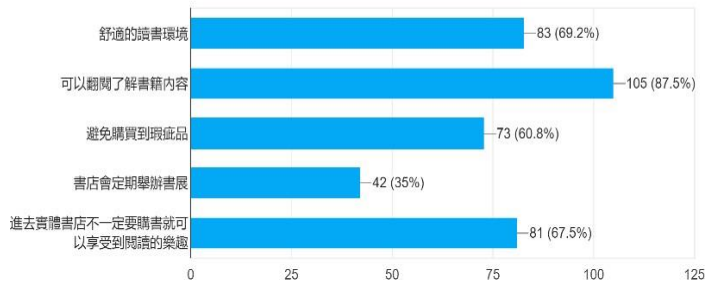


(圖十一資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖十一可得知大部分受訪者認為電子書吸引大家閱讀的原因是因為方便攜帶，只要有手機、電腦或是平板就可以隨時隨地的閱讀，不用像閱讀實體書一要帶厚重的書出門閱讀，其次原因是因為電子書價格較便宜，又或者是有些書籍需要翻譯等等實體書出的速度比較慢。

主題三：對於傳統書店和網路書店看法

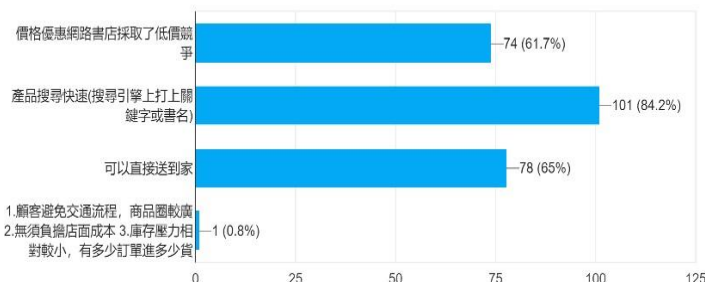
您覺得傳統實體書店得優勢在於哪?(可複選)
120 則回應



(圖十二資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

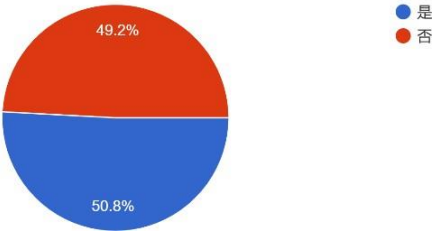
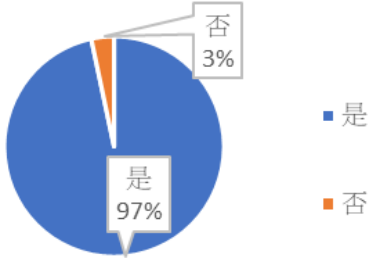
由圖十二可得知大部分受訪者認為傳統書店的優勢在於可以有是閱書籍提前翻閱了解在進一步考慮要不要購買這本書，也有大部分是認為實體店的優勢在於提供舒適的環境給消費者，有人認為傳統書店可以避免買到有破損和瑕疵的商品，網路送來的不能自己決定要哪一本。

您覺得網路書店得優勢在於哪?(可複選)
120 則回應



(圖十三資料來源：Google 表單摘要分析圖。)

由圖十三可得知大部分受訪者認為網路書店優勢在於有搜尋引擎，只要輸入關鍵字或是書名作者就可以馬上找到書籍，不像實體書店尋找會比較久，其次認為可以直接送到家省去很多自己出門的時間，也有認為優勢在於價格上可以和實體書店採取低價競爭。

您覺得那傳統書店會被網路書店所取代嗎?(單選) 120 則回應  (圖十四資料來源：Google 表單摘要分析圖。)	由圖十四可得知受訪者近乎各有一半認為實體書店可能會被網路書店所取代又或是不會被取代，各自都有一派擁護者，研究分析許多人認為網路書店蓬勃發展，但是無法撼動傳統書店的地位，一般書店賣的是一種環境和氛圍，這些是網路書店無法提供給消費者的感受。
那您覺得傳統書店還有存在的必要嗎?  (圖十五資料來源：研究者自行分析圖。)	由圖十五可得知超過九成的受訪者認為傳統書店必須要存在，分析結果就像上題一樣，網路書店不能取代傳統書店環境帶給人們的感覺和感受，而且書店常常會舉辦書展， 大家都可以去現場翻翻看，網路雖然很方便但是可試閱的內容通常很少，所以傳統書店需要存在。

(表三資料來源：研究者自行分析繪製。)

伍、研究結論與建議

一、結論

從此份研究報告和文獻研究中可以看到傳統書店不能被輕易取代的原因，包括許多人認同他存在的價值，傳統書店的環境氛圍真正帶給人閱讀快樂是網路書店所無法取代的，在做問卷調查時也有受訪者回饋因為喜歡逛實體書店買書的感覺，像是舉例的誠品書局，從帶給消費者的環境體驗和販售種類跨足書局、日常生活和藝文活動，也在近年的文青風潮中更加站穩腳步，傳統書店一定還是有他的市場存在，就像便利商店不會不見一樣，也有一部份原因可能是因為電子書尚未普及化，仍有許多人較喜歡閱讀實體書的感覺，總結傳統書店賣不只是賣書，而是多元人文空間的營造，人與人之間的交流，是網路書店所無法取代實體書店的，例如店面整體的閱讀環境及氛圍，還有「不必購書便能閱讀」的特性，都是傳統書店不會輕易被網路書店取代的原因。

而網路書店方面近年崛起受到廣大消費者的歡迎原因，因為通常可以透過更多優惠活動利用價格戰來吸引消費者，而且近年來疫情帶動宅經濟的發展，大家日漸習慣在家或是任何時間地點只要手機按一下就可以下訂，之後等著專人送到家裡或是到家裡附近的超商取貨，正好掌握現代年輕人都比較偏愛方便又快速的事物，網路上直接下訂就可以節省自己出門購物的時間，也正是現代人因為方便而懶得出門因而帶動相關宅經濟產業的崛起；而且近年來都會區店面租金節節攀升，傳統書店的店面租金沉重到難以負擔。且近年來網路與智慧型手機普及，加上物流系統日漸完備，網購早已成為了趨勢。有些傳統書店就朝向所謂「複合式經營」方面轉型，例如在書店內增設吧台或甜點櫃販售下午茶，又或

者將店面裝潢風格改造成具時尚和現代感的「文青店面」。可現在正值在疫情與網購趨勢漸增的劣勢下，要店主願意花如此高昂的各種費用簡直天方夜譚，就算順利裝修完也不見得能將其所花的成本有效回收，所以傳統書店在轉型和經營上都充滿挑戰。

二、建議

傳統書店在對於價格方面確實因為有各種成本的壓力無法和網路書店比拚，但也可以透過會員制和這種活動折扣吸引消費者前來消費，而且也可以透過買多本可以打折進而吸引消費者買更多，以各種優惠方式讓消費者願意親自來到店裡消費；而書店自我精進同時也要邁向電子化的發展了，必須跟上時代趨勢才能繼續生存；網路書店像是博客來則應繼續拓展其販售事業版圖，完善的系統化流程要可以帶給顧客優質體驗，也因位於網路上的原因更要加強資安方面的保護，避免讓消費者對這個平台有不好的評價而無法吸引消費者，網路書店在行銷方面也可以透過投放廣告增加曝光率以增加銷售量。

陸、參考文獻

- 一、shopstore（2020 年 7 月 22 日）。什麼是「宅經濟」？脫穎而出的經濟新模式！。 <https://shopstore.tw/article/161>
- 二、品牌志編輯部（2017 年 10 月 05 日）。【品牌定位】誠品成功的三大心法。品牌志。 <https://reurl.cc/rReygZ>

三、Eden（2018 年 10 月 29 日）。行銷 4P 到底是什麼？要怎麼用？這篇一次搞懂。<https://reurl.cc/qNEx0g>

四、聯合新聞網（2020 年 5 月 27 日）。誠品下半年要「用力關店」？吳旻潔：不怕關店只怕開錯店。**遠見雜誌**。
<https://www.gvm.com.tw/article/72868>

五、楊倩蓉（2011 年 03 月 14 日）。博客來，不只是書店。**遠見雜誌**。
<https://www.gvm.com.tw/article/48720>

六、迷誠品（2021 年 10 月 08 日）。五倍券怎麼用最划算？誠品振興放大優惠，十倍奉還，幫你精算消費！。
<https://meet.eslite.com/tw/en/news/202110060001>

七、沈瑜（2021 年 10 月 28 日）。誠品首家社區店開幕！吳旻潔打破「兩規則」開幸福小店。**遠見雜誌**。
<https://www.gvm.com.tw/article/83685>

八、Eslite 誠品。關於誠品經營內容。（2022 年 07 月 18 日）。
https://www.eslitecorp.com/eslite/index.jsp?site_id=eslite_tw&func_id=39d4c7f715

九、博客來官網。關於博客來。（2022 年 07 月 18 日）。
<https://www.books.com.tw/isi/aboutbooks.htm>

十、楊玲（2011）。為什麼書賣這麼貴？臺灣出版行銷指南。新銳文創

投稿類別：商業類

篇名：

台灣高中生使用 Podcast 的行為分析與探討

作者：

裴誠正。新北市天主教恆毅高級中學。高二智班

指導老師：

陳雅燕老師

壹、前言

一、研究背景與動機

2019 年底新冠疫情爆發，在全球造成嚴重影響，並持續至今，許多產業也因此面臨倒閉潮甚至消失。但在此同時，卻有一個產業如雲霄飛車般逆勢成長，從一個快被遺忘的媒體形式，搭上自媒體崛起的風潮，躋身成為新興平台，它就是 Podcast（播客）。其實 Podcast 早在 2014 年就開始在美國流行，不過在台灣，「2020 年之前的台灣 Podcast 市場基本上不具市場，2020 年台灣 Podcast 快速成長，實可稱為台灣 Podcast 市場走向規模化經濟的元年」（劉本善，2021）。身為高中生的我，記得 2020 年初，身邊同學都開始使用 Podcast 的現象。因此這次研究，我想以台灣高中生作為研究族群，去了解他們使用 Podcast 的行為，製作一份市場分析報告，為台灣的 Podcast 創作者們提供建議，製作更符合高中生市場的 Podcast 內容。

二、研究目的

（一）探討 Podcast 的起源、在台灣興起原因

（二）透過 STP 與 PEST 分析台灣 Podcast 和其與 Youtube 的 SWOT 分析

（三）用問卷調查高中生族群使用 Podcast 的行為習慣

（四）統整研究結果，為台灣的 Podcast 創作者提供建議，製作符合台灣高中生市場的內容

貳、文獻探討

一、Podcast 的起源

Podcast 是一個數位媒體。它的出現可追溯到 2004 年，當時幾位軟體工程師，為了提升一種名叫 RSS(Really Simple Syndication)的格式，讓其加入對於影片與聲音檔案的支援，於是 Podcast 就此誕生。不過在當時，還沒有人如此稱呼它。現在我們聽到的 Podcast 一詞，是由 iPod（隨身音樂播放器）及 Broadcast（廣播）兩個字所組合而成。而首先提出這項命名的是 Ben Hammersley 這名英國記者，他表示他當初只是想要借用 iPod 的概念，來描述這項逐漸為大多數人所知的新型態網路式廣播（小治，2020）。

二、Podcast 在台灣興起、爆紅

2020 年新冠肺炎疫情爆發後，台灣各地確診人數飆升，產業停擺，這些因素都使 2020 年可能成為人類史上焦慮指數最高的時期。也因為疫情的關係，人們的日常生活習慣被迫改變。根據 Spotify 2020 首季財報指出，人們在家做菜、做家事等時候，聆聽 Podcast 的時間呈雙位數成長，可見當人們在家的時間變長，Podcast 也順勢躍為主流。「**科技、社群持續發展，人們處於史上最難專心的時代。**」（奧美觀點，2020）。民眾在通勤、做家事、做飯、運動等不需動腦的碎片時間，收聽娛樂、知識性、有趣的內容，「不論是邊耍廢邊自我提昇，或單純當背景音，都滿足這了分心世代的多工需求。」（奧美觀點，2020）。

叁、研究方法

一、研究方法

（一）文獻分析法：針對 Podcast 蒐集及分析其相關的文獻資料資料。

（二）STP 分析法：針對台灣 Podcast 做市場區隔、市場目標、市場定位分析。

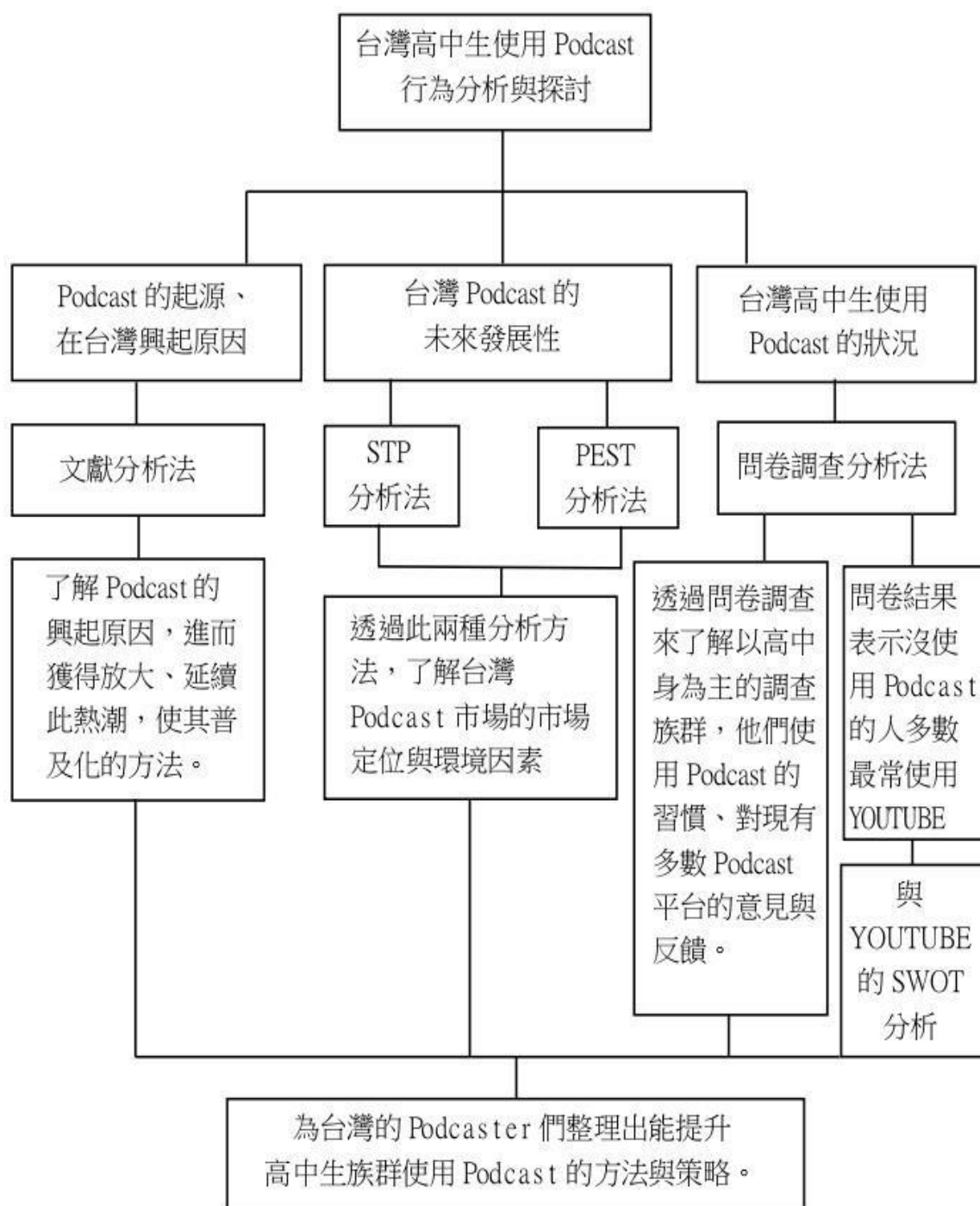
（三）PEST 分析法：針對台灣 Podcast 的政治、經濟、社會、技術這四項外部環境因素進行分析。

（四）SWOT 分析法：針對 Podcast 與 Youtube 在台灣的优势、劣勢、機會與威脅進行分析。

（五）問卷調查法：設計並發放問卷，用於分析以高中生為主的 Podcast 聽眾習慣及收聽行為。

二、研究結構

圖一：研究結構圖



（圖一資料來源：研究者自行繪製。）

三、研究架構

圖二：研究架構圖



(圖二資料來源：研究者自行繪製。)

肆、研究分析與結果

一、台灣 Podcast 之 STP 分析

表一：台灣 Podcast 之 STP 分析

市場區隔 (Segmentation)	Podcast 在台灣市場可依節目主題類型而各自有不同的市場，如 Gooaye 股癌的主打族群是對投資理財有興趣的族群；呱吉的主打族群是原本就有關注他 Youtube 頻道或喜愛閒聊形式的輕鬆訪談的聽眾；CNN、BBC RADIO 等語文教育類頻道提供學生線上學習英文的管道。
目標市場 (Targeting)	Podcast 的目標通常鎖定在會利用零碎及通勤時間收聽的青少年、職場新鮮人等年輕族群。他們從小就接觸網路、社群網站等，對於新事物的接受度較高。且許多 Podcast 創作者身兼網紅、藝人身分，會在經營其社群網站時，順道宣傳其節目內容，讓大眾收到節目資訊而藉此打響知名度。
市場定位 (Positioning)	Podcast 的市場定位最大的特色就是與眾不同的「聲音」經濟，用戶得以一邊用眼睛做事一邊用耳朵收聽節目，這個

- g) 聽覺經濟從 2020 年開始在台灣快速發展，目前該市場正處於產品週期的成長階段。

(表一資料來源：研究者自行繪製。)

二、台灣 Podcas 之 PEST 分析

表二：Podcast 之 PEST 分析

政治因素 (Political)	「台灣市場的優勢或許是言論自由，所以創作題材和方向不會受到限制，創作者都可以嘗試自己想做的內容。」(潘韜宇等，2020) 台灣現行法規較少規範 Podcast，沒有明確罰則、獎勵制度，創作者得自由發揮。
經濟因素 (Economic)	Podcast 產業在台灣的四種獲利模式為：嵌入式廣告、群眾募資、會員訂閱及線下活動，吸引網紅投入。企業願意提供資金給創作者，望期能為企業推廣產品。且多數 Podcast 為免費收聽、下載，吸引民眾嘗試。
社會因素 (Social)	「COVID-19 讓許多人無法出門，他們卻很想分享居家隔離的想法」(蔡有寶等，2021) 且疫情爆發使多數人在家辦公學習，Podcast 讓人們能夠在用眼睛工作的同時，利用耳朵收聽節目，也是讓這產業爆紅的因素之一。
技術因素 (Technology)	對聽眾而言，藍芽耳機、車上藍芽裝置的普及化讓聽眾更方便收聽 Podcast，不受時間地點限制。對創作者而言，錄音設備成本降低，逐漸完善的功能、訂閱制度都讓創作者能發揮更多創意，創造更多流量。

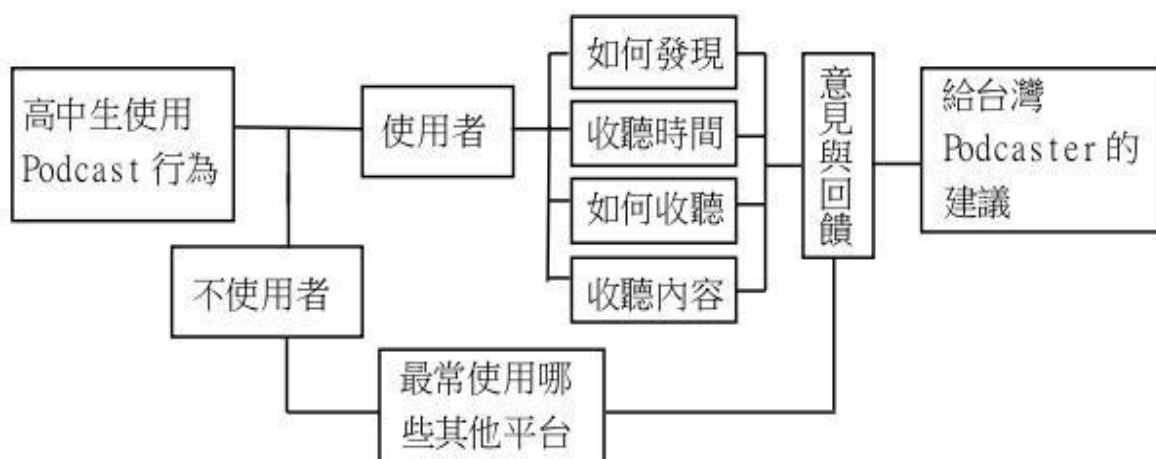
(表二資料來源：研究者自行繪製。)

三、台灣高中身使用 Podcast 行為問卷調查分析

本研究問卷的目的在於了解以台灣高中生為主要族群的台灣人收聽 Podcast 的使用習慣。本研究利用 Google 表單於 2022 年 4 月 5 日在網路上發放 286 份網路問卷，並收回 286 份有效問卷，有效回收率 100%，針對基本資料、使用習慣、意見回饋等製作成圖表並加以分析。

（一）本問卷調查研究方向

圖三：問卷調查研究架構圖



（圖三資料來源：研究者自行繪製。）

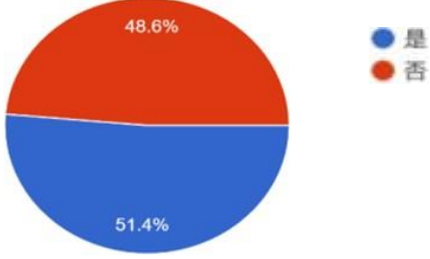
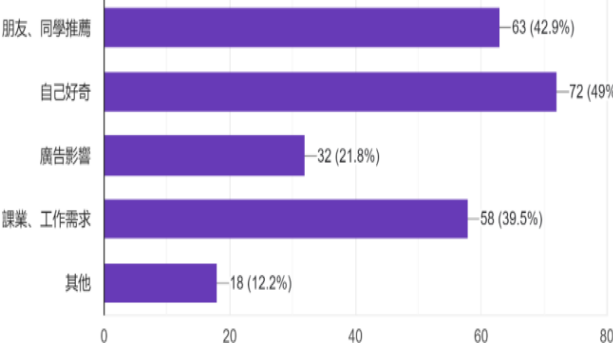
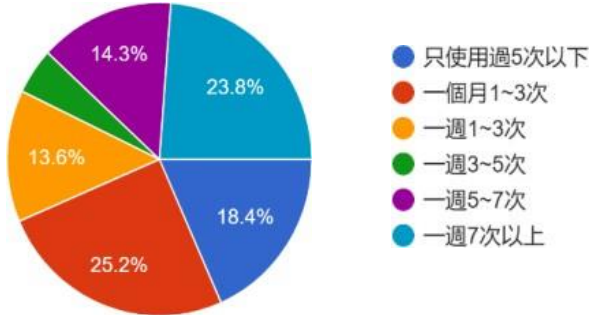
（二）受訪者基本資料

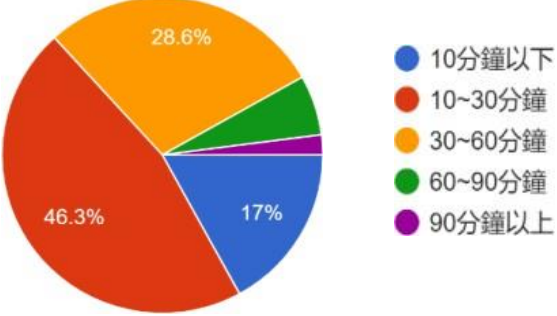
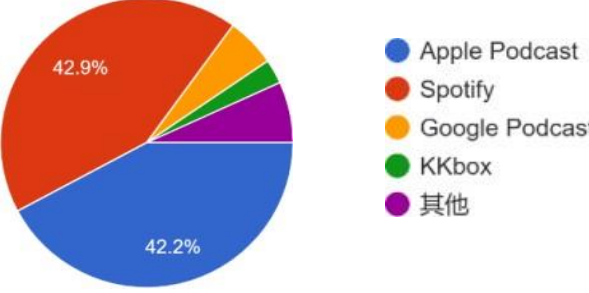
表三：受訪者基本資料

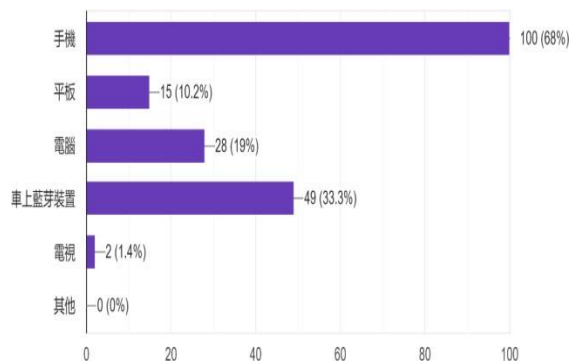
項目	說明
生理性別	男性(50.7%)、女性(49.3%)
年齡	15 歲以下(9.9%)、16~18 歲(68.9%)、19~22 歲(2.1%)、23 歲以上 (19.1%)

（表三資料來源：研究者自行繪製。）

表四：問卷分析

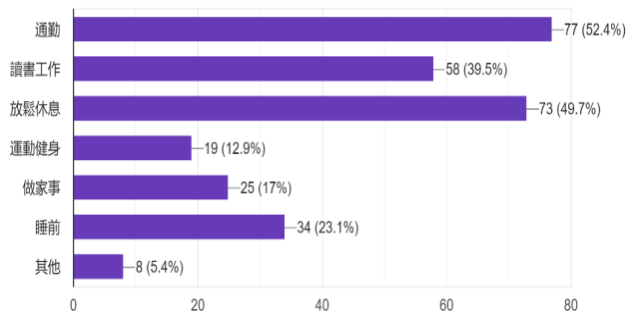
 圖五:是否使用過 Podcast?	由圖五可得知，我所調查的族群中，有超過 50%者使用過 Podcast，這項數據相較於文化內容策進院(TAICCA)在 2020 年的調查:15~24 歲有 20%上下使用 Podcast，成長了近百分之 30。證明了 Podcast 這個新興聲音經濟、耳朵經濟在台灣正迅速的發展著，且逐漸普及化。
 圖六:為何開始使用 Podcast?	由圖六可得知，影響群眾開始使用 Podcast 的最主要原因為自己好奇，其次為朋友同學推薦。由此可知，若是Podcaster 能在高中生族為主的 Podcast 用戶中，創造話題、產生共鳴，大家就會因為為了融入話題，而去收聽、了解你的頻道，提高點播率。
 圖七:使用 Podcast 頻率為何?	由圖七可得知約有 24%的 Podcast 用戶一周使用超過七次，屬於固定用戶，使用頻率較高。頻率次高的為一周五到七次，占比約 14%。這些頻率也可做為給 Podcaster 們更新頻道節目的時間參考。不過調查結果顯示依舊有高達 44%的 Podcast 使用戶使用頻率為一個月3次以下，

	頻率並不高，顯示收聽 Podcast 還未成為他們的習慣。
 圖八:平均一天使用 Podcast 的時間多長?	由圖八可得知約 46% 的 Podcast 用戶每天使用 Podcast 的時間為 10~30 分鐘，不過大部分的節目長度為 30~60 分鐘，代表用戶們會將內容分段收聽。如果 Podcaster 們能做更多 30 分鐘以內的節目內容的話，除了可以更迎合大多數用戶的需求和習慣外，製作長度較短的節目也能提高頻道更新頻率，繼而獲得更多的收聽率。
 圖九:通常使用何種應用程式收聽 Podcast?	由圖九可得知 Podcast 用戶絕大部分都是以 Apple Podcast、Spotify 兩者為主。Apple Podcast 平台能夠擁有高市佔率的原因除了因為它是 iOS 的免費內建程式外，iOS 系統的 iTunes 也有最多的 Podcast 節目上架。而 Spotify 則有很多該平台上才能聽到的獨家節目內容，且介面清楚、明瞭，還能與音樂切換，深受用戶喜愛。



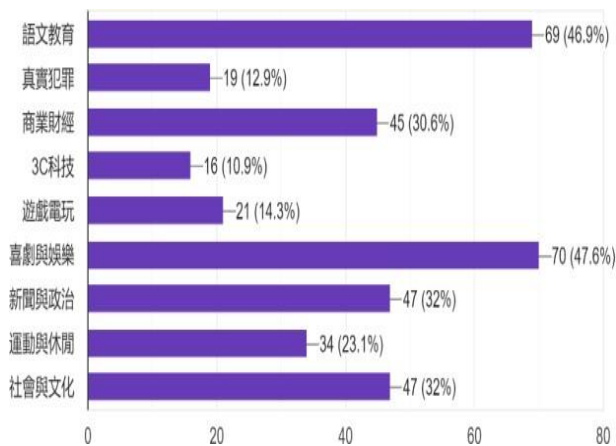
圖十:通常在何種裝置上收聽 Podcast?

由圖十可得知，68%的 Podcast 用戶最常在手機上收聽 Podcast，主要原因除了因為手機幾乎人人都有外，方便攜帶、適應各種環境也是原因之一。再加上近年來藍芽耳機的普及化，收聽更是方便。而調查次高的結果則是車上的藍芽裝置，比例大約為 33%。因為近五年出廠的汽車幾乎都能選配藍芽裝置，收聽 Podcast 自然也成為車上乘客的選擇之一。在通勤、中長途旅行時都能收聽，影響民眾使用習慣。



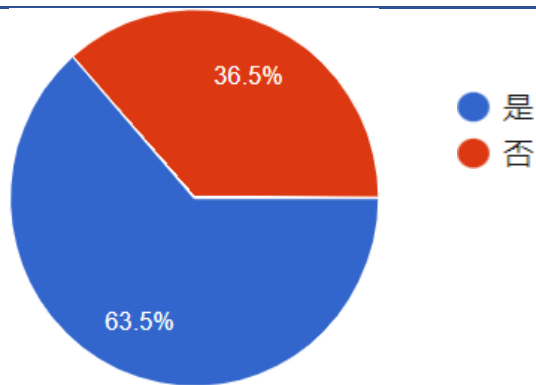
圖十一:通常在甚麼時段收聽 Podcast?

由圖十一可得知，除了有 52.4%的受訪用戶會在放鬆休息時收聽外。有高達 52%左右的受訪用戶會在通勤時收聽 Podcast，呼應了圖十的調查結果。另外，讀書工作也占了近 40%，呼應我在前面文獻探討所述：「不論是邊耍廢邊自我提昇，或不需動腦單純當背景音，都滿足了分心世代的多工需求。」（奧美觀點，2020）。



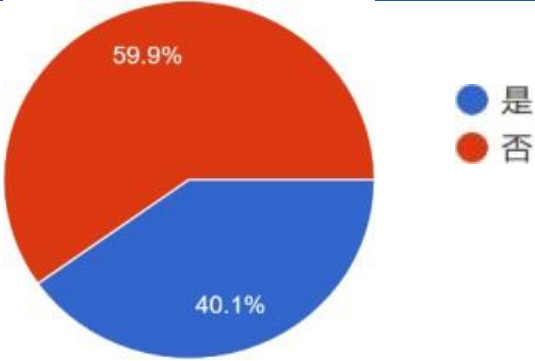
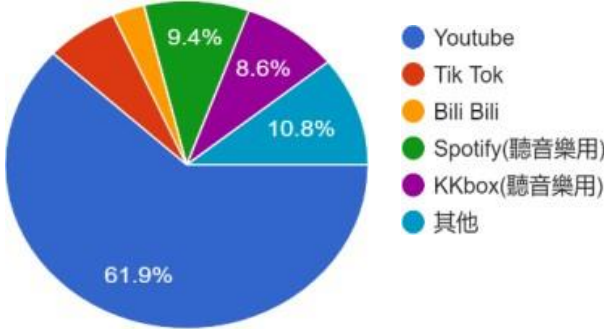
圖十二:通常收聽哪一種類型的節目?

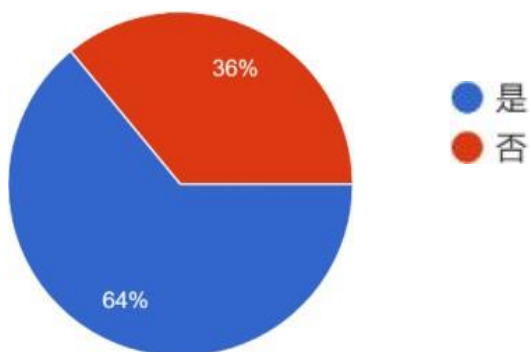
由圖十二可得知大部分的 Podcast 用戶收聽內容是以喜劇與娛樂為主，佔 47.6%。而且此類型也有較高知名度的網紅投入製作，其內容大多為輕鬆、娛樂導向。可看出用戶們喜愛利用 Podcast 來尋求輕鬆、釋放壓力的體驗。此外，語文教育、新聞政治、社會文化、商業財經類型節目也都都有很高的收聽比例，可見這群以高中生為主的族群也會利用 Podcast 這個管道以更多元、輕鬆的管道來汲取知識、趕上時事。在娛樂時又不忘學習，滿足了這個族群現階段的需求。



圖十三:您是否能接受 Podcaster 以在節目中置入廣告的方式來維持節目?

由圖十三可得知有超過六成的 Podcast 用戶能夠接受 Podcaster 以在節目中置入廣告的方式來維持節目，可見聽眾對節目廣告抱持高度歡迎的態度。而且對現在仍為新創階段的 Podcast 產業而言，其內容不會受到廣電法規範的優勢使其能百無禁忌地談論任何話題，節目製作、廣告置入也能夠有更多發揮的空間（郭琬芳，2021）。若是 Podcaster 們能夠好好利用此優勢，

	必能在 Podcast 這個廣闊的藍海市場站穩腳步、獲利不斷。
 圖十四:如果推出付費機制您是否願意付費訂閱 Podcast 頻道?	由圖十四可得知約四成的 Podcast 願意用付費的方式來訂閱 Podcast 頻道，以支持他們所喜歡的 Podcaster 並換取在無廣告的狀態下收聽全新節目、搶先收看訂閱頻道提供的獨家系列內容等等(Howard Huang, 2021)。然而依舊有近六成的用戶目前不願意付費訂閱 Podcast 頻道，可能原因之一是因為多數用戶還未有此需求，或是對於這些另外多出來的功能不感興趣。
 圖十五:您平常除了 Podcast 以外最常使用的影音平台為何?	由圖十五可得知大部分的人除了 Podcast 以外，最常使用的影音平台為 Youtube。其主要原因可能是因為 Youtube 從 2005 年就已進入市場，豐富多元的影片內容、不斷推陳出新的功能、眾多知名網紅、Youtuber 的加持都讓此平台深深影響著我們的生活。與 Podcast 這個新興平台相比，Youtube 還是屬於主流市場。且多數民眾還是會比較熟悉有影像畫面的感覺，這些都是 Podcast 市場需克服的困難。



圖十六:未來是否願意嘗試使用 Podcast?

由圖十六可得知大部分民眾對於 Podcast 抱持著開放的態度，雖然未曾使用過，但未來仍願意嘗試使用，這也代表 Podcast 市場將來必定還是有機會擴張，創造更多商機，讓更多創作者、企業願意加入創作各式節目內容、投資此產業。現有的創作者也可以透過 Instagram、Facebook 等社群平台來增加曝光度，挖掘更多潛在的聽眾。

(表四資料來源：研究者自行繪製。)

表五：Podcast 與 Youtube 的SWOT 分析圖

Podcast	Youtube
優勢(Strength)	
1. 製作成本低，加入門檻較低。 2. 創作內容目前不受法律限制、內容多樣化。 3. 可在耳朵聆聽的同時用眼睛做事，滿足現代人需求。 4. 可透過下載節目來離線收聽。 5. 具備長尾效應，收益積少成多。	1. 深入市場多年而普及化，成為大多數人生活的一部份。 2. 可透過演算法，推薦用戶喜好影片。 3. 達到一定的訂閱數，會頒發獎牌，以鼓勵創作者繼續創造更高的流量。 4. 完整的廣告分潤制度，有利創作者。

劣勢(Weakness)	
1. 在台灣的市場目前尚未完全普及。 2. 創作者和聽眾們的互動性不高。 3. 接廣告、業配因為機制不完善而困難。 4. 收聽數據難以追蹤。	1. 設備器材成本昂貴，必須定期升級。 2. 審查機制嚴格，容易被黃標、紅標。 3. 須達一定訂閱數才能開啟營利模式。 4. 會員與非會員的功能差異逐漸擴大。
機會 (Opportunities)	
1. 市場尚未飽和，未來很有發展的機會。 2. 若廣告機制發展成熟，將帶來更大的商機。 3. 藍芽耳機和車上藍芽裝置的普及化。 4. 網紅藝人投入 Podcast 市場帶來流量。	1. Youtube 搭上抖音熱潮，加入短影片功能的 Youtube Shorts。 2. Youtube Music 結合音樂與影片功能，讓用戶在聆聽音樂的同時也能看 MV。 3. Youtube Kids 提供適合兒童觀看的内容，讓家長能放心給孩童上網看影片。
威脅(Threats)	
1. 觀眾因 Podcaster 的知名度不高而對其不熟悉。 2. 民眾對 Podcast 只有利用耳朵聆聽的方式還不熟悉。 3. 管制 Podcast 的相關法規未來將	1. 市場競爭激烈，難維持聲量、名氣，容易被淘汰、過氣。 2. 近年倍增的廣告數量使用戶不甚滿意，對此感到厭煩。 3. 抖音(Tik Tok)、Twitch 等平台的興

陸續上路，將產生黃標等相關問題。 4. 創作的門檻較低，製作同性質節目的創作者數量增加，競爭更加激烈。	起威脅到 Youtube 的地位，並在一些功能上超越 Youtube，如 Twitch 的直播功能。
---	---

（表五資料來源：研究者自行繪製。）

伍、研究結論與建議

Covid-19 疫情的大爆發，讓 Podcast 這個2004 年就出現，卻一直沒有被重視甚至快被遺忘的媒體形式，首次登上主流舞台，並在 2020 年時席捲到台灣來，光是上半年「每一個月更有超過 100 檔以上的新節目推出，煞那之間，Podcast 儼然成為了媒體界的新寵兒。」(劉季清，2020)。針對這個逐漸影響我和周遭人們的新興媒體，我在展開了一系列的文獻探討、分析、問卷調查後，最終得出了以下結論，並利用這些結論，提供一些建議給台灣的 Podcast 創作者們以及想加入這產業的人們。

一、結論

（一）Podcast 在台灣市場進入快速成長的階段

從文獻探討、PEST 分析和問卷調查我們得知，因為藍芽裝置、平台功能完善、節目內容多元、法規規範較少等原因都使 Podcast2020 上半年開始迅速發展趨勢，到了 2022 年也絲毫沒有銳減，使用的比例從 20%成長到 50%以上，進入快速成長的

階段。可以確定此產業未來勢必能成為主流，將帶來無限商機。

（二）高中生等年輕族群會是現階段主要目標族群

從 STP 分析和問卷調查我們能得出一個共同結論，那就是高中生等年輕族群絕對是 Podcaster 們最需要關注的一群人。他們常用網路、社群媒體，較容易向他們打廣告、推廣頻道內容，吸引他們收聽；他們與現在最紅的網紅、藝人、直播主熟悉，會願意去收聽他們的節目，對他們講的內容買單；他們學業壓力重且可用時間少，因此 Podcast 正好能滿足他們的需求，完全利用他們的碎片時間。例如：在通勤時聽英文頻道學習、在做家事時聽新聞跟上時事、在讀書工作感到疲累時聽些喜劇娛樂節目舒緩身心等。

（三）強調耳朵的聲音經濟既是優勢也是劣勢

由 Podcast 與 Youtube 的 SWOT 分析我們了解到，Podcast 強調以耳朵為主的聲音經濟是使其能從 Youtube 等以視覺為主的多數影音平台中脫穎而出，占據一方的主要原因。卻也是一支雙面刃，因為以聽覺為主的發展傾向讓 Podcast 難以像 Youtube 一樣有像 Youtube Shorts 等那種新功能，使 Podcast 未來市場飽和時，較難有所創新。

二、建議

（一）在高中生等年輕族群中創造話題

因為高中生等年輕人之間的同儕影響力大，若是 Podcaster 們能在他們之間創造話題，或是使用他們的語言使其感同身受等，那必定能成功使年輕人之間相互推薦頻道內容，甚至使這頻道成為某種指標，如此一來必定收聽率飆升。

（二）多製作 30 分鐘以內的節目、增加更新頻率

除了製作單集時間較長、內容為專業取向的節目之外，Podcaster 們可以製作更多單集時間在 30 分鐘以內且內容為輕鬆取向的節目。縮短節目長度後，我也建議 Podcaster 們增加頻道更新頻率，以一周 5~7 次為目標，因為更頻繁的更新頻率除了能讓聽眾更覺得頻道新鮮，同時也能增加收聽次數。

（三）Podcast 平台應該要有更完善的業配、廣告制度，並設置獎勵制度

除了給 Podcaster 們給建議外，我也建議各大 Podcast 平台能夠給 Podcaster 更完善的業配、廣告制度，如像是 Youtube 一樣的廣告分潤制度。因為 Podcaster 們的主要收入通常來自節目中自己接的業配，但是不一定每一位 Podcaster 都能夠接到業配或是將業配內容與節目做結合使聽眾買單，創造效益。所以，若是各大平台能像 Youtube 一樣，將廣告自動分配給各頻道，再依據照廣告播放次數，轉換為支付費用，創作者即能從平台中獲利。另外，我也建議各大平台設置獎勵制度，頒發不同等級的獎牌給不同訂閱數的頻道，刺激創作者們創作能打造創造更高訂閱數的頻道，吸引更多人收聽的節目，藉此創造流量。

三、未來研究建議

（一）本研究是對高中生使用 Podcast 的使用行為進行研究，因為這群年輕人熟悉社群網路、對新事物接受性高，未來想必將成為 Podcast 的使用群。不過從問卷調查中發現這個族群中有很高比例的人還未有固定收聽 Podcast 的習慣，因此，我建議未來研究者可以研究這群高中生在幾年過後的使用狀況，觀察他們使用的比例是否上升以及習慣變化等。

（二）本研究這次在 Podcast 使用者收聽的節目內容方面沒有深入探討，建議未來研究者可以研究哪些受歡迎的節目內容、類型並分析原因。

（三）本研究中有稍微提到各大 Podcast 平台的差異，但沒有深入探討。所以建議未來研究者可以比較 Spotify、Apple 等平台的行銷策略、功能、節目內容特色以及這些平台與 Podcaster 們的商業合作模式等。

陸、參考文獻

- 一、Howard Huang(2021 年 8 月 12 日)。Apple Podcast 訂閱制度正式亮相！你，準時收聽了嗎？。 <https://oakmega.com/blog/apple-Podcasts-subscriptions>

二、小治（2020 年 9 月 10 日）。Podcast 是如何起源的？比臉書更古老的老服務，為何又起風了？。 <https://www.techbang.com/posts/81084-how-did-Podcast-come>

三、郭琬芳（2021 年）。台灣 Podcast 市場熱門節目的廣告應用分析—以九檔 Podcast 節目為例。世新大學傳播管理學系:碩士論文。
<https://hdl.handle.net/11296/9s5ce3>

四、奧美觀點（2020 年 7 月 10 日）。聲音經濟學：從眼球到耳朵，注意力市場的新藍海。 <https://www.cw.com.tw/article/5101072>

五、劉本善（2021 年）。從語音平台興起探討台灣廣播的未來—以 Podcast 為例。中國文化大學社會科學院國家發展與中國大陸研究所:博士論文。
<https://hdl.handle.net/11296/5btj65>

六、劉季清（2020 年 8 月 24 日）。Podcast 爆發「耳朵經濟」新播客 870 檔、聽眾偏愛聊天型。 <https://www.ctwant.com/article/69163>

七、潘韜宇、楊士範（2020 年 8 月 12 日）。聽聲時代重臨——台灣崛起的 Podcast 熱潮。 <https://tw.news.yahoo.com/news>

八、蔡有寶、于宸鈞、蔡嫦琪、王子薰（2021）。Podcast 變現大揭秘：103 個錦囊和 IP 的力量，讓你成名不只 15 秒。台北市：零極限出版社。