

投稿類別：資訊類

篇名：

「人人瘋自拍-自拍風潮之探討」

作者：

洪莉琪。私立樹德家商。高三 10 班

許瀨文。私立樹德家商。高三 10 班

高品涵。私立樹德家商。高三 10 班

指導老師：

蔡雪媚老師

壹●前言

一、研究背景

隨著時代的變遷與科技的發展，從一開始的可攜式木箱照相機到膠捲相機再到現今已普及於全世界的數位相機，用「相機」照相已不再是單單的想要將真實的景物留下來這麼簡單，近幾年更興起了一股自拍風潮，用普通的數位相機顯然已經無法滿足人們的慾望，進而促使了「自拍神機」的誕生。相機相較於一般手機攜帶來的不易，科技的進步也迫使人們的腳步變得更加緊湊、繁忙，爲了生活的便利因而增添了許多功能，照相的功能也不例外的跟手機結合了，人們慾望無窮對於自拍的要求越來越高，不但引起了一股自拍風潮，也造成相機市場的興旺。

二、研究動機

隨著社群網站的發達，人們常常在社群網站上分享自己的生活點滴，分享「自拍照」更是家常便飯，如何將自拍拍得好看、拍得更唯美，研究「自拍神機」的出現對愛美的消費者有甚麼樣的影響，各廠牌所出廠的自拍神機在市場上爭奪著這塊大餅，哪一家的自拍神機最受到消費者的青睞，而這些自拍神機究竟擁有什麼樣的魅力、強大的功能讓愛自拍的人們如此欲罷不能呢?因此我們小組透過網路、臉書...等等，從中我們察覺到有幾個廠牌的相機和手機在網路上不僅廣受好評，相機似乎成了人們生活中不可或缺的一部份，這樣的趨勢引起我們想更進一步探討的動機。

三、研究目的

本研究主要目的在於探討自拍風潮，自拍風潮的起源與自拍所使用的 3C 產品，希望從自拍所使用的 3C 產品與自拍所使用的應用軟體，了解高職生對於自拍的行爲及自拍的程度。根據以上描述，將本主題的研究目的歸納爲以下三點：

- (一) 探討時代風潮對於高職生選擇使用自拍的影響
- (二) 探討修圖軟體對於高職生選擇使用自拍的影響
- (三) 探討相機品牌對於高職生選擇使用自拍工具的影響

四、研究流程圖



圖一 研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 自拍的起源

明攝影術之前，畫家們就在給自己畫像。比如 16 世紀的達芬奇，17 世紀的倫勃朗，都有《自畫像》的名作。1838 年人類第一次將自己的影像投放到膠捲之上，第二年，美國攝影師羅伯特·科尼利厄斯就拍攝了史上第一張自拍照。而“自拍”這個詞早在 1984 年便已出現，英文學名為 (Self-timer)，當時只是指照相機可自行設定拍照時間的一種功能。而最早從事拍攝自身影像拍攝的攝影師是法國的貝椰耶德，早在 1840 年題名為「溺水者的寫照」的作品，他把自己裝扮成衣不蔽體的半裸屍體，以此戲劇化的手法呈現自我的攝影形象，藉以呼喊出未被承認為攝影發明人之內的內心憾恨。時隔百餘年，自拍如今已成為席捲全球的網路風尚。

楊永晴（2007）認為自拍是「自我的投射」、「自我的研究」，青少年正值急欲統合自我的階段，他們以自拍做為反身自觀的行為，透過自拍找到自己隸屬的團體，在這樣表達過程中，影像融合個人的生命經驗，不僅是視覺影像，整個過程更是幫助青少年主體化。為此我用拉岡的主體理論，和其他相關文獻來瞭解青少年自拍現象，試圖探究目前很夯的青少年自拍文化是如何讓青少年著迷，其背後真正的原因為何？主是單純為了紀錄自己？還是企圖用自拍獲取什麼樣的利益？自拍所呈現的是自拍者所認識自己？還是別人眼中的自己？或是自拍者願意給別人看到的自己？一連串忘情的自拍透露著什麼？

(二) 社群網站對自拍帶來的影響

科技日新月異，網際網路串聯了全世界，讓更多人能夠一同分享生活，人們透過社群網站與網路上的朋友們分享自己的生活與近況，現在的人們不論是出門遊玩還是在家，在各個地方都可以自拍，自拍是快樂的、是隨心所欲的，將美美的自拍照 po 上社群網站打卡分享，更是一種享受生活的方式，也因而造就了許多的「網路紅人」，愛美是人的天性，不只有女生才自拍，男生也自拍，甚至有些男生比女生更懂得拍照的角度，自拍不只是與人分享，也是一種記錄生活的方式，有人每天一張自拍，將每天的自拍照做成影片紀錄生活。那如何拍出更好看、更美的照片呢？一般的智慧型手機顯然已經無法滿足廣大的自拍人口，因此便有了自拍神機的誕生，而社群網站更是造就自拍潮流的一大推手。

(三) 自拍風潮

人作為群體性社會動物，都有分享和交流的慾望。而現代快節奏的生活使人們的生活壓力變大，自拍是一種對壓力的釋放。人們把生活照貼到網上，在網路

平臺上渴望受到關注和肯定，滿足“被看”的心理需求，默默無聞的大眾因此也能展示自己，得到虛擬的關注，從而產生滿足感。每個人本能的“窺視欲”也會使這種具有私密性質的自拍照更能受到關注。

在心理學中有一個名詞叫“曝光效應”，是指某樣事物出現的次數越多，人對其產生的好感度也越高。因此我們會對鏡中的自我更有好感。因為在自拍之前，我們已經無數次看到過鏡中的自己了，而自拍的時候，由於角度、定格的效果不同，會讓人覺得陌生，為了拍出更好更美的照片人們因而不斷拍不斷拍，由於“曝光效應”也漸漸覺得照片中的自己越來越美，從而收不住手，重復地自拍，曬出自己覺得好看的圖來增強自信。藉由自拍神器、美圖軟體等來為自拍美圖加分，沉浸在虛妄的自我欣賞和陶醉之中，讓人難以自拔。

自拍不再是侷限於一個區域一個地方，全世界的人都在自拍，這一股自拍風潮在全世界颳起一到自拍旋風，2013年，“自拍”(selfie)成為英國牛津大學出版社的年度熱詞，2014年初，美國《時代周刊》為了找出最多人自拍的城市，依據照片社交網站 Instagram 內 40 萬幀以 Selfie(自拍)為標籤的照片，整理出全球 459 個最愛自拍的城市排名。結果令人意外，全球最多人自拍的城市，是菲律賓的馬卡蒂和帕西格，十大排名的城市則廣泛分布於美國、馬來西亞、以色列、英國、意大利和菲律賓等國家。(詳見表一)

表一 美國《時代週刊》「自拍之都」前 10 名

排名	城市
1	菲律賓馬卡蒂和帕西格
2	美國紐約曼克頓
3	美國佛羅里達州邁阿密
4	美國加州安納罕市和聖安娜市
5	馬來西亞八打靈再也
6	以色列特拉維夫
7	英國曼徹斯特
8	義大利米蘭
9	菲律賓宿霧市
10	馬來西亞喬治城

表二 三大廠牌相機的相關資訊

廠牌名稱	相機名稱	價格	畫素	特色
CASIO	TR15	\$39,900	1,210 萬	可以 180 度翻轉
	ZR1200	\$12,480	1,610 萬	輕巧
SONY	KW11	\$32,900	1,200 萬	外觀像香水瓶

廠牌名稱	相機名稱	價格	畫素	特色
SAMSUNG	XZ2F	\$12,500	1,240 萬	類似單眼
	NXmini	\$18,990	2,050 萬	口袋大小攜帶方便微單眼

表三 各廠牌手機差異比較

廠牌名稱	Apple iPhone	SONY	SAMSUNG	HTC
手機名稱	iPhone6	Xperia Z3	Note4	Butterfly2
價格	21,400	19,900	24,900	20,900
前置畫素	120 萬	200 萬	300 萬	500 萬

表四 修圖軟體的比較

功能/軟體	美圖秀秀	Instagram
系統支援	iPhone、iPad、Android、Windows Phone	iPhone、iPad、Android
分享平臺	僅提供修圖，無法與其他使用者互動。	有社交平臺的設計，具有互動性。
評論	為最受歡迎的修圖軟體	以分享照片為基礎的社交網路
便利性	免註冊即可使用	需註冊即可使用
娛樂性	修圖功能較豐富	修圖特效略遜一籌

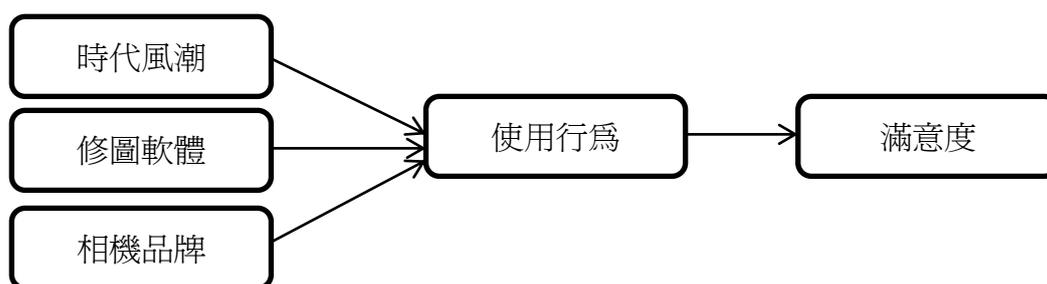
表五 修圖軟體的相關資訊

	<p>這是一個網路上頗受好評功能又完善的簡易 App 軟體，而且操作方便，除了手機可以使用，也能在電腦下載修圖，軟體功能有美化圖片、人像美容、拼圖、萬能相機，基本的照片裁切、特效、邊框、馬賽克、魔幻筆、加文字、可愛圖示以及背景虛化之外，還增加了人像美容的新功能，能夠把痘痘肌磨平美白、眼睛增加亮度與放大、祛除黑眼圈與瘦臉瘦身，更推出新的功能，且能把腿部增高擁有完美比例，有一項貼心設計一鍵美顏，動動手指頭便能修圖完成。這款 APP 軟體還支援了 iPhone、iPad 與 Android 之外，且支援 Windows Phone，若想要修圖比較精緻，建議使用電腦修圖，有些基本的功能手機 APP 就能完成。</p>
	<p>在 Facebook 宣佈收購 Instagram 後，全世界的網友目光都聚焦在這項服務上，Instagram 是一種快速、美觀又有趣的方式，能夠和親朋好友分享生活點滴，這些照片濾鏡及社群的服務讓許多喜愛隨手拍照記</p>

	<p>錄的使用者們愛不釋手，背後是龐大的相片社群，目前支援兩大手機作業系統，分別是 iOS 和 Android，在拍照後可以配合照片選擇適當的風個濾鏡，大多數是看起來很精緻的 LOMO 效果，編輯相片後會直接上傳到你在 Instagram 的個人相簿，也可以分享到 Twitter、Facebook、Flickr 或是新浪微博等社群。</p>
	<p>Line Camera 是 Line 公司開發的新 APP，照片可以結合特效、100 種以上的相框、156 種以上的筆刷、600 種以上的圖章...等功能，其中最受歡迎是 Line 圖章，栩栩如生的表情，讓照片美觀感更加分，另外有一個貼心的小設計，「輕觸畫面」的拍照模式，觸控螢幕就是你的快門鍵，並不會讓你難以拍照，照片可以直接上傳至 LINE 分享給朋友，也能分享到 Facebook、Twitter...等社群網站，是一款深受男女喜愛的 APP。</p>
	<p>完美彩妝打造全新彩妝體驗，是現在人人都愛不釋手的彩妝修圖軟體，透過這項 APP 能夠了解自己適合的彩妝，美妝相機內建智慧臉部偵測功能，可快速精準偵測相片中的五官，提供一系列化妝工具，輕鬆點綴雙眸、肌膚、雙唇及牙齒。每項工具內建擁有上百種調色盤，讓妳自由混搭色彩及各種美妝組合，體驗一下全新的自己。</p>

二、研究設計

(一)研究架構圖



圖二 本研究架構圖

(二) 研究方法

本研究是採用文獻探討法及問卷調查法。藉由網路、書籍等文獻整理法歸納出三大部份：第一部分是高職生對於使用自拍頻率之調查，第二部分是高職生對於使用自拍工具的選擇，則第三部分是高職生對於自拍的看法。

問卷調查法方面，則依據文獻整理出的相關資料，了解高職生選擇使用自拍工具的主要原因，以及對自拍修圖軟體未來的發展趨勢。

(三) 問卷設計

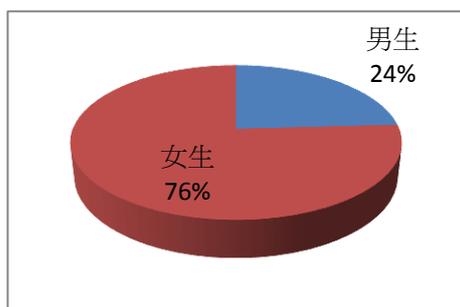
本研究是以「人人瘋自拍-自拍風潮之探討」調查問卷取得資料。此問卷主要依研究目的及文獻探討所得區位因子，加以歸納設計而成。本研究以問卷及 Excel 並用，經 Excel 的圖表去分析。問卷內容是由三大部分所組成：

第一部分則是高職生的一些基本資料調查，例如：性別、年級、科系...等。第二部分則是高職生對於使用自拍之使用，例如：通常一周自拍次數?、自拍工具優先考量?...等。第三部分是高職生對於使用自拍的看法及社群網站的影響。

(四) 統計分析

本研究對外隨機發放 200 份問卷，有效問卷為 197 份，將問卷資料回收後，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

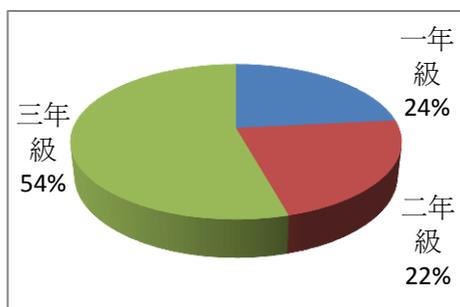
1. 樣本性別分析



圖一 樣本性別比例圖

本次研究發現，有效樣本中，受測者的性別比例為男性佔 24%，女性佔 76%。

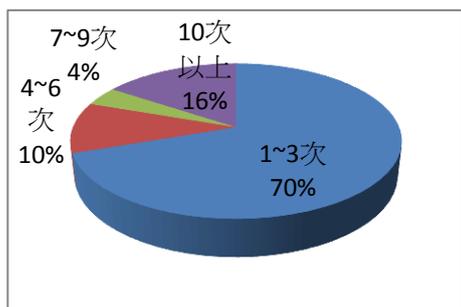
2. 樣本年級分析



圖二 樣本年級比例圖

經過調查發現，受訪者的年級比例，分別為三年級 54%，二年級 22%，一年級 24%，以三年級居多。

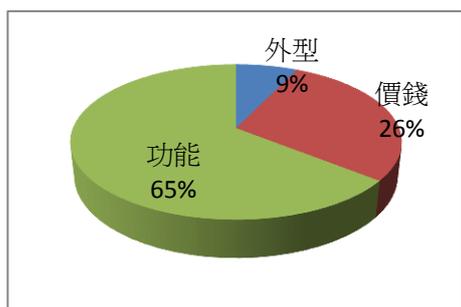
3. 通常一週自拍次數?



圖三 通常一週自拍次數比例圖

經過統計結果與分析，發現高職生一週自拍次數為1~3次最多人數(佔70%)，其次數第二居多為10次以上(佔16%)，4~6次則佔10%，7~9次佔了4%。

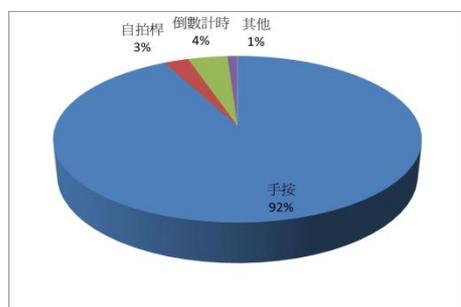
4.購買自拍工具優先考量?



圖四 購買自拍工具優先考量比例圖

經過統計結果與分析，發現高職生購買自拍工具優先考量，最高為高能性質(佔65%)，第二居高則為價錢(佔26%)，第三為外型佔了9%。

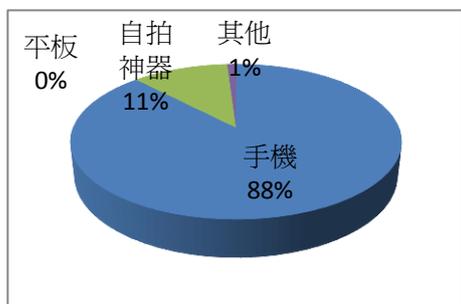
5.自拍最常使用的方式?



圖五 自拍最常使用的方式比例圖

經過統計結果與分析，發現高職生自拍最常使用的方式，最高為手按方式(佔92%)，其次居高為倒數計時器(佔4%)，而最少使用的方式為自拍桿(佔3%)。

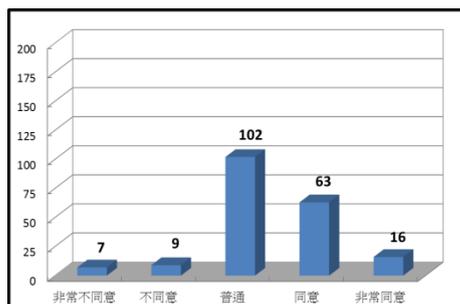
6.通常自拍使用的工具?



圖六 通常自拍使用的工具比例圖

經過統計結果與分析，發現高職生通常自拍使用的工具，最高使用的3C產品為手機(佔88%)，其次居多為自拍神器(佔11%)。

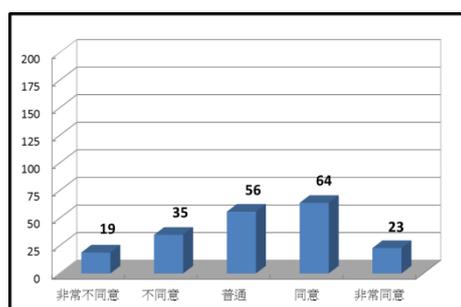
7.我覺得自拍是一種自信的表現?



圖七 自拍是一種自信的表現統計圖

經過這次的研究分析後，覺得自拍是一種表現，普通的有**52%**，其次是同意有**32%**，有少數不同意的**5%**，可見大家多數同意自拍是一種自信的表現，拍出適合自己的角度。

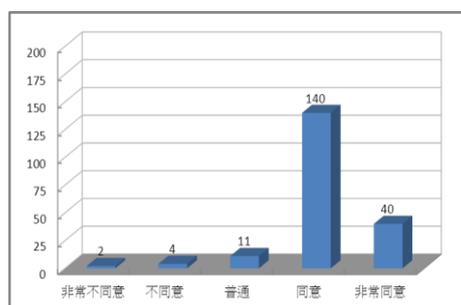
8.自拍變成一種紀錄生活的表現?



圖八 自拍成紀錄生活的表現統計圖

經過這次的研究分析後，自拍變成一種紀錄生活的表現，同意的有**32%**，其次是普通**28%**，不同意的有**18%**，由此可知大多數都把自拍當成是一種紀錄周遭生活的人、事、物的方式。

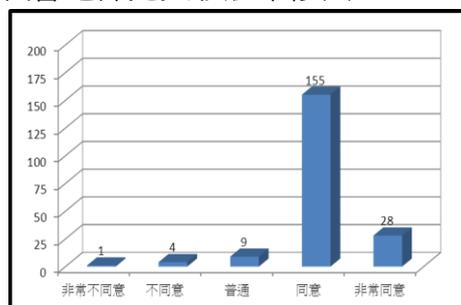
9.我會選擇美圖秀秀來修圖?



圖九 我會選擇美圖秀秀來修圖統計圖

經過這次的研究分析後，選擇美圖秀秀來修圖，同意的有**71%**，其次非常同意的有**20%**，不同意則有**2%**，可見大多數比較偏向同意，對於修圖軟體很有信心。

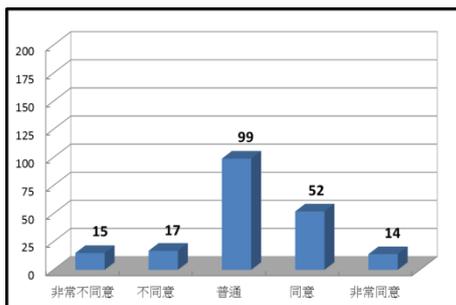
10.我會選擇完美彩妝來修圖?



圖十 我會選擇完美彩妝來修圖統計圖

經過這次的研究分析後，選擇完美彩妝來修圖，同意的有**79%**，其次非常同意的有**14%**，不同意的有**2%**，由此可知同意佔居多。

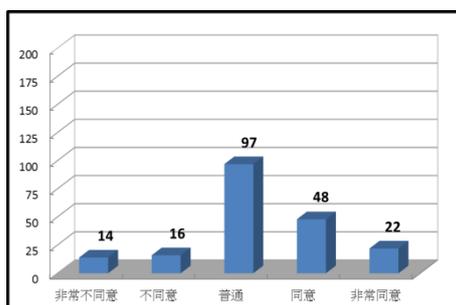
11.透過自拍可以加深對自我的認知強化自我優點?



圖十一 自拍加深對自我的認知統計圖

經過這次的研究分析後，透過自拍可以加深對自我的認知強化自我優點，普通的有 50%，同意的有 26%，不同意的有 8%，可見大多數比較偏向普通或同意這方面。

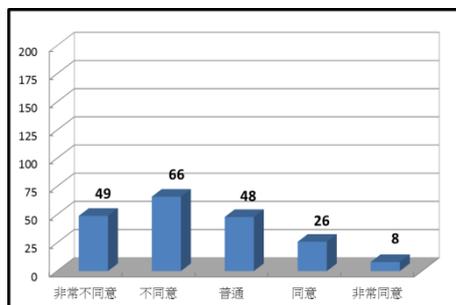
12. 透過交友軟體放上自己的照片後，交友圈會更廣泛？



圖十二 社群網站放照片交友多統計圖

經過這次的研究分析後，透過交友軟體放上自己的照片後，交友圈會更廣泛？普通的有 49%，其次同意的有 24%，非常同意 11%，由此可知大多數是同意放上照片交友數量會增加。

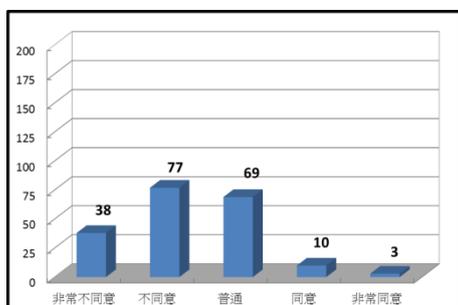
13. 發生的事情好壞，當下會先自拍拍卡？



圖十三 生發事情當下自拍拍卡統計圖

經過這次的研究分析後，不論發生的事情好壞，當下都會先自拍拍卡？不同意的有 34%，其次的有非常不同意的 25%，普通的有 24%，可見大家並不會依心情的改變而當下自拍拍卡。

14. 我自拍是為了吸引別人的注意？



圖十四 自拍是為了吸引別人注意統計圖

經過這次的研究分析後，自拍是為了吸引別人的注意？不同意的有 39%，其次普通的有 35%，非常不同意的有 19%，大部分都比較偏向不同意，認為自拍不是為了吸引別人的注意、眼光。

參●結論與建議

一、研究結論

如今 3C 產品已完全融入人們的生活當中，各種社群網站與社群軟體悄悄地成爲生活中不可或缺的角色，把自拍當作記錄生活的一種方式，然而自拍是能找到最適合展現自己優點的方式，也能是使自己更加有信心，展現出自我的美麗或帥氣，加上修圖軟體日新月異的技術，不但有美膚的效果甚至還有修容功能，即時是高矮胖瘦、皮膚黝黑或嫩白、大小眼睛、國字臉...等，都能依照自己的喜愛來修圖，根據本研究調查高中職生對於修圖軟體的看法，大多數的高職生都會使用修圖軟體來美化照片(佔 71%)，而使用社群網站分享自拍照片，讓好友圈更加廣泛(佔 73%)。

自拍瘋迷了全球，也沿生出許多 3c 產品，透過網路交流使的 3c 產品銷售量增加許多，網路紅人代言自拍神器，使得產品知名度大大提升，因而人人心理夢寐以求想要一台相機，我們針對高職生購買相機前所考慮的第一因素爲功能(65%)，第二因素爲價格(26%)，所以高職生並不會因爲價格考量而放棄功能強大的自拍神機。

二、建議

(一) 根據本研究調查發現高職生使用修容軟體太過於頻繁，導致許多自拍照都與本人有很大的差異性，也沿生出新聞時常報導的網路詐騙，建議高職生盡量不要過度修容，以免惹禍上身。

(二) 本研究調查以樹德家商的學生針對自拍及使用修圖軟體的使用者發放問卷，故研究結果無法推至所有年齡層，建議未來研究者可以將研究範圍放大，以追求研究更加精確。

肆●引註資料

1. 黃婉婷，(2012)，青少年自拍行爲之動機、意義及其自我認同之關係，國立彰化師範大學美術系藝術教育碩士班碩士論文
2. 林志祥，(2008)，數位自拍研究，世新大學新聞學系碩士論文
3. 廖玟瑜，(2007)，E 世代身體觀—網路少女自拍行爲，國立臺北大學犯罪學研究所碩士論文
4. 華夏經緯網，1839 年美國攝影師拍攝史上第一張自拍照，擷取日期:2015 年 1 月，資料來源:<http://big5.huaxia.com/zhwh/sslh/3985763.html>
5. 維基百科，Instagram，擷取日期:2015 年 1 月，資料來源:
<http://zh.wikipedia.org/wiki/Instagram>
6. 美圖秀秀官方網站，擷取日期:2015 年 1 月，資料來源:<http://xiuxiu.meitu.com/>