

大 葉 大 學

教育專業發展研究所碩士班

碩士論文

國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲
勞之相關研究

A Study of the Relationship among Facebook
Usage, Social Comparison, and Facebook
Fatigue of Junior High School Students

研 究 生：曹佳棋

指 導 教 授：洪福源

中 華 民 國 1 0 8 年 6 月

大葉大學教育專業發展研究所碩士班

曹佳棋碩士論文

國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲
勞之相關研究

A Study of the Relationship among Facebook
Usage, Social Comparison, and Facebook
Fatigue of Junior High School Students

經考試合格特此證明

學位考試委員

邵忠一

張福順

王智弘

指導教授

張福順

研究所所長

張福順

(簽章)

中華民國一〇八年七月五日

論文名稱：國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之相關
研究

總頁數：146

校（院）所組別：大葉大學管理學院教育專業發展研究所碩士班

時間及提要別：107 學年度第二學期碩士學位論文

研究生：曹佳棋

指導教授：洪福源

論文提要內容：

本研究旨在探討臺灣彰化縣國中學生之臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞間之關係。

本研究之內容具體而言包括：（一）編製臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之測量工具，並檢驗量表之信效度；（二）瞭解不同背景變項對國中學生臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞的差異情形；（三）探討臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞三者間之兩兩相關情形；（四）探討臉書使用行為對社會比較的預測作用；探討臉書使用行為、社會比較對臉書疲勞的預測作用。

本研究採問卷調查法，以臺灣彰化縣的 418 位國中學生為研究對象，研究工具採用自編之「臉書使用行為量表」、「社會比較量表」和修訂之「臉書疲勞量表」三個量表，所得資料以 SPSS 20.0 統計軟體進行描述性統計、因素分析、信度分析、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、Pearson 積差相關與階層迴歸分析等方法進行分析。

本研究發現：（一）背景變項之性別與年級在臉書使用行為都未達顯著差異，但性別在臉書使用行為之資訊分享構面達到顯著差異；（二）背景變項之性別與年級在社會比較都未達顯著差異，

但性別與年級在社會比較之身體形象構面都達到顯著差異；(三)背景變項之年級在臉書疲勞達到顯著差異，而性別則未達顯著差異，但性別在臉書疲勞之中止意向構面達到顯著差異；(四)臉書使用行為與社會比較之間達顯著正相關；(五)臉書使用行為與臉書疲勞量之間並未達顯著相關；(六)社會比較與臉書疲勞之間達顯著正相關；(七)背景變項與臉書使用行為對社會比較有顯著的預測力；(八)背景變項、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞有顯著的預測力。

本研究據此結果提出建議，供學生、家長與學校及後續研究之參考。

關鍵詞：臉書使用行為、社會比較、臉書疲勞、國中學生

A Study of the Relationship among Facebook Usage, Social Comparison, and
Facebook Fatigue of Junior High School Students

Student: Chia-Chi Tsao

Advisor: Prof. Fu-Yuan Hong

Da-Yeh University

ABSTRACT

The main purposes of this study were to explore the relationships among Facebook usage, social comparison, and Facebook fatigue of junior high school students.

Concretely speaking, this study includes the followings: (a) The measurement instruments of Facebook usage, social comparison and Facebook fatigue were developed and its reliability and validity were tested. (b) The statistical differences among Facebook usage, social comparison and Facebook fatigue of junior high school students from different backgrounds was investigated. (c) The correlation among Facebook usage, social comparison and Facebook fatigue was discussed. (d) The predictability based on Facebook usage and social comparison was discussed, and the predictability based on Facebook usage, social comparison and Facebook fatigue was also analyzed.

The study was conducted through the Survey techniques and participants were 418 junior high school students from Changhua County, Taiwan. The questionnaires were evaluated by Facebook Usage Scale, Social Comparison Scale and Facebook Fatigue Scale. The data analysis on descriptive statistics, factor analysis, reliability analysis, *t*-test, one-way analysis of variance, Pearson's correlation and hierarchical regression analysis of the SPSS 20.0.

The study results as follows: (a) There were not significant differences in gender and grade in Facebook usage; however, information sharing of Facebook usage was significant differences in gender. (b) There were not significant differences in gender and grade in social comparison; however, body image of social comparison was significant differences in gender and grade. (c) There was some significant differences in grade in Facebook fatigue, but it was not significant differences in gender; however, the discontinue intention of Facebook fatigue was significant differences in gender. (d) Facebook usage and social comparison were significantly positive related. (e) Facebook usage and Facebook fatigue were not significantly related. (f) Social comparison and Facebook fatigue were significantly positive related. (g) The backgrounds and Facebook usage were significantly predict social comparison. (h) The backgrounds, Facebook usage and social comparison were significantly predict Facebook fatigue.

The suggestions were made by the results of this study, and provided for students, parents, educators, and future researches.

Key Words : Facebook usage; Social comparison; Facebook fatigue;
Junior high school students.

誌謝

因緣際會來到大葉，歷經一番波折後，終於畢業了！

在論文研究的學習過程中，首先要感謝的是指導教授洪福源所長的用心指導，尤其在我尋求指導教授與論文研究題目時的大力協助，否則此份學位在學生多次休學過程中可能已石沉大海。

其次感謝兩位口試委員，邱紹一老師與王智弘老師對於我的論文的詳細審視，在兩次口試過程中針對論文內容的缺失與不足給了許多不同想法與寶貴建議，讓我的論文能更趨完備。

當然，感謝所上所有曾經給我諸多方面成長機會的老師們。感謝黃德祥所長多次的鼓勵，雖然我仍無志於行政工作；感謝蕭揚基老師總是給我許多更深層次的思考建議，除了論文寫作更有助於實際教學的應用；感謝謝智玲老師，除了學習更有不一樣的偏鄉付出磨練機會；感謝所上所有曾經給予協助的同學與行政人員，因為有你們我才終得以順利完成此份論文，要感謝的人很多，即使沒能標記於此也銘感於心，感謝大家！

曹佳棋 謹誌

2019年7月

目錄

封面內頁	
簽名頁	
中文摘要.....	iii
ABSTRACT.....	v
誌謝.....	vii
目錄.....	viii
表目錄.....	x
圖目錄.....	xii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	5
第三節 研究問題.....	6
第四節 研究假設.....	7
第五節 名詞釋義.....	8
第六節 研究範圍與限制.....	11
第二章 文獻探討.....	14
第一節 臉書使用行為之相關研究.....	14
第二節 社會比較之相關研究.....	22
第三節 臉書疲勞之相關研究.....	31
第四節 臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞間之相關情形探討.....	37
第三章 研究方法.....	42
第一節 研究架構.....	42
第二節 研究對象.....	44
第三節 研究工具.....	47

第四節	資料處理與分析.....	70
第五節	實施程序.....	72
第四章	結果與討論.....	74
第一節	國中學生個人之臉書使用基本資料之現況分析.....	74
第二節	國中學生臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之現況分析.....	79
第三節	不同背景變項之國中學生臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之差異分析.....	84
第四節	國中學生臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之相關分析.....	97
第五節	臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之預測迴歸分析.....	103
第五章	結論與建議.....	109
第一節	結論.....	109
第二節	建議.....	116
參考文獻		
中文部分.....		120
英文部分.....		125
附錄 A	國中學生生活經驗問卷 預試問卷.....	138
附錄 B	國中學生生活經驗問卷 正式問卷.....	143

表目錄

表 3-1	預試樣本統計表.....	44
表 3-2	正式樣本統計表.....	46
表 3-3	臉書使用行為量表預試項目分析結果摘要表.....	49
表 3-4	臉書使用行為量表預試因素分析結果摘要表.....	51
表 3-5	臉書使用行為量表預試信度分析結果摘要表.....	53
表 3-6	社會比較量表預試項目分析結果摘要表.....	55
表 3-7	社會比較量表預試因素分析結果摘要表.....	59
表 3-8	社會比較量表預試信度分析結果摘要表.....	62
表 3-9	臉書疲勞量表預試項目分析結果摘要表.....	64
表 3-10	臉書疲勞量表預試因素分析結果摘要表.....	67
表 3-11	臉書疲勞量表預試信度分析結果摘要表.....	69
表 4-1	國中學生使用的社交網站或程式之描述統計摘要表.....	75
表 4-2	國中學生偏好使用的臉書工具之描述統計摘要表.....	75
表 4-3	國中學生臉書上的朋友數之描述統計摘要表.....	76
表 4-4	國中學生臉書使用資歷之描述統計摘要表.....	77
表 4-5	國中學生臉書每日使用時間之描述統計摘要表...	78
表 4-6	國中學生臉書使用行為現況摘要表.....	79
表 4-7	國中學生社會比較現況摘要表.....	80
表 4-8	國中學生臉書疲勞現況摘要表.....	82
表 4-9	性別對臉書使用行為之獨立樣本 t 檢定分析摘要表.....	84

表 4-10	性別對社會比較之獨立樣本 t 檢定分析摘要表...	86
表 4-11	性別對臉書疲勞之獨立樣本 t 檢定分析摘要表...	88
表 4-12	不同年級臉書使用行為之單因子變異數分析摘要表.....	90
表 4-13	不同年級國中學生社會比較之單因子變異數分析摘要表.....	92
表 4-14	不同年級國中學生臉書疲勞之單因子變異數分析摘要表.....	94
表 4-15	臉書使用行為與社會比較之相關矩陣表.....	98
表 4-16	臉書使用行為與臉書疲勞之相關矩陣表.....	100
表 4-17	社會比較與臉書疲勞之相關矩陣表.....	102
表 4-18	背景變項與臉書使用行為對社會比較之預測分析摘要表.....	105
表 4-19	背景變項、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞之預測分析摘要表.....	108

圖目錄

圖 3-1 研究架構圖.....	42
------------------	----

第一章 緒論

本研究旨在探究臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之間的相互影響關係。本章共分為六節，第一節研究動機；第二節研究目的；第三節研究問題；第四節研究假設；第五節名詞釋義；第六節研究範圍與限制。

第一節 研究動機

在資訊科技與網際網路發展迅速且普及的時代，幾乎每個人無可避免地都曾經使用或接觸過各類數位資訊媒體，例如上網的人口正快速增加，2018年網際網路的用戶數已超過40.21億，相較2017年增加了7%，線上社群媒體網站的數量也大幅成長，其用戶數量更超過了31.96億，也較2017年增加13%(Kemp, 2018)。

的確有網路真好，它幾乎能讓任何訊息內容被世界看見，也讓我們能接觸到的資訊已是過去的成千上萬倍，更棒的是在網路上的內容大多數都是免費的！寫作業想要查字典、維基百科，甚至程式教學都免費。尤其，包括中文簡稱為臉書的Facebook在內通常也是免費的社群媒體更是克服了時間、空間與金錢的限制，透過文字、視訊、影音與相片……等方式與他人溝通交流（柯銘書，2016；張逸萱，2018；簡廷宇，2017），這改變了人們彼此的人際互動模式，研究也指出網路使用與社交網絡的興起，提供民眾更多進行互動的平台與管道，的確增強了人際互動的聯繫並使人們更方便的隨時與他人保持聯繫（吳佩儒，2016）。

然而，資訊科技與網際網路的發展除了帶來利，也可能也帶來弊，例如它雖能為人們帶來便利的溝通管道，並帶給人們更多元豐富的生活及學習型態，大幅提升人們對於各種訊息的掌握能力，而另一方面，數位溝通工具帶來的便利溝通管道後也可能帶來不少問題，例如近年來已有許多對於學生仰賴網路，結果導致網路成癮、學業退步、健康退化……等議題之研究(余秀慧，2018；洪慈嫻，2018；關曉英，2019)。

因為資訊科技的發達，現今的生活周遭充斥著各式各樣的電子與網路科技產品，再加上在全世界都越來越普遍的各種類型社群媒體平台已經迅速融入人們的日常生活之中，進而改變了人們的人際溝通模式，並且開啟人際互動的新模式。其中，社群網站發展至今已成為多數使用者用來建立與維護人際關係的重要媒介，其中最著名的首推臉書(黃聖峯、鄒仁淳、林娟娟，2014)。包含研究者教學現場的國中學生，常見透過各種網路社群媒體網站與其他同學進行互動，建立或擴大自我的人際版圖。

包括臉書在內的這些社群媒體網站能夠提供想分享個人資訊的使用者一個方便的場合，因此許多人利用它分享了他們的生活事件，表達自己的想法以及和生活細節有關的感受等。而除了使用社群媒體分享功能的使用者之外，其他的使用者同時也得以知道其他人們正在做哪些事情，甚至可能會因此而產生各種的社會比較行為(黃珮淇，2017；鄭皓中，2017；deVries & Kühne, 2015)。

根據財團法人台灣網路資訊中心(Taiwan Network Information Center, 2018)的「2018 台灣網路報告」指出推估 2018 年全國 12 歲以上上網人數達 1,738 萬人，而全國上網人數經推估已

達 1,866 萬，整體上網率達 79.2%。並且，該報告也指出網民於內容媒體、社群媒體這兩項的網路服務應用部分使用率最高，皆超過八成。若就受訪者使用的網路社群來看，以使用臉書的比例最高 98.5%，Instagram 為其次 38.8%（Line 在該調查中被分類為通訊軟體，使用比例 99.2%），並且若以年齡層來看，包括「12-14 歲」的國中學生族群在內的所有年齡層，使用臉書的比例皆超過其他網路社群（財團法人台灣網路資訊中心，2018）。由以上的數據可以發現，近年來因為網際網路及數位產品的發達，使用臉書的人數比例相當之高，因此也已經有許多相關研究在探討人們使用臉書的行為及影響。尤其臉書現已經成為國中學生族群中非常普及使用的網路社群網站，隨著國中學生臉書使用人口的普及化，臉書對國中學生的影響範圍也必定隨之加廣加深，因此本研究關注之研究對象為國中學生，並且透過探討國中學生之最主要兩個背景變項，即性別與年級對於臉書使用有關之其他變項是否會有顯著差異性。

再者，國中學生是否也會在臉書上進行社會比較也是研究者關心的議題，尤其國中學生若是經常性的使用臉書並且與他人進行社會比較（social comparison），這將是否有可能影響到他們的學習或是人際互動，進而產生各種如課業成績退步、和家人或朋友間的衝突等負面的影響，更甚者，包括國中學生在內的臉書使用者還可能會產生種情感影響或臉書疲勞（Facebook fatigue）等影響到身心健康的結果（Cramer, Song, & Drent, 2016）。

既然在臉書上的社會比較可能會產生負面且嚴重的影響，臉書上的社會比較原因、面向與影響也就值得深入探討。因此，若

將臉書上的社會比較視為臉書使用行為的結果，那麼臉書使用行為則是臉書上社會比較的根源。對於臉書使用行為雖已有許多研究，在本研究中，研究者較為關注的是在諸多臉書使用行為中，是否有特定的臉書使用行為，與社會比較行為之間有所關聯，因此值得進一步加以探討。如前所述，臉書使用行為是臉書上社會比較的開端，不同臉書使用者有著不同的臉書使用行為，而較有社會比較情形的使用者，又是基於何種動機引起社會比較，這也是本研究希望能加以歸納分析的研究重要目的之一。

近年來，除了社會比較對臉書使用行為的影響外，臉書疲勞的探討，則是臉書相關研究中在國外頗為嶄新的議題（Cramer et al., 2016），甚至研究者在國內的研究論文與期刊中並未直接檢索到此方面的相關研究，而只有檢索到少數關於社交媒體倦怠之相關研究。若臉書疲勞與社會比較，同樣都可視為因臉書使用而產生的結果，那臉書使用行為是否能夠預測社會比較與臉書疲勞，或許也同樣值得深入探討。而現階段關於臉書使用行為的分類已有許多相關研究（陳意婷，2016；黃鈺淳，2017；廖寬儒，2013），其中是否有特定的臉書使用行為容易誘發使用者在進行臉書使用後出現臉書疲勞，則尚未有研究，因此仍相當大的研究空間。

綜上所述，臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞間，可能存在密切關聯。透過本研究，除了透過自編中文的臉書使用行為量表、臉書上的社會比較量表以及修訂之臉書疲勞量表，供後續研究之用外，亦冀望能對此三者的關係加以解釋，提供家長與教育工作者另一種不同管道以了解臉書使用對學生之影響，做出相對因應之道，進而協助學生降低臉書使用的負面影響。

第二節 研究目的

綜前所述，本研究之目的主要希望了解當前國中學生臉書使用行為對於社會比較以及臉書疲勞之間的關聯，並分析國中學生臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞之各變項間相互關係。茲將本研究目的歸納為以下幾項：

- 一、了解國中學生在臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞等變項之現況。
- 二、比較不同背景國中學生在臉書使用行為之差異情形。
- 三、比較不同背景國中學生在社會比較之差異情形。
- 四、比較不同背景國中學生的臉書疲勞之差異情形。
- 五、了解國中學生的臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之相關情形。
- 六、探究國中學生的臉書使用行為對社會比較之預測效果。
- 七、探究國中學生的臉書使用行為、社會比較對臉書疲勞之預測效果。

第三節 研究問題

根據上述的研究動機與目的，本研究擬探討問題如下：

- 一、目前國中學生的臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞的現況為何？
- 二、比較不同背景變項國中學生的臉書使用行為是否有顯著差異？
- 三、比較不同背景變項國中學生在社會比較是否有顯著差異？
- 四、比較不同背景變項國中學生的臉書疲勞是否有顯著差異？
- 五、了解國中學生的臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之相關情形為何？
- 六、探討國中學生的背景變項與臉書使用行為對社會比較是否具有預測效果？
- 七、探討國中學生的背景變項、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞是否具有預測效果？

第四節 研究假設

本研究根據前述的研究問題，提出下列的研究假設：

- 假設一、 不同性別國中學生臉書使用行為情形達到顯著差異。
- 假設二、 不同年級國中學生臉書使用行為情形達到顯著差異。
- 假設三、 不同性別國中學生社會比較情形達到顯著差異。
- 假設四、 不同年級國中學生社會比較之情形達到顯著差異。
- 假設五、 不同性別國中學生臉書疲勞之情形達到顯著差異。
- 假設六、 不同年級國中學生臉書疲勞之情形達到顯著差異。
- 假設七、 國中學生的臉書使用行為與社會比較之關係達到顯著相關。
- 假設八、 國中學生的臉書使用行為與臉書疲勞之關係達到顯著相關。
- 假設九、 國中學生的社會比較與臉書疲勞之關係達到顯著相關。
- 假設十、 國中學生的背景變項（年級、性別）與臉書使用行為能顯著預測社會比較。
- 假設十一、 國中學生的背景變項（年級、性別）、臉書使用行為與社會比較能顯著預測臉書疲勞。

第五節 名詞釋義

茲將本研究中，所涉及的重要名詞，依概念性定義及操作型定義分別介定如下：

壹、國中學生 (Junior high school students)

本研究所指的國中學生是指年齡介於12到15歲，並且在107學年度（107年8月到108年7月）就讀於彰化縣之公、私立國民中學以及高級中學附設國中部之學生，為本研究問卷調查之對象。

貳、臉書使用行為 (Facebook usage)

在本研究中，臉書使用行為的概念型定義是指臉書使用者透過電腦或智慧型裝置經由網路登入臉書後，利用臉書所提供的多種功能，在臉書上所從事的各種行為或活動。

在本研究中，臉書使用行為的操作型定義係以研究者自編之24題的「臉書使用行為量表」，先進行預試，再進行因素分析及信、效度分析刪題後，形成之12題的「臉書使用行為量表」，量表信、效度分析結果均非常良好，共包含三個因素構面，用以測試受試者的臉書使用行為，分別是：「資訊分享」共6題，指臉書使用者會使用臉書打卡、網誌、活動...等資訊分享的行為；「線上交流」共3題，指臉書使用者會使用臉書對粉專、社團或其他頁面的線上交流行為；「人際拓展」共3題，指臉書使用者會使用臉書進行文字、影像的聊天或好友邀請...等人際拓展的行為。

本量表偏重在測量受測者較常使用臉書哪些面向的功能，也

就是臉書不同功能的使用頻率。受試者在量表中得分越高者，表示臉書使用者的使用行為越頻繁，反之則表示臉書使用行為越低。

參、社會比較 (Social comparison)

在本研究中，社會比較的概念型定義為臉書使用者在臉書上基於觀察其他使用者所分享的各種資訊後，拿自己與他人來做比較，用以更準確的評估自己的感受和能力。

在本研究中，社會比較的操作型定義係以研究者自編之57題的「社會比較量表」，先進行預試，再進行因素分析及信、效度分析刪題後，形成之31題的「社會比較量表」，量表信、效度分析結果均非常良好，共包含六個因素構面，用以測試受試者的臉書上進行那些方面的社會比較：「身體形象」共8題，指臉書使用者會使用臉書對長相、髮型、身材...等身體形象進行社會比較；「人際互動」共6題，指臉書使用者會使用臉書對貼文、留言、照片...等人際互動內容進行社會比較；「流行用品」共5題，指臉書使用者會使用臉書對他人的手機、衣服、鞋子...等流行用品進行社會比較；「打卡經歷」共4題，指臉書使用者會使用臉書對他人的打卡次數、範圍、地點...等打卡經歷進行社會比較；「經濟狀況」共3題，指臉書使用者會使用臉書對他人的個人或家庭財力與生活狀況進行社會比較；「校園生活」共5題，指臉書使用者會使用臉書對他人的課業、學校、出遊...等校園生活進行社會比較。

本量表偏重在測量受測者在使用臉書時會利用臉書與其他人進行哪些面向的社會比較行為，以及受測者在社會比較之程度。受試者在量表中得分愈高，代表學生在社會比較之程度越高，反

之則表示社會比較程度越低。

肆、 臉書疲勞 (Facebook fatigue)

在本研究中，臉書疲勞的概念型定義為臉書使用者在使用臉書之後，產生的負面心理結果，諸如減少使用臉書、產生負向情緒、感受資訊無法負荷、迴避臉書使用等意圖。

在本研究中，臉書疲勞的操作型定義係以研究者文獻探討後所修訂之26題的「臉書疲勞量表」，經因素分析及信、效度分析刪題後，形成之22題的「臉書疲勞量表」，量表信、效度分析結果均非常良好，共包含四個構面，用以測試受試者產生哪些面向的臉書疲勞：「中止意向」共10題，指臉書使用者產生減少、暫停或中止使用臉書等意向的臉書疲勞；「情緒耗竭」共4題，指臉書使用者產生沮喪、厭倦或不舒服等負向情緒的臉書疲勞；「訊息過載」共5題，指臉書使用者覺得資訊無法負荷或無用資訊過多等感覺的臉書疲勞；「消極迴避」共5題，指臉書使用者為避產生負面想法而迴避臉書使用的臉書疲勞。

本量表偏重在測量受測者在使用臉書後產生哪些面向的臉書疲勞，以及受測者臉書疲勞的程度。受試者在量表中得分愈高，代表學生的臉書疲勞程度越高，反之則表示臉書疲勞程度越低。

第六節 研究範圍與限制

本研究主要關心國中學生之臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之間的關係，但是由於研究對象、研究變項與研究方法的侷限，本研究結果之推論仍有所限制，茲將研究限制說明如下：

壹、研究對象與限制

本研究僅就107學年度就讀彰化縣公立國民中學之學生為研究對象，包含七、八、九年級之男女學生，並以方便抽樣方法進行抽樣，研究結果是能否類推到其他年度或縣市仍待進一步研究。

並且，本研究之對象也僅限於國中學生，對於小學學生、高中學生乃至於大學學生等其他學習階段之臉書使用情況是否和國中學生有所差異，也是本研究未能加以探討的。

貳、研究變項與限制

網路時代來臨，大多數學生在國中階段便經常使用臉書，並也可能在臉書上不經意的與他人進行社會比較，亦或者是產生臉書疲勞。嚴重者，不僅可能對個人的人際關係與學業產生影響，亦可能危及身心健康。因此本研究旨在探討國中學生之臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞間之關係。

與臉書疲勞相關的因素可能非常多，但本研究僅就國中學生之個人背景變項、臉書使用行為、社會比較行為等變項加以探討，因此推論僅限於上述變項。而臉書疲勞可能牽涉之人格特質、社

環境、人際情況的變化等皆未納入研究。

再者，與本研究相關的過去文獻也較為有限，研究者嘗試透過新編修之量表檢驗國中學生之臉書使用行為面向、社會比較面向與臉書疲勞面向，進而發展出新的研究內容。

參、研究方法與限制

本研究採用自編之橫斷面量化問卷「國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之問卷」為測量工具，調查來收集資料，此問卷雖經由文獻探討後參考多位學者所設計之量表與研究，並經由項目分析、因素分析與信度分析進行檢驗，但仍可能有不夠完備之處，無法涵蓋全部問題。

並且本研究僅以問卷調查法來蒐集資料，無法輔以觀察、訪談等紀錄，對於問卷內較敏感、隱私的問題，受試者是否都能據實以答，抑或者是有所隱瞞，以及受試者問卷填寫當時內心想法、情緒狀況與本身特質等是否影響作答的真實性，使填答結果有所偏差，這部分亦較難以掌控。

因此，研究者僅能分析受試者在調查工具得分之整體表現，無法了解各個受試者的脈絡情境，是以，研究者在量表問題設計時，雖為盡求完善，除已參考先前研究者之文獻外，也採透過向學生蒐集多元題目之方式完成預試量表之題項，再透內部一致性效標分析、相關分析法進行項目分析，之後再進行因素分析以決定正式量表的題項，並採用Cronbach's α 係數進行信度檢視以檢定各量表具有良好之內部一致性。

總之，雖然本研究並未能納入訪談、觀察等長時間的紀錄，所得到的資訊也僅限於從問卷標準化所得到的結果，也缺乏關於研究變項的填答脈絡情境，但依本研究方法所得到之研究結果，仍可大致了解國中學生在臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之間的關係，至於更深入的探討，則有待後續的研究可以從觀察、實驗以及質性研究等研究方法的加入，並且對各種不同學習階段之臉書使用情況做更深入的探討與分析。

第二章 文獻探討

本章根據研究目的與研究問題之三個變項，蒐集整理臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之相關文獻，進行文獻資料的探討。本章共分成四節：第一節臉書使用行為之相關研究；第二節社會比較之相關研究；第三節臉書疲勞之相關研究；第四節臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之相關情形探討。

第一節 臉書使用行為之相關研究

本節共分三部分進行說明，第一部份為臉書基本的功能；第二部份為臉書使用行為；第三部分為臉書使用行為之相關研究。

壹、 臉書基本的功能

臉書為當時仍為哈佛大學的大學生 Mark Zuckerberg 與室友 Dustin Moskovitz、Chris Hughes 以及 Eduardo Saverin 於2004年2月所推出的社群網站 (Facebook, 2019)。所謂的社群網站又稱虛擬社群，是藉由電腦並利用網路連結所形成一虛擬空間，此龐大的網際空間中，具有相同興趣、專業、理念或共同目標的多數人，以情感為彼此連結而聚集而成的社會集合體 (黃聖峯、鄒仁淳、林娟娟，2014)。

臉書最初目的僅為連繫校園內之群體網絡關係的網站，之後於2006年9月正式開放所有網路使用者註冊，而後更是廣泛受到許多校園、企業的青睞，目前已經成為全球最多人使用的社群網站

(Facebook, 2019)，並且根據「2018台灣網路報告」指出臉書也是台灣最多人使用的社群網站(台灣網路資訊中心, 2018)。

臉書為全球數十億用戶提供了一個日常溝通和交互的平台，包括上傳圖片、分享和評論，或是與其他用戶聊天，並且至今也已經成為熱門的學術研究主題。因此，在教育相關領域和其他領域都有不少人關注社群媒體網站對於學生的影響，其中更有不少的研究是對於特別受到學生喜愛的社群媒體網站臉書，也就是說近年來已有越來越多的研究是關於臉書對學生產生的影響(王淑眉, 2016; 朱嵐君, 2016; 張逸萱, 2018; 簡廷宇, 2017)。

先前已有許多的研究探討了臉書基本的功能，臉書基本的功能都是使用者透過電腦的臉書網頁或行動裝置的臉書軟體登入臉書後，在臉書主頁面裡提供給使用者的若干功能，使用者可以使用這些功能和其他的使用者進行多樣化之互動(林湘玲, 2012; 林嘉容, 2010; 柯銘書, 2016; 楊淇育、于富雲, 2011; Hoadley & Rosson, 2010)。

臉書的功能眾多，經由研究者個人的使用經驗並參考以上諸多文獻與臉書新聞室的公司訊息網頁(Facebook, 2019)之內容，綜合整理之後，對臉書較為常用與重要的基本使用功能介紹如下：

一、動態消息：

動態消息位於使用者登入臉書首頁之後的中央欄位，它會呈現使用者在臉書上所關心的朋友、粉絲專頁或是社團等所發佈的最新動態。動態消息呈現的內容包括有近況更新、影片、相片、直播、打卡、應用程式動態、連結與按讚的內容等，所以臉書使用者可以透過瀏覽動態消息看見臉書朋友的各種最新動態。

二、 近況更新：

透過近況更新能讓臉書使用者向他的好友發表自己的最新狀態，例如透過更新文字、上傳影片、新增限時動態、新增相片、分享連結或是打卡標記地點等形式作為個人的近況狀態。例如，個別臉書使用者都可以藉由文字來更新自己的近況，也可以上傳照片並且為每張照片加上標記，指出照片裡有哪些臉書好友，臉書也會自動將訊息提供給被標記的其他使用者帳號。而這些近況更新除了會出現在使用者個人的動態時報中，也會顯示在被標記的好友動態消息中，讓自己的朋友或朋友的其他朋友看見了之後可以透過按讚、回應留言或點擊分享等方式作為彼此的互動。

三、 動態時報：

動態時報也被稱為個人檔案，它被設定成可以呈現使用者的個人簡介、相片、朋友、貼文與各種動態。它類似於留言板，與留言板不同的是，當使用者在自己的動態時報發布內容後，這些內容會被同步顯示到使用者的其他臉書朋友的首頁當中。

因此，使用者在自己的動態時報上發佈最近狀態的同時也可以讓他的臉書朋友知道自己的動向，並且其他臉書使用者看到朋友發布的各種動態後也會透過按讚、回應留言或點擊分享等方式作為彼此的互動，讓臉書使用者可以向他的朋友們分享他現在在哪裡、做甚麼、甚至是心情與表情符號。

四、 聊天室：

聊天室又被稱為即時訊息 (Messenger)，也是臉書的重要功能之一，使用者在登入臉書之後就可以在首頁的右方邊欄看到朋友的名稱以及建立群組，若是沒有看到欲進行聊天的朋友名稱，也

可以使用邊欄底部的搜尋方塊來尋找朋友。只要點選朋友名稱或是建立的群組名稱就會自動開啟聊天視窗，讓使用者與朋友進行透過即時的文字、相片、貼圖、表情符號、傳檔案甚至是視訊或語音來進行訊息互動。

聊天室與動態時報最大的不同在於動態時報上的訊息是公開的，因此使用者如果想要進行較為私密的訊息交流，透過此聊天室的方式進行就只會將訊息發送給朋友或特定群組使用者，只有發訊人與收訊人或收訊群組可以看到內容。

五、讚：

讚是臉書朋友們利用動態消息內的讚的圖形按鈕對個人、社團或粉絲專頁等發文者的讚賞（讚）與其他表態（大心、哇、哈、嗚、怒），並且臉書也被設定成會讓其他臉書使用者知道使用者曾經按過哪些「讚」。

六、戳：

又被稱為戳一下，是讓使用者可以丟一個「戳」給別人。藉以引起對方的注意或只是單純打聲招呼，當使用者戳一下某人，被戳的對方會收到通知，並且也可以回戳給對方。

七、活動：

臉書活動的功能是幫助用戶通知好友們即將發生的活動，幫助使用者組織線下的社交活動，例如管理聚會或回應邀請等。

八、粉絲專頁：

臉書的帳號頁面可分為個人檔頁面及粉絲專頁，臉書的粉絲專頁和個人動態時報的外觀類似，但它們提供不同的工具，可將使用者連結到所關注的主題。

粉絲專頁是為組織、企業、品牌、產品、名人、藝人及樂團等公眾人物而設的行銷頁面，使用者只要對粉絲專頁按讚便能成為粉絲，同時也訂閱了該粉絲專頁的訊息動態，粉絲們可以在這個頁面上追蹤消息、查看官方資料。

粉絲專頁並非獨立的臉書帳號，它是提供粉絲專頁創辦者與粉絲們之間直接進行溝通及互動交流的一個平台，並且可以透過好友推薦、動態消息、臉書活動等方式來吸引更多新粉絲。

九、 遊戲（應用程式）：

臉書在2007年5月推出開放平台，讓第三方的軟體開發者可以開發與臉書核心功能整合的遊戲等應用程式（例如開心農場、Candy Crush），讓使用者可以自行選擇喜愛的遊戲程式來使用，這些臉書遊戲應用程式都必須先登入臉書平台才能進行的網頁遊戲，並且大多數遊戲屬於免費遊戲，其中部分遊戲可以透過額外付費購買虛擬貨幣（Facebook幣）在遊戲中取得優勢。

遊戲程式也能夠提供朋友的互動功能，通常用戶若想要獲得遊戲程式內更多的經驗值或獎勵品，會被要求必須邀請更多好友來共同參與。並且遊戲程式通常也都被設定成非單一使用者單獨進行，因此讓用戶藉著遊戲的進行讓使用者之間的關係更加緊密，形成共同話題或興趣，因此有不少的使用者便是為了玩遊戲程式所提供的各種網頁遊戲而加入臉書的。

十、 其他

除了上述的功能外，臉書至今仍繼續不停地推出各種新功能，包括有分享、直播視訊、打卡、限時動態、廣告、社團、購物、網誌、影音服務、天氣、生日提醒、我的每一天……等。

貳、 臉書使用行為

從以上臉書的基本功能中可以得知，社群網站臉書結合了聊天、部落格、寄信、群組討論、檔案傳輸……等功能，並且還能連結其他公司所開發的遊戲等外掛應用程式，臉書的使用者可以藉由這些功能與網路上的朋友進行多種的互動行為，這不僅只是在維繫朋友之間的情誼，也可能拓展新的人際關係。

根據美國皮尤研究中心（Pew Research Center）多年來的持續追蹤研究，在2016年臉書繼續是美國人最流行的社群媒體，全美國成年人有68%是臉書用戶，若是扣除根本不使用社群媒體的人後，在線美國成年人更有高達79%有使用該平台（Greenwood, Perrin, & Duggan, 2016）。臺灣蘋果日報也曾報導，臉書公司的大中華區董事總經理梁幼莓指出在2016年臺灣每月活躍用戶數超過1800萬，臺灣的行動裝置每月活躍用戶數也是超過1700萬（蕭文康，2017）。

又根據臉書公司的內部統計資料，截至2018年12月31日止，臉書全球每月活躍用戶數為21.3億，平均每日活躍用戶為15.2億（Facebook, 2019）。平均來說，移動用戶每天從移動設備登入臉書的活躍用戶數為11.5億，而每月主動檢查臉書的活躍用戶數為17.7億（Facebook, 2017），由此可見，對於許多臉書的用戶來說，使用臉書已經成為日常生活中不可或缺的一部分。

參、 臉書使用行為之相關研究

因為包括臉書在內的社群網站盛行，臉書和社群網站為社會科學家提供了新的研究機會，因此國外已有不少學者在研究臉書

使用者的行為模式。其中有研究認為最主要的兩個研究問題就是：誰在使用臉書、為什麼人們使用臉書（Wilson, Gosling, & Graham, 2012），例如有研究就以臉書和 MySpace 這兩個美國民眾較常使用的社群網站為例進行研究後發現，使用者對於這兩社群網站有不同的偏好，臉書的使用者較著重於分享資訊，至於 MySpace 的使用者則較偏向於拓展人際關係（Dwyer, Hiltz, & Passerini, 2007）。

除此之外，也有不少의學者在探討臉書的使用行為與人們之間的關聯，例如人格特質或是心理因素對於使用臉書的影響（Moore & McElroy, 2012; Ross et al., 2009）。有研究指出臉書使用也可能使學生拖延、注意力分散、時間管理差、花費較少時間讀書、有較低的學業成就（Krischner & Karpinski, 2010）。Nadkarni 與 Hoffman（2012）的研究則是認為人們使用臉書主要是基於兩種基本的社會需求：歸屬感需求（一種透過與社會上其他人合作並獲得認可的內在動力）、臉書使用行為需求（如發布照片、發布貼文、更新個人檔案等）。

另一個更常見的研究重點則是根據臉書用戶的人口統計變量（包括年齡和性別）進行描述。例如，有研究發現女性比男性參與更大的社交網絡（Stefanone, Lackaff, & Rosen, 2011），也有研究發現年齡和臉書使用強度是負相關的（McAndrew & Jeong, 2012），也有研究顯示年輕的使用者在臉書上比年長的使用者披露更多的個人信息（Christofides, Muise, & Desmarais, 2012）。

Burke、Marlow 與 Lento（2010）的研究則是針對社交網站臉書的使用行為性質區分為積極使用行為和消極使用行為。積極

使用行為指用戶間的定向交流 (directed communication)，表現為評論、發消息、留言、點讚等行為；消極使用行為指被動使用 (passive consumption)，表現為用戶僅瀏覽和點擊其他使用者發佈的狀態、查看公告檔、公開群聊等行為。

臉書發展至今已風靡全球，使用臉書的人數眾多，因此國內也出現眾多關於臉書的研究，研究者參考國內研究者對於臉書使用行為的研究後發現，近年來的各研究者用以測量臉書使用行為之工具大多是經文獻探討後修訂而來，廖寬儒 (2013) 係參考先前研究者之問卷改編而成，包括是否使用過臉書、帳號呈現、朋友類別、朋友人數、使用地點、使用年資、使用頻率、使用動機、使用時間、臉書的正面功能、臉書的負面後果及經常使用的臉書功能等；陳意婷 (2016) 的「臉書使用行為問卷」則是參考先前研究者之問卷改編而成，包含臉書使用頻率、臉書發文行為、對臉書依賴行為、臉書關心行為等項目；黃鈺淳 (2017)「臉書行為量表」也是參考先前研究者之量表後再自行設計相關題目用以檢視使用者臉書使用情形，並將臉書上的使用行為區分為抱怨討拍、關注他人心情、主動線上交流、分享喜悅、感謝他人、意見發表、資訊推薦分享等七種；黃聖峯 (2014) 則是採用半結構式的訪談，先採用質化研究的訪談法對11位臉書的使用者進行調查，再使用量化研究問卷調查的方式得出結構方程式研究模型的適合度，研究發現使用臉書的娛樂性大過於社交性，而隱私政策會正向影響使用臉書的態度。

第二節 社會比較之相關研究

本節分四部分進行說明，第一部份為社會比較之意涵；第二部份為社會比較的對象、目標與動機；第三部分為社會比較之影響；第四部分為臉書上的社會比較之相關研究。

壹、社會比較 (Social comparison) 之意涵

社會比較的概念最初是由美國的社會心理學家 Festinger 在 1954 年所發表的論文《社會比較理論》(A Theory of Social Comparison) 提出來的構思 (Suls, 1977)，發展至今六十餘年，在心理學相關領域已有相當豐富的研究成果與極大的貢獻，因此關於社會比較的研究已經成為心理學界的一個重要課題。

Festinger 在其理論構思中認為人類雖然可以透過客觀標準以進行評估許多的能力，但卻也有許多能力是缺乏客觀標準可供評估的。因此，當一個人處於模糊不清的社會情境時，人類天生就會藉由追蹤他人的近況，或是透過與他人進行比較，以降低本身所面臨的不確定感，並且提升自己的自我認同感，達到更準確的評估自己的意見和能力之目的 (Wood, 1989)。

因此，Festinger 認為個人會從事社會比較乃是因為當這些客觀的標準不存在時，個人會產生一種內在自我評估的需求，這需求會促使個體產生一種利用他人作為比較尺度的內部驅力，這種內部驅力會促使個人針對本身的能力、信仰以及各種見解進行評估，而評估的目的則是為了減少個人對其自身所處情境的不確定性，並據此達到自我評估的目的 (Lee, 2014)。

總之，社會比較是人類普遍存在的一種社會現象，Festinger 透過社會比較理論解釋人們如何透過和他人的比較來認識自我的價值，因此 Festinger 認為人們在現實生活中定義自己的各種諸如能力、智力等社會特徵時，往往會透過與周圍其他人的比較，也就是在一種比較性的社會環境中獲得其意義的，而不是根據純粹客觀的標準來定義 (Richins, 1991)。

Gibbons 與 Buunk (1999) 則是將社會比較明確的概念化為一種人格特質，並且設計了 Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) 量表加以測量，量表發展初期以美國與荷蘭地區為研究對象，目的在測量社會比較的個人差異。

依據社會比較理論，也有研究認為比較是一個決定人們如何思考自己或他人的基本心理過程，比較人的相似性構成了從社會比較中得到的信息價值的重要標準 (Bierhoff & Frey, 2011)。也就是說，社會比較是基於對他人的觀察，經常發生在成就、人際關係和健康等領域，這能夠減少關於成就、觀點、價值觀等問題的主觀不確定性 (Lee, 2014)。

貳、社會比較之對象、目標與動機

一、社會比較的對象

Festinger 所提出的社會比較理論中點出個人會選擇與自己相似的他人進行比較，但並未說明清楚此相似的他人之意義，這也給了之後有越來越多學者進行社會比較議題研究的空間。

延續 Festinger 之後有更多學者發現，若個人的比較對象是與具有相關特性的他人進行社會比較時會更具有診斷性，因為比較

的結果將能夠提供更多有利於自我評價的訊息（Pyszczynski, Greengerg, & LaPrelle, 1985）。

Taylor 與 Lobel（1989）認為社會比較行為的過程包括廣泛注意他人的所發出的訊息，並與他人的行為比較後所進行評價。Kruglanski 與 Mayselless（1990）的觀點則是認為，社會比較是對特定面向的社會刺激所進行之比較評量，這特定面向的社會刺激包括學業、人格、外貌、收入、職務等等，而比較的對象則包括朋友、同學、同事或親人等等。而 Wheeler（1991）認為個人所選擇的比較對象會是與自身有極具相關特性的他人，例如學歷、性別、年齡等等相當。

二、社會比較的目標

Wills（1981）將社會比較的目的地分為分為向上比較、向下比較兩種不同型式，而 Kruglanski 與 Mayselless（1990）認為所謂的社會比較是對特定面向的社會刺激所進行之比較評量，並且將社會比較的目標劃分包括平行比較、向上比較與向下比較等三種：

- （一）平行比較：指與在比較領域上表現相仿自己的他人比較，也就是與條件、屬性或成就較自己相近似的人做比較。
- （二）向上比較：指與在比較領域上表現優於自己的他人比較，也就是與條件、屬性或成就較自己佔優勢的人做比較。
- （三）向下比較：指與在比較領域上表現差於自己的他人比較，也就是與條件、屬性或成就較自己佔劣勢的人做比較。

當人們進行向上比較時，個人保持「向上的單向驅動」，一種提高能力的欲望，並且可以透過與優越的其他人相比較來尋求改善自我（Festinger, 1954; Wood, 1989）；但也有研究顯示人們進行

向上比較時也可能會出現負面的情緒，因為自己相較他人處於劣勢進而產生自我貶抑的結果（Suls, 1977）。

研究也指出向下比較可使人們感到比較舒適好過，並且自我強化促使人們與那些自己認為不那麼幸運的人進行比較，以便更好地了解自己（Wills, 1981），並且，個人若進行向上比較能得的滿足程度較低，而進行向下比較時能得的滿足程度則較高（Bunk et al., 1990）。

三、社會比較的動機

在社會比較理論中談到，人之所以會進行不同方向的社會比較，是因為想要滿足自我的某些動機。Wood（1989）指出在社會比較的過程中，社會比較的主要動機可以分為自我評價、自我改進以及自我增強三種。

（一）自我評價（self-evaluation）：

透過自己的意見與能力和他人的比較，以便準確地了解自我的情況，藉以了解自我與界定自我，因此 Wood（1989）總結了 Festinger（1954）的社會比較理論認為人們會在自己的世界中努力找尋明確的觀點，如果人們對自身能力、意見與態度有不確定感時，會與自己表現近似的對象或其他參考團體比較，達到自我評價的目的，並在這樣的過程中了解自我。

（二）自我改進（self-improvement）：

Wood（1989）認為自我改進是一種經由和他人的比較後，進而提升自我效能的一種過程，也就是個人若採取向上比較時，可能會產生擇善而從的見賢思齊作用，這會對自己產生改善自我的動機。與此相同的是 Seta（1982）的研究也認為，向上比較能提供更多提

高效能表現的改善訊息，因此與表現較自己好的人相比較，可以讓自我學習到怎麼做才可以表現得更好的方法。

(三) 自我增強 (self-enhancement)：

Wood (1989) 認為自我增強是個人透過社會比較的過程冀望能夠達到維護自尊、改善情緒的目的。研究指出，人們基於想要保護自己或提高自尊心，對於訊息的選擇傾向於自我保護的態度 (Taylor & Brown, 1988)，因此一般個人為了達到擴展自己的自尊心的目的則通常是採取向下比較的方式，去看比自己還要差的人以讓自己覺得有成就感或是有能力。所以根據向下比較理論，通常當人們經驗到不幸或威脅時，選擇與那些比自己更加不幸的人進行比較能達到改善情緒或維持自尊 (黃德祥，2000；Wills, 1991)。

四、動機和目標的關係

儘管由以上的內容看起來各個動機 (自我評價、自我改進、自我增強) 和目標 (平行、向上、向下) 之間有直接的關聯性，但也有研究揭示了社會比較的動機和目標之間的存在複雜的關係。例如，Wood (1989) 也認為每個自我比較動機不是一個特定的目標，通過自我改進激勵的個人也可以向比較優秀的人 (向上比較) 來學習做什麼，但也可以比其他人更清楚什麼不做 (向下比較)。Taylor 與 Lobel (1989) 則是論證了個人傾向於進行向下比較以增強自尊，但也進行向上比較以增強動機和希望；進行向上和向下兩個方向的比較，動機則是自我增強。

此外，基於社會比較的複雜性，Helgeson 與 Mickelson (1995) 認為，過去的社會比較研究傾向於在一項研究中只研究一種動機

類型的問題。認為人們出於各種原因參與社會比較行為，因此他們建議基於一系列的動機研究，例如自我增強、自我改進與自我評價，而不是社會比較的目標，因為動機比各自的目標可以揭示出更多關於社會比較行為，他們因此選擇使用功能性的分析以提供一種態度的動機基礎，以更好地理解社會比較的複雜性。

參、社會比較之影響

Festinger (1954) 的社會比較理論也認為透過社會比較的過程也可能會導致一個人失去信心並增加不安全感等負面情緒產生。因此，後續的社會比較研究也試圖檢驗比較後所引發的情緒，例如 Wheeler 與 Miyake (1992) 的研究發現在向下比較後增加的積極影響，而負面影響來自向上比較，但研究人員對人們卻又經常進行向上比較而非向下比較的一般趨勢感到困惑，儘管從向上比較中產生了負面影響。他們推測，向上比較雖然可能會產生負面影響，但同時會引發對個人控制和充滿希望的看法。

Collins (1996) 的研究則是建議個人應該向上比較，以便找到與自己優越目標的相似性，這能導致個人增加積極的影響。相應地，Lockwood 與 Kunda (1997) 也發現與超級巨星的向上比較能激發增強自我的欲望，但前提是只有當超級明星的成功被認為是可以實現的時候。

Bunk 等人 (1990) 於文獻探討中提到，過去的研究認為社會比較對個人情感反應之影響，大多是產生相對效應 (contrast effect)，也就是透過向下比較以滿足保持正向自我價值感的需求，並且因為覺得自己並不像比較的對象一樣糟，而獲得較好的

感受，而透過向上比較雖然可能可以增進自我表現的能力，但也可能因為覺得自己相形見拙而傷害到自尊並產生不好的感受，因此研究也認為社會比較對個人的情感反應也可能會產生同化效應（assimilation effect）。正因如此，後續的研究仍認為社會比較在任何方向產生的情緒仍然是不確定的（Suls, Martin, & Wheeler, 2002）。

肆、臉書上的社會比較之相關研究

根據美國皮尤研究中心（Pew Research Center）對於臉書的研究，在眾多社群媒體平台中，臉書是最受青少年歡迎的社群媒體平台之一（Maier, Laumer, Weinert, & Weitzel, 2015b）。臉書與其他社群網站如 YouTube、Twitter、Google+ 及 Plurk 等不同的是它不僅只是呈現單一文字、圖像、訊息或影音資料之互動方式而已，臉書能同時提供多樣不同的功能，而使用者或許可以藉由使用這些功能來搜索、觀察或者是評論他人的各種資料訊息。

因此，一個具有某種社會比較目標的個人可以在臉書上進行用以比較的搜索，而不僅只是和其他人保持互動。臉書同時也為用戶提供了一個自我介紹的平台，但使用者在社群媒體上提供的自我介紹等信息也經常受到印象管理的驅動而盡量呈現積極正面的信息（Gonzales & Hancock, 2011）。印象管理是目標導向的有意識的或者無意識的過程，人們試圖通過在社會互動中管制或者控制信息來影響其他人對一個人、一件事或者一個物的看法（Piwinger & Ebert, 2001）。也就是說，包括臉書在內的社群媒體不僅只是創造了一個可以優化自我的環境，同時也提供了一個可

以更快速訪問其他優化自我的機會。

在臉書上，人們追蹤其他人如何展示自己，他們在做什麼，以及他們如何與他人互動 (Lee, 2014)，在這種情況下，的確很有可能引發社會比較過程，也就是產生一種透過與其他人進行比較來發展出自己的意見和能力之主觀評價過程 (Festinger, 1954)，這也與 Mussweiler 等人 (2006) 的研究相符合，當人們面對有關其他人的信息時，社會比較過程總是會被觸發。

因此，臉書很可能會引起許多社會比較，因為用戶不斷收到個人信息，狀態更新，照片和他們的朋友的新聞。人們更容易從臉書獲得各種可供比較的信息 (例如，朋友數、照片.....)，於是，對於其他人們呈現在臉書上的生活事件信息，也就可能會影響人們如何感知和感覺的問題 (Haferkamp & Krämer, 2011; Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014)。

又由於在臉書上的帖子往往是關於積極的事件和良好的感覺，而非消極的事件和壞的感覺 (Denti et al., 2012)，所以也有研究指出使用臉書等社群網站通常會使人們產生一種別人生活過得比我還要好的印象 (Chou & Edge, 2012)。因為人們通常會在社群媒體上採用較正向或積極面的內容來呈現自己和生活 (Dorethy, Fiebert, & Warren, 2014)，例如發布他們看起來最好看的圖片 (Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan, 2008)，和他們的朋友共度的美好時光 (Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008)，因而使用者通常在社群媒體上花費絕大多數的時間是在查看這些被理想化過的圖片以及狀態更新等 (Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009)。這些關於其他人正在做什麼的訊息可能會影響到人們如何

看待自己的自我知覺，因為人們至少會部分地基於他們的自我知覺來與他人相比較自己過得如何（Festinger, 1954）。

雖然國內對於社會比較的研究也相當多，但其中涉及在臉書上的社會比較之研究在近十年來僅有以下數筆：黃翊婷（2012）透過臉書使用者之性別與年齡的個人背景變項探討與社會比較之關係，發現臉書使用者在進行線上社會比較時，其族群以男性、21 至 25 歲的使用者居多；劉桂美（2013）以臉書使用者之五大人格特質探討與社會比較關係的臉書炫耀行為之研究，發現親和性和開放性與臉書炫耀行為顯著性存在為相關，開放性特質低的男性在臉書上較容易出現炫耀行為，而親和性低的女性在臉書上較容易出現炫耀行為；黃珮淇（2017）從社會比較傾向探討大學生臉書使用模式與憂鬱症狀之間的關係，研究發現大學生被動使用臉書時（瀏覽其他人的動態消息、查看朋友的網頁、照片或貼文），會愈常跟他人進行社會比較，進而出現愈多憂鬱症狀；陳開敦（2014）以臉書涉入程度探討對社會比較之影響，研究發現臉書使用者的涉入程度會對社會支持及社會比較產生正向影響、不論是高自尊或是低自尊的臉書使用者，當社會比較行為越強，正向和負向情緒也會增加；鄭皓中（2017）探討社會比較在臉書的影響力論小資女進行自我展演的研究，研究以半結構式深度訪談小資女的社會比較與嫉妒演出理想我的關聯。

比較以上研究者的研究發現後，研究者認為國內對於涉及在臉書上的社會比較之研究雖不多見，但研究之主題與內容呈現相當多元，因此研究者在此部份也企圖以另一種方向關注國中學生是在哪些具體面向進行社會比較行為。

第三節 臉書疲勞之相關研究

本節共分成三部份進行說明，第一部份為疲勞之意涵；第二部份為臉書疲勞之定義；第三部份為臉書疲勞之相關研究。

壹、疲勞 (Fatigue) 之意涵

疲勞概念的研究最早是起源在 1786 年，學者發現神經電氣系統及肌肉與疲勞的關聯 (Ahlgren, 1967)。

近代關於疲勞的定義則有學者 Freudenberger (1974) 將疲勞定義為個人因不切實際、或是超過個人資源需求而增加的挫折感，它會造成生理與心理精疲耗竭的狀態；Hagberg (1981) 認為疲勞是一種主觀情感，使自我相信身體已經再沒有能力支持下去；Maslach 與 Jackson (1986) 將疲勞定義為個人在工作時產生情緒性的疲倦，並造成個人成就感降低與人格解體。Piper、Lindsey 與 Dodd (1987) 將疲勞描述為一種主觀、不愉悅的疲倦感，並持續一段時間且具有多個維度變化的強度；Lewis 與 Wessely (1992) 將疲勞定義為身體勞動或精神活動導致的精神和體力強弱或疲勞；Stevenson (1994) 將疲勞定義為一種使人衰弱的過程，會讓人失去工作的熱誠，進而破壞他們的創造力與動機，最後奪取員工生理及心理健康的能力；Ream 與 Richardson (1997) 則是將疲勞定義為一種不舒服的主觀感受，並常合併有身體上的症狀，程度可由一般勞累至極度耗竭感，進而影響個體執行日常生活功能的能力；呂幸珠 (2008) 則是將疲勞定義為個人或環境因素，無法因應工作壓力與挫折，造成工作動機喪失、

沒有成就感、身心耗竭，降低個人工作效率及熱忱。

綜合這以上諸多研究者之定義，疲勞可能存在於兩種形式：身體疲勞和心理疲勞。身體疲勞是指生理能力下降（Eidelman, 1980），導致個體身體狀況不平衡，如肌肉疲勞和眼睛疲勞；心理疲勞是指消極的感覺，諸如疲倦（tiredness）（Piper et al., 1987）、虛脫（exhaustion）（Wessely, Sharpe, & Hotopf, 1998）、壓力（stress）（Bartley, 1965）、精疲力竭（burnout）（Hallsten, 1993）、無聊（boredom）（Fisherl, 1993）和焦慮（anxiety）（Wendt & Palmerton, 1976）。

從以上諸多研究者對疲勞做的定義中可以發現，雖然疲勞概念在不同的學科，如醫療保健、心理學和職業領域都有所不同，因此疲勞並沒有統一的定義，但它都被視為是個體所傳達出來的一種生心理訊號，是人體的自然反應，並經常使個體產生不舒服的情況，並且也由原本僅是會影響到身心理健康的主觀感受，逐漸擴展到影響日常生活功能的運作，可見其是現今相當常見的狀態，一般人在工作、日常生活或是社群網路等許多方面都可能會產生疲勞的狀況。

目前也有許多研究在探討如何將疲勞具體表現出來，社會科學研究者評估受試者之疲勞程度大多採用自覺量表，並且在先前的諸多臨床和職業研究中疲勞現象也已經得到了檢驗（Bartley, 1965; Piper et al., 1987; Åhsberg, 2000），而另外也有自然科學研究者利用科學方法檢測疲勞，例如國內有研究者為了瞭解人體的疲勞情形，則是利用脈聲儀的系統來測量血液中的壓力（楊哲嘉，2012）。

貳、臉書疲勞 (Facebook fatigue) 之定義

臉書疲勞一詞源自於社交網絡疲勞，社交網絡疲勞被視為是心理疲勞的一種形式，被使用在指與使用社交網絡應用的社群媒體網站有關的疲勞感，它通常被用來解釋社交網絡活動的下降 (Hampton, Goulet, Marlow, & Rainie, 2012)。

社交網絡疲勞最早在線上學習媒體 Networking Communities Beyond the Classroom 的研究中被探討，並且其被認為是線上學習媒體的挑戰，克服這個挑戰能幫助學習媒體具有更多的內容、更好的網路空間，從而促進整體的學習經驗 (Koutropoulos, 2010)。

謝名家 (2012) 認為社交媒體倦怠的現象是指個體對於社交媒體的使用感覺到疲乏、厭煩與厭倦，表現出對於社交媒體的停留時間變短、使用頻率減少與使用熱度衰退的行為，促使對社交媒體產生負面的觀念及態度，最後成為社交媒體潛水者或者註銷個人帳戶而不再使用的現象。Ravindran、Kuan 與 Lian (2014) 將社交網絡疲勞定義為一種主觀、多維的用戶體驗，包括疲勞、煩惱、憤怒、失望、守衛、失去興趣等感覺，或是與社交網絡使用和交互的各個方面相關的需求或動機減少，並且產生社交網絡疲勞的用戶傾向於通過短暫休息或暫停社交網絡活動來應對社交網絡疲勞。Bright 等人 (2015) 認為社交媒體倦怠產生的原因與使用者對於社交媒體的信心有關，使用者會因為擔心其個人隱私而產生倦怠的現象。也有研究者將社交網絡疲勞定義為社會網絡活動的消極情緒反應，如疲勞、無聊、倦怠、冷漠和較低的興趣 (Åhsberg, 1998; Lee et al., 2016; Ravindran et al., 2014)。

因此，綜合以上社交網絡疲勞的定義，臉書疲勞則是定義為

因為使用社群媒體網站的臉書而導致的一種負面心理結果，如疲勞、無聊、倦怠、冷漠和較低的興趣，並且導致各種減少使用臉書的意圖。

參、臉書疲勞之相關研究

在過去十多年中，像臉書、MySpace 和 Google+ 這樣社群媒體網站都經歷了快速增長，但也有研究發現在 2012 年的高峰之後，用戶對臉書的熱情開始冷靜，活躍用戶數量有所減少（Cannarella & Spechler, 2014），Google+ 更甚至公告因一般使用者版本的使用者參與度過低而宣布 2019 年 4 月關閉一般使用者版本的 Google+（Google, 2019）。

美國的市場研究機構 GlobalWebIndex（GWI）於 2012 年的調查報告中就曾使用臉書疲勞來描述臉書活動頻率的降低，例如減少搜索新的聯繫人或是減少發送消息給朋友，並且於 2014 年的報告中指出臉書 2014 年的活躍用量仍然又繼續下降了 8%（Cannarella & Spechler, 2014）。

這個源自於使用社群媒體網站的臉書而導致的臉書疲勞，也已經是一個在英、美等國家的媒體中開始被經常使用的名詞，例如美國有線電視新聞網 CNN（Kelly, 2013）、英國金融時報 FT（Cookson, 2013）和美國富比士 Forbes（Bercovici, 2013）等熱門新聞媒體在報導的文章中都曾經專文討論過臉書疲勞，而 Rainie、Smith 與 Duggan（2013）則是最先開始於美國的皮尤研究中心（Pew Research Center）對此現象進行學術性研究，之後國外陸續也有關於臉書疲勞的研究。

在國外文獻中對於臉書疲勞的研究雖仍不多，但相關概念的研究則已有不少，例如 Bright 等人(2015)的社群媒體疲勞(Social media fatigue)、Cha 與 Lee (2015)的社交網站疲勞(Social Network Services fatigue)、Cramer 等人(2016)的臉書疲勞(Facebook fatigue)、Maier 等人(2015b)的臉書不連續使用意向(Facebook discontinuous usage intention)等相類似變項名稱。

關於臉書疲勞或社交網絡疲勞的相關研究有不少在於研究使用者疲勞現象發生的原因為何，例如 Bright 等人(2015)的研究認為社交網絡疲勞發生原因與使用者個人資訊暴露以及隱私顧慮相關，使用者甚至會因此顧慮不再繼續使用臉書等社群媒體網站；Yang 等人(2013)的研究指出資訊超載會引發社交媒體用戶的焦慮和倦怠，並通過思維抑制的中介作用，間接影響不情願使用意向；Maier 等人為首的研究團隊在進行了一系列的研究後認為對於臉書等社群媒體的不連續使用是使用者做為對社群媒體活動所產生的壓力之逃避策略，這些壓力包括了社群媒體疲憊和社會超負荷(Maier et al., 2015a, 2015b)；Ravindran 等人(2014)的研究則是指出社交網站疲勞可能源於社群成員的互動、社交網站提供的內容、平臺功能改變、用戶自身的沉浸式傾向或用戶所屬社群的生命週期，且疲勞強度會從輕度或短暫體驗到更深度的體驗連續性地變化，最終將導致用戶退出具有壓力的社交環境；Lee 等人(2016)有關社交網路服務疲勞的研究則是聚焦在社交網站用戶的心理感知，基於壓力與應對理論，發現使用者對資訊超載、社交超載和系統特徵超載的感知都與社交網站疲勞存在顯著正相關的關係，其中資訊負載顯著影響使用者對社會網路的疲勞感，

包括過多的訊息、非自願擴展的社交網絡與快速變化的通訊軟體技術等，都會對使用者的資訊負荷能力產生疲勞感。

至於國內對於臉書疲勞的研究則是文獻闕如，研究者在臺灣碩博士論文加值系統中並未能檢索到與此研究變項直接相關之論文，而僅有檢索到零星五篇關於社交媒體倦怠（Social Media Fatigue）之研究（張言璋，2018；張勃鈞，2013；莊廷毅，2016；黃依如，2013；謝名家，2012）。

張勃鈞（2013）以社會資本理論與社交媒體倦怠探討使用者關閉使用帳戶或是成為社交媒體網站的潛水者現象在社交媒體平台上影響知識分享意圖與知識分享成效的因素；莊廷毅（2016）探討臉書使用者是否會因為社交媒體倦怠或人格特質影響其對於分享社群媒體上口碑的態度；黃依如（2013）則是探討五大人格特質與社交媒體倦怠兩者之間的關係，並且發現社交媒體倦怠可以作為預測社交媒體倦怠行為的重要變數。

其中謝名家（2012）的博士論文社交媒體倦怠量表發展之研究指出社交媒體倦怠會影響使用者的使用情況，並歸納出形成社交媒體倦怠的架構與量表，採用競爭模式分析方法，驗證出社交媒體倦怠量表的最佳簡約適配模式為二階單因素模式，形成因素為情緒耗竭、去人性化、個人成就感低落與個人隱私風險等四因素構念，而個人隱私風險是形成社交媒體倦怠的最重要因素，其次依序為去人性化、成就感低落與情緒耗竭。

第四節 臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞間之相關情形探討

本節共分四部份進行說明，第一部份為臉書使用行為與社會比較之相關情形探討；第二部份為社會比較與臉書疲勞之相關情形探討；第三部份為臉書使用行為與臉書疲勞之相關情形探討；第四部份為小結。

壹、臉書使用行為與社會比較之相關情形探討

Lee (2014) 在研究中驗證了在新興成年人中，更強烈的臉書使用與更頻繁的社會比較存在著正相關，並且也發現這種社會比較主要是消極的，也就是說，它讓人們感覺其他臉書用戶過得比自己更好。

Chou 與 Edge (2012) 認為臉書的超人性本質以及用戶傾向於相信其他人更快樂並擁有更好的生活，向上比較可能比向下比較更頻繁。Vogel 等人 (2014) 的研究則是發現臉書的頻繁用戶有較大的程度上是在進行向上比較。

並且，社會比較的動機性質可能因臉書用戶而異，有研究指出低自尊的人參與向下比較與較差的他人相比感覺到更好的自我，而高自尊的人與自己更好的人相比較以改善自我 (Aspinwall & Taylor, 1993; Jones & Buckingham, 2005; Wills, 1981)。

也有研究指出，社會比較會引起對自我知覺的影響，並且可能與積極或消極情緒相關。例如，Lee (2014) 提出了臉書上的社會比較頻率與消極情緒的誘發之間有正相關。也就是說，經常在

臉書上與他人比較的人傾向於得出自己過得比其他人更差的結論。這種效應是由於臉書用戶在他們的檔案頁面主要是在強調自己正向且積極的表徵 (Gonzales & Hancock, 2011)，而接受信息的人們也許會從與其他臉書用戶的比較中推斷出他們不如作其他用戶完美。

根據以上這些研究，可能意味著在臉書上觀看他人的生活事件會對個人的心理產生負面的影響。例如，有研究指出臉書上的社交比較頻率與消極情緒的誘發之間有正相關，經常在臉書上與他人比較的人傾向於得出結論：他們比其他人差 (Lee, 2014)。也有研究指出，因為臉書用戶在他們的個人資料頁主要是在強調呈現他們本身的積極性資訊，而接收資訊的人會推斷出他們較其他用戶「不完美」(Gonzales & Hancock, 2011)。

研究更指出臉書的活躍用戶相較於非活躍用戶，更容易察覺其他人有更快樂和更好的生活，生活是不公平的 (Chou & Edge, 2012)。也有研究指出臉書的使用頻率和臉書朋友的社會比較行為頻率有正相關，並且社會比較越多，焦慮和抑鬱的水平越高 (Lee, 2014)。透過這些研究的發現提供了本研究一些有用的參考觀點，探索臉書的使用會造成何種社會比較，以及這是否會也導致負面的心理結果，也就是導致減少臉書使用意圖的臉書疲勞。

貳、社會比較與臉書疲勞之相關情形探討

研究指出，臉書疲勞之所以產生的原因在於相較於網路之外的現實生活，人們在臉書等社群媒體中的社會比較被認為是普遍存在的，尤其是臉書的使用環境更可能會促使我們與其他似乎過

得更好的人進行社會比較 (Vogel et al., 2014)。

再加上過去幾年，包括臉書在內的各個社群媒體網站都被設計成能以智慧型手機方便的登入使用，這更有助於這些社群媒體的擴散和被廣泛採用，這種趨勢的直接後果是用戶的在線和離線生活的相互聯繫和不可分割 (Boyd & Ellison, 2008)，而這卻又導致了對這種應用提供的普遍和沈浸式的體驗可能導致用戶遭受不可避免的後遺症社交網絡疲勞 (Ravindran et al., 2014)。

由上述可知，社會比較可能減少使用臉書的意圖，造成臉書疲勞，例如美國的皮尤研究中心 (Pew Research Center) 的研究發現，61%的美國臉書用戶自願從社交媒體臉書中休息，其中9%認為原因是八卦性、消極性、衝突性和戲劇性 (Rainie et al., 2013)，研究也指出，知覺臉書上增加的社會比較會導致用戶感受到臉書疲勞 (Cramer et al., 2016)。

參、臉書使用行為與臉書疲勞之相關情形探討

綜觀目前國內外的研究，雖然研究臉書使用行為的研究頗多，但對於臉書疲勞的研究仍甚少，因此較少有對臉書使用行為與臉書疲勞之相關情形進行的探討之研究，但還是可以從少數研究或是調查報告中所提到的數據推論臉書使用行為與臉書疲勞之間是存有相關聯的。

例如皮尤研究中心 (Pew Research Center) 2013年的研究調查也顯示61%的受訪者已自願中斷臉書使用，20%的受訪者已經完全放棄了臉書平台，原因包括有覺得無聊和疲倦、過多的閒話和朋友的信息、不相關的信息和頻繁的系統更新；同研究也顯示雖

然大多數的美國用戶並未計畫在來年減少使用臉書，但卻也有26%使用者計畫在來年減少臉書的使用量，其中青年人是參與度下降的最可能預測者（Rainie et al., 2013）。

此外，專注於網上消費者行為研究的市場研究公司 Global Web Index 在一份調查全球34個國家的網路使用者的報告中更發現願意在臉書上分享動態與照片的人都正在逐漸減少，例如表示他們在過去幾週有更新過自己的動態人從2014年的50%減少到2015年只剩34%；相片分享的跌幅更是從2014年的59%跌到2015年只剩37%（Global Web Index, 2015）。

Sagioglou 與 Greitemeyer（2014）的研究透過三個實驗發現臉書使用的時間越多越會產生情緒上的低落，使用者在不使用社交網路時這種情緒低落則不會產生，而用戶繼續使用臉書的原因則是由於一種認為自己在使用臉書後情緒會好轉的情感錯估，實際上情緒反而更低落。

而 Cramer 等人（2016）則是指出他們的研究是第一個在實證研究中檢驗臉書疲勞的研究，研究顯示低自尊臉書使用者的臉書疲勞感更加敏銳，並且使用臉書的意圖減少也與自我改善、增強和破壞的社會比較動機有關，因此臉書使用者有多種動機導致臉書疲勞。

在國內與此二變項較相關的研究則有謝名家（2012）的博士論文於文獻探討後提及相關研究發現社交媒體應用平台的使用者開始出現撤銷個人使用帳戶或者成為社交媒體平台潛水者，而不再熱絡地分享資訊、建立連結關係的社交媒體倦怠現象，再經由整理相關文獻及資源保存理論，歸納出形成社交媒體倦怠的架構

與量表；此外，黃依如（2013）則是研究臉書使用者的五大人格特質（開放性、審慎性、愉悅性、外向性及神經質）與臉書的社交媒體倦怠兩者之間的關係，研究結果指出神經質人格會正向顯著影響社交媒體倦怠，外向性、愉悅性及審慎性人格則會負向影響社交媒體倦怠。

透過這些研究與調查報告，本研究推測臉書使用者的臉書使用行為與臉書疲勞有關聯性，也就是臉書使用者的臉書使用行為與臉書疲勞可能有相關，甚至可能因其臉書使用行為產生臉書疲勞的現象，並且正在逐漸地降低使用臉書這個社群媒體網站的頻率與參與度。

肆、小結

綜上所述，不論是臉書使用行為與社會比較、社會比較與臉書疲勞以及臉書使用行為和臉書疲勞之間，都可能存在有相互關聯的因素，國外陸續也已經開始有不少關於臉書使用、社會比較與臉書疲勞的研究，但在國內對於臉書上發生的社會比較過程及其影響則較少獲得關注與解釋。

因此，研究者試圖以此為本研究之主要研究架構，將臉書疲勞這一概念作為國中學生在使用臉書進行社會比較後所產生的潛在心理社會結果，再加以分析與探討在臉書上發生的社會比較過程及其影響，尤其是臉書使用對於臉書上的社會比較以及臉書疲勞之間的關聯。

第三章 研究方法

本章將分五節敘述本研究之方法：第一節為研究架構；第二節為研究對象；第三節為研究工具；第四節為資料處理與分析；第五節為實施程序。

第一節 研究架構

本研究以研究動機與研究目的為根據，研究方法設定為問卷調查法，經由國內外文獻分析與量表預試的結果，為探討臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之關係，研究者根據前述之研究動機、研究目的、研究問題以及研究假設，提出研究架構如圖 3-1。

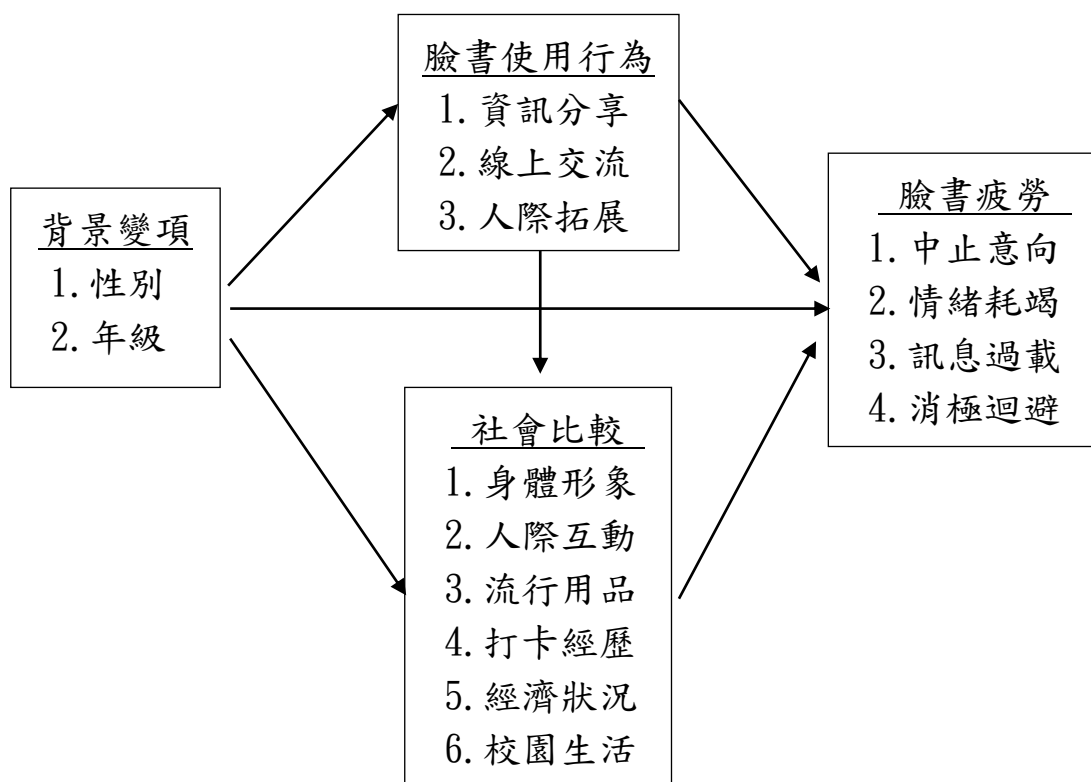


圖3-1 研究架構圖

壹、本研究之主要變項

一、背景變項

包含國中學生的年級、性別，用以分析不同背景變項是否會造成國中學生在臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞上的差異。

(一) 性別：二分類別變項，男生定為數值「1」，女生為「2」。

(二) 年級：分為國中三個年級，七年級定為數值「1」，八年級為「2」，九年級為「3」。

二、臉書使用行為

包含資訊分享、線上交流、人際拓展共三個因素構面。

三、社會比較

包含身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活共六個因素構面。

四、臉書疲勞

包含中止意向、情緒耗竭、訊息過載、消極迴避共四個因素構面。

貳、本研究之研究架構說明

根據此架構，本研究擬首先透過背景變項中之性別與年級，分析國中學生在臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞三個變項間的差異情形。其次，進一步檢驗國中學生的臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞三個變項間之兩兩相關情形。最後，進行背景變項（性別、年級）與臉書使用行為對社會比較之預測迴歸分析，以及背景變項（性別、年級）、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞之預測迴歸分析。

第二節 研究對象

壹、預試問卷研究對象

本研究預試問卷對象以 106 學年度就讀於彰化縣公立與私立國民中等學校之在學學生為研究對象。採用問卷調查的方式，進行研究資料彙整蒐集，進一步建立國中學生臉書使用、社會比較與臉書疲勞間之正式量表。

本研究預試問卷施測以立意方式，抽取彰化縣 106 學年度之彰化縣立和美高級中學國中部七、八及九年級各四個班級，總計十二班學生為受試對象。吳明隆與涂金堂（2012）指出預試卷樣本數方面，應取研究問卷最多題項之分量表的 5 至 10 倍人數，來做為研究之預試樣本數，本研究預試卷中題項最多之分量表為 57 題，共發出預試問卷 322 份，回收 296 份，回收率 91.93%。預試問卷回收後，逐一檢視以確保資料的正確性及嚴謹性，扣除答題時出現極端性及規律性填答之無效樣本與類似亂答的無效樣本 15 份，再扣除未使用臉書的樣本 5 份，最終得到之有效樣本數為 275 份，用以進行預試分析，樣本有效率為 92.91%，如表 3-1。

表 3-1

預試樣本統計表

(N=275)

年級	性別	人數	總計
七年級	男生	38	38
	女生	45	83

(續下頁)

續表 3-1

預試樣本統計表 (N=275)

年級	性別	人數	總計
八年級	男生	45	128
	女生	51	179
九年級	男生	45	224
	女生	51	275

貳、正式問卷研究對象

本研正式試問卷對象以 107 學年度就讀於彰化縣公立與私立國民中等學校之在學學生為研究對象。採用問卷調查的方式，進行研究資料彙整蒐集，進一步探究國中學生臉書使用、社會比較與臉書疲勞間之關聯。

本研究正式問卷施測採立意方式，抽取彰化縣 107 學年度之縣立和美高中國中部(排除曾參與預試問卷調查之學生)、縣立和群國中、縣立陽明國中、縣立鹿鳴國中及私立精誠高中國中部共 5 校之七、八、九年級學生為受測對象。彰化縣之國中學生母數為 35,150 位(彰化縣政府教育處, 2019), 抽取樣本數根據 Krejcie 與 Morgan (1970) 之研究數據，應獲得有效樣本數為 384 份，因此本研究發出正式問卷 550 份，回收 489 份，回收率 89.91%。正式問卷回收後，逐一檢視以確保資料的正確性及嚴謹性，扣除答題時出現極端性及規律性填答之無效樣本與類似亂答的無效樣本 63 份，再扣除未使用臉書的樣本 8 份，最終得到之有效樣本數為 418 份，用以進行正式分析，樣本有效率為 85.48%，如表 3-2。

表 3-2

正式樣本統計表

(N=418)

年級	性別	人數	總計
七年級	男生	60	60
	女生	77	137
八年級	男生	64	201
	女生	73	274
九年級	男生	78	352
	女生	66	418

第三節 研究工具

本研究的目的是在探討國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之關聯性，以研究目的與架構為依據，編製研究工具並施測，利用問卷調查法蒐集研究資料，問卷內容包含四個部分：第一部分個人基本資料；第二部分臉書使用行為量表；第三部分社會比較量表；第四部份臉書疲勞量表，分別敘述如下：

壹、個人基本資料表

基本資料部分，主要目的作為瞭解國中學生之研究背景變項，以及國中學生臉書使用者有關之現況分析，其中包含受測者性別、年級以及是否使用臉書等社群網站，皆由受測者逕行填答。

貳、臉書使用行為量表

一、預試量表之編製

本量表為研究者在經由文獻探討之後決定自編之量表，編製量表前先對任教學校之 223 位國中部學生，提出「你通常使用臉書所提供的哪些功能？」、「你通常使用臉書所提供的功能在做什麼事情？」、「你通常多久使用一次這個功能？」等開放式問題提供學生作答後，蒐集答案並加以分析、歸納、整理，編成共計 24 題之「臉書使用行為量表」，本量表偏重在測量受測者較常使用臉書那些方面的功能，以及臉書各種功能的使用頻率。

二、填答及計分方式

本量表採用 Likert 5 點量表，奇數選項有較中間值選項，也

可緩解受測者作答壓力，共有 5 選項：選項 1 為「很少如此」，2 為「有時如此」，3 為「常常如此」，4 為「經常如此」，5 為「總是如此」來答題，受試者依據自己的心向反應選擇選項，正向題採正向計分，分別計為 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分。得分愈高，代表學生臉書使用行為的頻率愈高。

三、選題程序

預試量表回收後，以統計分析進行選題。本研究依序使用下列三種分析方法來選題：先以內部一致性效標分析、相關分析法進行項目分析，其中決斷值與積差相關係數未達顯著即予以刪題；刪題後再進行因素分析，決定正式量表的題項；最後採用 Cronbach's α 係數進行信度檢視，檢定其內部一致性。

(一) 項目分析

本研究以極端組比較法求出各題項的決斷值，先將受測者在「臉書使用行為量表」各題項的得分加總，高分組為總分最高的 27%，低分組為總分最低的 27%，其次經過獨立樣本 t 檢定，從結果中觀察每題項組別群體變異數相等性的 F 值考驗，再進行 Pearson 積差相關求出量表題目與總分的相關，各題項與總量表的相關係數皆要大於 .30，並達到統計顯著水準（吳明隆、涂金堂，2012）。

此階段「臉書使用行為量表」經內部一致性效標分析及積差相關分析後，發現各題決斷值皆達顯著，因此保留具有良好鑑別度之題項共 24 題，且各題項與總量表的相關係數皆大於 .30，並皆達到統計顯著水準。茲將「臉書使用行為量表」之一致性效標分析 (t 值) 及積差相關分析 (r 值) 的結果，以表 3-3 呈現如下。

表 3-3

臉書使用行為量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	<i>r</i> 值	<i>t</i> 值
1.	我常使用臉書登入帳號的功能	.48***	9.21***
2.	我常使用臉書發佈或閱讀動態消息	.64***	11.41***
3.	我常使用臉書上傳或觀看相片及影片	.61***	10.92***
4.	我常使用臉書的打卡功能	.54***	8.79***
5.	我常使用臉書的即時訊息（文字）和其他人聊天	.49***	8.78***
6.	我常使用臉書的視訊通話（影像）和其他人聊天	.54***	8.31***
7.	我常觀看或回覆臉書的粉絲專頁	.62***	10.85***
8.	我常觀看或回覆臉書的社團群組	.66***	11.52***
9.	我常使用臉書的留言回覆功能	.72***	14.36***
10.	我常發佈或觀看臉書的直播視訊	.61***	9.30***
11.	我常使用臉書的按讚功能	.71***	14.31***
12.	我常使用臉書張貼或閱讀網誌	.61***	9.19***
13.	我常使用臉書的戳一下功能	.57***	9.17***
14.	我常使用臉書的應用程式功能（含遊戲）	.42***	6.01***
15.	我常使用臉書的分享功能	.67***	12.11***
16.	我常使用臉書建立或回覆邀請活動	.63***	9.90***
17.	我常使用臉書的搜尋人、地點和事物功能	.68***	14.06***
18.	我常使用臉書編輯或修改個人的檔案	.67***	12.35***

(續下頁)

續表 3-3

臉書使用行為量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	<i>r</i> 值	<i>t</i> 值
19.	我常使用臉書的交友邀請功能（邀請、確認或刪除）	.66***	12.76***
20.	我常使用臉書的我的珍藏功能	.67***	11.13***
21.	我常使用臉書張貼或閱讀廣告	.58***	8.85***
22.	我常使用臉書的朋友生日提醒功能來祝福 臉書朋友生日快樂	.67***	14.27***
23.	我常使用臉書的動態通知功能	.74***	15.89***
24.	我常使用臉書發佈、閱讀或回覆朋友分享的每日隨手拍	.76***	15.82***

*** $p < .001$.

（二）因素分析

鑑別度良好的「臉書使用行為量表」共有 24 題，進行因素分析，以瞭解其中的因素結構。本量表經因素分析結果顯示 KMO 值為.90，代表題項間有共同因素存在，Bartlett 球形檢定值 1197.40 達顯著 ($p < .001$)，表示取樣合適，可進行因素分析。

因素分析以主成份分析法 (Principal Components Analysis) 為主，進行直接斜交 (Direct Oblimin) 之轉軸法，分析量表的因素結構。刪除因素負荷量未達.5、雙重負荷量以及題項未達三題以上之因素。經因素分析後，第 3、6、10、11、17、18、19、22、23、24 題，因素負荷量未達.5，予以刪除；第 1、5 題，因素題項

未達三題，予以刪除。其餘 12 題為本研究的正式量表題目，重新加以編號。

經因素分析共得到三個因素，可解釋 61.50% 的變異量，結果與命名如下：

1. 因素一：「資訊分享」，其特徵值為 5.12，共可解釋 42.69% 的變異量，共包括 2、4、12、15、20、21 等六題，各題的因素負荷量介於 .59 至 .79 之間。
2. 因素二：「線上交流」，其特徵值為 1.19，共可解釋 9.96% 的變異量，共包括 7、8、9 等三題，各題的因素負荷量介於 -.66 至 -.90 之間。
3. 因素三：「人際拓展」，其特徵值為 1.06，共可解釋 8.85% 的變異量，共包括 13、14、16 等三題，各題的因素負荷量介於 .53 至 .89 之間。

萃取出之「資訊分享」、「線上交流」、「人際拓展」三大因素，分析結果詳見表 3-4。

表 3-4

臉書使用行為量表預試因素分析結果摘要表

預試 題號	資訊 分享	人際 拓展	線上 交流	正式 題號
4	.79			1
2	.77			2
21	.64			3

(續下頁)

續表 3-4

臉書使用行為量表預試因素分析結果摘要表

預試 題號	資訊 分享	人際 拓展	線上 交流	正式 題號
20	.61			4
12	.60			5
15	.59			6
7		-.90		7
8		-.89		8
9		-.66		9
14			.89	10
13			.62	11
16			.53	12
特徵值	5.12	1.19	1.06	
解釋變異量	42.69%	9.96%	8.85%	
累積解釋變異量	42.69%	52.64%	61.49%	

萃取法：主成份分析

(三) 信度分析

本量表信度之考驗，係採用 Cronbach's α 相關係數，檢定其內部一致性，該量表建立時，總量表的係數為.87，各分量表的係數介於.70 至.82 之間，表示本量表有不錯的信度，詳如表 3-5。

表 3-5

臉書使用行為量表預試信度分析結果摘要表

因素構面	題號	Cronbach's α
資訊分享	2、4、12、15、20、21	.82
線上交流	7、8、9	.81
人際拓展	13、14、16	.70
總量表		.87

參、社會比較量表

一、預試量表之編製

在先前的文獻探討中雖已發現國內外皆已發展有測量社會比較之量表，但皆不是針對臉書情境所設計，並且量表也多是在測量社會比較的目標與動機之關係，而本研究較著重於國中學生會在哪些面向進行社會比較，因此研究者依據本研究之需求決定自編符合臉書情境之社會比較量表，編製量表前研究者先對任教學校之 223 位國中學生，提出「我們或許都曾經在臉書上不經意的與他人進行比較，請依據你的臉書使用經驗，你曾經跟他們比較過哪些事物？」開放式問題提供學生作答後，蒐集答案並加以分析、歸納、整理，編成共計 57 題之「社會比較量表」，本量表偏重在測量受測者在使用臉書時會利用臉書與其他人進行哪些方面的社會比較行為，以及受測者在臉書上之社會比較程度。

二、填答及計分方式

本量表採用 Likert 5 點量表，奇數選項有較中間值選項，也可緩解受測者作答壓力，共有 5 選項：選項 1 為「很少如此」，2

為「有時如此」，3 為「常常如此」，4 為「經常如此」，5 為「總是如此」來答題，受試者依據自己的心向反應選擇選項，正向題採正向計分，分別計為 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分。得分愈高，代表學生在社會比較之程度愈高。

三、選題程序

預試量表回收後，以統計分析進行選題。本研究依序使用下列三種分析方法來選題：先以內部一致性效標分析、相關分析法進行項目分析，其中決斷值與積差相關係數未達顯著即予以刪題；刪題後再進行因素分析，決定正式量表的題項；最後採用 Cronbach's α 係數進行信度檢視，檢定其內部一致性。

(一) 項目分析

本研究以極端組比較法求出各題項的決斷值，先將受試者在「社會比較量表」各題項的得分予以加總，高分組為總分最高的 27%，低分組為總分最低的 27%，再經過獨立樣本 t 檢定，從結果中觀察每題項組別群體變異數相等性的 F 值考驗，再進行 Pearson 積差相關求出量表題目與總分的相關，且各題項與總量表的相關係數皆要大於.30，並達到統計顯著水準（吳明隆、涂金堂，2012）。

此階段「社會比較量表」經內部一致性效標分析及積差相關分析後，發現各題決斷值皆達顯著，因此保留具有良好鑑別度之題項共 57 題，且各題項與總量表的相關係數皆大於.30，並皆達到統計顯著水準。茲將「臉書疲勞量表」之內一致性效標分析（ t 值）及積差相關分析（ r 值）之結果，以表 3-6 呈現。

表 3-6

社會比較量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	<i>r</i> 值	<i>t</i> 值
1.	我會利用臉書比較我與其他人的貼文內容	.67***	11.44***
2.	我會利用臉書比較我與其他人的貼文數量	.69***	11.49***
3.	我會利用臉書比較我與其他人的留言回覆內容	.68***	12.52***
4.	我會利用臉書比較我與其他人的留言回覆數量	.72***	12.48***
5.	我會利用臉書比較我與其他人的照片內容	.74***	13.33***
6.	我會利用臉書比較我與其他人的照片數量	.73***	12.22***
7.	我會利用臉書比較我與其他對偶像的了解程度	.62***	11.78***
8.	我會利用臉書比較我與其他人的偶像周邊商品	.66***	12.06***
9.	我會利用臉書比較我與其他對動漫的了解程度	.38***	7.92***
10.	我會利用臉書比較我與其他人的動漫周邊商品	.48***	9.25***
11.	我會利用臉書比較我與其他人的家庭生活狀況	.69***	10.57***
12.	我會利用臉書比較我與其他人的家庭財力狀況	.73***	11.27***
13.	我會利用臉書比較我與其他人的個人財力狀況	.66***	9.26***
14.	我會利用臉書比較我與其他人的呆萌指數	.73***	13.89***
15.	我會利用臉書比較我與其他人的顏值高低	.74***	15.50***
16.	我會利用臉書比較我與其他人的五官長相	.74***	16.34***
17.	我會利用臉書比較我與其他人的髮型樣式	.76***	13.80***
18.	我會利用臉書比較我與其他人的頭髮顏色	.74***	13.43***
19.	我會利用臉書比較我與其他人的身高體重	.71***	13.50***

(續下頁)

續表 3-6

社會比較量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	<i>r</i> 值	<i>t</i> 值
20.	我會利用臉書比較我與其他人的身材好壞	.76***	12.79***
21.	我會利用臉書比較我與其他人的頭貼創意	.73***	13.09***
22.	我會利用臉書比較我與其他人的網路遊戲成就	.48***	8.21***
23.	我會利用臉書比較我與其他人的現實遊戲成就	.61***	11.11***
24.	我會利用臉書比較我與其他人的體能誰較厲害	.69***	10.79***
25.	我會利用臉書比較我與其他人的才藝誰較厲害	.79***	14.13***
26.	我會利用臉書比較我與其他人的課業成績	.73***	12.16***
27.	我會利用臉書比較我與其他人的拍照技術	.70***	13.67***
28.	我會利用臉書比較我與其他人的修圖技術	.73***	11.76***
29.	我會利用臉書比較我與其他人的按讚數多寡	.74***	15.53***
30.	我會利用臉書比較我與其他人的朋友數多寡	.78***	15.75***
31.	我會利用臉書比較我與其他人的粉絲數多寡	.74***	13.25***
32.	我會利用臉書比較我與其他人的感情狀態	.72***	11.55***
33.	我會利用臉書比較我與其他人就讀的學校	.75***	13.39***
34.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的地點	.74***	14.31***
35.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的次數	.73***	13.75***
36.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的對象	.79***	14.00***
37.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的次數	.70***	10.09***
38.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的地點	.71***	11.00***
39.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的範圍	.70***	10.67***

(續下頁)

續表 3-6

社會比較量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	<i>r</i> 值	<i>t</i> 值
40.	我會利用臉書比較我與其他人的出國經驗	.69***	10.70***
41.	我會利用臉書比較我與其他人的美食經驗 (例如吃過什麼美食)	.70***	14.11***
42.	我會利用臉書比較我與其他人的嘴砲功力	.58***	10.90***
43.	我會利用臉書比較我與其他人的的人際關係	.68***	12.52***
44.	我會利用臉書比較我與其他人的居住地點 (例如居住都市/鄉村)	.72***	11.79***
45.	我會利用臉書比較我與其他人的玩具	.65***	8.90***
46.	我會利用臉書比較我與其他人的手機	.76***	12.89***
47.	我會利用臉書比較我與其他人的手錶	.79***	10.98***
48.	我會利用臉書比較我與其他人的衣服	.78***	13.90***
49.	我會利用臉書比較我與其他人的鞋子	.78***	13.49***
50.	我會利用臉書比較我與其他人的相機	.76***	11.52***
51.	我會利用臉書比較我與其他人的寵物	.69***	10.20***
52.	我會利用臉書比較我與其他人身上的飾品 (例如耳環、戒指)。	.77***	10.23***
53.	我會利用臉書比較我與其他看過的電影	.67***	11.77***
54.	我會利用臉書比較我與其他人的打字速度	.62***	10.79***
55.	我會利用臉書比較我與其他人的炫富文章	.64***	7.91***
56.	我會利用臉書比較我與其他人的放閃照片	.68***	8.80***
57.	我會利用臉書比較我與其他人的校園生活狀況	.73***	13.50***

*** $p < .001$.

(二) 因素分析

鑑別度良好的「社會比較量表」共有 57 題，進行因素分析，以瞭解其中的因素結構。本量表經因素分析結果顯示 KMO 值為.94，代表題項間有共同因素存在，Bartlett 球形檢定值 8949.06 達顯著 ($p < .001$)，表示取樣合適，可進行因素分析。

因素分析以主成份分析法 (Principal Components Analysis) 為主，進行直接斜交 (Direct Oblimin) 之轉軸法，分析量表的因素結構。刪除因素負荷量未達.5、雙重負荷量以及題項未達三題以上之因素。經因素分析後，第 8、21、22、23、24、25、28、29、30、31、32、41、42、44、45、50、51、52、53、54、55、56、57 題，因素負荷量未達.5，予以刪除；第 7、9、10 題，因素題項未達三題，予以刪除。其餘 31 題為本研究的正式量表題目，重新加以編號。

經因素分析共得到六個因素，可解釋 79.00% 的變異量，結果與命名如下：

1. 因素一：「身體形象」，其特徵值為 16.87，可解釋 54.40% 的變異量，共包括 14、15、16、17、18、19、20、27 等八題，各題的因素負荷量介於.63 至.90 之間。
2. 因素二：「人際互動」，其特徵值為 2.25，可解釋 7.26% 的變異量，共包括 1、2、3、4、5、6 等六題，各題的因素負荷量介於.64 至.92 之間。
3. 因素三：「流行用品」，其特徵值為 1.61，可解釋 5.18% 的變異量，共包括 43、46、47、48、49 等五題，各題的因素負荷量介於.64 至.79 之間。

4.因素四：「打卡經歷」，其特徵值為 1.43，可解釋 4.63%的變異量，共包括 37、38、39、40 等四題，各題的因素負荷量介於-.64 至-.80 之間。

5.因素五：「經濟狀況」，其特徵值為 1.25，可解釋 4.04%的變異量，共包括 11、12、13 等三題，各題的因素負荷量介於.76 至.88 之間。

6.因素六：「校園生活」，其特徵值為 1.08，可解釋 3.49%的變異量，共包括 26、33、34、35、36 等五題，各題的因素負荷量介於.58 至.82 之間。

萃取出之「身體形象」、「人際互動」、「流行用品」、「打卡經歷」、「經濟狀況」、「校園生活」六大因素，分析結果詳見表 3-7。

表 3-7

社會比較量表預試因素分析結果摘要表

預試 題號	身體 形象	人際 互動	流行 用品	打卡 經歷	經濟 狀況	校園 生活	正式 題號
16	.90						1
15	.84						2
18	.81						3
17	.76						4
19	.70						5
27	.70						6
20	.65						7

(續下頁)

續表 3-7

社會比較量表預試因素分析結果摘要表

預試 題號	身體 形象	人際 互動	流行 用品	打卡 經歷	經濟 狀況	校園 生活	正式 題號
14	.63						8
2		.92					9
3		.92					10
4		.87					11
1		.85					12
5		.77					13
6		.64					14
46			.79				15
49			.67				16
47			.67				17
48			.65				18
43			.64				19
38				-.80			20
37				-.76			21
39				-.76			22
40				-.64			23
13					.88		24
12					.84		25
11					.76		26

(續下頁)

續表 3-7

社會比較量表預試因素分析結果摘要表

預試 題號	身體 形象	人際 互動	流行 用品	打卡 經歷	經濟 狀況	校園 生活	正式 題號
35						.82	27
34						.80	28
33						.71	29
36						.61	30
26						.58	31
特徵值	16.87	2.25	1.61	1.43	1.25	1.08	
解釋變異量 (%)	54.40	7.26	5.18	4.63	4.04	3.49	
累積解釋變 異量 (%)	54.40	61.67	66.84	71.47	75.50	79.00	

萃取法：主成份分析

(三) 信度分析

本量表信度之考驗，係採用 Cronbach's α 相關係數，檢定其內部一致性，該量表建立時，總量表的係數為.97，而各分量表的係數介於.89 至.95 之間，表示本量表有不錯的信度，詳如表 3-8。

表 3-8

社會比較量表預試信度分析結果摘要表

因素構面	題號	Cronbach's α
身體形象	14、15、16、17、18、19、20、27	.95
人際互動	1、2、3、4、5、6	.95
流行用品	43、46、47、48、49	.92
打卡經歷	37、38、39、40	.92
經濟狀況	11、12、13	.89
校園生活	26、33、34、35、36	.92
總量表		.97

肆、臉書疲勞量表

一、預試量表之編製

經由文獻探討之後，由於國內外對於臉書疲勞皆未有完整的量表，因此研究者參考了以往關於測量臉書疲勞、臉書不連續使用意向、社群媒體疲勞、社交網站疲勞以及社交網站中止意向等概念的題目，包括 Cramer 等人 (2016) 測量臉書疲勞 (Facebook fatigue) 的題目 3 題；Bright 等人 (2015) 測量社群媒體疲勞 (Social media fatigue) 的題目 5 題；Cha 與 Lee (2015) 測量社交網站疲勞 (SNS fatigue) 的題目 5 題，測量社交網站中止意向 (SNS Discontinuanance Intention) 的題目 4 題；Åhsberg (2000) 測量工作疲勞 (Perceived fatigue related to work) 的題目 6 題；以及 Maier 等人 (2015b) 測量臉書不連續使用意向 (Facebook discontinuous usage intention) 的題目 4 題。

由於以上題目原作皆為英文，由研究者先將英文題目轉譯為中文，同時邀請二位任教英文的同事對題目翻譯內容的準確性進行評估，並根據他們的建議進行修改，再調整為國中學生更能了解的語意，並使之適用於國中學生的臉書疲勞情境，例如將社群媒體、社交網站、工作等不同情境皆修改為臉書使用情境。之後再將蒐集來的題目加以分析、整理、歸納，由研究者將部分不符合國中學生敘述、題目語意雷同或重覆等題目由 27 題合併或刪除後提取出 20 題，最後再加入研究者新增之題目 6 題，修訂成共計 26 題之「臉書疲勞量表」，本量表偏重在測量受測者在使用臉書後產生哪些面向的疲勞，以及受測者臉書疲勞的程度。

二、填答及計分方式

本量表採用 Likert 5 點量表，奇數選項有較中間值選項，也可緩解受測者作答壓力，共有 5 選項：選項 1 為「很少如此」，2 為「有時如此」，3 為「常常如此」，4 為「經常如此」，5 為「總是如此」來答題，受試者依據自己的心向反應選擇選項，正向題採正向計分，分別計為 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分。得分愈高，代表學生的臉書疲勞程度愈高。

三、選題程序

預試量表回收後，以統計分析進行選題。本研究依序使用下列三種分析方法來選題：先以內部一致性效標分析、相關分析法進行項目分析，其中決斷值與積差相關係數未達顯著即予以刪題；刪題後再進行因素分析，決定正式量表的題項；最後採用 Cronbach's α 係數進行信度檢視，檢定其內部一致性。

(一) 項目分析

本研究以極端組比較法求出各題項的決斷值，先將受試者在「臉書疲勞量表」各題項的得分予以加總，高分組為總分最高的 27%，低分組為總分最低的 27%，再經過獨立樣本 t 檢定，從結果中觀察每題項組別群體變異數相等性的 F 值考驗，再進行 Pearson 積差相關求出量表題目與總分的相關，且各題項與總量表的相關係數皆要大於 .30，並達到統計顯著水準(吳明隆、涂金堂，2012)。

此階段「臉書疲勞量表」經內部一致性效標分析及積差相關分析後，發現皆達顯著，因此保留具有良好鑑別度之題項共 26 題。茲將「臉書疲勞量表」內部一致性效標分析 (t 值) 及積差相關分析 (r 值) 之結果，以表 3-9 呈現如下。

表 3-9

臉書疲勞量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	r 值	t 值
1.	因為我會在臉書上與其他人比較，我覺得越來越不想使用臉書	.55***	8.11***
2.	為了避免自己與其他人比較，我覺得越來越不想使用臉書，	.51***	7.54***
3.	我對於其他人在臉書上發表的內容會產生負面的想法	.52***	7.89***
4.	我覺得當我在使用臉書時，我接收到過多無用的資訊	.62***	13.55***

(續下頁)

續表 3-9

臉書疲勞量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	r 值	t 值
5.	我覺得臉書上的資訊量多到讓我產生無法負荷的感覺	.60***	10.92***
6.	我覺得臉書上並沒有足夠的內容能滿足我正在尋找的資訊	.69***	12.31***
7.	我覺得我想要放棄閱讀臉書資訊，因為臉書上的資訊量太多了	.67***	12.02***
8.	在使用臉書之後，我會覺得有不舒服的感覺	.62***	9.58***
9.	在使用臉書之後，我會覺得心情沮喪	.55***	8.76***
10.	在使用臉書之後，我會覺得疲憊不堪	.56***	9.28***
11.	在使用臉書之後，我會產生厭倦的感覺	.68***	11.01***
12.	我正在考慮暫時停止使用臉書	.78***	16.53***
13.	我正在考慮完全終止使用臉書	.77***	11.67***
14.	我正在考慮減少使用臉書的功能	.79***	19.92***
15.	我正在考慮使用其他社交網站取代使用臉書	.74***	19.12***
16.	未來我會考慮暫時停止使用臉書	.81***	16.07***
17.	未來我會考慮完全終止使用臉書	.81***	15.27***
18.	未來我會考慮減少使用臉書的功能	.80***	20.04***
19.	未來我會考慮使用其他社交網站來取代使用臉書	.73***	19.61***
20.	如果可以的話我現在就想立即停止使用臉書	.79***	11.87***
21.	我覺得使用臉書是一件無趣的事情	.81***	15.21***

(續下頁)

續表 3-9

臉書疲勞量表預試項目分析結果摘要表

題號	題目內容	r 值	t 值
22.	我覺得使用臉書浪費我太多的時間了	.77***	13.59***
23.	我對於臉書上是否有新事情發生並不感興趣	.67***	13.55***
24.	我對於臉書上的動態提醒越來越不在乎	.67***	14.66***
25.	對於和臉書好友的互動，我越來越只是敷衍了事	.71***	14.04***
26.	對於和臉書好友的互動，我感到挫敗與壓力	.53***	7.87***

*** $p < .001$.

(二) 因素分析

鑑別度良好的臉書疲勞量表共有 26 題，進行因素分析，以瞭解其中的因素結構。本量表經因素分析結果顯示 KMO 值為.93，代表題項間有共同因素存在，Bartlett 球形檢定值 4685.29 達顯著 ($p < .001$)，表示取樣合適，可進行因素分析。

因素分析以主成份分析法 (Principal Components Analysis) 為主，進行直接斜交 (Direct Oblimin) 之轉軸法，分析量表的因素結構。刪除因素負荷量未達.5、雙重負荷量以及題項未達三題以上之因素。經因素分析後，第 5、22、25、26 題，因素負荷量未達.5，予以刪除。其餘 22 題為本研究的正式量表題目，重新加以編號。

經因素分析共得到四個因素，可解釋 70.57% 的變異量，結果與命名如下：

- 1.因素一：「中止意向」，其特徵值為 10.73，可解釋 48.79%的變異量，共包括 12、13、14、15、16、17、18、19、20、21 等十題，各題的因素負荷量介於.64 至.89 之間。
- 2.因素二：「情緒耗竭」，其特徵值為 2.47，可解釋 11.24%的變異量，共包括 8、9、10、11 等四題，各題的因素負荷量介於.56 至.85 之間。
- 3.因素三：「訊息過載」，其特徵值為 1.26，可解釋 5.72%的變異量，共包括 4、6、7、23、24 等五題，各題的因素負荷量介於.57 至.74 之間。
- 4.因素四：「消極迴避」，其特徵值為 1.06，可解釋 4.82%的變異量，共包括 1、2、3 等三題，各題的因素負荷量介於.62 至.94 之間。

萃取出之「中止意向」、「情緒耗竭」、「訊息過載」、「消極迴避」四大因素，分析結果詳見表 3-10。

表 3-10

臉書疲勞量表預試因素分析結果摘要表

預試 題號	中止 意向	情緒 耗竭	訊息 過載	消極 迴避	正式 題號
16	.89				1
15	.87				2
17	.84				3
18	.83				4

(續下頁)

續表 3-10

臉書疲勞量表預試因素分析結果摘要表

預試 題號	中止 意向	負面 情緒	訊息 過載	消極 迴避	正式 題號
19	.79				5
12	.78				6
20	.76				7
14	.73				8
13	.73				9
21	.64				10
10		.85			11
9		.79			12
11		.67			13
8		.56			14
4			.74		15
23			.67		16
24			.66		17
6			.61		18
7			.57		19
2				.94	20
1				.87	21
3				.62	22
特徵值	10.73	2.47	1.26	1.06	
解釋變異量	48.79%	11.24%	5.72%	4.82%	
累積解釋變異量	48.79%	60.03%	65.75%	70.57%	

萃取法：主成份分析

(三) 信度分析

本量表信度之考驗，係採用 Cronbach's α 相關係數，檢定其內部一致性，該量表建立時，總量表的係數為.95，各分量表的係數介於.79 至.95 之間，表示本量表有不錯的信度，詳如表 3-11。

表 3-11

臉書疲勞量表預試信度分析結果摘要表

因素構面	題號	Cronbach's α
中止意向	12、13、14、15、16、17、18、 19、20、21	.95
情緒耗竭	8、9、10、11	.86
訊息過載	4、6、7、23、24	.83
消極迴避	1、2、3	.79
總量表		.95

第四節 資料處理與分析

壹、資料處理

本研究分別於預試問卷及正式問卷施測後，依據所得之有效研究樣本，採量化方式處理，以SPSS 20.0版統計套裝軟體進行資料分析之處理，並驗證各研究假設，顯著水準定為 $\alpha=.05$ 。

貳、預試問卷統計方法

一、項目分析

本研究採用獨立樣本t檢定分析量表題項之差異情形，以Pearson積差相關研究量表題項間之相關情形，藉以確定量表的題項具有可行性及適切性。

二、因素分析

本研究以因素分析法考驗臉書使用行為量表、社會比較量表以及臉書疲勞量表的因素結構，以便進行各構面之效度分析。

三、信度分析

信度為判斷問卷是否具有內部一致性，也就是同一群受試者在同樣一份問卷上測驗多次的分數是否具有一致性。本研究採用Cronbach's α 信賴係數來檢驗量表之信度，當Cronbach's α 值愈大，表示信度愈高，代表量表愈穩定，各因素衡量題項間的內部一致性愈大。吳明隆與涂金堂（2012）指出Cronbach's α 值若介於0.7至0.98間，可稱為具有高信度，若低於0.35則須拒絕之，一般大多以 α 係數大於0.7為檢定標準。

參、正式問卷統計方法

一、現況分析

本研究以次數分配、平均數、標準差、百分比等描述性統計瞭解國中學生基本資料、臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞之現況。

二、獨立樣本t檢定

本研究以獨立樣本t檢定來分析不同性別的國中學生在臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞得分上的差異情形。

三、單因子變異數分析

本研以單因子變異數分析來檢定不同年級之國中學生在臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞得分上的差異情形。

四、Pearson積差相關

本研究以Pearson積差相關對國中學生在臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞兩兩間之相關情形進行分析。

五、階層迴歸分析探討

本研究以階層迴歸分析，探討國中學生之背景變項、臉書使用行為、社會比較對臉書疲勞之預測關係。

第五節 實施程序

本研究實施程序如下：

壹、閱讀文獻以決定主題

研究者在準備研究初期，首先根據在教育職場中觀察到的現況，引起研究動機，再以自身之研究興趣為起點，廣泛閱讀國內外相關的文獻與資料。再經過與指導教授進行相關討論，諮詢教授建議後決定研究方向，且確認該研究可行後，定下此研究主題。

貳、蒐集統整文獻資料

確定主題後，針對研究主題有關之變項，大量蒐集並閱讀國內外相關線上期刊、論文資料以及實體書籍等，多次閱讀後進行歸納整理，完成文獻的分析與探討。

參、擬訂研究架構與計劃

根據文獻探討之內容與指導教授討論，並在指導教授建議下擬訂研究架構，確立研究變項、研究問題及研究假設等，進行研究計劃之撰寫。

肆、編製研究工具

經由文獻探討之結果明定研究架構，確立相關之變項後，研究者參照中英文文獻中之研究工具，透過翻譯及情境置換等方式，並佐以開放式問題蒐集學生答案並加以分析、歸納、整理後，

編製本研究相關變項之量表，進行問卷資料收集。

本研究主要研究工具包含「個人基本資料表」、「臉書使用行為量表」、「社會比較量表」以及「臉書疲勞量表」四個量表，並錯開預試與正式問卷之取樣學生後，以彰化縣公私立之國中學生進行量表預試及正式問卷。

預試後，針對預試問卷進行項目分析與因素分析刪題，再透過信效度分析驗證量表之信效度，完成正式問卷。

伍、正式施測

本研究正式施測時採用便利取樣，並於 107 學年度下學期正式施測，以彰化縣之公私立學校國中學生為對象，問卷中並註明填答時之相關注意事項，以求提升填答之準確性。

陸、資料處理與分析

回收問卷後，由研究者進行施測問卷之整理，排除無效問卷後進行登錄，並利用統計軟體進行資料整理與分析。

柒、歸納結論與提出建議

本研究根據施測問卷所得之資料數據，加以分析、解釋、探討與統整後，提出結論。並根據研究結果，對家庭教育、學校教育以及未來研究方向，提出相關具體建議，以供日後研究參考。

第四章 結果與討論

為驗證本研究之假設，本章將根據以107學年度就讀於彰化縣之國中學生之問卷調查所獲得之數據，進行統計分析，探討彰化縣之國中學生的臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之關係。

本章將研究結果分為五節，第一節為國中學生之個人臉書使用基本資料之現況分析；第二節為國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之現況分析；第三節為不同背景變項國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之差異分析；第四節為國中學生臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之相關分析；第五節為臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之預測迴歸分析。

第一節 國中學生之個人臉書使用基本資料之現況分析

本節主要為根據問卷所得之資料分析受試樣本中當前國中學生個人臉書使用之相關基本資料，就各項題目進行現況分析探討：經常使用的社交網站或程式、偏好使用的連上臉書工具、臉書上的朋友數、臉書使用資歷、臉書使用時間等，列表4-1至4-5說明如下。

壹、國中學生經常使用的社交網站或程式之現況分析

由表 4-1 的結果顯示，僅有 0.5%的國中學生未曾使用各種社交網站或程式，亦即 99.5%的國中學生曾使用社交網站或程式，並且 97.9%的國中學生有使用臉書，其次依序為 Youtube 92.7%、

Instagram 78.4%、LINE 73.7%、Dcard 10.3%。

表 4-1

經常使用的社交網站或程式	次數	百分比
未曾使用	2	0.5%
Facebook	418	97.9%
LINE	314	73.7%
Instagram	334	78.4%
Youtube	395	92.7%
Dcard	44	10.3%
其他	12	2.8%

貳、國中學生偏好使用的臉書工具之現況分析

由表4-2的結果顯示，90.9%的國中學生偏好使用的臉書工具為手機或平板，其餘有9.1%則是較偏好使用電腦（桌上型或筆電）作為臉書工具。

表 4-2

偏好使用的連上臉書工具	次數	百分比
手機或平板	380	90.9%
電腦（桌上型或筆電）	38	9.1%

參、國中學生臉書上的朋友數之現況分析

問卷中本題目未提供受測者選擇題項，而是由受測者自行填答臉書上的朋友人數，透過個別受測者原始填答之好友人數，計算得知國中學生臉書上的朋友數平均為348.35人 ($SD=432.56$)。

將個別受測者原始填答之朋友數人數轉換為表4-3，結果顯示，32.1%的國中學生臉書上的朋友人數介於100~299人，其次23.7%的國中學生臉書上的朋友人數500人以上，22.2%的國中學生臉書上的朋友人數介於1~99人，22.0%的國中學生臉書上的朋友人數介於300~499人。

表 4-3

國中學生臉書上的朋友數之描述統計摘要表 (N=418)

臉書上的朋友數	次數	百分比
1~99 人	93	22.2%
100~299 人	134	32.1%
300~499 人	92	22.0%
500 人以上	99	23.7%

肆、國中學生臉書使用資歷之現況分析

問卷中本題目未提供受測者選擇題項，而是由受測者自行填答臉書使用資歷年月，透過個別受測者原始填答之使用資歷，計算得知國中學生臉書使用資歷平均為 50.16 個月 ($SD=24.48$)。

將個別受測者原始填答之臉書使用資歷轉換為表 4-4，結果顯示，41.4%的國中學生臉書使用資歷為 5 年以上，其次 28.5%的國

中學生臉書使用資歷為3年以上5年未滿，27.5%的國中學生臉書使用資歷為1年以上3年未滿，僅有2.6%的國中學生臉書使用資歷為1年未滿。

表 4-4

國中學生臉書使用資歷之描述統計摘要表 (N=418)

臉書使用資歷	次數	百分比
1年未滿	11	2.6%
1年以上3年未滿	115	27.5%
3年以上5年未滿	119	28.5%
5年以上	173	41.4%

伍、國中學生臉書每日使用時間之現況分析

問卷中本題目未提供受測者選擇題項，而是由受測者自行填答臉書每日使用時間，透過個別受測者原始填答之臉書每日使用時間，計算得知國中學生臉書每日使用時間平均為69.73分鐘 ($SD=90.58$)。

將個別受測者原始填答之臉書每日使用時間轉換為表4-5，結果顯示，58.9%的國中學生臉書每日使用時間為1小時未滿，其次20.3%的國中學生臉書每日使用時間為1小時以上2小時未滿，11.5%的國中學生臉書每日使用時間為3小時以上，9.3%的國中學生臉書每日使用時間為2小時以上3小時未滿。

表 4-5

國中學生臉書每日使用時間之描述統計摘要表 (N=418)

臉書每日使用時間	次數	百分比
1 小時未滿	256	58.9%
1 小時以上 2 小時未滿	85	20.3%
2 小時以上 3 小時未滿	39	9.3%
3 小時以上	48	11.5%

陸、小結

根據本研究所做之問卷發現，國中學生個人臉書使用基本資料之現況為：幾乎所有的國中學生曾使用社交網站或程式（99.5%），並且國中學生最普遍使用的社交網站或程式是臉書（97.9%）；絕大多數的國中學生偏好使用連上臉書的工具為手機或平板（90.9%）；國中學生臉書上的朋友數平均為348.35人，大多數的國中學生的臉書上的朋友人數介於100~299人（32.1%）；國中學生臉書使用資歷平均為50.16個月，大多數的國中學生臉書使用資歷為5年以上（41.4%）；國中學生臉書每日使用時間平均為69.73分鐘，大多數的國中學生臉書每日使用時間為1小時未滿（58.9%）。

第二節 國中學生臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞之現況分析

本節透過描述性統計之次數分配、百分比、平均數以及標準差，呈現彰化縣之國中學生臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之現況分析與探討。

壹、 臉書使用行為現況分析

本研究的臉書使用行為類型，分為「資訊分享」、「線上交流」和「人際拓展」三個因素構面，透過平均數與標準差的計算，分析國中學生在臉書使用行為上的傾向，結果如表4-6。

表4-6

國中學生臉書使用行為現況摘要表 (N=418)

因素構面	平均數	標準差	題數(題)
資訊分享	2.73	.91	5
線上交流	2.20	.73	4
人際拓展	2.47	.82	3
整體	2.49	.67	12

根據表4-6顯示，國中學生之臉書使用行為整體而言平均為2.49分，在Likert五點量表中，使用頻率介於「有時如此」與「常常如此」之間，略低於中間數值3分。而各種臉書使用行為構面得分之平均數，依序為最高之「資訊分享」($M=2.73$, $SD=.91$)，其

次為「人際拓展」($M=2.20, SD=.73$), 最低為「線上交流」($M=2.20, SD=.73$)。

此數據顯示，就臉書使用行為而言，目前國中學生自覺之臉書使用行為的整體得分為中間僅略偏下，並且國中學生最有可能為了臉書的資訊分享面向功能而使用臉書，研究者根據統計結果推論臉書能提供想分享個人資訊的使用者一個方便的場合，並也利用它分享了各種生活事件、表達自己的想法以及和生活細節有關的感受等，因此臉書的使用者較著重於分享資訊，這與 Dwyer 等人 (2007) 的研究結果相符。

貳、社會比較現況分析

本研究將國中學生社會比較分為「身體形象」、「人際互動」、「流行用品」、「打卡經歷」、「經濟狀況」和「校園生活」六個因素構面，透過平均數與標準差的計算，分析國中學生社會比較之現況，其結果如表4-7。

表4-7

國中學生社會比較現況摘要表 (N=418)

因素構面	平均數	標準差	題數 (題)
身體形象	1.88	.73	8
人際互動	1.89	.75	6
流行用品	1.93	.81	5
打卡經歷	1.68	.69	4

(續下頁)

續表4-7

國中學生社會比較現況摘要表 (N=418)

因素構面	平均數	標準差	題數(題)
經濟狀況	1.67	.78	3
校園生活	1.99	.84	5
整體	1.86	.62	31

根據表4-7顯示，國中學生之社會比較整體而言平均為1.86分，在Likert五點量表中，比較程度介於「很少如此」與「有時如此」之間，低於中間數值3分。而各種社會比較構面得分之平均數，最高為「校園生活」(M=1.99, SD=.84)，其次依序為「流行用品」(M=1.93, SD=.81)、「人際互動」(M=1.89, SD=.75)、「身體形象」(M=1.88, SD=.73)、「打卡經歷」(M=1.68, SD=.69)與最低之「經濟狀況」(M=1.67, SD=.78)。

此數據顯示，就社會比較而言，目前國中學生自覺之社會比較的程度整體得分偏低，量表得分上並未呈現出明顯的比較強度。但依據社會比較理論，社會比較本應該是人類普遍存在的一種社會現象(Festinger, 1954)，研究者根據統計結果推論或許社會比較對國中學生而言，其實是一種雖不明顯但仍確實潛藏的行為，因此即使量表得分偏低仍不容輕忽看待，因為學生可能並未發覺自己在不經意中的與他人進行比較，或是學生將與他人比較視為一種負面行為因此整體得分偏低，而其中得分較高的面向為校園生活，推論此與國中學生的生活重心為校園有關。

參、 臉書疲勞現況分析

本研究將臉書疲勞分為「中止意向」、「情緒耗竭」、「訊息過載」和「消極迴避」四個因素構面。透過平均數與標準差的計算，分析國中學生臉書疲勞之現況，其結果如表4-8。

表4-8

因素構面	平均數	標準差	題數 (題)
中止意向	2.14	.90	10
情緒耗竭	1.56	.68	4
訊息過載	2.38	.89	5
消極迴避	1.71	.75	3
整體	2.03	.67	22

根據表4-8顯示，國中學生之臉書疲勞整體而言平均為2.03分，在Likert五點量表中，接近於「有時如此」，低於中間值3分。而各種臉書疲勞構面發生之頻率，依序為最高之「訊息過載」($M=2.38$, $SD=.89$)，其次依序為「中止意向」($M=2.14$, $SD=.90$)、「消極迴避」($M=1.71$, $SD=.75$)與最低之「情緒耗竭」($M=1.56$, $SD=.68$)。

此數據顯示，就臉書疲勞而言，目前國中學生自覺之臉書疲勞程度整體略為偏低，研究者根據統計結果推論應為臉書仍為國中學生相當倚賴使用之社群網站，呼應本研究先前之國中學生使用的社交網站或程式之描述統計呈現之國中學生最普遍使用的社

交網站或程式是臉書（97.9%），因而可能即使使用臉書後帶來了負面心理結果，卻仍未明顯感受到所產生之各種減少使用臉書意圖，造成臉書疲勞整體得分略為偏低，而其中之得分較高的面向為訊息過載，研究者根據統計結果推論為臉書頁面與其他使用者所提供的大量訊息對於國中學生使用者來說可能有不少是多餘或是與其興趣無關的，這也與 Yang 等人（2013）的研究將訊息過載作為社會網絡疲勞的最主要前提相同。

第三節 不同背景變項國中學生臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞之差異分析

本節主要目的在探討國中學生在不同背景變項下，對於臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞間是否存在顯著的差異。其中背景變項包含國中學生之性別與年級。本節採用獨立樣本 t 檢定以及單因子變異數分析，分兩部分來檢驗其差異情形。第一部分為探討不同性別國中學生之臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞的差異性；第二部分則為探討不同年級國中學生之臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞的差異性。結果如下：

壹、不同性別國中學生之臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞的差異分析

一、不同性別的國中學生在臉書使用行為之差異分析

以性別當作自變項，以臉書使用行為之三個構面（資訊分享、線上交流、人際拓展）及總量表為依變項，進行獨立樣本 t 檢定，以考驗不同性別的國中學生在臉書使用行為各構面的差異情形，並將其相關的平均數及標準差，整理如表4-9。

表 4-9

性別對臉書使用行為之獨立樣本 t 檢定分析摘要表

層面	性別	N	M	SD	t 值
資訊分享	女	216	14.28	4.49	2.82**
	男	202	13.03	4.57	

續表 4-9

性別對臉書使用行為之獨立樣本 t 檢定分析摘要表

層面	性別	N	M	SD	t 值
線上交流	女	216	8.91	2.83	0.83
	男	202	8.67	3.04	
人際拓展	女	216	7.33	2.50	-0.59
	男	202	7.48	2.42	
總量表	女	216	30.52	7.78	1.71
	男	202	29.17	8.33	

** $p < .01$.

根據表4-9的統計結果顯示，不同性別的國中學生在臉書使用行為的整體面向 ($t=1.71, p > .05$)，未達到顯著差異，顯示臉書使用行為整體而言不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異。

再從各構面來看，不同性別的國中學生在「資訊分享」構面 ($t=2.82, p < .01$)，達到顯著差異，顯示女學生在資訊分享構面的臉書使用行為頻率是高於男學生的；而不同性別國中學生在「線上交流」構面 ($t=0.83, p > .05$) 與「人際拓展」構面 ($t=-0.59, p > .05$)，皆未達到顯著差異，顯示線上交流與人際拓展這二個構面不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異存在。

綜上所述，本研究之「假設一、不同性別國中學生臉書使用行為情形達到顯著差異」乙項，獲得部分支持。

研究者根據統計結果推論，雖然整體面向而言，不同性別國中學生的臉書使用行為整體並無明顯差異，但女學生比男學生更

常透過發文、打卡等行為分享資訊，所以女生在資訊分享部份的得分高於男生，此部分結果與陳意婷（2016）的研究結果相似。

二、不同性別的國中學生在社會比較之差異分析

以性別當作自變項，以社會比較之六個構面（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活）及總量表為依變項，進行獨立樣本 t 檢定，以考驗不同性別的國中學生在社會比較各構面的差異情形，並將其平均數及標準差整理如表4-10。

表4-10

性別對社會比較之獨立樣本 t 檢定分析摘要表

層面	性別	N	M	SD	t 值
身體形象	女	216	15.75	6.13	2.64**
	男	202	14.25	5.43	
人際互動	女	216	11.37	4.51	0.40
	男	202	11.19	4.51	
流行用品	女	216	9.81	4.09	0.73
	男	202	9.52	4.01	
打卡經歷	女	216	6.69	2.78	0.17
	男	202	6.65	2.73	
經濟狀況	女	216	5.06	2.46	0.57
	男	202	4.93	2.23	
校園生活	女	216	10.30	4.44	1.65
	男	202	9.62	3.88	
總量表	女	216	58.97	20.08	1.49
	男	202	56.16	18.48	

** $p < .01$.

根據表4-10的統計結果顯示，不同性別的國中學生在社會比較的整體面向 ($t=1.49, p>.05$)，未達到顯著差異，顯示社會比較整體而言不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異。

再從各構面來看，不同性別的國中學生在「身體形象」構面 ($t=2.64, p<.01$)，達顯著差異，顯示女學生在身體形象構面的社會比較程度是顯著高於男學生的；不同性別的國中學生在「人際互動」構面 ($t=0.40, p>.05$)、「流行用品」構面 ($t=0.73, p>.05$)、「打卡經歷」構面 ($t=0.17, p>.05$)、「經濟狀況」構面 ($t=0.57, p>.05$)與「校園生活」構面 ($t=1.65, p>.05$)，皆未達到顯著差異，顯示人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況與校園生活這五個構面不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異存在。

綜上所述，本研究之「假設三、不同性別國中學生社會比較情形達到顯著差異」乙項，獲得部分支持。

研究者根據統計結果推論，雖然整體面向而言，不同性別國中學生的社會比較整體並無明顯差異，但女生可能因為青春期的身體變化，使得他們更加在意虛擬世界中的身體形象，因而女學生在身體形象構面的社會比較程度顯著高於男學生，此部分結果和 Chua 與 Chang (2016) 的研究相同。

三、不同性別的國中學生在臉書疲勞之差異分析

以性別當作自變項，以臉書疲勞之四個構面（中止意向、情緒耗竭、訊息過載、消極迴避）及總量表為依變項，進行獨立樣本 t 檢定，以考驗不同性別的國中學生在臉書疲勞各構面的差異情

形，並將其相關的平均數及標準差，整理如表4-11。

表 4-11

性別對臉書疲勞之獨立樣本 *t* 檢定分析摘要表

層面	性別	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i> 值
中止意向	女	216	22.65	9.92	2.93**
	男	202	20.12	7.66	
情緒耗竭	女	216	6.04	2.59	-1.57
	男	202	6.46	2.81	
訊息過載	女	216	11.81	4.56	-.45
	男	202	12.01	4.36	
消極迴避	女	216	5.01	2.24	-1.01
	男	202	5.23	2.27	
總量表	女	216	45.51	15.86	1.18
	男	202	43.82	13.55	

** $p < .01$.

根據表 4-11 的統計結果顯示，不同性別的國中學生在臉書疲勞的整體面向 ($t=1.18, p > .05$)，未達到顯著差異，顯示臉書疲勞整體而言不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異。

再從各構面來看，不同性別的國中學生在「中止意向」構面 ($t=2.93, p < .01$)，達顯著差異，顯示女學生在中止意向構面的臉書疲勞是顯著高於男學生的；而不同性別的國中學生在「情緒耗竭」構面 ($t=-1.57, p > .05$)、「訊息過載」構面 ($t=-.45, p > .05$) 與「消極迴避」構面 ($t=-1.01, p > .05$)，皆未達到顯著

差異，顯示情緒耗竭、訊息過載與消極迴避這三個構面不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異存在。

綜上所述，本研究之「假設五、不同性別國中學生臉書疲勞之情形達到顯著差異」乙項，獲得部分支持。

研究者根據統計結果推論，雖然整體面向而言，不同性別國中學生的臉書疲勞整體並無明顯差異，但女學生比男學生更常感受到減少或停止使用臉書的負面心理，所以女生在中止意向部份的得分高於男生，此部分結果與林紫晴（2018）的研究結果女性臉書使用者普遍較男性使用者較常採取減少使用等策略相似。

貳、不同年級國中學生之臉書使用行為、社會比較及臉書疲勞的差異分析

一、不同年級的國中學生臉書使用行為之差異分析

以年級當作自變項，以臉書使用行為之三個構面（資訊分享、線上交流、人際拓展）及總量表為依變項，先進行變異數同質性檢定，同質者進行單因子變異數分析（one-way ANOVA），不同質者則進行均等平均數的 Robust 檢定，以考驗不同年級的國中學生在臉書使用行為各構面的差異情形， F 值顯著者再以 Scheffé 法或 Games-Howell 法進行事後比較。其相關的平均數、標準差與單因子變異數分析摘要，整理如表 4-12。

表4-12

不同年級臉書使用行為之單因子變異數分析摘要表 (N=418)

構面	年級	N	M	SD	F	事後比較
資訊分享	七	137	13.23	4.27	1.61	
	八	137	13.57	4.61		
	九	144	14.19	4.77		
線上交流	七	137	9.30	3.05	3.06*	未達顯著 差異
	八	137	8.55	2.95		
	九	144	8.54	2.76		
人際拓展	七	137	7.63	2.60	1.08	
	八	137	7.39	2.48		
	九	144	7.20	2.30		
總量表	七	137	30.16	8.18	0.23	
	八	137	29.50	8.05		
	九	144	29.93	8.02		

* $p < .05$.

根據表 4-12 的統計結果顯示，不同年級的國中學生在臉書使用行為的整體面向 ($F=0.23$, $p > .05$)，未達到顯著差異，顯示臉書使用行為整體而言不會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異，這結果與張立穎 (2015) 的研究結果相同。

再從各構面來看，不同年級的國中學生在「線上交流」構面 ($F=3.06$, $p < .05$)，達顯著差異，進一步以 Scheffé 法進行事後比較，但卻發現統計結果顯示年級組別間未達顯著差異 ($p > .05$)，但 p 值 .097 為介於 .05 至 .10 範圍之間的邊緣顯著，仍可提供做為趨勢可能性之參考，七年級學生在線上交流構面之得分

可能高於九年級學生；而不同年級在「資訊分享」構面 ($F=1.61$, $p>.05$) 與「人際拓展」構面 ($F=1.08$, $p>.05$)，皆未達到顯著差異，顯示資訊分享與人際拓展這二個構面不會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異存在。

綜上所述，本研究之「假設二、不同年級國中學生臉書使用行為情形達到顯著差異」乙項，並未獲得支持。

研究者根據統計結果推論，雖然整體面向而言，不同年級國中學生的臉書使用整體並無明顯差異，但七年之學生可能比九年級之學生更常使用臉書進行線上交流，可能原因為七年級的學生剛進入國中生活，透過臉書提供的功能與更多新認識的同學進行交流。

二、不同年級國中學生社會比較之差異分析

以年級當作自變項，以社會比較之六個構面（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活）及總量表為依變項，先進行變異數同質性檢定，同質者進行單因子變異數分析 (one-way ANOVA)，不同質者則進行均等平均數的 Robust 檢定，以考驗不同年級的國中學生在社會比較各構面的差異情形， F 值顯著者再以 Scheffé 法或 Games-Howell 法進行事後比較。其平均數、標準差與單因子變異數分析摘要，整理如表 4-13。

表 4-13

不同年級國中學生社會比較之單因子變異數分析摘要表 (N=418)

構面	年級	N	M	SD	F	事後比較
身體形象	七	137	13.83	5.41	4.58*	九 > 七
	八	137	15.36	5.95		
	九	144	15.85	5.99		
人際互動	七	137	11.26	4.69	0.23	
	八	137	11.46	4.45		
	九	144	11.12	4.41		
流行用品	七	137	9.19	4.03	1.43	
	八	137	9.88	3.93		
	九	144	9.92	4.17		
打卡經歷	七	137	6.74	3.15	1.37	
	八	137	6.88	2.60		
	九	144	6.40	2.46		
經濟狀況	七	137	4.74	2.33	1.24	
	八	137	5.07	2.28		
	九	144	5.17	2.43		
校園生活	七	137	9.65	4.14	1.37	
	八	137	9.81	4.11		
	九	144	10.43	4.29		
總量表	七	137	55.42	19.70	1.33	
	八	137	58.46	19.13		
	九	144	58.89	19.18		

* $p < .05$.

根據表 4-13 的統計結果顯示，不同年級國中學生在社會比較的整體面向 ($F=1.33$, $p > .05$)，未達顯著差異，顯示社會比較

整體而言不會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異。

再從各構面來看，不同年級的國中學生在「身體形象」構面 ($F=4.58, p<.05$)，達顯著差異，顯示年級在身體形象構面中有顯著差異，進一步以 Scheffé 法進行事後比較，發現九年級學生在身體形象構面之得分顯著高於七年級學生；而不同年級在「人際互動」構面 ($F=0.23, p>.05$)、「流行用品」構面 ($F=1.43, p>.05$)、「打卡經歷」構面 ($F=1.37, p>.05$)、「經濟狀況」構面 ($F=1.24, p>.05$)與「校園生活」構面 ($F=1.37, p>.05$)，皆未達到顯著差異，顯示人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況與校園生活這五個構面不會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異存在。

綜上所述，本研究之「假設四、不同年級國中學生社會比較之情形達到顯著差異」乙項，獲得部分支持。

研究者根據統計結果推論，整體面向而言，不同年級國中學生的社會比較整體並無明顯差異，這與先前的研究結果指出隨著年齡的增長，社會比較的興趣減少，此減少的興趣與臉書活動減少有關 (Ozimek & Bierhoff, 2016) 並不相同，可能的解釋為國中學生間仍為年齡差距不多之青少年前期，因此不同年級國中學生的社會比較整體並無明顯差異；而九年級學生在身體形象構面的得分顯著高於七年級學生，可能原因為愈高年級學生之自我概念表現愈趨於負向 (林世欣, 2000)，九年級學生有可能因此負向之身體形象自我概念造成比七年級學生更重視在身體形象的社會比較。

三、不同年級國中學生臉書疲勞之差異分析

以年級當作自變項，以臉書疲勞之四個構面（中止意向、情緒耗竭、訊息過載、消極迴避）及總量表為依變項，先進行變異數同質性檢定，同質者進行單因子變異數分析（one-way ANOVA），不同質者則進行均等平均數的 Robust 檢定，以考驗不同年級的國中學生在臉書疲勞各構面的差異情形， F 值顯著者再以 Scheffé 法或 Games-Howell 法進行事後比較。其相關的平均數、標準差與單因子變異數分析摘要，整理如表 4-14。

表 4-14

不同年級國中學生臉書疲勞之單因子變異數分析摘要表 ($N=418$)

構面	年級	N	M	SD	F	事後比較
中止意向	七	137	18.91	7.92	17.83***	九 > 七
	八	137	20.40	8.64		九 > 八
	九	144	24.81	9.28		
情緒耗竭	七	137	5.96	2.62	2.74	
	八	137	6.09	2.64		
	九	144	6.66	2.81		
訊息過載	七	137	11.31	4.23	10.06***	九 > 七
	八	137	11.11	4.42		九 > 八
	九	144	13.22	4.45		
消極迴避	七	137	4.99	2.18	2.94	
	八	137	4.87	2.22		
	九	144	5.48	2.33		
總量表	七	137	41.17	13.73	16.45***	九 > 七
	八	137	42.46	14.35		九 > 八
	九	144	50.17	14.71		

*** $p < .001$.

根據表 4-14 的統計結果顯示，不同年級的國中學生在臉書疲勞的整體面向 ($F=16.45, p<.001$)，達到顯著差異，顯示社會比較整體而言會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異，進一步以 Scheffé 法進行事後比較，發現九年級學生在臉書疲勞整體面向之得分顯著高於七年級與八年級學生。

再從各構面來看，不同年級的國中學生在「中止意向」構面 ($F=17.83, p<.001$)，達顯著差異，顯示年級在中止意向構面中有顯著差異，進一步以 Scheffé 法進行事後比較，發現九年級學生在中止意向構面之得分顯著高於七年級與八年級學生；此外，不同年級的國中學生在「訊息過載」構面 ($F=10.06, p<.001$)，也達顯著差異，顯示年級在訊息過載構面中有顯著差異，進一步以 Scheffé 法進行事後比較，發現九年級學生在訊息過載構面之得分也顯著高於七年級與八年級學生；而不同年級在「情緒耗竭」構面 ($F=2.74, p>.05$) 與「消極迴避」的構面 ($F=2.94, p>.05$)，皆未達到顯著差異，顯示情緒耗竭與消極迴避這二個構面不會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異存在。

綜上所述，本研究之「假設六、不同年級國中學生臉書疲勞之情形達到顯著差異」乙項，獲得支持。

研究者根據統計結果推論，整體面向而言，不同年級國中學生的臉書疲勞整體已達明顯差異，九年級學生之得分顯著高於七年級與八年級學生，可能原因為九年級學生使用臉書之資歷應已較久而較無新鮮感，並且面臨會考之時間壓力，所以九年級學生在臉書疲勞整體面得分高於七年級與八年級學生。尤其反映在中止意向與訊息過載這兩個部分，可能因時間的壓力而減少、暫停

或中止臉書的使用；也可能因平日要應付課業之訊息已多，更顯臉書對於九年級學生之資訊負荷量大與無用資訊過多。對照國內外之研究，關於臉書疲勞之研究仍然不多，因此以學生使用者之個人背景變項年級作為探討臉書疲勞之差異的研究並不多見，關於此結果之印證仍期待有其他更多後續之研究加以探討。

第四節 國中學生臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞之相關分析

本節主要目的在於驗證國中學生的臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞間是否存在顯著相關。以下將採積差相關進行臉書使用行為、社會比較以及臉書疲勞彼此之間的相關情形分析，結果說明如下。

壹、臉書使用行為與社會比較各構面間之相關分析

- 一、就總量表與其各自分量表的相關情形分析：臉書使用行為總分與其各因素得分相關係數介於.71 至.88 之間，均達顯著；社會比較總分與其各因素得分之相關係數介於.73 至.86 之間，同樣皆達到顯著。可見臉書使用行為量表與社會比較量表有良好的內部一致性。
- 二、就臉書使用行為總量表與社會比較總量表的相關情形分析：臉書使用行為量表總分與社會比較量表總分之間達顯著正相關 ($r=.44, p<.001$)，代表國中學生的臉書使用行為越高，社會比較的程度越高，反之亦然。
- 三、就臉書使用行為各分量表與社會比較各分量表的相關情形分析：臉書使用行為各分量表與社會比較各分量表之相關係數介於.15 至.42 之間，且 p 值皆小於.05，表示臉書使用行為各分量表（資訊分享、線上交流、人際拓展）與社會比較各分量表（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活）間皆存在顯著正相關。

綜上所述，本研究之「假設七、國中學生的臉書使用行為與社會比較之關係達到顯著相關」獲得支持，結果如表 4-15 所示。

表 4-15

臉書使用行為與社會比較之相關矩陣表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 資訊分享	1										
2 線上交流	.50***	1									
3 人際拓展	.44***	.44***	1								
4 臉書使用行為總量表	.88***	.78***	.71***	1							
5 身體形象	.37***	.30***	.27***	.40***	1						
6 人際互動	.38***	.26***	.35***	.42***	.63***	1					
7 流行用品	.29***	.23***	.26***	.33***	.64***	.60***	1				
8 打卡經歷	.33***	.25***	.29***	.37***	.57***	.66***	.58***	1			
9 經濟狀況	.21***	.24***	.15***	.25***	.56***	.47***	.56***	.55***	1		
10 校園生活	.28***	.28***	.28***	.35***	.58***	.59***	.62***	.59***	.60***	1	
11 社會比較總量表	.39***	.32***	.34***	.44***	.86***	.83***	.83***	.79***	.73***	.82***	1
平均數	13.67	8.79	7.40	29.87	15.03	11.28	9.67	6.67	5.00	9.97	57.61
標準差	4.56	2.93	2.46	8.07	5.84	4.51	4.05	2.75	2.35	4.19	19.35

*** $p < .001$.

研究者根據此統計結果推論，臉書提供使用者一個方便的場合進行資訊分享、線上交流與人際拓展，也更方便的讓臉書使用者進行社會比較，因此臉書使用行為與社會比較間存在正向的相

關。此結果與陳開敦（2014）以及 Lee（2014）的研究結果相同，並且本研究顯示出對於國中學生也存在同樣的正相關。

貳、臉書使用行為與臉書疲勞各構面間之相關分析

一、就總量表與其各自分量表的相關情形分析，臉書疲勞總分與其各因素得分之相關係數介於.63 至.91 之間，同樣皆達到顯著，可見臉書疲勞量表有良好的內部一致性。

二、就臉書使用行為總量表與臉書疲勞總量表的相關情形分析：臉書使用行為量表總分與臉書疲勞量表總分之間並未達顯著相關（ $r=-.03$ ， $p>.05$ ），代表國中學生的臉書使用行為與臉書疲勞之間並無顯著相關。

三、就臉書使用行為各分量表與臉書疲勞各分量表的相關情形分析，有部分達顯著正相關，卻也有部分達顯著負相關，更有部分未達顯著相關，分別說明如下：

（一）臉書使用行為之資訊分享分量表：與臉書疲勞之情緒耗竭（ $r=.12$ ， $p<.01$ ）、消極迴避（ $r=.18$ ， $p<.001$ ）達顯著正相關；與訊息過載（ $r=-.03$ ， $p<.05$ ）達顯著負相關；與中止意向（ $r=-.01$ ， $p>.05$ ）未達顯著相關。

（二）臉書使用行為之線上交流分量表：與臉書疲勞之中止意向（ $r=-.10$ ， $p<.05$ ）達顯著負相關；與情緒耗竭（ $r=.01$ ， $p>.05$ ）、訊息過載（ $r=-.09$ ， $p>.05$ ）、消極迴避（ $r=.01$ ， $p>.05$ ）未達顯著相關。

（三）臉書使用行為之人際拓展分量表：與臉書疲勞之情緒耗竭（ $r=.13$ ， $p<.01$ ）、消極迴避（ $r=.12$ ， $p<.05$ ）達顯著正

相關；與中止意向 ($r=-.13, p<.01$) 達顯著負相關；與
 訊息過載 ($r=-.06, p>.05$) 未達顯著相關。

綜上所述，本研究之「假設八、國中學生的臉書使用行為與
 臉書疲勞之關係達到顯著相關」並未獲得支持，結果如表 4-16 所
 示：

表 4-16

臉書使用行為與臉書疲勞之相關矩陣表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 資訊分享	1								
2 線上交流	.50***	1							
3 人際拓展	.44***	.44***	1						
4 臉書使用行為總量表	.88***	.78***	.71***	1					
5 中止意向	-.01	-.10*	-.13**	-.08	1				
6 情緒耗竭	.12**	.01	.13**	.11*	.40***	1			
7 訊息過載	-.03*	-.09	-.06	-.07	.55***	.40***	1		
8 消極迴避	.18***	.01	.12*	.14**	.43***	.55***	.47***	1	
9 臉書疲勞總量表	.03	-.08	-.06***	-.03	.91***	.63***	.78***	.65***	1
平均數	13.67	8.79	7.40	29.87	21.43	6.24	11.90	5.12	44.70
標準差	4.56	2.93	2.46	8.07	8.98	2.70	4.46	2.26	14.80

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

研究者根據此統計結果推論，國中學生的臉書使用行為與臉書疲勞之關係包含了正相關、負相關與未達顯著相關，其原因和 Sagioglou 與 Greitemeyer (2014) 的研究相似，臉書使用的時間越多越會產生情緒上的低落，使用者在不使用社交網路時這種情緒低落則不會產生，而用戶繼續使用臉書的原因則是由於一種認為自己在使用臉書後情緒會好轉的情感錯估。也正如 Cramer 等人 (2016) 的研究所言，臉書疲勞的成因為臉書使用者的複雜動機，因此本研究之臉書使用行為之不同構面與臉書疲勞之不同構面之關係包含了正相關、負相關與未達顯著相關。

參、社會比較與臉書疲勞各構面間之相關分析

- 一、就社會比較總量表與臉書疲勞總量表的相關情形分析：社會比較量表總分與臉書疲勞量表總分之間達顯著正相關 ($r=.41, p<.001$)，代表國中學生的社會比較傾向越高，臉書疲勞發生的頻率越高，反之亦然。
- 二、就社會比較各分量表與臉書疲勞各分量表的相關情形分析：社會比較各分量表與臉書疲勞各分量表之相關係數介於.10 至.36 之間，且 p 值皆小於.05，表示社會比較各分量表（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活）與臉書疲勞各分量表（中止意向、情緒耗竭、訊息過載、消極迴避）間存在顯著正相關。

綜上所述，本研究之「假設九、國中學生的社會比較與臉書疲勞之關係達到顯著相關」獲得支持，結果如表 4-17。

表 4-17

社會比較與臉書疲勞之相關矩陣表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 身體形象	1										
2 人際互動	.63***	1									
3 流行用品	.64***	.60***	1								
4 打卡經歷	.57***	.66***	.58***	1							
5 經濟狀況	.56***	.47***	.56***	.55***	1						
6 校園生活	.58***	.59***	.62***	.59***	.60***	1					
7 社會比較總量表	.86***	.83***	.83***	.79***	.73***	.82***	1				
8 中止意向	.23***	.15**	.19***	.10*	.17***	.14**	.21***	1			
9 情緒耗竭	.27***	.36***	.25***	.29***	.27***	.23***	.34***	.40***	1		
10 訊息過載	.19***	.15**	.16***	.11**	.14**	.14**	.19***	.55***	.40***	1	
11 臉書疲勞總量表	.33***	.39***	.31***	.31***	.31***	.33***	.41***	.43***	.55***	.47***	1
平均數	15.03	11.28	9.67	6.67	5.00	9.97	57.61	21.43	6.24	11.90	5.12
標準差	5.84	4.51	4.05	2.75	2.35	4.19	19.35	8.98	2.70	4.46	2.26

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

研究者根據此統計結果推論，在臉書上的社會比較與使用臉書後產生的一種面負心理結果臉書疲勞有關，正如 Vogel 等人（2014）的研究指出，臉書疲勞之所以產生的原因在於相較於網路之外的現實生活，人們在臉書等社群媒體中的社會比較被認為是普遍存在的，尤其是臉書的使用環境更可能會促使臉書使用者與其他人進行社會比較。

第五節 臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之預測迴歸分析

本節在驗證國中學生的臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之預測迴歸顯著性，以預測迴歸分析國中學生之背景變項、臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞各變項間的預測情形。

本節分二個部分來作探討：第一部分為國中學生的背景變項(性別、年級)與臉書使用行為對社會比較之階層迴歸分析；第二部分為國中學生的背景變項(性別、年級)、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞之階層迴歸分析。並且，迴歸分析前，也預將類別變項之國中學生背景變項(性別、年級)轉換為虛擬變項再進行統計分析，茲將國中學生對社會比較及臉書疲勞之預測分析說明如下。

壹、背景變項(性別、年級)與臉書使用行為對社會比較之階層迴歸分析

模式一：以國中學生之背景變項(性別、年級)為預測變項，社會比較為效標變項。經迴歸分析後，發現此階層迴歸分析模式的 $R^2=.009$ ，代表此迴歸模式可解釋的變異量為 0.9%，但預測變項與效標變項間並未達到統計顯著水準 ($F=1.85, p>.05$)，亦即此迴歸模式可解釋的變異量未達統計顯著水準，顯示背景變項(性別、年級)對於社會比較沒有顯著的預測效果。

模式二：將以上模式一之預測變項再加入臉書使用行為之三個構面(資訊分享、線上交流、人際拓展)，發現此階層迴歸分析模式的 $R^2=.203$ ，代表此迴歸模式可解釋的變異量為 20.3%，並

且預測變項與效標變項間達到統計顯著水準 ($F=20.93$, $p < .001$), 亦即此迴歸模式可解釋的變異量達到統計顯著水準, 顯示此五個預測變項能聯合預測社會比較 20.3% 的變異量, 其中又以資訊分享 ($\beta=.240$, $p < .001$) 的預測力最為良好, 且人際拓展 ($\beta=.180$, $p < .05$) 與線上交流 ($\beta=.127$, $p < .01$) 的預測力也達統計顯著水準, 而背景變項之性別 ($\beta=.045$, $p > .05$)、年級 ($\beta=.057$, $p > .05$) 則皆未達統計顯著水準。

綜上所述, 本研究之「假設十、國中學生的背景變項(年級、性別)與臉書使用行為能顯著預測社會比較」乙項, 獲得支持。

依據此階層迴歸分析的結果顯示: 就整體迴歸模式而言, 模式一的整體解釋變異量未達顯著水準, 進入模式二的整體可解釋變異量達到統計顯著水準的 20.3%, 有明顯的增加。就個別預測變項而言, 在進入模式二之後, 資訊分享的預測力最為良好, 線上交流與人際拓展的預測力也達顯著水準; 而背景變項之性別、年級未達統計顯著水準, 顯示背景變項之性別、年級對於社會比較並非有影響力之預測變項, 預測分析結果摘要如表 4-18。

故研究者根據此統計結果推論, 預測變項之臉書使用行為的三個不同構面皆對社會比較有預測力, 此結果與陳開敦(2015)的研究結果臉書使用者的涉入程度會對社會比較產生正向影響相似, 可能的解釋為臉書提供了國中學生使用者一個方便的場合進行資訊分享、線上交流與人際拓展, 因而這些面向的功能皆能預測國中學生臉書使用者進行社會比較。

表 4-18

背景變項與臉書使用行為對社會比較之預測分析摘要表

預測變項	效標變項 - 社會比較			
	模式一		模式二	
	β	t	β	t
性別	.078	1.59	.045	1.00
年級	.060	1.22	.057	1.27
資訊分享			.240	4.39***
線上交流			.127	2.39**
人際拓展			.180	3.50*
F 值	1.86		20.93***	
R^2	.009		.203	
ΔF 值	1.86		33.56***	
ΔR^2	.009		.194	

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

貳、背景變項（性別、年級）、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞之階層迴歸分析

模式一：以國中學生之背景變項（性別、年級）為預測變項，臉書疲勞為效標變項。經迴歸分析後，發現此階層迴歸分析模式的 $R^2 = .080$ ，代表此迴歸模式可解釋的變異量為 8.0%，並且預測變項與效標變項間達到統計顯著水準（ $F=18.02$ ， $p < .001$ ），亦即此迴歸模式可解釋的變異量達到統計顯著水準，顯示背景變項之性別、年級能預測臉書疲勞 8.0% 的變異量，其中又以年級（ $\beta=.278$ ， $p < .001$ ）的預測力較為良好，而性別（ $\beta=.081$ ， $p > .05$ ）

的預測力則未達統計顯著水準，顯示背景變項之性別、年級能聯合預測預測臉書疲勞，其中年級的影響力明顯高於未達統計顯著水準的性別。

模式二：將以上模式一之預測變項再加入臉書使用行為之三個構面（資訊分享、線上交流、人際拓展），發現此階層迴歸分析模式的 $R^2=.086$ ，代表此迴歸模式可解釋的變異量為 8.6%，並且預測變項與效標變項間達到統計顯著水準（ $F=7.79$ ， $p<.001$ ），亦即此迴歸模式可解釋的變異量達到統計顯著水準，顯示此五個預測變項能聯合預測臉書疲勞 8.6% 的變異量，其中又以年級（ $\beta=.265$ ， $p<.001$ ）的預測力較為良好，而性別（ $\beta=.076$ ， $p>.05$ ）、資訊分享（ $\beta=.053$ ， $p>.05$ ）、線上交流（ $\beta=-.083$ ， $p>.05$ ）與人際拓展（ $\beta=-.026$ ， $p>.05$ ）的預測力則未達統計顯著水準。

模式三：將以上模式二之預測變項再加入社會比較之六個構面（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活），發現此階層迴歸分析模式的 $R^2=.208$ ，代表此迴歸模式可解釋的變異量為 20.8%，並且預測變項與效標變項間達到統計的顯著水準（ $F=9.71$ ， $p<.001$ ），亦即此迴歸模式可解釋的變異量達到統計顯著水準，顯示此十一個預測變項能聯合預測臉書疲勞 20.8% 的變異量，其中又以年級（ $\beta=.248$ ， $p<.001$ ）的預測力最為良好，且人際互動（ $\beta=.179$ ， $p<.01$ ）、身體形象（ $\beta=.140$ ， $p<.05$ ）與線上交流（ $\beta=-.124$ ， $p<.05$ ）的預測力也達統計顯著水準，而性別（ $\beta=.063$ ， $p>.05$ ）、資訊分享（ $\beta=-.050$ ， $p>.05$ ）、人際拓展（ $\beta=-.094$ ， $p>.05$ ）、流行用品（ $\beta=.070$ ， $p>.05$ ）、打卡經歷（ $\beta=.012$ ， $p>.05$ ）、經濟狀況（ $\beta=.075$ ， $p>.05$ ）與校園生活

($\beta=-.011$, $p>.05$) 的預測力則未達統計顯著水準。

綜上所述，本研究之「假設十一、國中學生的背景變項（年級、性別）、臉書使用行為與社會比較能顯著預測臉書疲勞」乙項，獲得支持。

依據此階層迴歸分析的結果顯示：就整體迴歸模式而言，模式一的整體解釋變異量為 8.0%，模式二的整體解釋變異量增加為 8.6%，進入模式三的整體解釋變異量再增加為 20.8.7%，有明顯的增加；就個別預測變項而言，在模式一、模式二與模式三中的性別都未達統計顯著水準，顯示性別並非有影響力之預測變項，而年級在此三個模式中都是最有影響力之預測變項，此外，在模式一進入模式二時加入臉書使用行為之三個構面為預測變項，卻皆未達到統計顯著水準，而進入模式三加入社會比較之六個構面後，模式二中原本未達到統計顯著水準的臉書使用行為之線上交流達到統計顯著水準，並且社會比較之身體形象與人際互動也達到統計顯著水準，預測分析結果摘要如表 4-19。

故研究者根據此統計結果推論，對臉書疲勞最有影響力的預測變項為年級，而臉書使用行為對臉書疲勞也有預測力但不如社會比較對臉書疲勞之預測力。以前的研究大多指出使用電腦技術所引起的壓力隨著年齡的增長而減少（Ragu-Nathan et al., 2008; Tarafdar et al., 2011），但也有研究指出年齡增長，系統特徵超負荷與社會超負荷對社交網絡疲勞產生更大的影響（Zhang, Zhao, Lu, & Yang, 2016），本研究結果與此相似，可能的解釋為七年級剛進入國中之學生，對臉書等社交網站較感興趣或是依賴臉書所提供的功能與新認識的同學進行線上交流，因此比較感受不到臉

書疲勞的影響，而隨著年級增加，對臉書與同學線上交流的新鮮感降低。並且，研究也指出臉書使用者社會比較行為越強，負向情緒也會增加（陳開敦，2015），而伴隨年紀的增加對身體形象之比較也越多，於是更能感受到對臉書使用所產生疲勞感之影響。

表 4-19

背景變項、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞之預測分析摘要表

效標變項 - 臉書疲勞						
預測變項	模式一		模式二		模式三	
	β	t	β	t	β	t
性別	.081	1.72	.076	1.57	.063	1.36
年級	.278	5.88***	.265	5.51***	.248	5.31***
資訊分享			.053	.90	-.050	-.88
線上交流			-.083	-1.46	-.124	-2.28*
人際拓展			-.026	-.48	-.094	-1.77
身體形象					.140	2.07*
人際互動					.179	2.61**
流行用品					.070	1.07
打卡經歷					.012	.18
經濟狀況					.075	1.23
校園生活					-.011	-.17
F 值	18.02***		7.79***		9.71***	
R^2	.080		.086		.208	
ΔF 值	18.02***		.97		10.43***	
ΔR^2	.080		.006		.122	

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

第五章 結論與建議

本研究主要目的在研究國中學生臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之關聯性。採取問卷調查法，以臺灣彰化 418 名公私立國民中學學生為研究對象，研究個人基本資料、臉書使用行為、社會比較量表與臉書疲勞量表的數據，以 SPSS 20.0 統計軟體進行描述性統計、因素分析、信度分析、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、Pearson 積差相關與階層迴歸等統計分析。

本章將本研究的結論與建議分為二節，第一節為根據研究目的以及統計分析結果，進行綜合歸納整理所得之結論；第二節為根據研究的發現與結論，對家庭教育、學校教育以及未來研究方向，提出相關具體建議，以供日後研究參考。

第一節 結論

本節將研究資料加以統計說明，包含國中學生之個人臉書使用基本資料、臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之現況；國中學生之背景變項（性別、年級）在臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之差異；國中學生之臉書使用行為與社會比較、臉書使用行為與臉書疲勞以及社會比較與臉書疲勞之相關；國中學生之背景變項（年級、性別）與臉書使用行為對社會比較之預測；國中學生之背景變項（年級、性別）、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞之預測。共分為六個部分：

壹、國中學生之個人臉書使用基本資料之現況

- 一、幾乎所有的國中學生曾使用社交網站或程式（99.5%），並且國中學生最普遍使用的社交網站或程式是臉書（97.9%）。
- 二、絕大多數的國中學生偏好使用的臉書工具為手機或平板（90.9%）。
- 三、國中學生臉書上的朋友數平均為348.35人，大多數的國中學生的臉書上的朋友人數介於100~299人（32.1%）。
- 四、國中學生臉書使用資歷平均為50.16個月，大多數的國中學生臉書使用資歷為5年以上（41.4%）。
- 五、國中學生臉書每日使用時間平均為69.73分鐘，大多數的國中學生臉書每日使用時間為1小時未滿（58.9%）。

貳、國中學生之臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之現況

- 一、國中學生之臉書使用行為整體而言，低於中位數3分；各構面得分之平均數，最高為資訊分享，其次為人際拓展，最低之為線上交流。
- 二、國中學生之社會比較整體而言，低於中位數3分；各構面得分之平均數，最高為校園生活，其次依序為流行用品、人際互動、身體形象、打卡經歷，最低之為經濟狀況。
- 三、國中學生之臉書疲勞整體而言，低於中位數3分；各構面得分之平均數，最高為訊息過載，其次依序為中止意向、消極迴避，最低之為情緒耗竭。

參、國中學生之背景變項（性別、年級）在臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之差異

一、不同性別之國中學生在臉書使用行為之整體面向未達到顯著差異，但在臉書使用行為之資訊分享構面達到顯著差異。本研究發現，臉書使用行為不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異；但不同性別的國中學生在臉書使用行為之資訊分享構面達到顯著差異，女學生在資訊分享構面的臉書使用行為頻率是高於男學生的。

二、不同年級之國中學生在臉書使用行為之整體面向與各構面皆未達顯著差異。

本研究發現，臉書使用行為不會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異；而不同年級在臉書使用行為之線上交流構面雖達顯著差異，事後比較卻發現年級組別間差異量不足，僅屬邊緣顯著，但仍可提供做為趨勢可能性之參考，七年級學生在線上交流構面之得分可能高於九年級學生。

三、不同性別之國中學生在社會比較之整體面向未達顯著差異，但在社會比較之身體形象構面達顯著差異。

本研究發現，社會比較不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異；但不同性別的國中學生在社會比較之身體形象構面達顯著差異，女學生在身體形象構面的社會比較得分顯著高於男學生。

四、不同年級之國中學生在社會比較之整體面向未達顯著差異，但在社會比較之身體形象構面達顯著差異。

本研究發現，社會比較不會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異；但不同年級的國中學生在社會比較之身體形象構面達顯著差異，九年級學生在身體形象構面之得分顯著高於七年級學生。

五、不同性別之國中學生在臉書疲勞之整體面向未達顯著差異，但在臉書疲勞之中止意向構面達顯著差異。

本研究發現，臉書疲勞不會因國中學生之性別不同而有顯著不同程度的差異；但不同性別的國中學生在臉書疲勞之中止意向構面達顯著差異，女學生在中止意向構面的臉書疲勞顯著高於男學生。

六、不同年級之國中學生在臉書疲勞之整體面向達到顯著差異，並且在中止意向與訊息過載構面達顯著差異。

本研究發現，臉書疲勞會因國中學生之年級不同而有顯著不同程度的差異，九年級學生在臉書疲勞之得分顯著高於七年級與八年級學生；並且，不同年級的國中學生在臉書疲勞之中止意向與訊息過載構面達顯著差異，九年級學生在中止意向與訊息過載構面之得分顯著高於七年級與八年級學生。

肆、國中學生之臉書使用行為與社會比較、臉書使用行為與臉書疲勞以及社會比較與臉書疲勞之相關

一、國中學生的臉書使用行為與社會比較之整體面向以及各別構面間皆達到顯著正相關。

本研究發現，臉書使用行為量表總分與社會比較量表總分之間達顯著正相關；並且臉書使用行為各分量表（資訊分享、線上交流、人際拓展）與社會比較各分量表（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活）間也皆存在顯著正相關。

二、國中學生的臉書使用行為與臉書疲勞之整體面向未達顯著相關，各別構面間部分達顯著正相關、部分達顯著負相關、部分未達顯著相關。

本研究發現，臉書使用行為量表總分與臉書疲勞量表總分之間並未達顯著相關；臉書使用行為各分量表與臉書疲勞各分量表之間間部分達顯著正相關（資訊分享與情緒耗竭、消極迴避；人際拓展與情緒耗竭、消極迴避；）、部分達顯著負相關（資訊分享與訊息過載；線上交流與中止意向；人際拓展與中止意向）、部分未達顯著相關（資訊分享與中止意向；線上交流與情緒耗竭、訊息過載、消極迴避；人際拓展與訊息過載）。

三、國中學生的社會比較與臉書疲勞之整體面向以及各別構面間皆達到顯著正相關。

本研究發現，社會比較量表總分與臉書疲勞量表總分之間達顯著正相關；並且社會比較各分量表（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活）與臉書疲勞各分量表（中止意向、情緒耗竭、訊息過載、消極迴避）間也存在顯著正相關。

伍、國中學生之背景變項（性別、年級）與臉書使用行為對社會比較之階層迴歸

- 一、背景變項對社會比較沒有顯著的預測效果。
- 二、背景變項加臉書使用行為對社會比較有顯著的預測效果。
背景變項（性別、年級）與臉書使用行為之三個構面（資訊分享、線上交流、人際拓展），五個預測變項能聯合預測社會比較 20.3% 的變異量，其中又以資訊分享的預測力最為良好，且人際拓展與線上交流的預測力也達統計顯著水準。

陸、國中學生之背景變項（年級、性別）、臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞之階層迴歸

- 一、背景變項對臉書疲勞有顯著的預測效果。
背景變項（性別、年級）能聯合預測預測臉書疲勞 8.0% 的變異量，其中年級的預測力明顯高於未達統計顯著水準的性別。
- 二、背景變項加臉書使用行為對臉書疲勞有顯著的預測效果。
背景變項（性別、年級）與臉書使用行為之三個構面（資訊

分享、線上交流、人際拓展)，此五個預測變項能聯合預測臉書疲勞 8.6%的變異量，其中又以年級的預測力較為良好。

三、背景變項加臉書使用行為與社會比較對臉書疲勞有顯著的預測效果。

背景變項（性別、年級）加臉書使用行為之三個構面（資訊分享、線上交流、人際拓展）與社會比較之六個構面（身體形象、人際互動、流行用品、打卡經歷、經濟狀況、校園生活），此十一個預測變項能聯合預測臉書疲勞 20.8%的變異量，其中又以年級的預測力最為良好，且人際互動、身體形象與線上交流的預測力也達統計顯著水準。

第二節 建議

本研究就國中學生之臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞進行研究，發現三個變項之間有其關聯性。本節將就本研究之結果，提出相關建議，期能對家庭教育及家長、學校教育及教育工作者與未來研究者有所裨益。共節共分為三個部分，第一部分為對家庭教育及家長之建議；第二部分為對學校教育及教育工作者之建議；第三部分為對未來研究之建議。

壹、對家庭教育及家長的建議

一、與其限制孩子使用臉書等社交媒體，更重要的是引導孩子建立正向的社交媒體使用價值觀念與行為。

本研究發現，國中學生使用臉書之現況為幾乎所有的國中學生曾使用社交網站或程式，並且國中學生最普遍使用的社交網站或程式是臉書。因此，家長與其限制孩子使用臉書等社交媒體，更重要的是協助引導孩子建立正向的社交媒體使用價值觀念與行為，正如張春興（1998）《教育心理學》書中提及：「如將青少年問題視為一種病態現象，其病因根植於家庭，病象顯現於學校，病情惡化於社會。」由此可知，透過家庭引導孩子的正確使用社交媒體方式的重要性。

二、協助孩子適當社會比較以了解自我、激勵自我與改善情緒。

本研究發現，就社會比較而言，目前國中學生自覺之社會比較程度整體得分偏低，量表得分上並未呈現出明顯的比較強度，

但依據社會比較理論，社會比較應是人類社會普遍存在的一種現象 (Festinger, 1954)，因此對孩子而言，或許社會比較是一種雖不明顯但仍確實潛藏的行為，因此即使量表得分偏低仍不容輕忽看待，因為孩子可能並未發覺自己已在不經意中與他人進行了各種社會比較行為。因此，家長應協助孩子建立以健康的心態正向的與他人進行社會比較之價值觀念，如此才能更準確地了解自我、激勵自我，以及改善情緒或維持自尊。

貳、對學校教育及教育工作者之建議

一、學校教育應提供多元的發展機會，引導學生正向社會比較。

本研究發現，六種社會比較構面之得分平均數，最高為校園生活構面，因此學校應提供多元的發展機會，避免過度關注學生的學業成就或升學目標達成與否，以免無形中增加了校園生活上的各種社會比較壓力；此外，學校亦應引導學生以健康的心態正向的進行社會比較，透過與他人的社會比較以更準確地了解自我、激勵自我見賢思齊，以及改善情緒或維持自尊。

二、學校教育應加強媒體識讀能力，培養學生之思辨能力。

本研究發現，國中學生最普遍使用的社交網站或程式是臉書，每日使用時間平均為超過一小時之 69.73 分鐘，而臉書使用行為與社會比較之間達顯著正相關，代表國中學生的臉書使用行為越高，社會比較的程度也越高。而如此長時間的使用臉書，必然接觸到臉書上的各種訊息亦多，亦極有可能誤入負面或錯誤訊息的比較陷阱。因此，有鑒於媒體識讀教育已為現代人必備的基

礎知識，面對諸如臉書等強效傳播的社交媒體，學校教育更應落實媒體識讀課程，培養學生具備認識與解讀社交媒體訊息的能力，以免學生閱聽人因缺乏思辨批判的能力，誤入負面或錯誤訊息的比較陷阱，畢竟大多數人在社群媒體上提供的自我介紹等信息經常是受到印象管理的驅動而刻意呈現積極正面而非客觀事實之信息（Gonzales & Hancock, 2011），因此，本研究建議未來學校教育需特別將社群媒體使用也納入原先之媒體識讀教育範疇內，並更進一步強調社群媒體識讀之思辨能力養成。

三、學校教育應引導健康審美觀，幫助認同、接納與欣賞自我。

本研究發現，雖然無論性別與年級在國中學生之社會比較整體面向都未達顯著差異，但卻在社會比較之身體形象構面都達顯著差異，九年級與女學生對於身體形象的社會比較是顯著的。因此，為了避免國中學生於社群媒體臉書上過度比較外在的身體形象，學校教育應透過課程引導學生養成健康的審美觀以及對於自己的認知，進而接納與欣賞自己的優缺點，才能創造更快樂、極積的校園生活。

參、對未來研究之建議

一、研究對象：

本研究僅限於臺灣彰化縣採樣資料，雖透過嚴謹之統計分析，但本研究之結果實仍不宜推論至其他縣市或全國之現況，並且本研究之對象也僅限於國中學生，因此本研究之結果也不宜推論至其他學習階段。因此寄望未來有研究者若能更擴大取樣之地

區與樣本數，在研究結果上會更具代表性。

二、 研究方法：

本研究以問卷蒐集橫斷面之量化資料，而非採縱斷面研究，因為並非長時間的資料而無法更深入探討問題或現象的原因與趨勢，只能分析變項與變項之間之關聯性，亦無法做因果關係的推論，因此建議未來的研究者，若能有更充裕的時間與資源，應再輔以觀察、實驗、訪談以及質性研究等研究方法的加入，以質與量並重的方式，使研究結果之深度與廣度得以更為完備，以求瞭解更真實之情況，尋求更有效解決問題之道。

三、 研究變項：

本研究僅以研究對象之性別與年級作為背景變項，未來與此主題相關之研究可加入其他背景變項，如人格特質、人際關係、家庭背景、社會環境等，可更廣泛的探討其他不同背景變項和臉書使用行為、社會比較與臉書疲勞之關聯性。

四、 研究方向：

本研究發現，學生個人背景變項之年級為對於臉書疲勞有主要影響力之預測變項，故鼓勵未來之研究者可就不同之年級層或不同之學習階段進行更深入之研究。

參考文獻

一、中文部分

Google (2019 年 1 月 30 日)。個人(私人)帳戶的 Google+ 將於 2019 年 4 月 2 日停止服務。檢索日期：2019 年 3 月 17 日，取自於

<https://support.google.com/plus/answer/9195133?authuser=0>

王淑眉 (2017)。國中學生使用臉書現況—人際關係與學業成就之研究以臺中市某國中為例 (未出版之碩士論文)。中臺科技大學，臺中市。

台灣網路資訊中心 (2017)。2017 年台灣無線網路使用調查。檢索日期：2019 年 2 月 17 日，取自於

<https://www.twNIC.net.tw/doc/twrrp/20170721e.pdf>

台灣網路資訊中心 (2018)。2018 年台灣網路報告。檢索日期：2019 年 2 月 17 日，取自於

https://report.twNIC.tw/2018/TWNIC_TaiwanInternetReport_2018_CH.pdf

朱嵐君 (2016)。國小高年級學生臉書使用動機、使用行為與親子關係之研究 (未出版之碩士論文)。康寧大學，臺南市。

余秀慧 (2018)。南投縣高職學生網路使用行為與網路成癮關係之研究 (未出版之碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化縣。

吳佩儒 (2016)。網路使用對人際互動的影響—不同文化環境的比較研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。

吳明隆、涂金堂 (2012)。SPSS 與統計應用分析 (二版)。臺北市：五南圖書出版股份有限公司。

- 呂幸珠（2008）。桃園縣公立國民中學導師工作壓力與工作倦怠相關之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 林世欣（2000）。國中學生自我概念與同儕關係之相關研究（未出版之碩士論文）。國立屏東師範學院，屏東縣。
- 林湘玲（2012）。臉書對國中學生團隊發展與學習成效之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 林紫晴（2018）。臉書使用者之資訊迴避行為研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣大學，臺北市。
- 林嘉容（2010）。社群網站使用者行為模式之研究—以臉書為例（未出版之碩士論文）。國立東華大學，花蓮縣。
- 柯銘書（2016）。高中學生人際好奇、八卦行為、臉書使用與臉書成癮間關係之研究（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。
- 洪慈姍（2018）。大學生網路成癮與食物攝取及病態飲食行為相關研究（未出版之碩士論文）。中山醫學大學，臺中市。
- 張立穎（2015）。臉書使用行為對國中生人際關係之研究—以彰化縣某國中為例（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。
- 張言瑋（2018）。服務友誼對網路直播知覺場景之影響—以社交媒體倦怠與銷售行為導向為干擾變數（未出版之碩士論文）。國立臺北科技大學，臺北市。
- 張勃鈞（2013）。社交媒體倦怠對知識分享成效影響之研究（未出版之碩士論文）。國立高雄第一科技大學，高雄市。

- 張春興（1998）。**教育心理學：三化取向的理論與實踐**（2 版）。
臺北市：臺灣東華書局股份有限公司。
- 張逸萱（2018）。**國小高年級學童臉書使用與人際關係關聯性之研究—以桃園市為例**（未出版之碩士論文）。中原大學，桃園市。
- 莊廷毅（2016）。**社交媒體倦怠及人際關係滿意度對社群媒體使用者口碑分享意圖之影響**（未出版之碩士論文）。國立中央大學，桃園市。
- 陳開敦（2014）。**Facebook 涉入程度對使用者社會支持、社會比較及幸福感之影響**（未出版之碩士論文）。東吳大學，臺北市。
- 陳意婷（2016）。**臺南市國小高年級學生社群網站臉書使用行為與人際需求之研究**（未出版之碩士論文）。國立臺南大學，臺南市。
- 黃依如（2013）。**人格特質與社交媒體倦怠—以 Facebook 為例**（未出版之碩士論文）。國立高雄第一科技大學，高雄市。
- 黃珮淇（2017）。**從社會比較傾向探討大學生臉書使用模式與憂鬱症狀之間的關係**（未出版之碩士論文）。東吳大學，臺北市。
- 黃翊婷（2012）。**應用社會比較理論於社群網站使用者行為之探討**（未出版之碩士論文）。中原大學，桃園市。
- 黃聖峯（2014）。**社群網站之使用行為研究—以 Facebook 為例**（未出版之碩士論文）。東吳大學，臺北市。

- 黃聖峯、鄒仁淳、林娟娟（2014）。社群網站之使用行為研究—以 FB 為例。**電子商務研究**，12（2），201-234。
- 黃鈺淳（2017）。臉書使用行為與印象整飾之相關研究（未出版之碩士論文）。臺北市立大學，臺北市。
- 黃德祥（2000）。青少年發展與輔導。臺北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 楊哲嘉（2012）。由脈聲儀數據利用逆歸圖示分析法探討人體疲勞狀態（未出版之碩士論文）。國立成功大學，臺南市。
- 楊淇育、于富雲（2011）。國小學童臉書使用之初探。**臺北市立教育大學學報**，42（2），61-92。
- 廖寬儒（2013）。臺北市國小高年級學童臉書使用行為、自我揭露與人際關係之研究（未出版之碩士論文）。國立臺東大學，臺東縣。
- 彰化縣政府教育處（2019）。彰化縣各級學校學生人數。檢索日期：2019 年 4 月 15 日，取自於
<http://www2.chcg.gov.tw/main/files/107> 學年度彰化縣各級學校學生人數_16_1080411.ods
- 劉桂美（2013）。臉書炫耀行為之研究（未出版之碩士論文）。中原大學，桃園市。
- 鄭皓中（2017）。「社會比較」在 Facebook 的影響力—論小資女進行自我展演的研究（未出版之碩士論文）。輔仁大學，新北市。
- 蕭文康（2017 年 2 月 24 日）。Facebook 今年在台發展，聚焦 4 大重點。**蘋果日報**。檢索日期：2018 年 10 月 17 日，取自於

<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20170224/1063485/>

謝名家 (2012)。社交媒體倦怠量表發展之研究 (未出版之博士論文)。國立高雄第一科技大學，高雄市。

簡廷宇 (2017)。國小高年級學童臉書使用習慣及使用行為對人際互動影響之研究 (未出版之碩士論文)。世新大學，臺北市。

關曉英 (2019)。學業成就與網路使用行為 (未出版之碩士論文)。世新大學，臺北市。

二、英文部分

- Ahlgren, J. (1967). Kinesiology of the mandible. An EMG study. *Acta Odontol Scand*, 25(6), 593-611.
doi:10.3109/00016356709019779
- Åhsberg, E. (1998). *Perceived fatigue related to work*. Report, University of Stockholm National Institute for Working Life.
- Åhsberg, E. (2000). Dimensions of fatigue in different working populations. *Scandinavian Journal of Psychology*, 41(3), 231-241. doi:1.1111/1467-945.00192
- Aspinwall, L. G., & Taylor, S. E. (1993). Effects of social comparison direction, threat, and self-esteem on affect, self-evaluation, and expected success. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(5), 708-722. doi:10.1037/0022-3514.64.5.708
- Bartley, S. H. (1965). *Fatigue: Mechanism and management*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- Bercovici, J. (2013). *Is Facebook home Facebook's answer to Facebook fatigue?* Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2013/04/04/is-facebook-home-facebooks-answer-to-facebook-fatigue/#4f57839920db>
- Bierhoff, H. W., & Frey, D. (2011). *Sozialpsychologie-Individuum und soziale Welt*. Hogrefe Verlag.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-23.

doi:1.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior, 44*, 148-155.
doi:10.1016/j.chb.2014.11.048
- Bunk, B., Collins, R., Taylor, S., VanYperen, N., & Dakof, G. (1990). The affective consequences of social comparison: Either direction has its ups and downs. *Journal of Personality and Social Psychology, 59*, 1238-1249.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Postgraduate Medical Journal, 85*, 455-459. doi:10.1145/1753326.1753613
- Cannarella, J., & Spechler, J. A. (2014). *Epidemiological modeling of online social network dynamics*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1401.4208>.
- Cha, K. J., & Lee, E. M. (2015). An empirical study of discontinuous use intention on SNS: From a perspective of society comparison theory. *The Journal of Society for e-Business Studies, 20*, 59-77.
doi:1.7838/jsebs.2015.2.3.059
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*(2), 117-121. doi:1.1089/cyber.2011.0324
- Collins, R. L. (1996). For better or worse: The impact of upward

social comparison on self-evaluations. *Psychological Bulletin*, 119(1), 51-69. doi:1.1037/0033-2909.119.1.51.

Cookson, R. (2013). "Facebook fatigue" stirs investor concern.

FT.com. Retrieved from

<https://www.ft.com/content/8b7ab90e-bc91-11e2-b344-00144feab7de>

Cramer, E. M., Song, H., & Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 739-746. doi:1.1016/j.chb.2016.07.049

Denti, L., Barbopulos, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M.,

Wendblad, M., Andén, L., & Davidsson, E. (2012). *Sweden's largest Facebook study*. University of Gothenberg: Gothenberg Research Institute. Retrieved from

https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/28893/1/gupea_2077_28893_1.pdf

deVries, D. A., & Kühne, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217-221. doi:1.1016/j.paid.2015.05.029

Dorethy, M. D., Fiebert, M. S., & Warren, C. R. (2014). Examining social networking site behaviors: Photo sharing and impression management on Facebook. *International Review of Social Sciences & Humanities*, 6(2), 111-116.

- Dwyer, C., Hiltz, S. R., & Passerini, K. (2007). *Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace*. Proceedings of AMCIS 2007, Keystone. Retrieved from <http://csis.pace.edu/~dwyer/research/DwyerAMCIS2007.pdf>
- Eidelman, D. (1980). Fatigue: Towards an analysis and a unified definition. *Medical Hypotheses*, 6(5), 517-526. doi:10.1016/0306-9877(80)90105-X
- Facebook. (2017). *Facebook Q4 2016 Earnings. Investor Relations : Investor Events*. Retrieved from <https://investor.fb.com/investor-events/default.aspx>
- Facebook. (2019). *Fb newsroom: Company Info*. Retrieved from <http://newsroom.fb.com/company-info/>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-14. doi:1.1177/001872675400700202
- Fisherl, C. D. (1993). Boredom at work: A neglected concept. *Human Relations*, 46(3), 395-417. doi:10.1177/001872679304600305
- Freudenberger, H. (1974). Staff burnout. *Journal of Social Issues*, 30, 159-165. doi:1.1111/j.1540-456.1974.tb00706.x
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129-142. doi:10.1037/0022-3514.76.1.129
- GlobalWebIndex. (2015). *Facebook has a sharing problem*.

Retrieved from <http://money.cnn.com/2015/11/03/technology/facebook-sharing-down/> accessed on April 2016.

Gonzales, A., & Hancock, J. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem.

Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, *14*(1-2), 79-83. doi:1.1089/cyber.2009.0411

Greenwood, S., Perrin, A., & Duggan, M. (2016). *Social media update 2016: Facebook usage and engagement is on the rise, while adoption of other platforms holds steady*. Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved from

<http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>

Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *14*(5), 309-314. doi:1.1089/cyber.201.0120

Hagberg, M. (1981). Muscular endurance and surface electromyogram in isometric and dynamic exercise. *Journal of Applied Physiology*, *51* (1), 1-7. doi:1.1152/jappl.1981.51.1.1.

Hallsten, L. (1993). Burning out: A framework. In: Schaufeli, W.B., Maslach, C., Marek, T. (Eds.), *Professional Burnout: Recent Developments in Theory and Research*. Taylor & Francis, US, pp. 95-113.

Hampton, K. N., Goulet, L. S., Marlow, C., & Rainie, L. (2012). *Why*

- most Facebook users get more than what they give?* Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2012/02/03/why-most-facebook-users-get-more-than-they-give/>
- Helgeson, V. S., & Mickelson, K. D. (1995). Motives for social comparison. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*(11), 1200-1209. doi:1.1177/01461672952111008
- Hoadley, C. M., & Rosson, M. B. (2010). Privacy as information access and illusory control: The case of the Facebook news feed privacy outcry. *Electronic Commerce Research and Applications*, *9* (1), 50-6. doi:1.1016/j.elerap.2009.05.001
- Jones, A. M., & Buckingham, J. T. (2005). Self-esteem as a moderator of the effect of social comparison on women's body image. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *24*(8), 1164-1187. doi:1.1521/jscp.2005.24.8.1164
- Kelly, H. (2013). *Survey: Most Americans take breaks from Facebook*. CNN. Retrieved from <http://www.cnn.com/2013/02/05/tech/social-media/facebook-breakspew/>
- Kemp, S. (2018). *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark*. We Are Social. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, *26*, 1237-1245.

doi:10.1016/j.chb.2010.03.024

- Koutropoulos, A. (2010). Creating networking communities beyond the classroom. *Human Architecture: Journal of the Sociology of Self-Knowledge*, 8(1), Article 7. Available at:
<http://scholarworks.umb.edu/humanarchitecture/vol8/iss1/7>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-61. doi:1.1177/001316447003000308
- Kruglanski, A. W., & Mayseless, O. (1990). Classic and current social comparison research: Expanding the perspective. *Psychological Bulletin*, 108(2), 195-208.
doi:10.1037/0033-2909.108.2.195
- Lee, A. R., Son, S.-M., & Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, 55, 51-61. doi:1.1016/j.chb.2015.08.011
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-26. doi:1.1016/j.chb.2013.12.009
- Lewis, G., & Wessely, S. (1992). The epidemiology of fatigue: More questions than answers. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 46(2), 92-97.
- Lockwood, P. & Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and*

Social Psychology, 73(1), 91-103.

Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2015a). Giving too much social support: Social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, 24, 447-464. doi:10.1057/ejis.2014.3

Maier, C., Laumer, S., Weinert, C., & Weitzel, T. (2015b). The effects of technostress and switching stress on discontinued use of social networking services: A study of Facebook use. *Information Systems Journal*, 25(3), 275-308. doi:1.1111/isj.12068

Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458. doi:1.1016/j.appdev.2008.07.001

Maslach, C., & Jackson, S. E. (1986). *Maslach burnout inventory manual* (2nd ed.). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

McAndrew, F. T., & Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2359-2365. doi:10.1016/j.chb.2012.07.007.

Moore, K., & McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 267-274. doi:10.1016/j.chb.2011.09.009

- Mussweiler, T., Rüter, K., & Epstude, K. (2006). The why, who, and how of social comparison: A social cognition perspective. In S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social Ppsychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture* (pp. 33-54). New York: Cambridge University Press.
- Nadkarni, A., & Hoffman, S. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences, 52*, 243-249.
doi:10.1016/j.paid.2011.11.007
- Ozimek, P., & Bierhoff, H.-W. (2016). Facebook use depending on age: The influence of social comparisons. *Computers in Human Behavior, 61*, 271-279. doi:10.1016/j.chb.2016.03.034
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology, 30*(3), 227-238.
doi:1.1016/j.appdev.2008.12.010
- Piper, B., Lindsey, A., & Dodd., M. (1987). Fatigue mechanisms in cancer patients: Developing nursing theory. *Oncology Nursing Forum, 14*(6), 17-23.
- Piwinger, M., & Ebert, H. (2001). Impression management: Wie aus niemand jemand wird. *Kommunikationsmanagement: Strategien, Wissen, Lösungen*. Luchterhand, Neuwied.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., & LaPrelle, J. (1985). Social comparison after success and failure: Biased search for information consistent with a self-serving conclusion. *Journal of*

Experimental Social Psychology, 21(2), 195–211.

doi:1.1016/0022-1031(85)90015-0

Ragu-Nathan, T.S., Tarafdar, M., Ragu-Nathan, B.S., & Tu, Q. (2008).

The consequences of technostress for end users in organizations:

Conceptual development and empirical validation. *Information*

Systems Research, 19(4), 417-433. doi: 10.1287/isre.1070.0165

Rainie, L., Smith, A., & Duggan, M. (2013). *Coming and going on*

Facebook. Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved

from <http://www.pewinternet.org/2013/02/05/coming-and-going>

-on-facebook/

Ravindran, T., Kuan, A. C. Y., & Lian, D. G. H. (2014). Antecedents

and effects of social network fatigue. *Journal of the Association*

for Information Science and Technology, 65(11), 2306-232.

doi:1.1002/asi.23122

Ream, E., & Richardson, A. (1997). Fatigue: A concept analysis.

International Journal of Nursing Studies, 33, 519-529.

doi:10.1016/0020-7489(96)00004-1

Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of

advertising. *Journal of Consumer Research*, 18(1), 71.

doi:10.1086/209242

Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., &

Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with

Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.

doi:1.1016/j.chb.2008.12.024

- Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014). Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior, 35*, 359-363. doi:1.1016/j.chb.2014.03.003
- Seta, J. J. (1982). The impact of comparison processes on coactors' task performance. *Journal of Personality and Social Psychology, 42*(2), 281-291. doi:1.1037/0022-3514.42.2.281
- Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2011). Contingencies of self-worth and social-networking-site behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*, 41-49. doi:10.1089/cyber.2010.0049
- Stevenson, F. J. (1994). *Humus chemistry. Genesis, composition, reactions. 2nd Edition*, John Wiley and Sons, Inc., New York.
- Suls, J. M. (1977). Gossip as social comparison. *Journal of Communication, 27*(1), 164-168. doi:1.1111/j.1460-2466.1977.tb01812.x
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science, 11*(5), 159-163. doi:1.1111/1467-8721.00191
- Tarafdar, M., Tu, Q., Ragu-Nathan, T. S., & Ragu-Nathan, B. S. (2011). Crossing to the dark side. *Communications of the ACM, 54*(9), 113. doi:10.1145/1995376.1995403
- Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: A social

- psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103, 193-21.
- Taylor, S. E., & Lobel, M. (1989). Social comparison activity under threat: Downward evaluation and upward contacts. *Psychological Review*, 96, 569-575.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. doi:1.1037/ppm0000047
- Wendt, H., & Palmerton, P. (1976). Motivation, values, and chronobehavioral aspects of fatigue. *Psychological aspects and physiological correlates of work and fatigue*, edited by E. Simonson and PC Weiser, Springfield, Illinois: Charles C. Thomas: 285-335.
- Wessely, S., Sharpe, M., & Hotopf, M. (1998). *Chronic fatigue and its syndromes*. New York: Oxford University Press.
- Wheeler, L. (1991). A brief history of social comparison theory. In J. Suls & T. A. Wills (Eds.), *Social comparison: Contemporary theory and research* (pp. 3-21). Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Wheeler, L., & Miyake, K. (1992). Social comparison in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(5), 760-773. doi:1.1037/0022-3514.62.5.760
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90(2), 245-271.

doi:10.1037/0033-2909.90.2.245

Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7, 203-22.

doi:10.1177/1745691612442904

Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106(2), 231-248.

Yang, H.-C., & Kim, J.-L. (2013). The influence of perceived characteristics of SNS, external influence and information overload on SNS satisfaction and using reluctant intention: Mediating effects of self-esteem and thought suppression. *International Journal of Information Processing and Management*, 4(6), 19-3.

Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y., & Yang, J. (2016). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 53(7), 904-914. doi:10.1016/j.im.2016.03.006

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

doi:1.1016/j.chb.2008.02.012

附錄 A 預試問卷

國中學生生活經驗問卷（預試問卷）

各位同學您好：

您即將填寫的是一份學術性研究問卷，本研究主要目的在探討「國中學生生活經驗之相關研究」。

本問卷主要分為四個部分，並且以不記名方式進行，對於您所留下的個人資料及其他特定資料，基於對隱私權的尊重及研究者專業道德，資料僅供學術研究分析用途，絕對保密也不對外公開，您將毋須擔心個人隱私的洩漏，敬請放心填答。

以下題目請您根據自身狀態或想法直接回答問題即可，答案皆無所謂對錯，希望您能不吝提供寶貴的想法與建議。您的回答非常重要，對本研究的結果幫助很大，感謝您的仔細作答回覆，敬祝 平安順心！

大葉大學教育專業發展研究所
指導教授：洪福源 博士
研究生：曹佳棋

中華民國一〇七年五月

填答說明

一、本問卷共包含四個部份，第一部份為「基本資料表」，第二部份為「生活經驗量表 I」，第三部份為「生活經驗量表 II」，第四部份為「生活經驗量表 III」。

二、請仔細閱讀每個題目後，勾選 最符合您個人情形的選項。

【第一部分：基本資料表】

1.	性別： <input type="checkbox"/> ①男 <input type="checkbox"/> ②女
2.	年級： <input type="checkbox"/> ①國中一年級 <input type="checkbox"/> ②國中二年級 <input type="checkbox"/> ③國中三年級
3.	我曾經使用過的社交網站有哪些？ <input type="checkbox"/> ①未曾使用 <input type="checkbox"/> ②Facebook <input type="checkbox"/> ③LINE <input type="checkbox"/> ④Instagram <input type="checkbox"/> ⑤Youtube <input type="checkbox"/> ⑥Dcard <input type="checkbox"/> ⑦其他：_____（勾選「未曾使用」或「沒有勾選 Facebook」者，停止作答）
4.	我通常使用什麼工具連上 Facebook？ <input type="checkbox"/> ①手機或平板 <input type="checkbox"/> ②電腦（桌上型或筆電）
5.	我在 Facebook 上加為朋友的人數大概有多少人？_____人（請填數字）
6.	我從開始使用 Facebook 到現在，大概有多久時間了？_____年_____月（請填數字）
7.	我每天使用 Facebook 的時間大概有多久？_____小時_____分鐘（請填數字）

【第二部分：生活經驗量表 I】

題號		很少 如此	有時 如此	常常 如此	經常 如此	總是 如此
1.	我常使用臉書登入帳號的功能。	1	2	3	4	5
2.	我常使用臉書發佈或閱讀動態消息。	1	2	3	4	5
3.	我常使用臉書上傳或觀看相片及影片。	1	2	3	4	5
4.	我常使用臉書的打卡功能。	1	2	3	4	5
5.	我常使用臉書的即時訊息（文字）和其他人聊天。	1	2	3	4	5
6.	我常使用臉書的視訊通話（影像）和其他人聊天。	1	2	3	4	5
7.	我常觀看或回覆臉書的粉絲專頁。	1	2	3	4	5
8.	我常觀看或回覆臉書的社團群組。	1	2	3	4	5
9.	我常使用臉書的留言回覆功能。	1	2	3	4	5
10.	我常發佈或觀看臉書的直播視訊。	1	2	3	4	5
11.	我常使用臉書的按讚功能。	1	2	3	4	5
12.	我常使用臉書張貼或閱讀網誌。	1	2	3	4	5
13.	我常使用臉書的戳一下功能。	1	2	3	4	5
14.	我常使用臉書的應用程式功能（含遊戲）。	1	2	3	4	5
15.	我常使用臉書的分享功能。	1	2	3	4	5
16.	我常使用臉書建立或回覆邀請活動。	1	2	3	4	5
17.	我常使用臉書的搜尋人、地點和事物功能。	1	2	3	4	5
18.	我常使用臉書編輯或修改個人的檔案。	1	2	3	4	5
19.	我常使用臉書的交友邀請功能（邀請、確認或刪除）。	1	2	3	4	5
20.	我常使用臉書的我的珍藏功能。	1	2	3	4	5
21.	我常使用臉書張貼或閱讀廣告。	1	2	3	4	5
22.	我常使用臉書的朋友生日提醒功能來祝福臉書朋友生日快樂。	1	2	3	4	5
23.	我常使用臉書的動態通知功能。	1	2	3	4	5
24.	我常使用臉書發佈、閱讀或回覆朋友的限時動態。	1	2	3	4	5

【第三部分：生活經驗量表 II】

題號		很少 如此	有時 如此	常常 如此	經常 如此	總是 如此
1.	我會利用臉書比較我與其他人的貼文內容。	1	2	3	4	5
2.	我會利用臉書比較我與其他人的貼文數量。	1	2	3	4	5
3.	我會利用臉書比較我與其他人的留言回覆內容。	1	2	3	4	5
4.	我會利用臉書比較我與其他人的留言回覆數量。	1	2	3	4	5
5.	我會利用臉書比較我與其他人的照片內容。	1	2	3	4	5
6.	我會利用臉書比較我與其他人的照片數量。	1	2	3	4	5
7.	我會利用臉書比較我與其他人對偶像的了解程度。	1	2	3	4	5
8.	我會利用臉書比較我與其他人的偶像周邊商品。	1	2	3	4	5
9.	我會利用臉書比較我與其他人對動漫的了解程度。	1	2	3	4	5
10.	我會利用臉書比較我與其他人的動漫周邊商品。	1	2	3	4	5
11.	我會利用臉書比較我與其他人的家庭生活狀況。	1	2	3	4	5
12.	我會利用臉書比較我與其他人的家庭財力狀況。	1	2	3	4	5
13.	我會利用臉書比較我與其他人的個人財力狀況。	1	2	3	4	5
14.	我會利用臉書比較我與其他人的呆萌指數。	1	2	3	4	5
15.	我會利用臉書比較我與其他人的顏值高低。	1	2	3	4	5
16.	我會利用臉書比較我與其他人的五官長相。	1	2	3	4	5
17.	我會利用臉書比較我與其他人的髮型樣式。	1	2	3	4	5
18.	我會利用臉書比較我與其他人的頭髮顏色。	1	2	3	4	5
19.	我會利用臉書比較我與其他人的身高體重。	1	2	3	4	5
20.	我會利用臉書比較我與其他人的身材好壞。	1	2	3	4	5
21.	我會利用臉書比較我與其他人的頭貼創意。	1	2	3	4	5
22.	我會利用臉書比較我與其他人的網路遊戲成就。	1	2	3	4	5
23.	我會利用臉書比較我與其他人的現實遊戲成就。	1	2	3	4	5
24.	我會利用臉書比較我與其他人的體能誰較厲害。	1	2	3	4	5
25.	我會利用臉書比較我與其他人的才藝誰較厲害。	1	2	3	4	5
26.	我會利用臉書比較我與其他人的課業成績。	1	2	3	4	5
27.	我會利用臉書比較我與其他人的拍照技術。	1	2	3	4	5
28.	我會利用臉書比較我與其他人的修圖技術。	1	2	3	4	5
29.	我會利用臉書比較我與其他人的按讚數多寡。	1	2	3	4	5
30.	我會利用臉書比較我與其他人的朋友數多寡。	1	2	3	4	5
31.	我會利用臉書比較我與其他人的粉絲數多寡。	1	2	3	4	5
32.	我會利用臉書比較我與其他人的感情狀態（例如單身/穩交）。	1	2	3	4	5
33.	我會利用臉書比較我與其他人就讀的學校。	1	2	3	4	5

題號		很少 如此	有時 如此	常常 如此	經常 如此	總是 如此
34.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的地點。	1	2	3	4	5
35.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的次數。	1	2	3	4	5
36.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的對象。	1	2	3	4	5
37.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的次數。	1	2	3	4	5
38.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的地點。	1	2	3	4	5
39.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的範圍。	1	2	3	4	5
40.	我會利用臉書比較我與其他人的出國經驗。	1	2	3	4	5
41.	我會利用臉書比較我與其他人的美食經驗（例如吃過什麼美食）。	1	2	3	4	5
42.	我會利用臉書比較我與其他人的嘴砲功力。	1	2	3	4	5
43.	我會利用臉書比較我與其他人的的人際關係。	1	2	3	4	5
44.	我會利用臉書比較我與其他人的居住地點（例如居住都市/鄉村）。	1	2	3	4	5
45.	我會利用臉書比較我與其他人的玩具。	1	2	3	4	5
46.	我會利用臉書比較我與其他人的手機。	1	2	3	4	5
47.	我會利用臉書比較我與其他人的手錶。	1	2	3	4	5
48.	我會利用臉書比較我與其他人的衣服。	1	2	3	4	5
49.	我會利用臉書比較我與其他人的鞋子。	1	2	3	4	5
50.	我會利用臉書比較我與其他人的相機。	1	2	3	4	5
51.	我會利用臉書比較我與其他人的寵物。	1	2	3	4	5
52.	我會利用臉書比較我與其他人身上的飾品（例如耳環、戒指）。	1	2	3	4	5
53.	我會利用臉書比較我與其他人看過的電影。	1	2	3	4	5
54.	我會利用臉書比較我與其他人的打字速度。	1	2	3	4	5
55.	我會利用臉書比較我與其他人的炫富文章。	1	2	3	4	5
56.	我會利用臉書比較我與其他人的放閃照片。	1	2	3	4	5
57.	我會利用臉書比較我與其他人的校園生活狀況。	1	2	3	4	5

【第四部分：生活經驗量表 III】

題號		很少 如此	有時 如此	常常 如此	經常 如此	總是 如此
1.	因為我會在臉書上與其他人比較，我覺得越來越不想使用臉書。	1	2	3	4	5
2.	為了避免自己與其他人比較，我覺得越來越不想使用臉書。	1	2	3	4	5
3.	我對於其他人在臉書上發表的內容會產生負面的想法。	1	2	3	4	5
4.	我覺得當我在使用臉書時，我接收到過多無用的資訊。	1	2	3	4	5
5.	我覺得臉書上的資訊量多到讓我產生無法負荷的感覺。	1	2	3	4	5
6.	我覺得臉書上並沒有足夠的內容能滿足我正在尋找的資訊。	1	2	3	4	5
7.	我覺得我想要放棄閱讀臉書資訊，因為臉書上的資訊量太多了。	1	2	3	4	5
8.	在使用臉書之後，我會覺得有不舒服的感覺。	1	2	3	4	5
9.	在使用臉書之後，我會覺得心情沮喪。	1	2	3	4	5
10.	在使用臉書之後，我會覺得疲憊不堪。	1	2	3	4	5
11.	在使用臉書之後，我會產生厭倦的感覺。	1	2	3	4	5
12.	我正在考慮暫時停止使用臉書。	1	2	3	4	5
13.	我正在考慮完全終止使用臉書。	1	2	3	4	5
14.	我正在考慮減少使用臉書的功能。	1	2	3	4	5
15.	我正在考慮使用其他社交網站來取代使用臉書。	1	2	3	4	5
16.	未來我會考慮暫時停止使用臉書。	1	2	3	4	5
17.	未來我會考慮完全終止使用臉書。	1	2	3	4	5
18.	未來我會考慮減少使用臉書的功能。	1	2	3	4	5
19.	未來我會考慮使用其他社交網站來取代使用臉書。	1	2	3	4	5
20.	如果可以的話，我現在就想立即停止使用臉書。	1	2	3	4	5
21.	我覺得使用臉書是一件無趣的事情。	1	2	3	4	5
22.	我覺得使用臉書浪費我太多的時間了。	1	2	3	4	5
23.	我對於臉書上是否有新的事情發生並不感到興趣。	1	2	3	4	5
24.	我對於臉書上的動態提醒（通知）越來越不在乎。	1	2	3	4	5
25.	對於和臉書好友的互動，我越來越只是敷衍了事。	1	2	3	4	5
26.	對於和臉書好友的互動，我感到挫敗與壓力。	1	2	3	4	5

【問卷到此結束，謝謝您的填答。】

附錄B 正式問卷

國中學生生活經驗問卷

各位同學您好：

您即將填寫的是一份學術性研究問卷，本研究主要目的在於探討國中學生之生活經驗。

本問卷主要分為四個部分，並且以不記名方式進行，對於您所留下的個人資料及其他特定資料，基於對隱私權的尊重及研究者專業道德，資料僅供學術研究分析用途，絕對保密也不對外公開，您將毋須擔心個人隱私的洩漏，敬請放心填答。

以下題目請您根據自身狀態或想法直接回答問題即可，答案皆無所謂對錯，希望您能不吝提供寶貴的想法與建議。您的回答非常重要，對本研究的結果幫助很大，感謝您的仔細作答回覆，敬祝 平安順心！

大葉大學教育專業發展研究所

指導教授：洪福源 博士

研究生：曹佳棋

中華民國一〇八年四月

填答說明

- 一、本生活經驗問卷共包含四個部份，分別為【第一部分：基本資料表】、【第二部分：生活經驗量表 I】、【第三部分：生活經驗量表 II】、【第四部分：生活經驗量表 III】，四個部份都需要完成，感謝您的填答。
- 二、請仔細閱讀每個題目後，填寫或勾選 最符合您個人情形的選項。

【第一部分：基本資料表】

1.	學校：_____ 班級座號：__年__班__號 【班級座號僅供抽獎，認真作答者就有機會獲得 100 元禮券 5 名，中獎機會高】
2.	性別： <input type="checkbox"/> ①男 <input type="checkbox"/> ②女
3.	年級： <input type="checkbox"/> ①國中一年級 <input type="checkbox"/> ②國中二年級 <input type="checkbox"/> ③國中三年級
4.	我有在使用的社交網站或程式有哪些？（本題為複選題） <input type="checkbox"/> ①未曾使用 <input type="checkbox"/> ②Facebook <input type="checkbox"/> ③LINE <input type="checkbox"/> ④Instagram <input type="checkbox"/> ⑤Youtube <input type="checkbox"/> ⑥Dcard <input type="checkbox"/> ⑦其他：_____（勾選「未曾使用」或「沒有勾選 Facebook」者，停止作答）
5.	我較常使用什麼工具連上 Facebook？（本題為單選題） <input type="checkbox"/> ①手機或平板 <input type="checkbox"/> ②電腦（桌上型或筆電）
6.	我在 Facebook 上加為朋友的人數大概有多少人？_____人 （請填大約的數字即可）
7.	我從開始註冊使用 Facebook 到現在，大概有多久了？_____年_____月 （請填大約的數字即可）
8.	我每天大概花多少時間在使用 Facebook？____小時____分鐘（請填大約的數字即可）

【第二部分：生活經驗量表 I】

題號		很少如此	有時如此	常常如此	經常如此	總是如此
1.	我常使用臉書的打卡功能。	1	2	3	4	5
2.	我常使用臉書發佈或閱讀動態消息。	1	2	3	4	5
3.	我常使用臉書張貼或閱讀廣告。	1	2	3	4	5
4.	我常使用臉書的我的珍藏功能。	1	2	3	4	5
5.	我常使用臉書張貼或閱讀網誌。	1	2	3	4	5
6.	我常使用臉書的分享功能。	1	2	3	4	5
7.	我常觀看或回覆臉書的粉絲專頁。	1	2	3	4	5
8.	我常觀看或回覆臉書的社團群組。	1	2	3	4	5
9.	我常使用臉書的留言回覆功能。	1	2	3	4	5
10.	我常使用臉書的應用程式功能（含遊戲）。	1	2	3	4	5
11.	我常使用臉書的戳一下功能。	1	2	3	4	5
12.	我常使用臉書建立或回覆邀請活動。	1	2	3	4	5

【下一頁尚有題目】

【第三部分：生活經驗量表 II】

題號		很少如此	有時如此	常常如此	經常如此	總是如此
1.	我會利用臉書比較我與其他人的五官長相。	1	2	3	4	5
2.	我會利用臉書比較我與其他人的顏值高低。	1	2	3	4	5
3.	我會利用臉書比較我與其他人的頭髮顏色。	1	2	3	4	5
4.	我會利用臉書比較我與其他人的髮型樣式。	1	2	3	4	5
5.	我會利用臉書比較我與其他人的身高體重。	1	2	3	4	5
6.	我會利用臉書比較我與其他人的拍照技術。	1	2	3	4	5
7.	我會利用臉書比較我與其他人的身材好壞。	1	2	3	4	5
8.	我會利用臉書比較我與其他人的呆萌指數。	1	2	3	4	5
9.	我會利用臉書比較我與其他人的貼文數量。	1	2	3	4	5
10.	我會利用臉書比較我與其他人的留言回覆內容。	1	2	3	4	5
11.	我會利用臉書比較我與其他人的留言回覆數量。	1	2	3	4	5
12.	我會利用臉書比較我與其他人的貼文內容。	1	2	3	4	5
13.	我會利用臉書比較我與其他人的照片內容。	1	2	3	4	5
14.	我會利用臉書比較我與其他人的照片數量。	1	2	3	4	5
15.	我會利用臉書比較我與其他人的手機。	1	2	3	4	5
16.	我會利用臉書比較我與其他人的鞋子。	1	2	3	4	5
17.	我會利用臉書比較我與其他人的手錶。	1	2	3	4	5
18.	我會利用臉書比較我與其他人的衣服。	1	2	3	4	5
19.	我會利用臉書比較我與其他人的際關係。	1	2	3	4	5
20.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的地點。	1	2	3	4	5
21.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的次數。	1	2	3	4	5
22.	我會利用臉書比較我與其他人打卡的範圍。	1	2	3	4	5
23.	我會利用臉書比較我與其他人的出國經驗。	1	2	3	4	5
24.	我會利用臉書比較我與其他人的個人財力狀況。	1	2	3	4	5
25.	我會利用臉書比較我與其他人的家庭財力狀況。	1	2	3	4	5
26.	我會利用臉書比較我與其他人的家庭生活狀況。	1	2	3	4	5
27.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的次數。	1	2	3	4	5
28.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的地點。	1	2	3	4	5
29.	我會利用臉書比較我與其他人就讀的學校。	1	2	3	4	5
30.	我會利用臉書比較我與其他人出遊的對象。	1	2	3	4	5
31.	我會利用臉書比較我與其他人的課業成績。	1	2	3	4	5

【下一頁尚有題目】

【第四部分：生活經驗量表 III】

題號		很少如此	有時如此	常常如此	經常如此	總是如此
1.	未來我會考慮暫時停止使用臉書。	1	2	3	4	5
2.	我正在考慮使用其他社交網站來取代使用臉書。	1	2	3	4	5
3.	未來我會考慮完全終止使用臉書。	1	2	3	4	5
4.	未來我會考慮減少使用臉書的功能。	1	2	3	4	5
5.	未來我會考慮使用其他社交網站來取代使用臉書。	1	2	3	4	5
6.	我正在考慮暫時停止使用臉書。	1	2	3	4	5
7.	如果可以的話，我現在就想立即停止使用臉書。	1	2	3	4	5
8.	我正在考慮減少使用臉書的功能。	1	2	3	4	5
9.	我正在考慮完全終止使用臉書。	1	2	3	4	5
10.	我覺得使用臉書是一件無趣的事情。	1	2	3	4	5
11.	在使用臉書之後，我會覺得疲憊不堪。	1	2	3	4	5
12.	在使用臉書之後，我會覺得心情沮喪。	1	2	3	4	5
13.	在使用臉書之後，我會產生厭倦的感覺。	1	2	3	4	5
14.	在使用臉書之後，我會覺得有不舒服的感覺。	1	2	3	4	5
15.	我覺得當我在使用臉書時，我接收到過多無用的資訊。	1	2	3	4	5
16.	我對於臉書上是否有新的事情發生並不感到興趣。	1	2	3	4	5
17.	我對於臉書上的動態提醒（通知）越來越不在乎。	1	2	3	4	5
18.	我覺得臉書上並沒有足夠的內容能滿足我正在尋找的資訊。	1	2	3	4	5
19.	我覺得我想要放棄閱讀臉書資訊，因為臉書上的資訊量太多了。	1	2	3	4	5
20.	為了避免自己與其他人比較，我覺得越來越不想使用臉書。	1	2	3	4	5
21.	因為我會在臉書上與其他人比較，我覺得越來越不想使用臉書。	1	2	3	4	5
22.	我對於其他人在臉書上發表的內容會產生負面的想法。	1	2	3	4	5

【問卷題目到此結束，謝謝您的填答。】