

專輯論文

「僅陌生人可見」：表達型社交媒體使用、 社會網絡規模、社會網絡多樣性與監控 焦慮對選擇迴避型自我表露的影響

馮雨雷^a、蘇揚^b

^a復旦大學新聞學院，上海市，中國大陸

^b上海交通大學媒體與傳播學院，上海市，中國大陸

摘要

隨著社交媒體前所未有地融入現實生活，社交媒體用戶感受到了日益增加的社交壓力。由於需要在不同的受眾面前展示符合社會規範的自我，社交媒體用戶面臨著語境坍塌，並透過調整社交媒體平台的隱私設置、可見性管理等策略修復語境。本研究關注社交媒體使用者將發佈的資訊設置為僅陌生人可見的使用行為，參考語境坍塌、選擇性迴避等理論概念，將該使用行為界定為選擇迴避型自我表露，並探究表達型社交媒體使用、社會網絡規模與多樣性、以及監控焦慮對其

馮雨雷，復旦大學新聞學院傳播系博士後、助理研究員。研究興趣：社交媒體、人機溝通。電郵：fengyulei84@alumni.sjtu.edu.cn

蘇揚，上海交通大學媒體與傳播學院新聞與傳播系博士研究生。研究興趣：女性主義媒介研究。電郵：suze20@163.com

論文投稿日期：2024年9月5日。論文接受日期：2025年4月1日。

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

的影響。基於網絡問卷調查資料，研究發現表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露存在正相關關係；社會網絡規模在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露的關係中起中介作用；社會網絡多樣性與選擇迴避型自我表露的相關關係顯著；監控焦慮則調節了表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露之間的關係。本研究深化了語境坍塌及語境修復的理論發展場景，提出了重塑語境邊界的新型策略，為理解社交媒體用戶的迴避行為提供了啟示。

關鍵詞：社交媒體、語境坍塌、社會網絡、監控焦慮、自我表露

Special Issue Article

“Visible Only to Strangers”: The Effects of Expressive Social Media Use, Social Network Size, Social Network Diversity, and Surveillance Anxiety on Selective Avoidant Self-Disclosure

Yulei FENG^a, Yang SU^b

^a School of Journalism, Fudan University, Shanghai, Mainland China

^b School of Media and Communication, Shanghai Jiao Tong University, Shanghai, Mainland China

Abstract

With the unprecedented integration of social media into people’s everyday lives, social media users feel increased social pressure. Faced with the need to present themselves according to social norms to different audiences, these users are confronted by the collapse of context and the need to restore it by adjusting privacy settings, managing the visibility of posts, and deploying other strategies on social media platforms. This study focuses on the behavior of social media users who set the information they post to be visible only to strangers. Drawing on the theoretical concepts of context collapse and selective avoidance, the study defines this usage behavior as selective avoidant self-disclosure and examines the effects of expressive social media use, social network size and

Yulei FENG (Postdoctoral Researcher). School of Journalism, Fudan University. Research interests: social media, human-machine communication. Email: fengyulei84@alumni.sjtu.edu.cn

Yang SU (Ph.D. Candidate). School of Media and Communication, Shanghai Jiao Tong University. Research interest: feminist media studies. Email: suze20@163.com

Article History: Received on 5 September 2024. Accepted on 1 April 2025.

Communication and Society, 76 (2026)

diversity, and surveillance anxiety on it. Based on online questionnaire data, the findings reveal a positive relationship between expressive social media use and selective avoidant self-disclosure. Social network size mediated the relationship between expressive social media use and selective avoidant self-disclosure, the correlation between social network diversity and selective avoidant self-disclosure was significant, and surveillance anxiety moderated the relationship between expressive social media use and selective avoidant self-disclosure. This study deepens the theoretical developmental scenario of context collapse and context restoration, identifies the social media use strategy of replacing context boundaries, and offers insights for understanding social media users' avoidant behaviors.

Keywords: social media, context collapse, social network, surveillance anxiety, self-disclosure

研究緣起

隨著社交媒體前所未有地融入現實生活，社交媒體用戶感受到了日益加重的過度連接負擔與社交壓力 (Guo et al., 2020)。其中，社交壓力的一大來源是社交媒體平台上的觀眾。因為用戶總是期待從好友處獲得正面回饋 (Stsiampkouskaya et al., 2021)，而面對不同觀眾又需展現不同自我，這種個人角色與觀眾期望間的潛在差異，可能會引發社交倦怠 (Pekala & van Zoonen, 2023; Zhang, 2022c)。為此，社交媒體用戶開始利用分組、刪帖等方式管理與不同觀眾的社交關係 (Yang & Seo, 2022)，並通過調整平台隱私設置、管理可見性等策略，在匿名與熟人社交間尋求平衡 (Chen et al., 2024)。例如在「微信」這一社交媒體平台，使用者發佈內容時可屏蔽特定好友；而在社交型手機閱讀應用「微信讀書」中，用戶發表評論或留言時也可選擇僅對「陌生人可見」(梁曉健, 2023; Yang & Seo, 2022)。社交媒體的超載現象，無論是資訊超載還是社交超載，都已引起學術界的廣泛關注 (Fu et al., 2020)。對於資訊超載，有學者聚焦於社交媒體使用者在獲取資訊時的選擇性迴避行為，指出為免受不和諧觀點干擾，用戶會採取刪除評論、刪除好友等策略來過濾資訊 (John & Dvir-Gvirsman, 2015; Zhu et al., 2017)。至於社交超載，亦有研究探討社群平台可供性如何協助使用者重塑社交語境邊界，建立相對安全的自我表達空間 (王昀、劉思佳, 2022; Xiao et al., 2020; X. Zhang et al., 2022)。隨著社交媒體平台技術配置的升級，使用者如何利用平台可供性區隔社交媒體受眾、屏蔽他人觀看，仍是值得深入探究的課題。

根據社會情境理論，個體會在不同的社會情境中展示不同的自我，而社交媒體將所有的用戶都聚集在了單一的情境中，導致了語境坍塌 (context collapse; Goffman, 1959; Meyrowitz, 1986)。為了在不同的受眾面前展示不同的自我，或者在不同的情境下遵循特定的社會規範，社交媒體使用者需要重新修復語境邊界 (contextual boundary) 來進行更真實的自我表露 (self-disclosure; Li et al., 2024)。有研究指出，社交媒體用戶有時也會構築起非常堅固的語境邊界，採取一種新型的迴避行為 (Guo et al., 2020)，將所有的好友都區隔在自我表露的空間之外

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

(Bozdag, 2020)。如何界定這種旨在增加交流匿名性的新現象，並分析影響這種行為的因素，成為了需要解決的問題。

選擇性迴避 (selective avoidance) 也被認為是一種應對語境坍塌的有效策略 (Li et al., 2024)，主要指個人在防禦心理機制的驅動下，有意識地採取措施來過濾那些與自己觀點相悖的資訊 (Garrett & Stroud, 2014)，主要採用的策略包括刪除那些挑戰個人態度的評論或與持有不同意見者的好友解除關係 (Sibona, 2014; Zhu et al., 2017)。這種行為模式揭示了社交媒體使用者在資訊獲取過程中對於資訊邊界和個人資訊主權的保護意識 (Barnidge et al., 2023; John & Gal, 2018)，也被認為是使用者為自己構建數位「安全空間」(safe spaces) 的策略 (Zhu & Skoric, 2021, p. 894)。而在資訊發佈環節，出於印象管理、隱私保護等動機，社交媒體用戶同樣會採取分組好友或設置屏蔽分組等措施，以確保資訊在特定範圍和邊界內傳播 (Treem & Leonardi, 2013; Yang & Seo, 2022)。本研究參考選擇性迴避與自我表露的相關定義 (Chu et al., 2023)，重點關注社交媒體用戶在自我表露過程中的選擇性迴避傾向，識別出一種重塑語境邊界的新型策略：將社交媒體平台中發佈僅對陌生人可見的資訊、觀點和情緒界定為選擇迴避型自我表露 (selective avoidant self-disclosure)。

社交媒體用戶的行為深受人際關係的影響。例如，當感受到過度使用的壓力時，他們可能會選擇減少社交活動 (Han & Myers, 2018)。社交媒體使用者一方面樂於積極公開分享資訊，另一方面也會適度迴避，以避免過度連接的負面效應 (Chu & Yeo, 2020)。此外，社交媒體的使用擴大了社會網絡規模 (Han, 2023)，並增加了其多樣性 (Maireder et al., 2017)。然而，社會網絡屬性的變化可能引發隱私安全擔憂及對虛擬關係的不信任，進而導致使用者對網絡社交產生排斥 (Turan et al., 2013; Zhou & Tian, 2023)。同時，社交媒體作為個體自我表露的空間，好友間的嫉妒、比較、監視成為影響心理狀態的重要因素 (Meier & Johnson, 2022; Wu & Srite, 2021)，其帶來的社交焦慮也可能會影響用戶的社交媒體使用習慣 (Marder et al., 2016)。綜合考慮上述因素，本研究結合社交媒體過度連接、語境坍塌及選擇性迴避理論，提出選擇

迴避型自我表露的概念，並進一步探究社交媒體使用、社會網絡以及監控焦慮對其的影響。

文獻綜述

語境坍塌與語境修復

社會情境理論強調個體會在日常互動中會展現不同的自我，並將社會情境分為前台和後台，前台是個人進行表演和扮演社會角色的地方，後台是個體關注個人思想和情感的地方 (Goffman, 1959)。這種區分強調了情境在塑造社會互動中的關鍵作用。媒介情境理論則關注個體如何根據交流的對象來調整自己的行為，並初步提出了語境坍塌，以解釋電子媒體如何超越了社會情境之間的物理界限 (Meyrowitz, 1986)。社交媒體的興起進一步加劇了語境坍塌，因為它將多樣化的受眾合併在單一情境中，並要求用戶在所有情境中展現單一的自我 (Boyd, 2002; Davis & Jurgenson, 2014; Marwick & Boyd, 2011; Vitak, 2012)。

語境坍塌會造成個人預期的自我形象與不同社交圈受眾的期望之間的不一致 (Marwick & Boyd, 2011; Meyrowitz, 1986)。現有研究已識別出多種緩解語境崩塌的策略，例如透過平台轉換 (Tandoc et al., 2019)、設立替代帳戶 (Costa, 2018; Vitak et al., 2012) 或虛假帳戶 (Darr & Doss, 2022; Duffy & Chan, 2019)，甚至解除好友關係 (Zhu & Skoric, 2021) 來區隔不同社交圈的受眾。學者根據使用者是否重新構建特定語境，將這些策略分為語境適應 (context adaptation) 與語境修復 (context restoration) 兩類 (Li et al., 2024)。具體而言，語境適應是指調整自我揭露的內容，以符合廣泛且多樣的受眾期望，例如發佈能被所有社交媒體好友接受的個人資訊 (Gil-Lopez et al., 2018)。而語境修復則是重建一個或多個情境，為不同受眾量身打造不同的自我形象，並遵守相應的情境規範 (Feng, 2024)。

雖然現有研究中對於語境坍塌的探討更多將之與自我呈現 (self-presentation) 聯繫在一起，但語境坍塌同樣與策略性的自我表露有關。

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

自我呈現與自我表露的區別在於，自我呈現是一種「控制資訊以影響受眾對自我印象的目標導向活動」(Schlenker & Wowra, 2003, p. 871)，而自我表露則被定義為「向他人傳達有關自己的個人資訊」(Forgas, 2011, p. 449)。自我呈現的關鍵在於以最積極的方式展現自己；而自我表露的關鍵則在於披露真實的自我(Schlosser, 2020)。兩者的聯繫在於自我表露所傳達的個人資訊有時會有助於呈現一個理想的自我形象(Johnson, 1981)；而它們的重要區別則在於自我呈現需要有觀眾的存在，但披露真實的自我往往更需要匿名的環境(McKenna & Bargh, 1998)。語境坍塌所造成的自我呈現壓力，代表了社交媒體用戶所面臨的社交壓力，這種社交壓力同樣會促使使用者在進行自我表露時需要重塑或修復其表達的語境。

語境修復讓社交媒體用戶能夠建立清晰的語境邊界，並針對不同受眾構建多樣語境，有效使個人表達與語境規範相符(Li et al., 2024)。先前研究已識別出多種語境邊界形式。例如，心理邊界是指社會角色的心理分類(Ashforth et al., 2000)，空間邊界則指虛擬空間的隔離，如同平台維持多個帳戶(Darr & Doss, 2022)。此外，還有研究觀察到恢復時間邊界的策略，如刪除舊帖或設置社交媒體資料可見性的時限(Brandtzaeg & Lüders, 2018; Zhao et al., 2013)。「僅陌生人可見」作為特殊的語境修復策略，將所有社會角色的好友隔離於表達空間外，相比其他策略，更具匿名性與迴避性。接下來，本研究將依據語境邊界、選擇性迴避與自我表露的理論，從理論層面解析「僅陌生人可見」，並介紹選擇迴避型自我表露的概念。

重塑語境邊界：選擇迴避型自我表露的概念界定

既有研究探討了社交媒體平台如何重塑語境邊界，包括調整隱私設置及區隔受眾等策略(Litt & Hargittai, 2016; Wisniewski et al., 2012)。選擇性迴避亦被視為社交媒體用戶應對語境坍塌的方法，主要透過修改平台設置來達成(Li et al., 2024)。John和Gal(2018)觀察到迴避行為的多樣性及其受社會網絡影響的情形，將社交媒體用戶的迴避行為視為在個人公共領域內的保護性舉措，例如解除好友關係以管理

交流空間邊界。據此，他們將選擇性迴避概念化為新的邊界管理形式，理論上強調個體對自身公共領域有主權意識：人們意識到個人公共領域會與他人公共領域交會，這促使社交媒體用戶維護個人公共領域的私密與安全。因此，選擇性迴避不僅是資訊迴避，也是個人空間邊界管理的行為，有助於個體在社交網絡中維持特定的溝通邊界 (John & Gal, 2018)。

由此可見，雖然現有研究對選擇性迴避的討論多聚焦於新聞迴避，選擇性迴避尚有另一層重要意義，即重塑語境邊界。為構建與個人意見相符的環境，用戶可透過向好友隱藏帖文、取消關注、暫停發文、解除好友關係等方式管理社交媒體平台的關係 (Wu, 2021)。此舉不僅旨在重建符合個人興趣的語境 (Li et al., 2024)，也為了劃定個人網絡空間的邊界，並保護個人隱私 (Wanick et al., 2018)。此外，當社交媒體超載加劇語境坍塌時，更改使用習慣以避免接收過量資訊或解除好友關係，均可能成為應對的策略 (Sasaki et al., 2016)。

重塑語境邊界的意義，不僅在於對社交媒體資訊與內容的選擇性迴避，也涵蓋對好友與社交的選擇性迴避 (Bode, 2016; John & Dvir-Gvirsman, 2015; Yang et al., 2017)。現有研究聚焦於使用者如何利用社交媒體平台的技術配置重塑社交邊界，如屏蔽、分組 (Liu et al., 2020; Treem & Leonardi, 2013; Yang & Seo, 2022)，或創建「虛假」帳號 (王昀、劉思佳, 2022; Xiao et al., 2020)。這些策略雖都涉及好友區隔，但使用語境與意義各異。屏蔽與分組旨在向不同好友展示多元自我形象，以達成理想化自我呈現 (Li et al., 2024)。創建小帳號則重在於不同帳號中管理社交關係 (Darr & Doss, 2022; Vitak et al., 2015)。將帖文設定為「僅陌生人可見」，旨在提升交流的匿名性，減輕社會規範與群體壓力對表露的影響 (Schlosser, 2020)。此策略排除所有好友於自我表露空間外，實際上塑造了一個無熟人受眾的語境。一方面，面對陌生受眾的匿名性成為隱私與自我保護的手段 (Sardá et al., 2019)；另一方面，僅有陌生人的社交語境可能帶來更平等自由的交流與表達空間 (McDonald, 2019)。在此背景下，「僅陌生人可見」設置反映了社交媒體使用者渴望重獲網絡匿名性及陌生人社交的心理傾向 (Tao, 2022)。

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

自我表露是指向他人傳達個人資訊、想法及感受的行為 (Derlega et al., 1993)，內容常涉及性格、觀點、情緒、過往經歷、計劃與願景等 (Derlega & Grzelak, 1979)。傳統自我表露理論聚焦於個體在人際交往，尤其是親密關係中的揭露 (Hui & Tsang, 2017)。然而，社交媒體的興起提供了前所未有的便捷性，讓深入的自我表露變得容易，但也伴隨新的風險 (Walsh et al., 2020)。這些風險包括社交超載帶來的隱私憂慮與社交倦怠 (Lin et al., 2020; Tsay-Vogel et al., 2018)，以及語境坍塌引發的印象管理問題，即自我表露可能與特定語境規範不符 (Yao et al., 2024)。面對這些困境，社交媒體用戶開始採用策略性自我表露，如有選擇性地披露資訊 (Zhao, 2021)，甚至迴避向好友進行表露。

隨著社交媒體技術進步，平台可供性更為用戶提供了策略性自我表露的契機 (Lin, 2019; Yang & Seo, 2022)。值得注意的是，在社交媒體中，熟人社交可能帶來社交壓力 (Wright, 2020)，相比之下，匿名社交能削弱社會規範、減少束縛、降低對他人評價的恐懼 (Klein et al., 2003)。先前研究指出，社交媒體中的選擇性迴避行為主要包括解除好友關係和保持沉默 (Kim et al., 2021)。將帖文設定為「僅陌生人可見」，既能滿足自我表露需求，又能在陌生人前隱藏真實身分，從而保障個人表達的自由。作為一種利用平台可供性將好友隔離於語境外的自我表露策略，本研究將「僅陌生人可見」概念化為選擇迴避型自我表露。

表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露

選擇迴避型自我表露是一種既能滿足自我表達願望，又迴避熟人和好友的社交策略，故在一定層面上屬積極的社交媒體使用行為，只是此過程中避開了與熟人的關係聯結。有研究將社交媒體使用分為資訊型與表達型兩類，並強調表達型社交媒體使用在促進關係連接上扮演重要角色 (Bennett & Segerberg, 2012; Skoric et al., 2016)。當社交媒體成為交流互動、分享動態及監控他人的主要媒介 (Stevic, 2024)，過多的社交任務可能引發社交媒體迴避傾向 (Shin et al., 2024)。此外，與獲取資訊相比，表達型社交媒體使用能提供更互動的體驗，並激發更

深層的情感參與 (Wang et al., 2024)。社交媒體表達亦與極端態度及減少網絡互動行為有關 (Su et al., 2022)。雖然目前尚無研究直接探討表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露的關係，但基於刺激－機體－反應理論 (stimulus-organism-response paradigm)，有學者指出社交媒體使用可能帶來情緒刺激，並結合表達型社交媒體使用所引發的情感變化，推測其可能導致更強烈的情緒反應，進而促使用戶產生迴避行為 (Schreiner et al., 2021; Hasell, 2021)。因此，本文提出：

研究假設 1：表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露存在正相關關係。

表達型社交媒體使用、社會網絡規模與社會網絡多樣性

移動社交媒體的興起，使人與人之間的互動發生結構性轉變。它打破地理限制，讓個體能在更廣泛的組織中建立並維持多樣的社會關係 (Shen & Gong, 2019)。利用社交媒體溝通，會擴展社會網絡的兩個關鍵特性：規模與多樣性 (Pang, 2022)。在社交媒體上，每次點擊、分享、按讚、發文都標示著使用者間聯繫的建立、關係的發展，促進社會網絡的動態擴張 (Bucher, 2015)。透過社交媒體社交的人，常常認為自己擁有更龐大且密切的社交網絡，並透過媒介維持更多社會關係 (Lai, 2019)。社交媒體使用可能讓用戶擁有更多知己好友 (Hampton et al., 2011a)，為了維護人際關係，使用者會在平台進行更多表達 (Beneito-Montagut, 2017)。此外，研究也證實社交媒體上的觀點表達與社會網絡規模正相關 (Chan, 2016)，且無論是積極或消極情緒表達，都與社會網絡規模與密度緊密相關 (Lin et al., 2014)。

除此之外，社交媒體讓用戶能與不同人群建立聯繫，增加接觸不同觀點的機會 (Bozdog, 2020)。透過社交媒體與好友維持聯繫、發佈狀態、傳送私人信息等行為，已被證實與感知社會支援有關，而社會支援與社會網絡多樣性緊密相關 (Lu & Hampton, 2017)。網絡多樣性指一個人的社交網絡由不同元素組成的程度 (Barnidge et al., 2023)，社會網絡多樣性則代表透過社交網絡所能接觸到的社會關係的多樣化程度

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

(Lin & Erickson, 2008)。Barnidge 等人 (2023) 對社交媒體中社會網絡多樣性的定義，包含結構多樣性 (structural diversity) 與資訊多樣性 (informational diversity) 兩方面。結構性社會網絡多樣性衡量個體在社會經濟及階級結構中的多樣程度；結構越多元，顯示個體能接觸到更廣泛的公共事務觀點 (Hampton et al., 2011b)。資訊多樣性雖也衡量個體在網絡中接觸的不同類型政治資訊，但更常用作衡量個體政治傾向的指標 (Kim et al., 2021)，反映聯繫人間的政治異質性 (Su et al., 2020)。鑒於本研究主題，結構多樣性更值得關注。研究顯示，更頻繁使用社交媒體的用戶，往往擁有結構更多樣的社交網絡 (Hampton et al., 2011a)。由於社交媒體中的意見表達具有社會性，積極的公開表達反映社會網絡的群體性與互動性 (Zhang 2022a, 2022b)。因此，本文提出：

研究假設 2：表達型社交媒體使用與 (a) 社會網絡規模、(b) 社會網絡多樣性存在正相關關係。

表達型社交媒體使用、社會網絡規模、社會網絡多樣性與選擇迴避型自我表露

社交媒體平台促進了社會網絡的擴展，而社會網絡的規模與多樣性也對社交媒體使用行為有深遠影響 (Barnidge et al., 2023; Rojas, 2015)。社交媒體的可供性讓使用者能以新方式參與公共討論，其朋友網絡也塑造了使用者接觸的內容 (Bakshy et al., 2015)。擁有較大社會網絡的使用者可能接觸更多元的觀點，這些差異有時會引發負面情緒和極端爭論 (Barnidge et al., 2023; Rojas, 2015)，從而促使用戶迴避 (John & Gal, 2018)。同時，人類能維持的穩定好友關係數量有限 (Dunbar, 1992)，考慮到時間和注意力有限，應付特定數量的好友並非易事 (Gonçalves et al., 2011)。雖然社交媒體助人們發展更多內部與外部社交 (Rainie & Wellman, 2012)，但也可能導致更多分歧與衝突，進而要求用戶維護社交邊界 (John & Gal, 2018)。

此外，社會網絡的擴展意味著使用者在社交媒體上建立了更多資訊管道，這些多樣化的社會網絡中包含更多弱連接，承載了來自不同

「僅陌生人可見」

傳播生態的豐富資訊 (Granovetter, 1973)。網絡多樣性指一個人的社交網絡由不同元素組成的程度 (Barnidge et al., 2023)。在社交媒體中，結構網絡多樣性反映個體在社會經濟及階級結構中的地位，更廣的結構網絡讓使用者能接觸更多樣化的公共事務視角 (Hampton et al., 2011b)。因此，在多樣化的社會網絡中，人們更易接觸到觀點交叉的資訊 (Peacock, 2021)，當遇到與個人意願和規範相悖的情況時，可能選擇避免與意見不和者交流 (Wells et al., 2017)。因此，本文提出：

研究假設 3：(a) 社會網絡規模和 (b) 社會網絡多樣性與選擇迴避型自我表露存在正相關關係。

如前文所述，雖然社交媒體為人們提供了自由表達的機會，但擔心影響個人生活，社交媒體用戶可能不願意分享個人觀點 (Weeks et al., 2023)。考慮到較大的社交網絡規模與多樣化的社會網絡意味著使用者能在社交媒體中接觸更多人群和多樣觀點，這兩者可能在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露間起中介作用。具體地，社交媒體使用者網絡曝光增多時，需整合多樣社會關係，也會面臨隱私洩露問題，這些讓他們發文時更加審慎 (Kwon et al., 2015)。作為社交媒體資訊傳播的紐帶，社會網絡與使用者的迴避行為緊密相關 (Neely, 2021)。社交媒體超載時，用戶也會通過迴避行為應對社交壓力 (Tran & Chen, 2023)。因此，本文提出：

研究假設 4：(a) 社會網絡規模和 (b) 社會網絡多樣性在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露的關係中起中介作用。

監控焦慮

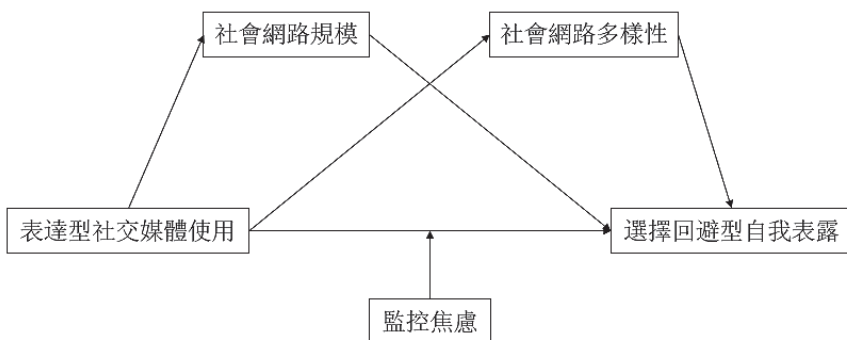
在社會交往中，個體會根據不同社交對象設定的標準，來約束和規範自身行為 (Hogan, 2010)。隨著社交媒體深入社會生活各領域，社會監控也變得無處不在。在此背景下，社交媒體使用者不僅需要進行印象管理，還需設定適當邊界，以保障個人表達自由並保護隱私 (Baumer et al., 2015; Marwick, 2012)。研究指出，社交媒體平台中的迴避型行為與社會關係緊密程度相關，使用者感知到被監控並因此焦慮

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

時，會盡量避免自我揭露 (Wang et al., 2024)。感知可能被監控或騷擾會促使社交媒體用戶避免在平台過多交流 (Kruse et al., 2018)，或通過迴避社交來避免爭論 (Marwick et al., 2017)。因此，當社交媒體用戶進行自我表露時，感知的監控焦慮水準越高，越可能採用選擇迴避型自我表露策略，以管理自我表露邊界：

研究假設 5：監控焦慮調節了表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露之間的關係，即監控焦慮水準越高，表達型社交媒體使用對選擇迴避型自我表露的預測作用越強。

圖一 假設模型



研究與統計方法

抽樣及問卷調查

本研究先進行前測，邀請上海市某高校一百名學生填答問卷，前測調查的參與者均為 18 歲以上成年人，其中 52 人為女性。雖然參與者的居住地大部分為上海，但家鄉所在地覆蓋中國大陸多個地區。同時，使用克隆巴赫係數 (Cronbach's alpha) 對量表的信度進行評估，分析結果表明前測中所有量表的信度都達到 .75 以上，可以開展正式調查。正式問卷調查於 2024 年 4 月開始，透過騰訊問卷平台從其超過三百萬的樣本庫成員中隨機抽取 18 歲以上的目標人群填寫問卷，最終回收了 387 份有效問卷。問卷針對中國大陸地區不同地理位置的人群展開招募，最終參與者的居住地覆蓋廣東省、上海市等中國大陸二十個

以上省、自治區、直轄市。所有受訪者中，55.8% ($n = 216$) 是女性，44.2% 是男性。受訪者的平均年齡約為 28 歲。58.1% ($n = 225$) 的受訪者擁有大學及以上學歷。

效能分析表明，基於本研究的模型，為了降低一類錯誤的可能性，確保在 .8 的效能值和 $p < .05$ 的顯著性之下檢驗研究變數之間的關係，至少需要 108 個參與者樣本。因此，本次研究的樣本量足夠對變數關係進行檢驗。

研究變項與測量方法

本研究的測量程式參考了若干英文量表，鑒於英文量表在中文語境下的適用性問題，我們參酌既有研究，從語言、文化及測量三個面向盡力提升量表的適用性 (Harkness et al., 2010)。在語言方面，我們運用回譯法確保語義的一致性 (Van Widenfelt et al., 2005)；在文化方面，我們邀請十位前測參與者進行認知訪談，以確認量表中的概念在當前文化語境中確實存在且能被理解 (Luszczynska et al., 2005)；在測量方面，我們參照過往研究進行因數分析，以確保量表具有良好的效度 (Heeren et al., 2011)。

I. 表達型社交媒體使用

本研究測量表達型社交媒體使用的方法，參考了既有研究 (Wang et al., 2024)，邀請受訪者對他們在最喜歡的社交媒體平台中作出以下行為的頻率進行評分，測量的方式為五級李克特量表 (1 = 「從不」，5 = 「總是」)：(1) 發佈資訊、(2) 發表評論、(3) 分享資訊。主成分因素分析顯示，這三個題項呈現一個面向，共可解釋 83.24% 的變異量 (eigenvalue = 2.50)。因此我們對這三個項目的答案取平均值，得到表達型社交媒體使用變數的取值 ($M = 3.37$, $SD = 1.19$, Cronbach's alpha = .89)。

II. 社會網絡規模

社會網絡規模的測量參考既有研究 (Barnidge et al., 2023)，詢問受訪者在自己最喜歡使用的社交媒體平台中有多少好友，得到社會網絡規模的指標 (1 = 「0-500」，5 = 「超過 2,000」； $M = 2.21$, $SD = 1.25$)。

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

III. 社會網絡多樣性

社會網絡多樣性的測量參考既有研究 (Barnidge et al., 2023)，雖然社會網絡多樣性包括結構多樣性與資訊多樣性，但資訊多樣性主要詢問受訪者接觸到關於政治候選人的資訊的頻率，與本研究所關注的概念相關性不高，因此本研究僅測量了相關性更高的結構多樣性。受訪者被詢問在最喜歡的社交媒體平台中有多少好友是 (1) 從當前工作或學校中認識的、(2) 從過去的工作或學校中認識的、(3) 在社會上認識的、(4) 從未見過面的、(5) 住在自己的城市的、(6) 住在其他城市的和 (7) 住在其他國家的 (1 = 「0-50」, 5 = 「超過200」)。主成分因素分析顯示，這七個題項呈現一個面向，共可解釋62.07%的變異量 (eigenvalue = 4.35)。因此將這七個題項的答案取平均值，得到社會網絡多樣性變數的取值 ($M = 2.52$, $SD = 1.00$, Cronbach's alpha = .89)。

IV. 監控焦慮

本研究測量監控焦慮水準的方式，是透過詢問受訪者對以下情況的擔憂程度來衡量的 (1 = 「根本不擔心」, 5 = 「極度擔心」)：(1) 我擔心社交媒體好友會調查我發佈的資訊、(2) 我擔心社交媒體好友會八卦我發佈的資訊、(3) 我擔心社交媒體好友會監視我發佈的資訊 (Marwick, 2012)。主成分因素分析顯示，這三個題項呈現一個面向，共可解釋83.77%的變異量 (eigenvalue = 2.51)。對這三個項目的答案取平均值得到監控焦慮變數的取值 ($M = 2.64$, $SD = 1.10$, Cronbach's alpha = .90)。

V. 選擇迴避型自我表露

選擇迴避型自我表露的測量邀請受訪者回答曾在社交媒體中將發佈的內容設定為僅陌生人可見的頻率是怎樣的 (1 = 「從來沒有」, 5 = 「經常」)，得到選擇迴避型自我表露的變數取值 (Lin et al., 2024; Zhu et al., 2017; $M = 2.51$, $SD = 1.24$)。

控制變數包括性別 (0 = 「女性」, 1 = 「男性」)、年齡 (連續型變數)、教育水準 (1 = 「初中及以下」, 2 = 「高中/中專/技校」, 3 = 「大學專科」, 4 = 「大學本科」, 5 = 「碩士及以上」)。

統計方法

本研究主要透過 SPSS 22.0 軟體中的階層回歸分析和 PROCESS macro 的模型進行假設檢驗。Hayes (2013) 所設計的 PROCESS macro 擁有高度的靈活性，支援多種統計模型，這使得研究人員能夠深入探索數據中的直接效應、間接效應，從而更全面地理解變量間的關係。再者，它特別為間接效應提供了置信區間的計算，確保能夠得出準確、可靠的結果。研究假設 1 至 3 採取重複抽樣一千次的 Bootstrapping 方法進行回歸分析，研究假設 4 透過 PROCESS macro 中的模型 4 進行中介效應檢驗，研究假設 5 透過模型 1 進行調節效應檢驗，調節效應圖示透過 Jamovi 軟體進行繪製。

數據分析

研究假設 1 推測表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露存在正相關關係。為了檢驗研究假設 1，我們進行了回歸分析，結果顯示表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露存在正相關關係 ($Beta = .60, p < .05$)，研究假設 1 得到驗證。

研究假設 2 推測表達型社交媒體使用與 (a) 社會網絡規模、(b) 社會網絡多樣性存在正相關關係。回歸分析的結果還顯示，表達型社交媒體使用與 (a) 社會網絡規模存在正相關關係 ($Beta = .55, p < .001$)，與 (b) 社會網絡多樣性的相關關係不顯著 ($Beta = .21, p > .05$)，研究假設 2a 得到驗證，研究假設 2b 未能得到驗證。

研究假設 3 推測 (a) 社會網絡規模和 (b) 社會網絡多樣性與選擇迴避型自我表露存在正相關關係。回歸分析顯示社會網絡規模與選擇迴避型自我表露存在正相關關係 ($Beta = .58, p < .05$)，社會網絡多樣性與選擇迴避型自我表露也存在正相關關係 ($Beta = .39, p < .05$)，研究假設 3a 與研究假設 3b 得到驗證。

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

表一 預測表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露、社會網絡規模、社會網絡多樣性相關關係的回歸分析(一千個 Bootstrap 樣本)

研究變數	選擇迴避型自我表露		社會網絡規模		社會網絡多樣性	
	β (SE)	95% CI	β (SE)	95% CI	β (SE)	95% CI
年齡	-.08 (.01)	[-.61, .54]	.21 (.02)	[-.01, .07]	.34 (.02)**	[.001, .08]
性別	.19 (.26)	[-.16, .98]	.02 (.38)	[-.69, .79]	.22 (.34)	[-.23, 1.25]
教育程度	.16 (.13)	[-.02, .43]	.05 (.19)	[-.29, .48]	.09 (.17)	[-.22, .35]
表達型社交媒體使用	.60 (.10)**	[.28, .70]	.55 (.14)***	[.30, .85]	.21 (.13)	[-.10, .46]
R ²	.48		.32		.16	
F	8.65		4.51		1.80	

註：(1) $n = 387$ ；(2) 表格中的 β 係數為標準化回歸係數，SE為標準誤，CI為置信區間；(3) ** $p < .05$, *** $p < .001$ 。

表二 預測社會網絡規模、社會網絡多樣性與選擇迴避型自我表露相關關係的回歸分析(一千個 Bootstrap 樣本)

研究變數	選擇迴避型自我表露			
	β (SE)	95% CI	β (SE)	95% CI
年齡	-.21 (.01)	[-.05, .01]	-.24 (.02)	[-.06, .01]
性別	.21 (.27)	[-.15, 1.13]	.17 (.32)	[-.36, 1.04]
教育程度	.13 (.13)	[-.10, .38]	.14 (.16)	[-.07, .43]
社會網絡規模	.58 (.10)**	[.28, .61]		
社會網絡多樣性			.39 (.15)**	[.07, .66]
R ²	.45		.26	
F	7.89		3.36	

註：(1) $n = 387$ ；(2) 表格中的 β 係數為標準化回歸係數，SE為標準誤，CI為置信區間；(3) ** $p < .05$, *** $p < .001$ 。

研究假設4推測(a)社會網絡規模和(b)社會網絡多樣性在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露的關係中起中介作用。本研究透過SPSS PROCESS macro中的模型4來檢驗社會網絡規模與社會網絡多樣性在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露之間的中介效應。分析結果顯示，社會網絡規模在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露的關係中起中介作用(effect = .22, 95% CI = [0.06, 0.45])，研究假設4a得到驗證；社會網絡多樣性在表達型社交媒體使用與選擇迴避

「僅陌生人可見」

型自我表露的關係中的中介效應不顯著 (effect = .45, 95% CI = [-0.02, 0.19])，研究假設 4b 未得到驗證。

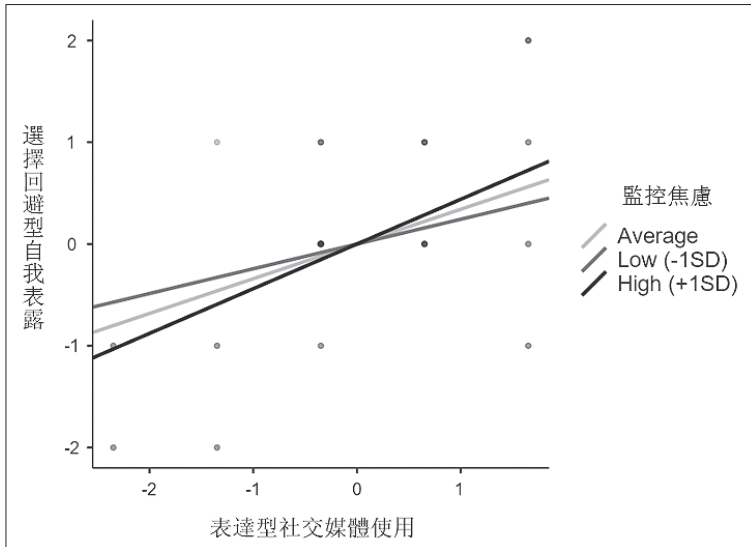
表三 中介效應檢驗結果 (一千個 Bootstrap 樣本)

研究變數	a	b	間接效應	c	c'
中介變數：社會網絡規模	.55 (.14)***	.28 (.10)**	.17 (.07) ^a [.04, .32]	.49 (.10)***	.33 (.11)** [.11, .55]
中介變數：社會網絡多樣性	.17 (.13)	.26 (.12)**	.05 (.05) [-.02, .19]	.49 (.10)***	.45 (.10)*** [.25, .64]

註：(1) $n = 387$ ；(2) a 代表從自變數表達型社交媒體使用到中介變數的影響路徑，b 代表從中介變數到因變數選擇迴避型自我表露的影響路徑，c 代表總效應，c' 代表直接效應；(3) 表格中提供了標準化回歸係數、標準誤與 95% 水準的置信區間；(4) ** $p < .05$, *** $p < .001$ ；(5) ^a 代表間接效應顯著。

研究假設 5 推測監控焦慮調節了表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露之間的關係調節效應。分析結果顯示監控焦慮在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露之間具有正向調節作用 ($Beta = .09, p < .05$)，即監控焦慮水準越高，表達型社交媒體使用對選擇迴避型自我表露的預測作用越強。研究假設 5 得到驗證。

圖二 監控焦慮的調節效應圖示



結論與討論

社交媒體的發展歷程也是社交方式不斷演變的過程。1993年，《紐約客》(*The New Yorker*)雜誌刊載一幅漫畫，配文「在互聯網上，沒人知道你是一條狗」，此語深刻揭示網絡的匿名性特質，為用戶提供自由表達的空間。然而，隨著Facebook等基於熟人關係的社交媒體興起，社交媒體逐漸承載現實社交關係，匿名性特徵隨之削弱。同時，用戶緊密相連，形成龐大社會關係網絡。但過度連接帶來負擔與社交壓力，且在不同受眾前自我揭露引發的語境坍塌，使人們渴望擺脫現有社交關係的束縛。

基於社交媒體超載、語境坍塌及選擇性迴避等理論，本研究指出社交媒體平台的超載與語境坍塌共同影響用戶迴避行為，與既有研究結論相符(Li et al., 2024; Zhang, 2022c)。一方面，社交媒體超載帶來的壓力與倦怠促使用戶迴避特定好友(X. Zhang et al., 2022)；另一方面，語境坍塌讓用戶難以在所有觀眾前展示統一形象，故需利用平台設置，重建自由安全的網絡表達空間(Yang & Seo, 2022; Zhu & Skoric, 2021)。現有研究多聚焦資訊與新聞迴避，但參考學者研究(Barnidge et al., 2023; John & Gal, 2018; Sibona, 2014; Zhu et al., 2017)，本研究認為迴避好友亦屬選擇性迴避，並提出選擇迴避型自我表露概念，描述用戶將內容設定為「僅陌生人可見」的使用策略，既滿足自我表露，又迴避現有社交圈的好友。

為考察影響選擇迴避型自我表露的因素，本研究聚焦表達型社交媒體使用、社會網絡規模、社會網絡多樣性及監控焦慮對其的影響。研究假設1的分析結果顯示，表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露呈正相關。這表明社交媒體平台的表達可能加重用戶與熟人間的社交負擔，促使他們選擇自我表露的同時迴避好友的社交方式。選擇迴避型自我表露反映用戶面對社交壓力的抵抗態度及對社交邊界的強烈需求。尤其在社交媒體表達較多的用戶，更可能因保護個人隱私、維護表達空間的需求，重新塑造社交語境邊界。值得注意的是，本研究探討社交媒體表達行為對用戶使用策略的影響，而信息內容也可能有

相似效應 (Wang et al., 2021)，故未來值得進一步探究信息內容對選擇迴避型自我表露的潛在影響。

既有研究已證實社會網絡屬性與社交媒體使用行為間的關係 (Beneito-Montagut, 2017; Hampton et al., 2011a)。但關於社交網絡規模的研究結論不盡相同，有學者發現其與社交媒體迴避行為顯著相關 (John & Dvir-Gvirsman, 2015)，也有研究未證實此關聯 (Yang et al., 2017)。本研究基於新的實證證據，發現社會網絡規模在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露間起中介作用。這意味著表達越多的用戶可能建立越廣泛的社會聯結，但這種聯結可能帶來自由表達的阻力 (Zhou & Tian, 2023)。另一方面，社會網絡規模大，使用者需要在多元背景的好友面前進行自我表露，加劇的語境坍塌會促使用戶渴望重建無好友的表達空間，區隔觀眾於特定語境外 (Ahmed et al., 2019)。值得注意的是，社會網絡規模可能與個體性格特徵相關，如外向性格者可能擁有更大的社會網絡 (Feiler & Kleinbaum, 2015)，故未來研究可進一步探究個人特質對社交媒體使用行為的影響。

此外，社會網絡多樣性與選擇迴避型自我表露行為呈正相關，顯示社交媒體平台好友社會背景越多元，越可能引發迴避行為，與現有研究結論相符 (Barnidge et al., 2023)。然而，表達型社交媒體使用與社會網絡多樣性無關，即社交媒體表達多寡不必然導致社會網絡多元化。此與既有研究結論有些差異 (Hampton et al., 2011a)，顯示社交媒體使用與社會網絡多樣性關係仍需進一步驗證。同時，研究顯示社會網絡多樣性在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露間的中介效應不明顯。可能原因為本研究參照既有研究，要求受訪者報告最喜歡使用的社交媒體平台的社會網絡情況。這些平台中，有的以熟人社交為主 (如 Facebook)，有的以陌生人社交為主 (如 X / Twitter)。不同平台社會網絡多樣性基準不同，未來研究可進一步探究多平台社會網絡多樣性對社交媒體使用行為的影響。

本研究基於社交媒體超載背景，探討監控焦慮對選擇迴避型自我表露的影響，發現監控焦慮在表達型社交媒體使用與選擇迴避型自我表露間具調節作用。這顯示，社交媒體用戶感知到的好友監控可能引

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

發迴避行為。此外，熟人社交平台易引發強烈社會比較傾向，降低幸福感(Huang & Fan, 2022)，致使用戶對好友隱藏發佈內容，轉而在陌生人社交中尋求更多表達自由(Wang & Edwards, 2016)。因此，未來研究應持續關注人際關係對社交媒體用戶自我表露行為的影響。

在語境坍塌與社交超載所帶來的壓力之下，社交媒體平台使用者會基於社交的情境與目的，策略性地運用平台的技術配置來實現多樣且複雜的自我表露。例如，當用戶希望對不同的觀眾發佈不同的內容時，會透過設置分組與調整隱私設定來引導與不同受眾的互動(Baym & Boyd, 2012)。當需要區隔不同的社交關係時，則可能會創建「虛假」帳號，以避免接觸到不想看到的資訊或連絡人(王昀、劉思佳，2022；Xiao et al., 2020)。亦有用戶會更加嚴格地限制個人的表達(Gil-Lopez et al., 2018)，甚至選擇離開社交媒體(Wisniewski et al., 2012)。本研究中所提出的「選擇迴避型自我表露」，同樣是一種運用平台可供性來管理社交關係的策略。然而，與分組、創建「虛假」帳號等精緻化的管理方式相比，其目的主要在於提升交流的匿名性，消除社會規範與群體社會成員所帶來的表露壓力，僅向陌生人展露真實的自我(Schlosser, 2020)。這種特殊性不僅凸顯出社交媒體用戶在運用平台可供性來應對不同社會情境時的靈活性，也體現出使用者於社交媒體平台中的自我表露策略會隨著社交語境的變化以及平台技術配置的發展，而呈現出更加多樣與複雜的特質。

儘管本研究有所發現，但仍存局限。因本研究為基於社交媒體平台的探索性研究，非驗證普遍性，故樣本為網絡收集，以受教育程度較高的年輕群體為主。此樣本不代表全中國人口，但據《中國互聯網發展狀況統計報告》(中國互聯網資訊中心，2024)，20至39歲年輕用戶佔比最高，且教育程度較低的人群在使用數位媒體時存在一定障礙，故樣本或與主要活躍用戶相似，未來研究可納入更多樣的樣本。其次，本研究以自我報告資料為基礎，可能存在偏差，但如Chan(2009)所示，有效的測量方法可以降低偏差。未來研究可以考慮應用日誌法或行為追蹤減少回憶偏差。再者，橫截面資料無法驗證因果關係，但本研究的樣本量足夠降低一類錯誤，保證結果的可靠性。本研

究納入年齡、性別、教育程度等人口統計學變數，但未考慮性格特徵、使用動機、平台使用行為與頻率等因素，因此未來研究可以繼續拓展對上述影響因素的探究。本研究測量時，重點關注社交媒體用戶在平台的表達型行為，因此參照Barnidge等人(2023)及Wang等人(2024)的研究，詢問填答者最喜歡的社交媒體平台的使用頻率。這種操作方式忽略了不同社交媒體平台的差異性，存在局限性，但是考慮到本研究更關注社交媒體用戶的使用行為，因此相信這種操作方式能夠幫助回答本文的研究問題。此外，對「選擇迴避型自我表露」使用單一題項測量確有局限。首先，單一題項的測量方式可能影響測量信度。然而學者指出，當所欲測量的構念範疇較為狹窄時，使用單項量表和使用多項量表的信度差異不大(Hays et al., 2012)。若單一題項能夠充分反映問題，也能夠在保證信度的前提下提高問卷回收率(Allen et al., 2022; Wanous et al., 1997)。本研究關注的正是「選擇迴避型自我表露」這一相對狹窄的現象，故測量雖有局限，但可滿足信度要求。最後，本研究將「選擇迴避型自我表露」與一種具體的社群媒體使用行為相對應，這樣的處理方式可能會讓概念的界定顯得過於狹隘。然而，隨著社交媒體平台技術配置與功能設計的不斷進步，這一概念在未來有望為更多的後續研究奠定基礎。在中國大陸的社交媒體語境中，此種使用策略最能概括社交媒體用戶在面對社交超載時的心理與行為傾向。而在其他語境下的社交媒體平台，亦已出現若干體現相似使用者傾向的技術配置，例如Facebook平台中的「取消關注但不解除好友」(unfollow people without unfriending)功能，以及「暫時隱藏」(snooze for a temporary period)選項，這些都反映出用戶希望與好友保持適當距離的傾向(Wu, 2021)。因此，未來研究可持續關注社交媒體使用者在面對社交壓力時，試圖提升交流匿名性的各種策略，並開展更多跨平台的比較研究。

本研究的理論意義在於基於社交媒體超載、語境坍塌及選擇性迴避理論，識別出「選擇迴避型自我表露」策略，該策略能讓用戶在表達自我的同時迴避社交壓力。此外，本研究檢驗了表達型社交媒體使用、社會網絡規模、多樣性及監控焦慮對選擇迴避型自我表露的影

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

響，探討了其成因，並分析了社交媒體用戶行為的變化歷程。現實意義方面，本研究為社交媒體平台技術設計提供了參考。具體來說，社交媒體平台的用戶會遭遇多種語境邊界問題。當需修復心理邊界時，他們可能會利用平台的隱私設定來對好友進行分組 (Ashforth et al., 2000)；若要修復時間邊界，則會透過平台設定來管理過去帖文的可見性 (Brandtzaeg & Lüders, 2018; Zhao et al., 2013)。現有平台功能確實為使用者提供了修復特定邊界的技術手段，但卻忽略了邊界常常重疊的事實。使用者將某些帖文設為「僅陌生人可見」，可能是因為好友間的邊界過於複雜，為節省管理精力，選擇僅向心理層面的陌生人進行自我披露。因此，建議平台結合心理與時間邊界，設計更精緻的隱私設定，如允許部分好友查看所有帖文、對其他好友隱藏特定時段的帖文，以幫助用戶有效管理隱私邊界。另外，好友數量及多樣性或影響用戶行為，故設計隱私設定時需考量此因素。除現有分組與隱私級別設定外，可增加動態可見性管理功能，讓用戶選擇性展示或隱藏特定類型的動態，如向特定好友隱藏照片，僅展示文字。平台亦可考慮提供好友互動統計，讓用戶針對長時間未互動的好友，自由選擇減少關注或隱藏其動態，從而有效管理社交關係。

致謝

感謝台灣政治大學傳播學院「華人社群媒體研究」研討會中與會學者提供的寶貴建議。對兩位匿名專家為論文提出的評審意見，作者致以誠摯感謝。

Acknowledgement

The authors would like to thank the scholars who participated in the “Social Media Studies in Chinese Communities” seminar hosted by the School of Communication at National Chengchi University for their valuable suggestions. The authors also extends sincere gratitude to the two anonymous reviewers for their insightful comments on the paper.

「僅陌生人可見」

披露聲明

本文研究者未報告潛在的利益衝突。

Disclosure Statement

No potential conflict of interest was reported by the authors.

研究經費資助

本研究受教育部人文社會科學研究青年基金項目 (24YJC860006)、中國博士後科學基金第75批面上資助項目 (2024M750479) 和2024年度國家資助博士後研究人員計劃C檔 (GZC20240304) 資助。

Funding

This work was supported by Humanities and Social Science Research Fund of Ministry of Education (24YJC860006); China Postdoctoral Science Foundation (CPSF) (2024M750479); and Postdoctoral Fellowship Program of CPSF (GZC2024030).

ORCID

馮雨雷 (Yulei FENG) <https://orcid.org/0000-0002-6093-7829>

蘇揚 (Yang SU) <https://orcid.org/0000-0002-1663-4716>

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

王昀、劉思佳 (2022)。〈重塑網絡「舒適圈」：多重帳號實踐中的用戶自我呈現—基於微博小號現象之考察〉。《傳播與社會學刊》，第62期，頁147–175。

Wang, Y., & Liu, S. (2022). Reconstructing a comfortable zone online: User's self-presentation in the practice of multiple accounts—The case of alternate Weibo account. *Communication and Society*, 62, 147–175.

《傳播與社會學刊》，(總)第76期(2026)

中國互聯網絡信息中心(2024年8月29日)。《第54次中國互聯網絡發展狀況統計報告》。取自中國互聯網絡信息中心，<https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2024/0911/MAIN1726017626560DHICKVFSM6.pdf>

China Internet Network Information Center (2024, August 29). *The 54th statistical report on China's internet development*. China Internet Network Information Center. <https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2024/0911/MAIN1726017626560DHICKVFSM6.pdf>

梁曉健(2023年8月1日)。〈「僅陌生人可見」的社會，已經來臨〉。取自騰訊研究院，<https://mp.weixin.qq.com/s/bwi-PQLX5tbi5tYWibcoZg>

Liang, X. (2023, August 1). *The society of "only visible to strangers" has arrived*. Tencent Research Institute. <https://mp.weixin.qq.com/s/bwi-PQLX5tbi5tYWibcoZg>

英文部分 (English Section)

Ahmed, J., Villata, S., & Governatori, G. (2019). Information and friend segregation for online social networks: A user study. *AI & Society*, 34(4), 753–766.

Allen, M. S., Iliescu, D., & Greiff, S. (2022). Single item measures in psychological science: A call to action. *European Journal of Psychological Assessment*, 38(1), 1–5.

Ashforth, B. E., Kreiner, G. E., & Fugate, M. (2000). All in a day's work: Boundaries and micro role transitions. *The Academy of Management Review*, 25(3), 472–491.

Bakshy, E., Messing S., & Adamic L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132.

Barnidge, M., Peacock, C., Kim, B., Kim, Y., & Xenos, M. A. (2023). Networks and selective avoidance: How social media networks influence unfriending and other avoidance behaviors. *Social Science Computer Review*, 41(3), 1017–1038.

Baumer, E. P. S., Guha, S., Quan, E., Mimno, D., & Gay, G. K. (2015). Missing photos, suffering withdrawal, or finding freedom? How experiences of social media non-use influence the likelihood of reversion. *Social Media + Society*, 1(2), 1–14.

Baym, N. K., & Boyd, D. (2012). Socially mediated publicness: An introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 320–329.

Beneito-Montagut, R. (2017). Emotions, everyday life, and the social web: Age, gender, and social web engagement effects on online emotional expression. *Sociological Research Online*, 22(4), 87–104.

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society, 15*(5), 739–768.
- Bode, L. (2016). Pruning the news feed: Unfriending and unfollowing political content on social media. *Research & Politics, 3*(3), 2053168016661873.
- Boyd, D. (2002). *Faceted Id/entity: Managing representation in a digital world*. [Unpublished Master's thesis]. Massachusetts Institute of Technology.
- Bozdag, C. (2020). Managing diverse online networks in the context of polarization: Understanding how we grow apart on and through social media. *Social Media + Society, 6*(4), 2056305120975713.
- Brandtzaeg, P. B., & Lüders, M. (2018). Time collapse in social media: Extending the context collapse. *Social Media+ Society, 4*(1), 2056305118763349.
- Bucher, T. (2015). Networking, or what the social means in social media. *Social Media + Society, 1*(1), 2056305115578138.
- Chan, D. (2009). So why ask me? Are self-report data really that bad? In C. E. Lance, & R. J. Vandenberg (Eds.), *Statistical and methodological myths and urban legends: Doctrine, verity and fable in the organizational and social sciences* (pp. 309–336). Routledge.
- Chan, M. (2016). Social network sites and political engagement: Exploring the impact of Facebook connections and uses on political protest and participation. *Mass Communication and Society, 19*(4), 430–451.
- Chen, B., Sun, X., Zhang, Q., & Yao, L. (2024). Are fatigued users fleeing social media? A three-level meta-analysis on the association between social media fatigue and social media use. *Psychology of Popular Media, 13*(3), 457–471.
- Chu, T. H., Sun, M., & Jiang, L. C. (2023). Self-disclosure in social media and psychological well-being: A meta-analysis. *Journal of Social and Personal Relationships, 40*(2), 576–599.
- Chu, T. H., & Yeo, T. E. D. (2020). Rethinking mediated political engagement: Social media ambivalence and disconnective practices of politically active youths in Hong Kong. *Chinese Journal of Communication, 13*(2), 148–164.
- Costa, E. (2018). Affordances-in-practice: An ethnographic critique of social media logic and context collapse. *New Media & Society, 20*(10), 3641–3656.
- Darr, C. R., & Doss, E. F. (2022). The fake one is the real one: Finstas, authenticity, and context collapse in teen friend groups. *Journal of Computer-Mediated Communication, 27*(4), zmac009.
- Davis, J. L., & Jurgenson, N. (2014). Context collapse: Theorizing context collusions and collisions. *Information, Communication & Society, 17*(4), 476–485.
- Derlega, V. J., & Grzelak, J. (1979). Appropriateness of self-disclosure. In G. J. Chelune (Ed.), *Self-disclosure: Origins, patterns, and implications of openness in interpersonal relationships* (pp. 151–176). Jossey-Bass.

- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure*. Sage.
- Duffy, B. E., & Chan, N. K. (2019). “You never really know who’s looking”: Imagined surveillance across social media platforms. *New Media & Society*, 21(1), 119–138.
- Dunbar, R. I. (1992). Neocortex size as a constraint on group size in primates. *Journal of Human Evolution*, 22(6), 469–493.
- Feiler, D. C., & Kleinbaum, A. M. (2015). Popularity, similarity, and the network extraversion bias. *Psychological Science*, 26(5), 593–603.
- Feng, Y. (2024). Domesticating paralinguistic digital affordances in adolescent romantic relationships and parent-adolescent relationships: A relational perspective. *Journal of Adolescent Research*, 40(6), 1380–1405.
- Forgas, J. P. (2011). Affective influences on self-disclosure: Mood effects on the intimacy and reciprocity of disclosing personal information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(3), 449–461.
- Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., & Salo, M. (2020). Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, system feature overload, and social overload. *Information Processing & Management*, 57(6), 102307.
- Garrett, R. K., & Stroud, N. J. (2014). Partisan paths to exposure diversity: Differences in pro- and counterattitudinal news consumption. *Journal of Communication*, 64(4), 680–701.
- Gil-Lopez, T., Shen, C., Benefield, G. A., Palomares, N. A., Kosinski, M., & Stillwell, D. (2018). One size fits all: Context collapse, self-presentation strategies and language styles on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(3), 127–145.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Gonçalves, B., Perra, N., & Vespignani, A. (2011). Modeling users’ activity on Twitter networks: Validation of Dunbar’s Number. *PLoS One*, 6(8), e22656.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Guo, Y., Lu, Z., Kuang, H., & Wang, C. (2020). Information avoidance behavior on social network sites: Information irrelevance, overload, and the moderating role of time pressure. *International Journal of Information Management*, 52, 102067.
- Hampton, K. N., Sessions, L. F., & Her, E. J. (2011a). Core networks, social isolation, and new media: How Internet and mobile phone use is related to network size and diversity. *Information, Communication & Society*, 14(1), 130–155.
- Hampton, K. N., Lee, C.-J., & Her, E. J. (2011b). How new media affords network diversity: Direct and mediated access to social capital through participation in local social settings. *New Media & Society*, 13(7), 1031–1049.

- Han, B., & Myers, C. (2018). Perceptions of overuse, underuse, and change of use of a social media site: Definition, measurement instrument, and their managerial impacts. *Behaviour & Information Technology*, 37(3), 247–257.
- Han, R. (2023). More talk, more support? The effects of social network interaction and social network evaluation on social support via social media. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 3857–3866.
- Harkness, J. A., Villar, A., & Edwards, B. (2010). Translation, adaptation, and design. In J. A. Harkness, M. Braun, B. Edwards, T. P. Johnson, L. Lyberg, P. P. Mohler, B.-E. Pennell, & T. W. Smith (Eds.), *Survey methods in multinational, multiregional, and multicultural contexts* (pp. 117–140). John Wiley & Sons.
- Hasell, A. (2021). Shared emotion: The social amplification of partisan news on Twitter. *Digital Journalism*, 9(8), 1085–1102.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. The Guilford Press.
- Hays, R. D., Reise, S., & Calderón, J. L. (2012). How much is lost in using single items? *Journal of General Internal Medicine*, 27(11), 1402–1403.
- Heeren, A., Douilliez, C., Peschard, V., Debrauwere, L., & Philippot, P. (2011). Cross-cultural validity of the five facets mindfulness questionnaire: Adaptation and validation in a French-speaking sample. *European Review of Applied Psychology*, 61(3), 147–151.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377–386.
- Huang, X., & Fan, P. (2022). The dark side of social media in the workplace: A social comparison perspective. *Computers in Human Behavior*, 136, 1–9.
- Hui, C.-M., & Tsang, O.-S. (2017). The role of materialism in self-disclosure within close relationships. *Personality and Individual Differences*, 111, 174–177.
- John, N. A., & Dvir-Gvirsman, S. (2015). “I don’t like you anymore”: Facebook unfriending by Israelis during the Israel-Gaza conflict of 2014. *Journal of Communication*, 65(6), 953–974.
- John, N. A., & Gal, N. (2018). “He’s got his own sea”: Political Facebook unfriending in the personal public sphere. *International Journal of Communication*, 12, 2971–2988.
- Johnson, J. A. (1981). The “self-disclosure” and “self-presentation” views of item response dynamics and personality scale validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(4), 761–769.
- Kim, D. H., Jones-Jang, S. M., & Kenski, K. (2021). Unfriending and muting during elections: The antecedents and consequences of selective avoidance on social media. *Mass Communication and Society*, 25(2), 161–184.
- Klein, E. E., Clark, C. C., & Herskovitz, P. J. (2003). Philosophical dimensions of anonymity in group support systems: Ethical implications of social psychological consequences. *Computers in Human Behavior*, 19(3), 355–382.

- Kruse, L. M., Norris, D. R., & Flinchum, J. R. (2018). Social media as a public sphere? Politics on social media. *The Sociological Quarterly*, 59(1), 62–84.
- Kwon, K. H., Moon, S.-I., & Stefanone, M. A. (2015). Unspeaking on Facebook? Testing network effects on self-censorship of political expressions in social network sites. *Quality & Quantity*, 49(4), 1417–1435.
- Lai, C.-H. (2019). Motivations, usage, and perceived social networks within and beyond social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(3), 126–145.
- Li, P., Cho, H., Shen, C., & Kong, H. (2024). From context adaptation to context restoration: Strategies, motivations, and decision rules of managing context collapse on WeChat. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), zmad043.
- Lin, J.-H. T. (2019). Strategic social grooming: Emergent social grooming styles on Facebook, social capital and well-being. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(3), 90–107.
- Lin, J.-H. T., Cook, C. L., & Yang, J.-W. (2024). I wanna share this, but...: Explicating invested costs and privacy concerns of social grooming behaviors in Facebook and users' well-being and social capital. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), zmad038.
- Lin, N., & Erickson, B. H. (Eds.). (2008). *Social capital: An international research program*. Oxford University Press.
- Lin, H., Tov, W., & Qiu, L. (2014). Emotional disclosure on social networking sites: The role of network structure and psychological needs. *Computers in Human Behavior*, 41, 342–350.
- Lin, J., Lin, S., Turel, O., & Xu, F. (2020). The buffering effect of flow experience on the relationship between overload and social media users' discontinuance intentions. *Telematics and Informatics*, 49, 101374.
- Litt, E., & Hargittai, E. (2016). The imagined audience on social network sites. *Social Media + Society*, 2(1), 2056305116633482.
- Liu, Z., He, K., Wang, R., & Jiang, J. (2020). Do you manage self-image on WeChat moments? Causality orientations, basic psychological needs and self-presentation. *Current Psychology*, 41(6), 3981–3992.
- Lu, W., & Hampton, K. N. (2017). Beyond the power of networks: Differentiating network structure from social media affordances for perceived social support. *New Media & Society*, 19(6), 861–879.
- Luszczynska, A., Scholz, U., & Schwarzer, R. (2005). The general self-efficacy scale: Multicultural validation studies. *The Journal of Psychology*, 139(5), 439–457.
- Maireder, A., Weeks, B. E., Gil de Zúñiga, H., & Schlögl, S. (2017). Big data and political social networks: Introducing audience diversity and communication connector bridging measures in social network theory. *Social Science Computer Review*, 35(1), 126–141.

- Marder, B., Slade, E., Houghton, D., & Archer-Brown, C. (2016). “I like them, but won’t ‘like’ them”: An examination of impression management associated with visible political party affiliation on Facebook. *Computers in Human Behavior*, *61*, 280–287.
- Marwick, A. E. (2012). The public domain: Surveillance in everyday life. *Surveillance & Society*, *9*(4), 378–393.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, *13*(1), 114–133.
- Marwick, A., Fontaine, C., & Boyd, D. (2017). “Nobody sees it, nobody gets mad”: Social media, privacy, and personal responsibility among low-SES youth. *Social Media + Society*, *3*(2), 2056305117710455.
- McDonald, T. (2019). Strangership and social media: Moral imaginaries of gendered strangers in rural China. *American Anthropologist*, *121*(1), 76–88.
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (1998). Coming out in the age of the Internet: Identity “demarginalization” through virtual group participation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *75*(3), 681–694.
- Meier, A., & Johnson, B. K. (2022). Social comparison and envy on social media: A critical review. *Current Opinion in Psychology*, *45*, 101302.
- Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford University Press.
- Neely, S. R. (2021). Politically motivated avoidance in social networks: A study of Facebook and the 2020 presidential election. *Social Media + Society*, *7*(4), 20563051211055438.
- Pang, H. (2022). Connecting mobile social media with psychosocial well-being: Understanding relationship between WeChat involvement, network characteristics, online capital and life satisfaction. *Social Networks*, *68*, 256–263.
- Peacock, C. (2021). Diversity, disagreement, and expression across liberal, conservative, and mixed groups. *Communication Studies*, *72*(1), 17–32.
- Pekkala, K., & van Zoonen, W. (2023). Work-related social media use and the shaping of communicative role perceptions. *European Management Review*, *21*(3), 553–567.
- Rainie, H., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. MIT Press.
- Rojas, H. (2015). Egocentric publics and perceptions of the worlds around us. In H. G. de Z. Navajas (Ed.), *New technologies and civic engagement: New agendas in communication* (pp. 93–102). Routledge.
- Sardá, T., Natale, S., Sotirakopoulos, N., & Monaghan, M. (2019). Understanding online anonymity. *Media Culture & Society*, *41*(4), 557–564.
- Sasaki, Y., Kawai, D., & Kitamura, S. (2016). Unfriend or ignore tweets?: A time series analysis on Japanese Twitter users suffering from information overload. *Computers in Human Behavior*, *64*, 914–922.

- Schlosser, A. E. (2020). Self-disclosure versus self-presentation on social media. *Current Opinion in Psychology*, 31, 1–6.
- Schlenker, B. R., & Wowra, S. A. (2003). Carryover effects of feeling socially transparent or impenetrable on strategic self-presentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(5), 871–880.
- Schreiner, M., Fischer, T., & Riedl, R. (2021). Impact of content characteristics and emotion on behavioral engagement in social media: Literature review and research agenda. *Electronic Commerce Research*, 21(2), 329–345.
- Shen, C., & Gong, H. (2019). Personal ties, group ties and latent ties: Connecting network size to diversity and trust in the mobile social network WeChat. *Asian Journal of Communication*, 29(1), 18–34.
- Shin, M., Downes, C., Hopwood, J., Byers, M., & Kemps, E. (2024). Media multitasking, negative mood, and avoidance coping. *Behaviour & Information Technology*, 44(7), 1376–1386.
- Sibona, C. (2014). Unfriending on Facebook: Context collapse and unfriending behaviors. *Proceedings of 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 1676–1685.
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media & Society*, 18(9), 1817–1839.
- Stevic, A. (2024). Under pressure? Longitudinal relationships between different types of social media use, digital pressure, and life satisfaction. *Social Media + Society*, 10(1), 20563051241239282.
- Stsiampkouskaya, K., Joinson, A., Piwek, L., & Stevens, L. (2021). Imagined audiences, emotions, and feedback expectations in social media photo sharing. *Social Media + Society*, 7(3), 20563051211035692.
- Su, J., Kamath, K., Sharma, A., Ugander, J., & Goel, S. (2020). An experimental study of structural diversity in social networks. *Proceedings of the 14th International AAAI Conference on Web and Social Media*, 661–670.
- Su, M.-H., Suk, J., & Rojas, H. (2022). Social media expression, political extremity, and reduced network interaction: An imagined audience approach. *Social Media + Society*, 8(1), 20563051211069056.
- Tandoc Jr, E. C., Lou, C., & Min, V. L. H. (2019). Platform-swinging in a poly-social-media context: How and why users navigate multiple social media platforms. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(1), 21–35.
- Tao, H. (2022). Loving strangers, avoiding risks: Online dating practices and scams among Chinese lesbian (*lala*) women. *Media, Culture & Society*, 44(6), 1199–1214.
- Tran, S. T. T., & Chen, J. V. (2023). Navigating the social media overload via control abilities: Coping strategies and practices. *Behaviour & Information Technology*, 43(13), 3301–3320.

- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 143–189.
- Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2018). Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users. *New Media & Society*, 20(1), 141–161.
- Turan, Z., Tinmaz, H., & Goktas, Y. (2013). The reasons for non-use of social networking websites by university students. *Comunicar*, 21(41), 137–145.
- Van Widenfelt, B. M., Treffers, P. D. A., de Beurs, E., Siebelink, B. M., & Koudijs, E. (2005). Translation and cross-cultural adaptation of assessment instruments used in psychological research with children and families. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 8(2), 135–147.
- Vitak, J. (2012). The impact of context collapse and privacy on social network site disclosures. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(4), 451–470.
- Vitak, J., Blasiola, S., Patil, S., & Litt, E. (2015). Balancing audience and privacy tensions on social network sites: Strategies of highly engaged users. *International Journal of Communication*, 9, 1485–1504.
- Vitak, J., Lampe, C., Gray, R., & Ellison, N. B. (2012). “Why won’t you be my Facebook friend?”: Strategies for managing context collapse in the workplace. *Proceedings of the 2012 iConference*, 555–557.
- Walsh, R. M., Forest, A. L., & Orehek, E. (2020). Self-disclosure on social media: The role of perceived network responsiveness. *Computers in Human Behavior*, 104, 106162.
- Wang, V., & Edwards, S. (2016). Strangers are friends I haven’t met yet: A positive approach to young people’s use of social media. *Journal of Youth Studies*, 19(9), 1204–1219.
- Wang, T., Mai, X. T., & Thai, T. D.-H. (2021). Approach or avoid? The dualistic effects of envy on social media users’ behavioral intention. *International Journal of Information Management*, 60, 102374.
- Wang, Y., Ahmed, S., & Bee, A. W. T. (2024). Selective avoidance as a cognitive response: Examining the political use of social media and surveillance anxiety in avoidance behaviours. *Behaviour & Information Technology*, 43(3), 590–604.
- Waniek, M., Michalak, T. P., Wooldridge, M. J., & Rahwan, T. (2018). Hiding individuals and communities in a social network. *Nature Human Behaviour*, 2(2), 139–147.
- Wanous, J. P., Reichers, A. E., & Hudy, M. J. (1997). Overall job satisfaction: How good are the single-item measures? *Journal of Applied Psychology*, 82(2), 247–252.

- Weeks, B. E., Halversen, A., & Neubaum, G. (2023). Too scared to share? Fear of social sanctions for political expression on social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), zmad041.
- Wells, C., Cramer, K. J., Wagner, M. W., Alvarez, G., Friedland, L. A., Shah, D. V., & Franklin, C. (2017). When we stop talking politics: The maintenance and closing of conversation in contentious times. *Journal of Communication*, 67(1), 131–157.
- Wisniewski, P., Lipford, H., & Wilson, D. (2012). Fighting for my space: Coping mechanisms for SNS boundary regulation. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 609–618.
- Wright, M. E. (2020). Popularity and social preference pressure from parents, friends, and the media: Linkages to aggressive and prosocial behaviors. *Youth & Society*, 52(3), 332–348.
- Wu, J., & Srite, M. (2021). Envy on social media: The good, the bad and the ugly. *International Journal of Information Management*, 56, 102255.
- Wu, T.-Y. (2021). Proactive opinion expression avoidance about same-sex marriage on social media: Acceptance, reactance, and self-censorship. *Mass Communication and Society*, 24(6), 918–942.
- Xiao, S., Metaxa, D., Park, J. S., Karahalios, K., & Salehi, N. (2020). Random, messy, funny, raw: Finstas as intimate reconfigurations of social media. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–13.
- Yang, J., Barnidge, M., & Rojas, H. (2017). The politics of “unfriending”: User filtration in response to political disagreement on social media. *Computers in Human Behavior*, 70, 22–29.
- Yang, T., & Seo, S. (2022). An exploratory study on Chinese females’ social media self-presentation: A case study of WeChat. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 10(3), 230–253.
- Yao, Y., Taylor, S. H., & Leiser Ransom, S. (2024). Who’s viewing my post? Extending the imagined audience process model toward affordances and self-disclosure goals on social media. *Social Media + Society*, 10(1), 20563051231224271.
- Zhang, X., Ding, X., & Ma, L. (2022). The influences of information overload and social overload on intention to switch in social media. *Behaviour & Information Technology*, 41(2), 228–241.
- Zhang, Y., Chen, F., & Rohe, K. (2022a). Social media public opinion as flocks in a murmuration: Conceptualizing and measuring opinion expression on social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(1), zmab021.
- Zhang, Y., Ran, X., Luo, C., Gao, Y., Zhao, Y., & Shuai, Q. (2022b). “Only visible for three days”: Mining microblogs to understand reasons for using the Time Limit setting on WeChat Moments. *Computers in Human Behavior*, 134, 107316.

「僅陌生人可見」

- Zhang, Y., Sun, Y., Chen, J., & Wang, N. (2022c). Complementary or supplementary? Understanding users' unfollowing behavior from the perspective of person-environment fit. *Information Processing & Management*, 59(5), 103035.
- Zhao, X. (2021). Digital labour in transnational mobility: Chinese international students' online boundary work in daigou. *New Media & Society*, 23(9), 2554–2574.
- Zhao, X., Salehi, N., Naranjit, S., Alwaalan, S., Voids, S., & Cosley, D. (2013). The many faces of Facebook: Experiencing social media as performance, exhibition, and personal archive. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–10.
- Zhou, B., & Tian, Y. (2023). Network matters: An examination of the direct and mediated influences of network size and heterogeneity on WeChat fatigue. *Computers in Human Behavior*, 139, 107489.
- Zhu, Q., & Skoric, M. M. (2021). From context collapse to “safe spaces”: Selective avoidance through tie dissolution on social media. *Mass Communication and Society*, 24(6), 892–917.
- Zhu, Q., Skoric, M., & Shen, F. (2017). I shield myself from Thee: Selective avoidance on social media during political protests. *Political Communication*, 34(1), 112–131.

本文引用格式

馮雨雷、蘇揚 (2026)。〈「僅陌生人可見」：表達型社交媒體使用、社會網絡規模、社會網絡多樣性與監控焦慮對選擇迴避型自我表露的影響〉。《傳播與社會學刊》，第 76 期，頁 107–141。

Citation of This Article

Feng, Y., & Su, Y. (2026). “Visible only to strangers”: The effects of expressive social media use, social network size, social network diversity, and surveillance anxiety on selective avoidant self-disclosure. *Communication and Society*, 76, 107–141.