

臺北市立建國高級中學
第十六屆人文社會科學資優班 專題論文

臺北市高中生 Instagram 使用與同儕關係的關聯

指導教師：曾慶玲 老師

學生：李承翰

中華民國 110 年 6 月

謝辭

在一年的專題研究之中，經過了風風雨雨、瓶頸的歷程，也得到了突破層層困難的快感，總之在這一年之中，除了學到知識之外，在過程中更難能可貴的是同儕間的互相協助與師長的耐心指導與支持，方得讓我完成這個作品，有許多的溫暖與感動盡在不言之中。

首先要對我的指導老師曾慶玲老師致上萬分謝意，感謝老師提供我論文的方向不遺餘力，用心地指導我、督促我，讓我的研究能夠保持在正確的路上。也謝謝老師總是不厭其煩的提供我想法與意見，給予我嚴格及嚴謹的教誨，才能讓我的論文與眾不同。也當然非常感謝幫我檢視並給我研究問卷建議的蕭英玲教授，把關我研究問卷的效度；還有評論人張雨霖教授對我論文的評點，給予了我不少論文上仍可精進之處，讓我的作品能更上一層。

其次，我想謝謝一路上陪著我的同伴、朋友，除了給我一些研究上的提點之外，更重要的是陪我一起分享歡樂、讓我宣洩悲傷的那分情誼，是誰也取代不了的。在此我要特別感謝我在人社中最好的朋友昭安，不但在論文上幫我解開盲點，還不斷在我低潮時安慰我，讓我在論文路上獲益良多。還有其他人社班的同學、班上的同學、很電很電的發電廠學弟等等，或是讓我能好好打論文的社辦、圖書館等，都在無形有形中幫了我，真的都是說不盡的感激。還有那些幫我發問卷的朋友、學弟、老師、建中迷因的小編等人，因為你們幫我宣傳問卷，問卷才能達到超乎預期的目標。

我其實有很多人想感謝，可惜篇幅有限，我只能放在心中。最後，我最感謝的是我的家人，除了不反對讓我讀人社跟文組之外，也在精神上用力支持我，謝謝一路上的支持，有你真好。

摘要

本研究旨在了解高中生 Instagram 使用的習慣，並且探討 Instagram 使用對高中生同儕關係的影響。本研究採問卷調查法進行，以台北市高中生作為研究對象，並且最後收回 605 份問卷，其中包含 493 份有效問卷。研究工具包含（一）使用者基本資料與其對於 IG 的使用習慣、（二）使用 Instagram 與朋友互動、（三）使用 Instagram 時的人際互動感受現象、（四）同儕關係概況等四種量表，並以描述性統計、卡方檢定、單一變異數分析、獨立檢定 t 考驗以及皮爾森積差相關進行分析。研究結果顯示：

- 一、性別對於 Instagram 的使用彼此皆呈現相關性。
- 二、年級對於使用 Instagram 的網齡、摯友使用等等呈現關聯性。
- 三、Instagram 的使用程度與使用 Instagram 與朋友互動呈現顯著正相關。
- 四、Instagram 的使用程度與使用 Instagram 時的人際互動感受彼此呈現顯著正相關。
- 五、Instagram 的使用程度與同儕關係部分呈現正相關。
- 六、使用 Instagram 與朋友互動、使用 Instagram 時人際互動感受現象與同儕關係中，兩兩變項呈現顯著正相關。

最後依據研究結果進行討論，並提出結論與建議做為相關人員之參考。

關鍵詞：同儕關係、Instagram、IG 使用情形

目錄

謝辭	2
摘要	3
第一章 緒論	7
第一節 研究動機	7
第二節 研究目的	7
第三節 研究問題	7
第二章 文獻探討	8
第一節 IG 的特色與功能	8
第二節 社群媒體使用的影響因素	9
第三節 青少年的同儕關係	10
第四節 社群媒體與同儕關係	12
第三章 研究方法	14
第一節 研究架構	14
第二節 研究工具	14
第三節 研究對象與抽樣	19
第四節 研究限制	19
第四章 研究結果與分析	21
第一節 研究樣本基本資料分析	21
第二節 不同背景的高中生與 IG 使用行為的關聯	27
第三節 IG 使用行為與使用 IG 與朋友互動的關聯	30
第四節 IG 使用行為與使用 IG 時人際互動感受現象關聯	31
第五節 IG 使用行為與同儕關係的關聯	33
第六節 使用 IG 與朋友互動、IG 時人際互動感受現象與同儕關係的相關性	34
第五章 結論與建議	36
第一節 結論	36
第二節 建議	37
參考文獻	39
附錄 正式紙本研究問卷	41

圖目錄

圖 1 研究架構圖	14
圖 2 高中生使用 IG 的網齡	22
圖 3 高中生使用 IG 的頻率	22
圖 4 高中生平均瀏覽 IG 的時間	23
圖 5 使用 IG 發佈貼文的頻率	23
圖 6 平均發布限時動態的頻率	24
圖 7 高中生 IG 大帳的粉絲人數	24
圖 8 高中生使用 IG 大帳的追蹤人數	25
圖 9 摯友功能的使用	25
圖 10 摯友功能使用率	26
圖 11 小帳的設置	26

表目錄

表 1 「使用 IG 與朋友互動」量表項目分析摘要表	16
表 2 「使用 IG 時的人際互動感受」量表項目分析摘要表	17
表 3 「同儕關係概況」量表項目分析摘要表	18
表 4 正式施測問卷摘要表	19
表 5 正式問卷樣本結構一覽表	21
表 6 使用 IG 與朋友互動量表選填情形	27
表 7 性別與 IG 使用行為之顯著性檢定表	27
表 8 年級與 IG 使用行為之顯著性檢定表	28
表 9 性別與使用 IG 與朋友互動之顯著性檢定表	30
表 10 性別與使用 IG 與朋友互動之顯著性檢定表	30
表 11 IG 的使用與使用 IG 與朋友互動之顯著性檢定表	30
表 12 性別與使用 IG 時人際互動感受現象之變異數分析結果摘要表	32
表 13 不同年級與使用 IG 時人際互動感受現象之變異數分析結果摘要表	32
表 14 IG 的使用與使用 IG 時人際互動感受現象之變異數分析結果摘要表 ...	32
表 15 IG 的使用與同儕關係之變異數分析結果摘要表	33
表 16 粉絲數、追蹤數與摯友使用頻率與同儕關係之相關性檢定表	34
表 17 使用 IG 與朋友互動、IG 時人際互動感受現象與同儕關係相關	35

第一章 緒論

第一節 研究動機

隨著網際網路的日新月異，社群媒體成為現代人必備的社交工具，為用戶提供多樣的聯繫、交流的互聯網路。社群媒體正在以驚人的速度成長以及變遷，擁有著抓住人們的娛樂性，能隨意的讓使用者有創造的空間，也給予人與人之間的連結，於是社群媒體成為當代主流的社交媒介。

綜觀社群媒體演化史，過去十年臉書獨霸了整個市場，在全球已經達到 30 億的使用者，在台灣的的使用人數更是突破 1900 萬人。Instagram（簡稱 IG）為近幾年在社群媒體中崛起的後起之秀，目前在台灣 IG 每個月使用人數已經達到 800 萬人，已經佔了台灣三分之一的總人口數量。雖然 Facebook 仍然是市佔第一的社群媒體，IG 因強調圖片和影片為主和操作方便的特性，在青少年間大受歡迎。根據聯合報（2020/4/14）報導，15-19 歲使用 IG 軟體的比例高達 72.9%，居全年齡之最。現今高中生彼此使用 IG 聊著最近當紅的話題，看看彼此好友的動態，使用限時動態分享心情或吐吐苦水，或是利用 IG 內建的私訊小盒子 Direct 和朋友聊天，可以說 IG 成了青少年間互動日常的一部份。

而同儕關係對於青少年而言，已經超越親子關係成為青少年群體之中最重要的人際關係，在脫離孩童時代後，青少年對於同儕或朋友的需求逐漸加大（蔡宇富，2020）。青少年正是人際關係發展的關鍵時期，對許多高中生來說，發展與維繫同儕關係、了解朋友的生活動態、結交幾個知心朋友等等對於高中生來說相當重要，而社群媒體所提供的功能正好可以滿足這樣的需求。在解濟華（2013）對 Facebook 對高中生人際關係相關性的研究中，即指出社群媒體臉書對於高中生的人際關係具有顯著的關聯：透過社群媒體，能夠增進與朋友之間的話題與朋友之間的瞭解。當時該研究者是以臉書作為研究工具的社群媒體；雖然當今的 IG 與臉書都屬於社群媒體，擁有相似的功能，但畢竟不是同一軟體，使用者對於軟體的使用會有差異，對同儕關係的影響也不盡相同。

由此可知 IG 使用與同儕關係皆對於高中生佔有相當的重要性，是個值得探討的議題。就現在來說，臉書和 IG 都是主流的社群媒體，但強調的功能和用戶的年齡層還是有些不同；而目前針對臉書的使用對人際關係的影響的論述，已經有一些文獻可以支持，但對於高中生中接受度最高的 IG 卻缺乏相關的研究。因此想透過本研究，來了解 IG 的使用與高中生同儕關係的關聯。

第二節 研究目的

本研究之研究目的旨在了解高中生使用 IG 的習慣，並且探討 IG 使用對高中生同儕關係的影響以及使用 IG 的現象與感受。

第三節 研究問題

綜合研究目的與初步文獻探討，決定將 IG 與同儕關係的關聯作為研究焦點，聚焦於研究目的上，並且列出研究問題。以下為本研究之研究問題：

- 一、高中生的 IG 使用狀況與使用行為與習慣為何？
- 二、不同背景的高中生，其在 IG 使用上的使用行為與習慣是否不同？
- 三、高中生在 IG 使用交流的使用目的為何？
- 四、高中生在 IG 使用交流時會產生如何的人際互動感受？
- 五、高中生的 IG 使用行為與其同儕關係的關聯為何？

第二章 文獻探討

以下將分別針對 IG 的特色與功能、社群媒體使用的影響因素、青少年的同儕關係、以及社群媒體與同儕關係等加以探討。

第一節 IG 的特色與功能

本節會介紹 IG 的緣起及其特色，並且講述 IG 的功能類別。

壹、IG 的緣起與特色

IG 首先發行於 2010 年 10 月，為一免費提供相片、影片分享的社交媒體。使用者之間可以相互在貼文中按讚、留言，使用者之間亦可相互傳送訊息；在透過 IG 分享相片、影片的同時，可以搭配文字、打卡、標籤、標註朋友等功能說明與互動。目前 IG 每日活躍用戶 5 億、每日活躍限時動態用戶有 2.5 億 (Instagram, 2018)。

IG 擁有眾多功能，可以分享個人喜歡的照片，按「愛心」互動之外，更能分享短影片。另外限時動態功能能讓用戶在分享圖片和影音後，能保留 24 小時給大家觀看，而 24 小時過後，動態將會撤下；若想回頭看看自己曾分享什麼，能夠動態回顧功能，供用戶分享回顧 (周信宇、薛凱傑、廖韋聖, 2020)。有別於 Facebook，IG 最大的特色在於以圖像與影片發文，主打視覺行銷、功能設計簡單，再加上更加嚴謹的隱私設定等因素，使其受到年輕族群愛戴 (楊于萱, 2016；吳宇泓, 2015)；從互動率的角度來說，IG 的互動率足足比 Facebook 多了三倍 (Socialbakers, 2019)。年輕族群逐漸捨棄臉書，有越來越多人傾向使用 IG 的趨勢，IG 逐漸已成了年輕族群之間的主流。

IG 的使用者年齡層中年輕人佔了大多數，其中 15-19 歲中的人使用 IG 軟體的比例高達 72.9%，居全年齡之最 (聯合報, 2020/4/14)。對於 13-24 歲的 IG 使用者而言，IG 能啟發他們對生活的新想法，能瞬間捕捉生活的即時性，以及使他們的生活能夠透過社群媒體有即時的連結性，也有 53% 的 IG 使用者 (13-24 歲) 認為，IG 能有助於他們定義自己、能欣賞到偶像、以及能找到與自己有共同興趣的同好是容易的 (天下雜誌, 2018)。

貳、IG 的功能

關於 IG 的不同功能，綜合相關研究與研究者的使用經驗，介紹下列數項主要功能：

一、追蹤 (follow)

構成 IG 交流元素即是追蹤與被追蹤間的關係。用戶可以追蹤別人看到別人的動態，而其他用戶可以追蹤其成為粉絲看到自己的動態；而若希望好友互相看到彼此動態，則需要雙方互相追蹤。追蹤可以看到好友間的動態外，也可以追蹤一些公眾品牌及新聞等的粉絲專頁。

二、限時動態 (stories)

IG 在 2016 推出限時動態功能，顧名思義就是具有時效性的動態消息，自用戶發出後會展示給其他用戶，並於 24 小時自動刪除，而原用戶可以至典藏功能觀看。可以用 IG 的內建的相機拍攝，或選手機的照片和影片上傳；且具有強大的編輯功能，可以增加 GIF 貼圖、時間地點、特效、特殊濾鏡以及文字等。限時動態是一項新穎、劃時代的設計，甫一推出就使 IG 的使用成長曲線突出性成長，而如此好用的功能堪稱為 IG 的招牌功能。他受到許多用戶的青睞、愛不釋手，甚至許多用戶打開 IG 就只是為了看限時動態 (楊尹婕, 2018)。使用者對於限時動態功能覺得他很便利、有趣、能夠觀察他人的生活互動 (蔡宗傑, 2017)，以及具備了時效性、知覺易用程度高 (楊尹婕, 2018)，促使了在限時動態功能發出後，成為了 IG 的主體，也讓更多人去使用 IG 這套軟體。

三、動態

即是包括了相片與影片的貼文。貼文中的相片除了能調整編輯外還能插入濾鏡；而除了顯示他人對你的貼文說讚和留言，使用者也能觀看朋友說讚和留言。除此之外，也可以同步發文到 Facebook、Twitter 等社群網站。

四、小帳

小帳不是 IG 本來的設計，是用戶之間衍伸出的使用型態。相較於大帳的交友圈的擴大，彼此的朋友或認識的人都在大帳中追蹤；小帳則讓較親近的朋友追蹤，隱密性較高。小帳裡的發文相較大帳來說較隨興，通常是使用者心情抒發或講一些秘密的管道。

五、摯友

而摯友功能，能將想優先看到的用戶名加到裡面，在接下來的任何限時動態發佈頁面時選擇只和這群「摯友」的人分享，具有更多的隱私性，與小帳的功能大同小異。不同的是，摯友不需要由朋友請求追蹤，而是使用者從自己的追蹤者中挑選，使用者有較多選擇權，並且用戶可以隨時改動摯友名單。

綜合以上二點可以發現，小帳與摯友系統相較於平常使用的 IG 的使用（如一般限時動態），更具有隱私性，內容也更隨興外放；也因為其具有排他性，能比較出一般朋友與好友之間的不同。青少年使用社群媒體來建立人際關係，透過觀看與回覆別人的動態來拉近人際距離，於是在 Instagram 中設置小帳、摯友，來區分朋友的親疏別。

六、私訊系統 (Direct)

此功能為 IG 的聊天室系統。主要的功能能使用戶間做為私訊聊天功能之外，也能作為一個回覆貼文與限時動態的平台。

七、探索

是一個藉由熱門的主題標籤與地點，挑選精彩貼文與短影片的功能。他會顯示來自全球 IG 用戶之中，具有高追蹤人數或與使用者瀏覽貼文相關的版面動態，例如：名人、球星、官方品牌等。

八、個人檔案

此為顯示個人簡介及個人貼文，是編輯個人資訊與發表個人動態的地方。用戶在個人檔案中看到該用戶對象的公開資訊、貼文、限時動態與影片等。而個人檔案又分成公開帳號與不公開帳號。設定為公開帳號可以讓大家都看到貼文動態；而若設定為不公開，任何人想觀看你的貼文都須經過你同意追蹤，具有更高的隱私性。

由此我們可以知道，IG 擁有相當多的功能，其中最多人使用也是最多人喜愛的是限時動態功能，其他的功能如摯友等也是受到用戶間歡迎（楊尹婕，2018）。

第二節 社群媒體使用的影響因素

在社群媒體的使用上，性別、年級、粉絲與追蹤人數等因素皆是影響社群媒體使用的背景因素。而在文獻搜尋時發現有關於 IG 的文獻較少，故在本研究的文獻探討將擴大至社群媒體討論。以下將詳細分點論述。

壹、性別

此部分的研究論述較多，且都指出女性相較於男性會更積極使用社群媒體，而且女性的社群媒體使用量也比男性來的高。李侑螢（2014）在探討 Instagram 的使用與滿足研究之中，發現女性為主要的使用者，占了使用人數約六成，並且在喜好發佈分享動態的比例也高於男性。而沈姣倩（2018）指出，女性在「社群網站使用數量」、「社群網站使用強度」、「社群網站使用時間」等等對於社群媒體使用的需求皆高於男性，顯示出女性相較於男性更高的社群需求。就內涵而言，女性是一個社交傾向的群體，她們透過社交的方式來擴展自己的圈子，她們開始找話題、求幫助；在社群媒體上交友，講自己想講的話，不願意跟朋友說的話就用匿名發表，同時還可以得到很多人的解答，藉此達到需求，也因此會更踴躍去使用

社群媒體(薇翔科技, 2015/10/10)。

貳、年級

顏伯霖(2010)研究指出,年級對於社群媒體使用有顯著差異,在大學中四年級的使用量遠低於其他年級的學生。在該研究中提到,可能因為課業與就業壓力導致大四學生有較低的社群媒體使用量。不過高中與大學的環境組成並不相同,故年級是否為IG使用的影響因素將納入本研究之研究範圍。

參、粉絲與追蹤人數

在吳宇泓(2015)的研究中指出,臉書好友數或IG的追蹤數越多的使用者,在自我揭露的程度上會顯著大於其較少的使用者。當帳號擁有越多的好友時,代表能夠看到自己的個人動態的人數就越多,因此無論是Facebook或是IG,自我揭露使用程度也會越來越高,更傾向於對社群媒體的使用。進一步來說,自我揭露行為是人際互動的基礎,若是自我揭露程度越高即為對於社群媒體的使用愈加熱絡與信任,因此可以表示粉絲與追蹤人數對於社群媒體的使用有關聯,但無法明確顯示對於社群媒體使用量的關聯性。而林明秀(2019)的研究也指出,使用者在IG上能保持互動甚至能增進社交關係,則願意持續使用IG意圖關聯程度也會隨之提高。由於有更多的粉絲更能在社群媒體上進行交流互動,因此若是在社群媒體的使用上能夠滿足社交需求或是有更多的粉絲,比起較少粉絲者,更能夠傾向使用社群媒體。

第三節 青少年的同儕關係

本節講述的是青少年的同儕關係。首先會講述同儕關係的定義與理論,接著闡述同儕關係的特性與內涵,最後則是說明同儕關係的量表測量的部分。

壹、同儕關係的定義

人際關係是指人與人之間因相互往來而形成的互相依賴和互相聯繫,因為彼此有交集而產生關係(楊正川,2019)。而對於一個青少年來說,其所涉及的人際關係有同儕關係、師長關係與親人間的關係等。同儕關係對於青少年而言,已經超越親子關係成為青少年中最重要的人際關係(蔡宇富,2020),因此本研究將主要針對同儕關係的探討。

同儕關係指的是在年齡相近的人,在彼此熟悉後,對於某固定的個人與團體產生了經常性的接觸、聯絡與互動(張春興,2011)。對於脫離了兒童時期的青少年而言,與同儕的相處時間變長,親人的相處與管束減少,相對而言和同儕的親密度與信任度增加(黃德祥,2000)。對個體而言,同儕能夠提供基礎需求的友誼、娛樂、幫助個體解決問題、並且可以提供個人肯定以及情感上的支持,尤其是在青春期的青少年,同儕能夠影響個體的認同、信念、發展與價值觀。在青少年階段,同儕可能會產生正面影響,如提供友誼、支持、關懷、自我價值的確認和歸屬感等;也可能會產生負面影響,如情緒與行為問題、衝突、脅迫、嫉妒和背叛等,進而改變青少年個體發展結果,甚為重要。

貳、青少年同儕關係的特性

青少年時期的同儕關係是青少年中最重要的人際關係,比起親子關係、手足關係、師生關係都來的重要。各種人際關係的聯結都開始於人際間的「互動」,青少年一方面經同儕的交流互動來維繫友誼,表現自己的意見、想法和情緒;另一方面則以同儕互動之中提供的訊息和資訊,獲得朋友的認同或是彼此支持。

張德聰(2001)提出,青少年的同儕關係具有地位平等、心理自由、興趣密集、互動頻繁、密切關係、互相接納認可、從眾歸屬等的七種特徵。青少年因逐漸和父母的價值觀相異,擁有不同見解與看法,此時同儕可以補足青少年的心理需求,故同儕關係隨著年齡成為

青少年與高中生最重要的人際關係。而人際關係最重要的特性，就是雙方的關係是不斷地在改變的，會呈現動態的階段性；因此人際關係的發展可以分成五個階段：接觸期、涉入期、親密期、惡化期及解體期（顏柏霖，2010）。人與人間的關係，有可能彼此相遇，相見恨晚，從而建起彼此的友誼，彼此相聚的時間增加、談話內容越來越深入，維持親密關係。也有可能一段看似良好的關係，隨時間沖淡，更甚者走向解體。

另外一個同儕關係的重要特色是同儕關係具有利害關係。在人際關係建立的歷程當中，人是現實、以自我為中心的，個體在選擇建立關係的對象時會傾向自認為能帶給他們最大好處的人，而所謂的好處除了有形的物質之外，也包含心理上的滿足。由此可知，在人際互動中無論是帶給朋友物質上或是心理上的滿足，都能促使同儕關係的發展，加深友誼；反之，如果在人際關係中與對象互動給予的回饋或好處過少，那便會逐漸疏遠他，或甚至結束這段的友誼關係（蘇邦婕、曾仁美、毛萬儀、陳坤虎、方吉正，2002）。

最後一個同儕關係之中很重要的特性便是友誼品質。在友誼之中，如果同儕關係僅止於表面的互動，彼此並非真心、不交心時，不只無法滿足青少年的社交需求，甚至與青少年的自我價值以及人格發展有負相關。換句話說，當同儕關係品質增加時，彼此真心相待而且友情逐漸熱絡之時，無形中青少年的自我價值也會隨之提升，促進青少年的健康發展（蔡馨沂，2012）。而同儕關係是把雙面刃，正所謂「與善人交，如入芝蘭之室，久而不聞其香；與惡人交，如入鮑魚之肆，久而不聞其臭」，同儕可能會產生正面影響，也可能會產生負面影響；又青少年時常被同儕影響，故容易因為交往到益友而得到良性支持及歸屬感、提高對生活的滿意程度，也容易誤交損友使青少年孤立退縮、社會角色與價值觀混亂，促進了負面情緒與問題行為的產生，甚至墮落沉淪走上不歸路（莊柏青，2015）。所以在同儕關係之中，友誼品質的獲得也是在同儕關係之中相當重要的特性之一。

參、 青少年同儕關係的內涵

同儕關係的內涵具體而言能分成三個面向探討：同儕聲望、社會角色、同儕功能（莊柏青，2015）。而在此之中，莊柏青（2015）綜合整理多位學者研究之中發現在同儕關係的內涵與測量中多以同儕功能來做為研究依據的基準，故在本研究將以較多篇幅論述同儕功能，並以此作為研究中同儕關係的界定與測量。以下詳細介紹同儕關係的三種面向：

一、 同儕聲望

同儕團體成員之間的親疏或是受喜愛的程度常是衡量同儕關係好壞的重要指標，能藉由同儕團體內的個體（班級同學、朋友）或教師、父母等的認知來評估同儕關係的優劣。同儕在同儕聲望中能被劃分為受歡迎組、被拒絕組、被忽視組、受爭議組和普通組等五種類型，能以此看出同儕在團體之內的喜愛或討厭等（蔡馨沂，2012）。

二、 社會角色

針對同儕關係的測量中，除了對同儕間的聲望及喜好程度進行評估之外，亦有以校園兒童社會行為的觀點來界定同儕關係好壞的研究。個體在同儕團體中會產生各種的社會行為，其中又可分作欺凌傾向、受害傾向、利社會傾向三中方向的社會行為。在觀察評估後，社會角色亦可成為判斷同儕關係的基準（莊柏青，2015）。

三、 同儕功能

人際「互動」雖然能聯結人際「關係」，但是實際上友誼的關係維持，有賴於彼此是否真心、同儕能否提供功能需求而定。而除了親密程度之外，以團體成員所能提供青少年的正向或負向發展的同儕功能也須獲得重視。同儕可以提供友誼、支持、關懷，自我價值的確認和歸屬感，個體若無法與同儕連結成令人滿意的關係，容易產生發展上的問題（蔡馨沂，2012），故建立維持同儕關係，以及在同儕關係中獲得同儕功能與擁有友誼品質兩個是同樣重要的。

肆、 同儕關係的測量

針對同儕關係的測量，若是以「同儕功能」作為測量面向，能夠瞭解同儕關係的維繫與延續性，也被多數研究（蔡馨沂，2012；莊柏青，2015）以友誼品質測量同儕關係。而在「同儕功能」測量面向之中的測量量表之中，以 Bukowski、Hoza 與 Boivin 於 1994 年發展的「友誼品質量表」(Friendship Qualities Scale)被最多研究當作同儕關係測驗量表使用（引自莊柏青，2015）。該量表能分成五個向度施測，分別為「衝突」、「陪伴」、「幫助」、「安全」與「親密」。敘述如下：

一、衝突:指的是在友誼關係中，出現意見不同的頻率與程度。

二、陪伴:指的是人們彼此相處而且是出於自願的時間。

三、幫助:指的是朋友間的協助、支援，以及在他人壓迫和面對不公平行為之下所給予的保護與支持。

四、安全:指的是從朋友給予信任的信心，以及在衝突後能以友誼做為有利資產的信念，同時強化友誼關係。

五、親密:指的是情感連結的強度，以及與朋友相處經驗上的情感交流回饋。

此五種向度能劃分並釐清同儕彼此之間的人際關係，進一步去觀察同儕關係與友誼品質。因此，本研究以高中生的友誼品質量表測量同儕關係，探討同儕中的「衝突」、「陪伴」、「幫助」、「安全」與「親密」等五個向度的狀況，以及綜合同儕關係的好壞。

第四節 社群媒體與同儕關係

本節作為文獻探討的最後一節，將把社群媒體與同儕關係兩者納入討論。首先闡述使用社群媒體的人際互動感受，再者會比較社群媒體對同儕關係的利與弊，分析彼此間的關聯。

壹、使用社群媒體的人際互動感受

社群媒體使人與人的交流跳脫出面對面的框架，而透過社群媒體的瀏覽、或者是使用聊天室的來往獲得互動的目的。在社群媒體之中使用者的使用經驗都有所不同，而彼此之間的使用感受也因此變得重要。

研究顯示，在個人在使用 Facebook 與朋友交流後所產生的最高三種感覺，分別為「增進與朋友間的瞭解」、「增進我與朋友間的聊天話題」以及「與朋友分享心情後的舒暢感」（解濟華，2013）。這表示社群媒體對社交互動功能的發揮，在不用在現實面對面的情境之下，避免了許多尷尬的情況，因此在透過 Facebook 與朋友聊天交流後，更能表達出心中的真實感覺，同時也相對能夠進一步間接強化維繫朋友之間的感情。

顏伯霖（2010）的研究也指出社群媒體帶給人際關係上的感受，而且結果與前者之研究有所相同。該研究指出，使用者在使用 Facebook 與他人進行溝通時，較容易出現「彼此有較多聊天話題」、「容易分享彼此的喜怒哀樂」、「容易增進彼此的瞭解」這三種人際互動現象。這表示無論是大學生或高中生，對於使用 Facebook 所帶來的現象感受是幾乎一致的。因此本研究將進一步探討這樣的現象感受對於 IG 使用上是否有同樣的狀況。

貳、社群媒體使用與同儕關係的關聯

社群媒體可以將人際互動距離拉得更近、促進互動，同時也有可能因為深陷社群媒體而損害身心健康，甚至減弱現實人際關係，是把雙面刃。

就正面的影響來看，解濟華（2013）在 Facebook 對高中生人際關係相關性的研究中發現，線上的使用者透過 Facebook 網路與朋友互動，比起與朋友面對面的互動更有安全感，在交流的同時，也較能夠吐露出較真實的心情；而在現實生活之中，就算臉書使用熱絡，大部分的同學在生活中與朋友交流方面並不會形成太多阻隔；李雪芳（2011）針對有使用 Facebook 的國中生為對象，發現在社群媒體使用上使用時間越長，越是頻繁利用臉書進行互動，對同儕關係是越好的。故先前即有研究支持，社群媒體對於同儕關係發揮了正面影

響，使人與人的交流愈趨頻繁。

青少年是社會關係發展的關鍵時期，對許多青少年來說，發展與維繫同儕關係、結交朋友、了解朋友的生活動態等等對於青少年族群相當重要，而社群媒體所提供的功能正好可以滿足這樣的需求，因此社群媒體的使用已融入青少年的生活中，是青少年尋求與維繫人際關係的重要管道。青少年透過社群媒體的互動來滿足社會需求，尤其是人際歸屬感，他們想要和別人發展、建立和維繫穩定的關係，也想受到別人的關注與喜愛（李怡嫻、林可貞、孫德穎，2018）。社群媒體滿足了青少年對於同儕社交的需求，也使青少年的互動間趨於頻繁，在適度的社群媒體使用下對於青少年的心理與人際關係皆具有正面的影響。

但根據皇家公共衛生學會（RSPH，2017）指出，青少年在發布社群媒體時，會過度在意同儕的眼光以致產生焦慮；而在社群媒體互動上花費過多時間，也會影響課業成績與降低現實上的人際關係。就算暫時離開社群媒體，也會擔心是否錯過網路上的互動與動態，而這種害怕錯過的心態也傷害了心靈健康。而在眾多的社群媒體之中，屬 IG 最為嚴重。

而更甚者，青少年被 IG「綁架」了。其一是青少年對於社群媒體使用會有很大的情緒起伏：他們渴望被同儕接納，為了吸引同儕的回應，獲得較多的按讚數、回文留言和更多人來追蹤他，會採用各種方法，例如在 IG 的限時動態中分享著許多的照片，讓自己的照片出現在更多使用者的面前，或是想出發文的特殊風格來吸引不同的粉絲團。青少年總是希望受到矚目、受到歡迎，渴望有許多的追蹤者；然而一旦被退追，就心碎不已。其二是青少年因為沉溺於社群媒體之中，產生了一種害怕錯失焦慮（FOMO）的心理。在使用社群媒體後，我們隨時可以與別人保持聯絡，於是有想和大家連結在一起、維繫友誼的渴望，因而開始擔心自己是不是沒能即時回覆朋友的貼文，或是害怕沒跟上訊息等（李怡嫻、林可貞、孫德穎，2018）。

青少年可以從 IG 中找到心靈慰藉、或是找到彼此間的人際關係，但是過於陷入其中，將增加更多的焦慮與憂慮；而若是社群媒體帶來的焦慮與憂鬱大於好處，不僅不利於心理健康，更會影響周圍人際關係，形成反效果（林欣諭，2019；王鈺婷，2019）。IG 既帶來人類便利與交流互動，但同時也造成一些負面影響。

第五節 小結

總括以下數個文獻探討的重點：

- 一、IG 獲得年輕族群的青睞，被許多青少年使用，並且最喜愛限時動態功能。
- 二、在社群媒體的使用上，性別、年級、粉絲與追蹤人數等因素皆是影響社群媒體使用的背景因素。
- 三、同儕關係對於青少年而言，已經超越親子關係成為青少年中最重要的人際關係，且青少年一方面透過互動來維繫友誼，另一方面則以同儕互動之中提供的訊息，獲得朋友的認同或支持。
- 四、青少年的同儕關係具有地位平等、心理自由、興趣密集、互動頻繁、密切關係、互相接納認可、從眾歸屬等的七種特徵；而且同儕關係具有利害依存的關係。
- 五、社群媒體可以將人際互動距離拉得更近、促進互動；還產生正向的人際互動感受，包括增進朋友間的了解、增進朋友間聊天的話題、增加分享心情後的舒暢感等。
- 六、青少年使用社群媒體時，會過度在意同儕的眼光以致產生焦慮，也有降低現實上的人際關係的可能。

綜上所述，可以看出社群軟體對於青少年族群的重要性，以及在社群媒體與同儕關係的關聯以及與青少年的關係。

第三章 研究方法

本研究旨在了解高中生使用 IG 的習慣，並且探討高中生 IG 使用與同儕關係的關聯；研究者透過文獻探討，討論先前所提出相關理論與研究作為研究架構的基礎，並透過量化問卷調查來獲得研究資料，再進行統計考驗。本章研究方法共分四節：第一節為研究架構、第二節為研究工具、第三節為研究對象與抽樣。

第一節 研究架構

本研究的核心為了解高中生使用 IG 的習慣，並探討 IG 使用對高中生同儕關係的影響。本研究採取量化問卷調查，蒐集相關文獻，並使用量化研究法進行分析與討論。根據前述研究動機、研究目的、相關文獻探討的結果，提出本研究之架構，以瞭解各變項之間的關係與內涵。研究架構如圖 1 所示：

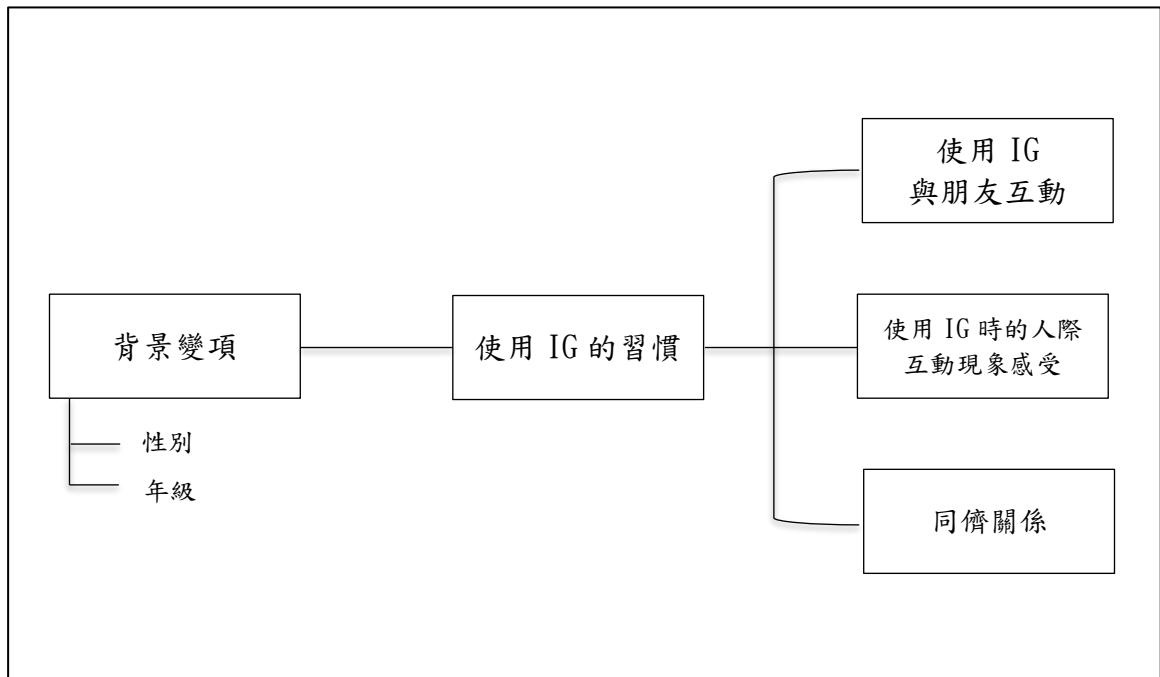


圖 1 研究架構圖 (來源:研究者繪製)

第二節 研究工具

本節將解釋本研究所使用的研究工具，根據研究目的與研究架構進行問卷的設計，以及測試問卷的信度與效度。

壹、研究問卷編製

依照研究問題，問卷將分成四部分：(一)使用者基本資料與其對於 IG 的使用習慣、(二)使用 IG 與朋友互動、(三)使用 IG 時的人際互動感受現象、(四)同儕關係概況。其中除了第一部分使用選擇題以外，其餘二、三、四部份採用李克特式 (Likert) 五點量尺統計，選項有「非常同意」、「同意」、「普通」、「不太同意」、「非常不同意」，各計分為 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分。以下將詳述關於問卷設計的詳細內容：

一、使用者基本資料與其對於 IG 的使用習慣

第一部分是個人基本資料與其對於 IG 的使用習慣，為研究者自行編製。目的在於了解樣本的基本資料，並將在未來分析中與同儕關係等變項進行迴歸分析。本部分一共設計 12

題，範圍包含詢問受試者的性別、年級、學校、網齡、使用頻率、發布頻率、帳號粉絲數/追蹤數、小帳與摯友等問題。

二、 使用 IG 與朋友互動

第二部分是使用 IG 與朋友互動，為研究者自行編製。目的在於深入去了解使用者使用 IG 的目的，同時藉此分析出使用者對於 IG 的功能期待。本部分一共設計 6 題。

三、 使用 IG 時的人際互動現象感受

第三部分是使用 IG 時的人際互動感受現象，本部分參考自顏伯霖（2010）「Facebook 對大學生人際關係相關性之研究」，並將其改編而成。目的在於了解那些相對於出現在人與人彼此面對面溝通時才產生的人際互動感受，在使用者使用 IG 與他人溝通時會不會有相同的互動出現，而其程度又為何；而且在使用 IG 時的人際互動感受現象之中能充分反映出人際互動面向的好壞，可以當作互動上的參照。

情境設定在「在使用 Instagram 後，（產生什麼感受）」，例如：能增進我跟朋友之間的瞭解、會有被重視的感覺、能增進我跟朋友之間的聊天話題等等。本部分參考顏伯霖的研究問卷改編後一共設計 10 題。

四、 同儕關係概況

第四部分是同儕關係概況，本部分參考莊柏青（2015）的「青少年同儕關係、自我認同與生活滿意度之研究」，並將其改編而成。目的在於使研究者了解問卷受試者在日常生活中同儕關係的狀況好壞所設計，也可做為與線上人際互動的相互參照。情境設定在「在現實生活中，我……」，例如：喜歡與同儕互動、想一起做一些好玩的事情、和朋友在一起會感到快樂等等。本部分問卷一共設計 14 題。

貳、 內容效度

研究者本研究問卷之效度採專家效度諮詢會議進行問卷效度審查，再將編撰的問卷將諮詢專家意見進行修正，逐步完成問卷，以求問卷效度達到標準。本研究問卷在專家諮詢會議上，邀請在統計與青少年同儕關係的研究專家——輔仁大學兒童與家庭學系的蕭英玲教授進行專家效度諮詢會議。問卷經過專家審查、討論後，並協同指導教師修訂而後完成本問卷，故此問卷將具備內容效度。

參、 預試實施與分析

一、預試實施樣本

本研究以「臺北市高中生的 Instagram 使用與同儕關係的關聯調查問卷」為研究工具，並且在正式發放問卷前進行預試，以求研究工具具備信度。在預試中，份數應為問卷中最多題項之分量表的 3~5 倍為原則，本問卷最多題的使用量表為 14 題，取 3 倍至少 42 份進行發放。在經過預試發放分析後統計總發放數為 53 份問卷，而經刪去無效問卷 5 份後，共計有效預試問卷 48 份，樣本有效率為 90.6%。

二、預試分析

本研究將有效之預試問卷以 SPSS 12.0 套裝統計軟體輸入後，依序進行項目分析以及計算信度分析之 Cronbach α 係數，用以測試問卷的鑑別度、同質性和信度。在項目分析中，研究者將預試問卷每一個題項列為對象，逐題進行評估問卷問題的適切性，再依照分析結果決定問卷問題是否保留或刪除。

本研究採取極端組考驗與同質性考驗進行項目分析，並以 Cronbach α 係數進行信度分析。在項目分析中，每份問卷受試者之量表得分進行加總，依量表分數高低進行高低分組，選取量表總分得出的第 73 百分位數以上作為高分組，選取量表總分得出的第 27 百分位數以

下作為低分組，然後進行獨立樣本 t 考驗得出決斷值(CR)；而在同質性考驗上，將求得修正項目總相關以及項目刪除時的 Cronbach α 值兩種統計量，進行問卷題目上的修正，了解問卷所得到的結果是否具有一致性和穩定性。

在信度分析中，將計算出 Cronbach α 係數來考驗研究工具的信度。以下分別列出本研究的三個量表的項目分析與信度分析：

(一)「使用 IG 與朋友互動」量表

1. 項目分析：

本研究採用極端組考驗與同質性考驗進行項目分析，用以求出每一題項的決斷值(CR 值)、修正項目總相關以及項目刪除時的 Cronbach α 值，並將未達顯著水準的題目刪除。在預試問卷中，本量表共有六題，經檢驗後六題全數達顯著，全數保留。資料分析結果如以下表一。

表 1 「使用 IG 與朋友互動」量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值 (CR)	修正的題目 總相關	項目刪除時 Cronbach's α 值	保留/ 刪除
MD1	我會使用 IG 是因為我有很多朋友都有在使用。	3.439*	.403	.904	保留
MD2	我使用 IG 是想與朋友保持聯繫。	11.615***	.814	.844	保留
MD3	我會使用 IG 的限時動態和朋友分享生活。	8.479***	.687	.866	保留
MD4	我會使用 IG 來認識新朋友，拓展我的交友圈。	5.955***	.681	.867	保留
MD5	我使用 IG 是希望能增加平常和朋友聊天的話題。	13.739***	.803	.845	保留
MD6	我使用 IG 是想獲得朋友的回應。	11.553***	.796	.847	保留

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, $N=48$

2. 信度分析：

接著以 Cronbach α 係數進行信度分析，其目的主要在於了解本量表所得到的結果是否具有一致性和穩定性。經分析結果，得到 α 係數值為 0.8842，顯示此量表具有相當程度的信度。

(二)「使用 IG 時的人際互動感受」量表

1. 項目分析：

本研究採用極端組考驗與同質性考驗進行項目分析，用以求出每一題項的決斷值(CR 值)、修正項目總相關以及項目刪除時的 Cronbach α 值，並將未達顯著水準的題目刪除。在預試問卷中，本量表共有十題，經檢驗後六題全數達顯著，全數保留。資料分析結果如以下表 2。

表 2 「使用 IG 時的人際互動感受」量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值 (CR)	修正的題目 總相關	項目刪除時 Cronbach's α 值	保留/ 刪除
XX1	在使用 Instagram 後，我會比較容易有自卑感。	7.653 ^{***}	.648	.923	保留
XX2	在使用 Instagram 後，我比較能夠表達出我心中真實的心情。	10.209 ^{***}	.762	.917	保留
XX3	在使用 Instagram 後，我會比較容易與朋友有分歧。	5.112 ^{***}	.525	.929	保留
XX4	在使用 Instagram 後，我會有被重視的感覺。	11.502 ^{***}	.836	.913	保留
XX5	在使用 Instagram 後，我的影響力比較有發揮的空間。	7.677 ^{***}	.762	.917	保留
XX6	在使用 Instagram 後，我可以跟朋友好好分享我的心情。	19.503 ^{***}	.825	.914	保留
XX7	在使用 Instagram 後，我比較能夠說服他人。	6.809 ^{***}	.737	.919	保留
XX8	在使用 Instagram 後，能增進我跟朋友之間的瞭解。	10.322 ^{***}	.817	.914	保留
XX9	在使用 Instagram 後，我變得更加的有孤寂感。	5.563 ^{***}	.578	.927	保留
XX10	在使用 Instagram 後，能增進我跟朋友之間的聊天話題。	7.604 ^{***}	.714	.920	保留

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, $N=48$

2. 信度分析:

接著以 Cronbach α 係數進行信度分析，其目的主要在於了解本量表所得到的結果是否具有一致性和穩定性。經分析結果，得到 α 係數值為 0.9270，顯示此量表具有相當程度的信度。

(三) 「同儕關係概況」量表

1. 項目分析:

本研究採用極端組考驗與同質性考驗進行項目分析，用以求出每一題項的決斷值(CR 值)、修正項目總相關以及項目刪除時的 Cronbach α 值，並將未達顯著水準的題目刪除。在預試問卷中，本量表共有十四題，經檢驗後有十二題達顯著，惟第 1、2 題未達顯著，予以刪除。資料分析結果如以下表 3。

表 3 「同儕關係概況」量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值 (CR)	修正的題目 總相關	項目刪除時 Cronbach's α 值	保留/ 刪除
PR1	在現實生活中，我的朋友和我時常爭吵。	2.559	.103	.889	刪除
PR2	我叫我朋友不要激怒或惹惱我，但他還是會這樣做。	0.027	-.052	.904	刪除
PR3	在現實生活中，我的朋友和我只要有空就會想聚在一起。	5.594 ^{***}	.483	.878	保留
PR4	在現實生活中，我的朋友和我會常常聊有關學習或是我們喜歡的事情。	6.049 ^{***}	.728	.866	保留
PR5	在現實生活中，如果別人來騷擾我，我的朋友會幫我。	3.42 ^{**}	.554	.875	保留
PR6	在現實生活中，當我有困難的時候，我的朋友會幫我。	3.39 ^{**}	.536	.876	保留
PR7	在現實生活中，如果我需要幫忙，我的朋友會幫助我。	5.134 ^{***}	.704	.868	保留
PR8	在現實生活中，如果我在學校、課業上或是家裡有問題，我的朋友很樂意和我談一談或給出建議。	5.349 ^{***}	.794	.862	保留
PR9	在現實生活中，如果有事情困擾我，即使我難以向其他人傾訴，但我仍可以告訴我的朋友。	8.762 ^{***}	.650	.870	保留
PR10	在現實生活中，如果我們彼此做了一些會讓對方困擾的事，我們可以很輕易和好。	5.367 ^{***}	.621	.872	保留
PR11	在現實生活中，如果我的朋友和我有激烈爭吵，我們彼此會互相道歉然後一切都會沒事。	5.427 ^{***}	.697	.868	保留
PR12	在現實生活中，當我做一些事做的很棒，我的朋友會替我感到高興。	5.002 ^{***}	.676	.869	保留

PR13	在現實生活中，當我和朋友在一起，我感到快樂。	7.873***	.817	.863	保留
PR14	在現實生活中，我會想我的朋友，即使他不在身邊。	4.907***	.501	.878	保留

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, $N=48$

2. 信度分析:

研究者接著以 Cronbach α 係數進行信度分析，其目的主要在於了解本量表所得到的結果是否具有一致性和穩定性。經分析結果，得到 α 係數值為 0.8834，顯示此量表具有相當程度的信度。

預試後同儕關係概況量表的多數題項達到適切性且具有不錯的內部一致性，惟第 1 題「在現實生活中，我的朋友和我時常爭吵。」以及第 2 題「我叫我朋友不要激怒或惹惱我，但他還是會這樣做。」在項目分析之中未達顯著，如表三所示，因此將這兩題刪除。

(四)小結

在預試中針對問卷的三個量表分析量表進行項目分析及信度考驗，在項目分析適切性達到顯著，且在信度分析達到顯著且具有不錯的內部一致性。惟在問卷第四部份「同儕關係概況」量表在項目分析中有兩題未達顯著，予以刪除。

肆、正式研究工具

經項目分析以及信度分析後，再重新編排題號後形成正式量表，做為正式施測之工具，顯示本研究的量表具有良好的信度與效度。以下為正式施測問卷題數及信度摘要表：

表 4 正式施測問卷摘要表

研究工具名稱	題數	信度
使用者基本資料 與 IG 使用基本資料	13	
使用 IG 與朋友互動	6	.884
使用 IG 時的人際互動感受	10	.927
同儕關係概況	12	.883
總題數	41	

第三節 研究對象與抽樣

本研究的對象為臺北市的高中在學學生，並且有使用 IG 習慣者。台北市的高中生，係指就學或居住於台北市的高中在學學生，包含自學、休學學生。因此研究者將台北市的高中生作為本研究之母群體，據統計，台北市目前約有高中生共 57511 人(臺北市府教育局，2021)，而以信心水準 95%，誤差 5%進行抽樣，有效樣本數需要抽樣至少 382 人。為了配合本研究論文的研究目標，因此問卷調查採用便利性抽樣來抽取樣本，以網路問卷形式發放研究問卷。

第四節 研究限制

本研究雖然以台北市中的高中生作為研究對象，但是因為研究者之人力、物力、時間等

因素，因此在抽樣選擇上以便利性取樣與滾雪球取樣抽樣而來。故即使在研究結果上發現 IG 使用行為及同儕關係擁有某種程度的關聯性，然而推論程度可能無法至全台北市，亦無法有效推論至全台灣。

第四章 研究結果與分析

本章將所蒐集之問卷數據資料進行統計分析，並且逐項進行討論。全章共分為六節，第一節為研究樣本基本資料分析、第二節為不同背景的高中生與 IG 使用行為的關聯、第三節為 IG 使用行為與使用 IG 與朋友互動的關聯、第四節為 IG 使用行為與使用 IG 時人際互動感受現象關聯、第五節為 IG 使用行為與同儕關係的關聯、第六節為使用 IG 與朋友互動、IG 時人際互動感受現象與同儕關係的相關性。

第一節 研究樣本基本資料分析

本節主要透過研究問卷回收節過，去統計並加以分析研究樣本的基本資料。本節會分兩部分討論，一是分析人口特性，二是針對高中生使用 IG 的行為與習慣進行探討。

壹、人口特性

本研究的對象主要為現在就讀台北市高中職在學學生，採用線上問卷 Google form 進行研究樣本的收集。本研究正式問卷共 605 人填答，扣除非 IG 用戶、非高中生、規律填答的無效問卷共 112 份後，共得有效問卷 493 份，樣本有效回收率為 81.48%。正式問卷樣本的背景資料(性別、年級)人數分配與百分比如表 5 所示。以下為問卷樣本結構之詳細描述：

- 一、性別：男生共 279 人，佔所有樣本 56.6%；女生共 214 人，佔所有樣本 43.4%。
- 二、年級：本研究之研究對象為高中生，因此將非高中生的問卷樣本刪除為無效問卷。在有效問卷中，高中一年級學生共 220 人，佔所有樣本 44.6%；高中二年級學生共 206 人，佔所有樣本 41.8%；高中三年級學生共 67 人，佔所有樣本 13.6%。

表 5 正式問卷樣本結構一覽表(N=493)

背景資料	名稱	樣本數	百分比(%)
性別	男性	279	56.6
	女性	214	43.4
	合計	493	100
年級	高一	220	44.6
	高二	206	41.8
	高三	67	13.6
	合計	493	100

貳、高中生使用 IG 情形的現況

在探討高中生使用 IG 的情形中，研究者將對 IG 使用者網齡、IG 使用頻率、IG 動態發布頻率、粉絲人數與追蹤數、摯友與小帳的五種使用情形進行描述性統計。

一、高中生使用 IG 的網齡

高中生使用 IG 的網齡，整理成如圖 2。其中以 2 年以上的最多，一共有 271 人(55.0%)，其次是 1 年到 2 年有 133 人(27.0%)，半年到一年有 68 人(13.8%)，而半年以下則最少，有 21 人(4.2%)。

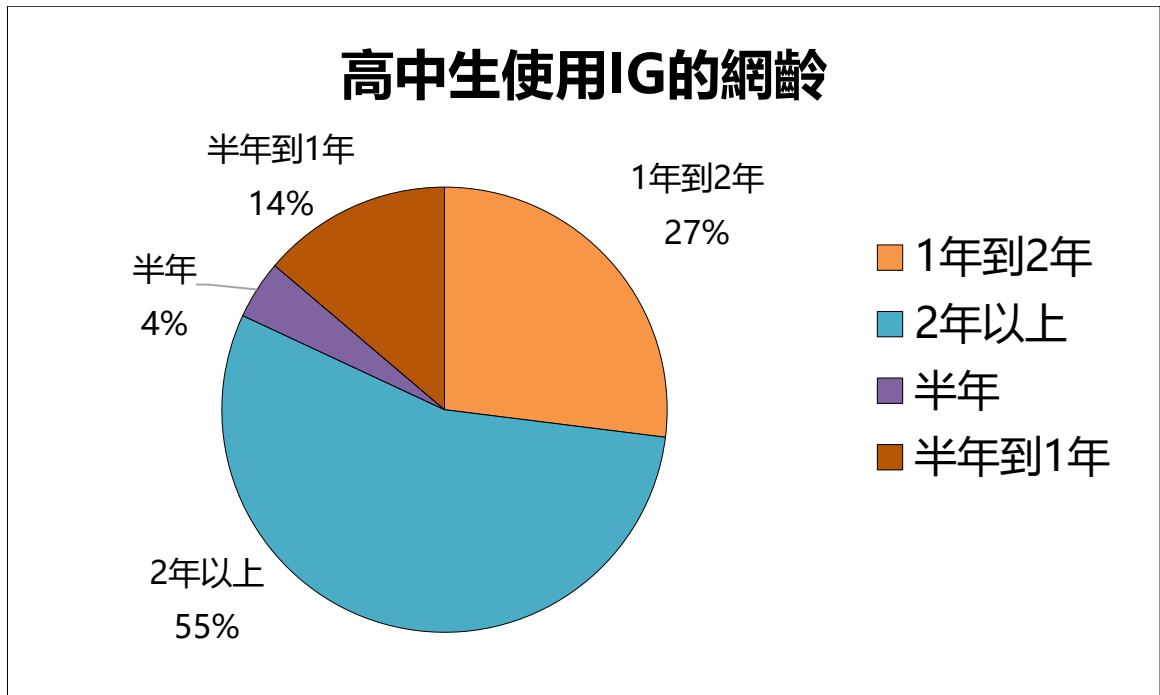


圖 2 高中生使用 IG 的網齡

二、高中生對 IG 的使用頻率

(一) 高中生使用 IG 的頻率

高中生使用 IG 的頻率，整理如圖 3。使用 IG 的頻率以每天都使用的人為最多，有 362 人(73.4%)；而很少使用者有 25 人(5.1%)，其餘選項零星分布。

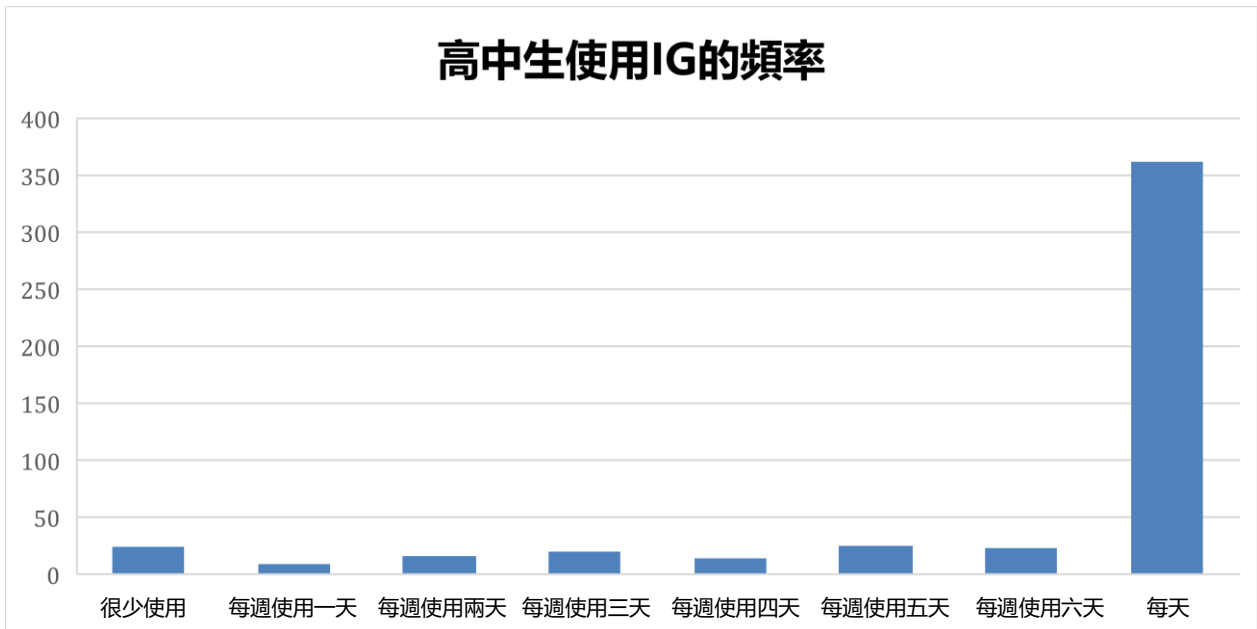


圖 3 高中生使用 IG 的頻率

(二) 高中生平均瀏覽 IG 的時間

高中生平均瀏覽 IG 的時間，整理如圖 4。高中生平均瀏覽 IG 的時間，以少於 1 小時的人數最多，有 221 人(44.8%)；其次是 1~2 小時，有 172 人(34.9%)。而 2~3 小時，有 72 人(14.6%)；3~5 小時，有 22 人(4.5%)；5 小時以上最少，有 6 人(1.2%)。

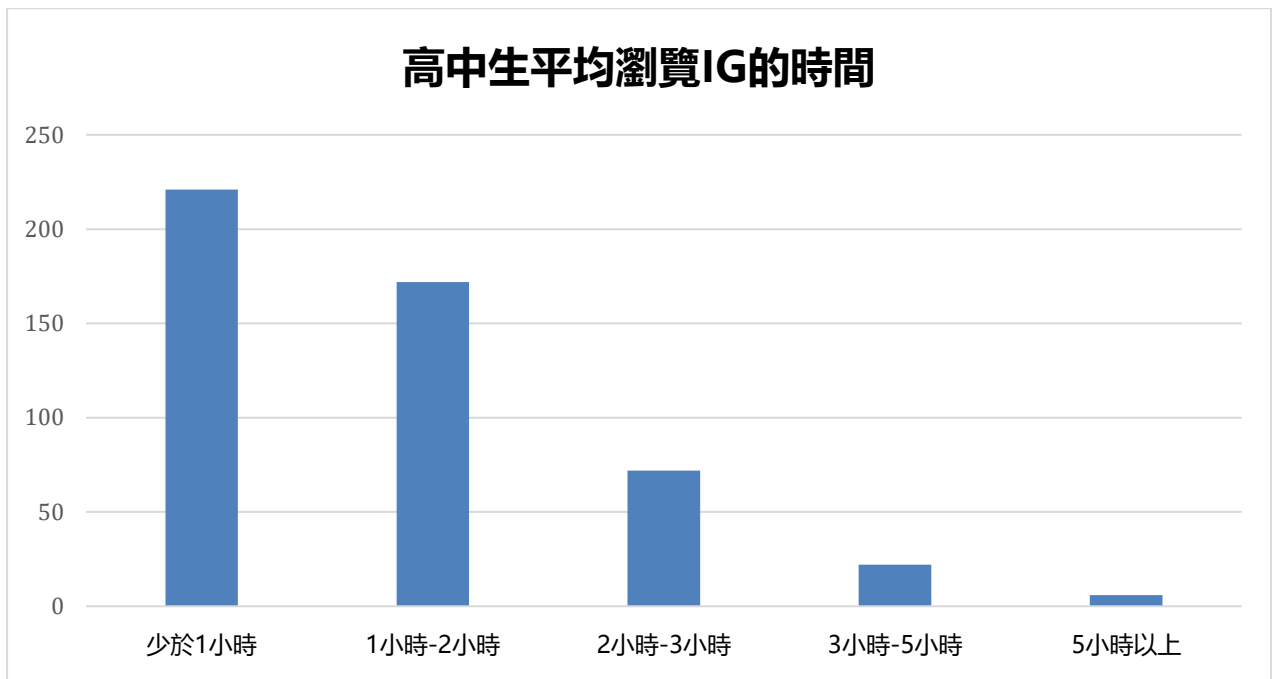


圖 4 高中生平均瀏覽 IG 的時間

三、高中生的 IG 動態發布頻率

(一)使用 IG 發佈貼文的頻率

使用 IG 發佈貼文的頻率，整理如圖 5。使用 IG 發佈貼文的頻率，以很少或幾乎沒有發動態的人最多，有 357 人(72.4%)，其次為 1 個月發 1 次的有 91 人(18.5%)，一週一次有 21 人(4.3%)，一週兩次以上有 15 人(3.0%)，每天都發布貼文的只有 9 人(1.8%)。

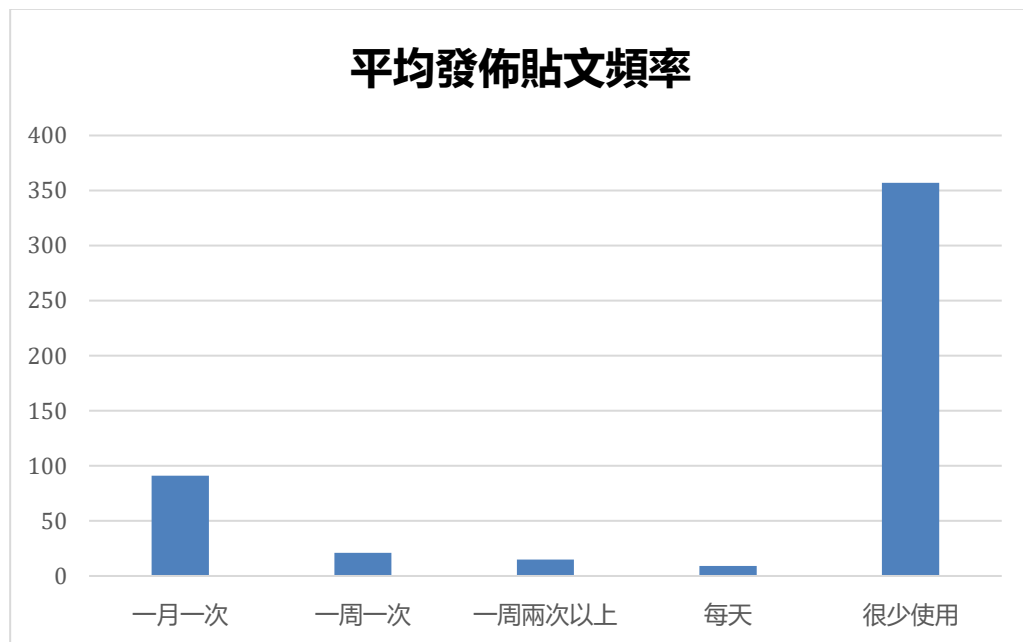


圖 5 使用 IG 發佈貼文的頻率

(二)平均發布限時動態頻率

高中生平均發布限時動態的頻率，整理如圖 6。平均發布限時動態的頻率中，以很少或幾乎沒有發動態的人最多，有 140 人(28.3%)；其次為一周兩次以上的有 113 人

(22.9%)。一周一次的有 99 人(20.1%)，每天都發布的有 75 人(15.3%)，一月一次的有 66 人(13.4%)

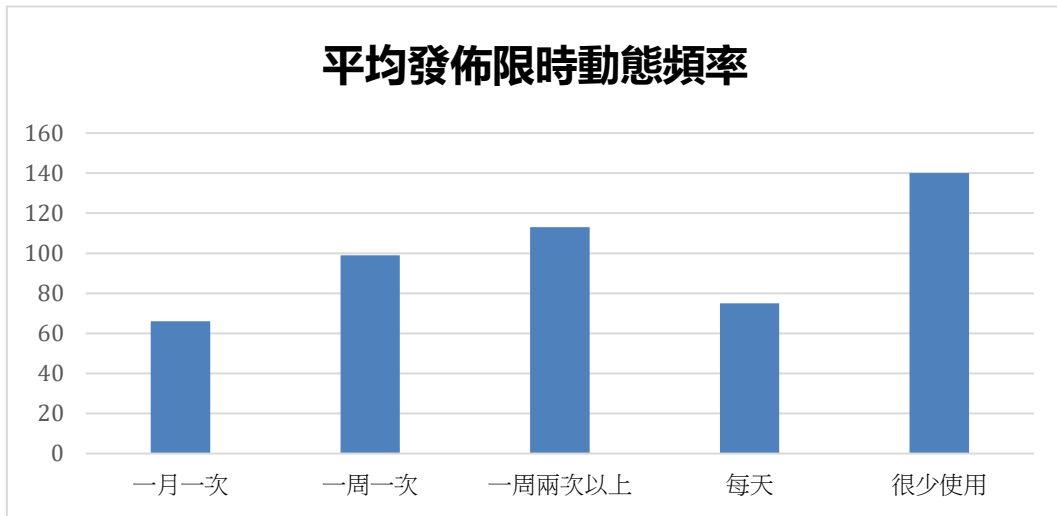


圖 6 平均發布限時動態的頻率

四、IG 大帳的粉絲人數和追蹤人數

(一)IG 大帳的粉絲人數

高中生 IG 大帳的粉絲人數，整理如圖 7。將各樣本的粉絲人數整理成資料區間，可以看出以 100~199 人為最多，有 163 人(33.1%)；其次是 100 人以下，有 96 人(19.5%)。再來是 200~299 人有 120 人(24.3%)，300~500 人有 83 人(16.8%)，而 501 人以上也有 31 人(6.3%)。

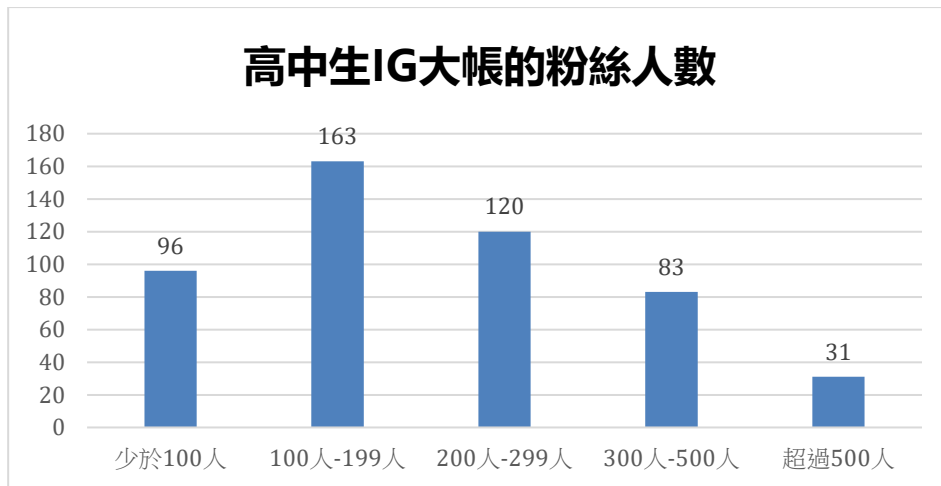


圖 7 高中生 IG 大帳的粉絲人數

(二)IG 大帳的追蹤人數

高中生使用 IG 大帳的追蹤人數，整理如圖 8。將各樣本的粉絲人數整理成資料區間，可以看出以 200~299 人為最多，有 133 人(27.0%)；其次是 100~199 人，有 119 人(24.1%)。再來是 300~500 人有 116 人(23.4%)，100 人以下有 83 人(16.2%)，而 501 人以上也有 46 人(9.3%)。

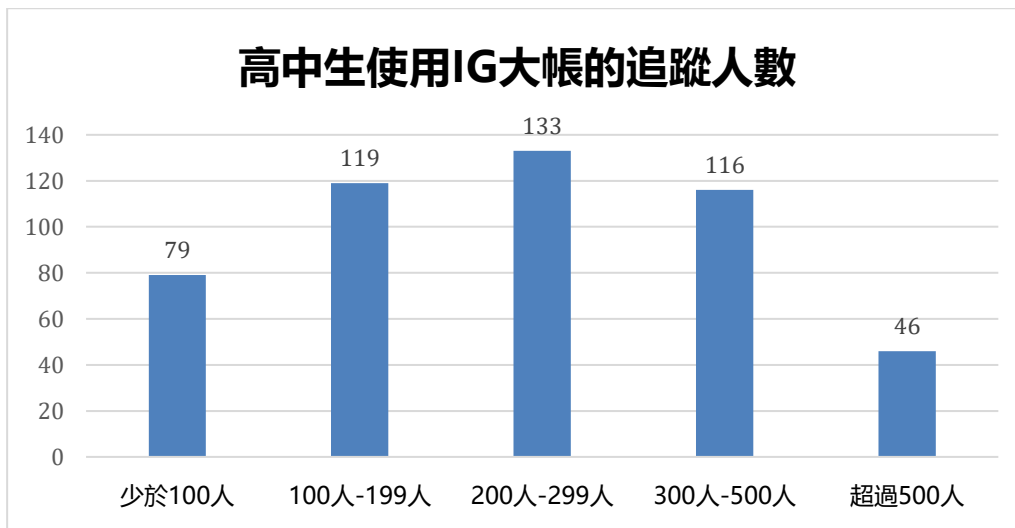


圖 8 高中生使用 IG 大帳的追蹤人數

五、摯友與小帳的設置

(一) 摯友功能的使用

高中生在現實動態摯友功能的使用與否，整理如圖 9。有使用摯友功能的人有人有 344 人，占比 69.8%；而沒有使用者有人有 149 人，占比 30.2%。

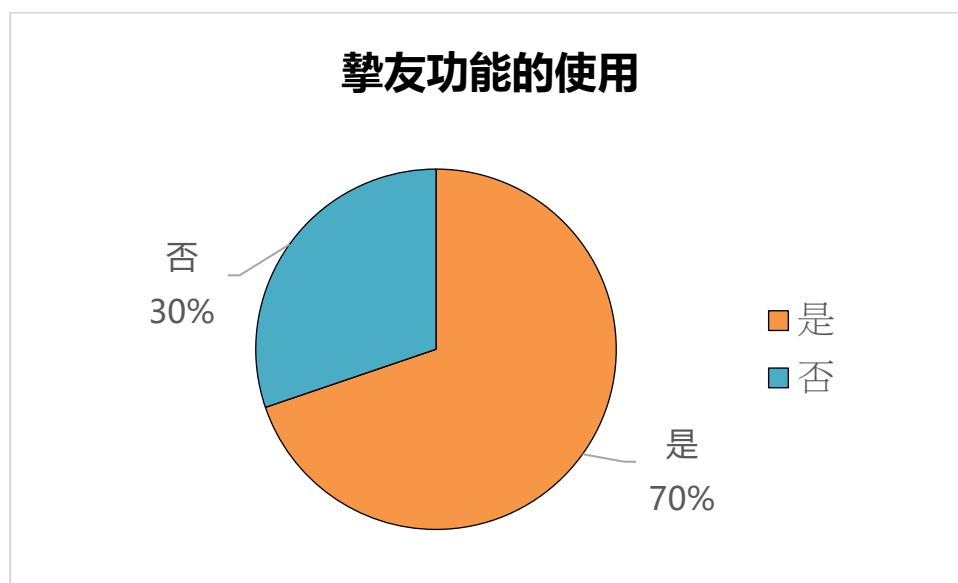


圖 9 摯友功能的使用

(二) 摯友功能使用頻率

高中生的摯友功能使用頻率，整理如圖 10。在扣除沒有使用摯友功能的問卷樣本後，實際在此部分分析樣本共有 344 份。經研究者整理後分成四種類別進行探討：幾乎不使用(0-1 篇)、偶爾使用(2-4 篇)、常常使用(5-7 篇)、幾乎都在使用(8-10 篇)。最多類別的是偶爾使用，有 110 人；幾乎不使用的有 66 人，常常使用的有 107 人，而幾乎都在使用的僅有 61 人。

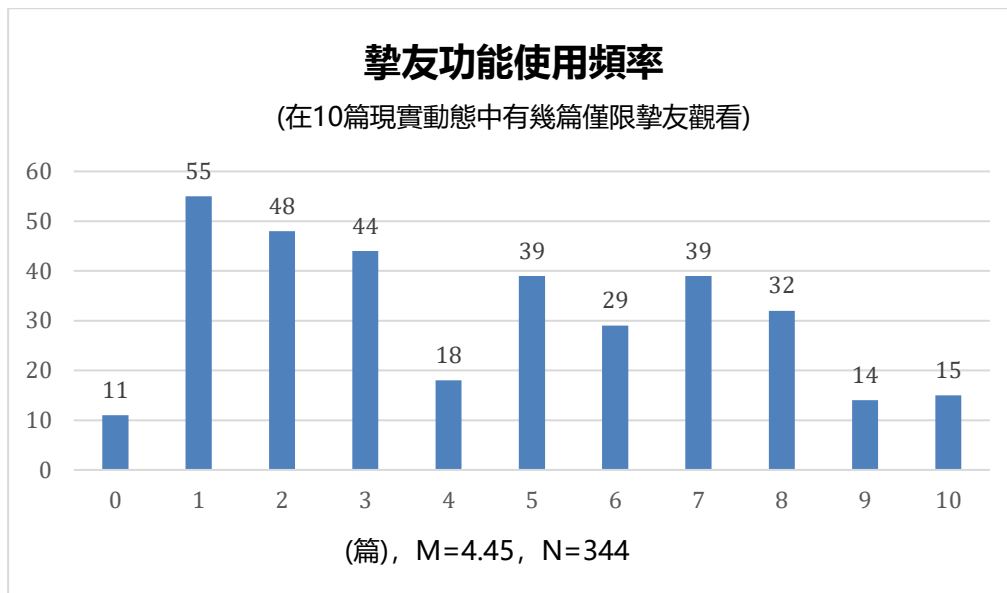


圖 10 摯友功能使用頻率

(三)小帳的設置

在小帳的設置方面，整理如圖 11。沒有設置小帳有 182 人(36.9%)最多，1 個小帳的有 159 人(32.3%)，2 個小帳的有 102 人(20.7%)，有超過 3 個小帳的有 50 人(10.1%)。

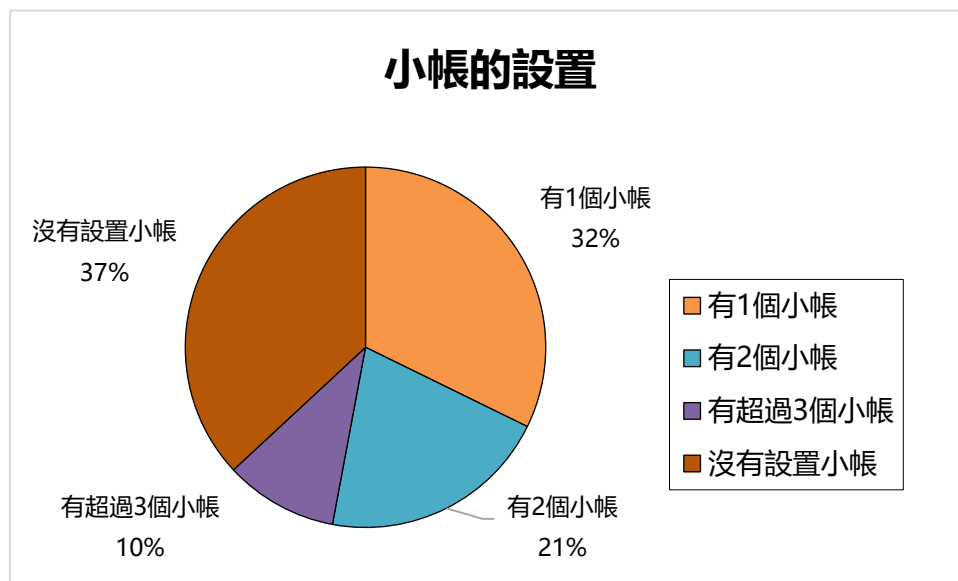


圖 11 小帳的設置

參、各量表的基本描述分析

在使用 IG 與朋友互動、使用 IG 時的人際互動感受現象與同儕關係上，研究者在此統計出各量表問卷樣本的選填情形如表 6 所示。

由研究結果可以得知，使用 IG 與朋友互動的量表中，受試者平均得了 3.32 分；使用 IG 時的人際互動感受的量表中，受試者平均得了 2.70 分；同儕關係概況的量表中，受試者平均得了 3.29 分。

表 6 各量表問卷樣本的得分情形

量表名稱	量表總分	題目平均得分	量表總分標準差
使用 IG 與朋友互動	19.97	3.32	5.76
使用 IG 時的 人際互動感受	27.00	2.70	7.75
同儕關係概況	48.01	3.29	8.08

第二節 不同背景的高中生與 IG 使用行為的關聯

本節主要透過卡方檢定，去測試不同變項（性別、年級）之間在 IG 的使用行為上是否有顯著差異的存在，並且分為兩部分討論。

壹、不同性別高中生 IG 使用行為的差異

研究者利用卡方檢定來檢驗不同性別的高中生，其在 IG 的使用行為上是否有顯著差異的存在。研究者選取了網齡、使用時間、發文頻率、限時動態頻率以及摯友使用去進行檢測，並整理成以下表 7。

表 7 性別與 IG 使用行為之顯著性檢定表

依變項	個數	性別		總和	卡方值 (<i>p</i> 值)	列聯係數			
		男	女						
網齡	半年以下	個數	17	4	21	46.927*** (.000)	.295		
		%	3.4%	0.8%	4.3%				
	半年到 1 年	個數	54	14	68				
		%	11.0%	2.8%	13.8%				
	1 年到 2 年	個數	91	42	133				
		%	18.5%	8.5%	27.0%				
	兩年以上	個數	117	154	271				
		%	23.7%	31.2%	55.0%				
	總和		279	214	493				
	使用時間	不到 1 小時	個數	163	58			221	64.958*** (.000)
%			33.1%	11.8%	44.8%				
1-2 小時		個數	89	83	172				
		%	18.1%	16.8%	34.9%				
2-3 小時		個數	18	54	72				
		%	3.7%	11.0%	14.6%				
3-5 小時		個數	8	14	22				
		%	1.6%	2.8%	4.5%				
5 小時 以上		個數	1	5	6				
		%	0.2%	1.0%	1.2%				
總和		279	214	493					
發文頻率	很少使用	個數	213	144	357	6.201	.110		
		%	43.2%	29.2%	72.4%				

一月一次	個數	46	45	91		
	%	9.3%	9.1%	18.5%		
一周一次	個數	6	9	15		
	%	1.2%	1.8%	3.0%		
一周兩次 以上	個數	9	12	21		
	%	1.8%	2.4%	4.3%		
每天	個數	5	4	9		
	%	1.0%	0.8%	1.8%		
總和		279	214	493		
很少使用	個數	108	32	140	53.457***	.313
	%	21.9%	6.5%	28.4%		
一月一次	個數	39	27	66	(.000)	
	%	7.9%	5.5%	13.4%		
一周一次	個數	49	64	113		
	%	9.9%	13.0%	22.9%		
一周兩次 以上	個數	60	39	99		
	%	12.2%	7.9%	20.1%		
每天	個數	23	52	75		
	%	4.7%	10.5%	15.2%		
總和		279	214	493		
有	個數	163	181	344	39.290***	.272
	%	33.1%	36.7%	69.8%		
無	個數	116	33	149	(.000)	
	%	23.5%	6.7%	30.2%		
總和		279	214	493		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

當以卡方檢定來進行年級與 IG 使用行為之顯著性檢定後，可以發現除了發文頻率之外，在網齡、使用時間、限時動態頻率以及摯友使用之中均達顯著。

在網齡方面，可以發現女性相較於男性有更多使用 IG 的經驗。相較於顏柏霖(2010)對於臉書的研究之中觀察出彼此是獨立的結果，研究者認為相較於當時是臉書爆紅的時期，很多人都用臉書沒有多久；但是 IG 的發展已經相當久，不同於當時臉書的發展，故可能造成彼此之間的差異地浮現。在使用時間上，同時也是女性比男性擁有更長的使用時間；在限時動態頻率以及摯友使用上，女性對此的需求也比男性多。根據文獻探討，顏柏霖(2010)和沈奴倩(2018)都指出女性具有更高的社群媒體使用需求，呼應了女性在使用電腦手機上傾向於社群媒體的說法，也顯示出 IG 對女性更加有吸引力。

貳、不同年級高中生 IG 使用行為的差異

研究者利用卡方檢定來檢驗不同年級的高中生，其在 IG 的使用行為上是否有顯著差異的存在。研究者選取了網齡、使用時間、發文頻率、限時動態頻率以及摯友使用去進行檢測，並整理成以下表 8。

表 8 年級與 IG 使用行為之顯著性檢定表

依變項	個數/%	年級			總和	卡方值 (p 值)	列聯 係數
		高一	高二	高三			

網齡	半年以下	個數	16	5	0	21	78.605*** (.000)	.371
		%	3.2%	1.0%	0.0%	4.3%		
	半年到 1年	個數	50	17	1	68		
		%	10.1%	3.4%	0.2%	13.8%		
	1年到 2年	個數	59	72	2	133		
		%	12.0%	14.6%	0.4%	27.0%		
兩年以上	個數	95	112	64	271			
	%	19.3%	22.7%	13.0%	55.0%			
總和			220	206	67	493		
使用時間	不到 1小時	個數	99	102	20	221	10.701 (.219)	.146
		%	20.1%	20.7%	4.1%	44.8%		
	1-2小時	個數	77	68	27	172		
		%	15.6%	13.8%	5.5%	34.9%		
	2-3小時	個數	33	26	13	72		
		%	6.7%	5.3%	2.6%	14.6%		
	3-5小時	個數	9	7	6	22		
		%	1.8%	1.4%	1.2%	4.5%		
	5小時 以上	個數	2	3	1	6		
		%	0.4%	0.6%	0.2%	1.2%		
	總和			220	206	67		
發文頻率	很少使用	個數	163	154	40	357	15.993* (.042)	.177
		%	33.1%	31.2%	8.1%	72.4%		
	一月一次	個數	39	39	13	91		
		%	7.9%	7.9%	2.6%	18.5%		
	一周一次	個數	7	4	4	15		
		%	1.4%	0.8%	0.8%	3.0%		
	一周兩次以 上	個數	8	7	6	21		
		%	1.6%	1.4%	1.2%	4.3%		
每天	個數	3	4	4	9			
	%	0.6%	0.8%	0.8%	1.8%			
總和			220	206	67	493		
限時動態頻率	很少使用	個數	49	73	18	140	12.486 (.131)	.154
		%	9.9%	14.8%	3.7%	28.4%		
	一月一次	個數	33	24	9	66		
		%	6.7%	4.9%	1.8%	13.4%		
	一周一次	個數	51	48	14	113		
		%	10.3%	9.7%	2.8%	22.9%		
	一周兩次以 上	個數	50	37	12	99		
		%	10.1%	7.5%	2.4%	20.1%		
每天	個數	37	24	14	75			
	%	7.5%	4.9%	2.8%	15.2%			
總和			220	206	67	493		
摯	有	個數	154	135	55	344		

友 使 用	無	%	31.2%	27.4%	11.2%	69.8%	6.580* (.037)	.115
		個數	66	71	12	149		
	%	13.4%	14.4%	2.4%	30.2%			
	總和	個數	206	67	493			

*p< .05, **p< .01, ***p< .001

當以卡方檢定來進行性別與 IG 使用行為之顯著性檢定後，可以發現除了使用時間、限時動態頻率之外，在網齡、發文頻率以及摯友使用之中均達顯著。

在年級與網齡方面，彼此之間達到顯著。理論上隨著年級越大，網齡應相對增加，而在陳淑萍(2000)在對於電子信箱使用的研究中也證實網齡隨著年級增加的理論。而在年級與使用時間卻沒有顯著的差異，這與顏柏霖(2010)的研究發現相牴觸。理論上高三的課業壓力大，時間不充裕，應該在使用時間上會減少；但是實際上高三在使用時間上卻沒有顯著下降。研究者認為，因為高三有暫時關閉帳戶已準備升大學的大考的習慣(三立新聞 2018/01/22)，有用 IG 的高三生其實是減少的；而有使用 IG 的高三生可能不會因此減少使用時間，造成彼此的差異其實不顯著。

第三節 IG 使用行為與使用 IG 與朋友互動的關聯

研究者利用獨立檢定 t 考驗檢定性別在使用 IG 與朋友互動的關聯，以單因子變異數分析進行不同年級高中生使用 IG 與朋友互動的關係是否有顯著差異的存在，並探討 IG 的使用行為(網齡、使用時間、發文頻率、限時動態頻率)與使用 IG 與朋友互動的關係是否有顯著差異的存在；單因子變異數分析並且以 scheffe 法進行事後比較，以求得彼此變項之比較關係，俾能進行討論。分析結果整理為表 9、表 10 及表 11。

表 9 性別與使用 IG 與朋友互動之顯著性檢定表

性別	個數	平均數	t 值	顯著性
男	279	19.32	2.895**	.004
女	214	20.82		
總計	493	19.97		

表 10 性別與使用 IG 與朋友互動之顯著性檢定表

年級	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
1. 高一	220	20.80	5.573	4.321*	.014	1>2
2. 高二	206	19.22	5.996			3>2
3. 高三	67	19.58	5.306			
總和	493	19.97	5.758			

表 11 IG 的使用與使用 IG 與朋友互動之顯著性檢定表

IG 使用類別	變項	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
網齡	1. 半年以下	21	17.24	6.228			

	2. 半年到 1 年	68	18.03	6.374	5.725**	.001	4>1	
	3. 1 年到 2 年	133	19.93	5.869				
	4. 兩年以上	271	20.69	5.345				2>1
使用時間	1. 不到 1 小時	221	17.43	5.495	25.147***	.000	5>1	
	2. 1-2 小時	172	21.65	5.291				4>1
	3. 2-3 小時	72	22.25	4.838				3>1
	4. 3-5 小時	22	23.05	4.281				2>1
	5. 5 小時以上	6	27.00	3.098				2>1
發文頻率	1. 很少使用	357	18.85	5.282	13.795***	.000	5>1	
	2. 一月一次	91	22.43	5.109				4>1
	3. 一周一一次	15	22.67	4.927				3>1
	4. 一周兩次以上	21	22.92	4.289				2>1
	5. 每天	9	23.89	4.290				2>1
限時動態頻率	1. 很少使用	140	15.51	5.495	47.837***	.000	5>1	
	2. 一月一次	66	19.29	5.291				4>1
	3. 一周一一次	113	22.36	4.838				3>1
	4. 一周兩次以上	99	21.28	4.281				2>1
	5. 每天	75	23.56	3.098				2>1

*p< .05, **p< .01, ***p< .001

當以獨立檢定 t 考驗與單因子變異數分析來進行 IG 的使用行為與使用 IG 與朋友互動之顯著性的檢定後，可以發現在性別、年級、網齡、使用時間、發文頻率、限時動態頻率中均達顯著。這表示對於不同的人來說，使用 IG 與朋友互動的強烈程度均有顯著差異。

在性別方面，女性較男性強烈，也與沈蚊倩(2018)所發現女性對社群媒體的需求較男性來的高，驗證了過去文獻的發現。而除了性別之外，本研究也發現使用時間越長、動態發布頻率越高的人在此方面也表現得越強烈，彼此間也有互相關聯。

第四節 IG 使用行為與使用 IG 時人際互動感受現象關聯

研究者利用獨立檢定 t 考驗檢定性別在使用 IG 時人際互動感受現象的關聯，以單因子變異數分析進行不同年級高中生使用 IG 時人際互動感受現象的關係是否有顯著差異的存在，並探討 IG 的使用行為(網齡、使用時間、發文頻率、限時動態頻率)與使用 IG 時人際互動感受現象的關係是否有顯著差異的存在；單因子變異數分析並且以 scheffe 法進行事後比較，以求得彼此變項之比較關係，俾能進行討論。分析結果整理為表 12、表 13 及表 14。

表 12 性別與使用 IG 時人際互動感受現象之變異數分析結果摘要表

性別	個數	平均數	t 值	顯著性
男	279	28.92	4.931*	.006
女	214	25.53		
總計	493	27.44		

表 13 不同年級與使用 IG 時人際互動感受現象之變異數分析結果摘要表

年級	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
1. 高一	220	28.30	5.390	9.740***	.000	3>2
2. 高二	206	25.24	5.943			1>2
3. 高三	67	28.15	5.121			
總和	493	27.00	5.729			

表 14 IG 的使用與使用 IG 時人際互動感受現象之變異數分析結果摘要表

IG 使用類別	變項	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後檢定
網齡	1. 半年以下	21	23.48	11.316	7.708***	.000	4>1
	2. 半年到 1 年	68	23.87	8.142			3>1
	3. 1 年到 2 年	133	26.70	7.750			2>1
	4. 兩年以上	271	28.21	7.016			
使用時間	1. 不到 1 小時	221	23.59	7.696	23.965***	.000	5>1
	2. 1-2 小時	172	29.27	6.634			4>1
	3. 2-3 小時	72	30.86	6.754			3>1
	4. 3-5 小時	22	29.32	6.469			2>1
	5. 5 小時以上	6	32.83	2.483			
發文頻率	1. 很少使用	357	25.33	7.699	17.225***	.001	3>1
	2. 一月一次	91	31.12	6.068			2>1
	3. 一周一次	15	33.20	3.098			
	4. 一周兩次以上	21	30.95	7.331			
	5. 每天	9	31.89	5.883			
限時動態頻率	1. 很少使用	140	21.05	7.256	47.632**	.002	3>1
	2. 一月一次	66	25.89	6.778			

3. 一周一次	113	29.88	6.570	5>1
4. 一周兩次 以上	99	29.04	6.151	
5. 每天	75	32.05	5.707	

*p< .05, **p< .01, ***p< .001

當以單因子變異數分析來進行性別、年級、IG 的使用行為與使用 IG 時人際互動感受現象之顯著性的檢定後，可以發現在性別、年級、網齡、使用時間、限時動態頻率等變項中達到顯著。在性別方面，男性在人際互動感受上要比女性來的有感受，這與先前之推論女性在目的上以及使用程度上不甚吻合，故研究者認為，雖然女性在使用經驗、使用程度、使用目的都比男性要多，但是在人際互動感受方面，似乎男性比女性要強烈的多。

在網齡方面，根據顏柏霖(2010)的研究，在網齡與使用時間越長的人，在人際互動感受上就會越強烈；而在使用 IG 時人際互動感受現象中可以充分反映出人際互動面向的好壞，也就是說在網齡與使用時間越長的人，他們的人際互動也會比較良好；另外，同時因為使用 IG 的時間和經驗增加，互動的彼此其聊天的廣度自然有所增加，隨之信任感、抒發心情的面向也可能會提升。而在吳宇泓(2015)對於社群媒體自我揭露的研究中，發現越是自我揭露程度越高的人，人際互動與人際關係越好；而發布貼文與發佈限時動態都是自我揭露的展現，所以可以解釋在人際互動面項上也有顯著的關聯。

第五節 IG 使用行為與同儕關係的關聯

研究者利用單因子變異數分析高中生在 IG 的使用行為(網齡、使用時間、發文頻率、限時動態頻率、摯友使用)與同儕關係是否有顯著差異的存在，並且利用皮爾森積差相關分析粉絲數、追蹤數與摯友使用頻率與同儕關係的關聯，並進行討論。分析結果整理為表 15、表 16。

表 15 IG 的使用與同儕關係之變異數分析結果摘要表

IG 使用類別	變項	個數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
網齡	1. 半年以下	21	48.14	9.921	0.857	.463	
	2. 半年到 1 年	68	46.81	7.694			
	3. 1 年到 2 年	133	47.68	7.845			
	4. 兩年以上	271	48.46	8.132			
使用時間	1. 不到 1 小時	221	46.80	8.195	4.500**	.001	3>1
	2. 1-2 小時	172	48.41	7.537			3>4
	3. 2-3 小時	72	51.22	6.708			
	4. 3-5 小時	22	46.55	10.689			
	5. 5 小時以上	6	47.83	13.106			
發文頻率	1. 很少使用	357	47.82	7.879	0.756	.554	
	2. 一月一次	91	48.66	7.984			

	3. 一周一次	15	46.20	10.805			
	4. 一周兩次以上	21	50.10	7.035			
	5. 每天	9	47.22	13.340			
限時動態 頻率	1. 很少使用	140	45.71	8.753	4.506**	.001	5>1
	2. 一月一次	66	48.64	6.898			4>1
	3. 一周一次	113	49.03	7.780			3>1
	4. 一周兩次以上	99	48.28	7.766			2>1
	5. 每天	75	49.85	7.805			
摯友使用	1. 有	344	48.49	7.870	4.016*	.046	2>1
	2. 無	149	46.91	8.455			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

當以單因子變異數分析出高中生在 IG 的使用行為與同儕關係之顯著性檢定之後，可以發現在網齡、發文頻率上，其同儕關係的好壞上並無顯著差異；而在使用時間、限時動態頻率、摯友使用上有顯著的差異。

根據戴怡君、董旭英(2002)的研究中發現，在現實生活中人際關係越差者，在網路的需求就越高，但是當今社群媒體滿足了青少年對於同儕社交的需求，也使青少年的互動間趨於頻繁，在社群媒體使用下對於青少年的人際關係皆具有影響。

在研究結果中可以發現，對於自我揭露和摯友使用上與同儕關係都具有正相關的關聯；而根據吳宇泓(2015)與吳孟軒(2006)在自我揭露的研究中指出，自我揭露對於人際關係是真正相關的，所以綜合起來可以發現對於高中生而言，在使用 IG 的同時，也會同時強化同儕關係。

而在本研究除了驗證了在動態發布和同儕關係的關聯外，還發現使用時間、粉絲數與摯友使用對於同儕關係有關聯。在摯友系統使用的方面，因為摯友系統具有排他性，可以明確區分出好朋友和跟你沒有那麼熟的朋友；進一步在畫分出摯友的同時，跟摯友之間的友誼也會更加的親密，增進了和他的友誼品質與同儕關係。

表 16 粉絲數、追蹤數與摯友使用頻率與同儕關係之相關性檢定表

	相關係數	顯著性
粉絲數	.160***	.000
追蹤數	.032	.476
摯友使用頻率	.108*	.027

當以皮爾森積差相關分析出高中生粉絲數、追蹤數與摯友使用頻率等連續變項與同儕關係之顯著性檢定之後，可以發現在追蹤數上，其同儕關係的好壞上並無顯著差異；而在粉絲數、摯友使用頻率上有顯著的差異。

第六節 使用 IG 與朋友互動、IG 時人際互動感受現象與同儕關係的相關性

研究者最後採用皮爾森積差相關來檢驗在使用 IG 與朋友互動、使用 IG 時人際互動感受現象與同儕關係之間是否有相關性的存在，並整理成表 17。

表 17 使用 IG 與朋友互動、IG 時人際互動感受現象與同儕關係之相關

		使用 IG 與朋友互動	人際 互動現象	同儕關係
使用 IG 與 朋友互動	皮爾森相關	1		
	顯著性 (雙尾)	.000		
人際互動 現象	皮爾森相關	.728 ^{***}	1	
	顯著性 (雙尾)	.000	.000	
同儕關係	皮爾森相關	.331 ^{***}	.268 ^{***}	1
	顯著性 (雙尾)	.000	.000	.000

*p< .05, **p< .01, ***p< .001

根據表 18 所呈現的分析數據，在分析的結果中顯著性達到了.000，顯示彼此之間達到顯著差異。也就是說，對於使用 IG 的高中生來說，使用 IG 與朋友互動、人際互動現象、同儕關係這三者兩兩之間是相關的。

在使用 IG 與朋友互動與同儕關係的相關性方面，根據沈姣倩(2018)的研究發現在網路上的網路使用目的與同儕關係有關聯。該研究結果顯示，青少年在社群網站使用行為的確與同儕關係有關係，無論是男性或女性，越是傾向以與朋友互動為目的，其同儕關係越好。而在顏柏霖(2010)在有關於臉書與人際關係研究中的發現指出人際互動面向與人際關係兩者的關聯性低，與本研究得出之結果相牴觸。研究者推測可能是 IG 擁有比臉書更高的人際連結性，因此在人際互動表現的同時，同儕關係也更加增強。

第五章 結論與建議

本章主要目的是在根據統計分析所產生的結果進行討論後，研究者歸納出本研究的發現做成結論，並提出研究建議。以下共分兩節，第一節是有關本研究的結論，第二節為研究的建議。

第一節 結論

研究者經過統計、分析與歸納處理後，提出以下幾項結論：

壹、高中生使用 IG 情形的現況

- 一、高中生使用 IG 的網齡：以 2 年以上的最多，其次是 1 年到 2 年。
- 二、高中生使用 IG 的頻率：使用 IG 的頻率以每天都使用的人為最多，其次是而很少使用。而在平均瀏覽 IG 的時間地方面，以少於 1 小時的人數最多，而使用時間越長的人是越少的。
- 三、發佈動態的頻率：以貼文發布而言，以很少或幾乎沒有發動態的人最多；而以限時動態發布而言，以很少或幾乎沒有發動態的人最多，其次為一周兩次以上。
- 四、在粉絲數方面，以 100~199 人為最多；其次是 100 人以下。
- 五、在追蹤數方面，以 200~299 人為最多；其次是 100~199 人。
- 六、使用摯友功能的人占比 69.8%；而沒有使用者占比 20.2%，顯示有設定摯友的人是多過於沒有的。
- 七、小帳的設置：沒有設置小帳的人最多，設置 1 個小帳的人次之。

貳、IG 使用行為的差異分析

研究者發現，在比對性別與 IG 使用行為的差異後發現，女性對於多數的使用行為和習慣都比男性明顯來的活躍；在使用時間、動態發布等，女性都比男性還要來的深入。可以看出，女性具有更高的社群媒體使用需求在使用電腦手機上傾向於社群媒體，也顯示出 IG 對女性更加有吸引力。

而在比對年級與 IG 使用行為的差異後發現，年級對於 IG 使用上具有部分影響，如網齡方面發現，年級越大使用經驗越豐富，符合常理知識；而在摯友上，高三的摯友使用明顯比高一高二來的廣泛；但是年級與使用時間沒有顯著的差異。按理說因為高三面臨升學考試，時間不充分，故在此應有顯著差異。研究者推斷，因為高三有關帳的習慣，在問卷填答方面這些人就被劃分為沒有使用 IG，導致在此處差異不顯著。

參、IG 使用行為與使用 IG 與朋友互動的關聯

研究者發現，對於不同的人來說，對 IG 的使用目的的強烈程度均有顯著差異。在性別方面，女性在使用目的上較男性強烈，對社群媒體的需求較男性來的高；在限時動態與使用時間方面，使用越頻繁的人，對 IG 的使用目的就越加強烈；在網齡兩年以上的人，在這部分也明顯顯得比使用經驗較少者強烈。總和來說，對於 IG 涉入程度越深的人，對於其社群媒體本身越有其目的性。

肆、IG 使用行為與使用 IG 時人際互動感受現象的關聯

研究者發現，對於不同的人來說，在人際互動面向的強烈程度均有顯著差異。在性別方面，男性反而在感受上比女性來的強烈，這與先前之發現女性在目的上以及使用程度上的結果不太相同。研究者認為，雖然女性在使用經驗、使用程度、使用目的都比男性要強烈、深入，但是在人際互動感受方面，似乎男性比女性還要有感覺。

而在網齡、使用時間與動態發布方面，使用經驗與使用程度越高的人，對於人際互動也

會比較強烈。研究者認為，這是因為使用 IG 的時間和經驗增加，互動的彼此其聊天的廣度自然有所增加，隨之信任感、抒發心情的面向也可能會提升。

伍、IG 使用行為與同儕關係的關聯

研究者發現，在使用時間、限時動態頻率、粉絲數、摯友使用、摯友使用頻率上對於同儕關係有顯著的差異，也就是說，自我揭露和摯友使用上與同儕關係都具有正相關的關聯。當今社群媒體滿足了青少年對於同儕社交的需求，也使青少年的互動間趨於頻繁，也在社群媒體的使用上對於青少年的人際關係具有正面的影響。此外，IG 給予了用戶間交流、聊天、自我揭露的環境，在使用 IG 的同時，也會同時強化同儕關係。如摯友系統的使用，在畫分出摯友的同時，跟摯友之間的友誼就會更加的親密。

陸、使用 IG 與朋友互動、人際互動感受現象與同儕關係的相關性

研究者最後進行了使用 IG 與朋友互動、使用 IG 時人際互動感受現象與同儕關係的相關性的檢測。結果顯示，這三個量表之間彼此都有相關性的存在，顯示出使用 IG 與朋友互動、人際互動感受與同儕關係的相關性是相關的。

第二節 研究建議

壹、對 IG 使用者之建議

台灣在近幾年間社群媒體的成長如雨後春筍，尤其是對於社群媒體 Instagram 來說，幾乎是每個青少年都在使用。在社群媒體之中，其最主要的功能就是進行人際互動，在發布動態、聊天、相互交流的過程之中維繫朋友間的感情或是開啟一段新友誼，這就是社群媒體所賦予人們最大的意義；所以由此可知社群媒體對於青少年的同儕關係發展是重要的。而以此結合本研究的結果與發現，可以看出 IG 對青少年的同儕關係和人際互動滿足都是有正向關聯的。

所以我們可以看出社群媒體可以帶來同儕關係的提升，在使用者使用 IG 的同時，能達到與朋友交流互動的目的，進而能夠增強彼此間的友誼，是個良性循環；所以多使用社群媒體，能夠達到廣泛交友、人際互動的目的。另外，研究者發現透過 IG 的使用，能夠使使用者在聊天廣度、增加信任等感受的提升，對於這些感受較為缺乏的人，多接觸涉入 IG 或許對此類人的人際互動和心理層面有正向提升的效果。

但是使用網路或是社群媒體，都不是只有人際關係這一環而已；相反來說，使用網路有相對的副作用，如網路成癮、網路霸凌、使用焦慮等等。因此研究者認為網路或是社群媒體都是雙面刃，若得到妥善使用對生活品質有所助益；而如果是被網路所「綁架」，陷入了使用焦慮或網路成癮的漩渦當中，這是不被樂見的。另外，對於同儕關係的促進與提升不一定要透過社群媒體，當今天人們放下手機電腦，面對面進行交談、互動，也許可以得到一些在社群媒體中感知不到的回饋。當人們回歸現實去進行人際互動，增進自我情緒的抒發或管理，對於彼此的身心健康與人際關係或多或少有一些好處。

貳、對後續研究者之建議

一、針對研究對象方面：本研究雖然是針對台北市的高中生作為研究對象，但是因為研究者試採取便利性取樣，故無法完全推論到全台北市的高中生；若後續研究者能克服此研究限制，研究結果將更具有推論性。此外，若是能對各級學校學生或是能擴及台北市以外的學生作為研究對象，便能更全面的得出研究結果，意義上也更具有代表性。

二、針對研究變項方面：本研究雖然得出的結果都較為正面（例如使用 IG 與同儕關係有正向關聯、使用者大多在使用 IG 後普遍有正向的感受等等），但有其他研究表示使用 IG 會

對青少年產生負面影響，如網路成癮、網路霸凌等等，不全然都是優點。因此研究者建議後續研究人員可以把使用 IG 的負面影響納入研究範圍，並且與 IG 的優點一同討論，以求更深入的研究結果。

參考文獻

- 三立新聞(2018/01/22)。學測將至…網友弟弟覺悟了！出動「起爆符」封印手機。三立新聞網生活中心，來自 <https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=340163&from=y>
- 天下雜誌(2018/2/4)。你了解 IG 嗎？13-24 的人為什麼、又如何使用 IG？來自 <https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5087930>
- 王鈺婷(2019)。探討人際關係對心理健康與幸福感之影響:以社交焦慮與網路成癮為中介。健行科技大學國際企業經營系碩士班碩士論文，桃園縣。
- 吳宇泓(2015)。社群網站採用因素與自我揭露研究:從臉書到 Instagram。世新大學廣播電視電影學研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 吳孟軒(2006)。部落客網路書寫之自我揭露與人際關係之研究。中國文化大學新聞研究所碩士論文，台北市。
- 李怡嫻、林可貞、孫德穎(2018)。#Instaphobia——從 Instagram 談青少年使用社群媒體之焦慮及憂鬱心理。中山女中第十三屆人文及社會科學資優班專題研究論文。
- 李侑螢(2014)。「Instagram」使用與滿足研究。國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系研究所，未出版，新北市。
- 李雪芳(2011)。國中生社群網站的使用及參與對於自我概念及人際關係的影響:以 Facebook 為例。國立台北大學社會學系在職專班碩士論文，台北市。
- 周信宇、薛凱傑、廖韋聖(2020)。社群網站的興起-以 Instagram 為例。高中生小論文商業類。
- 沈蚊倩(2018)。國中生社群網站使用行為及社交焦慮與同儕關係之研究。輔仁大學兒童與家庭學系碩士班碩士論文，新北市。
- 林欣諭(2017)。青年族群使用 Instagram 之心理需求與持續使用意圖研究。國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所碩士論文，台北市。
- 張春興(2011)。張氏心理學辭典。台北市:東華書局。
- 張德聰(2001)。由青少年需求、問題暨同儕現象探討青少年諮詢輔導策略。生命教育與青少年研討會論文集。
- 莊柏青(2015)。青少年同儕關係、自我認同與生活滿意度之研究。大葉大學教育專業發展研究所之碩士論文，彰化縣。
- 陳淑萍(2000)。大學生電子郵件的使用行為與人際關係之探討。東吳大學企業管理學系碩士論文，台北市。
- 曾小融、林志哲(2019)。淺談青少年與社群媒體上的從眾現象。臺灣教育評論月刊，8(7)，P112-116。
- 黃德祥(2000)。青少年的同儕關係與社會比較對人格發展的影響。青少年人格建構研討會論文集，臺北市。
- 楊于萱(2016)。Instagram 使用者滿意度及使用意圖之研究。國立彰化師範大學會計學系碩士論文，彰化縣。
- 楊尹縉(2018)。二十四小時的誘惑:從時效性與媒體豐富性，探討 Instagram 限時動態的使用者行為。國立中山大學行銷傳播管理研究所碩士論文，高雄市。
- 楊正川(2019)。網路霸凌行為與學習成就、人際關係之研究。亞洲大學經營管理學系碩士在職專班碩士論文，台中市。
- 臺北市政府教育局(2021)。109 學年度臺北市高級中等以下學校概況。取自臺北市政府教育局統計室。
- 解濟華(2013)。探討社群網路對高中生人際關係之重要影響。中華大學應用統計學系碩士在職專班碩士論文，新竹市。
- 蔡宇富(2020)。大學生資訊遺漏恐懼、自我認同與同儕關係之相關研究。國立臺北科技大

- 學技術及職業教育研究所碩士論文，台北市。
- 蔡宗傑(2017)。使用者採用限時動態功能意願之研究—以 Facebook 與 Instagram 為例。國立中央大學資訊管理學系碩士論文，桃園縣。
- 蔡馨沂(2012)。偶像崇拜在青少年同儕關係與自尊、歸屬需求之間的角色。國立交通大學教育研究所碩士論文，新竹市。
- 戴怡君、董旭英(2002)。使用網際網路進行互動者特質之探討。資訊社會研究(2)，頁 29-58，2002 年 1 月。
- 薇翔科技(2015/10/10)。陌生人社交時代，淺談女性心理需求？每日頭條，科技。
<https://kknews.cc/zh-tw/tech/qybk6gy.html>
- 聯合報(2020/4/14)。你是主流還是小眾？一張圖揭密台灣人最愛的社群媒體。取自
<https://udn.com/news/story/7088/4491019>
- 顏伯霖(2010)。Facebook 對大學生人際關係相關性之研究。國立屏東教育大學教育科技研究所碩士論文，屏東縣。
- 蘇邦婕、曾仁美、毛萬儀、陳坤虎、方吉正(2002)。心理學:Psychology。台北市:永大出版。
- Bukowski, W. M., Hora, B., & Boivin, M. (1994). Measuring friendship quality during pre-and early adolescence: the development and psychometric properties of the Friendship Qualities Scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, 11, 471-484.
- Royal Society for Public Health (2017). *Social media and young people's mental health and wellbeing*. Retrieved from
<https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>
- Social bakers(2019). *Instagram and Facebook Trends Report*. Retrieved from
<https://www.socialbakers.com/website/storage/2020/01/instagram-vs-facebook-report-key-trends-you-need-to-know-1576590731642.pdf>

附錄 研究正式問卷

「臺北市高中生的 Instagram 使用與同儕關係的關聯」 正式問卷

【填答說明】

您好！我是建國中學人文社會資優班第 16 屆的學生李承翰。我的研究主題為臺北市高中生的 Instagram 使用與同儕關係的關聯。希望經由此研究後能對 IG 以及同儕關係有所了解，請您協助填寫此份問卷。此份問卷採不記名填寫，您所回答的各項資料，僅做專題研究之用，請放心作答。每一題請以您的自身感受或經驗作答，都沒有標準答案。您所提供的寶貴意見，對我的專題研究將會有所助益，再次感謝您撥空填寫這份問卷！

建國中學人文社會科學資優班
指導教師：曾慶玲 老師
研究者：李承翰 謹上
中華民國一百一十年二月

【第一部分】IG 使用者基本資料

(勾選題，請在□中打勾或填空)

(篩選題) 使用 IG 的有無 有 無(非研究對象)

1. 生理性別 男 女
2. 年級 高一 高二 高三 非高中生
4. IG 使用網齡 半年內 半年到 1 年 1 年到 2 年 2 年以上
5. IG 使用頻率
每週平均大約使用天數 (填入數字)
每天平均大約使用時間 (填入數字)
6. 發佈貼文頻率
每天 一周兩次以上 一周一次 一月一次 很少使用
7. 限時動態使用頻率
每天 兩天 一周兩次 一周一次 很少使用
8. 大帳粉絲數 _____ (填入數字)
9. 大帳追蹤數 _____ (填入數字)
10. 是否使用摯友功能? 無(跳答第 11 題) 有
11. 摯友功能使用頻率 (在 10 篇現實動態之中，有多少篇是僅限摯友觀看)
(使用十點連續量尺施測)
12. 您有沒有擁有小帳? 如果有，請問您有幾個小帳?
無 有 1 個 有 2 個 超過 3 個

【第二部分】使用 IG 與朋友互動

《填答說明》

請仔細閱讀每個題目，並根據你使用 Instagram 的實際狀況選出最符合你個人情況的程度。5 代表「非常符合」；4 代表「符合」；3 代表「普通」；2 代表「不符合」；1 代表「非常不符合」。謝謝您！

題號	敘述	非常符合	符合	普通	不符合	非常不符合
1	我會使用 IG 是因為我有很多朋友都有在使用。	5	4	3	2	1
2	我使用 IG 是想與朋友保持聯繫。	5	4	3	2	1
3	我會使用 IG 的限時動態和朋友分享生活。	5	4	3	2	1
4	我會使用 IG 來認識新朋友，拓展我的交友圈。	5	4	3	2	1
5	我使用 IG 是希望能增加平常和朋友聊天的話題。	5	4	3	2	1
6	我使用 IG 是想獲得朋友的回應。	5	4	3	2	1

【第三部分】使用 Instagram 時的人際互動現象

《填答說明》

請仔細閱讀每個題目，填解您使用 Instagram 與朋友交流時，所產生一些人際關係的互動狀況，請依您的感覺在適當的「」內打勾。5 代表「非常同意」；4 代表「同意」；3 代表「普通」；2 代表「不同意」；1 代表「非常不同意」。謝謝您！

題號	在使用 Instagram 後…	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	在使用 Instagram 後，我會比較容易有自卑感。	5	4	3	2	1
2	在使用 Instagram 後，我比較能夠表達出我心中真實的心情。	5	4	3	2	1
3	在使用 Instagram 後，我會比較容易與朋友有分歧。	5	4	3	2	1
4	在使用 Instagram 後，我會有被重視的感覺。	5	4	3	2	1
5	在使用 Instagram 後，我的影響力比較有發揮的空間。	5	4	3	2	1

6	在使用 Instagram 後，我可以跟朋友好好分享我的心情。	5	4	3	2	1
7	在使用 Instagram 後，我比較能夠說服他人。	5	4	3	2	1
8	在使用 Instagram 後，能增進我跟朋友之間的瞭解。	5	4	3	2	1
9	在使用 Instagram 後，我變得更加的有孤寂感。	5	4	3	2	1
10	在使用 Instagram 後，能增進我跟朋友之間的聊天話題。	5	4	3	2	1

【第四部分】同儕關係概況

《填答說明》

請仔細閱讀每個題目，請依您生活中的人際關係狀況，在適當的「」內打勾。5 代表「非常同意」；4 代表「同意」；3 代表「普通」；2 代表「不同意」；1 代表「非常不同意」。謝謝您！

題號	在現實生活中……	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	在現實生活中，我的朋友和我只要有空就會想聚在一起。	5	4	3	2	1
2	在現實生活中，我的朋友和我會常常聊有關學習或是我們喜歡的事情。	5	4	3	2	1
3	在現實生活中，如果別人來騷擾我，我的朋友會幫我。	5	4	3	2	1
4	在現實生活中，當我有困難的時候，我的朋友會幫我。	5	4	3	2	1
5	在現實生活中，如果我需要幫忙，我的朋友會幫助我。	5	4	3	2	1
6	在現實生活中，如果我在學校、課業上或是家裡有問題，我的朋友很樂意和我談一談或給出建議。	5	4	3	2	1
7	在現實生活中，如果有事情困擾我，即使我難以向其他人傾訴，但我仍可以告訴我的朋友。	5	4	3	2	1
8	在現實生活中，如果我們彼此做了一些會讓對方困擾的事，我們可以很輕易和好。	5	4	3	2	1
9	在現實生活中，如果我的朋友和我有激烈爭吵，我們彼此會互相道歉然後一切都沒事。	5	4	3	2	1
10	在現實生活中，當我做一些事做的很棒，我的朋友會替我感到高興。	5	4	3	2	1
11	在現實生活中，當我和朋友在一起，我感到快樂。	5	4	3	2	1

12	在現實生活中，我會想我的朋友，即使他不在身邊。	5	4	3	2	1
----	-------------------------	---	---	---	---	---

問卷到此結束，感謝您的協助