

# 大學生 Instagram 用戶人格特質與 FoMO 症候群之關係

羅皓文<sup>1</sup> 林志哲<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup> 國立臺北科技大學技術及職業教育研究所碩士

<sup>2</sup> 國立臺北科技大學師資培育中心教授

\*通訊作者：林志哲

通訊地址：106 臺北市大安區忠孝東路三段 1 號

E-mail：chihche1024@gmail.com

投稿日期：2024 年 4 月

接受日期：2024 年 6 月

## 摘要

本研究旨在探討大學生 Instagram 用戶人格特質與 FoMO (Fear of Missing Out) 症候群之現況與關係。研究方法採問卷調查法，以 1,163 名大學生 Instagram 用戶為研究對象。調查所得資料以描述統計、獨立樣本  $t$  檢定、單因子變異數分析及多元迴歸等方法進行分析，研究結果如下：一、大學生 Instagram 用戶「親和性」層面得分最高，而「神經質」層面得分較低；整體 FoMO 症候群屬中等程度。二、男大學生 Instagram 用戶在人格特質「開放性」層面平均得分高於女大學生，而女大學生在「神經質」與「親和性」層面平均得分高於男大學生；且男大學生 FoMO 症候群平均得分高於女大學生。三、低年級大學生 Instagram 用戶 FoMO 症候群平均得分高於高年級大學生 Instagram 用戶。四、大學生 Instagram 用戶人格特質對 FoMO 症候群具預測力，其中，人格特質之「外向性」、「開放性」與「神經質」表現程度越高，其 FoMO 症候群現象也越強；而「嚴謹性」與「親和性」表現程度越高，其 FoMO 症候群現象則越低。

關鍵詞：FoMO 症候群、Instagram、人格特質、大學生

# Research on the Correlation Between Personality Traits and Fear of Missing Out (FoMO) of University Instagram Users

*Hao-Wen Lo<sup>1</sup>, Chih-Che Lin<sup>2,\*</sup>*

<sup>1</sup> Master, Graduate Institute of Technological & Vocational Education, National Taipei University of Technology

<sup>2</sup> Professor, Teacher Education Center, National Taipei University of Technology

\*Corresponding author: Chih-Che Lin

Address: No. 1, Sec. 3, Zhongxiao E. Rd, Taipei City 106, Taiwan (R. O. C.)

E-mail: chihche1024@gmail.com

Received: April, 2024

Accepted: June, 2024

## Abstract

The research aims to explore the current situation and relationships between comprehensive Instagram users' profiles and Fear of Miss Out (FoMO). The study adopts a questionnaire survey and selects 1,163 university students' Instagram users as the research objects. The data obtained from the survey was analyzed by descriptive statistics, *t*-test, one-way ANOVA, and multiple regression. The results of this study were summarized as follows: (1) Instagram users consisting of university students have the highest score for the "Agreeableness" trait, while the score for the "Neuroticism" trait was lower; and the overall FoMO was moderate; (2) Gender has caused significant differences in the five personality traits and FoMO of university students' Instagram users. That is, the "Openness" trait of male university students' Instagram users was higher than females, and "Neuroticism" as well as "Agreeableness" traits of female university students' Instagram users were higher than males. Moreover, the FoMO of male university students' Instagram users was higher than that of females; (3) Grade has also caused significant differences in the five personality traits and FoMO of university students' Instagram users. In other words, the FoMO of younger university students' Instagram users was higher than older ones; (4) The five dimensions of personality traits of college students' Instagram users all have a significant impact on FoMO. Moreover, "Extroversion," "Openness," and "Neuroticism" traits have a positive impact on FoMO, while "Conscientiousness" and "Agreeableness" traits have a negative influence on FoMO.

Keywords: *FoMO, Instagram, personality trait, university students*

## 壹、緒論

臺灣網路資訊中心(2020)在2020臺灣網路研究報告中，將網路服務分為「即時通訊」、「網路新聞」、「社群論壇」、「影音直播」與「電郵搜尋」五大類，在年齡上則以「12-24歲Z世代」、「25-39歲Y世代」、「40-55歲X世代」與「56歲以上」四大類進行區隔，報告指出在「社群論壇」項目上，以12-24歲Z世代95.6%占比最高，而25-39歲Y世代則以92.5%居次，由此可知，臺灣大學生對於社群媒體已具高黏著度。《商業周刊》進一步指出，至今Facebook雖仍不受世代影響，尚屬最多年齡層使用之社群媒體，然而Z世代卻不買單，更偏好使用Instagram來接收資訊並與他人進行互動(張庭偉, 2019)；國外一份Z世代風格網紅趨勢白皮書針對Z世代社群媒體使用行為同樣表示，Z世代的溝通媒介以圖像影音為主，因此，亦可稱Z世代為「視覺社群美學世代」，整體使用比例更以近八成之數據遙遙領先其他年齡層，充分顯示出Instagram已是Z世代至關重要的社群媒體，且當中女性對於Instagram之使用頻率顯著高於男性(康泰納仕, 2020)。依據Kemp(2021)所發表Digital 2021: Taiwan報告顯示，目前Instagram主要用戶為18-34歲之臺灣用戶，從2018年49%攀升到2021年59%，可見臺灣Instagram用戶具有持續成長的趨勢，更是大學生目前最喜愛之社群平臺，故本研究係以Instagram作為研究範疇。

國內針對青少年與大學生的網路使用行為研究指出，由於青少年正處於發展自我概念的成長期，網路成為探索自我的重要場域，因此在社群媒體上產製並上傳影音內容後，會非常在意他人給予的

線上回饋與想法(張卿卿, 2016)、在意Instagram上照片的讚數、擔心朋友對貼文的評論，倘若讚數或評價不佳，可能會感到自尊心受傷(蘇柔郡、吳筱玫, 2018)。研究也證實，青少年會在使用社群媒體的過程中，產生比較心理，且青少年比較心態的程度愈高，感受到的社交焦慮也愈高，自尊感則愈低(林宛樺, 2020)，而大學生亦因在意同儕的看法及跟隨同儕的行為模式而使用社群媒體(Lin, 2015)，並因同儕的訊息回應而感到焦慮(賴偉嘉, 2018)。英國慈善機構「皇家公共衛生學會」(Royal Society for Public Health & Young Health Movement, 2017)針對1,500名14-24歲青少年做了一份#Status Of Mind研究指出，Instagram是對精神健康傷害最大的社群媒體，其以視覺為導向的特性是造成此項結果的主因，尤其Instagram還會影響睡眠、引發焦慮，造成深怕漏看動態的「害怕錯過」症狀，甚至看著朋友們出遊、美食的照片，進而產生比較、忌妒等負向情緒。

自媒體的崛起讓每個個體都可以是一個媒體單位，只要透過數位科技和行動裝置，即可易如反掌地在社群媒體中參與或主導傳播各類訊息與個人化之動態(陳國祥, 2016)。然而，大學生在社群媒體平臺中因過度想表露自我想法或積極想與親朋好友進行互動，進而產生不斷更新動態或點擊社群媒體頁面之行為，即屬不斷重複資訊尋求行為(information-seeking behaviors)，假若行為過於頻繁時，容易引發主觀性資訊遺漏狀況，進而產生焦慮、恐慌與自卑心理之影響，隨著負面壓力與情緒日積月累，將容易讓個體培養出負面之玻璃心人格模式(Haidt & Lukianoff, 2019/2020)。換言之，身處

科技世代與虛擬世界之下的大學生，其人格特質之樣貌及特性，可能已在 21 世紀網路資訊及社群媒體大量崛起的趨勢與潮流下悄然改變。然綜觀歷來研究發現，現階段國內尚未有採用五大人格特質架構，並將對象平臺聚焦在大學生 Instagram 用戶所進行的相關探究（陳又菱等人，2020）。如前所述，Instagram 已是大學生喜愛程度最高的社群媒體，更是黏著度最高平臺，而在現實社會中，對於不同人格特質之大學生 Instagram 用戶而言，在使用頻率上是否具有不同程度的狀態？在面對 Instagram 誘惑時，是否將因不同人格特質而產生差異反應？據此，本研究基於當前已廣為國內外所運用之五大人格特質架構，期可詳加瞭解目前我國大學生 Instagram 用戶在虛擬社群世界中之性格狀態及使用現況為何，是以探討大學生 Instagram 用戶人格特質之現況，乃為本研究動機一。

另一方面，目前臺灣數位海洛因（digital heroin）在大學生族群中可謂相當氾濫，當數位海洛因進入體內 DNA 時，將對其心智進行大規模破壞與行為上之操控，其感染與擴散能力如同病毒般快速且狡猾，促使個體不斷沉淪在社群媒體當中，淪為數位海洛因成癮者，久久無法戒斷，連帶致使個體之身心狀態每況愈下，而多數成癮者，皆是正值青春年華之少男少女們，針對上述現象，在學術上便稱為 FoMO 症候群（Fear of Missing Out, FoMO）（葉貞屏，2020）。然綜觀歷來研究，國內甚少採用 FoMO 架構並將對象平臺聚焦於大學生 Instagram 用戶進行探討。如前所述，目前大學生對於社群媒體過度依賴，且害怕錯過同儕或其在在意對象之相關資訊，此種錯失焦慮的心態，已嚴重打擊其身心健康，如：生活失序而造

成喪失良好睡眠品質、飲食不正常亦或影響學業表現等；亦如負向自我概念之效應而造成不正常之過度比較心態、極端情緒起伏亦或產生偏差行為等（Stead & Bibby, 2017），因此，瞭解大學生 FoMO 現況實乃刻不容緩。若可詳加瞭解大學生 Instagram 用戶其 FoMO 之表現程度，應可透過研究結果提供教育或輔導人員之輔導依據，是以探討大學生 Instagram 用戶 FoMO 之現況，乃為本研究動機二。

此外，回顧歷來研究發現，人格特質與社群媒體成癮之間具有一定關聯，如：「嚴謹性」與社群媒體成癮具有顯著負相關，「親和性」亦與社群媒體成癮具有顯著負相關（李曜安，2014），而 FoMO 可視為一種成癮症狀，與社群媒體成癮表現相仿，據此推知，人格特質可能也與 FoMO 現象密切相關。其次，參採五大人格特質理論觀點（Costa & McCrae, 1985），「神經質」個體易受內外環境影響而缺乏安全感及較多焦慮感，使其可能因過度擔心遺漏同儕或自己主觀在意的資訊，進而產生不斷重複資訊尋求行為，連帶提高 FoMO 之程度；反之，「嚴謹性」個體因具有相對較高之自我控制力，在面對社群媒體時，能夠展現自我節制之表現，故應不易產生 FoMO 現象，由此可知，人格特質和 FoMO 彼此密切關聯。雖然已有部分研究指出，「神經質」與 FoMO 具有顯著正相關，「外向性」亦與 FoMO 具有顯著正相關（江雲霞，2018），唯此些研究係以社會大眾為對象，或以微信（WeChat）社群為媒介，然若以大學生或 Instagram 進行探究，所獲結果是否與前述發現相仿，亦或有所差異，不免令人好奇，是以探討大學生 Instagram 用戶人格特質與 FoMO 症候群二者關聯性，乃為本研究動機三。

基於上述研究動機，本研究旨在探討問題如下：

- 一、瞭解大學生 Instagram 用戶人格特質及 FoMO 症候群之現況。
- 二、分析不同背景變項之大學生 Instagram 用戶人格特質及 FoMO 症候群的差異情形。
- 三、探討大學生 Instagram 用戶人格特質對 FoMO 症候群之預測力。

## 貳、文獻探討

### 一、人格特質的意涵及相關研究

人格，可形容為每一個人無形的內在衣裝，也因如此，它將促使人們具有不同的特質，在學術研究上，學者更是常用「特質」一詞作為研究分析單位，意即，當人們面對外在環境刺激時，將受到特質催化之影響，進而促發人們由內而外生成一種穩定且持久之狀態反應（Allport, 1961），亦有學者表示，人格特質即是人們在面對不同情境時，所產生獨特且一致性之行為特徵反應（Costa & McCrae, 1992; Gatewood & Field, 1998）。是以基於「特質論」，特質是構成人格重要因素，當人們受到環境刺激時，所產生的行為、思考、情感等內外表現，都將與其人格特質密切相關（Zimbardo, 1997），因此，本研究將人格特質定義為人格特質是個體內在之反應物，當受到環境刺激時，將自然產出個體獨特性及穩定一致性之性格反應。

在人格特質理論中，目前係以 Costa 與 McCrae（1985）所主張的五大向度：「開放性」（Openness）、「嚴謹性」（Conscientiousness）、「外向性」（Extraversion）、「親和性」（Agreeableness）及「神經質」（Neuroticism）最為人熟知，

將五個向度拼湊成代名詞 OCEAN，又可稱為「人格五因子模式」，不僅已被廣泛運用在心理學、管理學及社會學等不同領域，且獲得高度認同與接受（Digman, 1990），亦在商業實務及校園學生輔導經常採用，除可準確探討個體發展及個別差異外，也具有跨文化的普遍性。因此，本研究針對人格特質之瞭解，即以五大人格特質理論作為主體架構，包括「開放性」、「嚴謹性」、「外向性」、「親和性」與「神經質」等五大層面（Costa & McCrae, 1985; Thompson, 2008），說明如下：

- （一）開放性：個體勇於探索新的經驗、陌生事物與事實之程度。
- （二）嚴謹性：個體屬目標成就導向，具組織及責任感之程度。
- （三）外向性：個體在人際關係互動情境中，感到舒適之程度。
- （四）親和性：個體容易溝通相處，且喜好與他人合作之程度。
- （五）神經質：個體接受到負面情感刺激，產生不穩定之程度。

回顧人格特質相關研究中，在性別上，部分研究指出，男性「外向性」顯著高於女性（柴康偉等人，2020），但 Kmecová 與 Kajanová（2021）則發現，女性「外向性」顯著高於男性；而在「嚴謹性」向度，以上學者皆一致發現女性「外向性」高於男性。據此顯示，性別背景變項對於五大人格特質之影響程度仍未有一致性結果，值得進一步探究釐清。同理，在年級上，柴康偉等人（2020）研究結果指出，低年級學生在五大向度皆顯著高於高年級學生，但 Kmecová 與 Kajanová（2021）則發現，年級與五大人格特質未有任何相關性，是以年級與人格特質之可能關係，同須進一步探究釐清。

## 二、FoMO 症候群的意涵及相關研究

FoMO 症候群亦被譯成「資訊遺漏恐懼」、「錯失焦慮症候群」、「恐懼錯過」等用語。隨著科技網路日趨普及，人們與社群媒體關係已密不可分，雖然社群媒體帶給人們如此便捷的聯繫媒介，但似乎沒有填補人們的社交及資訊需求滿足，反而促使其對資訊產生更高層次的追求，使其更長時間投入社群媒體（蔡宇富，2020）。從身心角度視之，對於社群媒體高度使用者而言，容易不斷沉淪在追求社交心理與接收資訊條件滿足的惡性循環裡，進而影響個體產生憂鬱、自卑甚至主觀孤立之負向情緒與想法（王芊凌，2020；Oberst et al., 2017），此況在學術上稱為 FoMO 症候群。FoMO 與高頻率使用社群媒體具有高度相關性，而當個體患上 FoMO 時，將容易對其身心造成負面影響。因此，本研究將 FoMO 定義為個體對於社群媒體具高頻率且高注意之社交行為狀態模式，當狀態需求無法滿足時，將產生資訊遺漏焦慮、不穩定情緒與強迫使用行為之負面狀況。

回溯 FoMO 相關研究，最早是由 Przybylski 等人（2013）所提出，採用心理學自我決定論（self-determination theory, SDT）觀點進行探究，並針對 FoMO 歸納出「自我相關性」（relatedness）、「自主與自決性」（autonomy）與「自我效能性」（competence）三大向度，自三大基本心理需求之匱乏狀態進行 FoMO 探究，認為個體係因基本心理需求未能滿足而導致 FoMO 表現，且據以發展測量工具。賴宜弘等人（2016）針對 FoMO 所指 SDT 三大需求則進一步詮釋，當個體在無法滿足自我相關性（主觀認為自己缺乏與他人聯繫之親密或互動感受）、自主

與自決性（主觀認為自己無法做出有意義的社交或自我表露之選擇，或欲掌握他人對自己的需要或重視的程度而擔心產生自我疏離感）及自我效能性（主觀認為自己無能力在環境中表露自我或無法得到個人期盼之互動感受時，將會使個體產生自尊心低落、自我貶低或情緒焦慮等負面現象）等三大心理需求時，將較一般人對於人際相處更為敏感，連帶提高社群媒體使用頻率。據此觀點，假若個體三大心理需求（自我相關性、自主與自決性及自我效能性）表現程度高，即基本心理需求越是匱乏，亦將產生較高之 FoMO 現象。換言之，當 SDT 三大個體先天性需求程度越高，易於促發其主動投入社群媒體的參與及表現；即 SDT 三大個體先天性需求越高者，越是傾向使用社群媒體的程度也越高（Oberst et al., 2017），而透過參與其中所可能滿足三大需求或動機，進一步造成 FoMO 問題的發生與表現。循此脈絡，個體會主動將社群媒體平臺作為與他人進行資訊交換、從中展現自我、發展人際互動之聯繫工具，加深自己與他人緊密關係連結程度，從而滿足三大需求或動機。因此，參採 SDT 理論觀點，可作為理解 FoMO 現象的重要基礎，是以本研究針對 FoMO 之瞭解，即以 SDT 理論作為主體架構，包括「自我相關性」、「自主與自決性」及「自我效能性」等三大層面（Oberst et al., 2017; Przybylski et al., 2013），說明如下：

- （一）自我相關性：個體渴望與他人產生連結之程度。
- （二）自主與自決性：個體對於主動權感受之程度。
- （三）自我效能性：個體希望與環境產生有效互動感受之程度。

回顧 FoMO 相關研究中，在性別上，

國內研究指出，女性 FoMO 程度高於男性（蔡宇富，2020），唯國外則發現，男性 FoMO 程度高於女性（Qutishat & Sharour, 2019; Zunic, 2017）。據此顯示，性別背景變項對於 FoMO 之影響程度仍未有一致性結果，值得進一步探究釐清。同理，在年級上，已有研究指出，低年級學生 FoMO 程度顯著高於高年級學生（Tugtekin et al., 2020）；但 Zunic (2017) 和 Qutishat 與 Sharour (2019) 則發現，年級與 FoMO 未有任何相關性，是以年級與 FoMO 之可能關係，同須進一步探究釐清。

### 三、人格特質與 FoMO 的相關研究

一方面經蒐整歷來與「人格特質、FoMO 與他類社群媒體」相關研究進行分析獲悉，對五大人格特質中之「神經質」與 FoMO 具有顯著正相關多有共識，然對餘等四向度之意見分歧，如：「外向性」亦與 FoMO 具有顯著正相關（江雲霞，2018），且江雲霞（2018）亦發現五大人格特質中之「親和性」、「開放性」與「嚴謹性」與 FoMO 具有中度關係，Kircaburun 等人（2020）亦指出「開放性」與「嚴謹性」與 FoMO 具有高度關係，唯 Sindermann 等人（2021）認為「開放性」及「嚴謹性」與 FoMO 並無顯著相關。另一方面亦蒐整歷來與「人格特質、網路社群成癮與他類社群媒體」類型研究進行分析獲悉，多見五大人格特質中之「嚴謹性」與社群媒體成癮具有顯著負相關，然對餘等四向度之意見同屬分歧，如：「親和性」與社群媒體成癮具有顯著負相關（李曜安，2014），但李曜安（2014）更發現五大人格特質中之「神經質」與社群媒體成癮具有負相關；Rachubińska 等人（2021）則指出「神經質」與社群媒體成癮應呈現正相關。此外，Kircaburun

與 Griffiths (2018) 研究顯示，「開放性」與社群媒體成癮具顯著負相關，唯 Rachubińska 等人（2021）指出，「開放性」與社群媒體成癮具顯著正相關。

綜言之，透過「人格特質、FoMO 與他類社群媒體」與「人格特質、網路社群成癮與他類社群媒體」二類相關文獻分析推測，人格特質和 FoMO 確實存有一定關聯，且人格特質應可有效預測 FoMO 表現，如：「外向性」與「神經質」二構面，對於社群媒體成癮具有預測力。如前所述，FoMO 亦是一種成癮症狀，與社群媒體成癮表現大致相仿，是以人格特質對 FoMO 亦應具預測力，盼透過研究結果，冀能提供教育現場者及輔導人員之輔導方式參考。

## 參、研究方法

### 一、研究對象

本研究對象係為大學生 Instagram 用戶，依據教育部（2024）大專校院概況表統計資料庫顯示，2019 年共有 917,197 名大學生，透過軟體公司 Creative Research Systems 所提供 Sample Size Calculator 樣本計算服務系統，將信賴區間標準設定為 95%，而抽樣誤差設定在 3%，計算出 1,066 之樣本數應已足夠具有樣本代表性。考量本研究對象聚焦在有使用 Instagram 之大學生，分別於 Facebook 及 Instagram 兩大廣為使用之社群平臺進行線上問卷調查，共發出 1,650 份線上問卷，經剔除無效問卷後，共有 1,163 份有效問卷，有效回收率為 70.48%。根據有效問卷分析結果，本研究在性別方面，男性 435 位（37.4%）、女性 728 位（62.6%）；在年級方面，一年級 101 位（8.7%）、二年級 193 位（16.6%）、三年級 289 位（24.8%）、

四年級 384 位 (33%)、四年級以上 196 位 (16.9%)。

## 二、研究工具

本研究使用研究工具包含「人格特質量表」及「FoMO 症候群量表」，說明如下：

### (一) 人格特質量表

本研究採用鄧景宜等人 (2011) 所編製之「Big-Five Mini-Markers 繁體中文版量表」，包括「開放性」、「嚴謹性」、「外向性」、「親和性」與「神經質」五個分量表 (各八題)，合計共 40 題。本量表使用 Likert 5 點計分，由填答者依其個人對題目之實際感受，針對各題項逐一填答。問卷題目有正向題及反向題，由「非常不同意」至「非常同意」，依序分別給予 1 分至 5 分，反向題則反向計分；得分越高表示受試者越具有該特質之表現。原量表五個分量表之 Cronbach's  $\alpha$  分別為 .85、.86、.91、.89 及 .79，總量表  $\alpha$  為 .81，代表此量表具有良好的內部一致性信度。原量表亦以驗證性因素分析考驗個別試題信度、潛在變項組成信度、平均變異抽取量等指標，結果指出前述指標與過去文獻中提出的準則皆有顯著或接近顯著的相關，支持量表尚有可接受之效度 (鄧景宜等人, 2011)。另以本研究對象考驗內部一致性信度，各分量表結果為 .75、.88、.61、.85 及 .79，總量表為 .78，顯示本量表信度尚可接受。

### (二) FoMO 症候群量表

本研究採用賴宜弘等人 (2016) 所編製之「資訊遺漏恐懼感量表」，包括「自我相關性」(四題)、「自主與自決性」(三題)與「自我效能性」(三題)三個分量表 (各八題)，合計共 10 題。本量表使用

Likert 5 點計分，由填答者依其個人對題目之實際感受，針對各題項逐一填答。問卷題目皆為正向題，由「非常不同意」至「非常同意」，依序分別給予 1 分至 5 分，得分越高表示受試者之 FoMO 症候群也越高。原量表三個分量表之 Cronbach's  $\alpha$  分別為 .96、.97 及 .95，總量表 Cronbach's  $\alpha$  為 .95，代表此量表具有良好的內部一致性信度。原量表亦以驗證性因素分析考驗個別試題信度、潛在變項組成信度、平均變異抽取量等指標，結果指出前述指標與過去文獻中提出的準則皆有顯著或接近顯著的相關，支持量表尚有可接受之效度 (賴宜弘等人, 2016)。另以本研究對象考驗內部一致性信度，各分量表結果為 .84、.88 及 .83，總量表為 .85，顯示本量表信度合宜。

## 三、資料處理與分析

施測問卷回收後，刪除有遺漏值或亂答等填答不完全之無效問卷，再將有效問卷經建檔、彙整後，利用 SPSS for Windows 22.0 版統計套裝軟體進行資料處理與統計分析。本研究採用的統計分析法為描述統計、 $t$  考驗、單因子變異數分析及多元迴歸分析。

## 肆、研究結果與討論

### 一、大學生人格特質與 FoMO 症候群之現況

大學生人格特質共分為五個層面：外向性、開放性、神經質、嚴謹性與親和性。由表 1 可知，各層面平均得分介於 3.17 至 3.85，由高至低依序為：親和性、嚴謹性、開放性、外向性、神經質，顯示大學生 Instagram 用戶人格特質具有較高的親和性傾向及較低的神經質傾向。此結果



與林郁蕙和曾善美（2011）及 Kmecová 和 Kajanová（2021）研究發現，目前大學生人格特質以親和性為最多可相呼應。大學生身處群體互動之生活圈，在此情境中，人與人之間的交流、溝通與合作便成為日常必要及所需，故親和性特質亦悄然萌生在大學生性格中。

另一方面，大學生 FoMO 症候群共分為三個層面：自我效能性、自主與自決性與自我相關性。由表 1 可知，大學生 Instagram 用戶 FoMO 症候群平均得分為 3.19（本研究為 5 點量表），顯示其 FoMO 症候群趨於中等程度。進一步觀察各層面平均得分均介於 2.69 至 3.53 之間，各層面由高至低依序為：自我效能性、自我相關性、自主與自決性，顯示大學生 Instagram 用戶在 FoMO 症候群屬中等程度。此結果與蔡宇富（2020）及 Qutishat 和 Sharour（2019）研究發現，目前大學生 FoMO 症候群屬於中等情形可相呼應。雖然目前大學生 FoMO 症候群屬於中等程度，其影響身心狀況程度或許尚未達到嚴重情形，但隨著資訊化及層出不窮的社群媒體不斷出現在大學生日常生活，自不

可對大學生 FoMO 症候群掉以輕心，更應視為一種警訊。

## 二、不同背景變項大學生 Instagram 用戶在人格特質與 FoMO 症候群的差異情形

### （一）不同性別大學生 Instagram 用戶在人格特質的差異比較

由表 2 可知，不同性別大學生 Instagram 用戶在「開放性」層面人格特質達顯著差異（ $t = 3.923, p < .001$ ），且男性高於女性；而在「神經質」（ $t = -2.675, p < .01$ ）、「親和性」（ $t = -4.083, p < .001$ ）等二層面亦有顯著差異，且女性「開放性」皆高於男性（開放性及親和性皆有中效果量、神經質則為小效果量）（Cohen, 1988）。此結果與 Corker 等人（2015）、Kircaburun 等人（2020）及 Kmecová 與 Kajanová（2021）研究結果相仿。Corker 等人即指出，男大生相較於女大生個性較為直率且陽剛，對於陌生事物會願意嘗試與挑戰，亦喜歡透過獨自探索滿足對其所喜好事物的好奇心，故男大生「開放性」顯著高於女大生；其次，Kircaburun 等人亦指出，女大生相較於男大生內心敏感程度高，較易受到外在人事物影響其負面情緒產生，故女大生「神經質」顯著高於男大生；再者，Kmecová 與 Kajanová 指出，以大學生創業觀點評論，女大生在進行決策時，多採以人為本模式，其相對重視人與人之間相處的感受與合作互助模式；反之，男大生則多採任務為本模式，相對重視任務執行層面的問題，較不會過度關注人的情感，故女大生「親和性」顯著高於男大生。是以男大生 Instagram 用戶開放性人格特質高於女大生，而女大生 Instagram 用戶神經質與親和性人格特質則高於男大生。

表 1  
大學生人格特質與 FoMO 症候群分析結果

層面	平均數	標準差
人格特質		
開放性	3.39	.39
嚴謹性	3.61	.59
外向性	3.36	.65
親和性	3.85	.56
神經質	3.17	.62
FoMO 症候群		
自我效能性	3.53	.67
自主與自決性	2.69	.87
自我相關性	3.31	.78
整體	3.19	.65

表 2  
不同性別大學生 Instagram 用戶人格特質之  $t$  檢定摘要表

層面	$N$	平均數	標準差	$t$ 值	Cohen's $d$
開放性				3.923***	.236
男性	435	3.37	.39		
女性	728	3.27	.38		
嚴謹性				-.489	.038
男性	435	3.60	.62		
女性	728	3.61	.58		
外向性				-.883	.002
男性	435	3.27	.59		
女性	728	3.30	.65		
親和性				-4.083***	.247
男性	435	3.76	.56		
女性	728	3.90	.55		
神經質				-2.675**	.164
男性	435	3.14	.58		
女性	728	3.24	.64		

\*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$ 。

## (二) 不同年級大學生 Instagram 用戶在人格特質的差異比較

不同年級大學生 Instagram 用戶在人格特質五個層面之  $F$  值檢定皆未達顯著差異，顯示大學生 Instagram 用戶在人格特質五個層面，不因年級不同而有所差異。此結果與 Kmecová 與 Kajanová (2021) 研究結果相同。Kmecová 與 Kajanová 指出，人格特質屬於每個人內在特有性格，具持久性及穩定性，不易受到改變及影響，而大學四年時間相較人生全程仍屬短暫，應難有所變化，是以大學生 Instagram 用戶人格特質不因年級而有所不同。

## (三) 不同性別大學生 Instagram 用戶在 FoMO 症候群的差異比較

由表 3 可知，不同性別大學生 Instagram 用戶在整體 FoMO 症候群有顯著差異 ( $t = 3.273, p < .001$ )，且男性高於女

性；而在「自我效能性」( $t = 2.646, p < .01$ )、「自主與自決性」( $t = 4.078, p < .001$ )等二層面亦有顯著差異，且皆為男性高於女性（自主與自決性有中效果量、自我效能性及整體 FoMO 表現則為小效果量）(Cohen, 1988)。此結果與 Qutishat 與 Sharour (2019) 和 Zunic (2017) 研究結果相同。Zunic 即指出，男大生相較於女大生更重視自尊，與人相處會相當在意面子與平等關係，尤在社群媒體更是如此，故當男大生主觀認為其自尊或面子擺不下或被忽略，則易於投注更多心思在人關網絡中，藉以尋求可能失落的自我價值，是以男大生 Instagram 用戶 FoMO 症候群表現高於女大生。

## (四) 不同年級大學生 Instagram 用戶在 FoMO 症候群的差異比較

由表 4 顯示，不同年齡大學生 Instagram 用戶在「自我效能性」( $F = 5.296, p < .001, \eta^2 = .018$ )、「自主與自決性」( $F$

表 3  
不同性別大學生 Instagram 用戶 FoMO 症候群之 *t* 檢定摘要表

層面	<i>N</i>	平均數	標準差	<i>t</i> 值	Cohen's <i>d</i>
自我效能性				2.646**	.135
男性	435	3.60	.65		
女性	728	3.49	.68		
自主與自決性				4.078***	.244
男性	435	2.83	.90		
女性	728	2.61	.85		
自我相關性				1.711	.105
男性	435	3.36	.77		
女性	728	3.28	.78		
整體				3.273**	.198
男性	435	3.27	.65		
女性	728	3.14	.65		

\*\**p* < .01。\*\*\**p* < .001。

= 4.837,  $p < .01$ ,  $\eta^2 = .017$ )、「自我相關性」( $F = 3.731$ ,  $p < .01$ ,  $\eta^2 = .013$ )等三個分層面,以及整體 FoMO 症候群( $F = 5.593$ ,  $p < .01$ ,  $\eta^2 = .019$ )皆達顯著差異(皆為小效果量)(Cohen, 1988)。經薛費法(Scheffe's method)法事後比較結果指出,大體而言,低年級大學生 Instagram 用戶在「自我效能性」、「自主與自決性」、「自我相關性」三個層面及整體 FoMO 症候群均高於較高年級學生群。此結果與 Tugtekin 等人(2020)研究結果相同。Tugtekin 等人即指出,低年級大學生處於人際關係建立期,在數位世代下,社群媒體乃其建立人脈重要平臺,故其經常投入龐大時間在關心社群媒體的即時性動態,連帶出現害怕錯過心態,是以低年級大學生 Instagram 用戶皆有相對較高之 FoMO 症候群表現。

### 三、大學生 Instagram 用戶人格特質對 FoMO 症候群之預測情形

在進行多元迴歸分析前,須先進行共

線性診斷,避免自變項間的相關太高,造成分析結果不正確(吳明隆,2013)。由表 5 顯示,五預測變項的變異數膨脹因素(variance inflation factor, VIF)小於 10,表示共線性問題不高,得接續進行迴歸分析。

由表 5 可知,迴歸分析整體考驗已達顯著水準( $F = 52.177$ ,  $p < .001$ ),代表人格特質可有效預測 FoMO 症候群,而調整後之  $R^2 = .180$ ,表示人格特質五個層面能解釋 FoMO 症候群之變異量為 18%。在標準化迴歸係數  $\beta$  方面,「外向性」、「開放性」、「神經質」三個層面達顯著水準且為正值,代表對 FoMO 症候群具有正向影響力;而「嚴謹性」與「親和性」兩個層面達顯著水準且為負值,代表對 FoMO 症候群具有負向影響力,其中又以「開放性」 $\beta$  值最大為 .276 可知,人格特質各層面中以「開放性」對 FoMO 症候群的解釋力較大。據此,人格特質之「外向性」、「開放性」與「神經質」對 FoMO 具有正向影響力,顯示在此三個層

表 4  
不同年級大學生 Instagram 用戶 FoMO 症候群單因子變異數分析摘要表

層面	N	平均數	標準差	F 值	事後比較
自我效能性				5.296***	
A 一年級	101	3.55	.69		B > E
B 二年級	193	3.63	.61		C > D
C 三年級	289	3.63	.67		C > E
D 四年級	384	3.46	.68		
E 四年級以上	196	3.41	.70		
自主與自決性				4.837**	
A 一年級	101	2.63	.82		C > D
B 二年級	193	2.79	.83		
C 三年級	289	2.84	.86		
D 四年級	384	2.56	.87		
E 四年級以上	196	2.68	.91		
自我相關性				3.731**	
A 一年級	101	3.29	.81		C > E
B 二年級	193	3.37	.70		
C 三年級	289	3.43	.78		
D 四年級	384	3.28	.78		
E 四年級以上	196	3.17	.81		
整體				5.593**	
A 一年級	101	3.17	.63		C > D
B 二年級	193	3.28	.62		C > E
C 三年級	289	3.31	.64		
D 四年級	384	3.12	.64		
E 四年級以上	196	3.09	.70		

\*\* $p < .01$ 。\*\*\* $p < .001$ 。

面得分越高，越容易產生 FoMO 症候群，其中尤以開放性的預測力較高，其次為神經質，此與過去研究結果可相呼應。大學生之「外向性」與「神經質」兩層面人格特質對於 FoMO 具有預測力；Kircaburun 等人（2020）亦指出，當「開放性」與「神經質」表現程度越高之大學生，使用社群媒體的頻率也越高，致使 FoMO 症候群程度越大；換言之，具高外向性、高開放性與高神經質人格特質之大學生，在 FoMO 症候群之表現程度相對較高。另一方面，人格特質之「嚴謹性」與「親和性」

對 FoMO 則具有負向影響力，顯示在此兩個層面得分越高，產生 FoMO 症候群之可能性也越低，此與過去研究結果可相呼應。江雲霞（2018）指出，大學生之「嚴謹性」與「親和性」對 FoMO 症候群具有預測力，且高嚴謹性與高親和性之大學生，對於社群媒體較不容易產生癮現象，因而不易過度使用社群媒體，連帶也不易患有 FoMO 症候群。因此，具高嚴謹性與高親和性人格特質之大學生，在 FoMO 症候群之表現程度相對較低。

進一步參採五大人格特質理論觀點

表 5  
大學生 Instagram 用戶人格特質預測 FoMO 症候群之迴歸分析摘要表

預測變項	未標準化係數		標準化係數 ( $\beta$ )	VIF	整體	調整後
	B 之估計值	標準誤差				
開放性	.460	.047	.276***	1.127		
嚴謹性	-.092	.038	-.084*	1.704		
外向性	.173	.032	.167***	1.308		
親和性	-.155	.038	-.132***	1.510		
神經質	.271	.031	.257***	1.186		
R					.429	
R <sup>2</sup>					.184	.180
F 值					52.177***	

註：VIF = 變異數膨脹因素。

\* $p < .05$ 。\*\*\* $p < .001$ 。

(Costa & McCrae, 1985)，「神經質」特質高者，易受內外環境影響而缺乏安全感及較多焦慮感，是以高「神經質」個體易因過度擔心遺漏同儕或自己主觀在意之資訊，進而產生不斷重複資訊尋求行為，連帶提高 FoMO 之程度；而「外向性」特質高者，多具有喜歡自我表現及與他人交際互動，是以高「外向性」個體易因過度想透過社群媒體與他人進行互動及接收同儕相關資訊，唯當主觀發現無法滿足 SDT 三大個體先天性需求時，FoMO 程度亦可能提高（李曜安，2014；Ryan & Deci, 2000），至於「開放性」特質高者，熱衷分享新經驗、想法或生活點滴，是以高「開放性」個體樂於藉由社群媒體持續發布與更新自身的最新狀態，促使 FoMO 程度隨之攀升。反之，「嚴謹性」特質高者，多具有高度自律性及組織計劃性，是以高「嚴謹性」個體具有相對較高之自我控制力，在面對社群媒體時，能夠展現自我節制之表現，故不易產生 FoMO 現象；而「親和性」特質高者，多具有樂於助人及團體合作之性格，是以高「親和性」個體主要還是喜歡人與人之面對面接觸互

動，感受相處時親和接觸之感受，故也不易出現 FoMO 現象或程度相對較低（李曜安，2014）。綜言之，不同人格特質具有不同的特徵，當大學生在使用功能多樣化之 Instagram 同時，往往因差異化之人格特徵而影響其在使用 Instagram 之身心狀態及使用情形（Kircaburun & Griffiths, 2018），連帶拉近與 FoMO 症候群之關係，且 FoMO 症候群常與高頻率使用社群媒體存有密切關聯，而不同人格特質在使用社群媒體時，亦因相異的使用動機，而影響其產生不同程度的 FoMO 症候群之表現（Kircaburun et al., 2020）。

## 伍、結論與建議

### 一、結論

本研究探討大學生 Instagram 用戶人格特質與 FoMO 症候群之關係，經實證分析，獲得以下結論。

- (一) 大學生 Instagram 用戶人格特質之「親和性」層面得分最高，而「神經質」層面得分較低

本研究結果指出：大學生 Instagram

用戶在人格特質之「親和性」層面得分最高，顯示大學生 Instagram 用戶多喜歡與人互動並展現其親和力；而「神經質」層面得分較低，顯示大學生 Instagram 用戶較不易受環境影響其情感變化反應。

### (二) 大學生 Instagram 用戶 FoMO 症候群屬中等程度，以「自我效能性」層面得分最高，而「自主與自決性」層面得分最低

本研究結果指出：大學生 Instagram 用戶其 FoMO 症候群屬中等程度，顯示目前 FoMO 症候群對大學生身心狀況程度或許尚未達到嚴重情形，但隨著資訊化及層出不窮的社群媒體不斷出現在大學生日常生活，自不可對大學生 FoMO 症候群掉以輕心，更應視為是一種警訊。相較各層面平均數而言，以「自我效能性」層面得分最高，顯示大學生 Instagram 用戶期盼與環境產生有效互動，致使容易過度在意親朋好友在 Instagram 上的動態與彼此互動模式，而「自主與自決性」層面得分較低，顯示大學生 Instagram 用戶可透過 Instagram 進行主觀有意義的社交模式，且較能自我控管其使用 Instagram 的動機。

### (三) 男大學生 Instagram 用戶在人格特質「開放性」層面平均得分高於女大學生，而女大學生在「神經質」與「親和性」層面平均得分高於男大學生；且男大學生 FoMO 症候群平均得分高於女大學生

本研究結果指出：大學生 Instagram 用戶在人格特質「開放性」層面上，男大生 Instagram 用戶得分高於女大生，顯示男大生 Instagram 用戶之開放性人格特質高於女大生；而在人格特質「神經質」與「親和性」層面上，女大生 Instagram 用戶得分高於男大生，顯示女大生 Instagram

用戶之神經質與親和性人格特質則高於男大生。另一方面，本研究結果亦發現：大學生 Instagram 用戶在 FoMO 症候群整體及「自我效能性」、「自主與自決性」層面上，男大生 Instagram 用戶得分高於女大生，顯示男大生 Instagram 用戶之 FoMO 症候群表現高於女大生。

### (四) 低年級大學生 Instagram 用戶 FoMO 症候群平均得分高於高年級大學生 Instagram 用戶

本研究結果指出：大學生 Instagram 用戶在 FoMO 症候群整體及各分層面上，低年級大學生 Instagram 用戶得分高於高年級大學生，顯示低年級大學生 Instagram 用戶有相對較高之 FoMO 症候群表現。

### (五) 大學生 Instagram 用戶人格特質對 FoMO 症候群具預測力

本研究結果指出：大學生 Instagram 用戶「人格特質」對「FoMO 症候群」具預測力，且「開放性」、「嚴謹性」、「外向性」、「親和性」與「神經質」五個層面對 FoMO 症候群皆具有顯著預測效果，顯示人格特質會影響 FoMO 症候群。其中，人格特質之「外向性」、「開放性」與「神經質」表現程度越高，其 FoMO 症候群現象也越強；而「嚴謹性」與「親和性」表現程度越高，其 FoMO 症候群現象則越低。

## 二、建議

### (一) 對教育及輔導人員之建議

1. 將 Instagram 導入教學系統中，並採用 OMO (Online-Merge-Offline) 教學模式

本研究結果發現：大學生 Instagram 用戶其 FoMO 症候群屬中等程度，在「自我效能性」層面得分最高，顯示大學生

Instagram 用戶期盼與環境產生有效互動，致使容易過度在意親朋好友在 Instagram 上的動態與彼此互動模式。在實際教育現場中，多數老師為避免學生在課堂使用手機觀看社群媒體，常於教學大綱或課堂要求提出使用手機扣分的規範，唯以人本主義教學觀及現今教學趨勢而言，學生乃學習主體，已知大學生與社群媒體脫離不了關係，建議直接將社群媒體帶入教學系統中，以 Instagram 為例：教師建立專屬教學帳戶，將教材或活動透過圖像貼文或限時動態模式，透過 OMO 教學系統模式，供學生在線下透過 Instagram 或他類網路搜尋引擎，將結果以按讚留言、標記標籤、限時動態等系統功能進行互動及回覆，而教師則在線上針對學生各項回覆進行綜整性說明，引導學生並扮演鷹架與情感交流之角色（羅皓文、林志哲，2021），透過讓大學生以 Instagram 作為學習媒介，不僅使其在動機上可更有意義地使用 Instagram，亦有助轉移其因不正當之不斷重複資訊行為所致之 FoMO 症候群現象。

## 2. 辦理自我探索或心理衛生講座並導入社群媒體議題

本研究結果發現：大學生 Instagram 用戶人格特質對 FoMO 症候群具預測力。建議校院可不定期辦理自我探索或心理衛生講座，幫助學生更清楚理解自身的性格特質，並將社群媒體趨勢議題進行主題式導入，以利學生清楚自己在社群媒體使用時的心態、動機及價值觀，使其自我評估是否已拉近與 FoMO 惡的距離，並結合校園諮商管道提供大學生所需服務，藉由輔導人員專業協助，以期有效降低大學生產生 FoMO 症候群及其可能危害與負面效應。

## 3. 增設社群媒體情緒校園諮商主題，並提供 FoMO 症候群輔導服務

本研究結果發現：大學生 Instagram 用戶人格特質各層面與 FoMO 症候群整體皆具有相關性。然因每一個大學生皆有不同人格特質，在使用社群媒體時亦有不同動機，導致 FoMO 症候群程度與表現更是不同。目前各大專校院在校園諮商方面，多以生涯規劃、情感、家庭、人際、學業等問題為範疇，少見有關社群媒體情緒相關的諮商主題可供選擇，雖自研究結果得知，目前大學生 FoMO 症候群屬於中等程度，其影響身心狀況程度或許尚未達到嚴重之情形，然預防勝於治療，若學校輔導人員能針對各種不同特質之學生在使用社群媒體之動機及其影響自身情緒與行為等問題進行及時瞭解與專業協助，應可適時降低大學生負向之 FoMO 症候群發生情事。

## (二) 對大學生 Instagram 用戶之建議

### 1. 透過內建或輔助性軟體進行使用時間記錄

本研究結果發現：大學生 Instagram 用戶其 FoMO 症候群屬中等程度，在「自我效能性」層面得分最高，顯示大學生 Instagram 用戶容易過度在意親朋好友在 Instagram 上的動態與彼此互動模式。現今智慧型手機介面皆有「螢幕使用時間」功能，可協助計算所有手機軟體之使用時間，且更有將各使用類別進行如社交類、工具程式類、生產力工具類與財經類等分類功能，建議大學生可透過超時提醒功能如：使用 3 小時進行畫面通知，透過善用類此相關功能，將能有效控管 Instagram 整體使用時間，減少 FoMO 症候群之生成及其可能不利影響。

## 2. 重視實體活動參與，如新生盃、體育型競賽，減少使用社群媒體作為與人互動之主要平臺

本研究結果發現：低年級大學生 Instagram 用戶 FoMO 症候群平均得分高於高年級者。建議低年級大學生應多參與各類校際或班級活動，如新生盃校園歌唱競賽、班級大隊接力等，透過與同儕同甘共苦地享受訓練及相處過程，除可增添大學生活寶貴的經驗與回憶、建立人脈及同儕間互信互助模式，更能在練習過程中，減緩社群媒體的使用頻率，進而降低 FoMO 症候群的可能現象。

### (三) 對未來研究之建議

一方面，本研究變項層面僅包含性別及年級等個人背景變項，唯 Instagram 本身即提供多樣功能得以使用，如可進一步瞭解在 Instagram 眾多不同功能與個體相關結果表現（如：從眾行為、人際關係）是否有所關聯，應可豐富本主題研究成果，俾供後續相關研究更多可參照之依據。另一方面，本研究方法採問卷調查，因問卷屬自陳式量表，難免因量測題項說明較為負面，多少對於研究結果可能產生測量誤差。因此，建議未來可採行質性研究取向（如：訪談法、觀察法），除彌補量化研究的不足，亦可深入瞭解研究對象真實想法，促使研究結果得以進一步窺見外在表象之下所可能隱含的內在現象，例如：增設開放性問答，可從回應中獲取問卷變項所尚未提及的大學生使用 Instagram 隱藏觀點，或是研究者尚未察覺而有待探討之可能因素，進而獲致更為完善且更具效益之研究結果。

### 參考文獻

Haidt, J., & Lukianoff, G. (2020)。為什麼我們製造出玻璃心世代？：本世紀最大規

模心理危機，看美國高等教育的「安全文化」如何讓下一代變得脆弱、反智、反民主（朱怡康，譯）。麥田。（原著出版於 2019 年）

[Haidt, J., & Lukianoff, G. (2020). *The coddling of the American mind: How good intentions and bad ideas are setting up a generation for failure* (Y. K., Zhu, Trans.). Rye Field Publishing. (Original work published 2019)]

王芊凌（2020 年 6 月 12 日）。研究：青少年常使用社交媒體增加憂鬱症機會！美國國衛院警示別一起床就滑手機。Heho 健康。https://heho.com.tw/archives/86704

[Wang, Q. L. (2020, June 12). *Study: Teenagers' frequent use of social media increases the risk of depression! The National Institute of Health warns against using your phone as soon as you get up.* Heho Health & Hope. https://heho.com.tw/archives/86704]

江雲霞（2018）。微信用戶的人格特質與錯失焦慮症關係研究（未出版碩士論文）。南昌大學。

[Jiang, Y.-X. (2018). *A study on the relationship between WeChat users' personality traits and anxiety about missing out* (Unpublished master's thesis). Nanchang University.]

吳明隆（2013）。SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計（第三版）。易習圖書。

[Wu, M.-L. (2013). *SPSS statistics applied learning practice: Questionnaire analysis and applied statistics* (3rd ed.). YiXi.]

李曜安（2014）。大學生人際關係、人格特質、線上社會支持與臉書（Facebook）成癮之關係研究（未出版碩士論文）。臺北市立大學。



- [Li, Y.-A. (2014). *A study of the relationship among college students interpersonal relationship, personality traits, online social support and Facebook addiction* (Unpublished master's thesis). University of Taipei.]
- 林郁蕙、曾善美 (2011)。音樂系大學生人格特質、工作價值觀與生涯導向之調查研究。臺中教育大學學報：人文藝術類，**25** (1)，59–78。https://doi.org/10.7037/JNTUHA.201106.0059
- [Lin, Y.-H., & Tseng, S.-M. (2011). A survey research on the personality traits, work values, and career orientations of undergraduate music students in Taiwan. *Journal of National Taichung University: Humanities & Arts*, 25(1), 59–78. https://doi.org/10.7037/JNTUHA.201106.0059]
- 林宛樺 (2020)。青少年社群媒體使用行為與心理健康影響之相關研究 (未出版碩士論文)。國立臺灣藝術大學。
- [Lin, W.-H. (2020). *The influence of social media usage on mental health in adolescents* (Unpublished master's thesis). National Taiwan University of Arts.]
- 柴康偉、歐瑋明、蔡爭岳、顧倩 (2020)。大專院校學生人格特質及情緒管理之研究。管理資訊計算，**9** (1)，1–11。https://doi.org/10.6285/MIC.202008/SP\_01\_9.0001
- [Chai, K.-W., Ou, W.-M., Tsai, C.-Y., & Ku, C. (2020). A study on undergraduate students' personality and emotion management. *Management Information Computing*, 9(1), 1–11. https://doi.org/10.6285/MIC.202008/SP\_01\_9.0001]
- 陳又菱、孫之元、陳薇暄 (2020)。行動社群應用軟體融入美感教育活動對大學生的美感經驗與情境興趣之影響：以 Instagram 為例。數位學習科技期刊，**12** (2)，1–24。https://doi.org/10.3966/2071260X2020041202001
- [Chen, Y.-L., Sun, J. C.-Y., & Chen, W.-H. (2020). The effect of integrating social media mobile application with aesthetic education activities on university students' aesthetic experience and situational Interest: The case of Instagram. *International Journal on Digital Learning Technology*, 12(2), 1–24. https://doi.org/10.3966/2071260X2020041202001]
- 陳國祥 (2016)。媒體，寶物或怪獸？天下文化。
- [Chen, G. X. (2016). *Media, treasure or monster?* Global Views-Commonwealth.]
- 教育部 (2024)。大專校院概況統計。https://depart.moe.edu.tw/ed4500/News\_Content.aspx?n=48EBDB3B9D51F2B8&sms=F78B10654B1FDBB5&s=4396A90696381274
- [Ministry of Education. (2019, October 16). *Overview statistics of colleges and universities*. https://depart.moe.edu.tw/ed4500/News\_Content.aspx?n=48EBDB3B9D51F2B8&sms=F78B10654B1FDBB5&s=4396A90696381274]
- 張卿卿 (2016)。線上影音接收、傳散與產製上傳 為探討：多元動機之觀點。中華傳播學刊，**30**，61–107。https://doi.org/10.6195/cjcr.2016.30.03
- [Chang, C. (2016). Motivation for online video viewing, sharing, and posting. *Chinese Journal of Communication Research*, 30, 61–107. https://doi.org/10.6195/cjcr.2016.30.03]
- 康泰納仕 (2020)。2020 康泰納仕 Z 世代風格網紅趨勢白皮書。2020 社群風格名人趨勢高峰會。https://www.vogue.com.tw/socialinfluencersummit

- [Condé Nast. (2020). 2020 *Condé Nast generation Z style influencer trends White Paper*. 2020 Social Influencer Summit. <https://www.vogue.com.tw/socialinfluencersummit>]
- 張庭瑋 (2019 年 12 月 16 日)。大家都誤會了！25 歲以下年輕人其實又狼性、又愛錢、沒那麼愛跳槽。商業周刊。 <https://www.businessweekly.com.tw/management/blog/3001317>
- [Chang, T. W. (2019, December 16). *Everyone has misunderstood! Young people under the age of 25 are actually wolf-like, love money, and are not that fond of job-hopping*. Businessweekly. <https://www.businessweekly.com.tw/management/blog/3001317>]
- 葉貞屏 (2020)。有愛，無癮：數位海洛因下的全球失控，行為類成癮者的迢迢康復路。宇宙光。
- [Yeh, Z. P. (2020). *Love, no addiction: Global loss of control under digital heroin, the long road to recovery for behavioral addicts*. Cosmiccare.]
- 臺灣網路資訊中心 (2020)。2020 臺灣網路報告。財團法人臺灣網路資訊中心。 [https://report.twinc.tw/2020/assets/download/TWNIC\\_TaiwanInternetReport\\_2020\\_CH.pdf](https://report.twinc.tw/2020/assets/download/TWNIC_TaiwanInternetReport_2020_CH.pdf)
- [Taiwan Network Information Center (2020). *2020 Taiwan Internet report*. Taiwan Network Information Center. [https://report.twinc.tw/2020/assets/download/TWNIC\\_TaiwanInternetReport\\_2020\\_CH.pdf](https://report.twinc.tw/2020/assets/download/TWNIC_TaiwanInternetReport_2020_CH.pdf)]
- 蔡宇富 (2020)。大學生資訊遺漏恐懼、自我認同與同儕關係之相關研究 (未出版碩士論文)。國立臺北科技大學。
- [Tsai, Y- F. (2020). *A study on university students' fear of missing out, self-identity and peer relationship* (Unpublished master's thesis). National Taipei University of Technology.]
- 鄧景宜、曾旭民、李怡禎、游朝舜 (2011)。 “International English Big-Five Mini-Markers” 之繁體中文版量表發展。管理學報，28 (6)，579-600。 <https://doi.org/10.6504/JOM.2011.28.06.04>
- [Teng, C.-I., Tseng, H.-M., Li, I.-C., & Yu, C.-S. (2011). International English Big-Five Mini-Markers: Development of the traditional Chinese version. *Journal of Management*, 28(6), 579-600. <https://doi.org/10.6504/JOM.2011.28.06.04>]
- 賴宜弘、簡芷茵、黃芬芬 (2016)。資訊遺漏恐懼感量表之編製與相關研究。亞東學報，36，255-269。
- [Lai, Y.-H., Jian, J.-Y., & Huang, F.-F. (2016). Construction and related study of the social influence. *Journal of Oriental Institute of Technology*, 36, 255-269.]
- 賴偉嘉 (2018)。大學生社群媒體使用現況與社交焦慮。圖文傳播藝術學報，4，62-70。
- [Lai, W.-C. (2018). Current status of social media usage and social anxiety among college students. *Department of Graphic Communication Arts*, 4, 62-70.]
- 羅皓文、林志哲 (2021)。E 公分的教學距離，N 公尺的學習成效。臺灣教育評論月刊，10 (6)，9-14。
- [Luo, H. W, & Lin, C. C. (2021). Teaching distance of E centimeters, learning effect of N meters. *Taiwan Educational Review Monthly*, 10(6), 9-14.]
- 蘇柔郡、吳筱玫 (2018)。高中女生使用 Instagram 之日常美學：符擔性觀點。新聞學研究，135，139-191。 [https://doi.org/10.30386/MCR.201804\\_\(135\).0004](https://doi.org/10.30386/MCR.201804_(135).0004)

- [Su, J.-C., & Wu, H. (2018). High school girls' everyday aesthetics on Instagram: The affordance approach. *Mass Communication Research, 135*, 139–191. [https://doi.org/10.30386/MCR.201804\\_\(135\).0004](https://doi.org/10.30386/MCR.201804_(135).0004)]
- Allport, G. W. (1961). *Pattern and growth in personality*. Holt, Rinehart & Winston.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Corker, K. S., Donnellan, M. B., Kim, S. Y., Schwartz, S. J., & Zamboanga, B. L. (2015). College student samples are not always equivalent: The magnitude of personality differences across colleges and universities. *Journal of Personality, 85*(2), 123–135. <https://doi.org/10.1111/jopy.12224>
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1985). *The NEO Personality Inventory: manual, form S and form R*. Psychological Assessment Resources.
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO personality inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor inventory (NEO-FFI)*. Psychological Assessment Resources.
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology, 41*, 417–440. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.41.020190.002221>
- Gatewood, R. D., & Field, H. S. (1998). *Human resource selection* (4th ed.). Dryden Press.
- Kemp, S. (2021, February 11). *Digital 2021: Taiwan*. Kepios. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-taiwan>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction, 18*, 525–547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions, 7*(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kmecová, I., & Kajanová, A. (2021). Big Five in university students in relation to psychological and entrepreneurial competences. *SHS Web of Conferences, 91*(3), 01036. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219101036>
- Lin, K.-M. (2015). Predicting Asian undergraduates' intention to continue using social network services from negative perspectives. *Behaviour & Information Technology, 34*(9), 882–892. <https://doi.org/10.1080/0144929x.2015.1027736>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence, 55*(1), 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Qutishat, M., & Sharour, L. A. (2019). Relationship between fear of missing out and academic performance among omani university students: A descriptive correlation study. *Oman Medical Journal, 34*(5), 404–411. <https://doi.org/10.5001/omj.2019.75>
- Rachubińska, K., Cybulska, A., Szkup, M., & Grochans, E. (2021). Analysis of the relationship between personality traits and Internet addiction. *European Review for Medical and Pharmacological Sciences, 25*(6), 2591–2599. [https://doi.org/10.26355/eurrev\\_202103\\_25422](https://doi.org/10.26355/eurrev_202103_25422)
- Royal Society for Public Health & Young Health Movement (2017, May). *Social*

*media and young people's mental health and wellbeing*. <https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Sindermann, C., Yang, H., Liu, T., Elhai, J. D., & Montag, C. (2021). WeChat—Its problematic use and relations with the Big Five personality traits and fear of missing out. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 6(2), 397–405. <https://doi.org/10.1007/s41347-020-00179-y>
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computer in Human Behavior*, 76, 534–540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>
- Thompson, E. R. (2008). Development and validation of an International English Big-Five Mini-Markers. *Personality and Individual Differences*, 45(6), 542–548. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.06.013>
- Tugtekin, U., Tugtekin, E. B., Kurt, A. A., & Demir, K. (2020). Associations between fear of missing out, problematic smartphone use, and social networking services fatigue among young adults. *Social Media + Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120963760>
- Zimbardo, P. G. (1997). A passion for psychology: Teaching it charismatically, integrating teaching and research synergistically, and writing about it engagingly. In R. J. Sternberg (Ed.), *Teaching introductory psychology: Survival tips from the experts* (pp. 7–34). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10228-001>
- Zunic, D. (2017). *The effects of social media and self-esteem on the fear of missing out (FoMO) and delinquent behavior* [Unpublished honors thesis]. Florida Southern College.