

基于强弱关系视角下的社交媒体使用与 错失焦虑：对比微信和新浪微博

赖源燊, 赵婷婷, 邱博宇

广州医科大学卫生管理学院应用心理学系, 广东 广州

收稿日期: 2024年1月18日; 录用日期: 2024年3月14日; 发布日期: 2024年3月27日

摘要

目的: 探究国内在强弱关系领域具有典型代表性的社交媒体微信和新浪微博的使用行为对大学生错失焦虑的影响。方法: 使用问卷调查法进行数据收集, 采用微信和新浪微博使用量表和错失焦虑量表对321名大学生进行调查。结果: 微信个人信息展示会对错失焦虑产生显著负向影响($\beta = -0.99, p < 0.05$), 新浪微博的社交圈子负向影响大学生的错失焦虑($\beta = -1.627, p < 0.05$)。结论: 在微信上表露越少的个人信息会引发更高的错失焦虑, 会更害怕错过好友的最新动态消息。而在新浪微博上的社交圈子越广, 好友数量越多, 互动越频繁, 其错失焦虑水平越低。

关键词

社交媒体, 错失焦虑, 微信, 新浪微博

Social Media Usage and Fear of Missing Out from the Perspective of Strong and Weak Relations: A Comparison between WeChat and Sina Weibo

Yuanshen Lai, Tingting Zhao, Boyu Qiu

Department of Applied Psychology, School of Health Management, Guangzhou Medical University, Guangzhou
Guangdong

Received: Jan. 18th, 2024; accepted: Mar. 14th, 2024; published: Mar. 27th, 2024

文章引用: 赖源燊, 赵婷婷, 邱博宇(2024). 基于强弱关系视角下的社交媒体使用与错失焦虑: 对比微信和新浪微博. 心理学进展, 14(3), 303-315. DOI: 10.12677/ap.2024.143162

Abstract

Aim: This paper explores the influence of WeChat and Sina Weibo, which are typical social media in the field of strong and weak relationship in China, on college students' FOMO. **Methods:** Data were collected by questionnaire, and 321 college students were investigated by using the WeChat and Sina Weibo Usage Scale and the Miss Anxiety Scale. **Results:** WeChat personal information display had a significant negative impact on miss anxiety ($\beta = -0.99, p < 0.05$), while Sina Weibo social circle had a negative impact on college students' miss anxiety ($\beta = -1.627, p < 0.05$). **Conclusion:** The less personal information disclosed on WeChat, the higher FOMO on friends' latest news. The wider the social circle of college students on Sina Weibo is, the more friends they have and the more frequent they interact with each other, the lower their FOMO is.

Keywords

Social Media, FOMO, WeChat, Sina Weibo

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

根据《中国互联网络发展状况统计报告》的第 50 次发布,截至 2022 年 6 月,中国网民数量达到了 10.51 亿,互联网普及率达到了 74.4% (中国互联网络信息中心, 2022)。大学生是我国互联网使用的主力军,研究发现约 71.3% 的大学生每天使用社交媒体超过 5 次,约 44.7% 的大学生每天使用社交媒体超过 4 小时。随着互联网技术的快速发展和智能手机的普及,社交媒体已成为大学生日常生活中不可或缺的平台,并改变了他们的社交方式(夏魏等, 2022)。

相较于线下社交,线上社交具有匿名性、非同步性和便捷性,这些特点可以降低人们的社交焦虑水平。根据社会补偿理论观点,那些因为害怕线下社交可能带来的负面情绪而回避的高社交焦虑者,最终会倾向于通过社交媒体来寻求补偿(Grieve et al., 2017)。但有研究发现,大学生在使用微信进行社交时会有不同程度的焦虑体验。

社交媒体(Social Networking Sites, SNS)是指一个专门与他人建立关系的网络通信平台,主要目的是帮助人们更好地在线交流、发表动态、浏览他人消息等,从而满足一系列个人需求(姚琦等, 2014)。比如,QQ 空间,微博,微信,这些都是中国高校学生最常用的社交媒体。有研究者发现,人们在这些社交网站使用上明显存在着两种不同的方式,即主动地和被动地。主动性社交网站使用(Active Social Networking Use, ASNU)是用户对社会网络上的动态更新和对第三方评论的回应等;被动性社交网站使用(Passive Social Networking Use, PSNU)则是指个体对社会网络中的各种资讯进行一种单向的阅读和互动(Frison & Eggermont, 2015)。随着手机社交媒体的发展,人们在任何时间、任何地点都可以利用社交媒体,这提高了人们过度使用社交媒体的可能,造成人们在社交上浪费过多的时间,从而让他们在社交时出现孤独、焦虑等负面的情感,并对他们的实际生活造成负面的影响(Jeong et al., 2016)。

错失焦虑(Fear of Missing Out, FOMO)被认为是个体的社会交往需求未被满足而引发的负面情绪,与一系列负面生活经历和感受有关(Gupta & Sharma, 2021),是指个体因担心错过他人有益经历而产生的一

种弥漫性焦虑情绪，其典型表现为频繁检查社交媒体更新和持续浏览社交网站信息，担心错过他人最新动态，渴望与他人保持联系等(Przybylski et al., 2013)。近年来，许多研究者发现，错失焦虑与问题性社交媒体使用及网络成瘾，手机成瘾关系密切(李琦, 2019; 赵竹君, 蔡涛, 2020)。错失焦虑高的个体更容易长时间使用社交媒体，并由此带来诸多心理困扰和生理不适，造成肥胖、视力问题和注意力不集中等一系列问题(柴唤友等, 2018)。

媒体丰富性理论认为不同类型的社交媒体会对个体使用产生不同的影响(Daft & Lengel, 1986)。例如，Instagram 以图像为主，会让人更担心错失新奇体验，而 Twitter 以文字为主，更可能导致错失焦虑(de Lenne et al., 2020; Rozgonjuk et al., 2020)。不同类型的社交媒体对个体幸福感和心理健康的影响也不同，Instagram 使用与错失焦虑的相关要高于 Facebook，而 Facebook 具有封闭性，与错失焦虑的相关无显著差异(张亚利等, 2021)。

自我决定理论(self-determination theory)该理论试图解释人格是如何形成的，以及影响人格形成的心理需求(Ryan & Deci, 2000)。自我决定理论认为为了促进心理健康，必须满足的三种基本心理需求：能力需求(即感到有效、熟练和能够面对生活挑战)、自主需求(即感觉自己导致、认同和认可自己的行为)和社交(即感觉亲近他人并被他人接受并获得社会接受)的需求。当个体和他人产生联系时，内在的基本心理需要就能得到满足。在自我决定理论中，社会交往可以影响基本心理需要中的相关性，而这种基本心理需要的满足反过来又可以促进心理健康。Przybylski 等人(2013)将自我决定理论应用于错失焦虑，认为错失焦虑是一种因对社交联系的需要，也就是关联性没有被实现而引起的一种负面的情绪状态，它可能会影响个体的行为和决策。

国外对于以 Facebook 为主要代表的社交媒体与错失焦虑之间的关系，已经开展相当丰富和深入的相关研究。研究结果发现，错失焦虑是一个消极的伴随效应，会导致负面情绪和非适应性社交媒体使用行为(Oberst et al., 2017)，如低头症等(程淑华等, 2022)。在一些研究中，错失焦虑被发现可以预测用户的问题性使用行为和社交媒体使用强度，并且可以预测青少年社交媒体的使用强度(Franchina et al., 2018)。国内研究发现，社交网站成瘾与社交网站使用者的错失焦虑存在关联，错失焦虑在这两者之间起到部分中介作用(张永欣等, 2019)。同时错失焦虑还可以正向预测社交网络成瘾，高水平的错失焦虑会增加个体使用手机和社交媒体的频率，是网络成瘾的潜在危险因素(马建苓, 刘畅, 2019)。社交网络使用行为与大学生的错失焦虑也存在显著的正相关关系(王洪阳, 王灿, 2021)。

国内研究注重于主流社交媒体微信的使用与错失焦虑的关系，杨丽娟通过实证研究的结果表明错失焦虑正向预测大学生的微信过度使用行为，且会对大学生的生活满意度造成负面影响(杨丽娟, 2020)。郭甜构建了错失焦虑现象下大学生微信信息使用行为的模型，在其研究中可以看到，大学生群体会花费大量时间在微信上，微信使用频率较高，而在频繁使用微信的同时，大学生也通过其获取大量的错失焦虑信息。也就是说，大学生每日花费在微信使用上的时间大部分都会用于接收错失焦虑信息(郭甜, 2020)。

错失恐惧是数字时代的一种新的精神疾病，对个体的社交网络使用行为具有重要影响。一方面，处于错失恐惧的个体会出现较多如压力、焦虑、抑郁、学术动力下降等心理问题，甚至出现睡眠障碍、问题性社交媒体使用和“低头症”等行为。另一方面，错失恐惧也调节了社会需求和移动社交媒体使用之间的关系。社交网站被认为是寻求和维持社会联系的重要渠道，是大学生社会支持的主要来源(王妞妞等, 2023)。

格兰·诺维特于 1973 年将人际关系网络分为强关系与弱关系，并指出不同强度的关系可以满足人的不同需求。建立、维护和发展关系是人的基本心理需求。社交平台搭建的社交网络有助于个体在短时间内提高人际交往地位，建立有效的社会关系是人的重要人际需求。社交媒体的发展使个体可以自主构建

关系, 根据需要对关系的价值构建多重圈子。关系的强弱程度取决于个人在虚拟空间中与他人的互动状态。人们在构建自己的关系圈子和选择与谁保持关系方面, 考虑因素与社会资本相关。社会资本是行动者在行动中获取和使用的嵌入在社会网络中的资源, 个人的多重互动都需要依托于个人的社会网络。无论在何种媒体中, 人们都希望减少不确定性并与其他人建立密切关系, 这是人的本能动机。错失恐惧与无法忍受不确定性呈显著正相关。

社交媒体的流动性关系和即时性互动的要求加剧了人内心的不确定感。建立多重关系会使个体面临更多人际压力, 这可能反向诱发人们的错失恐惧(张雅明等, 2023)。

本研究基于格兰·诺维特的强弱关系理论(Granovetter, 1973)的四个指标来衡量社交媒体的强弱关系, 从而选择与 Instagram 和 Snapchat 属性相同的微信和新浪微博作为研究对象, 探讨了它们与错失焦虑之间的关系。其中“认识时间的长短”“互动的频率”“亲密性”和“互惠性”在微信和新浪微博中的表现不同, 微信在这四个方面指数总体偏高, 为强关系社交媒体, 与此相反微博则偏低, 为弱关系媒体。李聪的问卷研究也指出微信朋友圈更偏向于强关系社交圈子, 而新浪微博则更偏向于弱关系网络(李聪, 2020)。微信朋友圈以情感维系关系, 好友间关系密切, 但也存在保守性; 新浪微博则是以弱关系为主, 强关系为辅的社交圈子, 高度虚拟化, 情感联系薄弱(Granovetter, 1973)。肖斌的研究也发现微信朋友圈是以强关系社交网络为基础的社交圈子, 是线下真实人际交往活动的扩展(肖斌, 2015)。宋安奇对微信和新浪微博的社交功能进行对比分析, 指出新浪微博用户具有很大的个体差异性, 用户流动性强, 人际关系不紧密, 具有高度的虚拟性(宋安奇, 2020)。

微信和新浪微博是我国使用最为广泛的两大社交媒体巨头, 用户在使用过程中的心理发展变化一直是学术界的研究热点。已有研究从大五人格、孤独感和错失焦虑三个方面考察了对基于强关系下熟人社交的微信朋友圈使用的影响, 发现错失焦虑与微信朋友圈的使用强度呈现正相关(陈婉姬, 李莹, 2019)。此外, 多元回归结果还显示, 错失焦虑感与微信朋友圈使用强度、自我表露以及社交互动呈现显著正相关。本研究在参考国内研究者唐嘉仪的研究后, 从使用功能和属性两方面, 将微信和新浪微博的使用行为划分为四个维度: 使用强度、使用效果、自我表露和社交互动。使用强度指个体的微信和新浪微博使用频率; 使用效果包括在微信和新浪微博上的原有人际关系变化和新的人际网络建立; 自我表露指个体通过微信和微博主动真实地表露个人信息; 社交互动指个体利用微信和微博与好友进行网络社交(唐嘉仪, 2014)。

研究发现, 频繁登陆互联网和不可自控地刷新手机信息, 害怕错过重要的消息或他人新奇经历而产生的焦虑, 会极大地影响人们工作生活的节奏和效率, 对个体的身体和精神造成负面影响(柴唤友等, 2018)。国外研究者们对于不同类型的主流社交媒体如 Facebook、Instagram 和 Snapchat 等与错失焦虑之间的关系进行了广泛研究, 但是国内研究尚处于起步阶段(Rozgonjuk et al., 2020)。本研究以期为大学生的提供有益的参考信息, 以帮助他们更好地使用社交媒体, 形成正确的网络社交认知和信息工具意识。研究结果将有助于更好地引导大学生健康使用互联网, 构建和谐人际关系, 为相关教育和心理咨询工作提供参考。同时, 也可以为社交媒体开发更适合大学生群体的社交功能提供参考信息, 从而能在未来为大学生群体开发更多的社交功能, 满足其在网络使用过程中的精神需求。

本研究提出三大研究问题, 并提出如下假设:

H1: 社交媒体使用程度与大学生的错失焦虑水平存在正相关的关系, 社交媒体使用强度越高, 社交媒体使用效果越明显, 社交网络交际圈越大, 社交网络自我暴露程度越大, 则大学生的错失焦虑水平越高。

H2: 社交媒体的使用与大学生的错失信息焦虑、错失情境焦虑都存在相关关系, 但相关程度不同。

H3: 微信使用强度、使用效果和社交圈子对大学生错失焦虑水平影响力更显著, 而新浪微博的网络自我展露程度则更明显地影响大学生的错失焦虑水平。

2. 研究方法

2.1. 研究被试

研究者采取滚雪球抽样方法,通过微信和新浪微博发放问卷,调查研究对象为在读大学生,其中大部分数据来源于广东省(广州市、深圳市、东莞市、汕头市、揭阳市),共收到 377 份(100%)问卷,研究者对问卷进行筛选,凡是出现漏填以及在多个题项出现同一选择等情况则为无效问卷,最后有效问卷 321 份(85.15%),人口统计学变量包括性别,年龄,专业,生源地。

2.2. 方法

2.2.1. 微信/新浪微博社交媒体使用方式量表

在参考国内研究者唐嘉仪的研究后(唐嘉仪, 2014),结合本研究的重点进行问卷改编和设计,制定“社交媒体使用方式”的测量量表,共有 22 题,第 7 至 17 题为微信使用量表,第 18 至 28 题为新浪微博使用量表。唐嘉仪针对 QQ 空间及新浪微博使用对大学生的影响进行对比研究,通过问卷调查获取数据,问卷 Cronbach's α 信度为.818,问卷设计对于本次研究具有相当的参考价值和借鉴意义(唐嘉仪, 2014)。

“社交媒体使用方式”在本研究中可以划分为四个维度:“使用强度”(包括使用时间和使用频率)、“使用效果”(社交媒体的使用是否会改变实际交往)、“社交圈子”(社交媒体中的好友数量及与好友互动情况)、“个人信息自我展示”(社交媒体上发布的照片、状态、头像)。具体量表结构见表 1:

Table 1. Structure of WeChat/Sina Weibo usage scale

表 1. 微信/新浪微博使用方式量表结构

调查项目	题项
微信/新浪微博使用强度	7、8、9、18、19、20
微信/新浪微博社交圈子	10、11、21、22
微信/新浪微博使用效果	12、13、23、24
微信/新浪微博个人信息展示	14、15、16、17、25、26、27、28

2.2.2. 错失焦虑量表

采用修订后的错失焦虑量表收集被试的错失焦虑信息(李琦等, 2019)。该量表由 Przybylski 等研究者(2013)编制,是最早进行错失焦虑测量的量表,李琦等人对该量表进行了翻译修订,并在大学生群体中进行实际验证,进行数据分析后,删掉两个不满足测量的题项,得到适合于中国文化背景下进行测量的问卷,该量表的信度和效度较高,是目前使用频率最高的测量错失焦虑的量表。该量表有 8 道题目,采用 5 点评分,其中 1~4 题为错失信息量表,5~8 题为错失情境量表。Cronbach's α 信度检验本次研究所使用的量表,得出检验结果见表 2:

Table 2. Reliability test results of various scales

表 2. 各量表信度检验结果

量表	Cronbach's α	项数
社交媒体使用	0.86	22
错失焦虑	0.78	8
错失信息焦虑	0.81	4
错失情境焦虑	0.72	4

从上表可以看出, 问卷中所用量表最低信度达到 0.72 (>0.7), 因此说明本研究中所设计的调查问卷具有较为良好的问卷结构, 数据可信度较高。

2.3. 统计处理

本研究采用 SPSS22.0 数据分析软件对数据进行描述性统计和相关性分析, 再进行回归分析, 探究微信和新浪微博两个强弱关系网络的典型社交媒体代表对大学生的错失焦虑水平的影响。

3. 结果

3.1. 人口学变量频率分析

下表 3 是本次问卷调查中有效的 321 份问卷中人口学变量描述的基本统计情况:

Table 3. Demographic variable description statistics

表 3. 人口学变量描述统计

变量	选项	频率	百分比
性别	男	79	24.60%
	女	242	75.40%
年级	大一	70	21.80%
	大二	82	25.50%
	大三	56	17.40%
	大四	103	32.10%
	研究生	10	3.10%
专业	文科	60	18.70%
	理科	130	40.50%
	工科	10	3.10%
	医科	106	33.00%
	体育科	2	0.60%
	农林科	1	0.30%
	其他	12	3.70%
生源地	城市	121	37.70%
	城镇	71	22.10%
	农村	129	40.20%

由上表人口学变量的数值特征可以知道本次研究对象的分布情况, 而各变量的频率分析结果也显示, 分布基本符合抽样要求。

3.2. 社交媒体的使用方式对大学生错失焦虑影响的整体分析

为考察大学生社交媒体使用行为与错失焦虑及其各维度在人口统计学变量——性别、年级和生源地是否存在差异, 接下来将分别进行独立样本 t 检验和单因素方差分析。

通过独立样本 t 检验可以发现, 在社交媒体使用强度($t = 0.908, p > 0.05$)、使用效果($t = 0.165, p > 0.05$)、社交圈子($t = 0.114, p > 0.05$)和自我展示($t = 1.244, p > 0.05$)以及错失焦虑($t = -1.314, p > 0.05$)、错失信息焦虑($t = -0.605, p > 0.05$)和错失情境焦虑($t = -1.588, p > 0.05$)方面均不存在男女性别差异。

单因素方差分析显示, 只有社交媒体使用效果($F = 8.631, p < 0.001$)和社交圈子($F = 3.248, p < 0.05$)在年级上存在差异。根据多重比较结果可以看出, 社交媒体使用效果在年级上, 大四年级的社交媒体使用效果好于大一、大二和大三。而社交圈子在年级上, 本科生(大一、大二、大三、大四)相较于研究生, 好友数量更多, 互动更频繁。而在生源地方面, 只有社交媒体自我展示($F = 4.199, p < 0.05$)在生源地上存在差异。根据多重比较结果可以看出, 在社交媒体自我信息展示上, 生源地为城市的大学生相较城镇和农村的大学生, 更少地表露自己的信息。

3.3. 不同社交媒体与错失焦虑的影响关系

3.3.1. 微信使用与错失焦虑的相关性分析

Table 4. Correlation analysis between WeChat usage of various dimensions and loss anxiety

表 4. 微信使用各个维度与错失焦虑的相关性分析

变量	1	2	3	4	5	6	7
1 错失焦虑	1						
2 错失信息焦虑	0.825**	1					
3 错失情境焦虑	0.819**	0.352**	1				
4 微信使用强度	0.088	0.04	0.105	1			
5 微信使用效果	-0.072	0.035	-0.155**	0.164**	1		
6 微信社交圈子	-0.093	-0.008	-0.147**	-0.155**	0.011	1	
7 微信信息展示	-0.138*	-0.073	-0.155**	-0.163**	-0.082	0.204**	1

**相关性在 0.01 上显著(双尾); *相关性在 0.05 上显著(双尾)。

根据皮尔逊相关分析, 分析了微信使用情况与错失焦虑的关系, 相关分析结果如表所示, 可以看出微信使用强度、微信使用效果、微信社交圈子与错失焦虑均不存在相关, 但微信自我展示与错失焦虑显著负相关。在错失信息焦虑维度下, 微信使用四个维度与错失信息焦虑均不存在相关, 而在错失情境维度下, 错失情境焦虑水平与微信使用效果、微信社交圈子和微信自我展示均存在显著的负相关(见表 4)。

3.3.2. 新浪微博与错失焦虑的相关性分析

Table 5. Correlation analysis between various dimensions of Sina Weibo usage and loss anxiety

表 5. 新浪微博使用各个维度与错失焦虑的相关性分析

变量	1	2	3	4	5	6	7
1 错失焦虑	1						
2 错失信息焦虑	0.825**	1					
3 错失情境焦虑	0.819**	0.352**	1				
4 微博使用强度	-0.004	-0.019	0.013	1			
5 微博使用效果	-0.134*	-0.06	-0.161**	0.067	1		
6 微博社交圈子	-0.214**	-0.150**	-0.203**	0.046	0.266**	1	
7 微博信息展示	-0.120*	-0.151**	-0.044	0.083	0.208**	0.491**	1

**相关性在 0.01 上显著(双尾); *相关性在 0.05 上显著(双尾)。

根据皮尔逊相关分析, 分析了新浪微博使用情况与错失焦虑的关系, 相关分析结果如表所示, 可以看出新浪微博使用效果、新浪微博社交圈子和新浪微博信息展示与错失焦虑均存在相关, 且都是负相关,

而新浪微博使用强度则与错失焦虑相关不显著。在错失信息焦虑维度下，新浪微博的社交圈子及信息展示与错失信息焦虑显著负相关，新浪微博信息展示与错失信息焦虑更为密切。错失情境焦虑则与新浪微博使用效果、新浪微博社交圈子显著负相关。

通过以上分析结果，可以看到两类社交媒体使用方式在大学生的错失焦虑水平上均存在差异，在错失焦虑整体水平方面，二者均与错失焦虑水平存在显著的负相关关系，微信自我展示($p < 0.05$)、新浪微博使用效果($p < 0.05$)、新浪微博社交圈子($p < 0.01$)和新浪微博信息展示($p < 0.05$)与错失焦虑水平显著相关，H3不成立。另外可以看出，相较于新浪微博(-0.120)，微信自我展示(-0.138)更能预测大学生的错失焦虑水平。

在错失焦虑的两个维度上，错失信息焦虑与新浪微博的社交圈子($p < 0.01$)和信息展示($p < 0.01$)存在一定程度的负相关，而错失情境焦虑在微信使用效果($p < 0.01$)、微信社交圈子($p < 0.01$)和微信自我展示($p < 0.01$)及新浪微博使用效果($p < 0.01$)、新浪微博社交圈子($p < 0.01$)存在相关关系。但不论是使用效果还是社交圈子，新浪微博相关(-0.161, -0.203)均高于微信(-0.155, -0.151)(见表 5)。

3.3.3. 微信，新浪微博与错失焦虑的回归分析

Table 6. Regression equation coefficient table for missing anxiety in various dimensions of WeChat and Sina Weibo
表 6. 微信，新浪微博各维度与错失焦虑回归方程系数表

变量	微信错失焦虑		微博错失焦虑	
	Beta	<i>t</i>	Beta	<i>t</i>
微信使用强度	0.968	1.311	0.107	0.195
微信使用效果	-0.644	-1.669	-0.573	-1.445
微信社交圈子	-0.406	-0.98	-1.627**	-2.923
微信个人信息展示	-0.99*	-2.14	-0.091	-0.18
常数	24.667***	10.314	27.204***	13.366
<i>F</i>	2.901*		4.378**	
<i>R</i> ²	0.035		0.053	
调整 <i>R</i> ²	0.023		0.041	

*代表在 0.05 的水平上显著，**代表在 0.01 的水平上显著，***表示在 0.001 的水平上显著，下图同。

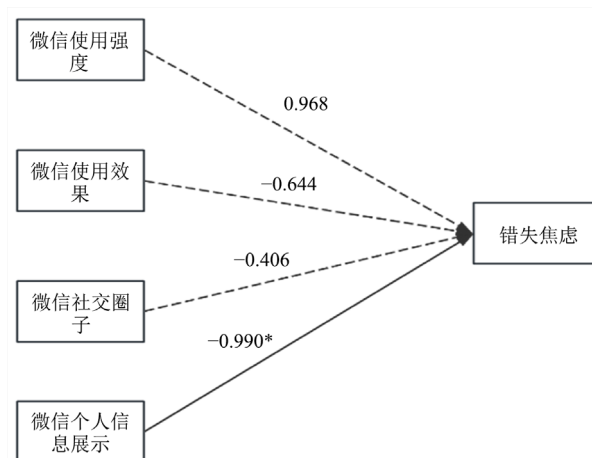


Figure 1. Regression coefficients between WeChat usage of various variables and loss anxiety

图 1. 微信使用各变量与错失焦虑的回归系数

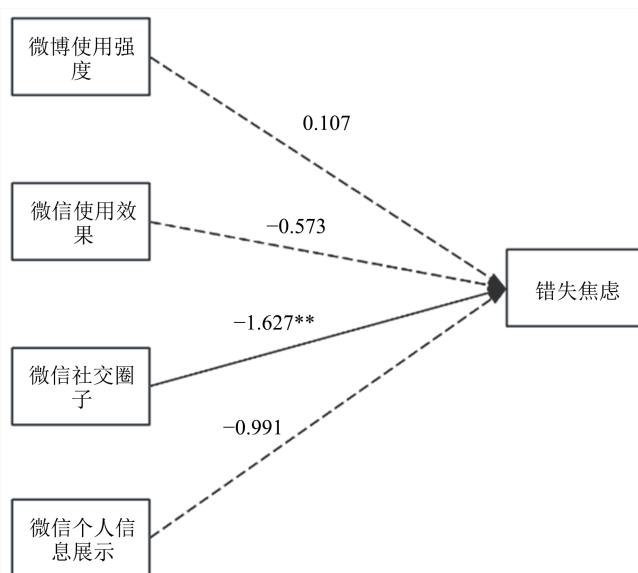


Figure 2. Regression coefficients between Sina Weibo's use of various variables and loss anxiety

图 2. 新浪微博使用各变量与错失焦虑的回归系数

以微信使用强度, 微信使用效果, 微信社交圈子, 微信个人信息展示为自变量, 错失焦虑为因变量, 从上述的线性回归分析结果可以得知, 该模型 R 平方为 0.035, 也就是说微信使用强度, 微信使用效果, 微信社交圈子, 微信个人信息展示可以解释错失焦虑的 3.5% 变化原因。进行 F 检验后, 可以发现模型通过 F 检验 ($F = 2.901, p < 0.05$), 也就可以说明微信使用强度, 微信使用效果, 微信社交圈子, 微信个人信息展示四者中至少有一项会对影响错失焦虑, 另外, 模型的多重共线性检验结果中 VIF 值全部均不超过 5, 说明不存在着共线性问题; 并且 $D-W$ 值接近于 2, 因而说明模型不具有自相关性, 样本数据之间并无关联关系, 模型较好。从分析的结果可以看出, 微信个人信息展示会对错失焦虑产生显著的负向影响关系。但是微信使用强度, 微信使用效果, 微信社交圈子并不会对错失焦虑产生影响关系(见图 1)。

以微博使用强度, 微博使用效果, 微博社交圈子, 微博信息展示为自变量, 错失焦虑为因变量, 从上述的线性回归分析结果可以得知, 模型 R 平方值为 0.053, 说明微博使用强度, 微博使用效果, 微博社交圈子, 微博信息展示可以解释错失焦虑的 5.3% 变化原因。进行 F 检验后, 可以发现模型通过 F 检验 ($F = 4.378, p < 0.05$), 也就说明微博使用强度, 微博使用效果, 微博社交圈子, 微博信息展示中至少一项会对错失焦虑产生影响关系, 另外, 模型的多重共线性检验结果中 VIF 值全部均不超过 5, 说明不存在着共线性问题; 并且 $D-W$ 值接近于 2, 因而说明模型不具有自相关性, 样本数据之间并无关联关系, 模型较好。由上述最终分析可以看出: 微博社交圈子会对错失焦虑产生显著的负向影响关系。但是微博使用强度, 微博使用效果, 微博信息展示并不会对错失焦虑产生影响关系(见图 2)。

相关分析的结果表明, 不管是大学生在微信上还是在新浪微博上的使用行为都会或多或少与其错失焦虑产生负相关关系, 而为了进一步发现各个变量之间的影响关系, 对各个变量进行了多元线性回归分析。根据回归分析结果可知, 微信个人信息展示会对错失焦虑产生显著负向影响, 回归系数为 -0.99, 与相关分析结果是一致的, 即在微信上表露越少的个人信息会引发更高的错失焦虑, 会更害怕错过好友的最新动态消息。而新浪微博的社交圈子负向影响大学生的错失焦虑, 回归系数为 -1.627, 结合相关分析结果, 在控制其他变量后, 大学生在新浪微博上的社交圈子越广, 好友数量越多, 互动越频繁, 其错失焦虑水平越低(见表 6)。

4. 讨论

4.1. 社交媒体整体使用情况与错失焦虑的关系

总体来说,本次研究发现大学生社交媒体使用方式与错失焦虑关系密切,存在一定程度上的负相关。以往的研究也显示社交媒体使用与错失焦虑存在高相关,但是张亚利等人的有关具体研究结果也存在较大差异(张亚利等, 2021)。过往研究指出社交媒体使用过少的用户由于难以及时获取外界的有效信息或事件,个体会更加害怕遗漏信息,错过的风险更大,因此也会更加担心和疑虑(Lai et al., 2016)。

在现有的研究中,发现社交媒体的使用强度可以正向预测错失焦虑水平,但在本研究中,没有发现社交媒体使用强度,包括微信和新浪微博使用强度与错失焦虑存在显著影响。导致这一现象的原因可能是因为疫情影响,大多数学校采取封闭式管理,大学生基本活动交往较为集中于校园内并且也处于社交隔离状态,其无聊感增加,通过频繁使用智能手机和登录社交媒体来缓解无聊感,以往研究发现人们为了缓解无聊,会使用或过度智能手机(Wegmann et al., 2018)。此外,由于疫情影响,大学生需要进行网络授课,并且通过社交媒体与老师、同学进行交流互动,以及通过社交媒体对疫情现状进行了解,接收疫情相关信息,也导致社交媒体使用强度增加(熊叶言等, 2021)。实证研究也发现,接受过越高教育的个体,越不容易感到无聊,因此也就越不会陷入“无所事事”所造成的无聊状态,教育程度较高者更容易产生平静乐观的正向情绪(耿瑞利等, 2020),前人研究表明无聊倾向与错失焦虑之间呈现显著正相关关系(Elhai et al., 2018)。在疫情期间,大学生对疫情信息关注度较高,主要通过移动新媒体尤其是手机作为获取信息的渠道,而反复、高频次的信息获取特征也促使大学生社交媒体使用强度有所增加,无聊状态在一定程度上得以缓解,更易产生正向情绪。于是,社交媒体的使用强度对于错失焦虑等负面情绪作用不明显。另外也可能是因为本研究所使用的社交媒体使用分量表与以往研究存在差异,造成的研究结果的偏差。

本研究的重要发现之一是在使用社交媒体时,大学生社交媒体使用效果越好(社交媒体好友人数越多、互动越频繁),原有的以及新建立的人际圈子越大,个人真实信息的展示越多,大学生的错失焦虑水平越低。也就是说,当在使用社交媒体进行交往时,大学生的线上人际关系越和谐,错失焦虑也会越低,这个结果也与前人研究类似。前人研究发现人际关系越和谐的个体错失焦虑水平越低(Wang et al., 2019),人际关系和谐程度可能与错失焦虑存在负相关关系(张舒, 2021),另外也有研究指出,个体人际关系越和谐,个体心理健康状况越好(张舒等, 2020)。

4.2. 强弱关系视角下的微信和微博使用情况与错失焦虑之间的关系

美国社会学家格兰诺·维特提出的强弱关系理论根据联系性质,将人际关系网络划分成强关系网络和弱关系网络。对于强关系网络中的个体来说,个人社交圈子里的人群所从事的工作及掌握的信息趋同,大多是朋友、家人及同事(Granovetter, 1973)。也就是说,在强关系网络中,社会网络呈现出同质性较强的特点,个体与他人之间多通过情感维系关系,因此关系紧密,其典型代表媒体有微信、Instagram、QQ空间等。与此相反,弱关系网络的特点则是个人的社会网络异质性较强,人与人的关系并不紧密,基本都是泛泛之交,感情维系较少,典型的弱关系网络包括博客,新浪微博, Snapchat, 评论类网站如豆瓣、百度贴吧等。弱关系网络中,个体交往面广,交往对象大多是陌生人,社交圈子好友可能来自各行各业,因此相较于强关系网络,弱关系网络可以获得更多方面的信息。

回归分析结果表明,新浪微博的社交圈子负向预测错失焦虑,而微信只有在个人信息展示上与错失焦虑存在负相关关系。笔者认为,导致这一差异的可能原因是:用户在新浪微博进行交往的对象更加多样化,弱关系社交圈更为庞大,社会流动性机会更多,因此信息与资源传递更为有效。以新浪微博为代表的弱关系网络,交往的随意性增加,当好友数量越多、互动越频繁、建立的社交圈子越大,信息获取

范围会越广泛, 因此对于错过的担忧会更低。相比之下, 在微信的强关系社交中, 要求连接双方必须在社会交往和日常生活的许多方面尽可能多形成匹配, 匹配程度越高, 连接可能性越大。对于大学生来说, 微信连接好友更多地是同学, 在相对封闭的强关系社交中, 信息同质性会更高, 并且只有双向关注才能进行信息分享和信息查看, 而且非匿名性会使信息发出者对接收者产生信任。因此, 当个体在微信上展示越多个人真实信息, 会越加信任和宽容强关系社交中的好友信息, 由此加快了微信上的信息传播, 用户对于好友最新资讯的疑虑也会有减轻。

5. 结论

本文研究了社交媒体使用对大学生错失焦虑的影响, 结果表明社交媒体的使用强度和大学生错失焦虑水平之间并没有显著相关性, 而是与社交媒体使用效果、大学生社交圈子和真实信息自我展示等因素存在负相关关系。其中, 微信使用对大学生错失焦虑的影响更为显著, 微信个人真实信息自我展示比新浪微博更能预测大学生的错失焦虑水平。此外, 微信和新浪微博的使用强度和错失焦虑状态存在明显差异, 微信更能预测大学生的错失焦虑水平。

致 谢

感谢广州医科大学 2022 年度学生创新能力提升计划项目的支持, 感谢赵婷婷老师对我论文撰写过程中的不断指导。

参考文献

- 柴唤友, 牛更枫, 褚晓伟, 等(2018). 错失恐惧: 我又错过了什么? *心理科学进展*, 26(3), 527-537.
- 陈婉姬, 李莹(2019). 人格、孤独感与错失焦虑感对微信朋友圈使用的影响. *未来传播*, 26(6), 94-102.
- 程淑华, 张心雅, 韩毅初(2022). 大学生错失恐惧与低头症的关系: 无法忍受不确定性与问题网络使用的链式中介作用. *中国健康心理学杂志*, 30(9), 1296-1300.
- 耿瑞利, 徐建国, 金燕, 等(2020). 重大突发公共卫生事件下公众信息获取行为与错失焦虑研究——以新型冠状病毒肺炎疫情为例. *图书情报工作*, 64(15), 112-122.
- 郭甜(2020). 错失焦虑现象下大学生微信信息使用行为研究. 硕士学位论文, 保定: 河北大学.
- 李聪(2020). 大学生社交媒体使用与情绪表达偏好研究. 硕士学位论文, 郑州: 郑州大学.
- 李琦(2019). 大学生基本心理需要、错失恐惧、问题性网络使用、情绪反应性的关系研究. 硕士学位论文, 哈尔滨: 哈尔滨师范大学.
- 李琦, 王佳宁, 赵思琦(2019). 错失焦虑量表测评大学生的效度和信度. *中国心理卫生杂志*, 33(4), 312-317.
- 马建苓, 刘畅(2019). 错失恐惧对大学生社交网络成瘾的影响: 社交网络整合性使用与社交网络支持的中介作用. *心理发展与教育*, 35(5), 605-614.
- 宋安奇(2020). 微信与微博社交功能对比分析. 硕士学位论文, 北京: 北京印刷学院.
- 唐嘉仪(2014). 社交媒体使用与大学生幸福感关系: 对比 QQ 空间和新浪微博. 广州: 硕士学位论文, 中山大学.
- 王洪阳, 王灿(2021). 大学社交网络使用对错失恐惧的影响: 一个有调节的中介模型. *中国健康心理学杂志*, 29(5), 767-772.
- 王姐姐, 张玉芳, 杨月波, 孟雯琪, 张俊福, 秦荣臻, 马骖(2023). 移动社交媒体下大学生错失恐惧研究进展. *中国学校卫生*, 44(5), 796-800.
- 夏魏, 谢员, 陈姿欣(2022). 趋避冲突下大学生社交媒体错失恐惧对线上社交焦虑的影响: 有调节的中介模型. *心理学通讯*, 5(4), 264-271.
- 肖斌(2015). 微信朋友圈对大学生人际交往的影响研究——基于强弱关系理论的视角. *教育学术月刊*, (10), 93-98.
- 熊叶言, 姚引娣, 田柳, 等(2021). 在疫情防控背景下护理本科生错失焦虑与手机依赖相关性分析及影响因素研究. *临床护理杂志*, 20(5), 17-20.

- 杨丽娟(2020). 错失焦虑与微信过度使用及生活满意度的关系. 硕士学位论文, 北京: 北京林业大学.
- 姚琦, 马华维, 阎欢, 陈琦(2014). 心理学视角下社交网络用户个体行为分析. *心理科学进展*, 22(10), 1647-1659.
- 张舒(2021). 基于网络分析方法的手機社交媒体使用需求分析. 硕士学位论文, 天津: 天津师范大学.
- 张舒, 刘拓, 夏方婧, 李雨桐(2020). 大学生人际关系与心理健康的社会网络分析. *中国心理卫生杂志*, 34(10), 855-859.
- 张雅明, 卞先洁, 季旭旻(2023). 需求动机影响社交媒体错失恐惧的机制探究: 一个链式中介模型的实证检验. *中国健康心理学杂志*, 31(5), 744-751.
- 张亚利, 李森, 俞国良(2021). 社交媒体使用与错失焦虑的关系: 一项元分析. *心理学报*, 53(3), 273-290.
- 张永欣, 姜文君, 丁倩, 等(2019). 社会比较倾向与大学生社交网站成瘾: 错失恐惧的中介作用. *中国临床心理学杂志*, 27(5), 928-931+936.
- 赵竹君, 蔡涛(2020). 大学生特质焦虑、错失恐惧与网络成瘾的关系研究. *兰州教育学院学报*, 36(4), 89-90.
- 中国互联网络信息中心(2022). 第50次中国互联网络发展状况统计报告. <http://www3.cnnic.cn/n4/2022/0914/c88-10226.html>
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Rich Ness and Structural Design. *Management Science*, 32, 554-571. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- de Lenne, O., Vandenbosch, L., Eggermont, S. et al. (2020). Picture-Perfect Lives on Social Media: Across-National Study on the Role of Media Ideals in Adolescent Well-Being. *Media Psychology*, 23, 52-78. <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1554494>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M. et al. (2018). Fear of Missing Out: Testing Relationships with Negative Affectivity, Online Social Engagement, and Problematic Smartphone Use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J. et al. (2018). Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, Article 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Frison, E., & Eggermont, S. (2015). Exploring the Relationships between Different Types of Facebook Use, Perceived On-line Social Support, and Adolescents' Depressed Mood. *Social Science Computer Review*, 34, 153-171. <https://doi.org/10.1177/0894439314567449>
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Grieve, R., Kemp, N., Norris, K., & Padgett, C. R. (2017). Push or Pull? Unpacking the Social Compensation Hypothesis of Internet Use in an Educational Context. *Computers & Education*, 109, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.02.008>
- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of Missing Out: A Brief Overview of Origin, Theoretical Underpinnings and Relationship with Mental Health. *World Journal of Clinical Cases*, 9, 4881-4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>
- Jeong, S.-H., Kim, H., Yum, J.-Y., & Hwang, Y. (2016). What Type of Content Are Smartphone Users Addicted to?: SNS vs. Games. *Computers in Human Behavior*, 54, 10-17. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.035>
- Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A., & Aceto, P. (2016). Fear of Missing Out (FOMO) Is Associated with Activation of the Right Middle Temporal Gyrus during Inclusion Social Cue. *Computers in Human Behavior*, 61, 516-521. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.072>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B. et al. (2017). Negative Consequences from Heavy Social Net Working in Adolescents: the Mediating Role of Fear of Missing Out. *Journal of Adolescence*, 55, 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. et al. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., et al. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and Social Media's Impact on Daily-Life and Productivity at Work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snap Chat Use Disorders Mediate That Association? *Addictive Behaviors*, 110, Article 106487. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106487>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55, 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Wang, P., Wang, X., Nie, J. et al. (2019). Envy and Problematic Smart Phone Use: The Mediating Role of FOMO and the Moderating Role of Student-Student Relationship. *Personality and Individual Differences*, 146, 136-142. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.04.013>

Wegmann, E., Ostendorf, S., & Brand, M. (2018). Is It Beneficial Touse Internet-Communication for Escaping from Boredom? Boredom Proneness Interacts with Cue-Induced Craving and Avoid Expectancies in Explaining Symptoms of Internet-Communication Disorder. *PLOS ONE*, *13*, e0195742. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0195742>