



111年度第四屆人工智慧與大數據創意競賽成果海報 →

一、構想背景、目的與原因



- 網際網路的發達造就更多「社群媒體」的廣泛，讓人類的社交互動簡單又快速
- 2009 年社群媒體出現在智慧型手機上
- Facebook 及 Instagram 等社群平台的出現改變了人們的社交模式
- 反而造成了青少年對社群媒體之濫用而衍生出的諸多問題
- 從民國 102 開始之後此類問題甚至有年輕化的狀況

網路社群媒體對心理健康的影響

原因

1. 缺乏現實社交能力
2. 過度沈迷使用
3. 校園網路霸凌問題



二、創意特色---心理健康檢測軟體

- 保護所有使用者的心理健康
 - 減少煽動性與分裂性內容帶來的社會分裂
 - 最大的功能是要幫助那些因為社群媒體而產生心理問題的人
 - 告訴使用者出現問題的可能原因
 - 提供建議
 - 重新尋找現實生活可以依靠的人事物
- 助心智還未成熟便接觸社群媒體之迷失的下一代
 - 防沉迷
 - 提供必要資訊 給他們的父母、老師與輔導員
 - 重新建立自我認同與現實的社交圈
 - 提高使用警惕與關注自我心理健康意識的功能
 - 社群媒體演算法的弊病
- 建立一個足夠抵擋社群媒體演算法的數據庫
- 能夠判別煽動性內容及演算法造成的個人化搜尋結果
- 提升所有使用者在使用社群媒體時的自覺



四、可包含應用領域



- 沒有任何受限領域
- 有手機
- 認為需要時刻心理健康監測的人們
- 只要是跟人有關的領域
- 普及於世界各地

三、軟體設計與研究方法



透過與裝置上的社群媒體連動蒐集數據獲取使用者的心理狀態資訊，提供使用者相對應的應對方式，且同時具備青少年保護功能，有效率的防治網路霸凌與減少網路依賴



- 建立個人資料庫之辦法
- 現實形象模型與網路形象模型之建構
 1. 現實形象模型:藉由問卷利用布里格斯性格分類指標(MBTI)等人格測驗以及現實的年齡、職業等資料建立模型。
 2. 網路形象模型：藉由問卷，運用社群媒體使用模式表、自我揭露的五種內涵、自我揭露的功能分類等分類作為測驗內容，搜集對於社群媒體的使用方式(使用社群媒體之動機、自我揭露程度、親密感發展與心理幸福感等指標)，進行分類與分析進而建立模型。

• 使用者監測



社群媒體活動狀態 | 紀錄使用時長 | 時段與頻率 | 為使用者建立個人化的興趣數據庫

• 產品成果分析

透過搭配初始的問卷調查與後續的各項使用監測，軟體建立一個使用者專屬的資料庫，評估每一項重要的心理健康指標，檢測問題項目(若一項指標低於及格線超過一週以上)，並啟動相關輔導與建議程序。

- 減少社群媒體的使用
- 引導使用者從事其他有益身心健康的活動與嗜好
- 提供實體社交的建議與幫助
- 以健康小幫手的身分重新建立使用者的自信與自我價值
- 協助使用者與重要親朋好友建立起實質聯繫
- 如有嚴重自殺傾向之使用者會主動聯繫防自殺專線與相關網站

軟體設計特點：

透過巨量的大數據，對於文章內容的偵測也會更加準確，給予使用者必要的保護與自我警惕，並獲得大量寶貴的民衆之心理健康數據，在本人允許的前提下，也可做為重要研究與計畫之用途。並且面對新一代自幼就接觸社群媒體的年輕族群，軟體給予必要的監測與管理，協助父母、老師、輔導人員與研究人員重新了解新一代的思考與社交模式，共同尋找方法，解決逐年攀升的青少年憂鬱問題，強化新一代的自我認同，逐步減少他們對於社群媒體的依賴，並重新建立孩子們逐漸消失的實體社交能力與勇氣。

組別：大家要快樂！

團隊成員：
李郁含、王柏甯、張馥嫻
郭彥妮、蕭慈萍、徐瑋琳