

技术双刃 vs. 因人而异：技术特征与心理特征 对社交媒体用户消极使用行为的影响研究

王玮¹，郭俊伶¹，苏倩倩²，郑思齐³

(1. 暨南大学 管理学院，广州 510632；

2. 上海寻梦信息技术有限公司，上海 200050；

3. 悉尼大学 商学院，澳大利亚 悉尼 2006)

摘要 近年来，社交媒体用户的使用行为逐渐由积极主动转变为消极被动，如何减少消极使用行为引起 IS (information system) 学者的高度关注。本文引入“压力源—应变—结果” (stressor-strain-outcome, S-S-O) 框架，构建社交媒体用户消极使用模型，实证检验了 335 份数据。研究发现信息技术过载和社会比较作为压力源，借助社交媒体倦怠影响消极使用行为，心理弹性在压力源与社交媒体倦怠之间起调节作用。本文对于深入理解用户倦怠情绪，帮助企业激活并留存用户具有指导意义。

关键词 信息技术过载，社会比较，社交媒体倦怠，消极使用行为，心理弹性

中图分类号 C939

1 引言

社交媒体满足了人们足不出户便能了解天下大事、朋友家人“面对面”交流情感的需要。第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》^[1]指出，截至 2020 年 6 月，QQ 空间、微博使用率分别为 41.6%、40.4%，微信朋友圈使用率高达 85%。以微信为主的一系列社交媒体已成为人们生活的必需品。

社交平台增长迅猛，但用户的倦怠情绪和消极使用行为 (passive use behavior) 却与日俱增。以微信为例，好友数量不断增长，朋友质量却逐步下降；信息技术曝光“朋友圈幸存者”的信息，人们观察并对比他人分享的内容，容易产生“我不如别人”的失落感。于是，用户有意识地降低社交 APP (应用程序，application 的缩写) 的使用频次或时长、关闭应用的推送提醒功能、甚至卸载对自己有干扰的社交媒体。用户为什么会产生回避、卸载等消极使用行为呢？如何激活并留存用户？对这些问题的深入探索直接关系到社交平台的长远发展。

现有学者研究用户消极使用行为产生的原因^[2]，但仍存在不足之处。首先，用户在社交媒体上的社会比较行为普遍存在，但已有文献仅探讨单一社会比较维度的心理诱因^[3]，忽略社会比较行为的多样性^[4]。其次，已有研究缺乏对用户个人因素的考量^[5]，探讨技术、个体因素共同影响社交媒体倦怠 (social media fatigue) 的研究更为匮乏。最后，鲜有学者分析个体心理特征的异质性^[6]，尤其是对不同用户对信息技术的感知差异方面的研究严重不足。

基于此，本文借助“压力源—应变—结果”框架，从信息技术过载、社会比较两大压力源入手，构

通信作者：郭俊伶，暨南大学管理学院，硕士研究生，E-mail: 971030389@qq.com。

建社交媒体用户消极使用模型,并考察心理弹性(mental resilience)在压力源与应变之间的调节作用。本文的理论贡献如下:第一,探究不同压力源对消极使用行为的影响,以期丰富现有理论对社交媒体用户采纳后消极使用的认识。第二,将信息技术过载和社会比较行为纳入消极使用模型,旨在打开不同压力源到消极使用行为的黑箱。第三,引入“心理弹性”,拓展心理弹性的研究内容并丰富其实践情境。

2 文献综述

2.1 消极使用行为

近年来,用户过度使用、强迫性使用社交媒体的现象严重,引发了学术界对其后续产生的消极使用行为的关注。有学者从持续使用的对立面,将消极使用行为简单界定为不持续使用行为(discontinuous usage behavior)^[7]。刘鲁川等认为,消极使用行为的内涵更为丰富,它是潜水、忽略、屏蔽、转移及退出等消极、被动、不情愿使用社交媒体的表现^[8],也包括员工因工作需要或社交压力被迫持续使用社交媒体等^[6]。

Zhang等提出,倦怠情绪会降低用户对社交媒体的满意度,进而产生消极使用行为,但并未考虑用户个人因素的影响^[9]。刘鲁川等梳理了焦虑、抑郁等情绪影响知识隐藏及信息回避等消极使用行为的研究脉络^[8]。已有研究表明负面情绪会引发用户消极使用,但情绪在何种情境下产生并进而诱发消极使用行为,国内外学者尚未达成一致意见^[2]。

2.2 社交媒体倦怠

社交媒体倦怠通常与“信息爆炸”“社交绑架”及“害怕错过”等用户体验紧密相连。Yamakami提出,社交媒体倦怠是用户在社交网络中产生疲劳、不安、愤怒、防备及失望等生理或心理的不适感^[10],它是一种感性、多维的负面心理认知,是个体对社交媒体活动的消极情感反应^[9]。

有学者研究了社交媒体倦怠的影响因素。Bright等认为社交媒体倦怠与隐私关注、社交媒体有用性及自我效能等有关^[11]。郭佳和曹芬芳提出信息过载(information overload)和隐私关注影响社交媒体使用倦怠,而转换成本及习惯影响社交媒体转换倦怠^[12]。刘鲁川等通过扎根理论探讨外部环境及个体特征对用户倦怠情绪的共同影响^[13]。

2.3 信息技术过载

过载(overload)是个体承受能力范围外的信息量或关系链时的心理感知和主观评价^[14]。后有学者将其应用到知识型员工的办公场景,提出信息技术过载的概念,并划分为系统功能过载(system feature overload)、信息过载和社交过载(social overload)^[9]。

系统功能过载是指给定的信息技术超过个体所能处理的限度,或更新后的系统技术高于用户需求从而导致的功能过剩^[9]。例如,系统设置界面、信息展现方式及应用功能的迭代,不断重塑用户使用习惯,易诱发社交媒体倦怠^[15]。

信息过载是指个体在单位时间内消化加工的信息量小于各渠道的信息接收量^[9],体现为过多的信息容量和模棱两可的信息内容^[15]。例如,Facebook用户面对大量低价值的信息时,工作效率会明显降低^[11]。其负面影响还体现在理性决策行为、网络购物体验、人际信任、生理及心理健康等方面。

社交过载指用户对社交媒体空间拥挤氛围的感知^[9]。社交网络的连接性促使人们花费过多时间去关注朋友近况,体验过多“被需要”的错觉^[16]。社交过载还与用户的印象管理有关,在社会规范及他人期

望下，个体通过朋友圈、个性签名等打造或维护专属“人设”。

2.4 社会比较理论

社会比较理论指出，人们在自我评价缺乏可参考的客观标准时，便通过与他人比较来评估自身状态及行为。个体与某方面优于自身的/与自身相似的/弱于自身的他人比较，产生上行、平行、下行三种形式的社会比较^[17]。

上行同化理论表明，上行社会比较（upward social comparison）有利于个体产生积极向上的自我评价行为，其效用大小取决于比较结果是否符合个人期望。当用户与比较对象存在明显差异时，个体被迫推断自己是低人一等的^[18]。

平行社会比较（parallel social comparison）是指个体与符合自身所处情境的他人比较，并非只通过相似的外在行为选定比较对象^[19]。个体也希望与具有特定属性的个人或群体比较^[20]，增加自我评估的稳定性和准确性，促使其在小范围内定位自身的能力水平。

面对生活不幸或消极事件，低自尊或低幸福感的个体易引发下行社会比较（downward social comparison）^[21]。个体认为他人比自己过得更糟糕，以此提高自尊水平、增强幸福感并减少焦虑^[22]；若个体将注意力集中在自身变差的可能性上，反而会带来压迫与焦虑^[23]。

2.5 心理弹性

弹性指物体受到外力挤压后又恢复到原始状态。后有学者将其引入心理学领域，称为“心理弹性”，指个体面对压力或严重后果时，依然能维持原本状态受到较少影响或不受影响，甚至在逆境中成长的状态^[24]。

不同心理弹性水平的个体差异显著。高心理弹性者拥有积极乐观的态度，对新事物保持好奇心，通过幽默、变通及放松的心态直面危机^[25]；低心理弹性者则较为敏感^[26]，困境中的他们更易感知到无奈、疲惫、焦虑等负面情绪。

综上，已有研究关注影响用户消极使用行为的单一因素，这与真实社交媒体倦怠情境下同时存在多种影响因素不符，尤其忽略了个体心理特质的差异。因此，本文综合考虑技术及用户特征，认为信息技术过载和社会比较是用户产生倦怠情绪的前置因素，进一步探讨社交媒体倦怠及消极使用行为的作用机理，并分析心理弹性在信息技术过载/社会比较与社交媒体倦怠之间的调节作用，以弥补现有研究的不足。

3 概念模型与研究假设

压力源—应变—结果模型由 Koeske 和 Koeske 提出，最初被用于员工压力研究^[27]。该模型指出，个体受到内外部环境的压力刺激（stressor），会引发一系列压力应变活动（strain），进而产生消极的行为反应（outcome）。

在社交媒体使用情境下，也存在“压力源—应变—结果”的影响机制。本研究认为压力源分为技术特征和用户特征两大类，前者以信息技术为核心，代表个体对技术压力源的感知——信息技术过载，包括系统功能过载、信息过载和社交过载；后者则以用户认知为主导，映射用户对社交媒体比较行为的反应——社会比较行为，包括上行社会比较、平行社会比较和下行社会比较，两种压力源通过社交媒体倦怠这一应变反应，进而影响消极使用行为。同时，人们常说信息技术是一把双刃剑，彼之砒霜吾之蜜糖。面对社交媒体带来的压力，人们的应变水平不同，表现也不同。因此，心理弹性这一个体心理特质作为调节变量，在压力源与应变反应之间产生影响。本文的研究模型如图 1 所示。

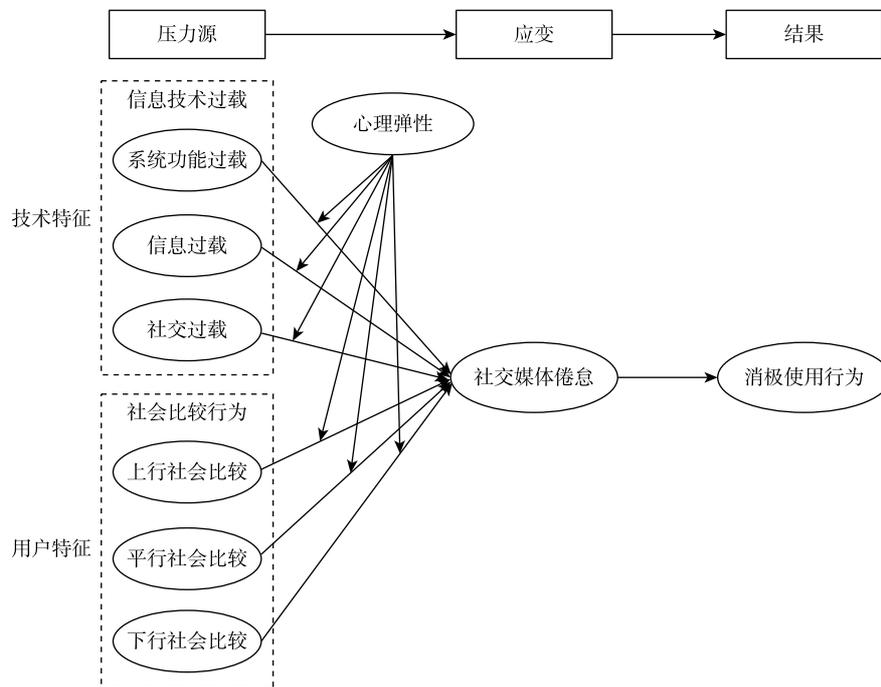


图 1 研究概念模型

3.1 信息技术过载和社交媒体倦怠

根据认知负荷理论, 社交软件的系统升级、功能修复会改变原本的应用界面、信息呈现方式等, 短时间内新增内容虽能吸引用户体验, 但过多功能会增加其心理负担^[28]。当用户花费过多精力去体验不必要的功能或太过复杂的操作任务时, 容易给个体带来使用压力, 导致紧张、倦怠等消极情绪产生。

数字时代下个体的“信息疲劳综合征”表现为焦虑情绪加剧、对事物的判断力下降及决策时的自我怀疑等^[29]。在信息加工过程中, 由于个体认知的局限, 用户难以在海量信息中及时确定所需内容, 需投入大量时间才能完成信息筛选, 容易让用户陷入迷茫和无助之中。

用户在社交媒体上的从众行为是导致社交过载的原因之一, 长期性的从众行为易造成用户的自我损耗及对社交媒体的过度依赖^[30]。150人是个体维持稳定社会关系人数的上限, 一旦超过此范围, 便会增加用户的社交压力^[31]。一般地, 当个体的社交应对量高于社交需求时, 容易造成角色过载, 进而产生倦怠。因此提出假设。

$H_{1a} \sim H_{1c}$: 系统功能/信息/社交过载正向影响社交媒体倦怠。

3.2 社会比较和社交媒体倦怠

社会比较理论认为, 社会比较是社交媒体影响个体心理的重要因素, 用户越频繁使用社交工具, 越容易产生社会比较行为。个体过度与优于自身的他人比较, 导致抑郁的可能性更高^[32]。人们在社交媒体上频繁看到别人发布的积极动态时, 易引发上行社会比较, 产生焦虑、嫉妒等消极情绪^[33]。

在自我评价动机的驱使下, 困境中的人们更倾向于通过平行比较, 获取与自身相似之人的行为结果, 以达到自我安慰的目的, 减少自身的不确定性^[19]。当事情的发展处于可控范围内, 人们应对环境变化便能更加游刃有余, 以此保持情绪稳定。

个体为了给不如自己的人留下完美或个性化 (personalization) 的印象, 倾向于在社交媒体上编辑并

分享高品质的内容, 耗费过多时间精力, 从而产生疲惫感^[34]。下行社会比较的结果虽能部分缓解个体自尊被威胁的状态, 但比较过程却不断提醒自己可能变得比别人更糟糕。因此提出假设。

H_{2a}: 上行社会比较正向影响社交媒体倦怠。

H_{2b}: 平行社会比较负向影响社交媒体倦怠。

H_{2c}: 下行社会比较正向影响社交媒体倦怠。

3.3 社交媒体倦怠和消极使用行为

社交媒体倦怠是个体心理与行为共同作用的表现, 它是个体面对各种社交媒体压力源而引发的消极情感反应, 承受压力的用户通常拥有较高的消极使用意愿。Ravindran 等提出, 社交媒体倦怠导致 Facebook 用户倾向于选择间歇休息、暂停使用社交 APP 等断连行为^[29]。特别是, 当用户经历较高水平的精疲力竭和情绪困扰后, 用户会降低对社交媒体的满意度, 甚至停止使用社交网络服务。因此提出假设。

H₃: 社交媒体倦怠正向影响消极使用行为。

3.4 信息技术过载、社会比较行为、社交媒体倦怠和消极使用行为的关系

消极使用行为表现在用户当前暂不使用或永久停用社交媒体。社交媒体倦怠是指内外部多方因素导致用户产生的负面心理认知(如疲惫感、情绪耗竭等)。由前文推导可知, 信息技术过载、社会比较对社交媒体倦怠的影响不同, 而社交媒体倦怠会显著影响消极使用行为^[16]。根据压力源—应变—结果模型, 用户使用社交媒体时, 信息技术过载或社会比较可能不会直接影响消极使用行为, 而是先诱发社交媒体倦怠, 进而产生消极使用行为。据此, 本研究推断, 社交媒体倦怠是信息技术过载、社会比较对消极使用行为的中介变量。因此提出假设。

H_{4a}~H_{4c}: 社交媒体倦怠是系统功能/信息/社交过载对消极使用行为影响的中介变量。

H_{5a}~H_{5c}: 社交媒体倦怠是上行/平行/下行社会比较对消极使用行为影响的中介变量。

3.5 心理弹性

心理弹性是个体面对压力时自我调整的能力, 高/低心理弹性者身处同一困境时的情绪表现及应激反应不同。徐曼等探讨了使用内容类社交 APP 用户的心理弹性在压力知觉和错失焦虑关系中的调节作用^[35]。与低心理弹性者相比, 高心理弹性者能更顺利地应对压力、焦虑及风险等情境。简言之, 随着压力水平的提高, 高心理弹性的用户比低心理弹性的用户感受到较少的社交媒体倦怠。因此提出假设。

H_{6a}~H_{6c}: 心理弹性负向调节系统功能/信息/社交过载与社交媒体倦怠之间的关系。

H_{7a}~H_{7c}: 心理弹性负向调节上行/平行/下行社会比较与社交媒体倦怠之间的关系。

4 实证研究

4.1 样本选取和数据收集

本研究的调研对象是拥有社交媒体使用经验的用户。问卷的发放经历了两个阶段, 预调研共收回 105 份问卷, 有效问卷 88 份, 修改存在歧义的题项并确定最终版问卷。正式调研在问卷星平台进行问卷编辑及数据收集, 历时近 5 周, 共收集 402 份问卷, 有效问卷 335 份。

由表 1 样本信息可知, 样本年龄集中在 18~45 岁, 其中 18~25 岁的互联网原住民占比 60.0%, 26~45 岁的数字移民占比 27.7%; 接近 92.0% 的被调查者社交媒体使用年限在 3 年以上, 其中 3 年以上 6 年以

下占比 27.2%，6 年以上 9 年以下占比 24.8%，9 年及以上占比 39.7%。综上，从样本的基本信息考虑，此样本满足本研究的要求。

表 1 样本人口统计学信息

测量	题项	频数	比例
性别	男	136	40.6%
	女	199	59.4%
年龄	18 岁以下	10	3.0%
	18~25 岁	201	60.0%
	26~35 岁	44	13.1%
	36~45 岁	49	14.6%
	45 岁以上	31	9.3%
教育程度	高中及以下	29	8.7%
	大专	38	11.3%
	本科	171	51.0%
	硕士及以上	97	29.0%
社交媒体使用年限	小于 1 年	10	3.0%
	1 年~3 年 (不含)	18	5.4%
	3 年~6 年 (不含)	91	27.2%
	6 年~9 年 (不含)	83	24.8%
	9 年或 9 年以上	133	39.7%

注：因四舍五入，占比合计可能非 100%

4.2 变量测量

本文问卷均来自成熟量表，并根据实际情境调整。系统功能过载、信息过载、社交过载分别采用 Karr-Wisniewski 和 Lu^[36]、Zhang 等^[9]、Maier 等^[16]的量表；上行社会比较、平行社会比较、下行社会比较均采用 Gibbons^[22]和 Buunk 等^[23]的量表；社交媒体倦怠、消极使用行为、心理弹性分别采用 Dhir 等^[37]、Maier 等^[38]、Connor 和 Davidson^[39]的量表。所有题项均使用 Likert 五级量表来测量（1 表示“完全不同意”，5 表示“完全同意”）。

4.3 数据处理

本研究利用 AMOS 22.0 检验测量模型的拟合优度。其中，心理弹性共有 7 个题项，而第一个和第七个题项的因子载荷较低，分别是 0.60 和 0.62，为提高模型拟合水平，我们选择删去这两个题项。修正后测量模型的拟合指标如下：CMIN/DF=1.510， $p < 0.001$ ，CFI=0.970，TLI=0.960，RMSEA=0.039，Standardized RMR=0.040，GFI=0.900，AGFI=0.870（表 2），表明拟合度较好。

表 2 测量模型的拟合度指标

拟合优度指标	初始测量模型	修正后的测量模型	判断标准
CMIN/DF	1.630	1.510	<3.000

续表

拟合优度指标	初始测量模型	修正后的测量模型	判断标准
CFI	0.960	0.970	>0.900
TLI	0.950	0.960	>0.900
RMSEA	0.043	0.039	<0.080
Standardized RMR	0.043	0.040	<0.080
GFI	0.880	0.900	>0.900
AGFI	0.850	0.870	>0.800
潜变量数	9	9	
总题项数	35	33	

本文使用 SPSS 23.0 及 AMOS 22.0 检验量表的信度和效度。如表 3 所示，各变量的克朗巴哈系数（Cronbach's α ）及组合信度（composite reliability, CR）值均大于 0.7，说明问卷的信度较好。所有测量题项的因子载荷均大于 0.6，CR 值均大于 0.8，AVE（average variance extracted, 平均提取方差）值均大于 0.5，验证了该问卷的收敛效度。各变量 AVE 值的平方根均大于该变量与其他变量相关系数的绝对值，表明变量之间的区分效度较好（表 4）。

表 3 信度检验结果

变量	题项	因子载荷	克朗巴哈系数	CR	AVE
系统功能过载	SFO1	0.77***	0.83	0.83	0.62
	SFO2	0.79***			
	SFO3	0.81***			
信息过载	IO1	0.88***	0.83	0.84	0.64
	IO2	0.84***			
	IO3	0.66***			
社交过载	SO1	0.74***	0.85	0.85	0.65
	SO2	0.85***			
	SO3	0.84***			
平行社会比较	PSC1	0.70***	0.88	0.88	0.60
	PSC2	0.82***			
	PSC3	0.81***			
	PSC4	0.81***			
	PSC5	0.73***			
上行社会比较	USC1	0.81***	0.91	0.91	0.72
	USC2	0.82***			
	USC3	0.89***			
	USC4	0.88***			

续表

变量	题项	因子载荷	克隆巴哈系数	CR	AVE
下行社会比较	DSC1	0.92 ^{***}	0.96	0.96	0.85
	DSC2	0.86 ^{***}			
	DSC3	0.95 ^{***}			
	DSC4	0.95 ^{***}			
社交媒体倦怠	SMF1	0.80 ^{***}	0.83	0.84	0.63
	SMF2	0.85 ^{***}			
	SMF3	0.74 ^{***}			
消极使用行为	PUB1	0.69 ^{***}	0.80	0.82	0.60
	PUB2	0.89 ^{***}			
	PUB3	0.72 ^{***}			
心理弹性	MR1	0.77 ^{***}	0.88	0.89	0.61
	MR2	0.85 ^{***}			
	MR3	0.74 ^{***}			
	MR4	0.77 ^{***}			
	MR5	0.76 ^{***}			

***表示 $p < 0.001$

表 4 潜变量的均值、标准差、相关系数矩阵和 AVE 的平方根

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9
系统功能过载	3.60	0.90	0.78								
信息过载	3.71	0.88	0.53 ^{**}	0.77							
社交过载	3.28	0.93	0.22 ^{**}	0.35 ^{**}	0.79						
平行社会比较	3.44	0.82	0.24 ^{**}	0.29 ^{**}	0.44 ^{**}	0.92					
上行社会比较	3.48	0.86	0.23 ^{**}	0.23 ^{**}	0.36 ^{**}	0.61 ^{**}	0.85				
下行社会比较	2.73	1.00	0.06	0.12 ^{**}	0.29 ^{**}	0.27 ^{**}	0.26 ^{**}	0.78			
社交媒体倦怠	3.37	0.88	0.29 ^{**}	0.38 ^{**}	0.40 ^{**}	0.35 ^{**}	0.40 ^{**}	0.26 ^{**}	0.81		
消极使用行为	3.11	0.86	0.20 ^{**}	0.27 ^{**}	0.29 ^{**}	0.22 ^{**}	0.28 ^{**}	0.33 ^{**}	0.44 ^{**}	0.78	
心理弹性	3.63	0.68	0.12 ^{**}	0.16 ^{**}	0.18 ^{**}	0.20 ^{**}	0.23 ^{**}	0.11 ^{**}	0.24 ^{**}	0.21 ^{**}	0.79

**表示 $p < 0.01$

注：对角线加粗数字为相应构念 AVE 值的平方根，非对角线数字为构念之间的相关系数

5 数据分析结果

5.1 假设检验

本研究通过 AMOS 22.0 建立结构方程模型，其中并未纳入心理弹性这一调节变量，而是直接检验

信息技术过载、社会比较对社交媒体倦怠的影响，以及社交媒体倦怠对消极使用行为的影响。运算结果见表 5，整体结构模型的拟合效果良好。

表 5 结构模型拟合度指标

拟合优度指标	结构模型	理想值
CMIN/DF	1.690	<3.000
CFI	0.970	>0.900
TLI	0.960	>0.900
RMSEA	0.045	<0.080
Standardized RMR	0.044	<0.080
GFI	0.900	>0.900
AGFI	0.820	>0.800
潜变量数	8	
总题项数	28	

如图 2 所示，H_{1a} 系统功能过载对社交媒体倦怠的路径不显著，后续中介效应及调节效应无法被检验，H_{1a}、H_{4a} 及 H_{6a} 不成立。信息过载 ($\beta=0.28, p<0.05$) 和社交过载 ($\beta=0.35, p<0.001$) 均正向影响社交媒体倦怠，H_{1b} 和 H_{1c} 成立。上行社会比较 ($\beta=0.61, p<0.001$)、平行社会比较 ($\beta=-0.41, p<0.01$) 和下行社会比较 ($\beta=0.13, p<0.05$) 均显著影响社交媒体倦怠，H_{2a}、H_{2b} 和 H_{2c} 成立。社交媒体倦怠对消极使用行为有显著正向影响 ($\beta=0.65, p<0.001$)，H₃ 成立。至此，模型解释了社交媒体倦怠 61% 的变异量、消极使用行为 46% 的变异量，说明模型具有很好的预测效果。

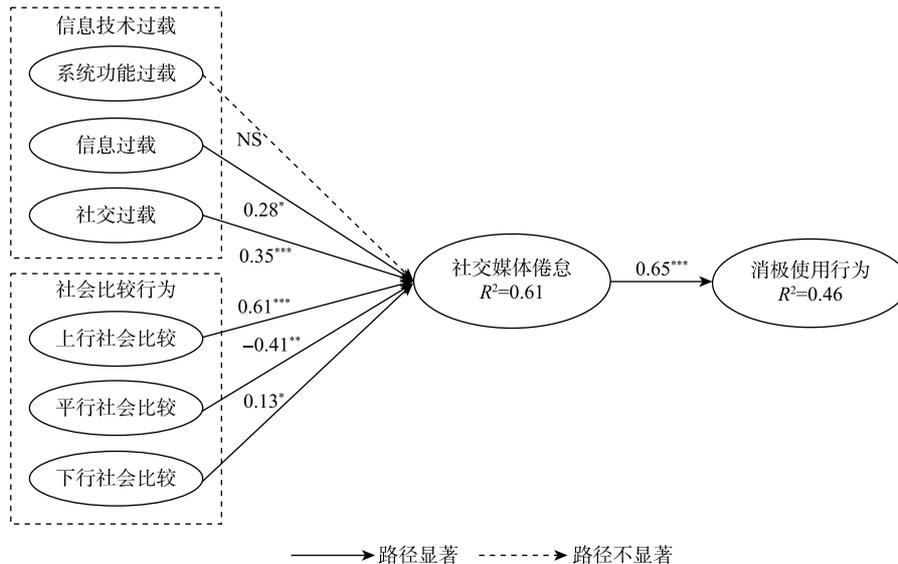


图 2 结构模型路径系数估计结果

***代表 $p<0.001$; **代表 $p<0.01$; *代表 $p<0.05$

5.2 中介效应检验

根据 Bootstrap 中介效应检验法，选择 SPSS 中回归分析的 PROCESS，采用重复随机抽样，选取 2 000 个 Bootstrap 样本，设定置信区间为 95%，加入中介变量后，分析结果见表 6。“信息过载→社交媒体倦怠→消极使用行为”的中介路径显著 (BootLLCI=0.13, BootULCI=0.31, 在 95% 置信区间不包括零)；“社交过载→社交媒体倦怠→消极使用行为”的中介路径显著 (BootLLCI=0.15, BootULCI=0.31, 在 95%

置信区间不包括零);“上行社会比较→社交媒体倦怠→消极使用行为”的中介路径显著(BootLLCI=0.17, BootULCI=0.34, 在95%置信区间不包括零);“平行社会比较→社交媒体倦怠→消极使用行为”的中介路径显著(BootLLCI=0.20, BootULCI=0.36, 在95%置信区间不包括零),且平行社会比较对消极使用行为的直接影响不显著(LLCI=-0.03, ULCI=0.19);“下行社会比较→社交媒体倦怠→消极使用行为”的中介路径显著(BootLLCI=0.08, BootULCI=0.21, 在95%置信区间不包括零)。

表6 社交媒体倦怠在信息技术过载/社会比较与消极使用行为之间的中介效应分析

关系路径	总效应	直接效应 (加入中介变量后)	置信区间		间接效应 (中介变量的影响)	置信区间	
			下限	上限		下限	上限
信息过载→社交媒体倦怠→消极使用行为	0.36	0.15	0.05	0.24	0.22	0.13	0.31
社交过载→社交媒体倦怠→消极使用行为	0.39	0.17	0.07	0.27	0.22	0.15	0.31
上行社会比较→社交媒体倦怠→消极使用行为	0.41	0.16	0.05	0.27	0.25	0.17	0.34
平行社会比较→社交媒体倦怠→消极使用行为	0.35	0.08	-0.03	0.19	0.27	0.20	0.36
下行社会比较→社交媒体倦怠→消极使用行为	0.42	0.28	0.21	0.36	0.14	0.08	0.21

综上,社交媒体倦怠分别是信息/社交过载、上行/平行/下行社会比较和消极使用行为的中介变量, H_{4b} 、 H_{4c} 及 H_{5a} ~ H_{5c} 均成立。其中,社交媒体倦怠在平行社会比较和消极使用行为之间起完全中介作用,在信息/社交过载、上行/下行社会比较和消极使用行为之间起部分中介作用。

5.3 调节效应检验

为避免产生多重共线性,去中心化处理自变量及调节变量。结果表明,信息过载×心理弹性($\beta=0.06$, $t=1.21$, $p>0.05$)及下行社会比较×心理弹性($\beta=0.09$, $t=1.76$, $p>0.05$)的检验不显著, H_{6b} 和 H_{7c} 不成立。心理弹性分别正向调节社交过载($\beta=0.16$, $t=3.55$, $p<0.001$)、上行社会比较($\beta=0.11$, $t=2.50$, $p<0.05$)、平行社会比较($\beta=0.18$, $t=3.48$, $p<0.001$)与社交媒体倦怠之间的关系。 H_{6c} 、 H_{7a} 及 H_{7b} 的结果虽与原先设想不一致,但仍说明心理弹性对社交过载、上行社会比较、平行社会比较与社交媒体倦怠之间的关系具有显著调节作用。与低心理弹性水平相比,当心理弹性水平较高时,社交过载、上行社会比较、平行社会比较与社交媒体倦怠之间的正向关联性均更强(图3~图5)。

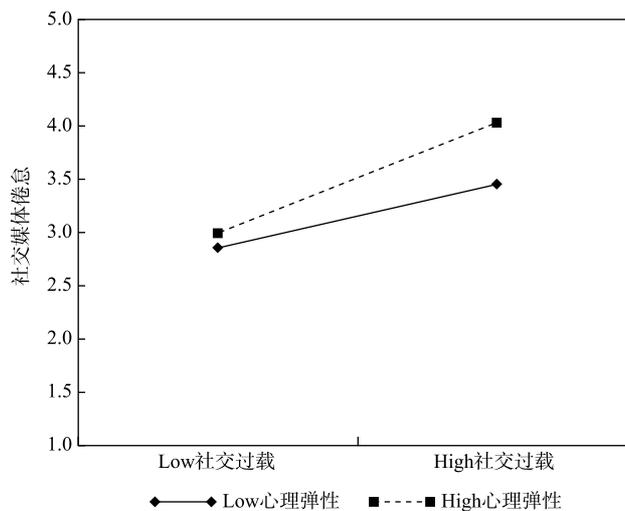


图3 心理弹性对社交过载和社交媒体倦怠的调节

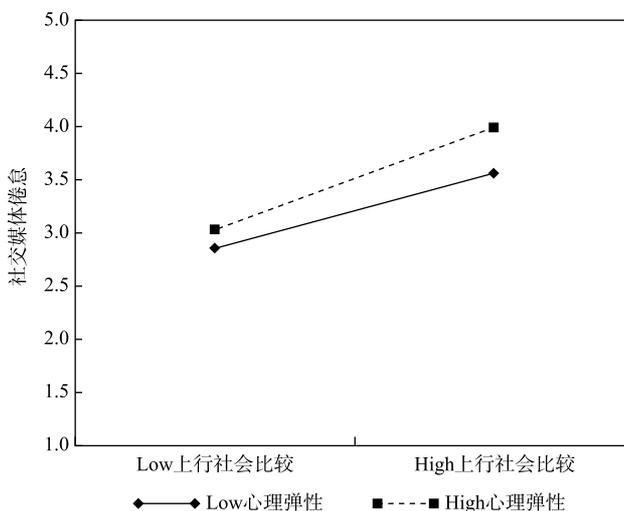


图 4 心理弹性对上行社会比较和社交媒体倦怠的调节

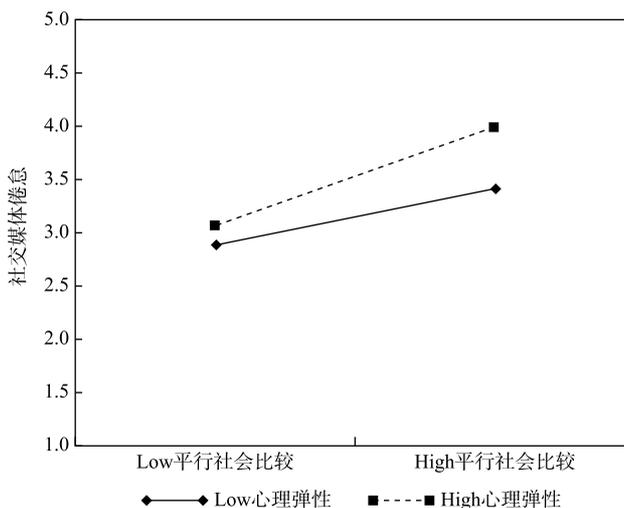


图 5 心理弹性对平行社会比较和社交媒体倦怠的调节

6 研究结论与未来展望

6.1 结论

本文探讨了社交媒体用户消极使用行为的影响因素及其作用机制，实证检验了前文提出的 19 个假设（表 7）。下文将详细分析研究结果。

表 7 假设检验结果

假设	内容	结果
H _{1a}	系统功能过载正向影响社交媒体倦怠	不支持
H _{1b}	信息过载正向影响社交媒体倦怠	支持
H _{1c}	社交过载正向影响社交媒体倦怠	支持
H _{2a}	上行社会比较正向影响社交媒体倦怠	支持

续表

假设	内容	结果
H _{2b}	平行社会比较负向影响社交媒体倦怠	支持
H _{2c}	下行社会比较正向影响社交媒体倦怠	支持
H ₃	社交媒体倦怠正向影响消极使用行为	支持
H _{4a}	社交媒体倦怠是系统功能过载对消极使用行为影响的中介变量	不支持
H _{4b}	社交媒体倦怠是信息过载对消极使用行为影响的中介变量	支持
H _{4c}	社交媒体倦怠是社交过载对消极使用行为影响的中介变量	支持
H _{5a}	社交媒体倦怠是上行社会比较对消极使用行为影响的中介变量	支持
H _{5b}	社交媒体倦怠是平行社会比较对消极使用行为影响的中介变量	支持
H _{5c}	社交媒体倦怠是下行社会比较对消极使用行为影响的中介变量	支持
H _{6a}	心理弹性负向调节系统功能过载与社交媒体倦怠之间的关系	不支持
H _{6b}	心理弹性负向调节信息过载与社交媒体倦怠之间的关系	不支持
H _{6c}	心理弹性负向调节社交过载与社交媒体倦怠之间的关系	正向调节
H _{7a}	心理弹性负向调节上行社会比较与社交媒体倦怠之间的关系	正向调节
H _{7b}	心理弹性负向调节平行社会比较与社交媒体倦怠之间的关系	正向调节
H _{7c}	心理弹性负向调节下行社会比较与社交媒体倦怠之间的关系	不支持

(1) 用户的社交媒体倦怠存在两种不同的驱动机制。以信息技术过载为主的技术压力源与以社会比较为主的用户认知压力源共同影响社交媒体倦怠。区别于已有研究^[9, 15], 系统功能过载并未显著正向影响社交媒体倦怠。究其原因, 一方面, 社交平台运营商对应用程序的更新给予了用户充分的选择权, 并说明了应用更新前后在功能内容、使用操作上的差异, 用户可根据其使用习惯来决定是否升级软件, 如微信用户可自主管理“发现页”中视频号、看一看及直播等新增功能。另一方面, 根据使用与满足理论, 社交媒体用户基于个性化的动机选择、接触并参与媒介活动, 以满足自身特定的需求, 且社交网络使用场景、用户偏好等也会影响用户的个性化使用。考虑本研究 60% 的样本年龄在 18~25 岁, 其“个性化”特征鲜明, 面对自身不喜欢(或较少兴趣)的程序功能, 会采用“忽略”甚至“屏蔽”等“一刀切”的退出方式来维持现状。

(2) 社交媒体倦怠在压力源与消极使用行为之间的中介效应。社交媒体倦怠在平行社会比较和消极使用行为之间起完全中介作用, 可能的原因在于, 当用户与自身相似之人在社交网络中形成信息共享、合作互助的双赢状态时, 消极使用行为不易被直接激发。一旦发现对方即将赶超自己, 便会诱发懊悔、害怕、不安等倦怠情绪, 进而产生“不看对方朋友圈”“取消关注对方”等消极使用行为。

社交媒体倦怠在信息/社交过载、上行/下行社会比较和消极使用行为之间起部分中介作用。这说明, 互联网时代随处可见的“标题党”现象、花式“鸡汤文”等会增加用户信息过滤的负担, 用户还饱受来自好友砍价、投票等“绑架式社交”的困扰, 并不时落入社交平台“晒幸福”“曝成就”及“卖惨”等社会比较的“陷阱”, 这些不但会诱发用户的倦怠情绪, 甚至可能直接导致其暂时离开或停止使用社交媒体。

(3) 心理弹性是压力源与社交媒体倦怠之间的调节变量。令人意外的是, 个体在心理弹性的差异分别正向调节社交过载、上行/平行社会比较与社交媒体倦怠之间的关系, 这与理论假设不相符。分析其潜在原因, 在充满技术过载、社会比较的社交媒体情境下, 低心理弹性者将比高心理弹性者更易察觉到焦虑、无助、不安等倦怠情绪, 他们往往通过探索式途径(heuristic approach)来规避压力, 将有限的时间精力集中在相对重要的社交活动中; 高心理弹性者则倾向于直面压力环境, 当压力强度增加时, 高心理弹性者会因需适应多方压力而感到更多的社交媒体倦怠, 造成“能者多劳”的结果。

心理弹性并未在信息过载与社交媒体倦怠之间起调节作用。究其原因，社会交换理论表明，个体基于互惠原则参与人际互动以实现资源交换，而依赖理论指出个体当前的行为决策与过去的偏好相关。本研究中接近 95% 的样本社交媒体使用年限大于 3 年，面对信息过载引发的社交媒体倦怠，用户能根据过往经验、个人偏好等分辨有益的信息内容，以缓解信息过载造成的成本收益失衡。例如，微信团队推出的朋友圈“三天可见”、私密照片仅自己能见等功能，赋予用户信息决策权，解决部分社交平台的隐私及信息过载问题。

心理弹性在下行社会比较与社交媒体倦怠之间的调节效应不显著，理论假设未得到支持，但与 Gibbons 和 Gerrard 的研究部分相符^[40]。可能的原因在于，自我肯定理论指出，个体与能力更差、社会地位更劣势的他人比较能增强自我满意度，激励高心理弹性者付出更多努力去维持或超越现有的优势水平，并提高低心理弹性者的自尊水平和积极情绪，整体展现用户的自我增强（self-enhancement）动机。

综上，本文综合考虑了不同压力源对社交媒体倦怠的影响，并进一步证实了社交媒体倦怠会导致消极使用行为的产生。相比已有研究^[6, 12]，本研究发现系统功能过载并未显著影响社交媒体倦怠，且压力源对社交媒体倦怠的影响会受个体特质——心理弹性的调节。

6.2 理论意义

基于技术和用户角度，本文借助“压力源—应变—结果”框架及社会比较理论，探讨了社交媒体用户消极使用行为的影响机制，丰富了信息系统采纳后消极使用相关领域的研究。已有消极使用行为的文献关注其基本表征、类型划分及情绪诱因等，且大多是以扎根研究为主的综述文章。本研究聚焦于影响消极使用行为的前置因素，综合考虑信息技术过载、社会比较为什么及如何对消极使用行为产生影响，更好地解释了社交媒体的双刃剑效应。

引入“心理弹性”概念，实证检验了心理弹性在压力源与压力应变之间的调节作用，打开了以技术及用户为核心的压力源到社交媒体倦怠的黑箱，证明了高/低心理弹性者对信息技术过载、社会比较的应激反应及行为表现不同，进一步拓展并丰富了心理弹性的研究情境，为未来研究提供新思路。

6.3 管理启示

对社交媒体运营商而言，应精准定位用户偏好，优化产品系统。例如，微信用户受公众号、视频号等同质化且不相关信息的困扰，导致产生取消关注、已读不回等消极使用行为。因此，企业应增强社交媒体的内容识别、智能筛选及信息过滤等功能，为用户推送个性化的定制内容，提升社交媒体产品的日活、月活等关键指标。企业还可考虑优化好友申请、用户分组及动态分享的时间范围等，如微信朋友圈除“三天可见”“半年可见”等功能之外增加“指定日期可见”的系统设置，满足用户个性化的分享需求。同时，严格审核外来链接，加强对广告营销行为的管控与拦截。

对社交媒体用户而言，应培养合理使用社交媒体的习惯。用户应理性分辨社交媒体推送的信息内容及朋友分享的个人动态等，合理设置不同 APP 的使用时长，尽量避免非必要的外来信息干扰，减少自身与其他用户之间不合理的社会比较行为，进而减轻社交媒体带来的焦虑、沮丧等消极情绪。特别是，多重压力交互情境下的高心理弹性者可考虑屏蔽无效信息源，取消关注非必要的朋友，减少无意义的社交活动，延迟时间或集中时段回复消息，将注意力集中在最重要的任务处理上。例如，微信新增“我的状态”功能，方便用户展示当前的心情、在线与否及某时间段正在做什么等。

6.4 研究局限与未来展望

本研究有一定的局限性。首先，采用横截面数据，未考虑时间因素等变化，未来可通过纵向动态追

踪调查,挖掘用户消极使用行为的变化规律。其次,调查问卷源自国外成熟量表,但国内外用户社交媒体使用现状存在差异,之后可开发符合本土情境的量表。最后,在研究内容上还可考虑用户的印象管理、强迫性使用等对消极使用行为的影响。

参 考 文 献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第46次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/29/content_5548176.htm, 2020-09-29.
- [2] 王松,王瑜,李芳. 匹配视角下社会化商务用户消极使用行为形成机理研究——基于认知失调的中介[J]. 软科学, 2020, 34(10): 133-139.
- [3] 刘鲁川,张冰倩,李旭. 社交媒体用户焦虑和潜水行为成因及与信息隐私关注的关系[J]. 情报资料工作, 2018, 39(5): 72-80.
- [4] 宫秀双,张红红. “别人家的孩子” vs.平庸的自己: 社会比较对独特性寻求行为的影响[J]. 心理学报, 2020, 52(5): 645-658.
- [5] 王文琛,张补宏. 社交媒体用户倦怠与消极使用行为研究综述[J]. 情报探索, 2020, (3): 103-110.
- [6] 万君,王慧. 社交媒体用户倦怠及消极使用行为研究[J]. 情报探索, 2019, (5): 1-8.
- [7] Sajad S, Hossein S S, Khazeni R M. How social influence and personality affect users' social network fatigue and discontinuance behavior[J]. Aslib Proceedings, 2018, 70(4): 344-366.
- [8] 刘鲁川,李旭,张冰倩. 社交媒体用户的负面情绪与消极使用行为研究评述[J]. 情报杂志, 2018, 37(1): 105-113, 121.
- [9] Zhang S, Zhao L, Lu Y, et al. Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behavior in social network services[J]. Information & Management, 2016, 53(7): 904-914.
- [10] Yamakami T. Towards understanding SNS fatigue: exploration of social experience in the virtual world[C]. The 7th International Conference on Computing and Convergence Technology. IEEE Press, 2012: 203-207.
- [11] Bright L F, Kleiser S B, Grau S L. Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue[J]. Computers in Human Behavior, 2015, 44: 148-155.
- [12] 郭佳,曹芬芳. 倦怠视角下社交媒体用户不持续使用意愿研究[J]. 情报科学, 2018, 36(9): 77-81.
- [13] 刘鲁川,李旭,张冰倩. 基于扎根理论的社交媒体用户倦怠与消极使用研究[J]. 情报理论与实践, 2017, 40(12): 100-106, 51.
- [14] LaRose R, Connolly R, Lee H, et al. Connection overload? A cross cultural study of the consequences of social media connection[J]. Journal of Information Systems Management, 2014, 31(1): 59-73.
- [15] Lee A R, Son S M, Kim K K. Information and communication technology overload and social networking service fatigue: a stress perspective[J]. Computers in Human Behavior, 2016, 55(2): 51-61.
- [16] Maier C, Laumer S, Weinert C, et al. The effects of technostress and switching stress on discontinued use of social networking services: a study of Facebook use[J]. Information Systems Journal, 2015, 25(3): 275-308.
- [17] Festinger L. A theory of social comparison processes[J]. Human Relations, 1954, 7(2): 117-140.
- [18] Park S Y, Baek Y M. Two faces of social comparison on facebook: the interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being[J]. Computers in Human Behavior, 2017, 79: 83-93.
- [19] Suls J, Miller R. Social Comparison Processes: Theoretical and Empirical Perspectives[M]. Washington: Hemisphere, 1977.
- [20] Suls J, Martin R, Wheeler L. Three kinds of opinion comparison: the triadic model [J]. Personality and Social Psychology Review, 2000, 4(3): 219-237.
- [21] Steers M-L N, Wickham R E, Acitelli L K. Seeing everyone else's highlight reels: how facebook usage is linked to depressive

- symptoms[J]. *Journal of Social & Clinical Psychology*, 2014, 33 (8): 701-731.
- [22] Gibbons F X. Social comparison and depression: company's effect on misery[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1986, 51 (1): 140-148.
- [23] Buunk B P, Collins R L, Taylor S E, et al. The affective consequences of social comparison: either direction has its ups and downs[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, 59 (6): 1238-1249.
- [24] Gill W. What is resilience? A review and concept analysis[J]. *Reviews in Clinical Gerontology*, 2011, 21 (2): 152-169.
- [25] Smith B W, Dalen J, Wiggins K, et al. The brief resilience scale: assessing the ability to bounce back[J]. *International Journal of Behavioral Medicine*, 2008, 15 (3): 194-200.
- [26] Bonnano G A. Loss, trauma, and human resilience: have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events?[J]. *American Psychologist*, 2004, 59 (1): 20-28.
- [27] Koeske G F, Koeske R D. A preliminary test of a stress-strain-outcome model for reconceptualizing the burnout phenomenon[J]. *Journal of Social Service Research*, 1993, 17 (3/4): 107-135.
- [28] Ayres P. Something old, something new from cognitive load theory[J]. *Computers in Human Behavior*, 2020, 113 (4) .
- [29] Ravindran T, Kuan A, Lian D. Antecedents and effects of social network fatigue[J]. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2014, 65 (11): 2306-2320.
- [30] Cao X, Khan A N, Zaigham G H, et al. The stimulators of social media fatigue among students: role of moral disengagement[J]. *Journal of Educational Computing Research*, 2019, 57 (5): 1083-1107.
- [31] Dunbar R I M. Neocortex size as a constraint on group size in primates[J]. *Journal of Human Evolution*, 1992, 22 (6): 469-493.
- [32] 连帅磊, 孙晓军, 牛更枫, 等. 社交网站中的上行社会比较与抑郁的关系: 一个有调节的中介模型及性别差异[J]. *心理学报*, 2017, 49 (7): 941-952.
- [33] Krasnova H, Widjaja T, Buxmann P, et al. Research note—Why following friends can hurt you: an exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users[J]. *Information Systems Research*, 2015, 26 (3): 585-605.
- [34] Fox J, Vendemia M. Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites[J]. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2016, 19 (10): 593-600.
- [35] 徐曼, 吴肖, 潘婷, 等. 内容类移动社交媒体环境下用户错失焦虑影响因素研究[J]. *情报理论与实践*, 2021, 44 (4): 153-161.
- [36] Karr-Wisniewski P, Lu Y. When more is too much: operationalizing technology overload and exploring its impact on knowledge worker productivity[J]. *Computers in Human Behavior*, 2010, 26 (5): 1061-1072.
- [37] Dhir A, Kaur P, Chen S, et al. Antecedents and consequences of social media fatigue[J]. *International Journal of Information Management*, 2019, 48: 193-202.
- [38] Maier C, Laumer S, Eckhardt A, et al. Giving too much social support: social overload on social networking sites[J]. *European Journal of Information Systems*, 2015, 24 (5): 447-464.
- [39] Connor K M, Davidson J R T. Development of a new resilience scale: the connor-davidson resilience scale (CD-RISC) [J]. *Depression & Anxiety*, 2003, 18 (2): 76-82.
- [40] Gibbons F X, Gerrard M. Effects of upward and downward social comparison on mood states[J]. *Journal of Social & Clinical Psychology*, 1989, 8 (1): 14-31.

Double-edged Technology vs. Individual Differences: The Effect of Technical Characteristics and Psychological Characteristics on Social Media Users' Passive Use Behaviors

WANG Wei¹, GUO Junling¹, SU Qianqian², ZHENG Siqu³

(1. School of Management, Jinan University, Guangzhou 510632, China;

2. Shanghai Xunmeng Information Technology Co., Ltd., Shanghai 200050, China;

3. School of Business, University of Sydney, Sydney NSW 2006, Australia)

Abstract In recent years, social media users' behavior have gradually changed from active to passive. How to reduce the passive use behavior has aroused the high attention of IS scholars. Drawing on the “stressor (S) -strain (S) -outcome (O)” framework, this study proposed a research model of social media users' passive use behavior. By empirically testing data set of 335 social media users, the results found that information technology overload and social comparison were the main stressors, and influenced passive use behavior through the mediating role of social media fatigue. Mental resilience played a moderating role in the relationship between stressors and social media fatigue. This study can be applied to deeply understanding users' fatigue and helping enterprises active and retain users.

Key words information technology overload, social comparison, social media fatigue, passive use behavior, mental resilience

作者简介

王玮(1967—),女,暨南大学管理学院企业管理系教授,博士生导师,研究方向为IT与组织行为、管理信息系统与电子商务。E-mail: wangw@jnu.edu.cn。

郭俊伶(1997—),女,暨南大学管理学院企业管理专业2019级硕士研究生,研究方向为IT与组织行为、管理信息系统与数字化转型。E-mail: 971030389@qq.com。

苏倩倩(1996—),女,上海寻梦信息技术有限公司产品经理,暨南大学管理学院工业工程专业2018级硕士研究生,研究方向为IT与组织行为。E-mail: 2410533443@qq.com。

郑思齐(1998—),女,悉尼大学商学院本科生,研究方向为大数据分析、金融时间序列预测。E-mail: szhe7316@uni.sydney.edu.au。