

分类号 G21/234  
U D C

密级  
编号 10741



硕士学位论文  
(专业学位)

论文题目 媒介心理学视角下社交媒体  
青年用户数字囤积行为研究

研究生姓名: 仲梦岩

指导教师姓名、职称: 王亚炜 教授

学科、专业名称: 新闻与传播

研究方向: 网络与新媒体

提交日期: 2024年6月3日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 仲梦岩 签字日期： 2024. 6. 3

导师签名： 王亚伟 签字日期： 2024. 6. 3

导师(校外)签名： 周尚如 签字日期： 2024. 6. 3

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意” / “不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分內容。

学位论文作者签名： 仲梦岩 签字日期： 2024. 6. 3

导师签名： 王亚伟 签字日期： 2024. 6. 3

导师(校外)签名： 周尚如 签字日期： 2024. 6. 3

# **A Study of Digital Hoarding Behavior of Young Social Media Users from the Perspective of Media Psychology**

**Candidate : Zhong Mengyan**

**Supervisor: Wang Yawei**

## 摘 要

社交媒体用户在社交媒体应用程序上发送、浏览和生成大量数字信息。过量的信息不仅削损了信息的价值，甚至让人们忽略真正有价值的信息到底是什么，相较于移动硬盘存储空间的限制，社交媒体的云存储空间有着无限的拓展性，只需低成本便可得到更多的存储空间。然而，这种便利性也导致了社交媒体用户对社交媒体数字资源管理和使用的不合理性，甚至会引发焦虑、压力等负面情绪。

本研究阐述了数字囤积的内涵范畴及其相关研究、媒介心理学的定义及相关研究。基于有限容量模型提炼了社交媒体青年用户（18~35 周岁的就业青年）数字囤积行为的特征、原因及潜在后果。基于前期质性分析得出初步结论，以媒介心理学中有限容量模型为分析框架，构建了社交媒体青年用户数字囤积行为的影响因素模型。通过对半结构访谈整理而成的 28 分访谈报告、社交媒体青年用户数字囤积行为问卷回收的 411 份有效样本进行分析，对 14 个研究假设进行拟合和验证，在质性研究的基础上补充了中介变量（情感依恋、感知有用性），共有 11 个研究假设成立，并且以 SOR 模型为基础构建影响因素模型。

基于以上研究结论，结合质性分析与定量分析的模型，从数字囤积行为不同影响因素出发，有针对性地提出突破数字囤积困境的消解策略：第一，社交媒体用户从自发意识、数字素养与习惯培养三个方面消解数字囤积行为；第二，社交媒体信息层面，从信息质量和信息数量提出具体可行的措施；第三，社交媒体技术从优化算法推荐、引入信息可视化工具、设置信息过载提示。

**关键词：** 社交媒体 媒介心理学 数字囤积行为 有限容量模型 SOR 模型

## Abstract

Social media users send, browse, and generate a large amount of digital information on social media applications. Excessive information not only undermines the value of information, but also leads people to overlook what truly valuable information is. Compared to the limitations of mobile hard drive storage space, cloud storage space on social media has unlimited scalability, and more storage space can be obtained at low cost. However, this convenience also leads to the unreasonable management and use of social media digital resources by social media users, and can even cause negative emotions such as anxiety and stress.

This study elaborates on the connotation and related research of digital hoarding, as well as the definition and related research of media psychology. And based on a limited capacity model, the characteristics, reasons, and potential consequences of digital hoarding behavior among young social media users (employed youth aged 18-35) were extracted. Based on the preliminary qualitative analysis, a preliminary conclusion was drawn, and a model of the influencing factors of digital hoarding behavior among young social media users was constructed using the limited capacity model in media psychology as the analytical framework. Through the analysis of a 28 point interview report compiled from semi-structured interviews and 411 valid samples collected from a social media youth user digital hoarding behavior questionnaire, 14 research

hypotheses were fitted and validated. On the basis of qualitative research, mediating variables (emotional attachment, perceived usefulness) were added. A total of 11 research hypotheses were established, and an influencing factor model was constructed based on the SOR model.

Based on the above research conclusions, combined with qualitative and quantitative analysis models, targeted strategies for breaking through the dilemma of digital hoarding are proposed from the perspective of different influencing factors of digital hoarding behavior. Firstly, social media users should eliminate digital hoarding behavior from three aspects: spontaneous consciousness, digital literacy, and habit cultivation; Secondly, at the level of social media information, propose specific and feasible measures from the aspects of information quality and quantity; Thirdly, social media technology involves optimizing algorithm recommendations, introducing information visualization tools, and setting information overload prompts.

**Keywords:** Social media; Media psychology; Digital hoarding behavior; Finite capacity model; SOR model

# 目 录

<b>1 引言</b> .....	1
1.1 研究背景 .....	1
1.2 研究目的与研究意义 .....	1
1.2.1 研究目的 .....	1
1.2.2 研究意义 .....	2
1.3 研究内容与研究方法 .....	4
1.3.1 研究内容 .....	4
1.3.2 研究方法 .....	4
1.4 研究思路 .....	5
1.5 创新点 .....	6
1.5.1 研究视角创新 .....	7
1.5.2 研究方法创新 .....	7
1.5.3 研究对象创新 .....	7
<b>2 文献综述与理论基础</b> .....	9
2.1 文献综述 .....	9
2.1.1 数字囤积 .....	9
2.1.2 媒介心理学 .....	12
2.1.3 数字囤积行为与媒介心理学的关系 .....	14
2.1.4 文献述评 .....	15
2.2 理论基础 .....	16
2.2.1 有限容量模型 .....	16
2.2.2 SOR 模型 .....	16
2.2.3 使用与满足理论 .....	17
<b>3 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素质性分析</b> .....	19
3.1 研究设计 .....	19
3.1.1 扎根理论 .....	19
3.1.2 访谈提纲 .....	19

3.2 访谈样本收集与整理.....	20
3.2.1 访谈对象的选取.....	20
3.2.2 访谈过程.....	21
3.2.3 访谈信效度.....	22
3.3 三级编码结果及饱和度检验.....	22
3.3.1 开放式编码.....	22
3.3.2 主轴编码.....	24
3.3.3 选择性编码.....	26
3.3.4 理论饱和度检验.....	26
3.4 模型阐述与研究发现.....	27
3.4.1 社交媒体青年用户数字囤积行为特征.....	27
3.4.2 社交媒体青年用户数字囤积行为的影响因素.....	28
3.4.3 社交媒体青年用户数字囤积行为的影响后果.....	33
3.5 本章小结.....	34
<b>4 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素定量分析.....</b>	<b>35</b>
4.1 模型与假设.....	35
4.1.1 理论模型.....	35
4.1.2 研究假设.....	36
4.2 问卷设计.....	37
4.3 预调查.....	38
4.3.1 信度分析.....	39
4.3.2 效度分析.....	40
4.4 正式调查.....	40
4.4.1 描述性分析.....	40
4.4.2 信度分析.....	43
4.4.3 效度分析.....	43
4.4.4 中介效应检验.....	53
4.5 本章小结.....	55
<b>5 社交媒体青年用户数字囤积行为的消解策略.....</b>	<b>57</b>

5.1 社交媒体用户层面 .....	57
5.1.1 自发意识情感驱动，学会情感调适和心理自护 .....	57
5.1.2 加强数字自律，提高数字素养 .....	58
5.1.3 制定目标导向计划，培养数字断舍离习惯 .....	58
5.2 社交媒体信息层面 .....	59
5.2.1 信息质量识别优化，设立信息可信度标志 .....	59
5.2.2 提供信息时间线管理工具，培养用户理性使用习惯 .....	60
5.3 社交媒体信息技术层面 .....	60
5.3.1 智能推荐算法优化，引入信息可视化工具 .....	60
5.3.2 设置信息过载提示，完善便捷化数据清理功能 .....	61
<b>6 总结与展望 .....</b>	<b>62</b>
6.1 研究总结 .....	62
6.2 研究不足 .....	62
6.3 研究展望 .....	63
<b>参考文献 .....</b>	<b>65</b>
<b>附录 1 社交媒体青年用户数字囤积行为访谈提纲 .....</b>	<b>73</b>
<b>附录 2 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素调查问卷 .....</b>	<b>74</b>

# 1 引言

## 1.1 研究背景

随着信息技术的迅猛发展和智能设备的普及,人们日常生活中产生和接触的数字信息呈指数级增长。社交媒体、电子邮件、云存储等平台的普及,使得个体可以轻松地获取、存储和分享大量的数字文件。这种媒介环境的快速发展为数字囤积行为的出现和研究提供了基础。如今信息爆炸的环境下,以满足碎片化阅读、快餐式阅读等为主要目的的信息也容易使用户变得浮躁、焦虑,往往会因为负面情绪而选择囤积更多数据(吴文光,2021)。用户囤积的内容大多数不会被二次唤醒,更有部分用户随手囤积数据已经成为一种习惯。Baskin 学者通过研究对社交媒体用户的数字囤积行为进行一定的预测,他认为随着数码存储空间的无限放大,用户存储的数字资料也会越来越多(Başkan Ç, 2021)。数字囤积行为作为一种媒介使用行为,涉及到个体对数字信息的获取、处理和管理。媒介心理学是将心理学理论应用于媒介使用和媒介效应研究的学科领域。媒介心理学的理论和研究方法为研究数字囤积行为提供了框架和工具。数字囤积行为的普遍存在引起了对个体心理健康问题的关注。囤积过多的数字文件导致个体陷入信息过载和无法有效管理的困境,进而引发焦虑、压力和混乱等负面心理状态。Cherrier 曾说:“存储和积累东西是人类的一部分,这与人类搜寻、储存物品的本能有关”(Cherrier H, 2010)。这对个体的心理健康和生活质量产生了影响,因此对数字囤积行为进行研究具有重要的实际意义。数字囤积行为也反映了现代数字文化对个体行为和认知的影响。数字化社会赋予个体获取和保存信息的便利,但同时也带来了信息过剩和信息焦虑的问题。因此,从媒介心理学角度出发研究数字囤积行为的背景主要包括媒介环境的快速发展、心理学理论的应用、心理健康问题的关注以及数字信息发展的影响,这些因素共同促使本研究关注和探究数字囤积行为的心理机制、影响因素及后果,并提供理论和实践层面上的启示和指导。

## 1.2 研究目的与研究意义

### 1.2.1 研究目的

对于已经走向工作岗位的就业者来说，互联网是辅助提升工作效率的助手，但是当用户信息处理能力较低、过度依赖囤积数据，而非真正有效利用数字信息时，个体在数字囤积过程中堆积的数字信息或将进一步加剧个体的焦虑感，甚至引发个体在信息过载、信息焦虑等方面的问题。因此，本文研究数字囤积行为的研究目的主要包括以下方面：

#### （1）了解社交媒体青年用户数字囤积行为的表现和特征

青年在社交媒体上的数字囤积行为与现有研究中以大学生群体为主要研究对象其特征有所不同，目前针对青年这一群体的相关研究比较缺乏。因此，本研究选择青年用户为研究对象，进一步了解该群体在社交媒体上的数字囤积行为的表现和特征，以补充现有研究的空白。

#### （2）理解数字囤积行为的心理机制

深入了解数字囤积行为背后的心理机制，这包括个体对数字信息的积累、保存和整理的心理动机、认知过程以及与数字囤积行为相关的情感体验。通过探索心理机制，增进对个体数字信息管理行为的认识，揭示数字囤积行为的根源和发展过程。媒介心理学关注个体在媒介使用过程中的心理活动，通过研究数字囤积行为可以深入了解个体囤积数字文件的原因，以及这一行为对个体的心理状态和认知过程产生的影响。

#### （3）探索数字囤积行为对个体心理健康的影响

数字囤积行为在一定程度上对个体心理健康产生一系列负面影响，如焦虑、压力、决策困难等。研究目的之一是揭示数字囤积行为与个体心理之间的关系，这有助于为个体提供心理健康支持和干预措施，帮助个体更好地管理数字信息，减轻数字囤积行为带来的负面影响。

#### （4）提供数字囤积行为管理策略和干预措施

了解数字囤积行为的心理机制和影响因素，为个体提供有效的数字信息管理策略，帮助个体在使用社交媒体时能更好地管理数字信息，克服囤积行为带来的负面影响。

## 1.2.2 研究意义

国内外研究者对数字囤积行为进行了大量的研究，多数研究集中在心理学、

信息管理等领域，忽视了媒介本身所属的新闻与传播学科。本文以媒介心理学相关理论对数字囤积行为进行综合研究，进一步丰富了媒介心理学的研究范畴。

### 1.2.2.1 理论意义

数字囤积行为作为新兴的研究领域，为媒介心理学展开相关研究提供了新的研究对象，丰富了该领域的行为研究，拓展有限容量模型在媒介使用中的应用。研究数字囤积行为可以揭示数字信息处理的有限容量模型，理解人们在数字化时代面对信息过载时的认知、情感和行为反应。同时，可以深入了解数字化媒介对人们的记忆、注意力、信息搜索等方面的影响机制，理解媒介使用过程中的认知、情感和行为机制，从而推动媒介心理学相关理论的发展。本文研究数字囤积行为可以检验有限容量模型在数字环境中的适用性和解释能力，进一步丰富和扩展该理论模型。此外，本研究还使用刺激-机体-反应模型（SOR），进一步研究社交媒体青年用户产生数字囤积行为的中介因素。

### 1.2.2.2 现实意义

数字囤积行为已成为数字时代普遍存在的社会心理相关问题。本研究可以引起个体对数字囤积行为的关注，增强人们对数字信息管理的认识和意识，从而提高信息素养。同时，数字囤积行为对个体心理健康还会产生影响，本文通过揭示数字囤积行为对个体产生焦虑、压力等心理影响，从而为个体提供更好的心理健康支持。此外，数字囤积行为在社交媒体用户中较为突出，本研究通过提供管理和设计社交媒体平台的依据，促进用户更加有效地管理数字信息，提高信息检索和处理效率。通过研究数字囤积行为产生的机制，为个体提供指导和干预策略，帮助个体更好地管理和利用数字信息，减少数字囤积行为带来的负面影响，促进健康的数字化行为。最后，本研究有助于提高用户对数字信息管理的认知，促进数字素养的培养，使个体能够更好地适应信息社会的发展、深入了解数字环境对个体行为的影响，并为数字界面设计和信息组织提供指导，提高数字产品和服务的用户体验和效率。

综上所述，本研究的理论意义在于拓展和验证媒介心理学相关理论，深化对有限容量模型的理解；现实意义在于揭示数字囤积行为对个体心理健康的影响，提供社交媒体管理和数字素养培养的参考，推动个体和社会对数字信息高效的处理和利用。

## 1.3 研究内容与研究方法

### 1.3.1 研究内容

本研究以媒介心理学为视角围绕社交媒体青年用户数字囤积行为展开相关研究。通过梳理国内外与“数字囤积行为”相关的理论文献，并且在进行简单的网络调查后，针对青年用户数字囤积行为展开半结构访谈，依据访谈样本进行三级编码，结合媒介心理学中的有限容量模型确定理论框架，从而构建社交媒体青年用户数字囤积行为模型。结合社交媒体青年用户数字囤积行为的影响因素调查问卷予以补充，以此提出具有针对性的对策与建议。本研究包括以下三个主要核心问题：

(1) 结合现有研究对数字囤积行为进行界定和量表构建，设计访谈提纲并对访谈文本按照三级编码程序，逐一分析研究对象的行为特征，明确数字囤积行为的前因后果，从而建构社交媒体青年用户数字囤积行为的理论模型。

(2) 验证社交媒体青年用户数字囤积行为多维度的影响因素。在第一部分访谈的基础上，通过扩大研究样本量、设计问卷调查，用于深入了解社交媒体青年用户数字囤积的基本情况。基于质性分析的研究结论，在有限容量模型的行为理论模型基础上提出研究假设，参考已有研究的成熟量表编制测量框架，运用 SPSS26.0 和 AMOS 软件分析工具对假设进行验证。

(3) 根据以上研究结果，基于数字囤积行为涉及的三个方面（即社交媒体用户、信息及信息技术），分析主要影响因素、中介效应等，从而对个体破除数字囤积行为困境提供可行性策略。

### 1.3.2 研究方法

#### 1.3.2.1 半结构式访谈

第一，预备工作。确定访谈的目的和研究问题。编制一个访谈提纲，包括主题和问题的纲要，以引导访谈过程。

第二，选择受访者。根据研究目的和问题，选择合适的受访者。

第三，访谈过程。与受访者进行面对面、电话、微信语音等方式进行访谈，按照访谈提纲的主题和问题进行交流。同时，保持开放性和灵活性，允许受访者

自由发表意见和经验。

第四，记录和整理数据。在访谈过程中，使用手机录音或笔记记录访谈内容。访谈结束后，将录音或笔记整理成文字记录。

第五，数据分析。通过逐字逐句的阅读和分析访谈记录，提取关键观点和主题，归纳和总结访谈数据，找出共性和差异，得出研究结论。

### **1.3.2.2 问卷调查**

本研究问卷测量题项参考周葆华、陆晔在《受众的媒介信息处理能力——中国公众媒介素养状况调查报告之一》一文中的《媒介信息处理能力问卷》，吴旭瑶、黄旭、李静在《数字囤积行为量表的编制及信效度检验》中制定的符合中国文化背景的数字囤积行为量表等，共设计测量题项 38 项。

## **1.4 研究思路**

本研究的具体流程如图 1.1 所示，主要分为五个阶段。

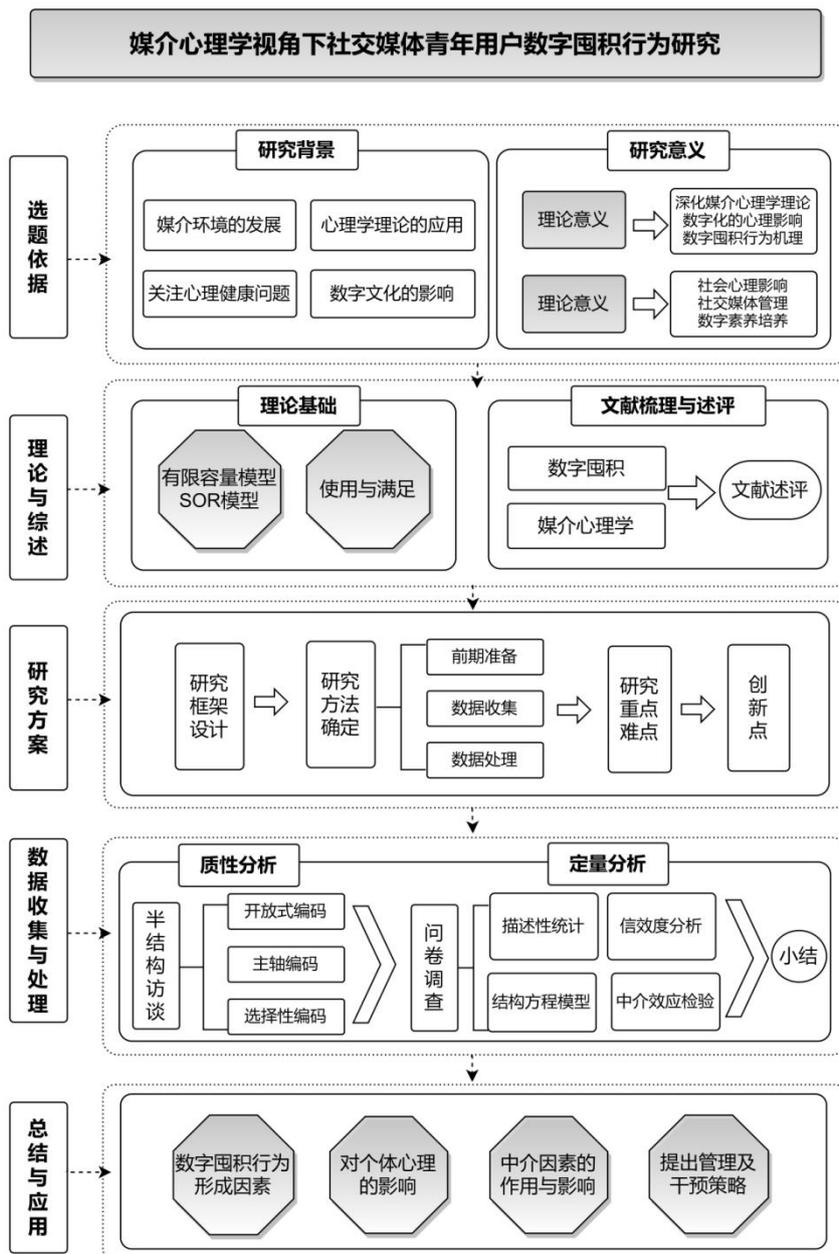


图 1.1 研究思路

## 1.5 创新点

本研究在研究视角、方法和选题三个层面都展现了创新性。首先，从媒介心理学视角出发，深入分析了社交媒体对青年用户数字囤积行为的影响机制。其次，方法上创新性地将半结构化访谈和问卷调查与数据分析结合，以便全面把握数字囤积行为影响因素。最后，选题上聚焦在社交媒体平台上的数字囤积行为，深度剖析了现代社会背景下的媒体对用户行为、心理造成的影响。

### 1.5.1 研究视角创新

以“数字囤积”“媒介心理学”为关键词在中国知网上进行检索，检索发现目前没有以此为关键词的文章，将数字囤积与媒介心理学结合起来，开创较为新颖的研究方向，为探索数字化信息对个体行为、心理产生的影响提供方向。媒介心理学相关理论强调媒体对个体认知、情感和行为的塑造作用，本研究将这一理论引入数字囤积行为研究中，强调社交媒体刺激如何在媒介心理层面引发青年用户的反应。通过研究视角创新，本研究不仅关注社交媒体的外部刺激，更深入揭示用户在数字囤积行为中的心理过程，包括对信息的感知、解释和情感体验。媒介心理学视角有助于更全面地理解社交媒体在数字囤积行为形成过程中的中介作用，为数字化时代媒体影响机制提供了新的研究视角。

### 1.5.2 研究方法创新

从新闻与传播学科出发，将统计学方法如探索性因子分析、中介效应等用于分析社交媒体青年用户情感依恋、感知有用性与数字囤积行为的关系，通过科学严谨的数据分析社交媒体用户数字囤积行为产生的机制。首先，采用半结构化访谈的方法，赋予访谈对象更大的自由度，使其能够深入表达个体主观体验、态度和动机。这种访谈为研究提供了对个体观点和情感的深刻理解，揭示了数字囤积行为背后较为复杂的心理过程。其次，结合统计专业的问卷调查与数据分析，通过量化数据的方式获取更广泛的样本信息，并且能够系统性地收集大量青年用户的社交媒体使用习惯和数字囤积行为相关数据。统计分析提供了客观、量化的方法，使本研究能够深入挖掘不同变量之间的关系，从而全面解析数字囤积行为的影响因素。本研究的方法创新不仅拓展了研究深度，同时提供了更全面、可靠的数据基础，使研究结果更具说服力和普适性，为数字囤积行为的深入理解和干预提供了更为科学的依据。

### 1.5.3 研究对象创新

本研究选题的创新之处在于聚焦社交媒体对青年用户数字囤积行为的影响，将注意力置于数字信息管理与职业发展交织的现代社会背景中。这一选题紧密追踪科技和社会的发展趋势，具有以下几个创新亮点：首先，选题关注数字囤积行

为，深度剖析了青年用户在社交媒体使用中产生的数字囤积现象。本研究关注数字时代特有的信息处理行为，对职业发展产生的积极和消极影响进行了系统性考察。其次，选题在社交媒体的角度上具有独创性。本研究聚焦于社交媒体平台，强调了这一特定媒介对用户行为的潜在塑造力。考察社交媒体如何影响用户的数字囤积行为，有助于更好地理解当代社会中新型媒介对个体行为的塑造和引导作用。综上所述，本研究的选题创新性地关注数字信息管理行为，并在社交媒体背景下，深入研究其对青年用户的影响，这一研究方向的创新性可为数字囤积行为研究提供新的研究方向和实践启示。

## 2 文献综述与理论基础

### 2.1 文献综述

#### 2.1.1 数字囤积

##### (1) 数字囤积行为的定义

囤积症 (Hoarding disorder, 简称为 HD) 被定义为“获得无用或价值有限的财产, 却无法丢弃” (Fost & Gross, 1993)。囤积症 (HD) 是《精神疾病诊断与统计手册》(美国精神病学协会, 2013 年) 中新增的一种精神疾病。Randy O. Frost、Tamara L. Hartl 从信息处理缺陷、情感依恋形成问题、行为回避、对财产性质的错误认识四个方面将囤积定义为一个多方面的问题。HD 的特征包括获取和保存物品的冲动, 明显无法丢弃可能对他人没有明显价值的物品, 以及由于日常生活空间过度混乱而限制功能 (APA, 2013)。除了实物囤积行为之外, 还有学者将知识囤积与知识隐藏结合, 从新的角度研究知识流动的激励和障碍 (Plínio Silva de Garcia et al, 2020)。在组织知识管理文献中, 知识囤积是指知识的收集和积累, 这些知识被知识囤积者保存下来, 将来可能与他人分享, 也可能不与他人分享 (Connelly et al, 2012; 希斯洛普, 2003)。Randy O. Frost、Tamara L. Hartl 经过研究提出临床强迫性囤积应该定义为: (1) 获得并未能丢弃大量看起来无用或价值有限的财产; (2) 居住空间过于杂乱, 以致无法进行设计活动; (3) 因囤积引起的显著痛苦或功能障碍。此外, 随着日常生活中越来越多的部分以数字或在线方式发生, 非临床学术领域的研究人员开始担心, 类似囤积的行为也发生在数字领域 (Oravec, 2018; Sedera & Lokuge, 2018)。

数字囤积 (Digital hoarding) 的概念由 van Bennekom (2015) 等人于 2015 年提出, 指个体积累大量数字文件, 这会导致用户在寻找特定目标时能力下降, 进而增加个体的心理压力和混乱感。虽然数字囤积行为的概念在中国仍较为新颖, 相关研究较少, 但早在 1996 年个人信息管理领域就提出“信息过载”的概念, 它描述了个体如何收集、储存、组织、恢复数字文件 (Boardman & Sasse, 2004)。强迫症、囤积障碍往往伴随着数字囤积行为 (Alexandria M. Luxon, 2019), 以探讨数字囤积行为与物理囤积障碍 (HD) 的特征是否有关。当代囤积现象应该

根据正在进行的文本数字化来理解,并且对文本囤积的全面描述必须从心理学转向现象学。根据当代行为心理学的功能主义倾向,囤积数字文本的新模式允许不受损害的不完全实现的囤积可能性(Daniel Fried, 2014年)。与数字囤积相类似的概念“数据囤积”,Cynthia J. Gormley 等人(2012)通过研究人们囤积数据的原因以及囤积行为对企业文化的影响,得出受数据存储影响最大的业务领域是成本、数据寿命、有效性、共享、生产力和知识管理。

## (2) 数字囤积行为的研究领域

从心理学、临床和社会学的角度广泛调查了囤积实物的个人的人口学、社会和人格特征(Frost 和 Gross 1993; Grisham and Barlow 2005; Nordsletten et al . 2013; Tolin 2011)。正如 Gormley 和 Gormley(2012)指出的那样“信息囤积者并不总是信息共享者”。鉴于目前的生活方式变得越来越数字化(Gulotta et al . 2013),并且当代自我的表现延伸到数字财产(Cushing 2011, 2013),但是关于数字财产积累的研究相对较少。数字囤积是存在的,这种行为在组织中会对个人、组织和环境产生一系列负面影响。这种行为也可能对网络安全产生影响,因为庞大的数据量(其中大部分与个人信息或知识产权有关)意味着黑客攻击(无论是出于个人、工业还是间谍原因)可能非常有效。van Bennekom 等人(2015)报道了一个身体囤积者的案例,他后来沉迷于囤积数码照片。他对数码图像表现出高度的依恋,他无法忍受丢弃这些图像,他花在整理成千上万张照片上的时间干扰了他的日常生活,给他带来了巨大的痛苦——这是典型的囤积症症状。

目前,国内现有文献关于“数字囤积行为”的研究主要集中在心理学、图书情报、信息管理等领域。比如,赵栋祥(2022)通过对个人数字囤积行为的相关研究进行梳理以期为图情档学科的相关研究提供借鉴意义。王雨馨、阮建海(2022)等人从数字反哺视角了解城市中老年人个人数字存档的情况,通过分析信息影响个人数字存档的因素提出有关具有参考价值的建议。刘天元、贾煜(2023)基于社会心理学的内部动因视角展开关于青年群体数字囤积行为的研究,将研究对象聚焦在更为普遍的社会青年,促使研究结果更具有普遍性。刘亚丽、范逢春(2023)以社交媒体用户为研究对象,将新闻与传播学科与定性研究结合起来,为社交媒体运营减少用户数字囤积行为提供干预策略。季忠洋、李北伟(2019)等人从双重视角即情感体验、感知控制双重角度解读社交媒体用户的倦怠行为的演变机

理,丰富了心理学角度的用户信息行为研究。张立党、周质明等人(2018)基于媒介丰富度和使用与满足理论研究微信用户的收藏行为,从微观层面研究了微信用户收藏行为的作用机制,可为微信内容的策划、传播与规制提供经验证据。

### (3) 数字囤积行为的研究方法与理论模型

Randy O. Frost 与 Tamara L. Hartl (1996) 提出认知行为模型为强迫性囤积症的假设发展和测试提供框架。Whittaker 和 Sidner(1996)专注于电子邮件,最初只是作为一个通信应用程序,但现在它被用于许多其他功能。Boardman 和 Sasse(2004)扩展了 Whittaker 和 Sidner (1996) 的研究,不仅分析了电子邮件,还分析了文件和书签。对 31 名用户进行了半结构化访谈,其中一个子样本被跟踪了 5 个月。国内的质性研究方法的运用方面,贾明霞、赵宇翔等人(2023)补充关键事件技术法、主题分析法,采用半结构化访谈采集 19 名人文学者数字囤积的关键事件并对访谈语料进行开放式编码,多维度揭示人文学者在学术信息实践中的数字囤积行为,为进一步探索与优化人文学者在数字化学术环境下的学术信息管理行为提供实践参考。此外,吴旭瑶、黄旭等人(2021)考察依恋焦虑与数字囤积行为的关系,从中介作用角度提出无法忍受不确定性和情绪调节困难在前面两者的关系中起到链式中介作用,补充了数字囤积行为的方法研究。张征、贺伟(2023)从社会认知理论,以问卷调查、模糊集定性比较分析法,从个体和情境两个角度对数字囤积行为的影响因素进行分析并构建理论模型。

### (4) 数字囤积行为的影响因素与测量设计

Neave (2019) 等人设计数字行为问卷(DBQ),包括数字囤积问卷(DHQ)评估物理囤积的两个关键组成部分(积累和难以丢弃)和测量工作场所数字囤积的程度(工作场所数字行为调查问卷:DBWQ),验证了一种新的心理测量方法来评估数字囤积,记录了它的一些心理特征,并表明它可以预测工作场所的数字囤积。Sweeten 等人(2018)对 45 个人的数字囤积行为、动机和后果进行了定性评估,并确定了物理囤积的共同主题,如数字材料的过度积累、删除这些材料的困难,以及与这种积累相关的焦虑感。国内学者在量表的开发与设计方面,吴旭瑶、黄旭等人在文献梳理与访谈的基础上编制符合中国文化背景的数字囤积行为量表,从情感依恋、工作需要、内容积累三个因子表明模型拟合效果较好,该量表适用于测量个体的数字囤积行为。郭海辉、韦小满等人采用数据囤积行为问卷、大学

生现实囤积行为量表、强迫症状量表以及短式抑郁-焦虑-压力量表对上千名大学生进行测量,经信效度检验发现该中文版数据囤积行为问卷可作为科学的研究工具使用。

综上所述,情报学、心理学等领域学者从不同角度对数字囤积行为进行了探讨,从新闻与传播学科角度分析的相关文献总量较少,且总体较为分散,未能形成系统的数字囤积理论框架,本文研究从新闻与传播理论视角切入,补足了现有研究的空白点。

## 2.1.2 媒介心理学

### (1) 媒介心理学的定义

Richard Jackson Harris (2007) 在《媒介心理学》一书中提出将心理学相关理论应用到大众传播的研究中,阐述了媒介影响人们的认知、改变人们的态度和行为的方式方法。随着病毒式信息、模因和信息级联的突出,新兴媒体需要关注信息的选择和再传播(Cappella, 2002)。Joseph N. Cappella, Hyun Suk Kim 和 Dolores Albarracín (2014) 提出媒介暴露必须被重新定义为媒介效应研究的一个重要成果, 需要关注驱动信息选择和传递的已知心理动机, 以及可以增强(或阻碍)这些动机的信息因素。信息流的理论研究(E. Katz, 1957; E. Katz & Lazarsfeld, 1955/2006)、创新和信息的扩散(Rogers, 2003)以及舆论形成和流通理论(Price, 1992)对研究议程起到了重要的指导作用。媒体效应的研究一直包括目标受众成员通过人际关系手段重新传递主要信息的研究 (E. Katz & Lazarsfeld, 1955/2006;Southwell & Yzer, 2007)。

### (2) 媒介心理学的研究领域

新兴的媒体环境使公众可以获得的的信息的质量和格式发生了根本性的变化,公众现在可以灵活地寻找、改变和传播他们收到的信息(Joseph N. Cappella, Hyun Suk Kim & Dolores Albarracín, 2014)。媒体暴力将媒介与心理学结合,通过研究如何减少媒体暴力对攻击的影响以及如何使用媒体产品来改变攻击态度和行为,从而探索媒体和暴力之间的联系 (Joanne Cantor & Barbara J. Wilson, 2003)。社会认知理论(Bandura, 1986)认为,观看者在不同的情况下学习哪些行为是适当的,这是行为被描述为有效与无效,奖励与惩罚,或通常导致积极与消极结果的

程度的函数。情绪管理研究发现,成年人会选择能增强积极情绪、减少消极情绪的媒体(Francesca R. Dillman Carpentier, Jane D. Brown 等, 2008)。

Joseph N. Cappella, Hyun Suk Kim 和 Dolores Albarracín (2014) 研究了驱动公共信息环境的宏观趋势的一个重要含义, 即: ①为日益专业化的受众狭隘地选择媒体内容; ②24/7 新闻和信息环境的速度、便利和快速反应, 允许甚至要求立即作出反应; ③公众参与评论和贡献传统上属于精英领域的制度化的新闻、信息和娱乐来源。这三种趋势被理论家广泛认可(Jenkins, 2008; Jenkins, Ford, & Green, 2013; Napoli, 2011), 承认这些根本性的变化似乎是对新兴媒体影响进行有益研究和理论的必要条件。

媒介心理学作为一门发展逐渐成熟的学科, 国内学者刘京林(2011)对媒介心理学与中国的传播心理学进行对比研究, 将两者的研究理论与研究方法的侧重点展开分析, 赞同《媒介心理学》强调建构论而且没有否定反映论的观点, 提出国内传播心理学的研究需要向其学习。

### (3) 媒介心理学的研究方法与设计

媒介心理学是宏观的学科, 其涵盖许多微观层面的研究。通信和医学领域的研究人员采用两种方法研究媒体暴力, 一是进行纵向研究, Johnson, Cohen, Smailes, Kasen, and Brook(2002)追踪了 700 多名儿童 17 年, 通过观察各种生活方式的选择与长期结果之间的关系。研究发现, 早期看电视与随后的攻击行为(包括犯罪暴力)之间存在显著关联, 即使在统计上控制了之前的攻击行为、童年忽视、家庭收入、邻里暴力、父母教育和精神疾病之后。二是实验研究, 这种方法对影响进行更严格的控制, 对结果进行更密切的观察, 因为将研究志愿者长期置于受控环境中是困难的, 所以研究结果仅限于短期(Joanne Cantor, Barbara J. Wilson, 2003)。

Bennett 和 Iyengar(2008)认为研究和新理论在选择性接触政治信息中的重要性, Garrett(2013)也是如此。《沟通方法与措施》的特别双刊专门讨论了选择性暴露的新经验方法(Hayes, 2013)。Hart 等人(2009)的荟萃分析综合了 67 份符合条件的选择性暴露报告, 其中包括 91 项研究, 包括 300 个统计上独立的组, 参与者不到 8000 人。根据固定效应分析, 表明亲和性偏倚的平均效应估计为  $d = 0.36$  (95% CI  $d = 0.34, 0.39$ ), 根据随机效应分析, 表明亲和性偏倚的平均效应估计为  $d = 0.36$  (95% CI  $d = 0.34, 0.39$ )。

0.38 (95% CI d 0.32, 0.44), 两者都表明存在中度亲和性偏倚。Dian A. de Vries<sup>a,b</sup>, A. Marthe Möller<sup>b</sup> 等人 (2017) 通过实验提出, 从社会比较的角度来看, 陌生人在社交媒体上的积极发帖预计会对观看者的情绪产生负面影响; 从情绪传染的角度来看, 陌生人的积极帖子应该对观看者的情绪产生积极的影响。

#### (4) 媒介心理学的影响因素和测量设计

Hart 及其同事(2009)提出了一个选择性暴露决定因素模型, 可以扩展到信息传播中的态度选择性。在这个模型中, 信息选择意味着实现目标, 捍卫态度、信念和行为, 准确地评估和代表现实(Chaiken, Liberman, & Eagly, 1989)。Jiyoung Chae (2017) 研究测试了社交媒体使用变量 (接触网红的社交媒体, 对网红社交媒体上特定内容的兴趣) 和人格特征 (公众自我意识和自尊) 是否与一个人的生活与网红的的生活进行比较的频率有关, 这反过来又预测了对网红的嫉妒。韩国对 20-39 岁的女性智能手机用户进行了两波在线调查 (第一波为 1064 人, 第二波为 782 人)。通径分析显示, 第一波的四个自变量通过第一波的社会比较间接影响第二波的嫉妒, 而第一波的嫉妒是受控的。研究结果拓展了社会比较理论的范围, 并从女性主义的角度对网红的自我表现进行了批判。Alice Hall (2005) 探讨用户性格特征对媒体类型偏好的影响, 外倾性、神经性和精神性通过一系列问题进行测量, 这些问题改编自修订后的艾森克人格问卷(S. B. G. Eysenck, Eysenck, & Barrett, 1985)的简短版本。该量表的版本已被其他研究人员广泛使用(例如, Aluja-Fabregat & Torrubia-Beltri, 1998;Gunter & Furnham, 1986)。

### 2.1.3 数字囤积行为与媒介心理学的关系

#### (1) 现有研究的空白点

当前研究对于数字囤积与媒介心理学关系的探讨尚不充分, 存在研究缺乏长期跟踪数据、缺乏理论整合、研究范围受限等问题, 需要进一步深入研究。在此过程中, 理论整合是非常重要的, 可将媒介心理学与其他相关理论进行结合, 以拓展对数字囤积行为的理论解释。同时, 可以探索数字囤积行为与特定媒介平台之间的关系, 研究用户数字囤积行为的心理动机和心理影响, 或者将媒介心理学的其他概念应用于数字囤积行为的研究等。

#### (2) 研究方法的整合与创新

数字囤积行为涉及多个领域，例如心理学、社会学、信息科学等，可以考虑将这些学科的理论和方法整合到数字囤积与媒介心理学的研究中，以获得更全面的理解。根据《媒介心理学》中提出的“有限容量模型”建立与数字囤积行为相关的具体模型，补充数字囤积行为与媒介心理学研究中新的研究方法的应用。根据数字囤积行为既有研究，采用混合研究方法，结合定性和定量数据，以获得更全面的理解，在进行质性研究的基础上，将媒介心理学与其他相关学科整合，利用问卷、量表等定性研究方法对数字囤积行为的影响因素进行测量，补充从媒介心理学角度研究数字囤积行为的空白。

### （3）应用和干预措施

分析数字囤积行为与媒介心理学的关系对实际应用和干预措施的启示。思考如何利用媒介心理学的理论和研究成果来开发有效的数字囤积干预措施，以帮助个体更好地管理和控制数字囤积行为。通过这些探讨和建议，可为数字囤积与媒介心理学的研究提供更深入的思考，并为未来的研究方向和实践应用提供有益的指导。

总之，数字囤积行为与媒介心理学的关系是一个值得深入研究的领域，通过进一步的理论整合、方法改进、实践应用，可以拓展对数字囤积行为的理解，为个体提供有益的指导和支持。

## 2.1.4 文献述评

数字囤积行为的研究是当前数字化时代发展下不容忽视的一个现象。评估文献之间的关联和互动有助于揭示研究领域的研究动态和前沿，研究发现和理论贡献有助于确定研究的学术价值和创新性。国外学者对数字囤积行为的研究较早，对其概念的界定更为准确。在研究方法的质量评估方面，文献中较多使用问卷调查、量表测量等研究方法，对于样本和样本量的采用较为恰当，文献中所使用的研究方法具有科学性和可靠性，为国内学者的相关研究提供了科学参考。国内部分学者根据中国样本特征制定了本土化的测量指标，为展开相关研究提供了范本，研究范围和样本的代表性有助于了解研究的普适性和推广性。从目前搜集到的资料来看，虽然国内外学者对于数字囤积行为进行了较为全面的研究，但既有研究主要从心理学、信息科学等学科展开，新闻与传播学科角度展开的研究相对较少，

因此将媒体与心理学结合对数字囤积行为研究是有必要的。

## 2.2 理论基础

### 2.2.1 有限容量模型

#### (1) 有限容量模型的概述

心理学家卡尼曼（Kahneman）在《思考，快与慢》一书中提出人类大脑具有快与慢两种思维，在这个双系统的基础上，媒介心理学家提出“动机性媒介信息处理的有限容量模型”，该模型用来解释人们对具体媒介信息的加工效果（A. Lang, 2017）。在大量研究的基础之上，安妮·朗提出适用于不同媒体、信息、受众与场景且便于人们实时处理媒体信息的一般模型，将其命名为有限容量模型，简称“有限容量”。20世纪80年代以后，注意力被视为“动态过程”，在信息与主体之间均能产生作用（Reeves B, 1985）。

#### (2) 有限容量模型的应用原理

有限容量模型的应用原理如图 2.1 所示。

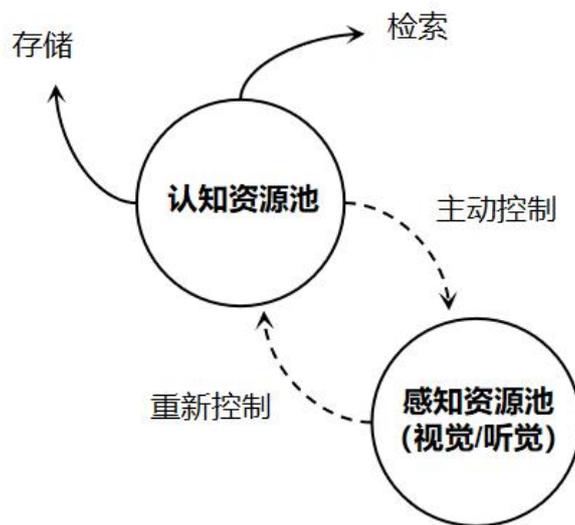


图 2.1 有限容量模型的应用原理

### 2.2.2 SOR 模型

#### (1) SOR 模型的定义

1974年，Mehrabian 和 Russell 在提出“刺激—反应”模型的基础上，通过增加“机体”概念，更新旧有概念，提出“刺激—机体—反应”模型，即 SOR 模型（Stimulus-Organism-Response）（Mehrabian A, 1974）。该模型认为刺激能够引起用户心理变化，心理变化又能通过行动表现出来，SOR 模型如图 2.2 所示。



图 2.2 刺激-机体-反应模型 (SOR 模型)

## (2) SOR 模型的研究应用

朱红灿、胡新等以数据开放平台用户为研究对象，利用 SOR 模型研究持续使用行为（朱红灿等，2018）。此外，郑美玉以 SOR 为模型基础围绕手机图书馆用户持续使用行为的影响机制展开研究（郑美玉，2018）。从本质上来看，社交媒体用户持续的数字囤积行为也在 SOR 模型的应用范围内，因此，本研究可将 SOR 模型作为实证分析的适配模型。

### 2.2.3 使用与满足理论

#### (1) 使用与满足理论的定义

使用与满足理论是一个有关受众对媒介的使用动机的传播理论，属于适度效果理论。该理论帮助媒体从业者更好地了解目标受众，设计更吸引人的内容和传播策略，并且在广告和营销中可以更有针对性地满足受众需求，同时也可以应用于研究社交媒体使用行为和媒体效果评估等领域。总体而言，使用与满足理论为深入了解媒体使用行为和满足感提供了有益的理论支撑。

#### (2) 使用与满足理论的运用

使用与满足理论对于理解社交媒体使用行为非常有用，社交媒体平台为受众提供了满足社交互动、信息获取和娱乐需求的渠道。研究者可以探究用户为何选

择在特定平台上发布内容，以及他们期望从中获得什么样的满足感。本研究采用使用与满足理论作为理论支撑，为后续的社交媒体数字用户数字囤积行为的策略研究做准备。

### 3 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素质性分析

社交媒体在当今社会已经成为人们生活中不可或缺的一部分，尤其是对于青年群体而言，数字囤积行为在职业发展和社交交流中的作用愈发凸显。本研究旨在深入了解社交媒体青年用户数字囤积行为的影响因素，通过半结构化访谈的方式，追踪、挖掘并分析用户在社交媒体平台上数字信息的收集、保存和分享行为。

#### 3.1 研究设计

##### 3.1.1 扎根理论

扎根理论是一种以质性为主导、引入量化的研究方法。在扎根理论的具体应用中，资料收集大多采用经典的质性研究方法，如民族志法、深度访谈法、焦点小组访谈法等等。陈向明在《经典扎根理论：定性和定量数据的应用》中强调的一个要点是：扎根理论既可以使用质性资料，也可以使用定量数据，换句话说，一切都是数据。

本研究采用扎根理论的重要原因是当前关于社交媒体青年用户数字囤积行为的研究比较缺少，对数字囤积行为的研究，更多的是一种量化尺度的探索。扎根理论的研究对象大多来自于现存的社会问题和社会现象，经过开放式编码、主轴编码和选择性编码三层编码的深入分析，可以实现对研究问题的形成机理和影响因素的系统全面的揭示和呈现（吴毅等，2016）。本研究利用半结构式访谈对研究主体展开深度调查，按照自下而上展开获取原始资料、提炼概念、范畴归纳、范畴定义、理论与饱和度检验及建构理论模型的探索性研究流程。

##### 3.1.2 访谈提纲

本研究的访谈提纲分四部分，第一部分是受访者基本信息；第二部分是受访者社交媒体使用情况的了解；第三部分是受访者数字囤积行为的具体表现与管理情况的了解；第四部分是了解引发受访者产生数字囤积行为的影响因素。访谈提纲具体内容见表 3.1。

表 3.1 半结构式访谈提纲的主要内容

访谈主旨	主要访谈内容
基本信息	受访者年龄、职业、学历等
社交媒体使用行为	1.您主要使用哪些社交媒体平台？每个平台的使用频率大概每天多久？ 2.你使用社交媒体的主要目的是什么？是与朋友互动、获取新闻信息，还是其他原因？ 3.在社交媒体上，您更倾向于关注哪些具体类型的内容？
数字囤积行为	1.您平常会进行数字囤积吗？囤积哪方面的信息？囤积的方式是收藏、分享、保存还是其他？ 2.您为什么会进行数字囤积行为？是因为信息有趣、有用，还是因为当下没时间细看就先收藏呢？ 3.您数字囤积过的文件还会使用吗？一般多久才会清理或者使用呢？ 4.您在日常生活中会对数字囤积的文件进行管理吗？请举个例子。
影响因素	1.您的职业对您社交媒体上的数字囤积行为有何具体影响？请举个例子。 2.您身边的同事或上级在社交媒体上的行为是否对您的数字囤积产生过影响？请举个例子。 3.您认为数字囤积行为对您有哪些正面影响？如：信息整理、知识积累、职业发展、工作效率等。 4.您是否认为数字囤积行为对您产生不利影响？如：信息过载感受、心理满足感、焦虑和压力、情感共鸣和连接等。 5.您认为还有其他哪些原因导致你产生数字囤积的现象呢？ 6.您不删除数字文件的原因还有哪些呢？

## 3.2 访谈样本收集与整理

### 3.2.1 访谈对象的选取

数字囤积行为是信息化和大数据时代的产物，目前数字囤积行为的研究尚处于起步阶段，主要集中在大学生、青少年等群体，对组织机构和群体层面的研究仍较缺乏。本研究以迈入社会的已就业青年为研究对象，该群体在社交媒体上的数字囤积行为具有可研究价值，能较好的补充现有研究的空白点。中共中央、国务院印发的《中长期青年发展规划（2016~2025年）》中指出青年的年龄范围是14~35周岁。因本文将研究对象限定为青年，将范围缩小至法律允许工作年龄范围，故本研究将青年的年龄范围划定为18~35周岁。

本研究对访谈样本提出以下5个条件：①年龄满足18~35周岁；②目前在职状态且职业类型分布广泛；③社交媒体的用户；④男女样本尽量相当；⑤了解并发生过数字囤积行为。最终确定符合上述条件的受访对象共28位，受访对象的

特征包括：①年龄较为均匀分布在 18~35 周岁；②分别从事记者、教师、护士、品牌策划、餐饮店经营、公安、剪辑师、证券从业者、银行职员等不同职业；③日常工作、生活中经常使用微信、小红书、抖音、快手、B 站等社交平台；男女样本较为均衡（男 13，女 15）；④在社交媒体上均发生过数字囤积行为。受访者的具体情况如表 3.2 所示。

表 3.2 访谈对象的基本情况

编号	性别	年龄	职业	访谈渠道
01	女	26	幼师	微信聊天
02	女	24	小学教师	电话访谈
03	男	24	网店经营者	视频通话
04	女	25	民生记者	微信聊天
05	女	25	公务员	语音通话
06	男	27	空调维修	电话访谈
07	女	24	品牌策划	语音通话
08	男	35	剪辑师	电话访谈
09	男	31	房屋中介	语音通话
10	男	24	公安	微信聊天
11	女	22	护士	语音通话
12	女	29	美食博主	微信聊天
13	男	27	公务员	语音通话
14	女	23	互联网运营	视频通话
15	女	23	国企职工	语音访谈
16	男	31	高校行政	面对面访谈
17	男	26	财经记者	语音通话
18	女	24	辅导员	语音通话
19	女	25	铁警	语音通话
20	男	33	证券从业者	视频通话
21	男	27	篮球教练	语音通话
22	男	33	银行职员	语音通话
23	女	34	节目主持人	电话访谈
24	女	32	餐饮店经营者	视频通话
25	男	34	快递员	面对面访谈
26	男	28	室内设计	微信聊天
27	女	26	人力资源	语音通话
28	女	24	编导	语音通话

### 3.2.2 访谈过程

本次访谈的总时间跨度为 23 天，由于时空限制，除 2 次访谈采用面对面访谈外，其余访谈均采用微信语音通话、视频通话、微信聊天或电话交谈的访谈方

式。在征得受访者同意的前提下，将访谈过程进行录音及聊天记录保存。最终形成 28 份 Word 文档格式的访谈资料，整理筛选有效文字共 24479 字。

### 3.2.3 访谈信效度

本研究在选取样本时，综合考虑访谈对象的实际情况，比如学历、年龄、工作等等，等到访谈结束后，及时将访谈过程中的录音材料整理成 Word 文本，为后续使用 Nvivo11 质性资料分析软件对原始访谈资料进行编码时，确保结果相对科学。综上所述，本研究在描述性效度、解释性效度和理论性效度方面均符合效度验证的标准。

## 3.3 三级编码结果及饱和度检验

### 3.3.1 开放式编码

本研究通过开放式编码过程，最终提炼出 56 个初始概念和 41 个有效初始范畴，见表 3.3。

表 3.3 开放式编码（部分）

原始语句例证	初始概念	范畴
比较喜欢通过一些社交媒体来了解当前的社会动态以及相关新闻等	获取资讯	信息新颖
网络上的信息量太大了，就是铺天盖地的很多很多信息五花八门，我如果不囤积起来，可能下一次我就找不着了，会有更多的信息把它给淹没	信息冗余	信息过载
我保存的太多了，已经想不起来存过多少了	无差别保存	
在上半年我还处于找工作阶段，就会有意保存、收藏一些关于工作信息的帖子，方便自己快速找到网站入口投递简历	信息可靠性	信息可靠
会收藏微信公众号的文章，会检索与工作相关的学习向、资讯类的内容，把收藏夹看作备忘录	备忘录功能	备忘功能
把我需要的文章给收藏起来，等我需要写材料的时候，我能很快的搜索到相关的一些文章或者材料	收藏检索	收藏功能
平台页面设计的很方便，我就是点个手指头保存的事儿，没有啥负面影响	方便操作	平台界面
除非它占我电脑或者手机太多内存了，我才会专门把它删除	占据内存	存储空间
这些我最经常的方式就是通过收藏的方式，因为这样不会占太多的内存，会比较的省心	节省空间	
存储空间足够大就不会删除，存储成本比较低	存储空间大	存储成本
我喜欢美食，比如我要煲汤，那么我就会去搜索相关的视频，同时将它点赞收藏，这样的话，当我需要的时候，就能迅速的找到这个视频，并且点开它	个人偏好	个人习惯
这个单元完成以后，想给学生做一些小练习，我就直接打开我之前无意间	提高效率	工作效率

浏览之中收藏起来的这些资料，从而来帮助我的工作后续完成		
我在学习相关知识、相关资料的过程，它对于我了解当前的这个教学动态，帮助我进行积累知识，以及未来提高工作效率来说，都是有很多很多有利的方面的	教学思路	工作思路
我在社交媒体上面的这一个浏览还是属于碎片化的时间，在我当下看到了这个对我来说以后也许有帮助的这样一个信息，我可能想的是先收藏一下	信息预判	未来效用
比较好的一些素材，不管是音频呀，视频呀，图片呀，这种素材可能会习惯性的去囤积一下，用于自己以后的这个作品制作中	未来工作需要	工作积累
在我真正在娱乐的时候，我是不想去进行这些深度思考的。所以我会先把它短暂的保藏收藏一下，等到后续有时间了以后，我再再去特地上去看	深度思考	自我效能
过去的这一部分的收集的知识做一次重新整理的整理，就像知识重新输入输出	知识积累	
在DDL之前会囤积非常非常多的资料，但是当这个事情做完了以后，这些资料可能对我来说不再有用，或者是在很长一段时间来，我可能用不上它的时候，我就会对囤积的内容进行清理	目的性	目的导向
自己备有一个备份，相对来说我会更加有安全感一些	安全感	自我满足
在社交媒体上可能更倾向于关注一些比较休闲娱乐方面的内容，比如说一些美食、旅游或者穿搭的视频	兴趣爱好	
不删微信聊天记录，因为记录了和朋友一起度过的时间，会有纪念意义	纪念意义	数字回忆
我觉得和朋友、家人之间的一些聊天记录还是比较值得去记录下来的，因为可能过了五年、十年之后，还保存着这些记录，我觉得还是蛮惊喜的吧	回忆往事	
通过数字囤积我能够记录下我跟朋友的点点滴滴能够保存一些美好的瞬间，不舍得删	记录生活	依恋不舍
发现同事在节目上的配乐、用的网络素材让节目生动有趣，受此启发，我就会把自己觉得好玩的、有趣的内容收藏起来	同事优质作品启发	外在影响
当听到朋友或者同事提到一些我不知道，但是我觉得感兴趣的东西，我会主动的囤积关于这些内容的知识	受他人影响	
我的带教老师习惯积累一些实用的护理操作技巧或专业知识汇总的文件，因此我如果碰到了这种对于工作有帮助的文件我也会习惯性保存	他人习惯的影响	
会害怕这些囤积的数据被清理没办法复原存在一定的依赖性	害怕丢失	信息依赖
存储量太大，清理麻烦就不删除了	整理麻烦	成本耗费
我知道我的微信里面收藏了非常多的东西，但是我一直没有去看，它对我来说反而是一个压力，就是让我知道有一个东西我一直没有做	压力	心理焦虑
现在信息太多了，如果我看到之后没有收藏，害怕后面需要的时候就找不到了	生怕错过	错失焦虑
一方面信息摄入过多，二是不摄入信息会跟不上别人的脚步，二者的矛盾	矛盾情绪	自我矛盾
会收藏保存一些关于我这个职业的不利发言，然后会觉得说的很对，会所以就会感受到一些焦虑和压力	焦虑	情绪认同
阳光积极的女性博主视频，在心情低落的时候会去翻看，给予自己情绪上正向的作用	正向影响	情绪价值
我买了广播剧、小说、音乐，也会存起来不删	付费资源	付费成本
数字囤积行为在我们工作之后必须去适应的，因为我们当下的工作可能会有一些细枝末节的地方，这个时候需要我们去留痕，需要我们去留下记录，在我们对我们工作来说也是非常重要并且必不可少的	记录证明	可查证性

给自己转发需要的内容，与朋友、家人分享与其兴趣相关的内容	社交分享	社交需要
B 站主要观看关注已久的 UP 主，在特定场合下主动在收藏夹中搜索需要的内容，如健身需要用的动感音乐	实用性	实用价值
因为工作性质，不管烦不烦都会一直刷，过去会收藏个人感兴趣的内容、爆点内容，现在会收藏底层逻辑的视频、潜力股的视频，收藏预判具有潜力的视频	工作性质	适应工作
一开始还可以，但是工作时间长了之后，需要被迫去看自己不理解的视频内容，比如快手的受众不是自己	被迫接受	
领导要求我们学习别人的广告创意、想法，学习达人类型，比较烦，理解不了部分博主的视频内容，但是还需要被迫去搜索	领导要求	上级要求
了解品牌的咨询，需要大量的检索内容，大量的着力点，阅读倾向会转变，打开网站、公众号、资讯、抖音、B 站等	创意需要	创意积累
常规爱好、阶段性爱好，会大量搜集相关内容的教学并为之买单，付出实践，看到吃喝玩乐的内容会收藏下来，过后安排时间把相关内容投入实践。	付诸实践	投入实践
但是对于我们美食博主来说，我们会在抖音上点赞一些我们同行的作品，像是礼尚往来	同事互助	人际交往
那这就对于我们专门做美食博主的人来说，为了我们这个职业去点赞收藏，为了养号去点赞的，为了让抖音识别我们的帐号属性而去点赞	工作性质	工作性质
我点赞收藏下来，可以学习模仿，久而久之就把这些东西变成自己的，那么在自己的这个拍摄剪辑文案过程中不自觉的就会有所成长	学习价值	自我成长
比如说我想去旅游，那我之前肯定会做很多的旅游攻略，把一些旅游攻略小红书上面的帖子给收藏起来	与计划相关	未来规划
我们工作的时候会对接很多的商家，会每一个商家会建一个群，所以我们手机里面群很多，微信的聊天记录、拍摄的视频原文件不能删除	客户对接	工作对接
与商家的合作没有完成之前，都是要保留样片的，所以说这就导致我们的手机内存经常不够用	样片保存	工作留档
可能就因为时间久远，就在那儿积灰了，基本上是不会去看的	闲置吃灰	行为特征
因为护理行业需要非常严谨，所以我在囤积时会检查囤积的内容是否有效是否需要，不需要的或错误的会立马清理	及时清理	
过了一定期限就不会用了，比如大学收藏的现在就用不上了	过期失效	
可能想起来它的概率不是很大，基本上都是收藏完就记不住有哪些内容	遗忘不用	
我会对网盘的文件进行分类，也会清理，但是不会定期清理。	不定期清理	
在日常生活中不太会对囤积的数字文件进行管理，因为我也没有强迫症，我就放任不管	放任不管	
热榜的视频会即时收藏、点赞，但是过后不会回看	无差别收藏	
在 B 站上，关注的领域广泛，关注深度视频，收藏夹分门别类、细化管理	细化管理	

### 3.3.2 主轴编码

主轴编码的任务是搭建各个范畴之间的联系，来表现资料中部分之间的有机关联。在对开放式编码得出的 40 个范畴综合考虑观察之后，本研究进一步得到了“信息质量”“信息过载”“技术支持”“工作需要”等 9 个主范畴。具体的

主范畴及范畴内涵如表 3.4。

表 3.4 主轴编码

主范畴	范畴	范畴内涵
信息质量	信息新颖	时效性、新颖性的前沿信息
	信息可靠	信息内容真实可靠
信息过载	信息过载	信息量大、信息传播速度之快导致个体接收信息的处理能力低于获取的信息量，从而引发囤积行为
技术支持	平台界面	社交平台页面设计合理、功能清晰，便于操作
	存储空间	软件自带的云存储、点赞、收藏夹等具有存储功能的空间
	存储成本	智能设备的存储功能逐渐优化、存储空间扩大化，产生囤积行为的成本较低
工作需要	工作留档	工作过程中产生的文件、记录、文档等相关资料进行整理、保存、备份
	工作性质	工作的性质促使个体为满足工作属性要求自发产生的存储行为
	工作对接	不同工作、部门或与客户之间的协同与配合，确保任务衔接顺畅而产生的数字信息的囤积
	上级要求	上级主管或管理者提出的工作任务、期望或规定，需要下属员工按照要求执行，以实现组织目标，使员工产生数字囤积行为
	适应工作	因工作要求被迫关注、了解一些与个人兴趣无关的内容
	可查证性	个体刻意保存工作过程中的数字信息，以留下工作证明材料
	工作积累	个体为未来工作质量的提升产生数字信息囤积的行为
	工作效率	为后续提升工作效率而保存与工作内容相关的数字信息
	工作思路	通过学习、借鉴社交媒体上的优秀工作经验，不断拓宽个体在工作上的方式方法
	人际交往	与同事在社交媒体上就工作相关的数字文件互相点赞、收藏，以达到相互促进的作用
主观规范	付费成本	对在社交媒体上购买的数字信息进行管理保存，如广播剧、音乐等
	外在影响	受朋友、家人、同事的主动分享或行为等影响产生数字囤积行为
	自我满足	大量数字文件的囤积带给个体心理上的满足感
	个人习惯	个体的工作、生活习惯以及偏好
	自我效能	个体为满足个人的兴趣爱好、学习需要及工作生活等而不断囤积数字信息
	耗费精力	由于数字信息整理起来比较繁琐，故而干脆不去整理
情感依恋	情绪价值	个体处于负面情绪时，主动查看曾收藏的数字信息以起到正向指引作用
	情绪认同	主动收藏社交媒体上能引起情感共鸣的数字信息
	社交需要	主动保存或分享家人、朋友、同学感兴趣的数字文件
	数字回忆	数字文件蕴含的纪念意义与情感回忆
感知有用性	依恋不舍	个体难以割舍寄托在社交媒体上的数字文件的情感
	未来效用	个体相信保存的信息在未来会有使用价值，即便当下用处不大
	实用价值	数字信息能够较好的帮助个体实现在工作、生活中的需要
	创意积累	主动收藏具有创新的想法、点子，为后续的工作、学习提供积累
数字囤积行为	自我成长	主动收藏或下载能帮助自己提升在某领域能力的数字信息
	行为特征	个体数字囤积行为过程中产生的积极、消极和无所谓的态度对囤积行为类别产生的影响
心理性影响	心理焦虑	数字文件囤积带来的困扰和存而不阅、存而不管产生的心理压力及焦虑

	错失焦虑	个体因害怕错过重要信息而产生焦虑情绪，从而引发一系列的存储行为
	自我矛盾	个体为适应工作需要不断囤积大量信息与信息爆炸致使个体产生信息厌恶情绪之间的矛盾
行为性影响	投入实践	个体将收藏、保存的内容定期投入实践，提升生活幸福感
	未来规划	在对未来日程进行规划时，在社交媒体上囤积相关数字信息以提升规划效率
	信息依赖	个体对数字信息的依赖而害怕误删数字信息的心理
	备忘功能	个体将社交媒体上的点赞、收藏等功能作为“备忘录”使用
	收藏功能	个体利用社交软件上的收藏功能对囤积的数字信息进行检索
	目的导向	个体按照当下需要完成的任务而产生的数字信息存储行为

### 3.3.3 选择性编码

选择性编码旨在从主范畴中挖掘出核心范畴，以厘清核心范畴间的关系模式并据此建构理论模型。通过分析，从9个主范畴中最终提炼出“青年数字囤积行为的解码”“青年数字囤积行为”“青年数字囤积的调用”这3个核心范畴。如表3.5所示。

表 3.5 选择性编码

类属关系	关系结构	结构内涵
信息质量→数字囤积行为	因果关系	数字信息的质量促使个体产生数字囤积行为
信息过载→数字囤积行为		数字信息数量过多导致个体产生数字囤积行为
技术支持→数字囤积行为		数字技术支持直接诱发个体数字囤积行为
工作需要→数字囤积行为		为实现工作目标而产生数字囤积行为
主观规范→数字囤积行为		个体差异和心理动机因素影响数字囤积行为
情感依恋→数字囤积行为	中介作用	情感依恋会激发个体数字囤积行为
感知有用性→数字囤积行为		个体感知有用性促使数字囤积行为的产生
数字囤积行为→行为性影响	因果关系	个体发生数字囤积行为后存在的潜在后果
数字囤积行为→心理性影响		个体对所囤积的数字信息的调用与处理

### 3.3.4 理论饱和度检验

本研究采用重复验证方法，对“青年用户数字囤积行为的影响因素”进行理论饱和度检验。在访谈环节结束后，重新整理28位访谈对象的访谈内容，并随机从该访谈记录中选择三分之四的文本内容重新进行相应的编码分析，将剩余的内容用于理论饱和度检验。经过检验，剩余访谈记录未能提炼出新颖观点或新颖

类别。因此，可以推出本研究构建的“社交媒体青年用户数字囤积行为理论模型”基本上呈现饱和状态。

### 3.4 模型阐述与研究发现

媒介心理学中“有限容量模式”包括的解码（encoding）、存储（storage）和检索（retrieval）与数字囤积行为的产生紧密相关，具体如图 3.1 所示。

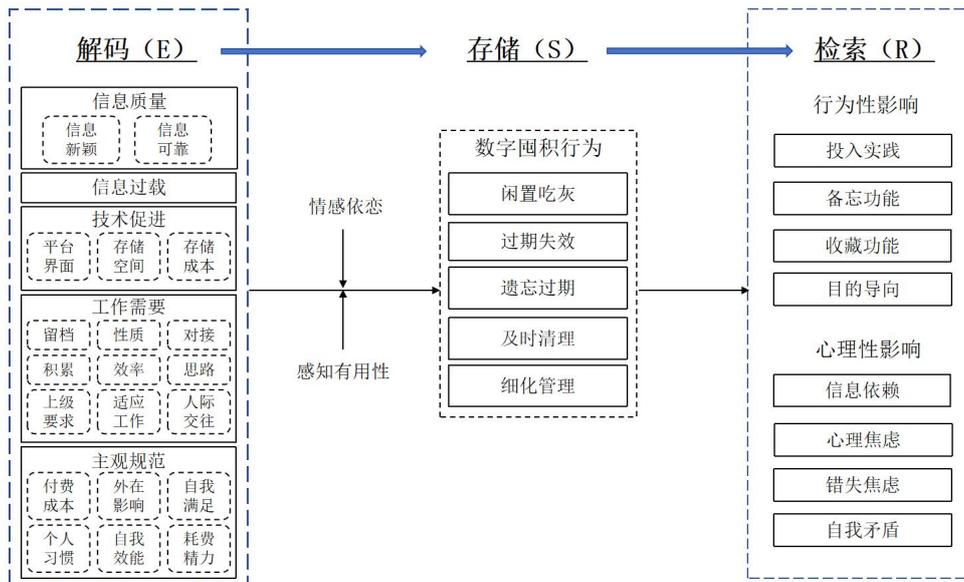


图 3.1 社交媒体青年用户数字囤积行为的影响因素模型

#### 3.4.1 社交媒体青年用户数字囤积行为特征

社交媒体青年用户在数字信息的囤积中，表现出以下五个方面的特征：第一，闲置吃灰。用户倾向于在社交媒体上积累大量信息，但由于疏于整理或没有及时处理，这些信息被闲置而不被有效利用。“作为抖音的元老级用户，从 2017 年开始用到现在收藏的视频，我从来没有整理过，基本上也不会再回头去看，基本上都在收藏夹里闲置吃灰了”。第二，过期失效。用户存储了大量的信息，但由于过后不看导致存储的信息已经失去时效性，比如过时的职业建议或招聘信息，导致信息质量下降，不再对求职产生实际帮助。第三，遗忘不用。用户将积累的数字信息遗忘，对信息进行无差别收藏，致使用户将所囤积的数字信息遗忘，没有及时查看信息。第四，及时处理。部分用户对数字信息进行及时处理，定期整理和更新，以确保保留的信息仍然有效，并能够有针对性地应用于求职或职业发

展,例如,“因为我们护理行业需要非常严谨,所以我在数字囤积时会检查囤积的内容是否有效、是否需要,不需要的或错误的信息我会立马清理”。第五,精细化管理。一些用户在特定的社交媒体平台上采取更为细致的管理方式,将数字信息分类、标签化,以便更快速地检索、分享或应用,提高信息的可管理性和可用性。例如,“因为B站上有些深度视频是值得反复观看的,所以我会把B站上收藏的视频分门别类地进行管理”。以上特征反映了社交媒体青年用户在社交媒体上处理数字信息的习惯和态度,同时也反映此类群体需要合理规划数字信息的使用与管理,以更有效地支持个人职业的发展。

### 3.4.2 社交媒体青年用户数字囤积行为的影响因素

#### 3.4.2.1 信息维度影响数字囤积

信息维度对数字囤积行为具有深远的影响,它塑造了个体对信息的感知、获取和处理方式。在数字化时代,信息呈爆炸性增长,个体面对各类信息时往往受到其维度的引导。信息的来源、质量、时效性等维度直接影响了个体对信息的评估和囤积决策。例如,信息来源的可靠性可能驱使个体更倾向于囤积专业渠道提供的信息,而信息的新颖性可能引发个体对于囤积具有独创性和创新性的内容。因此,理解信息维度在数字囤积中的作用,有助于深入探讨个体在信息社会中的信息行为及其背后的心理和行为动机。

##### (1) 信息质量导致数字囤积

信息质量在数字囤积行为中扮演着关键角色,直接塑造和引导用户在社交媒体等平台上积累、保存和管理数字信息的方式。信息可信度包括信息权威性、信息时效性及信息准确度,信息质量包括信息内容、信息呈现形式、信息影响度、信息关联度及信息价值度(胡媛等,2017)。本研究从信息的新颖性与信息的可靠性两个方面对信息质量进行评价。一方面,信息的新颖性意味着信息具有独特、创新和未知的特质,超越传统观点或已知知识。如“我会关注一些新闻、时事类的,比如想知道一件事情进展的来龙去脉,我会点个赞、点个收藏,然后去看,会追它的下一集”(04),“会与朋友在微信上交流最新的娱乐新闻和社会新闻,聊天记录一般都不会删”(02)。新颖的信息往往以引人注目的标题呈现,能够给用户带来意外之喜,触发愉悦感,使用户更愿意接受和运用这些信息(何建荣

等, 2018)。另一方面, 信息的可靠性是指信息的真实性、准确性和可信度是衡量信息质量的核心。如“经常把微信公众号的文章给收藏了, 而且与工作相关的学习向、资讯类的信息, 好的创意、点子我都会囤起来”(07)。可靠的信息必须是真实的, 也就是反映实际事实而不受歪曲。信息的准确性直接关系到信息的可靠性, 准确的信息意味着它与实际情况相符, 不含有错误或误导。信息的可靠性还受信息来源的影响, 来自可信的、有专业背景或良好信誉的来源的信息更具可靠性, 用户更倾向于信任这些来源, 从而增强信息的可信度和可靠性。如“每天早上坐地铁的时候, 我都会看各个财经新闻推出的公众号或者客户端上的新闻, 我会把看不完的文章收藏起来, 再用碎片化的时间抽空给看了”(17)。在当下信息社会中, 数字信息的更迭速度之快更加强用户对数字信息的要求, 信息具有新颖性和可靠性不仅能提升用户的信心 and 安全感, 还能辅助用户依靠信息应对、解决挑战和变化。

## (2) 信息过载引发数字囤积

当用户面对大量的数字信息而信息处理能力不足时, 往往倾向于将数字信息予以保存、积累而不是及时筛选、清理或管理, 这种信息过载的状态便极易引发数字囤积行为。王琳在研究中提出, 信息过载、信息更新速度过快是导致个体大脑倾向于信息浅层次加工的重要原因, 个体会简单化认为信息具有价值(任冬雪, 2022)。如“现在信息太爆炸了, 如果我刷到跟我的工作、兴趣沾边的视频, 我下意识都会点个赞, 总感觉我后面能再挖掘它的价值”(01)。此外, 用户害怕错过关键信息, 导致对信息的过度获取和保存。“不会因为收藏不看而焦虑, 反而会因为看的不够而焦虑”(08), 这种焦灼因用户受到同事、上级领导的压力, 迫使自己在检索信息时产生囤积行为。为了应对社交期望, 用户会通过保存大量信息, 以充实自己的知识库, 确保在社交场合中能够参与到各种话题中, 如“会与朋友、家人分享跟他们兴趣相关的内容, 对我来说, 这是维系彼此之间感情的一种方式吧”(28)。综合来看, 信息过载对个体的认知、情感和社交层面都带来了压力。个体自身对数字信息的处理超过自身具备的能力, 与家人、朋友感情的维护, 以及在工作过程中受到同事、领导的压力等因素导致个体发生数字囤积行为。然而, 需要注意的是, 数字囤积并非一种理想的应对策略, 因为它可能导致信息的混乱、信息过时性的增加, 最终影响个体的决策效能和信息利用效果。

因此，对于信息过载问题，更有效的解决途径可能是提升信息处理的能力、培养信息素养，以更智慧的方式面对信息涌入的挑战。

#### 3.4.2.2 数字技术驱动数字囤积

平台界面主要是指社交媒体平台的界面设计具备点赞、收藏、下载、转发等功能，便于社交媒体用户操作从而为数字囤积行为的产生提供支持。有受访者表示，“平台界面很方便，我感觉就是点个手指保存的事儿”（14）。除了平台界面，存储空间也是目前影响用户产生数字囤积的因素之一，相较于过去需要借助硬盘、U 盘等外部设备进行数字数据的存储，现在社交媒体自带的云存储、云上传等功能为用户提供了便捷的存储方式，“现在各种 APP 基本上都有收藏功能，我用每个 APP 的目的也不一样，所以会在不同的 APP 上面收藏专门的内容，不仅方便，最重要的是节省空间。”（18）。存储成本低也是用户产生数字囤积行为的重要原因，如“我现在会把微信的收藏当成我的备忘录，我看到好的文章都会收藏起来，过后需要的时候会进行检索”（22）。

#### 3.4.2.3 主观规范影响数字囤积

主观规范在数字囤积行为中扮演着重要的角色，尤其是内部因素影响明显。内部因素是指用户个体的个人习惯、自我效能、自我满足、付费成本及耗费精力。个人习惯即用户个人兴趣偏好、受实物囤积习惯影响、强迫症等。社交媒体青年用户数字囤积行为会受到个体兴趣偏好的影响，如“我喜欢搜集保存好玩有趣的内容，会把它截图保存下来”（24），“我喜欢在小红书上收藏吃喝玩乐、美妆、学习、找工作的信息”（14）。用户自我效能同样影响数字囤积行为，个体接触数字信息的过程中，往往会选择能够提升自身在生活、工作、学习等方面能力的具有实用价值的信息。如“我过去会收藏个人感兴趣的内容、热榜内容，现在会收藏具有潜在价值的视频，就像买股票一样，我会收藏具有底层逻辑的潜力股视频”（07）。自我满足是用户产生数字囤积行为的自发性驱动，用户为了满足自身在某方面的需要做出的囤积行为。如“针对我的职业而言，我会看更多美食视频，因为不同城市的大 V 有更好的拍摄手法、更好的文案，我把它们点赞、收藏下来，我可以学习模仿，久而久之就会把这些东西变成自己的，不自觉地就会有所成长”（12）。付费成本是指用户在社交媒体平台上付费购买的数字信息。付费资源往往会引发社交媒体青年用户的数字囤积，如“我买的广播剧、小说、音

乐等,我都不会删,不仅因为这些内容都是我自己喜欢的,还因为毕竟付了钱嘛”(07)。耗费精力是指用户在对数字信息进行管理时常常考虑的因素之一,如“最主要的原因就是懒得删,囤积的内容太多了,不知道从何下手”(15)。

#### 3.4.2.4 工作需要致使数字囤积

工作需要是导致数字囤积的一个重要原因,主要源于现代职场环境对信息的高需求、快节奏的工作生活和追求效率的压力。在工作过程中,个体为了适应和胜任工作所需,可能会产生数字囤积的行为。个体往往会受到同事、领导及工作本身三个方面的影响而产生数字囤积行为。同事在社交媒体上的某些做法、人际交往需要等会影响个体产生囤积行为,比如“我们有的时候点赞是为了支持对方,而不是因为喜欢他们的作品,或者他们的作品对我们有用,就只是礼尚往来”(12),“有时候发现同事在节目上的配乐、使用的网络素材会让节目更生动有趣,我受此启发,就是自己也会把觉得比较好玩、比较好的东西给积累下来”(04)。此外,上级领导的要求往往也是个体产生数字囤积行为的重要因素。如“领导会要求我们去学习别人的创意、想法,学习达人类型,那我就会去看大量的内容”(08),“我的带教老师习惯积累一些实用的护理操作技巧或专业知识,因此我如果碰到了这种对于工作有帮助的文件我也会习惯性保存”(11)。除了上述的两方面外,工作本身的要求也易引发个体产生数字囤积行为,包括工作性质的要求、工作留档、工作对接、工作积累、工作效率以及工作思路的拓展等方面。比如“作为幼师,我的工作需要进行环境创设,那么我在刷到一些关于环创的帖子之后,我会存下来留着后续用”(01),“我会根据自己已经确定好的主题补充相关的内容,比如冬天可以做哪些手工,那么我会在小红书上搜,合适的笔记我会收藏下来”(28),再比如“如果需要写材料的话,或者是做微信公众号的话,我会收藏一些比较好的文章的推送”(05)。

#### 3.4.2.5 用户个体影响数字囤积

##### (1) 情感依恋激发数字囤积

情感依恋是导致数字囤积的重要原因之一,反映了个体对数字化物品和信息的情感投入和依赖。在现代社会,人们对数字化工具、社交媒体以及个人数字内容的依赖性越来越明显,这种依赖不仅仅是功能性的,更深层次地涉及到情感和情感需求。情感依恋的存在使得个体更倾向于通过数字囤积来满足情感上的需要

和愉悦感。本研究中情感依恋包括情绪价值、情绪认同、社交需要、数字回忆、依恋不舍。社交媒体上的数字信息能为个体带来正向的情绪价值，如“我收藏了一些阳光积极的女性博主视频，在我心情低落的时候会去翻看，给予自己情绪上正向的作用”（28）。“有时候会收藏保存一些关于我这个职业的不利发言，会觉得说的很对，产生很强的情感共鸣”（19），用户情绪认同也会引发数字囤积的产生。此外，社交需要也是数字囤积的重要原因。如“当听到朋友或者同事提到一些我不知道但是我觉得感兴趣的内容，我会主动的去囤积关于这些方面的内容，这也算是为了社交吧”（23）。数字回忆是大多数用户发生数字囤积行为的共同原因。如“微信聊天记录基本上不删，因为觉得记录了和朋友一起度过的时间会有纪念意义”（16）。依恋不舍也是用户囤积数字信息更多是保存照片、聊天记录等具有双向情感表达的数字载体，比如“微信上的照片我都不会清理，因为我想当作一个时间线的记录，用于记录自己的生活轨迹”（20）。总的来说，情感依恋是数字囤积行为的一项驱动力，个体通过数字囤积来延续、表达和强化与数字化物品和信息的情感联系。这种依恋不仅使得数字囤积成为情感满足的手段，也塑造了数字内容对个体情感生活的深刻影响。

## （2）感知有用性促使数字囤积

感知有用性是数字囤积行为的一个重要动因，指个体基于对数字信息的实用性和未来可能的需求，主观地认为这些信息具有潜在价值，因而选择将其囤积起来。这一行为背后反映了个体对信息的管理和利用的期望，以应对未来的需求和挑战。感知有用性包括未来效用、实用价值、创意积累、自我成长。数字信息的未来效用与实用价值是用户发生数字囤积行为的重要原因，如“我会把当下看到的一些信息给收藏起来，总感觉以后能用得到”（18），“工作之前的两三个月，还处于找工作的阶段，可能会担心遗漏掉招聘信息，那我就保存大量的数字文件”（13）。创意积累是指用户主动收藏具有创新的想法、点子，为后续的工作、学习提供积累。如“我现在都把小红书当成是百度百科，因为它里面确实有很多实用的内容，那比如我刷小红书的时候看到很有创意的内容，我会收藏，后面如果有需要的话，我会再翻出来详细地去看”（26）。就自我成长而言，是指用户主动收藏或下载能帮助自己提升在某领域能力的数字信息。比如“我经常在抖音上收藏一些烹饪教学视频，因为我一直想换个赛道尝试一下”（24）。总体而言，

感知有用性是数字囤积行为的内在动机之一，驱使个体选择性地获取、保存和管理信息。这种行为是对信息价值的主观评估，反映了个体对信息的理性利用和未来需求的关注。

### 3.4.3 社交媒体青年用户数字囤积行为的影响后果

#### 3.4.3.1 心理性影响

社交媒体对青年用户数字囤积行为产生的心理性影响是复杂而深远的。这种影响涵盖了用户的情感、认知和行为层面，对个体心理健康和社会交往产生一系列效应，包括：①心理焦虑。数字囤积积累的大量数字信息会增加囤积者认知层面的负担（贾明霞等，2023），从而引发用户心理层面的焦虑感。例如，“我收藏的内容太多了，全部看完是不可能的”（14），“我看到手机软件上收藏的这么多内容，我会有很大压力，就像学习资料一样，买了很多但是没有真正的去学，我就会心理很难受”（16）。②错失焦虑。用户会因害怕错过重要信息而产生焦虑情绪，从而引发一系列的存储行为。例如，“我每天看到的信息太多了，比如我经常刷小红书，我经常会把一些没有仔细看的内容先收藏下来，因为我总害怕后面就刷不到这个内容了”（09）。③自我矛盾。个体为适应工作需要不断囤积大量信息与信息爆炸致使个体产生信息厌恶情绪之间的矛盾。如，“工作时间长了我需要被迫去看自己不理解、不感兴趣的视频内容，比如我不是快手的受众，但是公司的产品会在快手上面投放广告，我就必须得去了解快手的受众、视频特点，那我内心就会很挣扎，最终不得不顺从”（07）。总的来说，社交媒体对青年用户数字囤积行为的心理性影响主要体现在焦虑感、矛盾心理等方面。这些心理影响可能在用户的日常生活、职业发展和社交互动中产生负面效应。

#### 3.4.3.2 行为性影响

社交媒体青年用户数字囤积行为在行为层面产生的影响主要体现在信息利用、信息管理等方面，对个体工作效率和生活质量带来一系列的变化，主要变化为：①对信息利用的影响。部分受访者认为数字囤积行为为工作提供了极大的便利，使他们的工作效率得到提升。例如，“我觉得数字囤积行为对我产生的不利影响并不是很多，因为其实现在就是一个信息过载的时代。那么数字囤积反而能让我在这些过载的信息里面筛选出有用的信息，节省了我的时间，对我来说是一

个筛选的一个结果”（27）。也有受访者表示他们能将收藏的内容投入实践，与生活计划密切捆绑。比如，“我想去旅游的时候，那我之前肯定会做很多的旅游攻略，那我会把小红书上面合适的帖子给收藏起来。然后到那个城市的时候，我就直接从小红书的这个收藏夹里看就行了，而不用现找。”（21），“我会收藏很多的美甲款式，那如果说我要去美甲的时候，直接从我以前收藏过的这些款式里面选一个就行了，不用再从小红书重新搜索节省了很多的时间”（12）。②对信息管理的影响。部分受访者表示他们不会在信息管理上耗费精力。例如，“一般不会去管理，除非是晚上睡不着的时候打发时间清理一下”（18）。可见，青年用户在社交媒体上的数字囤积行为对生活、工作等能产生一定的积极影响。

### 3.5 本章小结

国内现有研究以大学生群体为研究对象，展开数字囤积行为的影响研究以消极影响为主。但有趣的是，本研究中青年在社交媒体上的数字囤积行为以自发性为主，并且与日常生活、工作紧密相关，多数受访者表示为了提高工作效率、工作质量、积累知识等，都离不开数字囤积。整理来看主要受到信息质量、信息过载、技术支持、主观规范、工作需要、情感依恋和感知有用性的影响。访谈结果表明，青年的数字囤积行为整体呈现出偏向积极影响，但是数字囤积对青年在心理、行为两方面产生影响，心理方面的影响包括心理焦虑、错失焦虑和自我矛盾，行为方面的影响主要体现在信息利用、信息管理两个方面，部分受访者能较好的将囤积的数字信息投入实践、与未来规划结合有效利用起来，需要注意的是用户需要克服数字囤积带来的负面效应，将数字囤积产生的效用最大化是本研究需要着重注意的问题。

## 4 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素定量分析

社交媒体已经深刻地改变了社会互动方式，特别是在青年群体中，社交媒体不仅是职业发展的平台，也成为个人生活的重要组成部分。为了更全面地理解社交媒体对青年用户数字囤积行为的影响，本研究旨在通过定量分析方法系统性地揭示相关影响因素，本章将采用定量研究方法，通过问卷调查和数据分析，探讨社交媒体使用对青年数字囤积行为的影响程度，并深入挖掘潜在的影响因素。定量分析的优势在于能够提供大量的数据样本，通过统计方法对变量之间的关系进行客观测量，从而为深入了解数字囤积行为的规律性提供科学依据。通过深入了解数字囤积行为的定量表现，揭示社交媒体在塑造用户行为和思维方式方面的作用，并为未来制定更有针对性的干预和管理策略提供科学依据。

### 4.1 模型与假设

#### 4.1.1 理论模型

采用 SOR 模型（Stimulus-Organism-Response Model）为本研究的理论模型，旨在深入理解社交媒体青年用户数字囤积行为的影响机制。SOR 模型来源于社会心理学，强调外部刺激（Stimulus）对个体生理和心理机制（Organism）的影响，最终引发一系列行为反应（Response）。在社交媒体环境下，外部刺激可能包括来自平台的信息推送、社交互动、以及个体之间的信息分享。个体的生理和心理机制受到这些刺激的影响，形成了对数字囤积行为的态度和认知。最终，这些态度和认知将引导青年用户在社交媒体上的具体行为反应，包括数字信息的收集、保存和分享等。

SOR 模型的应用有助于系统地理解社交媒体对青年用户数字囤积行为的影响链条，揭示了社交媒体刺激如何通过个体的生理心理机制塑造其行为响应。通过强调外部刺激、个体机制和行为反应之间的关系，可以更全面地理解社交媒体使用与数字囤积行为之间的相互作用。本研究将能够深入挖掘社交媒体对用户数字囤积行为产生影响的机制，为今后的干预和管理提供理论支持。根据 SOR 模型，提出社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素初始模型，如图 4.1 所示。

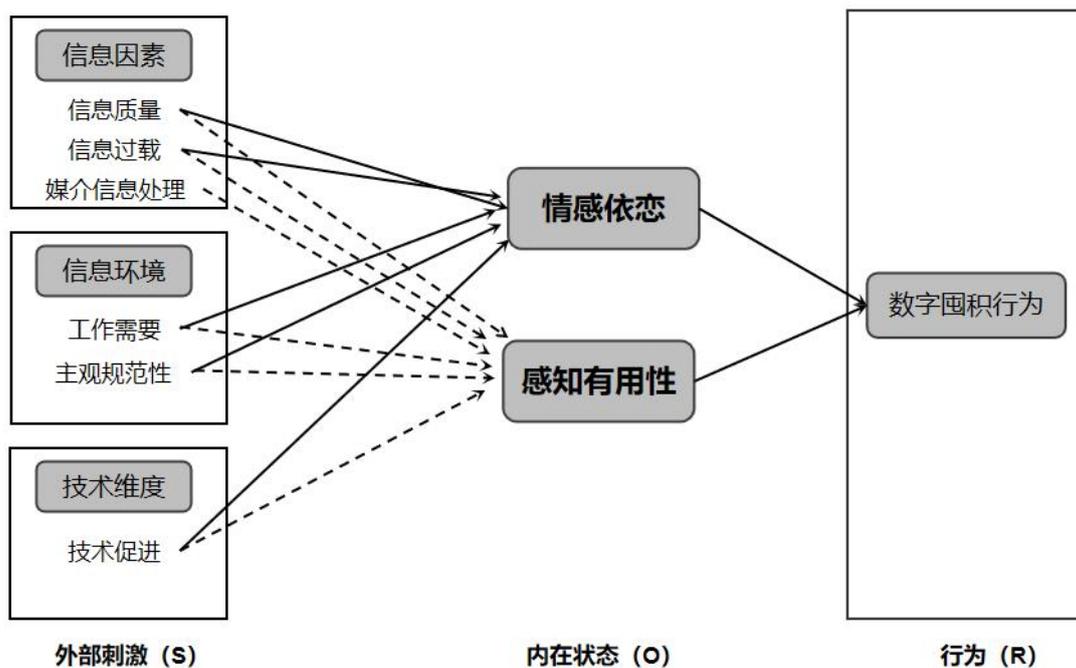


图 4.1 基于 SOR 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素初始模型

### 4.1.2 研究假设

根据前文质性分析结果，本研究结合相关文献中的成熟量表，编写数字囤积行为的量表题项，并且以 SOR 模型为基础，分别从信息、信息技术、信息环境和信息人四个维度阐述因子间的关系，由此提出以下 14 个研究假设：

- 假设 1：信息质量正向影响社交媒体青年用户情感依恋
- 假设 2：信息过载正向影响社交媒体青年用户情感依恋
- 假设 3：技术促进正向影响社交媒体青年用户情感依恋
- 假设 4：工作需要正向影响社交媒体青年用户情感依恋
- 假设 5：媒介信息处理正向影响社交媒体青年用户情感依恋
- 假设 6：主观规范正向影响社交媒体青年用户情感依恋
- 假设 7：信息质量正向影响社交媒体青年用户感知有用性
- 假设 8：信息过载正向影响社交媒体青年用户感知有用性
- 假设 9：技术促进正向影响社交媒体青年用户感知有用性
- 假设 10：工作需要正向影响社交媒体青年用户感知有用性
- 假设 11：媒介信息处理正向影响社交媒体青年用户感知有用性
- 假设 12：主观规范正向影响社交媒体青年用户感知有用性

假设 13: 情感依恋对社交媒体青年用户数字囤积行为起到中介作用

假设 14: 感知有用性对社交媒体青年用户数字囤积行为起到中介作用

## 4.2 问卷设计

为了进一步验证编制问卷的有效性、发现其潜在的错误,本研究问卷发放分为两步,分别是预调查和正式调查。问卷调查的内容包含以下部分:第一部分是卷首语,阐明问卷目的和用途,并对数字囤积行为相关概念进行阐述,通过列举生活中数字囤积的实际例子便于调查对象理解。第二部分是筛选符合条件的被调查者,在“问卷前提测量问项”中,将“您是否为青年(年龄 18-35 岁)是;否(问卷结束,感谢您的参与)?”“到目前为止,您使用社交媒体软件的时间大概有多长?从未使用过(问卷结束,感谢您的参与);选项”“您是否有过上述类似的社交媒体数字囤积经历?有;无(问卷结束,感谢您的参与)”作为是否符合数字囤积者的界定标准对被调查者进行筛选。第三部分是基本信息填写。第四部分是问卷主体。本研究的问卷题项设计是在扎根理论的基础上调整而成的,主要面向社交媒体青年用户展开的调查,调查对象和访谈对象群体保持一致,问项设计尽可能采取生活化、口语化的语句,主要通过网络、好友转发等方式展开。量表变量参考来源见表 4.1。

表 4.1 量表变量及参考来源

潜在变量	编号	测量变量	参考来源
信息质量	ZL1	我倾向于收藏、保存代表新观点、新概念	查先进 <sup>①</sup> 梁文玲 <sup>②</sup>
	ZL2	我倾向于收藏、保存前沿信息	
	ZL3	我收藏、保存的信息是准确的	
	ZL4	我收藏、保存的信息是有价值的	
	ZL5	我收藏、保存的信息能够引起共鸣	
	ZL6	我收藏、保存的信息与兴趣相关	
信息过载	GZ1	我每天接收的信息太多了,来不及看就会先收藏或保存	郭海霞 <sup>③</sup>
	GZ2	个性化推送信息太多,慢慢就囤了大量同类型信息	
	GZ3	节奏快,大多都是感兴趣的便收藏保存了	
技术促进	JS1	社交媒体存储空间大	郭海霞
	JS2	社交媒体信息存储操作简单	

<sup>①</sup> Zha X J, Zhang J C, Yan Y L, et al. Sound information seeking in Web 2.0 virtual communities: the moderating effect of mindfulness[J]. Behaviour & Information Technology, 2015,34(9):920-935

<sup>②</sup> 梁文玲,杨文举.虚拟品牌社区信息质量对社区用户持续参与意愿的影响研究[J].情报杂志, 2016, 35(11):195-201

<sup>③</sup> 郭海霞.网络浏览中的信息偶遇调查和研究[J].情报杂志, 2013,32(4):47-50.

	JS3	社交媒体软件存储成本低	
	JS4	平台界面设计美观, 信息组织呈现形式良好	
工作需要	XY1	因为一些工作要求, 无法删除某些文件	吴旭瑶 黄旭 李静
	XY2	删除某些文件, 意味着需要花费更多时间记忆相关信息	
	XY3	如果删除某些文件, 我会忘记部分关键信息	
	XY4	某些文件是我个人能力的体现	
媒介信息处理	CL1	我能够超越媒介报道的文字表面, 对报道背后所透露的深层含义进行解读	周葆华 陆晔
	CL2	我能对媒介报道提出疑问, 怀疑某些报道或细节的真实准确性	
	CL3	我能够根据自己的知识、判断等提出独立见解	
	CL4	我能够对新闻报道进行“校验”	
主观规范	ZG1	我收藏或保存的信息方便跟朋友分享以及联络感情	蒋冠裙 <sup>①</sup> 郭宇 <sup>②</sup>
	ZG2	我收藏或保存的信息是领导建议我看的	
	ZG3	我不断收藏或保存电子资料, 唯恐落后于人	
情感依恋	YL1	某些文件提供我情感上的慰藉	吴旭瑶 黄旭 李静
	YL2	删除某些文件, 我仿佛失去了一位朋友	
	YL3	删除某些文件, 意味着切断了与朋友之间的联系	
	YL4	删除某些文件意味着失去生命的一部分	
	YL5	删除某些文件, 仿佛失去了与过去的部分联系	
	YL6	删除某些文件, 意味着失去了一个宝贵的机会	
感知有用性	YY1	我强烈地感到我保存地信息将来会去使用	张艳伟 <sup>③</sup>
	YY2	我认为我保存的信息在未来有使用价值	
	YY3	我认为即使长期存储依旧可以挖掘出其蕴含的巨大价值	
数字囤积行为	XW1	我发现删除旧的或未使用的文件非常困难	Neave
	XW2	如果我删除了某些文件, 事后我会感到不安	
	XW3	我不知道我有多少电子文件	
	XW4	数字信息太多, 我很难找到某个信息	
	XW5	我收藏或保存的信息大多闲置吃灰	

### 4.3 预调查

本研究在预调查阶段, 共发放试行问卷 106 份, 回收有效问卷 92 份。为了使问卷更具有科学性、合理性, 对预调查问卷结果进行分析, 将不合理问题剔除, 以确保问卷设计的严谨性。本研究基于 SPSS26.0 对样本进行统计, 如表 4.2 所示。

① 蒋冠裙. 浅议新媒体时代如何促进读者信息偶遇[J]. 图书馆研究, 2015, 45(5):116-118.

② 郭宇, 王晰巍, 李婧雯等. 新媒体环境下移动学习用户信息共享行为研究[J]. 图书情报工作, 2017, 61(15):34-42.

③ 张艳伟. 微信平台中信息共享行为的影响因素研究[D]. 北京: 北京邮电大学, 2015:48-50.

表 4.2 预调查样本描述性统计

变量	选项	频率	百分比 (%)
性别	男	39	42.4
	女	53	57.6
年龄	18-22	23	25.0
	22-26	40	43.5
	26-30	20	21.7
	30-35	9	9.8
受教育程度	初中及以下	12	13.0
	高中或中专	33	35.9
	大专或本科	33	35.9
	硕士及以上	14	15.2
职业	专业人士（教师、医生、律师等）	14	15.2
	服务业人员（餐饮服务人员、司机、售货员等）	14	15.2
	自由职业者（作家、网络主播、摄影师等）	15	16.3
	工人（工厂工人、建筑工人、城市环卫工人等）	17	18.5
	公司职员	11	12.0
	事业单位/公务员/政府工作人员等	17	18.5
	个体工商户	4	4.3
平均每日使用社交媒体时长	2 小时以内	25	27.2
	2-4 小时	36	39.1
	4-6 小时	18	19.6
	6 小时以上	13	14.1

由表 4.2 可知，性别层面，男性 39 人，女性 53 人；年龄分布情况，22~26 岁群体样本量最多，占总样本的 43.5%，其次是 18~22 岁样本，占总样本的 25%，26~30 样本次之，占总样本 21.7%，占比最少的是 30~35 岁样本，只占总样本 9.8%；受教育程度方面，高中或中专、大专或本科学历的样本量并列最多，分别占总样本的 35.9%，其次是硕士及以上学历的样本，占总样本 15.2%，最少的是初中及以下学历的样本，占总样本 13.0%；职业方面，除了个体工商户样本最少，占总样本的 4.3%以外，专业人士、服务业人员、工人、公司职员、事业单位职业的样本分布较为均匀，占总样本介于 12%~18.5%；平均每日使用社交媒体时长方面，每日使用时长在 2~4 小时的样本最多，占总样本的 39.1%，其次是每日使用时长在 2 小时以内的样本，占总样本的 27.2%，每日使用时长在 4~6 小时的样本次之，占总样本的 19.6%，每日使用时长在 6 小时以上的样本最少，占总样本 14.1%。

### 4.3.1 信度分析

本研究采用克隆巴赫系数法对社交媒体青年用户数字囤积行为量表进行信度检验。问卷预调查克隆巴赫系数为 0.892，大于 0.8，表明该问卷量表整体上较为稳定、可靠，具体结果如表 4.3 所示。

表4.3 预调查量表信度检验结果

变量	克隆巴赫 Alpha	项数
问卷整体	0.892	38

### 4.3.2 效度分析

为验证初始问卷维度设计的准确性，本研究采用因子分析法对各变量和指标进行 KMO 和 Bartlett 球形检验，测量结果如表 4.4 所示。

表 4.4 预调查量表效度检验结果

KMO 取样適切性量数		0.745
巴特利特球形度检验	近似卡方	2392.803
	自由度	703
	显著性	0.000

通常来说，KMO 值在 0.7 以上说明效果尚可，0.5 以下则不适合做因子分析，需要重新社交量表题项。表 4.4 为进行 KMO 和 Bartlett 球形检验的结果，本次测量的总量表 KMO 为  $0.745 > 0.7$ ，Bartlett 球形检验近似卡方值为 2392.803， $p=0.000 < 0.1$ ，表明该问卷可以进行因子分析，具有良好的效度。

## 4.4 正式调查

### 4.4.1 描述性分析

本研究共回收问卷 437 份，剔除无效问卷 26 份，共获得有效问卷 411 份，有效问卷回收率 94.05%。

#### 4.4.1.1 样本基础信息描述性分析

对有效问卷进行整理和分析，得到调查对象的基本信息，样本具体情况见表 4.5。

表 4.5 样本人口统计变量描述性统计 (n=411)

变量	选项	频率	百分比 (%)
----	----	----	---------

性别	男	177	43.1
	女	234	56.9
年龄	18-22	102	24.8
	22-26	169	39.4
	26-30	84	20.4
	30-35	63	15.3
受教育程度	初中及以下	65	15.8
	高中或中专	140	34.1
	大专或本科	138	33.6
	硕士及以上	68	16.5
职业	专业人士（教师、医生、律师等）	69	16.8
	服务业人员（餐饮服务人员、司机、售货员等）	67	16.3
	自由职业者（作家、网络主播、摄影师等）	63	15.3
	工人（工厂工人、建筑工人、城市环卫工人等）	69	16.8
	公司职员	65	15.8
	事业单位/公务员/政府工作人员等	48	18.5
	个体工商户	30	11.7
平均每日使用社交媒体时长	2小时以内	121	29.4
	2-4小时	143	34.8
	4-6小时	84	20.4
	6小时以上	63	15.3

#### 4.4.1.2 量表的描述性分析

本研究利用 SPSS26.0 对问卷变量的各个题项进行分析统计，统计结果见表 4.6。

表 4.6 量表变量的描述性统计

维度	测量题项	个案数	平均值	标准差	偏度	峰度
信息质量	ZL1	387	3.87	1.203	-1.014	0.150
	ZL2	387	3.96	1.162	-1.265	0.830
	ZL3	387	3.9	1.165	-1.068	0.407
	ZL4	387	3.98	1.101	-1.146	0.594
	ZL5	387	3.87	1.185	-1.029	0.267
	ZL6	387	3.87	1.146	-1.046	0.362
信息过载	GZ1	387	3.82	1.272	-0.976	-0.134

	GZ2	387	3.86	1.245	-1.116	0.244
	GZ3	387	3.86	1.196	-1.096	0.387
技术促进	JS1	387	3.93	1.211	-1.033	0.105
	JS2	387	3.91	1.193	-1.228	0.661
	JS3	387	3.93	1.145	-1.100	0.467
	JS4	387	3.96	1.135	-1.144	0.525
工作需要	XY1	387	3.84	1.210	-0.971	-0.001
	XY2	387	3.89	1.225	-1.155	0.359
	XY3	387	3.90	1.198	-1.019	0.130
	XY4	387	3.91	1.109	-0.969	0.127
媒介信息 处理	CL1	387	3.92	1.215	-1.145	0.370
	CL2	387	3.85	1.131	-1.113	0.578
	CL3	387	3.93	1.150	-1.125	0.548
	CL4	387	3.93	1.158	-1.126	0.466
主观规范	ZG1	387	3.75	1.288	-0.848	-0.405
	ZG2	387	3.75	1.297	-1.031	-0.076
	ZG3	387	3.84	1.252	-0.957	-0.146
情感依恋	YL1	387	3.85	1.217	-1.024	0.095
	YL2	387	3.91	1.181	-1.182	0.580
	YL3	387	3.97	1.169	-1.153	0.482
	YL4	387	3.92	1.143	-1.108	0.420
	YL5	387	3.89	1.167	-1.038	0.245
	YL6	387	3.90	1.137	-1.03	0.282
感知 有用性	YY1	387	3.90	1.177	-0.929	-0.038
	YY2	387	3.93	1.153	-1.253	0.858
	YY3	387	3.94	1.082	-1.045	0.50
数字囤积 行为	XW1	387	3.87	1.204	-1.006	0.080
	XW2	387	3.81	1.210	-1.104	0.325
	XW3	387	3.87	1.221	-1.058	0.181

	XW4	387	3.95	1.164	-1.092	0.301
	XW5	387	3.88	1.210	-1.053	0.144

通过对社交媒体青年用户数字囤积行为量表进行描述性统计分析,得到平均值、标准差、偏度、峰度等数据。本研究采用 Likert5 点计分法,中间值为 3,由表所示,社交媒体数字囤积行为所有题项的平均值分布高于 3 分,说明社交媒体青年用户对数字囤积行为的测量题项整体上呈认同态度。以上所有题项的偏度系数、峰度系数的绝对值全都小于 2,这表明问卷调查回收的有效样本数据具有较好的正态分布,进一步说明适合进行结构方程模型分析。

#### 4.4.2 信度分析

在对问卷进行调整之后对回收的有效问卷进行分析,利用 SPSS26.0 检验问卷的 Alpha 值,检验结果如表 4.7 所示。

表4.7 量表信度检验结果

变量	克隆巴赫 Alpha	项数
整体量表	0.903	38
信息质量	0.921	6
信息过载	0.886	3
技术促进	0.899	4
工作需要	0.899	4
媒介信息处理	0.899	4
主观规范	0.897	3
情感依恋	0.928	6
感知有用性	0.850	3
数字囤积行为	0.923	5

由表 4.7 可知,量表的总体信度大于 0.9,信息质量、情感依恋以及数字囤积行为的信度均大于 0.9,信息过载、技术促进、工作需要、媒介信息处理、主观规范和感知有用性的量表信度均大于 0.85,以上可以说明量表的信度良好。

#### 4.4.3 效度分析

##### 4.4.3.1 探索性因子分析

本研究通过 SPSS26.0 对量表的各类题项进行 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)

及 Bartlett 球形检验，当变量的 KMO 值大于 0.6， $p < 0.05$  时，表明适合进行因子分析。因此，表 4.8 即采用因子分析法对社交媒体青年用户的数字囤积量表的结构效度的检验结果。

表4.8 量表效度检验结果

变量	KMO 取样适切性量数	Bartlett 检验 P 值
整体量表	0.877	0.000***
信息质量	0.926	0.000***
信息过载	0.745	0.000***
技术促进	0.847	0.000***
工作需要	0.849	0.000***
媒介信息处理	0.841	0.000***
主观规范	0.751	0.000***
情感依恋	0.924	0.000***
感知有用性	0.724	0.000***
数字囤积行为	0.899	0.000***

注：\*\*\*，\*\*，\*分别表示在 1%，5%和 10%水平上的显著性，下同。

本次测量的总量表 KMO 值为  $0.877 > 0.7$ ， $P = 0.000 < 0.1$ ，表明可以进行因子分析。信息质量、情感依恋量表 KMO 值均大于 0.9， $P = 0.000 < 0.1$ ；技术促进、工作需要、媒介信息处理和数字囤积行为的 KMO 值均大于 0.8， $P = 0.000 < 0.1$ ，信息过载、主观规范和感知有用性量表 KMO 值均在 0.7 以上，表明可进行因子分析。

经过 Bartlett 检验的量表，利用主成分分析法进行因子分析，分析结果由表 4.9 可知，由碎石图（图 4.2）结合特征值大于 1 的方法可确定因子个数为 9，9 个公因子结构可解释总方差的 76.822%。

表4.9 总方差解释

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百 分比	累积 %	总计	方差百 分比	累积 %	总计	方差百 分比	累积 %
1	8.480	22.315	22.315	8.480	22.315	22.315	4.483	11.797	11.797
2	3.483	9.166	31.481	3.483	9.166	31.481	4.369	11.497	23.294
3	3.292	8.663	40.144	3.292	8.663	40.144	3.872	10.189	33.484
4	2.806	7.385	47.530	2.806	7.385	47.530	3.087	8.122	41.606
5	2.673	7.035	54.565	2.673	7.035	54.565	3.086	8.121	49.727
6	2.580	6.790	61.354	2.580	6.790	61.354	3.076	8.095	57.823
7	2.175	5.722	67.077	2.175	5.722	67.077	2.492	6.558	64.380
8	1.967	5.177	72.254	1.967	5.177	72.254	2.427	6.388	70.768
9	1.736	4.569	76.822	1.736	4.569	76.822	2.301	6.055	76.822
10	0.475	1.249	78.071						

11	0.458	1.205	79.276
12	0.441	1.160	80.436
13	0.422	1.110	81.546
14	0.400	1.053	82.599
15	0.395	1.040	83.639
16	0.384	1.011	84.650
17	0.366	0.964	85.614
18	0.360	0.949	86.562
19	0.352	0.927	87.489
20	0.344	0.906	88.396
21	0.324	0.853	89.249
22	0.316	0.833	90.082
23	0.312	0.821	90.903
24	0.293	0.771	91.673
25	0.289	0.760	92.433
26	0.277	0.728	93.161
27	0.271	0.713	93.874
28	0.258	0.680	94.554
29	0.253	0.667	95.221
30	0.242	0.637	95.858
31	0.235	0.617	96.475
32	0.226	0.593	97.068
33	0.212	0.558	97.626
34	0.207	0.545	98.171
35	0.197	0.518	98.689
36	0.176	0.463	99.152
37	0.170	0.447	99.599
38	0.152	0.401	100.000

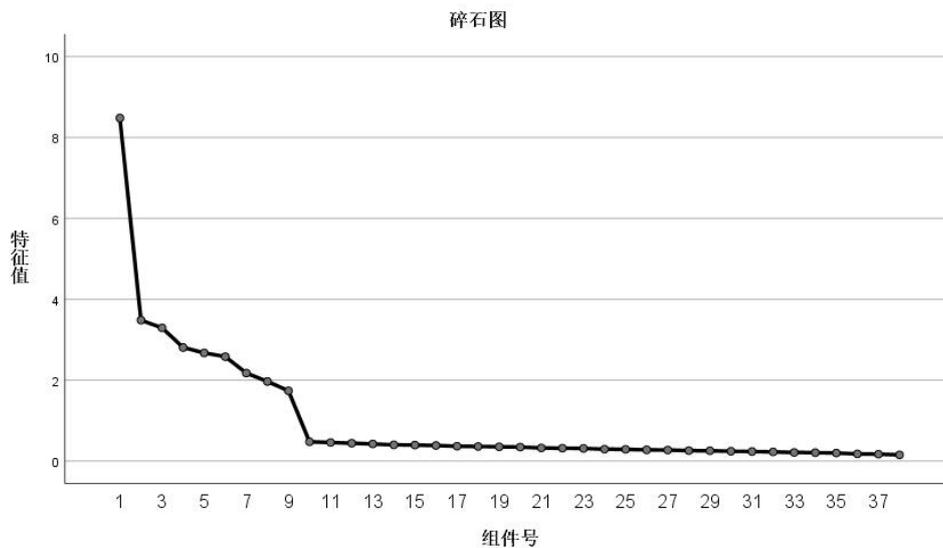


图4.2 碎石图

表4.10 旋转后的成分矩阵

测量题项	成分								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ZL1	0.144	<b>0.836</b>	0.046	0.064	0.061	0.050	0.049	0.042	-0.009
ZL2	0.035	<b>0.853</b>	0.084	0.021	0.098	0.045	0.040	0.034	0.080
ZL3	0.134	<b>0.816</b>	0.156	0.087	-0.031	0.033	0.041	0.048	0.071
ZL4	0.083	<b>0.836</b>	0.084	0.083	0.058	0.061	0.021	0.048	0.087
ZL5	0.046	<b>0.807</b>	0.085	0.057	0.105	0.071	0.006	0.043	0.053
ZL6	0.074	<b>0.823</b>	0.001	0.069	0.023	0.049	0.109	0.050	0.087
GZ1	0.087	0.070	0.086	0.043	0.120	0.071	0.030	<b>0.882</b>	0.104
GZ2	0.079	0.063	0.048	-0.005	0.099	0.030	0.099	<b>0.880</b>	0.114
GZ3	0.124	0.099	0.070	0.105	0.089	0.065	0.102	<b>0.856</b>	0.081
JS1	0.095	0.056	0.090	0.037	-0.024	<b>0.846</b>	0.046	0.057	0.037
JS2	0.121	0.052	0.048	0.059	0.026	<b>0.878</b>	0.047	0.012	0.064
JS3	0.117	0.064	0.024	0.024	0.058	<b>0.862</b>	0.025	0.086	0.006
JS4	0.139	0.106	0.052	0.085	0.073	<b>0.849</b>	0.061	0.011	0.012
XY1	0.077	0.033	0.074	<b>0.861</b>	0.060	0.091	-0.006	0.030	0.003
XY2	0.103	0.149	0.058	<b>0.864</b>	0.048	0.055	0.026	0.064	0.066
XY3	0.068	0.060	0.042	<b>0.857</b>	0.080	0.051	0.015	0.012	0.077
XY4	0.102	0.105	0.084	<b>0.852</b>	0.086	0.007	0.049	0.038	0.050
CL1	0.090	0.098	0.153	0.034	<b>0.861</b>	0.009	0.072	0.055	0.043
CL2	0.083	0.077	0.041	0.066	<b>0.858</b>	0.045	0.045	0.060	0.099
CL3	0.153	0.062	0.121	0.102	<b>0.818</b>	0.072	0.074	0.100	0.068
CL4	0.095	0.053	0.122	0.085	<b>0.852</b>	0.011	0.030	0.107	0.074
ZG1	0.103	0.109	0.055	0.037	0.061	0.039	<b>0.889</b>	0.075	0.088
ZG2	0.117	0.058	0.004	0.012	0.083	0.085	<b>0.885</b>	0.103	0.098
ZG3	0.078	0.062	0.048	0.028	0.062	0.050	<b>0.895</b>	0.048	0.035
YL1	<b>0.846</b>	0.126	0.107	0.083	0.076	0.101	0.066	0.022	0.052
YL2	<b>0.849</b>	0.077	0.040	0.036	0.066	0.089	0.065	0.061	0.061
YL3	<b>0.829</b>	0.074	0.068	0.076	0.073	0.092	0.033	0.042	0.062
YL4	<b>0.832</b>	0.088	0.087	0.041	0.124	0.105	-0.015	0.048	0.080
YL5	<b>0.835</b>	0.091	0.027	0.107	0.030	0.072	0.086	0.095	0.033
YL6	<b>0.818</b>	0.068	0.063	0.058	0.090	0.076	0.113	0.066	0.018
YY1	0.076	0.069	0.115	0.081	0.106	0.042	0.059	0.064	<b>0.855</b>
YY2	0.071	0.154	0.030	0.044	0.095	0.013	0.108	0.101	<b>0.860</b>
YY3	0.108	0.101	0.065	0.064	0.066	0.059	0.054	0.129	<b>0.824</b>
XW1	0.074	0.072	<b>0.839</b>	0.067	0.112	0.028	0.030	0.045	0.053
XW2	0.080	0.133	<b>0.860</b>	0.036	0.065	0.036	0.017	0.027	0.062
XW3	0.051	0.037	<b>0.861</b>	0.079	0.112	0.054	-0.013	0.032	-0.011
XW4	0.050	0.122	<b>0.852</b>	0.022	0.107	0.072	0.044	0.031	0.082
XW5	0.109	0.068	<b>0.871</b>	0.070	0.045	0.040	0.045	0.085	0.049

旋转后的成分矩阵见表 4.10。本研究利用主成分分析法估计因子载荷矩阵，使用最大方差法正交旋转法对数据进行旋转分析，以便找出因子和研究项的对应关系，各变量题项的因子载荷均在 0.5 以上，表明变量之间具有良好的关联性。

### 4.4.3.2 验证性因子分析

探索性因子的结果主要划分结构清晰的核心因子，揭示各变量之间的内在结构。对信息质量、信息过载、技术促进、工作需要、媒介信息处理及主观规范 6 个潜变量进行验证性因子分析，因子载荷数值及模型拟合度指标见图 4.3 及表 4.11。由分析结果可知，各潜变量间的相关性不强，该模型效度水平较差，不适合进行二阶验证性因子分析。

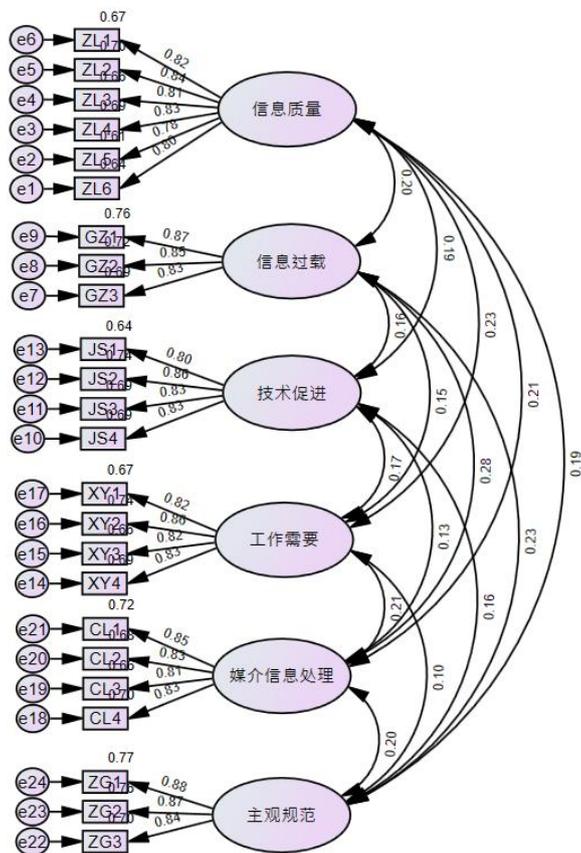


图 4.3 因子载荷数值图

表 4.11 一阶验证拟合指标

项目	指标名称	数值	评价标准
绝对拟合指标	CMIN/DF	1.048	<3.0
	RMR	0.039	<0.05

	RMSEA	0.011	<0.05<0.08 (<0.05 优良, <0.08 良好)
相对拟合指标	IFI	0.998	>0.9
	TLI	0.998	>0.9
	CFI	0.998	>0.9
	PGFI	0.753	>0.5
简约拟合指标	PNFI	0.825	>0.5
	PCFI	0.857	>0.5

接下来对信息质量、信息过载、技术促进等 9 个潜变量进行验证性因子分析。验证性因子分析要求模型的 CMIN/DF<3, RMSEA 值<0.05, 由分析结果可知, 本研究模型的 CMIN/DF 为 1.048 小于 0.3, RESEA 值为 0.039 明显小于 0.05, 其余指标 IFI、TLI、CFI 等值均大于临界值 0.9。可知, 本研究构建的社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素的验证性因子模型整体上具有良好的适配性, 见图 4.4 和表 4.12。

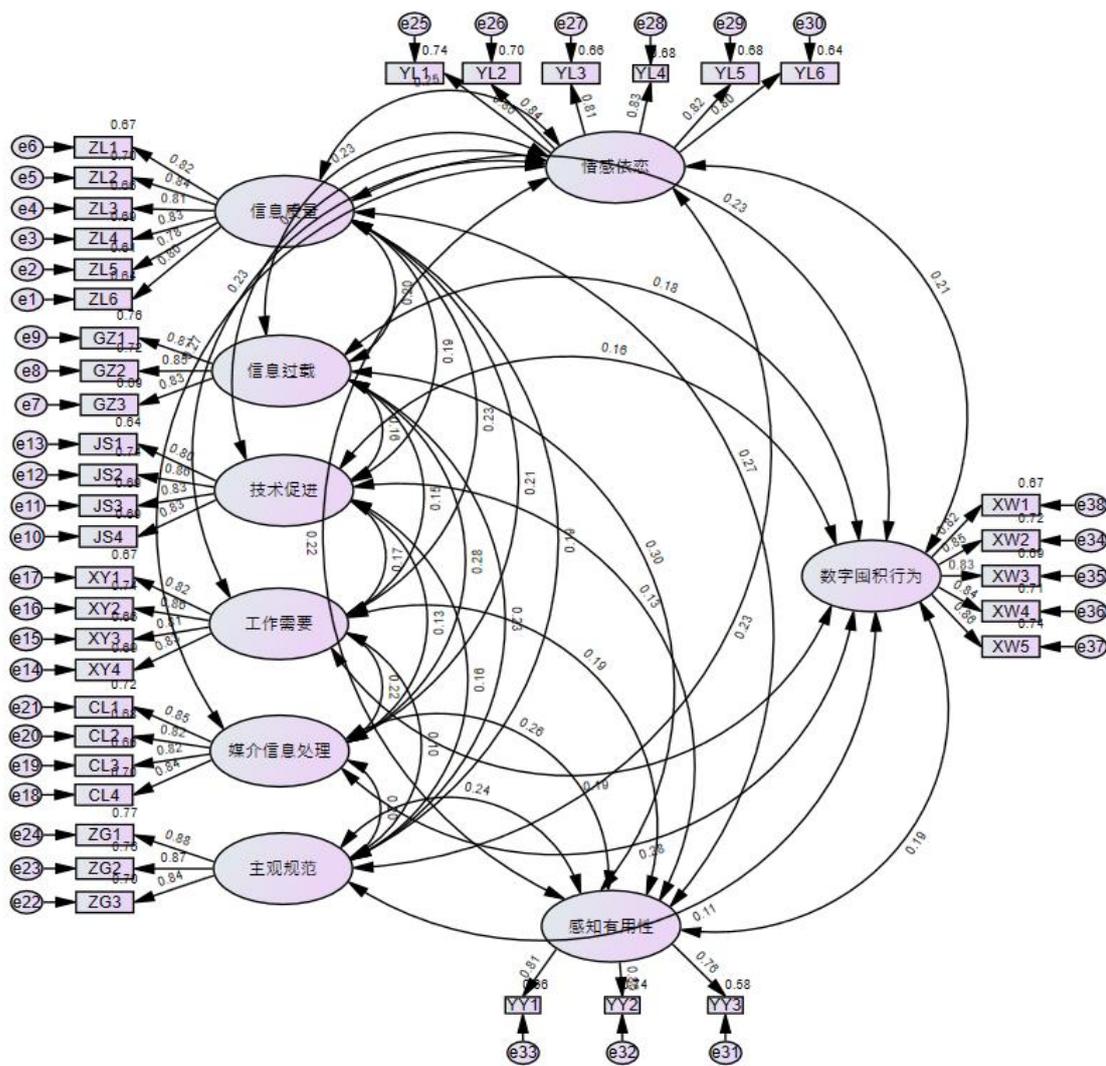


图 4.4 结构方程模型

表 4.12 验证性因子分析

项目	指标名称	数值	评价标准
绝对拟合指标	CMIN/DF	1.08	<3.0
	RMR	0.04	<0.05
	RMSEA	0.014	<0.05<0.08 (<0.05 优良, <0.08 良好)
相对拟合指标	IFI	0.995	>0.9
	TLI	0.994	>0.9
	CFI	0.995	>0.9
简约拟合指标	PGFI	0.785	>0.5
	PNFI	0.838	>0.5
	PCFI	0.890	>0.5

4.4.3.3 收敛效度分析

本研究通过标准载荷系数、组合信度、平均方差抽取率来测量样本的收敛效度，如表 4.13 所示。

表 4.13 收敛效度分析结果

因子	测量指标	标准载荷系数	AVE 值	CR 值
信息质量	ZL1	0.82	0.661	0.921
	ZL2	0.836		
	ZL3	0.814		
	ZL4	0.83		
	ZL5	0.78		
	ZL6	0.797		
信息过载	GZ1	0.872	0.723	0.887
	GZ2	0.849		
	GZ3	0.829		
技术促进	JS1	0.799	0.692	0.8996
	JS2	0.863		
	JS3	0.831		
	JS4	0.832		
工作需要	XY1	0.819	0.691	0.8995
	XY2	0.862		
	XY3	0.815		
	XY4	0.829		
媒介信息处理	CL1	0.85	0.691	0.8993
	CL2	0.824		
	CL3	0.815		
	CL4	0.835		

主观规范	ZG1	0.877	0.744	0.897
	ZG2	0.872		
	ZG3	0.838		
情感依恋	YL1	0.858	0.684	0.929
	YL2	0.839		
	YL3	0.811		
	YL4	0.827		
	YL5	0.825		
	YL6	0.802		
感知有用性	YY1	0.811	0.657	0.852
	YY2	0.859		
	YY3	0.759		
数字囤积行为	XW1	0.818	0.707	0.923
	XW2	0.846		
	XW3	0.833		
	XW4	0.843		
	XW5	0.862		

由表 4.13 可知，各因子的标准载荷均大于 0.6，显著性明显，9 个测量指标对应的 AVE 值均大于 0.5，且 CR 值均超过 0.7，表明本研究回收的有效问卷的数据具有良好的聚合效度。

#### 4.4.3.4 区分效度分析

区分效度（Discriminant validity）是构思效度的又一个证据。本研究采用平均方差提取量的算术平方根作为标准，如果平均方差根提取量的算术平方根大于各个变量之间的相关系数，则表明区分效度良好。区分效度分析结果见表 4.14。

表 4.14 区分效度分析

	信息质量	信息过载	技术促进	工作需要	媒介信息处理	主观规范	情感依恋	感知有用性	数字囤积行为
信息质量	0.813								
信息过载	0.420	0.850							
技术促进	0.400	0.389	0.832						
工作需要	0.437	0.373	0.379	0.831					
媒介信息处理	0.425	0.515	0.348	0.437	0.831				
主观规范	0.423	0.489	0.402	0.315	0.448	0.863			

情感依恋	0.493	0.489	0.532	0.471	0.519	0.502	0.827		
感知有用性	0.445	0.495	0.319	0.378	0.455	0.455	0.435	0.811	
数字囤积行为	0.468	0.432	0.387	0.417	0.417	0.351	0.475	0.401	0.841

由表 4.14 可知，信息质量、信息过载等 9 个平均方差根提取量的算数平方根全部都大于 0.8，且均大于其每个平均方差根所在行与列的相关系数，因此本研究的调查问卷各变量之间具有较好的区分效度。

#### 4.4.3.5 结构方程模型检验

经过以上验证性因子分析，利用 AMOS 软件对构建了社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素模型，AMOS 模型如图 4.5 所示。

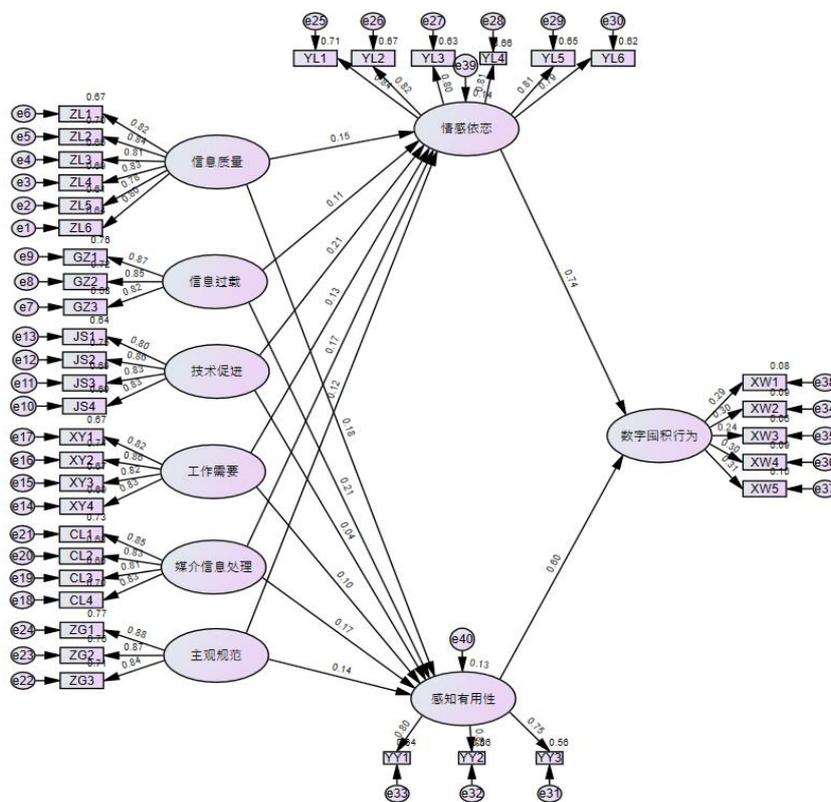


图 4.5 AMOS 模型

本研究采用极大似然法分析结构模型的相关参数，从表 4.15 可以看出，CMIN/DF 自由度比值为 2.135，RMSEA 实际值为 0.038，均符合衡量标准。IFI、TLI、CFI 实际值分别为 0.933、0.929、0.933，均达到评价标准。

表 4.15 初始模型拟合度指标

指标名称	数值	评价标准
CMIN/DF	2.135	<3.0

RMR	0.038	<0.05
RMSEA	0.055	<0.05<0.08 (<0.05 优良, <0.08 良好)
IFI	0.933	>0.9
TLI	0.929	>0.9
CFI	0.933	>0.9
PGFI	0.732	>0.5
PNFI	0.831	>0.5
PCFI	0.88	>0.5

接下来,本研究采用 AMOS 对研究假设进行路径分析,考察路径系数、标准化误差 (S.E.) 以及显著 P。本研究的路径分析如表 4.16 所示。

表 4.16 研究路径

路径关系		Estimate	S.E.	C.R.	P
情感依恋	<--- 信息质量	0.157	0.058	2.716	0.007
情感依恋	<--- 信息过载	0.107	0.055	1.963	0.05
情感依恋	<--- 技术促进	0.219	0.056	3.922	***
情感依恋	<--- 工作需要	0.14	0.057	2.439	0.015
情感依恋	<--- 媒介信息处理	0.17	0.056	3.052	0.002
情感依恋	<--- 主观规范	0.116	0.05	2.301	0.021
感知有用性	<--- 信息质量	0.156	0.05	3.097	0.002
感知有用性	<--- 信息过载	0.168	0.048	3.511	***
感知有用性	<--- 技术促进	0.03	0.048	0.633	0.527
感知有用性	<--- 工作需要	0.087	0.049	1.766	0.077
感知有用性	<--- 媒介信息处理	0.139	0.048	2.887	0.004
感知有用性	<--- 主观规范	0.103	0.043	2.378	0.017
数字囤积行为	<--- 感知有用性	0.267	0.042	6.342	***
数字囤积行为	<--- 情感依恋	0.267	0.042	6.342	***

通过表 4.16 可知,本研究的 14 个假设中,有 11 个假设通过了显著性检验,即信息质量、信息促进、工作需要、媒介信息处理、主观规范与情感依恋之间 P 均小于 0.05,表明影响显著;信息质量、信息过载、媒介信息处理、主观规范与感知有用性之间的 P 值均小于 0.05,表明影响显著;感知有用性、情感依恋与数字囤积行为之间的 P 值小于 0.05,影响也显著。然而,信息过载与情感依恋之间的 P 值为 0.05,技术促进、工作需要与感知有用性之间的 P 值大于 0.05,则表明以上两组影响不显著。

### 4.4.4 中介效应检验

中介效应即当 X 影响 Y 时，通过一个中间量 M 造成影响，这种关系就称为中介效应。如图 4.6 所示，将 X 对 M 造成影响的路径称为 a，a 值的大小即影响效应的大小；M 对 Y 的影响路径称为 b，b 值的大小也是影响效应的大小，将 a\*b 称为间接效应；X 对 Y 的直接影响路径称为 c'，将 c' 称为直接效应。在图 4.7 中，X 对 Y 的直接作用称为总效应，总效应等于间接效应与直接效应之和。

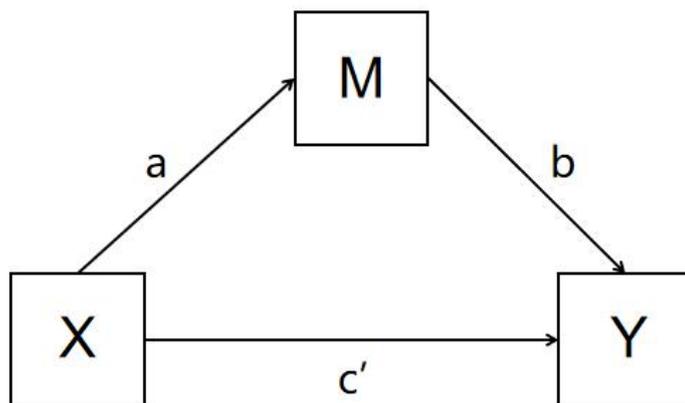


图 4.6 总效应路径

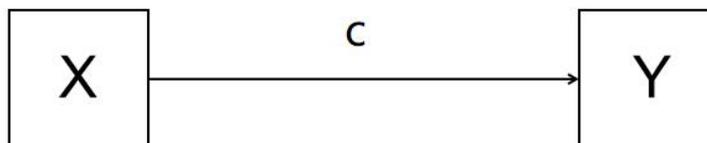


图 4.7 直接效应路径

本研究使用 Hayes 编制的 SPSS 宏程序 Process 插件进行中介效应检验，模型满足数据呈正态分布，方差膨胀因子小于 10，共线性问题不严重时可忽略不计。为了进一步验证中介效应，本研究采用 Bootstrap 法计算 95%的置信区间，该区间不包括 0，具体检验结果见表 4.17。

表 4.17 情感依恋（YL）的中介效应

模型	项目	效应值	间接效应的标准误差	P 值	95%置信区间	
					下限	上限
ZL→YL→XW	总效应	0.144	0.049	0.004	0.048	0.240
	直接效应	0.077	0.049	0.121	0.020	0.174
	间接效应	0.067	0.023	—	0.028	0.116

GZ→YL→XW	总效应	0.178	0.049	0.000	0.083	0.274
	直接效应	0.142	0.048	0.003	0.049	0.236
	间接效应	0.036	0.017	——	0.008	0.075
JS→YL→XW	总效应	0.260	0.048	0.000	0.166	0.354
	直接效应	0.209	0.048	0.000	0.115	0.303
	间接效应	0.051	0.019	——	0.020	0.095
XY→YL→XW	总效应	0.135	0.049	0.006	0.039	0.231
	直接效应	0.080	0.049	0.100	0.016	0.176
	间接效应	0.055	0.020	——	0.022	0.099
CL→YL→XW	总效应	0.221	0.048	0.000	0.126	0.316
	直接效应	0.158	0.049	0.001	-0.061	0.254
	间接效应	0.063	0.022	——	0.025	0.111
ZG→YL→XW	总效应	0.179	0.049	0.000	0.083	0.274
	直接效应	0.149	0.048	0.002	0.056	0.242
	间接效应	0.030	0.016	——	0.003	0.065

基于表 4.17 可知，由情感依恋的中介效应检验结果可知，假设 H1、H2、H3、H4、H6、H13 成立，而 H5 假设不成立。

表 4.18 感知有用性 (YY) 的中介效应

模型	项目	效应值	间接效应的标准误差	P 值	95%置信区间	
					下限	上限
ZL→YY→XW	总效应	0.144	0.049	0.004	0.048	0.240
	直接效应	0.131	0.498	0.009	0.033	0.229
	间接效应	0.013	0.011	——	0.005	0.037
GZ→YY→XW	总效应	0.178	0.049	0.000	0.083	0.274
	直接效应	0.165	0.050	0.001	-0.067	0.264
	间接效应	0.013	0.013	——	0.011	0.040
JS→YY→XW	总效应	0.260	0.048	0.000	0.166	0.354
	直接效应	0.252	0.048	0.000	-0.157	0.347
	间接效应	0.008	0.008	——	0.004	0.028
XY→YY→XW	总效应	0.135	0.049	0.006	0.039	0.231
	直接效应	0.120	0.050	0.017	0.022	0.219
	间接效应	0.015	0.012	——	0.007	0.041
CL→YY→XW	总效应	0.221	0.048	0.000	0.126	0.316
	直接效应	0.210	0.049	0.000	0.113	0.307
	间接效应	0.011	0.011	——	0.008	0.036
ZG→YY→XW	总效应	0.179	0.049	0.000	0.083	0.274
	直接效应	0.165	0.051	0.001	0.066	0.264
	间接效应	0.014	0.015	——	0.014	0.046

由表 4.18 可知, 在感知有用性的中介效应检验中, 信息质量到数字囤积行为中介效应检验的总效应为 0.144、直接效应为 0.131、间接效应为 0.013, 前两者的 P 值显著, 三者的置信区间均不包括 0, 表明信息质量到数字囤积行为过程中直接效应、间接效应显著, 起到了中介作用。其次, 在信息过载到数字囤积的中介效应检验中, 总效应值为 0.178, 直接效应为 0.165, 间接效应为 0.013, 但是直接效应的置信区间包括 0, 总效应、间接效应的置信区间不包括 0, 说明信息过载对感知有用性的直接作用不显著, 而间接作用显著, 表明信息过载对数字囤积行为的中介作用明显。再次, 在技术推广对数字囤积行为的中介效应测试中, 总效应为 0.260, 直接效应为 0.252, 间接效应为 0.008, P 值显著。除了直接效应的置信区间包括 0 外, 总效应和间接效应的置信间隔不包括 0, 表明技术推广对感知有用性的直接影响不显著, 技术推广对数字囤积行为具有中介作用。工作需要到数字囤积行为的中介效应检验中, 总效应为 0.135, 直接效应为 0.120, 间接效应为 0.015, P 值显著, 置信区间均不包括 0, 表明工作需要到感知有用性具有直接影响, 且感知有用性起到了中介作用。同时, 媒介信息处理到数字囤积行为的中介效应检验中, 总效应为 0.221, 直接效应为 0.210, 间接效应为 0.011, P 值显著性极好, 置信区间均不包括 0, 表明媒介信息处理对感知有用性具有直接正向影响, 感知有用性在该模型中起到了中介作用。在主观规范性到数字囤积行为的中介效应检验中, 总效应为 0.179, 直接效应为 0.165, 间接效应为 0.014, P 值显著, 置信区间均不包括 0, 表明主观规范性对感知有用性具有直接正向影响, 而且感知有用性起到了中介作用。由检验结果可知, 前提假设 H7、H10、H11、H12、H14 成立, 而 H8、H9 不成立。

## 4.5 本章小结

通过对 411 份有效样本进行数据分析与假设检验, 检验结果显示, 本研究提出的 14 个研究假设, 有 10 个假设通过检验, 3 个假设未通过检验。在因果关系检验中 H1、H4、H8、H9 不成立, 其余因果关系均成立; 在中介效应检验中, H13、H14 均成立, 即情感依恋、感知有用性在数字囤积过程中中介作用显著。具体研究结论和解释如下:

第一, 社交媒体青年用户数字囤积行为同时受到外部环境刺激和内部状态因

素的作用比较显著。从信息角度看，当信息质量越高，用户越可能在相关社交媒体产生数字囤积行为。用户往往会保存、下载与其兴趣、工作、生活等相关的较为新颖的信息。从技术维度看，云存储功能的逐渐完善，促使用户更加便捷的完成数字囤积。从信息环境维度来看，社交媒体软件为青年提供了便捷的信息获取渠道，方便用户满足工作需求，与同事、上级领导交流沟通；在社交层面用户出于社交目的，会不断收集与好友的兴趣爱好相关的数字信息，以便增进人际关系、加强情感沟通。

第二，用户内部状态在外界刺激与数字囤积行为之间起到中介作用。用户的内部状态包括情感依恋和感知有用性两个方面。一方面，过量的数字信息往往会给个体带来认知上的负担，从而导致个体倾向于浅层次的信息加工，简单化认为囤积的数字信息是有用的，从而产生无差别保存信息的行为。另一方面，用户往往会出于社交需要，对与家人、朋友、同事等相关的数字信息会更加关注，从而产生更深层次的感知有用性，在这一过程中，部分用户会保存与家人、朋友等在社交媒体上的社交信息，如聊天记录、图片、视频等，出于纪念价值、回忆价值等保留回忆的需要而不舍得删除此类内容，这往往是用户的情感依恋在该过程中发挥作用。

第三，本研究结合上述检验结论对模型进行调整，剔除了媒介信息处理对情感依恋、信息过载对感知有用性、技术促进对感知有用性的假设。基于 SOR 模型提出社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素修正后的模型如图 4.8 所示。

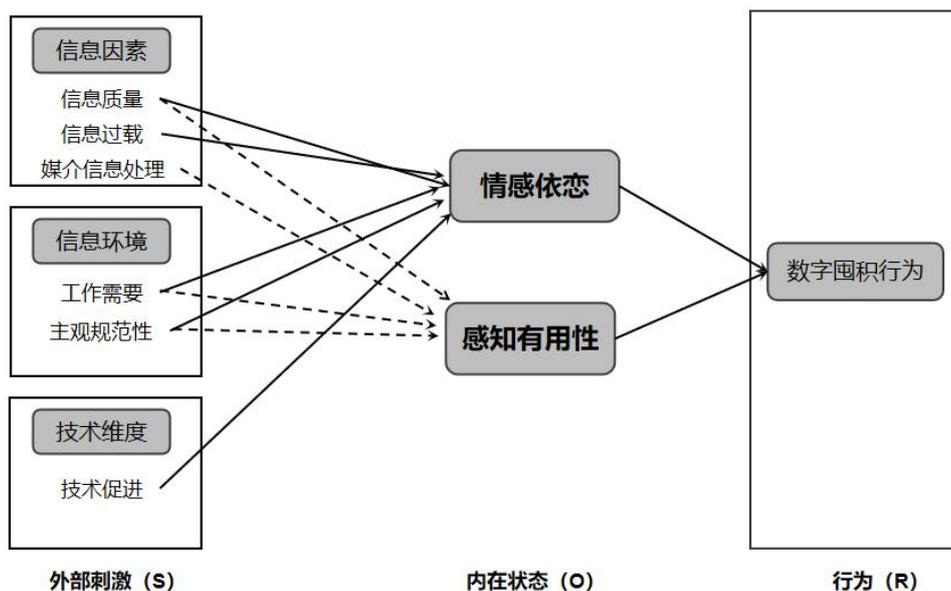


图 4.8 基于 SOR 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素修正后模型

## 5 社交媒体青年用户数字囤积行为的消解策略

在媒介心理和使用与满足理论的框架下,数字囤积行为成为当代社交媒体使用过程中备受关注的现象。媒介心理学关注媒体对个体心理和行为的影响,而使用与满足理论强调用户需求和满足之间的关系。本章通过将这两个理论结合,以期提出有效的数字囤积行为消解建议。深度挖掘社交媒体信息、技术等对心理需求的满足,研究个体在社交媒体使用中的满足机制将有助于制定更具针对性和实效性的干预策略,引导用户更健康地管理数字信息,提高数字囤积行为的可持续性。本研究从社交媒体用户、信息和技术三个层面提出数字囤积行为的消解建议。

### 5.1 社交媒体用户层面

社交媒体作为信息传播和社交交流的主要平台,引发了个体产生数字囤积行为。在此,以社交媒体用户为切入点,通过深入剖析用户在社交媒体平台上的行为动机、使用模式以及情感依附,提出应对数字囤积行为的有效建议。这些建议不仅着眼于技术应对,更关注个体的心理与情感需求,通过提升用户的数字素养,培养健康的社交媒体使用模式,从而为用户创造更为有意义的数字体验。

#### 5.1.1 自发意识情感驱动,学会情感调适和心理自护

用户需要意识到数字囤积行为往往受情感驱动。在访谈过程中了解到部分受访者之所以将数字信息予以保存,是感知有用性在发挥作用。与文本内容相比,数字信息的传递更加便捷化,减少了个体间的认知壁垒,降低用户的进入门槛(岳梦怡,2023)<sup>①</sup>。在数字信息满足个体认知需求的同时,个体首先需要培养对自身情感的觉察能力。用户通过反思在社交媒体使用过程中的情感体验,了解情感对数字囤积的驱动作用。用户可以参与在线或线下的情感管理课程,学习实用的情感管理技巧,通过应用程序学习冥想、放松技巧,以及与他人分享情感的方法,减少因情感波动而产生的数字囤积行为。学习应对负面情感的技巧,例如通过写日记、绘画、音乐等方式进行情感表达。这有助于个体更好地处理情感,减轻因情感依恋产生数字囤积的冲动。如果数字囤积行为对个体心理健康产生负面影响,

<sup>①</sup> 岳梦怡,王保华.使用与满足理论下大学生的短视频使用研究[J].传播与版权,2023(04):42-44+48.

及时寻求心理健康支持是非常重要的。通过提高自我意识、学会情感调适和心理自护,个体可以更加理性地面对数字社交媒体,减轻情感驱动对数字囤积的影响。以上建议能够帮助个体培养更健康的数字使用习惯,提升情感健康水平,实现更为平衡和有意义的生活。

### 5.1.2 加强数字自律, 提高数字素养

正如 Marshall 所说,人们初期保存数字信息都是觉得这些信息具有某种价值,但是由于缺乏耐心、时间等对数字信息进行管理,从而使这些数字信息的价值被埋没 (Marshall C, 2008)。从数字素养的角度出发,通过培养用户更为理性的信息处理能力、提高其对数字信息的辨别能力,以及规划有目的的数字互动,从而降低数字囤积行为的发生。首先,提高青年的信息搜索和筛选技能至关重要。数字素养的核心之一是能够高效地获取所需信息,同时辨别信息的真实性和可靠性。青年用户可以学习使用搜索引擎的技巧,了解如何选择关键字和评估搜索结果。这有助于提高用户的信息获取效率,减少无效信息的获取,从而避免不必要的数字囤积。其次,培养青年的信息拒绝能力是解决数字囤积问题的重要一环。用户需要明智地拒绝那些无效、冗余的信息,选择性地获取和保留信息。数字素养培训可以帮助他们更加敏锐地辨别有用和无用的信息,从而减轻囤积的压力。同时,数字自律是提高数字素养的一个关键要素。通过设定使用时间限制、定期社交媒体休息等方式,青年可以培养健康的数字使用习惯,避免过度依赖社交媒体,从而减少不必要的数字囤积。在这一过程中,青年能够更好地理解数字囤积行为的影响,学习有效的数字信息管理技能。这种培训不仅有助于提高用户的数字健康素养,还能够使他们更加智慧地使用社交媒体,避免陷入无谓的数字囤积。

### 5.1.3 制定目标导向计划, 培养数字断舍离习惯

在社交媒体使用中,制定目标导向计划有助于引导用户更有目的地利用这一平台,减少无效信息的囤积。用户根据个体的职业发展、学习需求等特定情境,制定个性化的社交媒体使用目标。例如,设定每周在社交媒体上花费固定时间学习相关行业资讯,以提高专业素养。用户定期监控和评估自己的目标实现情况。通过设定短期和长期目标,及时调整计划,使之更符合实际需求,从而减少不必

要的囤积行为。此外，数字断舍离习惯的培养可以帮助用户更理性、有效地管理社交媒体上的信息，减轻数字囤积的冲动。用户在囤积信息之前，对信息的有用性进行评估。考虑信息是否与个体的职业目标、兴趣爱好等相关，有助于避免不必要的信息囤积。针对情感依恋较强的用户，建议将社交媒体上的目标导向计划与情感满足相结合。例如，通过社交媒体与同事交流，加强团队情感依恋，促进工作效能，从而减少因情感依恋而导致的过度囤积。对于强烈追求感知有用性的用户，建议强调数字断舍离习惯对信息筛选的实际价值。通过向用户展示，保留有用信息与提高工作效率、个人发展密切相关，增强感知有用性，减轻不必要信息的囤积。结合目标导向计划和数字断舍离习惯的角度，同时考虑情感依恋和感知有用性的中介作用，可以帮助社交媒体青年用户更好地管理数字囤积行为。

## 5.2 社交媒体信息层面

社交媒体信息层面的数字囤积消解建议聚焦于信息质量和信息数量两个方面。通过智能分类、用户自主定制、可视化界面和智能提醒等功能，使用户能更有序、清晰地管理个人信息时间线，减轻信息过度囤积的压力，培养理性的信息使用习惯，旨在优化用户的信息体验，降低因信息过度囤积而引发的负面影响，促使用户更加有目的地选择和管理信息。

### 5.2.1 信息质量识别优化，设立信息可信度标志

在社交媒体青年用户数字囤积行为消极影响的解决过程中，从信息质量的角度，需要特别关注优化虚假信息识别和设立信息可信度标志两方面，以提高用户对信息真实性的辨识能力，减少数字囤积的可能性。平台可通过不断升级和改进识别系统，及时适应不断变化的虚假信息制造技术，从而提升整体社交媒体信息的质量。为了帮助用户更好地判断信息的可信度，建议社交媒体平台设立信息可信度标志系统。该系统可以根据信息提供者的历史表现、来源的权威性等因素，为信息附上相应的可信度标志。这一机制将使用户在浏览信息时能够更加明晰地识别高质量信息，从而减轻用户信息选择的负担，降低对低质信息的依赖，有助于遏制数字囤积的倾向。平台可引入时段化信息推送机制，根据用户的活动规律，优化信息推送时段。在用户工作或休息的关键时刻，适度减少信息的涌入，减轻

用户的信息焦虑感。这样的时段化推送策略有助于平衡用户对信息的接收需求，降低了信息囤积的可能性，使用户更能够有序、有节制地管理社交媒体信息。因此，实现发挥数字信息价值的同时充实个体自我，强化用户的自我效能感和满足感（张艳丰等，2023）。

### 5.2.2 提供信息时间线管理工具，培养用户理性使用习惯

感知有用性、情感依恋在用户产生数字囤积行为中发挥重要作用，社交媒体平台可以帮助用户更清晰、有序地管理自己的信息时间线，从而减轻信息过度囤积的压力，培养理性的信息使用习惯。一方面，信息时间线管理工具的关键在于提供用户更细致的信息分类和筛选选项。平台可以设计智能算法，自动对用户产生的信息进行分类，如工作相关、个人生活、兴趣爱好等，使用户能够更加精准地了解信息的来源和内容。此外，用户也应该被赋予更多自主权，可以根据个人需求设定筛选规则，例如按时间、主题、重要性等维度进行定制化，使信息更符合用户的实际需求，减少冗余信息的干扰。另一方面，信息时间线管理工具应提供直观的可视化界面，使用户能够一目了然地了解自己的信息时间线。便于用户科学评估信息的未来效用与潜在价值，从而对信息进行删除或者整理成方便查取的分​​类保存形式（于文轩等，2022）。另外，信息时间线管理工具还可以通过智能提醒和推送功能，帮助用户建立更有序的信息浏览习惯。通过设定合理的提醒频率和内容，平台可以引导用户有选择性地浏览信息，避免信息的过度囤积。例如，用户可以设定每日固定的信息查看时间，平台则会在设定的时间提醒用户进行信息浏览，减少对非紧急信息的随时关注，降低信息过度囤积的倾向。

## 5.3 社交媒体信息技术层面

根据问卷调查结果可知，社交媒体信息技术层面的数字囤积消解建议可以从智能推荐算法的优化，通过深度学习等技术提升推荐系统精准度；引入信息可视化工具，以图表和统计数据呈现用户信息使用情况。通过双管齐下的策略旨在帮助用户更有目的地浏览信息，减少信息囤积的倾向，促使用户形成更健康的社交媒体使用习惯。

### 5.3.1 智能推荐算法优化，引入信息可视化工具

在社交媒体平台上,智能化的信息推荐系统是用户获取信息的主要途径之一。为消解数字囤积行为,平台可以通过不断优化推荐算法,提高推荐系统的精准性。这可以通过考虑用户的实时兴趣、行为习惯和社交关系等多方面因素,更准确地预测用户需求,避免推送无关或重复的信息。引入深度学习等前沿技术,系统不仅能够考虑用户过去的点击、浏览记录,还能实时了解用户当前关注的话题。这样的优化可避免推送重复信息或不相关内容,降低用户因为信息重复而产生数字囤积的冲动。优化后的推荐算法更注重个性化服务,能够更有效地满足用户个性化的信息需求,减少不必要的信息囤积欲望。引入信息可视化工具,将用户的信息使用行为以直观、图形化的方式呈现。通过清晰的图表和统计数据,用户能够一目了然地了解自己的社交媒体活动情况,包括浏览时间、互动频率等。这有助于用户更全面地认识自己的社交媒体使用模式,减少对于不必要信息的过度关注,降低信息囤积的欲望。信息可视化工具还可以提供用户历史信息的时间轴,使用户清楚了解过去的信息流变化,有助于形成更理性的信息获取习惯。

### 5.3.2 设置信息过载提示,完善便捷化数据清理功能

社交媒体平台可以通过设定信息过载提示和完善便捷化数据清理功能两方面着手,从而消解数字囤积行为,提高用户对信息的合理管理。社交媒体平台可以设置信息过载提示机制,当用户的信息浏览、互动频率达到一定阈值时,系统可以通过弹窗、通知或其他方式提醒用户当前信息消费较为集中,可能存在信息过载的风险。这种提示不仅让用户有意识地了解自己的信息使用情况,也有助于提高用户对信息过载的警觉性,从而更加谨慎地对待信息的获取和囤积。此外,社交媒体平台应完善便捷化数据清理功能。通过设计更友好、便捷的界面和功能,使用户能够轻松地查看并管理自己的历史数据,并且提供批量删除、自定义清理规则等功能,让用户能够高效地清理过时、无关或冗余的信息,减轻信息囤积的压力。通过这两方面的建议,社交媒体平台可以在源头上防止信息过载的发生,同时在用户面前提供更灵活、直观的数据清理手段。通过设置信息过载提示和完善便捷化数据清理功能,社交媒体平台能够更好地满足用户的个性化需求,为用户创造更健康、更高效的社交媒体使用环境。

## 6 总结与展望

### 6.1 研究总结

数字囤积行为是数字化信息时代背景下的产物,现有研究以大学生群体为研究对象居多,本研究以 18~35 岁的青年为研究对象,在一定程度上补充了数字囤积的研究范围。本研究以文献分析为基础,以媒介心理视角下的有限容量模型为依据,构建了社交媒体青年用户数字囤积行为的理论框架。其次,利用 SOR 模型提出 14 个研究假设,通过问卷调查验证假设。对收集的有效样本进行数据分析,最终得出 11 个研究假设成立,3 个研究假设不成立的检验结果。在该过程中,研究发现信息质量、信息过载、技术促进、工作需要、媒介信息处理、主观规范性对数字囤积行为产生影响的过程中,情感依恋和感知有用性发挥了中介作用,与 SOR 理论模型保持一致。本研究结合使用与满足理论,从社交媒体用户、信息、技术三个方面提出数字囤积行为消解策略,试图突破社交媒体青年用户的数字囤积困境,帮助个体更健康高效地应对数字信息带来的焦虑、压力等负面情绪。

本研究结论具有理论和实践价值。从理论上来看,本研究超越了以往聚焦于信息科学领域展开关于数字囤积行为的研究,选取媒介心理学中的有限容量模型,在解码(encoding)、存储(storage)和检索(retrieval)三个环节对访谈内容进行整理与分析,最终基于有限容量模型建立社交媒体青年用户数字囤积行为模型。此外,本研究通过定量分析探索了 18~35 周岁青年用户在社交媒体上的数字囤积行为特征及前因后果,这不仅深入挖掘了数字囤积现象的内容形成机制,也为今后数字囤积相关研究的展开提供了参考,可从其他群体或组织角度出发研究数字囤积行为,对现有研究对象的局限进行补充。并且通过量表构建验证了基于 SOR 模型提出的研究假设,对质性分析提出的模型予以扩充与补充,加入中介变量的影响,最终提出社交媒体青年用户数字囤积行为的模型。

### 6.2 研究不足

本研究在深入探究社交媒体青年用户数字囤积行为的过程中,取得了一定的

研究成果,但也存在一些显著的不足,这主要涉及到样本细分、样本量和主题新颖性等方面:

第一,本研究没有对被调查者的数字囤积类型角色进行细分。虽然收集了社交媒体用户的性别、年龄、学历、职业等因素,但没有按照人口统计学要素做差异性分析,若能结合青年用户的工作属性、性别特征进行深入分析,那么便能更深层次地挖掘数字囤积行为模式。

第二,本研究面向社交媒体青年用户,获取的样本量存在不足。访谈对象共选取 28 位,问卷调查有效样本共 411 份,两者之和为 439,总体的样本量还有拓展的空间。

第三,由于数字囤积研究主题的新颖性,相关领域的理论和实证研究仍相对有限。在探究数字囤积行为的心理机制、影响因素等方面,仍存在一些未被深入挖掘的领域。这种新颖性可能导致在理论构建和研究设计上的一些不确定性,需要更多的多层次、多角度的研究来进一步验证和完善研究框架。

## 6.3 研究展望

数字囤积现象是当下数字信息化背景下个人与组织存在的普遍现象,国内对于数字囤积的研究尚处于萌芽阶段,数字囤积是一个具有持续探讨价值的话题。基于对研究不足的深入反思,在后续研究中可以尝试从以下几个方面着手进行完善。

第一,数字囤积类型角色的深入细分。未来的研究可以更深入地对社交媒体用户的数字囤积类型角色进行细分。考虑到社交媒体用户群体的多样性,可以从不同职业、性别、年龄等维度出发,对数字囤积行为进行更为细致的差异性分析。通过这样的细分,可以深入了解不同群体在数字囤积行为上的差异,为制定有针对性的干预策略提供更具体的参考。

第二,扩大样本规模。为了更全面地把握社交媒体用户数字囤积行为的特征,未来研究可以通过扩大样本规模,增加参与者的数量。更大规模的样本能够更准确地反映不同群体之间的差异,提高研究的外部有效性。同时,可以考虑引入更多的社交媒体平台,以覆盖更广泛的用户群体,使研究结果更具普适性。

第三,探究数字囤积行为的心理机制。未来的研究可以进一步深入探究数字

囤积行为的心理机制。通过采用心理学实验、生理学指标等方法，可以更全面地了解社交媒体刺激如何在媒介心理层面引发用户的认知、情感变化，从而影响数字囤积行为的形成。这样的深入研究有助于揭示数字囤积行为的根本原因，为行为干预提供更具体的依据。

第四，多层次、多角度的理论结合。面对数字囤积行为研究主题的新颖性，未来的研究可以探索更多多层次、多角度的理论结合。通过不同学科、不同理论的结合，可以更全面地解析数字囤积行为的复杂机制，这种理论的多元结合将为研究提供更加丰富和深刻的解释框架。

通过以上展望，未来的研究可以在研究设计、理论建构和数据分析等方面进行更深入的探索，以提高对用户数字囤积行为的理解水平，为社交媒体使用与数字信息管理领域的实践更具有前瞻性和可操作性的建议。

## 参考文献

- [1] Başkan Ç. Entire history of you: Research and design to manage digital hoarding[D].Ankara, Turkey:Middle East Technical University, 2021:24-25.
- [2] Andzulis J M, Panagopoulos N G, Rapp A. A review of social media and implications for the sales process[J]. Journal of personal selling & sales management, 2012, 32(3):305-316.
- [3] Cherrier H, Ponnor T . A study of hoarding behavior and attachment to material possessions[J]. Qualitative research reports in communication, 2010, 13(1):8-23
- [4] Frost, R. O. & Shows, D. L. (1993). The nature and measurement of compulsive indecisiveness. Behaviour Research and Therapy, 31, 683-692.
- [5] Randy O. Frost, Tamara L. Hartl, A cognitive-behavioral model of compulsive hoarding,Behaviour Research and Therapy,Volume 34, Issue 4,1996,Pages 341-350.
- [6] Silva de Garcia P, Oliveira M, Brohman K. Knowledge sharing, hiding and hoarding: how are they related?[J]. Knowledge Management Research & Practice, 2022, 20(3): 339-351.
- [7] Randy O. Frost, Tamara L. Hartl,A cognitive-behavioral model of compulsive hoarding,Behaviour Research and Therapy,Volume 34, Issue 4,1996,Pages 341-350.
- [8] Oravec, J. A. (2018). Virtual hoarding. In M. Khosrow-Pour (Ed.). Encyclopedia of information science and technology (pp. 4306–4314).
- [9] Sedera, D., & Lokuge, S. (2018). Is digital hoarding a mental disorder? Development of a construct for digital hoarding for future IS research. In Proceedings of the paper presented at the thirty ninth international conference on information systems. San Francisco, CA.
- [10] van Bennekom, M. J., Blom, R. M., Vulink, N., & Denys, D. (2015). A case of digital hoarding. BMJ Case Reports, 1–4.
- [11] Boardman, R., & Sasse, M. A. (2004). Stuff goes into the computer and doesn't come out: Across-tool study of personal information management. In R. Grinter, T. Rodden, P. Aoki, E. Cutrell, R. Jeffries, & G. Olson (Eds.), Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems (pp. 583–590).
- [12] Alexandria M. Luxon, C. Elizabeth Hamilton, Sage Bates, Gregory S. Chasson,Pinning our possessions: Associations between digital hoarding and

- symptoms of hoarding disorder, *Journal of Obsessive-Compulsive and Related Disorders*, Volume 21, 2019, Pages 60-68.
- [13] Fried D. Compulsive hoarding: Psychopathologies of print, phenomenologies of text[J]. *Culture, Theory and Critique*, 2014, 55(3): 342-364.
- [14] Gormley C J, Gormley S J. Data hoarding and information clutter: The impact on cost, life span of data, effectiveness, sharing, productivity, and knowledge management culture[J]. *Issues in Information Systems*, 2012, 13(2): 90-95.
- [15] Frost, R., and Gross, R. (1993). The hoarding of possessions. *Behaviour Research and Therapy*, 31: 367-381.
- [16] Grisham, J.R., and Barlow, D.H. (2005). Compulsive hoarding: current research and theory. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 27: 45-52.
- [17] Nordsletten, A.E., Reichenberg, A., Hatch, S.L., Fernández de la Cruz, L., Pertusa, A., Hotopf, M., and Mataix-Cols, D. (2013). Epidemiology of hoarding disorder. *British Journal of Psychiatry*, 203: 445-452.
- [18] Tolin, D.F. (2011). Understanding and treating hoarding disorder: a biopsychosocial perspective. *Journal of Clinical psychology: In Session*, 67: 517-526.
- [19] Gormley, C. J., & Gormley, S. J. (2012). Data hoarding and information clutter: the impact of cost, life span of data, effectiveness, sharing, productivity and knowledge management culture. *Issues in Information Systems*, 13, 90e95.
- [20] Gulotta, R., Odom, W., Forlizzi, J., and Faste, H. (2013). Digital artifacts as legacy: exploring the lifespan and value of digital data. *CHI 2013: Changing Perspectives*, Paris: 1813-1822.
- [21] Cushing, A.L. (2011). Self extension and the desire to preserve digital possessions. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 48: 1-3.
- [22] Cushing, A.L. (2013). It's stuff that speaks to me: exploring the characteristics of digital possessions. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64: 1723-1734.
- [23] Nick Neave, Kerry McKellar, Elizabeth Sillence, Pam Briggs, Chapter 5 - Digital hoarding behaviours: Implications for cybersecurity, Editor(s): Vladlena Benson, John Mcalaney, *Cyber Influence and Cognitive Threats*, Academic Press, 2020, Pages 77-95.
- [24] Randy O. Frost, Tamara L. Hartl, A cognitive-behavioral model of compulsive

- hoarding, *Behaviour Research and Therapy*, Volume 34, Issue 4, 1996, Pages 341-350.
- [25] Whittaker, S., & Sidner, C. (1996). Email overload: Exploring personal information management of email. *Proceedings of CHI*, 96, 276-283.
- [26] Boardman, R., & Sasse, M. A. (2004). Stuff goes into the computer and doesn't come out. Across-tool study of personal information management. In *Proceedings of the SIGCHI conference, Vienna, 24e29 April*. Vol. 6 number 1.
- [27] Neave, Nick, Briggs, Pamela, Mckellar, Kerry and Sillence, Elizabeth (2019) Digital hoarding behaviours: measurement and evaluation. *Computers in Human Behavior*, 96. pp. 72-77.
- [28] Sweeten, G., Sillence, E., and Neave, N. (2018). Digital hoarding behaviours: underlying motivations and potential negative consequences. *Computers in Human Behavior*, 85: 54-60.
- [29] Cappella, J. N. (2002). Cynicism and social trust in the new media environment. *Journal of Communication*, 52, 229–241.
- [30] Joseph N. Cappella, Hyun Suk Kim & Dolores Albarracín (2014): Selection and Transmission Processes for Information in the Emerging Media Environment: Psychological Motives and Message Characteristics, *Media Psychology*, DOI: 10.1080/15213269.2014.941112
- [31] Katz, E. (1957). The two-Step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21, 61–78.
- [32] Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (2006). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers (Original work published 1955)
- [33] Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: Free Press. Price, V. (1992). *Public opinion*. Newbury Park, CA: Sage.
- [34] Southwell, B.G., & Yzer, M. C. (2007). The roles of interpersonal communication in mass media campaigns. In C. S. Beck (Ed.), *Communication yearbook* (Vol. 31, pp. 420–462).
- [35] Joseph N. Cappella, Hyun Suk Kim & Dolores Albarracín (2014): Selection and Transmission Processes for Information in the Emerging Media Environment: Psychological Motives and Message Characteristics, *Media Psychology*, DOI: 10.1080/15213269.2014.941112

- [36] Joanne Cantor & Barbara J. Wilson (2003) Media and Violence: Intervention Strategies for Reducing Aggression, *Media Psychology*, 5:4, 363-403.
- [37] Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [38] Francesca R. Dillman Carpentier , Jane D. Brown , Michele Bertocci , Jennifer S. Silk , Erika E. Forbes & Ronald E. Dahl (2008) Sad Kids, Sad Media? Applying Mood Management Theory to Depressed Adolescents' Use of Media, *Media Psychology*, 11:1, 143-166.
- [39] Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- [40] Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York, NY: New York University Press.
- [41] Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York, NY: Columbia University Press.
- [42] Johnson, J. G., Cohen, P., Smailes, E. M., Kasen, S., & Brook, J. S. (2002). Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood. *Science*, 295, 2468–2471.
- [43] Science, 295, 2468–2471.
- [44] Joanne Cantor & Barbara J. Wilson (2003) Media and Violence: Intervention Strategies for Reducing Aggression, *Media Psychology*, 5:4, 363-403.
- [45] Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58, 707–731.
- [46] Garrett, R. K. (2013). Selective exposure: New methods and new directions. *Communication Methods and Measures*, 7, 247–256.
- [47] Hayes, A. F. (2013). Methodology of selective exposure research: Introduction to the special issue. *Communication Methods and Measures*, 7, 145–146.
- [48] Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., & Merrill, L. (2009). Feeling validated versus being correct: A meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin*, 135, 555–588.
- [49] Dian A. de Vries, A. Marthe Möller, Marieke S. Wieringa, Anniek W. Eigenraam & Kirsten Hamelink (2017): Social Comparison as the Thief of Joy: Emotional Consequences of Viewing Strangers' Instagram Posts, *Media Psychology*, DOI:10.1080/15213269.2016.1267647
- [50] Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., & Merrill, L.

- (2009). Feeling validated versus being correct: A meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin*, 135, 555–588.
- [51] Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. H. (1989). Heuristic and systematic information processing within and beyond the persuasion context. In J. S. Uleman & J. A. Bargh (Eds.), *Unintended thought* (pp. 212–252). New York, NY: Guilford Press.
- [52] Jiyoung Chae (2017): Explaining Females' Envy Toward Social Media Influencers, *Media Psychology*, DOI: 10.1080/15213269.2017.1328312
- [53] Alice Hall (2005) Audience Personality and the Selection of Media and Media Genres, *Media Psychology*, 7:4, 377-398.
- [54] Eysenck, S. B. G., Eysenck, H. J., & Barrett, P. (1985). A revised version of the Psychoticism scale. *Personality and Individual Differences*, 6, 21–29.
- [55] Aluja-Fabregat, A., & Torrubia-Beltri, R. (1998). Viewing of mass media violence, perception of violence, personality and academic achievement. *Personality and Individual Differences*, 25, 973–989.
- [56] Gunter, B., & Furnham, A. (1986). Sex and personality differences in recall of violent and non-violent news from three presentation modalities. *Personality and Individual Differences*, 7, 826–837.
- [57] A. Lang, “Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing (LC4MP),” *The International Encyclopedia of Media Effects*, 2017, p. 1-9.
- [58] Annie L. “Using the Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing to Design Effective Cancer Communication Messages.” *Journal of Communication* 56.s1(2010).
- [59] Mcleod D M. Detenber B H. “Framing effects of television news coverage of social protest.” *Journal of Communication* 49(1999):245-282.
- [60] Reeves B, Thorson E, Rothschild M L, et al. “Attention to Television: Intrastimulus Effects of Movement and Scene Changes on Alpha Variation Over Time.” *International Journal of Neuroscience* 27.3-4(1985):241-255.
- [61] Mehrabian A, J A Russell. *An approach to environmental psychology*[M]. Cambridge: the MIT Press, 1974.
- [62] Glaser B G, Strauss A L, Strutzel E. The discovery of grounded theory; strategies for qualitative research[J]. *Nursing research*, 1968, 17(4): 364.
- [63] Silverman D. *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*[M]. Thousand

- Oaks,CA: Sage,2013.1-284.
- [64] Marshall C C . Rethinking personal digital archiving, part 1: four challenges from the field [J/OL]. D-lib magazine,2008,14(3).[2021-10-01].
- [65] Zha X J, Zhang J C, Yan Y L, et al. Sound information seeking in Web 2.0 virtual communities: the moderating effect of mindfulness[J]. Behaviour & Information Technology, 2015,34(9):920-935
- [67] Neave n,Briggs p,Mckellar k,et al. Digital Hoarding Behaviours: Measurement and Evaluation [J]. Computers in Human Behavior, 2019,96 (7):72-77.
- [68] Marshall C C . Rethinking personal digital archiving, part 1: four challenges from the field [J/OL]. D-lib magazine,2008,14(3)
- [69] Richard Jackson Harris著:《媒介心理学》,相德宝译,中国轻工业出版社2007年版.
- [70] 中国互联网络信息中心发布第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊,2023,32(05):13.
- [71] 吴文光. 大数据环境下的数据焦虑现象及成因分析[J]. 图书馆界, 2021(2):5.
- [72] 周葆华,陆晔.受众的媒介信息处理能力——中国公众媒介素养状况调查报告之一[J].新闻记者,2008(04):60-63.
- [73] 吴旭瑶,黄旭,李静.数字囤积行为量表的编制及信效度检验[J].心理技术与应用,2021,9(02):116-125.
- [74] 赵栋祥.大数据环境下个人的数字囤积行为研究——基于扎根理论的探索[J/OL].中国图书馆学报:1-21
- [75] 王雨馨,阮建海,邓小昭.数字反哺视角下城市中老年人个人数字存档行为影响因素研究[J].图书情报工作, 2023, 67(03):85-95.
- [76] 刘天元,贾煜.青年群体数字囤积行为的形成机理及其结果效应——基于内部动因视角的分析[J].中国青年研究, 2023, No.324(02):93-100.
- [77] 刘亚丽,范逢春.社交媒体用户数字囤积行为要素识别与影响路径研究[J/OL].情报理论与实践:1-15[2023-05-17].
- [78] 季忠洋,李北伟,朱婧祎等.情感体验和感知控制双重视角下社交媒体用户倦怠行为机理研究[J].情报理论与实践, 2019, 42(04):129-135.
- [79] 张立党,周质明,胡泽鹏.使用需求和媒介丰富度对微信用户收藏行为的作用

- 用机制研究[J].现代情报, 2018, 38(03):66-72.
- [80] 张艳丰, 杨琬琛.移动社交媒体用户数字囤积行为影响因素与关联路径研究[J/OL].情报理论与实践:1-10[2023-05-17].
- [81] 王琳, 杜田羽, 朱华健.社交媒体环境下大学生数据囤积行为形成机理研究[J].情报理论与实践, 2022, 45(01):22-29.
- [82] 贾明霞, 赵宇翔, 宋小康.人文学者数字囤积行为模式及形成机理探索——基于关键事件技术法的访谈[J].图书情报工作, 2023, 67(04):55-67.
- [83] 吴旭瑶, 黄旭, 李静.依恋焦虑与数字囤积行为的关系: 无法忍受不确定性和情绪调节困难的中介作用[J].中国临床心理学杂志, 2021, 29(05):996-999.
- [84] 张征, 贺伟.大学生数字囤积行为的影响因素及组态路径研究[J].情报理论与实践, 2023, 46(01):108-114.
- [85] 郭海辉, 韦小满, 赵守盈等.中文版数据囤积行为问卷测评大学生群体的信度与效度[J].中国临床心理学杂志, 2020, 28(03):492-495.
- [86] 张雅明.媒介心理学的兴起与媒介心理研究之思考[C]//中国社会科学院新闻与传播研究所, 河北大学新闻传播学院.中国传播学会成立大会暨第九次全国传播学研讨会论文集.新华出版社, 2006:7.
- [87] 刘京林.媒介心理学和传播心理学的比较研究[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2011, No.178(05):131-132.
- [88] 丹尼尔·卡尼曼:《思考, 快与慢》, 胡晓姣等译, 北京: 中信出版社, 2012年, 第3—14页.
- [89] 罗伯特.F.波特和保罗.D.博尔斯《传播与认知科学: 媒介心理生理学测量的理论与方法》.
- [90] 陈明红, 潘子璇, 曾庆彬.政务微信用户持续使用行为及用户契合的调节作用研究[J].现代情报, 2020, 40(11): 85-98.
- [91] 王文韬, 张震, 张坤.融合SOR理论的智能健康手环用户不持续使用行为研究[J].图书馆论坛, 2020, 40(05): 92-102.
- [92] 朱红灿, 胡新, 王新波.基于S-O-R框架的政府数据开放平台用户持续使用意愿研究[J].现代情报, 2018, 38(05): 100-105+116.
- [93] 郑美玉.基于SOR框架的手机图书馆用户持续使用影响因素研究[J].图书馆工作与研究, 2018, (04): 52-58.

- [94] 吴毅,吴刚,马颂歌.扎根理论的起源、流派与应用方法述评——基于工作场所学习的案例分析[J].远程教育杂志,2016,35(03):32-41.
- [95] 中共中央国务院印发《中长期青年发展规划(2016-2025年)》中国政府网.
- [96] 胡媛,韦肖莹,王灿.微博信息质量评价指标体系构建研究[J].情报科学,2017,35(06):44-50.
- [97] 何建荣,吴松瑶.高校图书馆微信用户接受和使用行为影响因素实证研究[J].图书馆研究,2018,48(05):115-121.
- [98] 任冬雪.大学生网络学术信息规避行为影响因素研究[D].河北大学,2022.
- [99] 梁文玲,杨文举.虚拟品牌社区信息质量对社区用户持续参与意愿的影响研究[J].情报杂志,2016,35(11):195-201.
- [100] 郭海霞.网络浏览中的信息偶遇调查和研究[J].情报杂志,2013,32(4):47-50.
- [101] 蒋冠裙.浅议新媒体时代如何促进读者信息偶遇[J].图书馆研究,2015,45(5):116-118.
- [102] 郭宇,王晰巍,李婧雯等.新媒体环境下移动学习用户信息共享行为研究[J].图书情报工作,2017,61(15):34-42.
- [103] 张艳伟.微信平台中信息共享行为的影响因素研究[D].北京:北京邮电大学,2015:48-50.
- [104] 岳梦怡,王保华.使用与满足理论下大学生的短视频使用研究[J].传播与版权,2023(04):42-44+48.
- [105] 万震,邹凯,张艳丰等.基于ISM-MICMAC的移动社交媒体倦怠影响因素与关联路径研究[J].信息资源管理学报,2022,12(01):46-55.
- [106] 张艳丰,杨琬琛.移动社交媒体用户数字囤积行为影响因素与关联路径研究[J].情报理论与实践,2023,46(09):115-121.
- [107] 于文轩,魏炜.数据的敏捷治理:价值重塑与框架构建[J].广西师范大学学报(哲学社会科学版),2022,58(05):37-49.
- [108] 张艳丰,刘亚丽,邹凯.突发公共卫生事件社交媒体用户健康信息焦虑影响因素识别研究[J].图书情报工作,2021,65(08):65-73.

## 附录 1 社交媒体青年用户数字囤积行为访谈提纲

### 一、基本信息

1. 受访者年龄、职业、学历等

### 二、社交媒体使用行为

1. 您主要使用哪些社交媒体平台？每个平台的使用频率大概每天多久？

2. 你使用社交媒体的主要目的是什么？是与朋友互动、获取新闻信息，还是其他原因？

3. 在社交媒体上，您更倾向于关注哪些具体类型的内容？

### 三、数字囤积行为

1. 您平常会进行数字囤积吗？囤积哪方面的信息？囤积的方式是收藏、分享、保存还是其他？

2. 您为什么会进行数字囤积行为？是因为信息有趣、有用，还是因为当下没时间细看就先收藏呢？

3. 您对于在社交媒体上囤积的数字文件过后还会使用吗？一般多久才会清理或者使用呢？

4. 您在日常生活中会对囤积的数字文件进行管理吗？请举个例子。

### 四、影响因素

#### （一）职业因素

1. 您的职业对您社交媒体上的数字囤积行为有何具体影响？请举个例子。

2. 您身边的同事或上级在社交媒体上的行为是否对您的数字囤积产生过影响？请举个例子。

#### （二）心理和情感层面

1. 您认为数字囤积行为对您有哪些正面影响？

2. 您是否认为数字囤积行为对您产生不利影响？

#### （三）其他因素

1. 您认为还有其他哪些原因导致你产生数字囤积的现象呢？

2. 您不删除数字文件的原因还有哪些呢？

## 附录 2 社交媒体青年用户数字囤积行为影响因素调查问卷

您好！首先感谢您抽空参与本次调查。本问卷是关于社交媒体青年用户数字囤积行为的学术性调查问卷，问卷收集数据仅供学术研究使用。请您根据自身实际感受和看法填写，感谢您的支持！

备注：数字囤积是网络用户在各个存储渠道表现出无差别持续累积数字数据且删除困难的行为，例如不愿意删除微信聊天记录、照片、音乐等，以及收藏或保存视频、图片、笔记等数字文件的行为。

### 第一部分：问卷前提测量问项

1.您是否为青年（年龄为 18-35 岁）？

A.是

B.否（问卷结束，感谢您的参与）

2.到目前为止，您使用社交媒体软件（如：微信、抖音、微博、小红书、豆瓣等）的时间大概有多长？

从未使用过（问卷结束，感谢您的参与）

A.2 年以内

B.2-4 年

C.4-6 年

D.6 年以上

3.您是否有过上述类似的社交媒体数字囤积经历？

A.有

B.无（问卷结束，感谢您的参与）

### 第二部分：基本信息测量问项

1.您的性别：

A.男

B.女

2.您的年龄：

A.18-22 岁

B.22-26 岁

C.26-30 岁

D.30-35 岁

3.您的学历是：

A.初中及以下

B.高中或中专

C.大专或本科

D.硕士及以上

4.您的职业是：

A.专业人士（教师、医生、律师等）

B.服务业人员（餐饮服务人员、司机、售货员等）

C.自由职业者（作家、网络主播、摄影师等）

D.工人（工厂工人、建筑工人、城市环卫工人等）

E.公司职员

F.事业单位/公务员/政府工作人员等

G.个体工商户

H.其他

5.您平均每日使用社交媒体软件的时长？

A.2 小时以内

B.2-4 小时

C.4-6 小时

D.6 小时以上

6.您平常会对哪些数字信息进行囤积（多选）：

A.照片、图片

B.音视频

C.聊天记录

D.电子文档

E.文章、笔记、帖子

F.其他

7.您一般使用哪类方式存储的数字信息最多：

- A.微博、微信、QQ、小红书、B站、知乎、抖音、快手、邮箱等
- B.百度云网盘、阿里云盘、360云盘、夸克云盘、腾讯微云、迅雷网盘等
- C.电脑、手机、平板电脑等
- D.U盘、硬盘等

**第三部分：正式问题测量问项**

请根据您的实际所反映的行为现象，在下列选项中选择最合适的选项。

	题项	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意
信息质量	我倾向于收藏、保存代表新观点、新概念					
	我倾向于收藏、保存前沿信息					
	我收藏、保存的信息是准确的					
	我收藏、保存的信息是有价值的					
	我收藏、保存的信息能够引起共鸣					
	我收藏、保存的信息与兴趣相关					
信息过载	我每天接收的信息太多了，来不及看就会先收藏或保存					
	个性化推送信息太多，慢慢就囤了大量同类型信息					
	节奏快，大多都是感兴趣的便收藏保存了					
技术促进	社交媒体存储空间大					
	社交媒体信息存储操作简单					
	社交媒体软件存储成本低					
	平台界面设计美观，信息组织呈现形式良好					
工作需要	因为一些工作要求，无法删除某些文件					
	删除某些文件，意味着需要花费更多时间记忆相关信息					
	如果删除某些文件，我会忘记部分关键信息					
	某些文件是我个人能力的体现					
媒介信息处理	我能够超越媒介报道的文字表面，对报道背后所透露的深层含义进行解读					
	我能对媒介报道提出疑问，怀疑某些报道或细节的真实准确性					
	我能够根据自己的知识、判断等提出独立见解					
	我能够对新闻报道进行“校验”					
主观规范	我收藏或保存的信息方便跟朋友分享以及联络感情					

	我收藏或保存的信息是领导建议我看的					
	我不断收藏或保存电子资料,唯恐落后于人					
情感依 恋	某些文件提供我情感上的慰藉					
	删除某些文件,我仿佛失去了一位朋友					
	删除某些文件,意味着切断了与朋友之间的联系					
	删除某些文件意味着失去生命的一部分					
	删除某些文件,仿佛失去了与过去的部分联系					
	删除某些文件,意味着失去了一个宝贵的机会					
感知有 用性	我强烈地感到我保存地信息将来会去使用					
	我认为我保存的信息在未来有使用价值					
	我认为即使长期存储依旧可以挖掘出其蕴含的巨大价值					
数字囤 积行为	我发现删除旧的或未使用的文件非常困难					
	如果我删除了某些文件,事后我会感到不安					
	我不知道我有多少电子文件					
	数字信息太多,我很难找到某个信息					
	我收藏或保存的信息大多闲置吃灰					

## 后 记

行文至此，落笔为终。

桃李不言，下自成蹊。感谢我的恩师王亚炜，谢谢王老师的理解和宽容帮助我顺利走完研究生之路。在学术道路，当我遭遇挫折而踌躇不前，正是王老师的细心指导让我有了坚持的动力，王老师在学习、生活和为人处世方面对我的悉心教导让我感受到家一般的温暖，铭记于心。感谢在兰州财经大学学习期间所有授业的老师们，感恩各位老师的指导与教诲。

春晖寸草，山高海深。感恩我的家人一直在默默地支持着我，尊重我的选择，你们永远是最坚实的后盾最温暖的港湾。感恩父母对我的关爱与包容，养育之恩，无以为报，未来的人生道路上我将带着你们的希望不负韶华、逐梦前行。

时光清浅，幸之所遇。感谢陪我一路走来的文清同学，我们一起参加比赛，一起学习一起成长，在我遭遇挫折时鼓励我，谢谢你陪我一起度过这有笑有泪的几年。感谢我的同门，师门和睦友爱，正是师门的团结让我有了家一般的归属感。感谢研究生院和校篮球队的队友以及一直陪伴我们的老师，谢谢你们的信任与鼓励让我能坚持自己的爱好，多年之后回味这一段美好的回忆尽是热血与感动。

以梦为马，不负韶华。星光不问赶路人，时光不负有心人，南来北往，不辜负生活，不迷失方向。