

## 淺談青少年與社群媒體上的從眾現象

曾小融

國立臺北科技大學技術及職業教育研究所碩士生

林志哲

國立臺北科技大學技術及職業教育研究所副教授

### 一、前言

隨著科技與電腦的進步，促使網際網路越加發達，也造成青少年沉浸於網路的現象已成普遍趨勢，無論臉書（Facebook）或 Instagram 這些社群軟體的會員人數都在不停攀升。已有研究顯示，臺灣 Instagram 月活躍用戶高達 740 萬人，約占臺灣 31% 的人口比例，且使用年齡介於 15 至 34 歲的人口更逾六成以上（蘇思云，2018）。還記得前些日子，某超商推出的玫瑰奶茶，上架不到一天就出現了缺貨現象，又或者是人氣爆棚的排隊漸層奶茶，短時間內即在 Instagram 上的塗鴉牆掀起一股打卡潮流，這種現象就是商家抓住人類藉著表現自我的心態，滿足內心以及渴望同儕認同自我的一種從眾心理，讓這些人藉著這股風潮去購買商品，且應用社群媒體去擴散廣告。所謂的「隨波逐流」、「人云亦云」即是從眾的鮮明寫照，而這兩點也是青少年從眾行為的不同表現形式（程燕，2005）。尤其青少年在心理上尚未成熟，社會經驗也還不夠豐富，人生觀亦未完全清楚的情況下，更容易在日常生活與學習過程中出現從眾行為（蔣吉優，2009）。因此，筆者本研究立場，嘗試針對從眾現象及其原因加以分析，期可瞭解現今高中職以及大學青少年的行為。

### 二、青少年的從眾現象

從眾是一種普遍的社會現象，係指一個個體在資訊不足，情況又曖昧不明的條件下，無法獨立判斷，便會以多數人的決策或意見當作自己的選擇，尤其是大多數的從眾，會受到同儕之間以及社群媒體的影響。生活周遭更不乏出現：同伴們的一句話勝過老師的「苦口婆心」（程燕，2005）。群體之間的價值觀、個人行為都會對一個群體有著潛移默化的影響，在一個青少年團體中，從眾行為的現象就會更加明顯。因此，以社會心理學的觀點而言，每一個個體都會有從眾心理，只是程度不同，以及正向或負向從眾之間的差別。人數越多的群體，成員的目的、情緒、行為會更多元（朱麗云、張丹琳、秦秋紅，2015）。在青少年期間往往最親近的便是同儕，而青少年的從眾行為，大多會有以下幾種樣貌：

### （一）消費從眾

同一個群體的人，大家都穿同一雙鞋、戴名牌、吃最近網路上流行的巧克力、訂同一間飲料，吃喝都要高檔，玩得還要夠潮，手機也要最新的，雖然夠潮的東西都有了，但免不了發文炫耀，三不五時就在社群媒體上與生活圈的好友分享，消費從眾不僅增加學生的家庭經濟負擔，也演變成一種盲目的消費現象：「其實不是需要，只是想要，因為同學也有」。

### （二）升學從眾

青少年期間傾向於愛面子，對他人評價敏感，怕被孤立（李朔，2002）。青少年升學會因為同儕、社群媒體對學校評價而影響了最初的決策，而最常見的情況為偏好同儕的選擇，與夥伴們上同間學校或就讀同一系所。在沈佩琳（2018）的研究中也發現同儕關係在升學族群中選擇就讀高中或技職方向有顯著影響，可見同儕的評價對青少年具有一定的影響力。

### （三）學習從眾

同學之間一同參加社團、考取證照、參加課後輔導班是最鮮明的例子，也暗示群體中的選擇會影響到個人的決策，且盲目的報名課程或報名考試也是一種盲從的負向從眾表現行為，不僅未達成學習上的目標，也造成時間、金錢上的浪費。

### （四）作弊從眾

在考試期間，每個學生都為了考試作足準備，但總會有幾位投機取巧的同學意欲作弊，不作弊的學生會被嘲笑，而且他們看到作弊的同學分數比自己辛苦讀來的還高，難免會產生不平衡的心態，便也開始作弊（鮑華梅，2009）。

另一方面，無形中的壓迫「從眾」，小事如作弊，大事如吸菸、打架、吸毒等偏差行為，可能會因為周遭同儕夥伴的鼓吹、煽風，促使青少年形成一個最簡單的理由就是：「大家都在做，我不做很奇怪」。由此可知，青少年現今所處的時代誘因太多，加上學習期間的青少年較乏主見，比較偏好同儕團體之間的決策，又因為社群媒體交換資訊的能力快速，致使青少年缺乏了自主性以及個人的獨特性，而易於產生較多的負面從眾行為。

### 三、社群媒體上的從眾現象

茲以前開所提的排隊奶茶為例，上市短短不到一周，就占據各大社群媒體新聞版面，這段時間周遭的人全部都在打卡發文與奶茶自拍，熱潮大約延燒持續了一個月之久，而經由實際瞭解後發現，該款奶茶其實也沒有想像中好喝，原因也只是因為朋友們都在喝，自己當然要跟上潮流。換言之，人們往往會偏向選擇學習多數人選擇的模式，購買當下最暢銷的商品，選擇最多人消費的餐廳，證明自己符合社會潮流或社會規範（方彩欣、詹王菡，2012）。Google 就是個鮮明的例子，許多人吃飯都會看地圖上的評價來做決定，有些饕客會在地圖上的地標給分數以及評價，這些行為也成為了後續消費者的選擇依據，不過這些選擇卻不一定是客觀條件下的最佳選擇。社群媒體上的從眾行為亦是如此，如果個體失去獨特性，整個群體便會成為一種負向的從眾行為。個體之所以從眾，是因為假設群眾比個體聰明，若個體沒有自我意見，則貢獻智慧的人就會變少，群體便會失去智慧，此時從眾將會從便利轉變為不利（周舜欽，2014），負向的從眾便會無止盡蔓延。因此，勿讓社群媒體或群體決定了你我的生活方式，更要學會如何正確判斷是非真偽的能力，進而活出自己並肯定自己。

### 四、如何協助引導青少年從眾行為

由上可知，青少年多數的從眾行為往往不利於其行為表現，而青少年在成長階段，容易受到同儕以及長輩影響，在這兩類重要他人的影響中，尤以同儕更為顯著，因為同儕有更接近自己的想法或思考，且青少年時值重視同儕評價的發展階段，當青少年發現自己與他人不同時，會產生相當大的心理壓力，因而迫使自己選擇從眾行為，是以同儕之間的壓力成為主要影響因素，要應如何有效協助與正確引導青少年從眾問題，筆者提供以下淺見：

#### （一）蒐集客觀專業的多元資訊

在一個資訊不足，無法由個體做出選擇的情況下，較容易受到他人的影響，雖然個體的資訊不足，但如果匯集群體之間的資訊，便會得出答案，因此在特定的情況之下，群體給的答案或許也是個好選擇。當情況處於危機時，個體處在一個緊張狀態之下，需要立即做選擇，也會模仿他人，做出一樣的選擇，若他人比自己還專業，則他人的意見也會影響自己的決策。資訊不足會帶來無安全感、無法判斷的狀況發生，在資訊不足的狀況下蒐集更多客觀資訊及補充其他專業知識、提高認知判斷能力，學習多元角度來觀察、思考所面對的問題，以期減少盲從行為。

## （二）建立自信滿足安全感需求

所羅門·阿希（Solomon Eliot Asch）在 1956 年進行了一個經典的從眾實驗，阿希做完實驗後詢問受試者發現，受試者發現自己答案與其他人不同時，心裡有種隱隱約約的恐懼感，害怕自己有什麼東西沒理解，所以選擇了大多數人的答案。從眾可以帶給人安全感，更可以掩蓋自己的缺陷並且迴避責任。但也因為不敢表明自己的立場，害怕承擔責任，所以選擇了眾人的答案。而心理學家亞伯拉罕·哈羅德·馬斯洛（Abraham Harold Maslow）把安全感定義為是一種恐懼、焦慮中脫離出來的信心。當產生焦慮，不安心以及不確定性的狀況下，更需要建立自信心並且堅持己見，保持樂觀面對一切，以讓自己免於受到外界影響。

## （三）學習批判思考並提出意見

同儕之間年紀相近，價值觀也相似，但每一個個體的行為都不同。無論個體的行為多麼複雜多變，總是會受到群體規範的影響，遵從群體間的要求，而變相表現出可能得到他人接納的行為，進而產生從眾行為（程燕，2005）。時下青少年期望他人肯定、認同自己，才將群體之中流行的思維水平、行為框架當作自己標準的行為模式，好被同儕接納。同儕壓力帶來的影響會導致群體中的個體失去自由、選擇性，內心的壓力會增加，也會讓群體中增加私下的抱怨，帶來負面的影響。若群體的意見分歧，則他人的行為就不容易被採納且被當作一個指標，因此，非從眾者若能對似是而非的想法予以合理批判，在群體中提出不同聲音，則將可讓從眾行為大大降低，也會讓多數人的從眾態度改變。

## 五、結語

人是群體動物，每一個人都會有著從眾行為的現象發生，只是程度不同而已。以生物演化的角度來看，每個人都想成為從眾行為的第一人，就像一群螞蟻中的第一隻螞蟻一樣，只是想走前面，第一隻做什麼，後面的螞蟻就做什麼，但也沒想到要走去哪，倘若心中有個定位，能夠學會定義自己，或許就不會有那麼多時有所聞的負向從眾行為發生。青少年的從眾行為通常負面成份居多，因此更加需要教育工作者及家長的關心，青少年是需要被認同以及與其溝通互動的，而不是同儕之間的負面認同，如果家長只是一味的為孩子鋪好他不想走的路，易讓孩子沒有獨立性，且更容易盲從於同儕，因為把孩子壓的越緊，他也就彈的越高，所謂的叛逆期其實不是每個孩子都有，而是與群體的影響和個人壓力密切關聯，不可不慎。

## 參考文獻

- 蘇思云（2018）。台灣 IG 月活躍用戶數已近三分之一人口！亞瑞特數位社群行銷執行長黃逸旻：用這 5 招提高粉絲數。Cheers 品牌溝通，取自 <https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5092097>。
- 程燕（2005）。青少年學生從眾行為及其引導。遼寧教育行政學院學報，9，47-49。
- 蔣吉優（2009）。大學生從眾行為及其引導。太原城市職業技術學院學報，2，62-63。
- 鮑華梅（2009）。大學生消極從眾行為的分析以及應對。武漢大學政治與公共管理學院，2，88-8
- 朱麗云、張丹琳、秦秋紅（2015）。“隨大流”現象中的從眾行為—從從眾實驗研究中認識從眾行為。人才資源開發，6，26-26。
- 李朔（2002）。從眾行為的心理分析及應用。遼寧行政學院學報，4，33-34。
- 沈佩琳（2018）。國中生同儕關係對其升學意願與結果之影響（碩士論文）。取自 <https://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/login?o=dnclcdr&s=id=%22106NDM C0058039%22.&searchmode=basic>
- 方彩欣、詹王菡（2012）。論網路虛擬社群中的從眾行為現象。設計研究學報，5，153-167。 <https://doi.org/10.29701/JDR.201207.0012>
- 周舜欽（2014）。Life 心理學閱覽室：投資心理學》從眾效應&自我因循。部落格文字資料，取自 <https://wfhstudy.blogspot.com/2012/06/blog-post.html?m=0>

