

MBTI 人格特質對青少年社交媒體使用行為的影響

以花蓮某高中與國中為例

研究背景及動機

研究緣起

MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) 近年來在國高中生與社群媒體之間受到越來越多討論。這引發了我們對人格測驗的濃厚興趣，促使我們深入探索了 MBTI 及其他相關的人格分類工具。通過閱讀相關文獻，我了解到 MBTI 是一種廣受歡迎的心理測試，將人的性格劃分為 16 種類型，旨在促進自我認知、改善人際溝通，並提供個人發展的指導。

人格測驗工具概述

除 MBTI 外，我們還發現了多種具有影響力的人格測試工具：

- 五大人格特質測試 (Big Five)：評估開放性、盡責性、外向性、宜人性和神經質五個維度。
- 霍蘭德職業興趣測試：將職業興趣分為實踐型、社會型等六種類型。
- DISC 人格測試：基於支配型、影響型、穩定型和規範型四個特徵。
- Enneagram (九型人格)：將人格劃分為九種核心動機模式。
- Hogan Personality Inventory (HPI)：主要用於職業環境，評估領導力和工作風格。

這些工具各有特色，為理解人格特質提供了多元視角。

MBTI 的應用範疇

根據華藝圖書館的數據，截至 2024 年 9 月，與 MBTI 相關的研究論文已達 140 篇，其中包括 64 篇期刊論文、3 篇會議論文和 73 篇學位論文。這凸顯了 MBTI 在學術研究中的廣泛應用。MBTI 在多個領域展現了其實用價值：

- 職場應用：促進團隊合作，提高溝通效率，減少衝突。
- 教育領域：幫助教師理解學生的學習風格，提供個性化教學。

3. 個人發展：輔助職業選擇、職業規劃和人際關係管理。

與五大人格模型相比，MBTI 更強調個性類型的多樣性，為理解人際互動提供了獨特視角。

研究焦點：社群媒體與 MBTI

在探討小論文比賽的研究主題時，我們注意到社群媒體對青少年的影響是一個熱門話題。華藝圖書館中與"社群媒體-青少年"相關的論文多達 1210 篇，其中 618 篇為期刊論文，會議論文有 23 篇，學位論文有 569 篇反映了這一議題的重要性。

結合我們對 MBTI 的興趣，我們提出了一個創新的研究方向：探討不同 MBTI 性格類型在使用社群媒體時的行為模式，以及這些行為對其生活和人際關係的影響。這一研究不僅融合了人格心理學和社會媒體研究，還可能為理解青少年網絡行為提供新的視角。

研究意義

本研究旨在：

1. 揭示 MBTI 性格類型與社群媒體使用行為之間的潛在關聯。
2. 探討不同性格類型的青少年在社群媒體使用中可能面臨的獨特挑戰和機遇。
3. 為教育工作者、心理健康專業人士和社群媒體平台開發者提供有價值的洞見，以制定更有針對性的指導和策略。

通過這項研究，我們希望能夠為理解青少年社群媒體行為提供新的視角，並為促進健康、有益的社群媒體使用盡一份心力。

研究方法

1. 研究設計

- I. 研究目的：探討不同 MBTI 人格特質的青少年在社群媒體使用行為上的差異，並分析這些行為對心理健康與學業表現的影響。
- II. 研究方法：採用量化研究，通過 Google 表單進行問卷調查，收集花蓮某高中與國中的學生樣本數據。
- III. 研究工具：使用自編的問卷，包含基本資訊、MBTI 人格測驗結果（可提供外部測驗連結）、以及社群媒體使用行為調查，所有題項均採用四點式量表（Likert Scale），避免中立選項，提升結果的明確性。

2. 問卷設計

- I. 基本資訊：年齡、每日使用社群媒體時長、主要使用平台等。
- II. MBTI 人格測驗結果：受試者自報 MBTI 人格類型或通過外部測驗鏈接填寫結果。
- III. 社群媒體使用行為與影響：針對社群媒體的使用頻率、使用目的、心理情緒變化、學業及生活影響等設計相關問題，均採四點量表進行評估。

3. 樣本選取

- I. 目標群體：就讀於花蓮某高中與國中的青少年，年齡範圍為 12 至 18 歲。
- II. 樣本數量：預計收集至少 100 份有效問卷，以確保統計分析的有效性。
- III. 抽樣方法：便宜抽樣（Convenience Sampling），主要透過班級群組或課堂宣傳發放問卷，邀請學生自願填寫。

4. 數據收集

- I. 工具：Google 表單問卷。
- II. 數據收集過程：
 1. 通過學校老師或班級代表發送問卷鏈接至學生。
 2. 設置問卷完成期限，並提醒學生填寫。
 3. 收集完畢後將問卷結果匯出為 CSV 檔案，進行後續數據分析。

5. 數據分析

- I. 資料清理：移除不完整或不合理的填答（如明顯隨意填寫的問卷）。
- II. 描述性統計分析：
 1. 計算不同 MBTI 人格類型的分佈情況。
 2. 分析不同人格類型學生的社群媒體使用行為（如平均使用時長、主要使用目的等）。
- III. 差異性分析：
 1. 目的：檢驗不同 MBTI 人格類型在社群媒體行為上的比例差異是否顯著。
 2. 檢驗方式：因為 MBTI 細節分類達到 16 種之多，因此我們將人格類型進行分組，藉由 ChatGPT 輔助我們進行數據分析，採比例差異 z 檢定（Proportions Z-test），比較如內向型與外向型學生在使用社群媒體後感到開心放鬆的比例差異。
- IV. 可視化展示：使用 Google Sheets 或其他工具製作柱狀圖、餅圖等，呈現分析結果。

6. 倫理考量

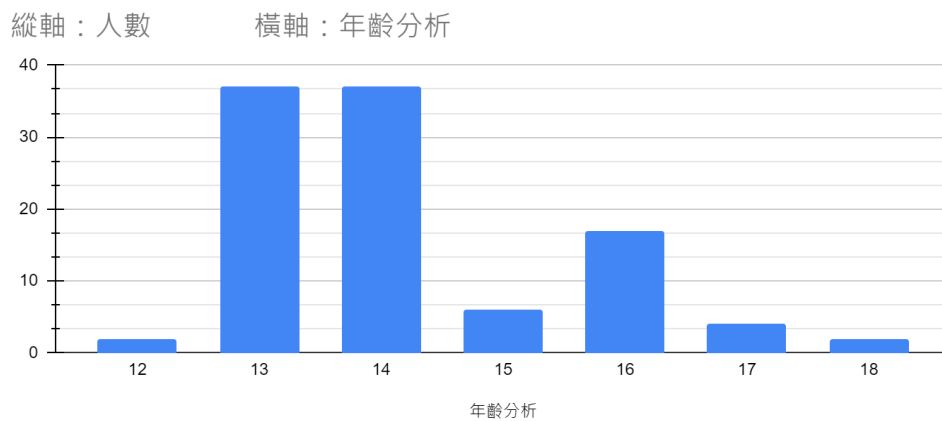
- I. 知情同意：在問卷開頭說明研究目的、匿名性及數據用途，並明確告知學生參與本研究為自願。
- II. 資料保密：所有數據僅用於學術研究，確保填答者的隱私不會被洩露。

7. 研究限制

- I. 樣本代表性：由於採用便宜抽樣法，樣本可能無法完全代表所有國中與高中學生的情況。
- II. 問卷可信度：學生填答的真實性可能受主觀因素影響。

研究結果與討論

背景分析

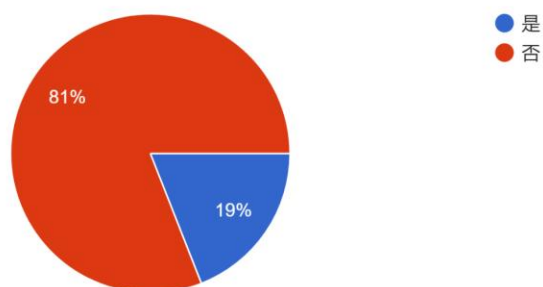


1. 年齡分布

根據問卷調查，13 和 14 歲的參與者最多，分別占了 34.3% 和 35.2%。15 歲的參與者占 16.2%，其他年齡段比例較小。主要受眾集中 13 至 15 歲之間。

家長是否有限制您使用社群軟體

105 則回應

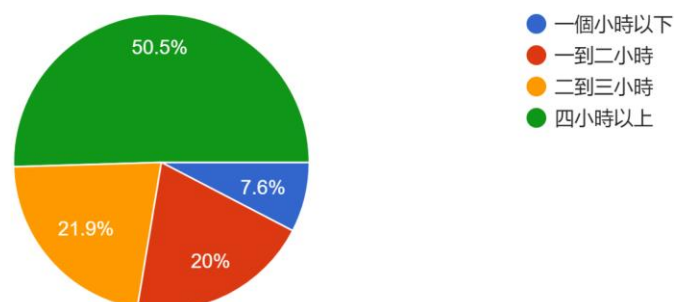


2. 家長對社群媒體使用的限制

根據問卷調查，有 81% 的受訪者表示家長沒有限制使用社群軟體，這反映出願意接受問卷調查的受訪者在社群媒體使用上擁有較大的自主權，可能進一步影響他們的使用習慣及行為模式。

一天可用多久手機

105 則回應



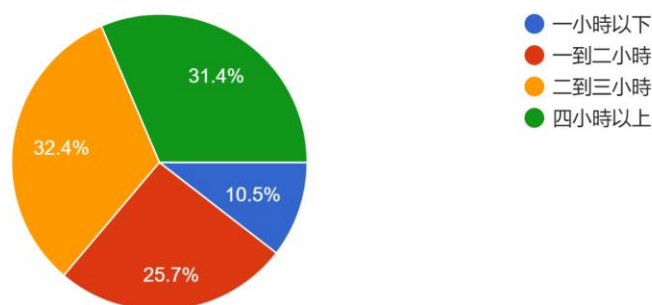
3. 每日社群媒體使用時長

調查結果顯示，50.5% 的受訪者每天使用手機超過四小時，顯示出相當一部分青少年對社群媒體有著高度的依賴性。相對而言，21.9% 的學生每天使用二到三小時，20% 使用一到二小時，僅有 7.6% 的學生每天使用不超過一小時。這表明在願意接受問卷調查的受訪者中，絕大多數學生每天使用社群媒體的時間較長，可能對其生活、學習及

心理健康產生影響。

請問您一天使用社群平台的時間大約是多久

105 則回應

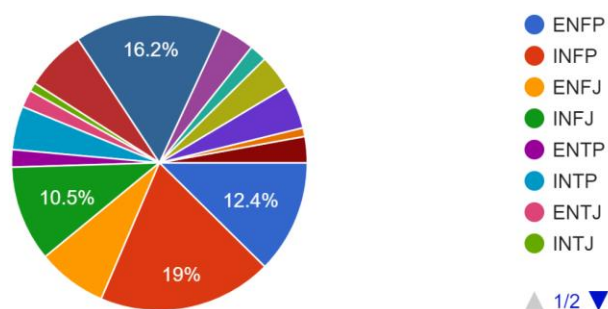


4. 社群媒體使用情況

進一步分析社群媒體的使用情況，有 32.4%的受訪者每天在社群媒體上花費二到三小時，31.4%花費超過四小時，25.7%使用一到二小時，而僅有 10.5%的學生每天使用不到一小時。這顯示大多數學生每天花費大量時間在社群媒體上，且部分學生的使用時間甚至超過手機的總使用時間，因為受訪者回答的有在使用的社群媒體中有 discord 等常見於電腦的平台，因此可能出現這種狀況。這項數據表明願意接受問卷調查的受訪者對社群媒體有較強的依賴性。

您的MBTI類型是什麼

105 則回應



若以四個維度分別進行分組，統計結果如下：

分組	組別 1	組別 2
內向 (I) vs 外向 (E)	64	41
感覺 (S) vs 直覺 (N)	43	62
思考 (T) vs 情感 (F)	20	85

判斷 (J) vs 知覺 (P)	35	70
------------------	----	----

可以發現在思考 (T) vs 情感 (F)與判斷 (J) vs 知覺 (P)這兩個分組的差距較大，顯示願意接受問卷調查與 MBTI 人格分類的學生中情感 (F)與知覺 (P)為決策導向的學生佔大多數。

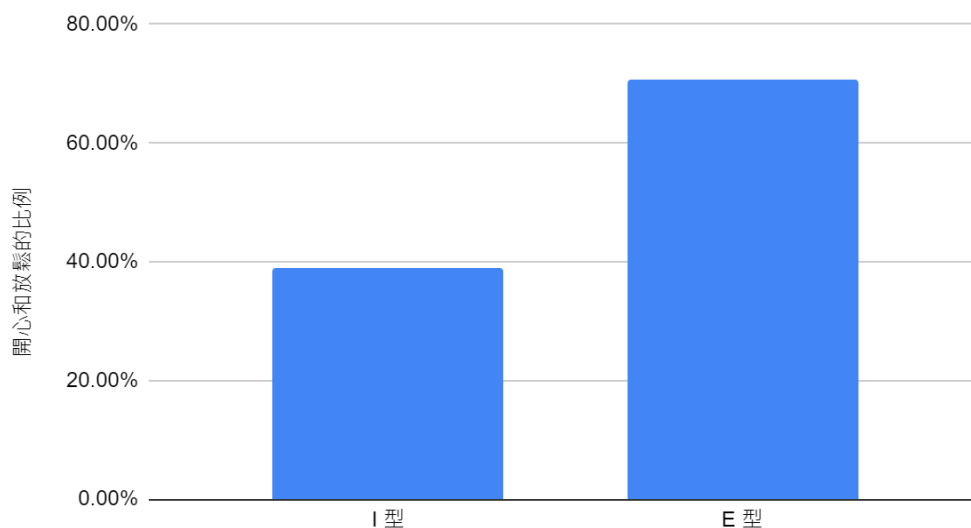
達統計上顯著性的發現

在進行數據分析時，我們選擇以 MBTI 的四個主要維度作為分組依據，即內向型 (Introversion, I) 與外向型 (Extraversion, E)、感覺型 (Sensing, S) 與直覺型 (Intuition, N)、思考型 (Thinking, T) 與情感型 (Feeling, F)、判斷型 (Judging, J) 與知覺型 (Perceiving, P)。我們希望這樣的分組方式能夠更精確地反映每個受試者的個性特質，還能幫助我們釐清不同性格組合在社群媒體使用行為上的差異性。

以 I(內向)、E(外向)作為分組

6. 社群媒體使用後的情緒反應

縱軸：開心和放鬆的比例 橫軸：人格類型



類型	總數	開心和放鬆的數量	開心和放鬆的比例
I 型	64	25	39.06%
E 型	41	29	70.73%

檢驗方法：使用比例差異的 z 檢定 (Proportions Z-test)。

統計結果：

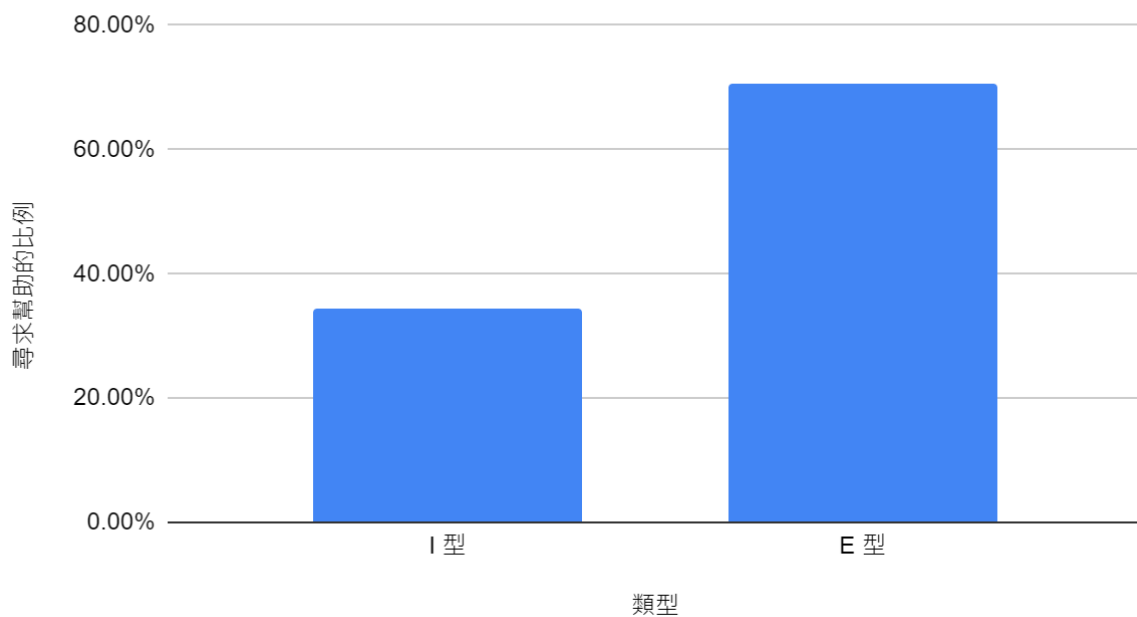
z 值：3.17

p 值：0.0015（顯著性水準 0.05 下達到顯著差異）

根據統計結果，外向型（E）學生在使用社群媒體後感到開心和放鬆的比例高達 70.73%，而內向型（I）學生則僅有 39.06% 有相同感受。這一發現顯示出性格外向的學生更容易從社群互動中獲得正面情緒，可能是因為外向型人格較為依賴外部刺激和社交互動來獲得能量。而內向型學生則可能更傾向於從獨處中獲得能量，因此在社群媒體互動後的正面情緒相對較少。根據 z 檢定結果，兩者之間的比例差異達到顯著性（z 值 = 3.17, p 值 = 0.0015），表明這一現象具有統計上的顯著差異。

7. 在社群媒體上尋求幫助或支持的比較

縱軸：尋求幫助的比例，橫軸：類型



類型	總數	尋求幫助的數量	尋求幫助的比例
I 型	64	22	34.38%
E 型	41	29	70.73%

檢驗方法：使用比例差異的 z 檢定（Proportions Z-test）。

統計結果：

z 值：-2.31

p 值：0.0211（顯著性水準 0.05 下達到顯著差異）

在社群媒體上尋求幫助或支持的比例中，外向型學生同樣顯著高於內向型學生（70.73% vs 34.38%）。這可能是由於外向型學生傾向於更積極地向外界尋求支持，而內向型學生則可能更傾向於自我解決問題或依賴親近的少數幾位朋友。根據比例差異的 z 檢定結果，兩者之間的差異同樣達到顯著性（z 值 = -2.31, p 值 = 0.0211），支持了外向型學生在社群媒體上更為活躍的假設。

結論與建議

研究結果顯示，外向型學生在使用社群媒體後感到開心和放鬆的比例顯著高於內向型學生，反映出外向型人格較依賴外部社交互動來獲取正向情緒支持。同時，在尋求社群媒體上的幫助與支持方面，外向型學生也顯著多於內向型學生，這可能與其更積極的社交行為模式有關。

此外，研究中發現，感覺型（S）與直覺型（N）、思考型（T）與情感型（F）、判斷型（J）與知覺型（P）這些人格特質組合在社群媒體使用行為上亦存在一定差異。這些結果表明，不同人格特質的學生在面對社群媒體的使用動機、情緒反應及行為模式上有顯著差異。這些差異可能進一步影響他們的心理健康與學業表現。

1. 情緒反應差異

外向型（E）學生在使用社群媒體後感到開心和放鬆的比例顯著高於內向型（I）學生（70.73% vs. 39.06%， $p < 0.05$ ），顯示外向型學生更容易從社群媒體互動中獲得正面情緒支持。

2. 社群媒體求助行為

外向型學生在社群媒體上尋求幫助或支持的比例顯著高於內向型學生（70.73% vs. 34.38%， $p < 0.05$ ），反映出外向型學生更傾向於表達情感並向他人求助。

分組比較結果與反思

我們針對 MBTI 的四個主要維度（I vs. E、S vs. N、T vs. F、J vs. P）進行了詳細的分組比較。在許多社群媒體行為項目上，如每日使用時長、主要使用目的等，部分組別間未達顯著性差異。這說明 MBTI 人格特質對社群媒體使用行為的影響並非絕對，不同人格特質在特定情境下的行為模式可能會因外部環境、社交壓力等因素而有所改變。

反思與局限

雖然 MBTI 為我們提供了理解人格特質的框架，但其解釋力可能不足以全面涵蓋青少年在社群媒體上的行為模式。未來研究應考慮整合更多心理與社會因素，如家庭

背景、同儕影響及數位素養，進一步探索這些因素如何交互作用，影響青少年的網路行為與心理健康。

建議

基於研究結果的教育與輔導建議

1. 針對外向型學生

在學校教育中應幫助外向型學生理解社群媒體對情緒的潛在影響，引導他們學會辨識和調節情緒，避免過度依賴社群媒體來獲取情緒支持。

2. 針對內向型學生

為內向型學生提供更多實體活動機會，鼓勵他們參與小規模的社交活動，以減少對社群媒體的依賴，並在現實生活中獲取情感支持。

對未來研究的反思與建議

研究設計反思：本研究主要依賴 MBTI 作為唯一的人格測量工具，未來研究可以考慮多元人格理論的整合，如結合五大人格特質模型來提高解釋力。

樣本選取建議：本研究樣本來自同一地區的學生，未來研究應擴展至更多地區和文化背景，以提高研究結果的普適性。

縱向研究：可考慮進行長期追蹤研究，以探討不同人格特質的青少年在不同成長階段中的社群媒體行為變化及其長期影響。

參考資料

《內向心理學》：內向性格無關社交能力，別再問「你為什麼這麼安靜？」

換日線，2021，<https://crossing.cw.com.tw/article/15589>。

MBTI 16 型人格簡介分析：4 個字母不是絕對、親子溝通也能解？

親子天下，2023，<https://www.parenting.com.tw/article/5096423>。

應用 MBTI 性格量表探討消費者對不同比例矩形之偏好，王靜儀，2015。

以社群網站為例探討人格特質、社群網路使用態度、人際關係對社群意識與社群忠誠度之影響

周秀蓉、李秀玉、楊依姍、楊宜蓁、張斐嫻、王汝潔，2013。

青少年使用社群媒體調適壓力之因應策略分析與適應性探討，陳怡伶，2023。