

「FOMO世代 要有觀點」記者會

FOMO世代台灣青少兒數位韌性與上網趨勢報告

計劃主持人

黃葳威 博士

國立政治大學傳播學院教授
政大數位傳播文化行動實驗室執行長
白絲帶關懷協會執行長

2026年9月



FOMO世代台灣青少兒數位韌性與上網趨勢報告

壹、研究背景與目的

「FOMO」源自 Fear of Missing Out 的縮寫，是一種擔心自己不知道或錯過可能讓自己生活更美好的訊息、事件、經歷或人生決定的感覺。這種生活樣態日益普遍。

社群媒體與網路深入日常，其背後隱而未現的AI演算法設計與隱匿性，正對使用者、特別是兒少心智、個人隱私與社會治安造成嚴峻挑戰。近期從Meta跨國科技社群平台意圖讓兒少成癮、黃子佼創意私房司法訴訟與社會案件，揭露了社群網路現象下隱藏的巨大風險，極需公眾關注與監管。

媒體報導，美國29州聯合起訴科技巨頭Meta，指控其旗下的Instagram與Facebook故意設計致使成癮機制，加劇青少年心理健康危機，並違法蒐集兒童個資以訓練AI模型(徐睿承,2026;吳承勳,2026)。這項面臨1.4兆美元天價罰款的集體訴訟，凸顯出社群平台透過精密演算法掠奪未成年人注意力與隱私的系統性危害。

虛擬網路對實體空間的侵蝕更歷歷在目，桃園發生歹徒運用「傳說對決」遊戲點數機制，誘騙國小男童集點，並誘導其進行性交且索取裸照(游資芸,2026)；亦有青少年過度沉迷網路交友、尋求虛擬認同，進而遭誘騙私約甚至受侵害而不自知(李隆揆,2026)。此外，網路博弈與娛樂城亦利用科技便利性，使缺乏自制力者沉迷其中而觸法(陳恩惠,2026)。

新北地檢署日前接獲高檢署「預警中心」交易通報案件，指揮警方循線查出一個成立人頭公司的洗錢集團，表面上販售遊戲點數與第三方點數服務，實則提供線上博弈與詐騙集團收受、轉匯犯罪所得的洗錢犯罪鏈，洗錢集團藉此手法洗錢金額高達21.5億餘元。

犯罪集團利用一般民眾常用的**網路集點點數、遊戲點數與第三方支付平台**，將詐騙所得與賭資轉化為虛擬點數或購買憑證。詐騙集團常以「點數過期」、「簡訊集點兌換贈品」或「好康優惠」為誘餌，吸引被害人點擊釣魚連結並輸入信用卡或個人資訊，隨後將贓款轉入該集團控制的人頭公司。此類網路集點點數詐騙不僅能快速轉移大量資金，更能透過多層公司帳戶轉匯、第三方支付與現金提領等手法，建立多重斷點以規避警方追查。

在生成式人工智慧(AIGC)日益普及的數位社會中，青少兒暴露於性私密影像、網路性騷擾及性剝削風險的情境愈發多樣且隱蔽。根據衛服部統計指出，114年兒少性剝削案件數相比於113年的數據雖有小幅減少，但仍比112年數據還要來的高。(衛生福利部,2026)

表1：兒童及少年性剝削通報概況

114年vs 113年vs 112年兒少性剝削通報人數(全台)			
	114年	113年	112年
總計	3,436人	3,582人	3,354人

(衛生福利部統計:兒童及少年性剝削通報被害人概況.xlsx)

現今因少子化與數位科技普及，青少兒獨自使用網路的情形逐漸提升，接觸內容亦以娛樂、遊戲及社群互動為主，面臨性化資訊、陌生網友接觸及私密影像外流等潛在風險。根據家扶基金會調查(2026)，近5年兒少性剝削案件約7成與網路有關，通報案件更成長逾111%；另有超過3成兒少曾加入網路認識的好友，甚至約15%兒少在特定誘因下可能願意提供私密照片。雖多數青少兒具備基本數位使用規範意識，但在資訊識讀、網友真偽判別及私密影像保護等數位韌性能力上仍顯不足。

社群網路不再僅是社交工具，也出現誤用人性的誘導伎倆、心理沉迷、隱私剝削與犯罪詐騙等風險危機。面對AI浪潮席捲台灣的經濟奇蹟、演算誘惑與網路陷阱，FOMO世代台灣青少兒的網路韌性如何？對於網路風險的感知足夠嗎？

本調查報告採取問卷調查，受訪青少兒在學學生分別來自22縣市，以台北市最多，其次為高雄市、新北市、台中市、桃園市、台南市、新竹市，其餘皆低於百分之四。

表1：縣市分佈

縣市	次數	百分比	縣市	次數	百分比	縣市	次數	百分比
台北市	1772	20.9	新竹縣	5	0.1	高雄市	1362	16.1
新北市	915	10.8	彰化縣	289	3.4	屏東縣	236	2.8
桃園市	493	5.8	南投縣	163	1.9	花蓮縣	260	3.1
基隆市	26	0.3	雲林縣	192	2.3	台東縣	239	2.8
宜蘭縣	168	2.0	嘉義市	95	1.1	澎湖縣	98	1.2
台中市	677	8.0	嘉義縣	328	3.9	金門縣	107	1.3
新竹	363	4.3	台南市	498	5.9	連江縣	75	0.9
苗栗縣	104	1.2	總計				8465	100.0

研究以問卷調查31所國小、27所國中、24所高中、以及19所大學，合計101所學校。共發出份10000問卷，回收8465份有效問卷，回收率為94%。

地區	國小	國中	高中(含完中)	大學	地區	國小	國中	高中(含完中)	大學
北 北 基	台北武功國小 基隆中正國小 基隆長興國小 新北三重國小 新北北大國小 新北埔墘國小 新北海山國小 新北深坑國小 新北清水國小 新北集美國小 新北鳳鳴國小	台北中山國中 基隆正濱國中 基隆信義國中 新北八里國中 新北三芝國中 新北三峽國中 新北北大國中 新北安康國中 新北泰山國中	台北成功高中 台北松山高中 台北金甌女中 基隆二信高中 基隆暖暖高中 新北北大高中 新北安康高中 新北竹林高中 新竹竹園高中 新北金陵女中 新北南山高中 新北華僑高中	國立政治大學 國立陽明交通大學 國立海洋大學 國立台北大學 銘傳大學 文化大學	中 彰 投	台中文昌國小 台中忠明國小 台中逢甲國小	台中太平國中 台中立新國中 台中忠明國中 台中霧峰國中 南投埔里國中	台中忠明高中	國立臺灣體育大學 靜宜大學
桃 竹 苗	苗栗蟠桃國小 桃園觀音國小 新竹北門國小	苗栗三義國中 苗栗後龍國中 桃園中壢國中 桃園永安國中 新竹育賢國中 新竹建華國中	苗栗大同高中 新竹成德高中	國立中央大學 國立清華大學 中原大學 開南大學	雲 嘉 南	台南大灣國小 台南官田國小 台南億載國小 雲林客厝國小 雲林廣興國小 嘉義月眉國小 嘉義崇文國小	台南大灣國中 台南南新國中 嘉義大林國中	台南新營高中	國立中正大學 崑山科技大學
宜 花 東	宜蘭壯圍國小 花蓮瑞穗國小	宜蘭國中	台東女中 台東高中 花蓮光復商工	國立東華大學 慈濟大學 佛光大學	高 屏	屏東和平國小 高雄後紅國小 高雄苓洲國小 高雄興糖國小	屏東公正國中 高雄阿蓮國中 高雄陽明國中	屏東東港高中 高雄六龜高中 高雄左營高中 高雄高工 高雄楠梓高中	屏東科技大學 義守大學
離 島	澎湖石泉國小								

貳、研究結果

青少兒手機與網路使用

受訪小學三年級至大學四年級的在學學生，家中平均擁有的電視數量為1.75台，電腦數量達2.05台。顯示受訪在學學生家中的電視與電腦數量接近，電腦較電視在家中生活的使用程度略高。

表2：家戶電視、電腦數量

	平均數
家中電視數	1.75
家中電腦數	2.05

八成以上小三至大四青少兒有自己的手機(85.8%)，近九成六是智慧型手機，行動上網與青少兒生活緊密相連。

表3：青少兒手機擁有

	次數	百分比		百分比
有自己的手機	6135	85.8	智慧型手機	95.7
			一般手機	4.3
沒有自己的手機	1012	14.2		
總計	7147	100.0		100.0

整體而言，小三至大四受訪在學學生，每週電腦上網時間達31.22小時，手機使用時間有30.71小時，收看電視時間有11.81小時，運動時間僅有9.79小時。其中周間平日每天平均上網時間（M=3.84）以手機/平板使用時間最高，其次為以手機/平板使用時間（M=3.77）、收視時間平均每天1.35小時；周間平日每天運動時間為1.31小時。周末假日每天平均以電腦上網時間最高，達6.01小時，其次為手機/平板使用時間（M=5.93），再者為收看電視（M=2.53）；周末假日每天運動時間為1.67小時。

表4：青少兒媒體使用與運動

	周間平均時數	周末平均時數
收視時間	1.35	2.53
上網時間	3.84	6.01
手機/平板時間	3.77	5.93
運動時間	1.31	1.67

受訪學生每周上網頻率以每天使用最多（75.4%），其次只有周末假日才使用（8.6%），其餘皆在一成以下。

近四成六青少兒常獨自上網，三成四以上常和同學友人一起上網，其次是和手足上網（14.2%）。

表5：青少兒上網頻率與上網夥伴

上網頻率	次數	百分比	上網伙伴	次數	百分比
每天都用	5372	75.4	同學或朋友	2793	34.1
一星期用五、六天	373	5.2	兄弟姊妹	1160	14.2
一星期用三、四天	374	5.2	父母	420	5.1
一星期用一、兩天	245	3.4	自己	3740	45.7
只有週末、假日才用	615	8.6	祖父母	39	0.5
不用	148	2.1	其他	35	0.4
總計	7127	100.0	總計	8187	100.0

周間最常上網時段以晚上（30.8%）或傍晚（28.2%），其次為下午（13.6%）或深夜（12.1%），再者為不用佔一成，其餘時段皆低於一成；受訪在學學生週末最常上網時段以中午（22.4%）或下午（21.9%）較多，其次為晚上（17.6%）或傍晚（15.3%），再者為深夜（11%）或上午（8.3%），其餘時段較少。

表6：週間與週末最常上網時段

最常上網時段	周間次數	百分比	周末次數	百分比
上午(06:01~12:00)	157	2.3	565	8.3
中午(12:01~16:00)	281	4.1	1523	22.4
下午(16:01~18:00)	930	13.6	1488	21.9
傍晚(18:01~20:00)	1922	28.2	1039	15.3
晚上(20:01~22:00)	2103	30.8	1193	17.6
深夜(22:01~24:00)	827	12.1	748	11.0
凌晨(12:01~06:00)	111	1.6	181	2.7
不用	496	7.3	48	.7
總計	6827	100.0	6785	100.0

青少兒最常使用的入口網站，以影音社群平台為主，其中「YouTube」佔(26%)、其次是「Google」(22.1%)，再者為短影音社群平台「Instagram」(22%)、「抖音TikTok」(12.1%)、「Facebook」(8.5%)，其餘作為入口的均低於一成。今年YouTube、IG與TikTok等影音社群平台佔大宗，搜尋引擎比例降低。

表7：青少兒常用之入口網站

入口網站	次數	2025百分比	2024百分比	2023百分比	2022百分比
學校網頁	487	4.1	4.4	9.7	1.9
Yahoo奇摩	90	0.8	0.8	2.3	0.4
Google	2646	22.1	24	49	42.4
HiNet	25	0.2	0.1	0.6	0.1
Facebook	1015	8.5	8.4	23.4	7.8
Pchome	48	0.4	0.3	13.8	0.3
MSN台灣Bing	35	0.3	0.3	1.2	0.2
Yam番薯藤	7	0.1	0.1	0.4	0
YouTube	3111	26	26.6	9.7	1.9
Instagram	2634	22	19.2	2.3	0.4
抖音(TikTok)	1451	12.1	12.4	23.4	7.8
其他	412	3.4	3.2	7.3	8.9
總計	11961	100.0	100.0	100.0	100.0

青少兒網路社群參與

近六成以上的青少兒會參加網路社群，此現象從2010-2017年呈現持續成長，爾後停滯，2022年略為升高，近年稍微下降。今年為五成六有參加網路社群。

2010年全臺小三至國一青少兒學生，參加者有1090人(16%)；2011年近兩成青少兒表示有參加網路社群(19.6%)。2012年，超過兩成青少兒表示有參加網路社群(24%)，2013年成長至43%。2014年，全臺灣小三至高三的學生中，近六成參與網路社群(7721人，58.7%)；2016年，近六成小五到大一在學學生參與網路社群；2017年加入大二、大三族群，參與率更突破七成。2022年為六成五，2023年為六成，推估疫情趨緩，學生逐漸恢復入學與學友相處的時光。今年近六成青少兒學生加入社群。

表8：青少兒網路社群參與情形

	次數	百分比
有	4140	59.6
沒有	2188	31.5
不知道	620	8.9
總計	6948	100.0

近六成參與網路社群的學生，其中五成九受訪者表示從不出席網聚，一成三以上表示不常出席，近一成四表示偶爾出席，一成一表示不知道，經常出席者低於一成。

表9：青少兒網路社群參與情形

	次數	百分比
不知道	430	10.6
從不出席	2399	58.9
不常出席	551	13.5
偶爾出席	558	13.7
經常出席	133	3.3
總計	4071	100.0

青少兒參與的網路社群以「娛樂流行」類型最多(31.5%)、其次依序為「親友學校」(20.9%)、「運動休閒」(11.6%)等，其餘的選項皆低於一成。青少兒用線上遊戲或影音平台與網友互動，未必透過通訊軟體。

表10：青少兒參與的網路社群類型

	次數	百分比
親友學校	1501	20.9
聯誼交友	541	7.5
娛樂流行	2264	31.5
星座命理	287	4.0
運動休閒	833	11.6
醫療保健	84	1.2
電腦通訊	524	7.3
藝文學術	634	8.8
商業金融	124	1.7
不知道	155	2.2
其他社群	242	3.4
總計	7189	100

青少兒數位韌性

國科會「打造堅韌安全之智慧國家」有關健全智慧安全環境，提升民間防護能量，包括維護資訊數據安全、個人資料隱私保護、資料交流安全等。其中個資隱私保護、資料交流安全直接關係個人如何運用網路與資訊。調查摘取台灣青少兒網路安全素養有關數位韌性題項，進行檢視

從個人數位韌性的角度，台灣青少兒學生的數位韌性表現可分為高於整體平均值(M=3.76)的規範取向(M=4.37)，以及低於整體平均值的個人取向(M=3.69)、家庭取向(M=3.46)。顯示青少兒在學學生在法規層面的網路安全素養較高；相較之下，青少兒學生家庭取向網安素養的得分較低。

以規範取向網安素養為例，「在網路上不要給陌生網友個人資料」(M=4.54)及「在網路上散佈不實謠言是不對的」(M=4.53)得分，高於規範導向平均值(M=4.37)，反映青少兒學生對於個資隱私及網路假訊息的具備相當知能。其次是「會警覺在網路上特別想要認識孩童的陌生網友」(M=4.03)。青少兒學生對於個資傳遞與假訊息傳遞均有所警覺，但對於未必操之在己的網路資訊或網友身分分辨知能，仍有提升空間。

個人取向網安素養面，以「網路上陌生網友常和他們描述的身份不同」(M=2.76)、「我會控制並管理自己上網的時間」(M=3.55)得分較低，這意味著當每次上網時間過長，對於資訊分辨的警覺區辨，也相較不足。

家庭取向網安素養面，僅「網路對我的生活非常重要」(M=3.91)高於整體平均值(M=3.76)與面向平均值(M=3.46)；另「網路對爸媽的生活非常重要」(M=3.59)，高於面向平均值。其餘「爸媽會使用電子3C產品可增進自信心」(M=2.99)、「爸媽會使用電子3C產品可增進和我的互動」(M=3.36)皆低於面向平均值。

後疫情時代下的青少兒數位韌性，顯然出現上有政策、下有對策的矛盾面。儘管校園或家長對於兒少上網安全循循善誘，但經過疫情洗禮後的生活作息，仍待適應調整中。

疫情期間活化了數位新創、遠距會議、數位學習等科技應用。後疫情時代，結合國內素養教育政

策，如何啟發青少/兒個人興趣所長，引導青少兒善用並慎用科技，與其興趣或專長相輔相成，過往強調「役物」而非「役於物」；如今如何善用AI協作、與AI共舞，人機持續謀合中。

表11：青少兒數位韌性

類別	不知道	非常不同意	不同意	同意	非常同意	個數	平均值	標準差
家庭取向							3.46	
爸媽會使用電子3C產品可增進自信心	2027 (28.5)	478 (6.7)	1266 (17.8)	2216 (31.2)	1112 (15.8)	7109	2.99	1.467
爸媽會使用電子3C產品可增進和我的互動	985 (13.9)	748 (10.5)	1496 (21.1)	2443 (34.4)	1420 (20.0)	7092	3.36	1.295
網路對我的生活非常重要	501 (7.1)	331 (4.7)	946 (13.3)	2852 (40.2)	2469 (34.8)	7099	3.91	1.138
網路對爸媽的生活非常重要	1074 (15.2)	399 (5.6)	904 (12.8)	2680 (37.9)	2019 (28.5)	7076	3.59	1.355
網路任何資料不可任意複製且須註明出處	409 (5.8)	457 (6.4)	1592 (22.5)	3937 (55.5)	694 (9.8)	7089	3.57	.957
規範取向							4.37	
在網路上散佈不實謠言是不對的	256 (3.6)	241 (3.4)	123 (1.7)	1340 (18.9)	5139 (72.4)	7099	4.53	.959
在網路上不要給陌生網友個人資料	258 (3.6)	166 (2.3)	119 (1.7)	1493 (21.0)	5066 (71.3)	7102	4.54	.926
會警覺在網路上特別想要認識孩童的陌生網友	752 (10.6)	344 (4.9)	348 (4.9)	2118 (29.9)	3516 (49.7)	7078	4.03	1.302
個人取向							3.69	
爸媽可以正確引導我網路使用的行為	641 (9.0)	149 (2.1)	499 (7.0)	3150 (44.4)	2660 (37.5)	7099	3.99	1.158
我知道學校對網路使用的規定	953 (13.4)	74 (1.0)	231 (3.3)	2660 (37.5)	3184 (44.8)	7102	3.99	1.315
發現網路上陌生網友常和他們描述的身份不同	2823 (39.8)	569 (8.0)	670 (9.4)	1570 (22.1)	1466 (20.7)	7098	2.76	1.631
我不喜歡和不認識的陌生網友聊天	638 (9.0)	488 (6.9)	1295 (18.3)	1985 (28.0)	2685 (37.9)	7091	3.79	1.266
我會特別留心分辨網路上的聊天內容	607 (8.6)	187 (2.6)	486 (6.9)	2853 (40.3)	2952 (41.7)	7085	4.04	1.166
我會參考網路內容規定依照年齡級別上網	838 (11.8)	440 (6.2)	832 (11.7)	2603 (36.7)	2373 (33.5)	7086	3.74	1.303
我會控制並管理自己上網的時間	760 (10.7)	628 (8.9)	1338 (18.9)	2678 (37.8)	1676 (23.7)	7080	3.55	1.242
總平均 3.76 ；標準差 .6								

參、 研究基本資料

本研究採親身問卷調查小三至大四受訪在學學生，女生佔52.3%，男生佔47.7%。

表12：生理性別分布

性別	次數	百分比
男性	3386	47.7%
女性	3711	52.3%
總計	7097	100.0

受訪小三至小六在學學生佔29.7%，其次為國中生32%、高中在學學生(21.7%)，大學生佔16.6%。調查學生以北台灣較高(44.1%)，其次為南台灣(35.7%)、中部(16.9%)、東部與離島(3.3%)。

表13：學習階段與區域分布

年級	次數	百分比	區域	次數	百分比
國小	2135	29.7	北部	3169	44.1
國中	2301	32.0	中部	1214	16.9
高中	1558	21.7	南部	2566	35.7
大學	1189	16.6	東部與離島	234	3.3
總計	7183	100.0	總計	7183	100.0

受訪在學學生的家庭型態以兩代同堂最多（58.7%），其次是三代同堂（27.2%），再者是單親家庭（10.3%），其餘家庭型態皆較少。

表14：家庭型態

家庭型態	次數	百分比
三代同堂	1855	27.2
兩代同堂	4000	58.7
單親家庭	703	10.3
隔代教養	211	3.1
寄養或寄宿家庭	12	.2
其他	30	.4
總計	6811	100.0

青少兒家中以民間信仰較多（38.3%），其次為沒有信仰（30.1%），再者依序為道教（12.7%）、佛教（8%）、基督教（6.8%），其餘各佔1%。

表15：宗教信仰

家庭信仰	次數	百分比
基督教	474	6.8
天主教	81	1.2
佛教	556	8.0
沒有信仰	2096	30.1
伊斯蘭教	29	.4
道教	886	12.7
一貫道	72	1.0
民間信仰	2669	38.3
其他	100	1.4
總計	6963	100.0

父親教育程度以大學（專）最多（32%），其次為高中（職）（25%），一成以上為碩士學位（8.8%），國中以下（3.9%）或博士學位（1.6%）均低於一成。近二成四表示不知道父親教育程度。

母親教育程度以大學（專）最多（38.3%），其次為高中（職）（24.6%），再者為碩士學位（8.4%），國中以下（4.4%）或博士學位（1.3%）均低於一成。近兩成五表示不知道母親的教育程度。

表16：父母教育程度

教育程度	父親人數	百分比	母親人數	百分比
國中以下	348	4.9	276	3.9
高中(職)	1762	25	1731	24.6
大學(專)	2257	32	2700	38.3
碩士	814	11.5	619	8.8
博士	202	2.9	114	1.6
不知道	1674	23.7	1602	22.7
總計	7057	100.0	7042	100.0

青少兒父親行業別以工業居多（23.4%），其次為服務業（20.5%）、商業（13.4%），近一成七不知道父親職業。母親職業以服務業居多（26.9%），其次為商業（12.5%），近一成五表示不知道。

表17：父母親職業

行業別	父親人數	百分比	母親人數	百分比
工業	1635	23.4	593	8.4
商業	944	13.5	880	12.5
農漁業	227	3.2	136	1.9
服務業	1435	20.5	1885	26.9
軍公教警	524	7.5	526	7.5
專業(醫護、律師、會計師)	522	7.5	841	12.0
無業	95	1.4	598	8.5
自由業	309	4.4	426	6.1
退休	133	1.9	110	1.6
不知道	1154	16.5	1016	14.5
其他	13	.2	8	.1
總計	6991	100.0	7019	100.0

青少兒家長在家使用語言，以國語為主，母親居家說國語佔 66.5%、父親家中使用國語者達 64.8%；其次為閩南語/台語均低於三成，包括客家、原住民語、英語、或其他語言各低於一成。

表18：家中語言使用(複選題)

家中使用語言	父親人數	百分比	母親人數	百分比
國語	6628	64.8%	6765	66.5%
客語	266	2.6%	222	2.2%
閩南語/台語	2946	28.8%	2661	26.1%
原住民語	86	0.8%	76	0.7%
英語	214	2.1%	247	2.4%
其他	96	0.9%	205	2.0%
總計	10236	100	10176	100

肆、 結論、討論與建議

數位發展部月前攜手台灣三大廣告公協會成立「數位廣告信任聯盟」，將串聯近300家數位廣告業者，透過防詐情資交換、自律規範及信任標章等機制，建立產業聯防體系，讓防詐從政府與平臺治理延伸至數位廣告供應鏈（蘇文彬，2026）。

廣告代理商與平台業者採取相應的自律作為，值得持續精進，包括導入更嚴謹的身份驗證流程，加強對廣告主的背景審查；同時利用AI技術監測涉及高風險關鍵字與假冒名人的詐騙廣告，建立快速下架與通報機制，試圖阻斷詐騙產業鏈的資金與流量來源。

要真正重建公眾信任仍面臨諸多挑戰。諸如詐騙集團常利用變形文字、隱蔽頁面（Cloaking）避開AI審查，平台在自動化過濾與人工審核之間仍存在時間差與技術漏洞。劣幣驅逐良幣的現象傷害台灣境內合規平台、內容媒體以及閱聽使用權益。未來數位生態若要健全發展，除仰賴法律強制力，仍需要平台業者持續精進提升透明度、強化跨國防禦結盟，並從源頭重塑數位平台的誠信體系。

尤其，除境內平台的誠信友善行動外，境外科技平台大軍壓境的強力推播（Push）下，期待公部門、私部門暨相關利害關係人採取更有效的作為。

根據全台101所國小、國高中、大學校園青少兒在學生調查得知：

1. **上網時間與運動生活嚴重失衡：**台灣青少兒每週電腦上網時間高達 **31.22 小時**，手機使用時間亦達 **30.71 小時**，然而每週運動時間僅有 **9.79 小時**。在週末假日，青少兒平均每天花費 6.01 小時以電腦上網、5.93 小時使用手機，但運動僅有 1.67 小時，數位沉迷與體能活動失衡現象極為嚴峻。
2. **入口網站與社群全面影音化，搜尋比例銳減：**青少兒最常使用的網路入口以影音社群平台居大宗，其中 **YouTube（26%）、Google（22.1%）及 Instagram（22%）** 佔前三名，其次為 **抖音 TikTok（12.1%）與 Facebook（8.5%）**。相較於往年，青少兒直接使用搜尋引擎的比例

大幅降低，且有近六成（59.6%）青少兒深入參與各類網路社群（尤以「娛樂流行」達 31.5% 最多）。

3. **數位韌性呈現「上有政策、下有對策」的矛盾分化**：在整體數位韌性平均值（M=3.76）下，青少兒網安素養呈現明顯的落差：

規範取向表現最高（M=4.37）：學生在「網路不給個資」（M=4.54）及「不散佈謠言」（M=4.53）等法規認知上得分極高，具備基本的自律知能。

個人取向表現次之（M=3.69）：但對於現實中的自主管理偏弱，在「辨識陌生網友真實身分」（M=2.76）及「自我管理控制上網時間」（M=3.55）的得分顯著偏低，易因上網過長而喪失警覺。

家庭取向表現最低（M=3.46）：兒少雖高度依賴網路生活，但家長利用 3C 產品引導親子互動（M=3.36）或增進自信心（M=2.99）的效果明顯低於平均值，親職教育在數位環境中的介入成效亟待提振。

因應AIGC（生成式人工智慧）與5G/6G高速網路環境的演進，犯罪集團常利用遊戲點數、第三方支付及虛擬帳戶轉匯洗錢，並對兒少進行網路性誘拐與隱私侵犯。報告提出「**FOMO世代 要有觀點**」五點建議，以提升全民與親師的數位韌性。

1. **縮短親職落差（Parenting）**：縮減家庭親職數位落差，家長親職教育與時俱進，主動理解並正確引導孩子的網路行為。
2. **線上社會情緒學習（Online SEL）**：分齡教育引導孩子建立「線上社會情緒學習 Social and Emotional Learning, SEL」知能，認清網路交友風險，拒絕陌生網友藉由集點型態的情緒勒索與隱私剝削。
3. **創新思維實踐（Innovation）**：啟動創新思維，提升資訊識讀能力，協助兒少遠離社群媒體巨量演算法的成癮誘惑與誘騙操控。
4. **社區鄰里支援（Neighborhood）**：建置完善的社區鄰里協力網絡，與外部專業團體（如白絲帶關懷協會、通報求助機制）深度鏈結；深入家戶的有線寬頻系統可整合在地各系統公用頻道，強化社區互助網絡與在地人文意識關懷。
5. **培養個人觀點（Thinking）**：引導兒少學會區辨人機互動的虛實界線，培養個人觀點，提升數位韌性。

參考資料

- 李隆揆（2026年1月2日）。未成年性侵占比高／青少年錯誤性觀念沉迷網路交友開房間。聯合報。
<https://udn.com/news/story/7266/9239711>
- 吳承勳（2026年8月26日）。Meta傳與29州尋求和解自估敗訴恐遭罰1.4兆美元天價。工商時報。
<https://www.ctee.com.tw/news/20260826701673-430704>
- 徐睿承（編譯）（2026年8月26日）。Meta 陷青少年成癮訴訟，彭博：審理期間與各州談和解。TechNews 科技新報。
<https://technews.tw/2026/08/26/meta-teen-addiction-lawsuit-bloomberg-settlement-talks-states-trial/>
- 陳恩惠（2026年8月14日）。職軍沉迷賭博網站賺3萬遭法辦挨罰1萬元沒收犯罪所得。聯合報。
<https://udn.com/news/story/7321/9692465>
- 游資芸（2026年2月10日）。桃園某國小男童被「傳說對決」遊戲點數誘騙廁所性交、拍裸照得逞！網路保護必教孩子6點。嬰兒與母親。
<https://www.mababy.com/knowledge-detail?id=16875>
- 蔣永佑（2026年8月24日）。人頭公司賣遊戲點數隱匿博弈詐團金流逾21.5億15人洗錢集團遭訴。聯合新聞網。
<https://udn.com/news/story/124490/9710929>
- 衛生福利部（2026. 4. 30）。「兒童及少年性剝削通報被害人概況」，
<https://www.mohw.gov.tw/dl-22379-589d6330-9e8d-4f19-a0bf-d0063df3elf9.html>
- 蘇文彬（2026年7月17日）。「詐騙廣告侵蝕市場信任，數發部與三大公協會聯手推動可信任的數位廣告生態系」，《iThome 電腦報周刊》，
<https://www.ithome.com.tw/news/177392>