

使用行为及人格要素对大学生SNS沉迷的影响分析^{*}

曾兰馨, 马亚雪

(武汉大学信息管理学院, 武汉 430072)

摘要: 将社交网络的使用行为分为娱乐行为、信息获取行为和社交行为三方面, 并联系人格要素对社交网络沉迷的因素进行分析。采用大五型人格理论, Facebook使用成瘾影响因素量表以及PIU网络成瘾诊断量表制作问卷, 以国内各地区的部分大学生作为调查对象, 通过偏最小二乘法进行测量分析。结果表明, 娱乐行为和社交行为对大学生社交网络沉迷有显著的正向影响, 而大五人格中的外向性与开放性对其影响起到一定调节作用。

关键词: 大五型人格; 使用行为; 社交网络

中图分类号: G252

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2015.06.005

1 引言

2015年2月, 中国互联网络信息中心发布的《第35次中国互联网络发展状况统计报告》表明: 截至2014年12月底, 我国使用社交网络(SNS)的用户数为2.44亿, 使用率为47.6%; 中国网络用户的21.4%是大学生; 53.1%的网民认为自身依赖互联网, 其中非常依赖的占12.5%, 比较依赖的占40.6%^[1]。

当前有关网络环境及网络依赖情况的研究主要从病理学角度和媒介依赖的角度进行分析, 内容主要集中在其概念、类型界定及行为影响等方面, 对依赖者内在人格特性的分析较少。然而, 人格是影响行为与思想的关键因素。因此引入目前较为流行的“大五”人格(Big Five Personality)概念, 以大学生为调查对象, 使用“大五”人格中的项目作为调节变量测度其对于人们运用SNS进行娱乐(Entertainment)、信息获取(Information Searching)以及社交(Sociality)行为的影响。基于此分析哪种使用行为更易形成沉迷, 最后

明确影响大学生形成社交网络沉迷的人格特性因素、SNS使用行为因素。

随着SNS的盛行, 传统图书馆也开始向数字图书馆转变。2011年谷歌与大英图书馆达成协议, 将该图书馆的25万册书籍扫描成数字版公布至互联网上。我国的数字图书馆也得到了较程度的发展, 数字图书馆已成为网络信息服务的主流方式。但是, 目前数字图书馆的普及程度还不够广, 数字资源没有得到最大程度上的利用。因此, 我国图书馆可根据大学生网络依赖的影响因素, 探讨其未来的推广方向, 以最大程度提升其信息服务能力。

2 文献综述

2.1 SNS使用行为及沉迷现象

Hamburger和Ben-Artzi通过因子分析, 将网络上常用的服务划分为三类: 社会服务、信息获取、娱乐服务。其中社会服务包含聊天和在线讨论, 信息获取包括

^{*} 本研究得到国家社会科学基金项目“基于社交问答平台的用户知识贡献行为与服务优化研究”(编号: 14BTQ044)和武汉大学70后学术团队项目“网络用户信息行为”的资助。

获取工作相关信息、获取学习相关信息,娱乐包括网上随意浏览、网络游戏等^[2]。本研究对SNS的使用行为也以此为基础进行划分。

目前有关SNS沉迷成因的研究较为零散,一是以使用行为与满足需求理论为基础进行^[3]。其观点是: SNS环境下,资源的进一步丰富导致人的主动性得以更大程度的发挥,需求与使用都进一步丰富^[4]。Chen等在研究中发现消遣、自我呈现、关系构建三种需求正向影响SNS成瘾^[5]; 巩雪通过深层刺激需求、交往需求、爱与归属需求、休闲娱乐需求四个维度来描绘人们对SNS的使用需求,证实需求和使用行为正面影响SNS沉迷^[6]。二是基于心理学角度的,如李欢欢等利用埃森克人格问卷以及Young的成瘾量表,发现精神质与外向性对于SNS沉迷有显著的正向影响作用^[7]。Wilson使用NEO人格量表、自尊量表以及相关成瘾量表对调查对象进行测量分析,发现高度外向性能够显著正向影响SNS沉迷^[8]。

对SNS使用与沉迷关系的研究,如Hong等研究Facebook的使用与成瘾的关系^[9]。但是,以往的研究总是将SNS的使用作为一个总体变量考虑,少有研究将不同用途加以区分。而SNS并非一个统一的、单一功能的工具,它的功能丰富多样,人们对于不同功用的使用情况也不尽相同,同时不同功用对于成瘾的影响情况也不同,因此有必要对使用加以细分。

2.2 大五型人格理论

大五人格理论是人格维度划分中应用较为广泛的理论,它从外向性(Extraversion)、责任性(conscientiousness)、随和性(Agreeableness)、开放性(Openness)、情绪性(Neuroticism)五个维度描述人格。在社交网络研究领域,对外向性与开放性人格探讨的较多,具体如下:

外向性这一维度在网络使用中已得到充分验证,并且预测效果十分显著。研究发现,外向性高的人更频繁地活跃于社交网络平台,同时也高频率地参与到现实社交活动中^[10],他们偏向于使用网络消磨时间^[11]。另外,无论线上线下,他们一般拥有更多不同的社交群体同伴^[12]。因此,外向性与使用以及沉迷有强相关关系。

开放性包括多样性(Variety)和新奇性(Novelty)两个维度。多样性用来表述对于多种不同事物的接受意愿和能力,多样性高会带来灵感,有助于鼓励选择更多不同的体验,而非墨守成规。新奇性高则是对于重

复的、一致性高的行为的一种抵制,这种特征强烈的人格在经济学的假设当中被当作非风险规避者,他们喜欢冒险和新奇。研究发现开放性高的人会更多地使用SNS,特别是年轻人^[13]。但有研究表明开放性更高的人更易形成网络游戏沉迷^[14]。

综上,大五人格中的外向性与开放性人格与SNS沉迷的联系最为紧密,因此,本研究把开放性与外向性两个人格维度引入假设模型,并将其作为调节变量进行尝试性验证。

3 社交网络沉迷成因假设模型

基于上述分析,提出使用行为对网络沉迷现象的影响因素模型(如图1)。

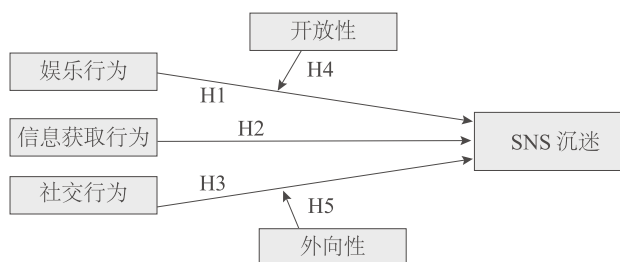


图1 社交网络沉迷影响因素模型

3.1 娱乐行为

娱乐行为在SNS平台的基础上建立,因此先天拥有社会交互性。与传统网络游戏相比,其在一定程度上固化了SNS平台的社交关系,游戏行为当中的交互对象分为现实生活中原有社会关系和原本无社会关系的人。

交互对象的固化,有助于固定在好友圈当中的所有人共同获得相同的游戏体验,在体验的基础上分享自身的游戏经历、技巧、成就等。此外好友排行榜,好友协同游戏体验也丰富了社交的形式。同时,由于此类游戏节奏快,单局时间短,人们对其心理预期的时间也短,也会在很大程度上加强人们对娱乐功能的使用频率。使用频率大,导致对SNS基础上的娱乐功能沉迷程度加深,这是SNS沉迷成因的一方面。

假设1(H1): SNS的娱乐行为正向影响SNS沉迷。

3.2 信息获取行为

信息获取行为是指用户通过SNS平台,获取自己想

要得到的信息, 包括知识性、新闻性信息等。用户经常会在SNS平台上分享自己生活信息、新闻等消息, 同时也获取相应的信息。用户可以在社交网络上搜寻自己喜爱的话题, 并参与话题的讨论。通过关键字的搜索可以在社交网络的人名、公共主页、应用等模块下分别搜索到包含关键字的内容, 方便了用户查询信息的需求^[15]。

假设2 (H2): SNS的信息获取行为正向影响SNS沉迷。

3.3 社交行为

在SNS平台上, 与特定人员建立社交关系, 即互相给予权限来获得对方一定量的信息, 发布一条有关于私人思想或生活状态的信息, 分享一则感兴趣的信息(文章、歌曲、游戏、视频等)并加以描述或评论, 赞、回复或分享他人的一个特定状态等, 这些都属于SNS上的社交行为。社交的网络性决定了“社交范围越大, 越需要投入更多的时间和精力来经营和维系这一关系, 而事实上, 大多数现代人已经将这些行为作为日常生活的一部分来对待了^[1]。

依据网络外部性, 当这些行为成为生活主体的时候, 当日常生活离开这些SNS上的社交行为就无法正常进行的时候, 当SNS上的社交行为对现实社交行为产生不可逆转的替代时, 我们可以将这种状态称作由社交行为引起的SNS沉迷。

假设3 (H3): SNS的社交行为正向影响SNS沉迷。

3.4 开放性

对网络游戏成瘾因素的研究中已有许多对开放性人格的探讨, 因此, 我们引入其作为调节变量, 测量它是否对娱乐行为和SNS沉迷之间的关系产生显著的调节作用。感知乐趣在社交网络游戏用户接受影响因素中处于重要位置^[16], 社交游戏不断更新操作及规则等以保持用户的感知乐趣, 而开放性高的人喜欢探索新鲜事物, 这会导致他们对社交娱乐功能产生持久的较高兴趣, 从而产生沉迷现象。

假设4 (H4): 高开放性会增强娱乐行为与SNS的沉迷之间的关系。

3.5 外向性

学者们普遍认为, 外向性作为大五型人格中最早

被提出的因素, 对于大多数人类行为的解释具有良好的作用。外向型通常和合群、友好、爱好社交等性格特点以及社交行为联系起来。外向性更注重社会实体互动, 不利于SNS沉迷。外向的人尽管活跃于SNS平台, 但往往更愿意在聚会、演讲等场合拓展自己的社交圈, 更注重与外向世界的交互而不沉迷于虚拟社交。相反, 不够外向的人往往更容易对SNS提供的社会交互功能产生沉迷^[7]。

假设5 (H5): 强外向性的人格特征会削弱SNS社交行为与SNS沉迷之间的关系。反之, 弱外向性的人格会一定程度上加强SNS社交行为与SNS沉迷之间的关系。

4 方法过程

4.1 量表描述

(1) 娱乐行为、信息获取行为、社交行为三个影响因素

对Hong的Facebook使用成瘾影响因素量表^[9]进行改进, 设计SNS的娱乐行为、信息获取行为、社交行为这三个影响SNS沉迷的因素量表。该量表包含9道题目, 分别从使用时间、使用频率、满意程度三个方面进行测量。具体如表1所示。

表1 娱乐、信息获取、社交行为量表

变量名	题序	问题	来源
娱乐行为	Et1	你每天使用网络社区的娱乐功能的时间	Hong F, Huang D, Lin H(2014)
	Et2	你每天使用网络社区的娱乐功能的频率	
	Et3	你对于使用网络社区完成娱乐功能的满意程度	
信息获取行为	IS1	你每天使用网络社区的信 息获取功能的时间	Hong F, Huang D, Lin H(2014)
	IS2	你每天使用网络社区的信 息获取功能的频率	
	IS3	你对于使用网络社区完成信 息获取功能的满意程度	
社交行为	So1	你每天使用网络社区的社交功能的时间	Hong F, Huang D, Lin H(2014)
	So2	你每天使用网络社区的社交功能的频率	
	So3	你对于使用网络社区完成 社交功能的满意程度	

(2) 外向性, 开放性测度

这两个调节变量取自大五型人格中的两个维度, 因此它们相应的量表取自Olivier的大五型人格量表里的一部分^[17]。具体如表2。

表2 外向性、开放性量表

变量名	题序	指标	指标来源
外向性	Ex1	我是聚会的活跃人物	Olivier (2013)
	Ex2	我在聚会时和许多不同的人交流	
	Ex3	我不爱说很多话	
	Ex4	我习惯保持低调	
开放性	Oe1	我习惯保持低调	Olivier (2013)
	Oe2	我对于抽象概念不感兴趣	
	Oe3	我很难理解抽象概念	
	Oe4	我的想象力不够发达	

问卷采用5点计分, 从“1=完全不同意”到“5=完全同意”, 并且外向性中的问题Ex1、Ex2和开放性中的问题Oe1为正向计分, 其余问题为逆向计分。

(3) SNS沉迷程度

社交网络沉迷体现的是自媒体环境下, 受众与新型社交媒介的特殊关系, 内涵极其复杂, 几乎没有描述和直接测量“SNS沉迷”的结论性量表, 因此本研究参考网络成瘾相关的经典量表和国外关于社交媒体沉迷的调查设计, 基于匹兹堡大学教授Kimberly Young的病理性赌博判断标准延伸出“病理性网络使用”的概念, 将其定义为“无成瘾物质作用下的上网行为冲动失控”, 以病理性赌博诊断标准为依据设计网络成瘾诊断问卷^[2]。Beard和Wolf对此问卷进行修改, 形成了5项诊断标准^[18]:

- SA1 互联网使用成为生活的中心
- SA2 需要增加互联网的使用
- SA3 不能成功减少、控制、停止互联网的使用
- SA4 停止或减少互联网使用会导致无聊、抑郁、气愤
- SA5 在线时间超出预期计划

本研究便采用这5个测量项, 将互联网沉迷延伸到SNS沉迷, 以作为SNS沉迷测量量表。并设置为5点计分, 1表示完全不同意, 5表示完全同意, 分数越高, 表明SNS沉迷程度越深。

4.2 调查情况

为了探讨社交网络沉迷因素, 本研究通过问卷星网络平台、线下发放问卷等途径, 向不同地区不同年级的大学生发放问卷(调查对象的地理分布如图2), 共回收了237份问卷, 经过审核, 剔除重复IP填写的无效问卷及部分问题空白的问卷, 共218份有效问卷, 有效率为92.0%。

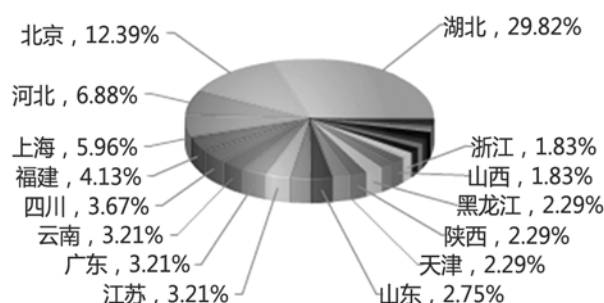


图2 调查对象的地理分布

5 数据分析与模型验证

使用SmartPLS工具进行分析, 通过偏最小二乘法(PLS)来分析测定假设模型, 针对测量模型给出相应的系数数值统计报表。分析如下:

5.1 测量模型

利用复合信度系数(Composite Reliability)、阿尔法系数、平均萃取方差(Average Variance Extracted, AVE)等指标对测量模型的信度和效度进行检验。

(1) 信度(Reliability)

信度分析是评价调查问卷是否具有稳定性和可靠性的有效分析方法, 若信度系数高, 表示各指标内部一致性高, 即所选取的若干观测变量较为一致地测度了某一潜变量。信度可以由复合信度系数(Composite Reliability)、阿尔法系数反映, 具体数值如表3。

从表3可以看出, 复合信度系数(CR)均大于要求的0.7, 说明用观测变量来测量潜在变量是合适的, 测量模型内部一致性相对较好; 阿尔法系数值大于或接近0.7说明构建的测量模型有满意的信度和稳定性^[19]。

(2) 效度(Construct Validity)

效度主要通过聚合效度(Convergent Validity)和

表3 复合信度系数、阿尔法系数

	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
娱乐行为	0.797094	0.716946
信息获取行为	0.834202	0.789032
社交行为	0.789438	0.688890
开放性	0.869321	0.701129
外向性	0.854144	0.780179
社交网络沉迷	0.843196	0.765905

区分效度 (Discriminant Validity) 来评价。聚合效度要求同属一个因子的测量项之间具有高度的相关性。表4说明测量模型测量项之间具有较高的相关度, 测量模型具有良好的聚合效度。

区分效度 (Discriminant Validity) 从表5AVE值,

表4 聚合效度情况

	娱乐行为	信息获取行为	社交行为	外向性	开放性	社交网络沉迷
Et1	0.827892	0.043454	0.257854	0.013981	0.216732	0.255383
Et2	0.779257	0.214544	0.246311	0.026406	0.205016	0.228662
Et3	0.645069	0.202203	0.210568	0.100908	0.118217	0.179200
Is1	0.031233	0.798032	0.119203	0.093821	0.231220	0.192310
Is2	0.029231	0.782012	0.262925	0.043520	0.021209	0.031923
Is3	0.103922	0.801628	0.150331	0.100237	0.200869	0.190233
So1	0.306388	0.028129	0.879093	0.182197	0.073628	0.331324
So2	0.251390	0.023558	0.896849	0.086362	0.018427	0.315603
So3	0.127478	0.182314	0.856475	0.145634	0.177393	0.193566
Ex1	0.177545	0.134150	0.169604	0.782600	0.286066	0.159409
Ex2	0.168403	0.196530	0.098909	0.647681	0.269335	0.046105
Ex3	0.209698	0.201838	0.168359	0.864866	0.154838	0.162477
Ex4	0.197520	0.222678	0.115365	0.778785	-0.004390	0.213732
Oe1	0.023558	0.205135	0.074768	0.162132	0.896849	0.089420
Oe2	0.103921	0.309830	0.073212	0.303314	0.790323	0.210230
Oe3	0.302133	0.203043	0.203223	0.039234	0.738023	0.129303
Oe4	0.080834	0.102302	0.114326	0.197324	0.856475	0.026372
SA1	0.282259	0.320193	0.323973	0.252719	0.119038	0.765677
SA2	0.133818	0.201923	0.197241	0.042437	0.010419	0.555654
SA3	0.201838	0.244232	0.233366	0.110558	0.093610	0.745747
SA4	0.222678	0.102302	0.266985	0.139258	-0.017035	0.787942
SA5	0.205135	0.201203	0.327571	0.160476	0.038395	0.731794

均大于0.5, 从表6变量间的相关系数来看均较低, 由此说明测量模型符合要求, 测量项之间有良好的区分效度。

表5 各变量AVE值

	娱乐行为	信息获取行为	社交行为	外向性	开放性	SNS沉迷
AVE	0.569587	0.598766	0.567924	0.768944	0.596614	0.521505

表6 相关系数矩阵

	外向性	娱乐行为	开放性	SNS沉迷	社交行为	信息获取行为
外向性	0.772408					
娱乐行为	0.243038	0.754710				
开放性	0.203107	0.056921	0.876895			
SNS沉迷	0.205634	0.295745	0.068690	0.722153		
社交行为	0.183140	0.316727	0.105923	0.380641	0.753607	
信息获取行为	0.201233	0.102312	0.102321	0.032932	0.202102	0.773710

5.2 结构模型

路径系数的大小反映出不同潜变量对用户SNS沉迷的影响程度。表7说明社交行为对于用户SNS沉迷的影响程度相对最强, 其可达性每增加一个单位, 沉迷程度将相应增加0.377个单位; 而娱乐行为对用户SNS沉迷的影响程度相对较弱, 其可达性每增加一个单位, 沉迷程度将相应增加0.12个单位。作为调节变量的外向性对用户SNS沉迷的影响仅有0.084, 对社交行为的影响却达到了0.262。开放性对于用户SNS沉迷产生了负相关性影响, 其程度为-0.019, 对娱乐行为的影响达到0.0568。在结构模型的参数估计中, R Square为0.3186, 表明社交行为和娱乐行为在调节变量开放性及外向性的分别作用下对于用户SNS沉迷有31.86%的解释能力, 从而反映出模型整体拟合度较好。

6 假设结果分析讨论

本研究探究了大学生人格特质、SNS使用以及SNS沉迷之间的影响关系。如图3所示不同的SNS功用对于SNS沉迷的影响不同, 此外人格特质对于SNS使用与沉迷之间具有调节作用。

表7 检验分析结果

假设与路径	路径系数	T值	显著性	是否支持假设
H1 娱乐行为→SNS沉迷	0.124	2.217	*	支持
H2 信息获取行为→SNS沉迷	0.047	1.081	不显著	不支持
H3 社交行为→SNS沉迷	0.377	4.876	***	支持
H4 开放性*娱乐行为→SNS沉迷	0.223	3.157	**	支持
H5 外向性*社交行为→SNS沉迷	-0.326	3.512	**	支持

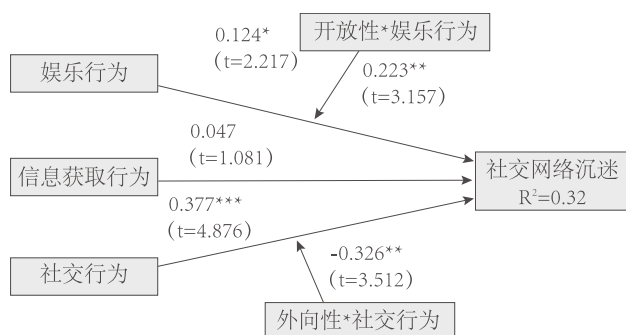


图3 结构模型

首先, SNS的社交服务使用、娱乐服务使用均与SNS沉迷成正相关关系, 而信息获取服务的使用对SNS沉迷并没有显著影响。对SNS社交服务使用越多, 越容易形成沉迷; 同时, 对于SNS娱乐服务使用越多, 也容易形成沉迷。这与之前将SNS使用作为总体变量研究其与SNS沉迷之间的关系相吻合^[8]。然而, 从信息获取服务的使用对SNS沉迷影响并不显著可以看出, 用户在使用社交网络时, 对信息获取的需求并不强烈, 人们获取信息多属于一种学习性的过程, 这一行为多发生在搜索引擎平台而不是社交网络的应用中, 因此多数用户不会因为信息获取的需求而对SNS产生沉迷症状。

其次, 人格要素对SNS沉迷现象的成因具有调节作用。外向性人格对于SNS社交服务使用与SNS沉迷之间存在负向调节作用。若SNS社交服务使用程度相近, 外向性的人更不易产生沉迷。同样, 开放性人格对于SNS娱乐服务使用与SNS沉迷之间存在正向调节作用。若SNS娱乐服务使用程度相近, 越开放的人越易产生SNS沉迷。

7 结语

本研究对SNS的使用进行细致分析, 将SNS的使用

划分为社交服务使用、信息获取服务使用与娱乐服务使用三个角度, 揭示出不同SNS使用对于SNS沉迷的影响存在差异, 这为以后进一步从更为细致的角度分析SNS使用对于SNS沉迷提供了支撑。另外, 之前的研究, 集中探讨人格特质对于SNS沉迷影响的主效应^[6], 而本研究则将人格特质以调节变量的形式引入模型, 探究人格特质的调节作用。同时, 以往研究往往认定SNS使用对于SNS沉迷的影响是一定的, 而忽略了影响产生的条件。本研究则将外向性、开放性人格特质作为条件, 明确了外向性对于SNS社交服务使用与沉迷的负向调节作用、开放性对于SNS娱乐服务使用与沉迷的正向调节作用, 从而实现了人格特性研究角度与使用满足角度的统一。

基于研究结论, 对SNS沉迷预防以及数字图书馆服务推广建议如下: 首先, 研究成果为预防SNS沉迷提供了依据。为了防止沉迷心理的产生, 就要注意对于SNS使用的监控, 包括时间程度、使用频率等。对于不同用途的使用, 需要针对不同的人格特征加以区分。对于内向的人, 要积极鼓励他们通过现实途径进行人际交往; 对于开放的人, 可以引领他们更多参与实体活动, 提高其对活动的兴趣与新鲜感, 从而降低SNS沉迷的可能性。此外, 本研究发现人们在使用SNS时多是娱乐及社交, 信息获取的需求并不强烈, 因此数字图书馆应降低SNS方面的投入力度, 将精力集中于用户信息需求较为强烈的领域, 同时增强信息获取过程的娱乐性及趣味性从而改善推广效果。

本研究调查群体局限于大学生, 结论的推广受到限制, 建议进一步的研究拓宽研究对象, 使用电脑或者网络日志数据进行分析, 以客观反映使用者的使用情况, 同时将其他人格维度引入SNS沉迷研究中。

参考文献

- [1] 三川. CNNIC发布第35次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 中国远程教育, 2015 (2): 31-31.
- [2] Hamburger Y A, Ben-Artzi E. The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet[J]. Computers in Human Behavior, 2000, 16: 441-449.
- [3] Young K. Internet addiction: evaluation and treatment[J]. Student Bmj, 1999.
- [4] 李皓. 大学生微博使用与满足研究[D]. 上海: 上海外国语大学, 2012.
- [5] Chen H T, Kim Y. Problematic use of social network sites: the

- interactive relationship between gratifications sought and privacy concerns[J]. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 2013, 16(11):806-812.
- [6] 巩雪. 成都高校学生对社交网络依赖影响因素的结构方程模型研究——以人人网为例[J]. *新闻知识*, 2012(8):62-64.
- [7] 李欢欢, 王力, 王嘉琦. 不同网络成瘾亚型大学生的心理健康水平差异及其与人格的关系[J]. *中国临床心理学杂志*, 2008, 16(4):413-416.
- [8] Wilson K, Fornasier S, White K M. Psychological predictors of young adults' use of social networking sites[J]. *Cyberpsychology Behavior & Social Networking*, 2010, 13(2):173-177.
- [9] Hong F Y, Huang D H, Lin H Y, et al. Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students[J]. *Telematics & Informatics*, 2014, 31(4):597-606.
- [10] Ebeling-Witte S, Frank M L, Lester D. Shyness, Internet use, and personality[J]. *Cyberpsychology & Behavior*, 2007, 10(5):713-716.
- [11] Krishnan S. How Does Personality Matter? Investigating the Impact of Big-Five Personality Traits on cyberloafing[C]. *International Conference on the Information System 2010 Proceedings*, 2010.
- [12] Ross C, Orr E S, Sisic M, et al. Personality and motivations associated with Facebook use[J]. *Computers in Human Behavior*, 2009, 25(2):578-586.
- [13] Correa T, Hinsley A W, Zúñiga H G D. Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use[J]. *Computers in Human Behavior*, 2010, 26(2):247-253.
- [14] Amichai-Hamburger Y, Vinitzky G. Social network use and personality[J]. *Computers in Human Behavior*, 2010, 26(6):1289-1295.
- [15] 庞开磊. SNS 社交网络用户使用动机的实证研究[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2012.
- [16] 田莹颖. 社交网络游戏用户接受影响因素研究[D]. 南京: 南京大学, 2011.
- [17] Laverdière O, Morin A J S, St-Hilaire F. Factor structure and measurement invariance of a short measure of the Big Five personality traits ☆[J]. *Personality & Individual Differences*, 2013, 55(7):739-743.
- [18] Beard K W. Modification in the proposed diagnostic criteria for Internet addiction[J]. *Cyberpsychology & Behavior*, 2001, 4(3):377-383.
- [19] Hair J F, Anderson R E, Tatham R L, et al. *Multivariate data analysis with readings* (3rd ed)[J]. *Geoderma*, 1992, 62(94):83-92.

作者简介

曾兰馨, 女, 1993年生, 武汉大学信息管理学院学生。

马亚雪, 女, 1993年生, 武汉大学信息管理学院学生。

Analysis of the Influence of SNS Using Behavior and Big Five towards SNS Dependence

ZENG LanXin, MA YaXue

(School of Information Management, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: This paper analyzes social dependency factors through personality factors as well as the use of social media SNS which is divided into three aspects, Entertainment, Information Searching and Sociality, using the Big Five personality theory, scale factors of Facebook using addiction and PIU Internet addiction diagnostic to make questionnaire. Some college students in various regions are surveyed, and the data is analyzed by partial least squares method (PLS). The results show that the Entertainment and Sociality have a significant positive effect on College Students' SNS addiction, and Extraversion and Openness in the Big Five personality have a certain regulation effect.

Keywords: Big Five; SNS; Social Dependence

(收稿日期: 2015-05-30; 编辑: 雷雪)