

# 巴塘托鲁 Wek IV 村大学生社交媒体中自我表露与过度分享

## 现象之间的关系

毕业论文

作者：

ZUL KHAIDAH GULTOM

18. 860. 0460



学心理学院

University of Medan Area

棉兰

2024年

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 19/5/26

Access From (repositori.uma.ac.id)19/5/26

巴塘托鲁 Wek IV 村大学生社交媒体中自我表露与过度分享  
现象之间的关系

毕业论文

为部分满足获得 University of Medan Area 心理学院学士学位之要求而提交



作者:

ZUL KHAIDAH GULTOM

18. 860. 0460

学心理学院

University of Medan Area

棉兰

2024年

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang


1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 19/5/26

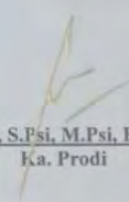
Access From (repositori.uma.ac.id)19/5/26

Judul Skripsi : Hubungan *Self-Disclosure* Dengan Fenomena *Oversharing* Di  
Media Sosial Pada Mahasiswa Di Desa Wek Iv Batang Toru  
Nama : Zul Khaidah Gultom  
NPM : 188600460  
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

  
Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

  
Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog  
Dekan

  
Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog  
Ka. Prodi

Tanggal lulus : 30 Juli 2024

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang telah saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri, adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 2024



Zul Khaidah Gultom

188600460

## 摘要

### 巴塘托鲁 Wek IV 村大学生社交媒体中自我表露与过度分享现象之间的关系

作者:

ZUL KHAIDAH GULTOM

18. 860. 0460

本研究旨在探讨巴塘托鲁 Wek IV 村社交媒体使用大学生之自我表露与过度分享之间的关系程度。本研究采用定量研究方法与相关性研究技术。研究样本采用总体抽样技术，以巴塘托鲁 Wek IV 村使用社交媒体的大学生为研究对象，共计 112 名大学生。本研究的测量工具采用自我表露量表与过度分享量表，并以李克特量表形式编制。研究所使用的数据分析技术为积差相关分析，并进行数据效度与信度检验分析。研究结果表明，自我表露与过度分享之间具有正向且显著的关系 ( $r_{xy} = 0.965$ ,  $p = 0.000$ )。根据研究结果还可得知，巴塘托鲁 Wek IV 村社交媒体使用大学生之自我表露与过度分享水平均属于较高类别。此外，本研究中自我表露对社交媒体使用中过度分享的关系百分比也属于较高水平，其数值达到 93.1%。

**关键词：** 自我表露；过度分享；社交媒体

**ABSTRACT**

**THE CORRELATION OF SELF-DISCLOSURE AND THE PHENOMENON OF OVERSHARING ON SOCIAL MEDIA AMONG STUDENTS IN WEK IV VILLAGE, BATANG TORU**

**BY:**  
**ZUL KHAIDAH GULTOM**  
**NPM: 18.860.0460**

This research aimed to determine the extent of the correlation between self-disclosure and oversharing among social media users who are students in Wek IV Village, Batang Toru. The method used in this research was quantitative with a correlational technique. The sampling technique applied in this research was total sampling, involving 112 students who are social media users in Wek IV Village, Batang Toru. The measurements in this research utilized a self-disclosure scale and an oversharing scale, both formatted using a Likert scale. The data analysis technique used was product-moment correlation with tests for validity and reliability of the data. The results of the research indicated that self-disclosure had a positive and significant correlation with oversharing ( $r_{xy} = 0.965$ ,  $p = 0.000$ ). It was also found that the level of self-disclosure and oversharing among the student social media users in Wek IV Village, Batang Toru, was high, and the percentage of the correlation between self-disclosure and oversharing in social media use was also high, with a value of 93.1%.

**Keywords:** Self-Disclosure, Oversharing, Social Media



## 个人简历

研究者于 1999 年 8 月 27 日出生于 Batang Toru，父亲为已故 Irpansair Gultom 先生，母亲为 Adarhanum Siregar, S.Pd 女士。研究者是八个兄弟姐妹中的第八个孩子。2017 年，研究者毕业于 SMA Negeri 1 Sibolga，并于 2018 年注册成为 University of Medan Area 心理学院学生。

## 前言

研究者向真主安拉 SWT 致以赞美与感恩，感谢祂赐予的恩典与慈爱，使研究者得以完成本学术著作，以作为获得 University of Medan Area 心理学专业心理学学士学位之条件，论文题目为《巴塘托鲁 Wek IV 村大学生社交媒体中自我表露与过度分享现象之间的关系》。

研究者谨向论文导师 Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog 先生，以及各位答辩教师 Ira Kesuma Dewi, M.Psi 女士与 Hairul Anwar Dalimunthe, M.Si 先生致以诚挚感谢，感谢各位在本论文完善过程中给予的大量指导、建议与批评。

特别献给研究者最亲爱的父母——已故 Irpansair Gultom 先生与 Adarhanum Siregar 女士，感谢你们一直以来对研究者的良好养育。感谢你们给予研究者精神上的支持、物质上的帮助，以及始终伴随研究者的真挚祈祷。同时，也感谢研究者的哥哥姐姐们，无论在精神上还是物质上都始终给予研究者支持；并感谢各位朋友一直以来的陪伴、关心与支持，使研究者能够完成本论文。此外，研究者也向 Batang Toru Wek IV 村相关方面以及作为本研究对象的大学学生们致以感谢。

研究者意识到，本论文仍存在不足之处，因此，对于具有教育意义的批评与建议，以及建设性的支持，研究者都将虚心接受。最后，研究者希望本论文能够为读者带来益处。

研究者

Zul Khaidah Gultom

188600460

## 目录 (DAFTAR ISI)

# 第一章 引言

## 1.1 背景

近年来，技术发展日新月异，用户群体从儿童到老年人，这极大地影响了社会，人们开始通过互联网寻求娱乐、获取知识、购买日常生活用品，或解决生活中的问题并做出决策。据2024年印度尼西亚互联网服务提供商协会数据显示，印度尼西亚互联网用户数量达到221,563,479人，占总人口278,696,200人的比例。通过互联网，人们可以随时随地获取任何形式的信息，甚至无需考虑距离、时间、地点以及沟通成本，就能与他人建立联系。随着WhatsApp、Facebook、Instagram、Twitter等社交媒体应用，乃至Tinder、Bumble和Tantan等约会应用的普及，人们即使相隔千里，也能保持紧密的联系。

社交媒体中可见的沟通模式之一便是*自我披露*，例如Instagram上的状态更新、快拍和Reels，以及WhatsApp上的状态更新。社交媒体用户可能花费数小时仅在社交媒体上消磨时间（Widyastuti, 2016）。例如，一名学生在Instagram故事或Reels中发布自己的校园生活，或某人分享与孩子的日常点滴，这些行为既与账号持有者对关注者的兴趣及双方关系的发展有关，关注该账号的个体之间的兴趣和关系发展，或者只是通过浏览他人的日常生活来消磨时间。可能有限的社交空间和薄弱的情感联系，已经改变了社会体系，使得社交媒体成为人们宣泄情绪的出口。通过社交媒体进行情感表达可能源于外部因素，例如无法向亲近的人（父母/朋友/伴侣）倾诉情绪。这一问题导致人们需要一种渠道来表达情感，而随着社交机会的增多，社交媒体便成为自我表达的一种方式。

在社交媒体出现之前，人们会将焦虑、喜悦或坠入爱河的感受倾诉在日记本中。

如今，随着数字技术已成为人们日常生活的一部分，对于某些人而言，不仅“日记本”，就连朋友或至亲也已不再是他们倾诉心声的对象。互联网已成为讲述个人生活故事的渠道，甚至成为吸引网络公众关注的舞台，这些内容可能被全世界看到。得益于其便捷性和丰富的功能，社交媒体被人们广泛使用。那些经常利用社交媒体倾诉乃至详尽披露生活点滴的人，往往未意识到自己已将信息公开给了全球的社交媒体用户。鉴于当前网络犯罪案件频发——如诈骗、绑架、强奸、纠纷、诽谤，甚至可能涉及人口贩卖团伙——这种行为无疑极具风险。

社交网站用户经常透露个人隐私（Konradus 2013）。为防止信息外泄，人们通常只向被认为值得信赖的对象透露自身情况。然而，这与当前状况大相径庭——如今许多人会在社交媒体上进行自我披露，而这些内容可能被全球各地的人看到。由于社交媒体上的网络互动无需实体接触，人们对陌生人的心理防线会迅速降低。这使得用户感觉没有任何限制或阻碍，可以在自己的账号上自由表达。因此，他们认为社交媒体是一个舒适的表达空间，因为它不像面对面交流那样会直接影响他们。正因如此，许多社交媒体用户更愿意向陌生人透露自己的身份。社交媒体上分享了哪些内容？益普索（Ipsos）调查了印尼民众在社交媒体上的分享内容。活动或旅行计划、视频片段和新闻是最常分享的内容类型（53%），其次是观点（42%）、文章链接（36%）、喜欢的内容（35%）以及关于当前活动的状态更新（37%）。（Wiltfong, 2013d）。这些数据表明，印尼是社交媒体使用率较高的国家之一。无论是客观信息还是个人资讯，都在社交媒体上迅速传播。目前，许多用户常在社交媒体上无意识地过度分享，理由是想留存回忆或仅仅是随心所欲，而这种行为导致所发布的信息可能被全球社交媒体用户看到。

实际上，一个人在社交媒体上发布的内容决定了其过度分享的程度。Seidman（

2015) 在一篇探讨网络心理学的学术文章中指出, 谈论个人储蓄方式或发布日常饮食内容均属于*过度分享*的范畴。有人为了制作内容而展示与好友相处时的个人开销, 可能会让友谊变得沉重, 进而破坏关系 (Seidman, 2015)。在社交媒体上*过度分享*信息还可能带来负面风险, 例如发布正在进行的旅行照片可能会向犯罪分子透露你正在外地; 分享家中照片或个人爱好, 可能会无意中向潜在窃贼暴露你拥有艺术品、珠宝、电子产品或收藏品等贵重物品; 关于家庭成员的照片或信息可能暴露其身份、位置, 或使其成为潜在目标; 关于你生活或过去的信息可能被用于推测你的密码或安全问题。例如, “你第一只宠物的名字是什么?” 或“你读的是哪所大学?” 这类常见的安全问题, 攻击者只需在社交网络上对目标进行简单搜索就能轻易找到。当我们过度沉迷于社交媒体并*过度分享*时, 可能会将自己的生活与他人进行比较。这被称为社会比较。这可能导致抑郁、自尊心低下和嫉妒。在*过度分享*时, 你会觉得必须分享每个细节才能显得“有意思”, 于是你会夸大其词甚至撒谎, 以此让自己感觉更好。

根据研究人员在巴塘托鲁韦克四村进行的观察和访谈结果, 该村使用社交媒体的年轻大学生群体中, 许多人存在*过度分享*的行为, 例如展示自己的活动、表达情绪、分享经历、爱好以及当时的身份认同, 形式包括照片、视频、位置信息等。此外, 他们似乎与社交媒体上的朋友或其他个体关系不佳, 例如在某条帖子的评论区互相回击时使用不当言辞, 甚至在现实中发生口角或言语暴力; 其自我形象欠佳, 这从他们总是发布关于自身负面内容的帖子中可见一斑; 同时表现出社交媒体成瘾倾向, 每日使用时间超过8小时。此外, 还有部分学生因内心充满悲观情绪、缺乏自信以及自认为在任何方面都毫无用处, 从而通过发布负面活动进行*过度分享*, 从而伤害他人的感情。

基于上述情况，研究者对这种 *过度分享* 行为产生了研究兴趣。随着社交媒体上因 *过度分享* 引发的案例日益增多（无论轻微或严重），这一问题 产生了负面影响，因此研究者希望重新探讨 *自我披露* 中哪些因素促使人们在社交媒体上 *过度分享*。本研究将研究对象聚焦于作为研究主体的青年期大学生，并旨在了解 *过度分享* 对大学生的影响程度，以及这种 *影响* 在当前大学生群体中的具体表现。

## 1.2 问题陈述

基于上述背景，本研究提出的研究问题为：“在巴塘托鲁（Batang Toru）韦克四村（Desa Wek IV）的社交媒体用户中，大学生 *自我披露* 与 *过度分享* 之间是否存在关联？”

## 1.3 研究目的

本研究旨在了解并检验巴塘托鲁韦克四村社交媒体用户中的大学生，其 *自我披露* 与 *过度分享* 之间是否存在关联。

## 1.4 研究假设

研究假设认为，巴塘托鲁韦克四村使用社交媒体的大学生中，*自我披露* 与 *过度分享* 之间存在正相关关系。*自我披露* 程度越高，巴塘托鲁韦克四村使用社交媒体的大学生 *过度分享* 的程度就越高。反之，如果 *自我披露* 程度越低，巴塘托鲁韦克四村使用社交媒体的大学生 *过度分享* 的程度就越低。

## 1.5 研究意义

### A. 理论意义

本研究的理论意义在于为“过度分享”这一自我披露理论的发展提供参考，并为后续研究奠定基础。

### B. 实践意义

希望本研究能为需要自我披露但又不想在社交媒体上过度分享的人群提供帮助，并了解导致过度分享的主要影响因素，从而让我们能够控制发布的内容，更明智地使用社交媒体，使社交媒体对个人产生积极影响，而非负面影响。

## 第二章 文献综述

### 2.1 过度分享

#### 2.1.1 过度分享的定义

作为自我披露的一种功能，倾诉心声也具有积极影响，即能获得关于个人行为及自我的新视角；同时，它也是一种能量释放，这意味着当一个人倾向于压抑或隐藏内心想法时，这会消耗大量能量。这间接表明，当表达内心想法时，人会获得解脱。但事实上，当今许多人倾诉心声时，往往会陷入“过度分享”的倾向（Seidman, 2015）。在《韦氏新世界大学词典》（2008）中，“过度分享”被定义为有意或无意地透露过多信息。霍夫曼（2009）将“过度分享”定义为信息披露过量、不符合特定语境或程度失当的行为。由于这属于一种新现象，*过度分享*通常被视为负面现象。

根据2020年发表在《心理学期刊》上的一项研究，*过度分享*行为受维护社交关系、自我展示乃至寻求娱乐等动机的影响。而印度尼西亚科学心理学联盟（KPIN）补充指出，*过度分享*还受寻求认可及渴望获得他人赞赏的动机影响。在探讨网络心理学的学术文章中，Seidman（2015）解释道，当一个人过多地透露自身信息，例如发布自己吃了什么、正在讨论的话题、钱存放在哪里，以及在社交媒体上展示的行为，都属于*过度分享*。此外，当前人们在社交媒体上表达的负面情绪远多于正面情绪，这最终导致他人对散布负面情绪的个体产生负面评价，且社交媒体上的负面情绪具有传染性（Seidman, 2015）

Ben Agger（2012）将*过度分享*定义为一种“比个人在私下或甚至通过电话时更愿意透露更多内心感受、观点和性取向”的冲动。他指出，当我们“通过电脑屏幕和智能手机”与他人互动时，往往倾向于*过度分享*，这也说明了“过度分享

不等于亲密”。亲密是基于信任的分享。人们可以随时关闭屏幕介导的“亲密关系”，而面对面的亲密关系则需要跨越时间与空间的持续互动与承诺，因此具有持久性（Pohan 和 Anwar, 2017）。个人在社交媒体上的*过度分享*行为导致了公共领域与隐私界限的消失（Seidman, 2014）。在Agger（2012）的研究中，*过度分享*具有侵入性，因为它“干扰了我们的时间和空间”，并因此“改变了‘成为某人’的意义”。最终，*过度分享*会导致分享不足，就像过快的速度一样，这会让人失去“实质性的互动”，因为人们从未“了解关于某人真正重要的事情”。最终只剩下“流言蜚语和转瞬即逝的琐事”，从而变得平淡无奇。

*过度分享*是指社交媒体用户通过个人账号过频地分享内容，以至于达到过度程度的状态。*过度分享*常与社交媒体成瘾相关联。社交媒体的盛行导致个人信息的获取变得更加容易。人们在社交媒体上发现大量关于他人的信息并非难事。因此，*过度分享*更多地与“界限模糊”或“界限薄弱”相关，即私人与公共、自我与他人的界限日益模糊。当前社交媒体上的*过度分享*行为更多被视为一种威胁。这当然是有道理的，因为一些研究结果也支持这种*过度分享*行为的负面影响。许多人并未深思熟虑，也未考虑自己在社交媒体上披露的内容是否恰当。此外，用户常常透露可能引起冒犯的负面内容，并引发人们的争论兴趣，从而可能导致近期某些人经历过的争论。

### 2.1.2 *过度分享*的因素

据专家分析，社交媒体中*过度分享*的几个因素包括：

1. 建立社交网络的需求：有些人觉得有必要在社交媒体上建立广泛的社交网络，他们往往会分享个人信息以实现这一目标（Ellison, 2007）。

2. 寻求关注的需求：有些人通过在社交媒体上分享个人信息来获得关注。他们认为，分享个人信息能让他们获得他人的认可和关注（Marwick, 2013）。
3. 社会压力：来自亲友的社会压力可能促使人们在社交媒体上分享个人信息。人们可能认为，如果不分享个人信息，他们将无法被视为群体的一员（Boyd, 2008）。
4. 建立自我形象的需求：有些人利用社交媒体来塑造理想的自我形象。他们分享个人信息，是为了向他人展示真实的自己（Turkle, 2011）。
5. 对隐私意识的缺乏以及规则和政策的不明确：有些人可能没有意识到在社交媒体上分享个人信息会带来什么后果，或者不知道如何正确设置隐私设置；此外，社交媒体上规则和政策的不明确也会加剧过度分享的问题。人们可能不清楚自己应该遵守哪些界限，又该避免哪些界限（North, 2007）。
6. 《沟通边界管理》指出，个人在自我披露过程中，需权衡自身隐私边界与他人隐私边界，并加以维护和管理，以此建立信任并加强与他人的亲密关系。过度深入或过早的自我披露可能会侵犯这些隐私界限，从而引发过度分享（Petronio, 2002）。

通过网站 [pijarsikologi.org](http://pijarsikologi.org) 对该网站心理学家 Henni Andini 的采访指出，有三个主要因素最终会促使一个人在社交媒体上进行过度分享。

- 1) 在社交媒体上倾诉能带来快乐和愉悦感，当一个人分享自己的故事时，会刺激大脑释放一种名为内啡肽的化学物质，这种激素能带来愉悦感。这与在社交媒体倾诉时获得的社交互动支持，以及从网民那里获得的高

度社会支持之间存在正相关关系。尤其是在“断线风筝”这类案例中，倾诉内容通常是妻子被丈夫出轨后的内心倾诉，这往往能引发大量支持和关注，特别是来自女性群体的关注。

- 2) 被倾听的需求，被倾听的需求实际上已成为人类的基本需求之一，其重要性与饮食、健康、安全及性需求等人类基本需求相当。当人们无法直接倾诉时，社交媒体便成为那些希望被倾听却无需直接沟通者的解决方案（Carnegie, 2005）。这与《纽约时报》的一项研究数据相呼应：81%的人在社交媒体上分享个人故事是因为他们希望进行社交互动并传播观点，从而被广大公众听到，进而获得评论形式的反馈（Sreenivasan, 2017）。人们相信，当某人在社交媒体上倾诉时，他们希望从众多读者那里获得快速回应，这与面对面倾诉时的情况不同——后者中，对方未必有兴趣迅速回应。
- 3) 被众人所知、被钦佩、被赞美，并获得社会地位的认可，这些需求能够满足人类对自豪感的追求。当一个人在自己使用的社交媒体平台上觉得自己做了一件“有意义”的事情时，就会为自己感到自豪。哲学家和心理学家早已达成共识：自豪感和赞美之词确实能够为一个人带来幸福。社交媒体上来自他人的社会认可，最终能为使用者带来幸福、愉悦和自豪感。当人们分享个人生活、倾诉心事并获得社交媒体上众多用户的积极回应时，便能获得这种社会认可。那么，当我们在社交媒体上倾诉却收到网友的负面评论时，又会如何呢。

基于上述影响过度分享的因素可以看出，部分用户希望通过分享个人信息在社交媒体上拓展交友圈，从而获得他人的认可与关注；来自亲友的社会压力也会促使人们在社交媒体上分享个人信息，因此他们往往会过度分享个人信息以获取其

他用户的回应。对隐私意识的缺乏以及相关规则 and 政策的模糊不清。部分用户可能未意识到在社交媒体上分享个人信息可能带来的后果，或不知如何正确设置隐私权限，从而导致过度分享。

### 2.1.3 过度分享的方面

社交媒体中的*过度分享*可能涉及多个方面。以下是多项研究中提到的社交媒体*过度分享*的几个方面：

1. 每天发布超过四次且过于详细的个人信息。

这可能危及个人安全或隐私，例如家庭住址或电话号码、健康信息、财务状况，或是本不应向公众披露的个人问题。发布过于详细或过于频繁的个人信息也会影响个人的隐私和安全，并可能引发他人的负面反应或不受欢迎的*评论*，*过度分享*的范畴包括每天上传照片超过四次，以及连续一周发布某项活动的动态。此外，社交媒体的使用会影响人们与他人互动和沟通的方式，特别是在建立健康、真实的人际关系方面。因此，当一个人在社交媒体上过频或过细地发布个人信息时，这可能会降低其对他人需求和感受的敏感度，并可能影响其建立人际关系的能力。倾向于更开放地分享个人信息的社交媒体用户，往往将隐私视为一种灵活且取决于具体情境的概念。当前，关于明智使用社交媒体的教育和意识至关重要，特别是对于更容易受到*过度分享*行为风险影响的青少年而言（Afrilia, 2017）

2. 发布过于私密的图片或视频。

即透露过于私密的隐私及关于伴侣或亲密关系的信息，这可能对自身或

与他人的关系造成损害。社交媒体的使用可能让人在分享私人或亲密信息时感到更自在，因为技术的使用能带来匿名感和物理距离。然而，这可能会影响一个人建立亲密且深入的人际关系的能力。社交媒体用户往往轻易地在社交媒体上透露非常私密和情绪化的信息，却难以当面与他人分享同样的信息。这会削弱我们建立健康且有意义的人际关系的能力。尽管社交媒体用户通过网络与许多人保持联系，却常常感到孤独和情感空虚。这源于真实社交互动的缺失，以及通过社交媒体建立的人际关系缺乏深度（Turkle, 2011）。

### 3. 发布可能引发反应的信息。

发布可能引发负面/正面反应的信息，或招致他人不恰当评论的内容，以及本不应公开的工作或教育信息，这些都可能损害个人的职业生涯或声誉。社交媒体上的过度分享可能引发压力、焦虑和孤独感，并可能影响个人的心理健康。这种情况通常发生在用户过于频繁或过于详细地在社交媒体上发布个人信息，并感到有必要不断更新这些信息以获得他人的关注或支持时。因此，在使用社交媒体时，必须遵守相关伦理规范和规则，并权衡每条分享内容可能带来的影响。匿名性虽能让社交媒体用户在无需担忧过度分享行为后果的情况下自由表达，但这种行为仍可能对用户产生负面影响，例如增加遭受骚扰或个人信息被滥用的风险。因此，用户需关注所用平台的匿名程度，并权衡过度分享行为的风险与收益。此外，关于明智使用社交媒体的教育和意识至关重要，特别是对于更容易受到过度分享行为风险影响的儿童和青少年（Shabahang 等，2022）。

#### 4. 发布不准确或误导性的信息。

发布不准确或具有误导性的信息，例如缺乏事实依据的健康或政治信息。*过度分享*在社交媒体上的行为可能会影响他人对一个人的看法，并可能影响一个人的人际关系和职业生涯。因为发布在社交媒体上的信息可以被许多人看到，并会形成他们对某人的看法。在社交媒体上*过度分享*可能会损害一个人的声誉或人际关系。例如，发布关于某产品或服务的虚假信息，或发布展示不当行为、或对自身及他人造成伤害的照片或视频。因此，在使用社交媒体时，必须遵守相关伦理规范和规则，并权衡每条分享内容可能产生的影响。这有助于避免因*过度分享*而给自己或他人造成伤害，同时维护良好的声誉和人际关系（Ellison, 2007）。

基于上述方面，恰当使用社交媒体可以为用户带来社会和情感上的益处。积极使用社交媒体，例如分享有用的信息或与亲友保持联系，可以提升个人的心理健康。相反，负面使用社交媒体（即*过度分享*）的人，其压力水平往往更高，心理健康状况也比不*进行过度分享*的用户更差。因此，社交媒体用户必须注意*过度分享*的程度，并明智地使用社交媒体。

#### 2.1.4 *过度分享*的特征

以下是根据McCoy（2015）提出的社交媒体*过度分享*的几个特征：

1. 公开发布个人信息：*过度分享*的社交媒体用户往往会公开发布个人信息，例如财务、健康或人际关系问题，而无视个人隐私
2. 发布过于频繁：*过度分享*的社交媒体用户往往发布过于频繁，甚至

一天超过四次，并分享关于他们生活的过于详细的细节。

3. 发布无关信息：*过度分享*的社交媒体用户往往会发布与上下文或受众无关的信息，例如抱怨个人问题或无关紧要的信息。

4. 发布过量信息：*过度分享*的社交媒体用户往往发布过量信息，例如展示大量自拍或分享过多生活细节。

而根据Mazer（2017）的观点，社交媒体中*过度分享*的特征包括：

1. 忽视隐私：*过度分享*的社交媒体用户往往忽视隐私，分享本不应公开的个人信息。

2. 发布不当信息：*过度分享*的社交媒体用户往往会发布不当信息，例如低俗或不雅的内容，这可能损害其个人形象并令他人感到不适。

3. 发布有害信息：*过度分享*的社交媒体用户往往会发布有害信息，例如损害他人利益的信息，或本不应向公众披露的机密信息。

从上述特征可以得出结论：公开发布个人信息而不顾及隐私、过于频繁且过度（例如每天发布超过四次，甚至在无关情境下发布），以及发布可能对自己或他人造成伤害的不当信息，均属于过度分享的行为。

### 2.1.5 过度分享的危害

以下是根据McCoy（2015）提出的社交媒体*过度分享*的几种危害：

1. 影响他人对个人的看法：社交媒体上的过度分享可能影响他人对个人的看法，例如使某人显得不专业或不礼貌。公开分享的个人信息可能损害个人形象，让他人感到不适，或对某人的能力或诚信产生怀疑。

2. 降低信任度与社会支持：在社交媒体上过度分享可能让他人感到不

适、被打扰或 兴趣。这会降低他人对该人的信任度及给予的社会支持。

3. 增加冲突风险：在社交媒体上过度分享可能引发社交关系中的冲突或背叛。不当或无关的个人信息分享可能引发冲突，或让他人感到不适。

4. 降低社交关系质量：在社交媒体上过度分享会因让他人感到不适或缺乏兴趣而降低社交关系质量。这会减少积极的社交互动，使个人感到孤独或被孤立。

根据Mazer（2017）的研究，社交媒体 *过度分享* 的危害包括：

1. 影响心理健康：社交媒体上的过度分享可能通过引发压力、焦虑或抑郁，从而影响个人的心理健康。公开分享的个人信息可能引发他人的负面反应，导致个人感到不安全或情绪不稳定。

2. 增加社交媒体成瘾风险：社交媒体上的过度分享会增加成瘾风险，因为人们可能依赖他人的积极反馈来获得自我肯定感

过度分享存在诸多风险，因此在社交媒体上发布内容前，务必权衡信息分享的后果，并尊重个人界限及他人隐私，以免对他人或自身造成负面影响。

## 2.2 自我披露

### 2.2.1 自我披露的定义

*自我披露*是指向他人透露关于自身的信息（West & Turner, 2008）。这些个人信息包括弹钢琴的爱好或坚信的观点。West和Turner（2008）指出，*自我披露*有助于与他人建立亲密感和亲近感。因此，自我披露是指旨在与他人建立亲密感和亲近感的个人信息披露

根据弗洛伊德（2009）的观点，自我披露是指有意识地传达关于自身的信息，且

我们确信这些信息属实，但他人尚不知晓。在沟通过程中，自我披露需满足两个条件：即个体必须有意识地提供关于自身的信息，且接收者必须相信这些信息。

根据伍德（2012）的观点，自我披露是指透露通常不为他人所知的个人信息。当个体分享关于自身的私人信息（如期望、恐惧、感受、想法和经历）时，便是在敞开心扉。这种敞开心扉的行为往往会促使他人也随之敞开心扉（伍德，2012）。这是因为彼此之间存在互信，因此知晓他人私人信息的个体也会向该人敞开心扉。Wheeles、Grotz和DeVito（2011）也指出，自我披露是一种提供信息的能力。所传达的信息包括与该个体相关的行为、感受、愿望、动机和想法。

此外，DeVito（2011）指出，自我披露具有以下几个普遍特征：（1）自我披露是一种关于通常被隐藏的个人信息与他人进行的沟通；（2）自我披露是指个人提供的、他人此前未知的信息，因此必须进行沟通；（3）自我披露是关于自身思想、情感和态度的信息；（4）自我披露可能涉及特定信息。所谓特定信息，是指向他人私下透露的、并非所有人都知晓的秘密；（5）自我披露至少涉及另一名个体，因此自我披露是必须被他人接受和理解的信息。

根据上述解释，自我披露是一种通过语言或非语言进行的沟通过程，其中包含向他人传达的所有关于自身的个人信息，其目的是为了建立人际关系。这一行为过程表现为：有意识地向尚未知晓的他人透露通常被视为秘密的个人信息，包括思想、情感和行为。自我披露也与个人通过向他人提供信息来表达自我的能力相关。此外，自我披露还能增进亲密感、信任感和亲情。自我信息披露得越频繁，人与人之间的理解就越深。如此一来，沟通便能顺利进行。

## 2.2.2 影响自我披露的因素

影响自我披露的因素 (Devito, 2013) 如下:

### 1. 个性

相比内向者, 具有开放或外向性格的个体更倾向于进行自我披露。同样, 不善于言谈的个体通常也比那些在沟通中感到更自在的人更少进行自我披露。

这与个体的自信程度有关, 自信对个体的自我披露具有重大影响。

### 2. 性别

影响自我披露的最大因素是性别。然而, 这种性别差异并非源于生物学层面, 而是源于性别角色差异。通常情况下, 女性比男性更容易向他人敞开心扉。例如, 具有较高阳刚气质的女性比阳刚气质较低的女性更不愿敞开心扉, 而具有较高阴柔气质的男性比阴柔气质较低的男性更愿意进行自我披露

### 3. 群体规模

自我披露在小型群体中比在大型群体中更常见, 而且当个体身处小群体时, 通常比身处大群体时更容易进行自我披露。在只有一名听众的情况下 (例如两人小组), 进行自我披露的一方能够仔细揣摩对方的反应。在小型群体中, 进行自我披露的个体更容易捕捉到对话者对其所言的反应。此外, 个体也能更轻松地判断自己所表达的内容是否获得支持。这有助于其在环境不支持时, 决定自我披露的深度。而在大型群体中, 个体往往难以接纳并预测对话者的反应。

### 4. 好感

个体往往会对喜欢的人更加敞开心扉, 而不会向不喜欢的人敞开自己。这是因为喜欢的人通常会对所表达的内容给予积极的回应和支持。

## 5. 信任

向信任的人进行 *自我披露* 会更加容易。有时，只要存在信任感，*自我披露* 在临时关系中发生得比在永久关系中更频繁。根据 Raiya (2008) 的观点，*自我披露* 的一个因素是信任，而这种信任与宗教性存在关联。Rokeach 和 Bank (Sahlan, 2011) 补充道，宗教性 宗教性是一种基于个人对宗教的信念或信仰而产生的态度或意识。

## 6. 沟通中的焦虑

在沟通中感到焦虑的个体通常更难进行 *自我披露*。焦虑的人在沟通时往往感到不安，而这种不安情绪也会影响一个人进行 *自我披露* 的意愿。

## 7. 从属效应

当知晓某人自我披露的人也进行 *自我披露* 时，该人便会进行 *自我披露*。如果自我披露是作为对他人自我披露的回应，则会显得更加亲密

## 8. 能力

能力强的人比能力较弱的人更愿意表达自我。这是因为能力强的人自信，且有许多积极的一面可以展现。

## 9. 话题

一般而言，诸如性或财务状况等较为私密的信息以及负面话题，人们更不愿意透露，因此个体往往更倾向于在特定话题上敞开心扉。

而根据 Mazer (2017) 的观点，存在若干因素会影响一个人在社交媒体上进行自我披露的倾向，即：

1. 人口统计因素：年龄、性别和婚姻状况等因素会影响一个人在社交媒体上进行自我披露的倾向。
2. 个性：个人的个性特征，如外向或内向程度，也会影响其在社交媒体上进行自我披露的倾向。
3. 动机：个人使用社交媒体的动机，如寻求社会支持或建立人际关系，会影响自我披露的倾向。
4. 社会规范：特定群体或社区中的社会规范会影响个人在社交媒体上进行自我披露的倾向。
5. 情境因素：情境因素，如所使用的社交媒体类型或使用社交媒体的背景，会影响个人进行自我披露的倾向。

综上所述，可得出在自我披露中起作用的因素包括：个性、性别、群体规模、好感、信任、沟通焦虑、从众效应、能力、话题、人口统计特征、动机、社会规范以及情境因素。

### 2.2.3 自我披露的各个方面

Gaianu (2009) 提出了自我披露的几个方面，包括以下5个方面：

1. 恰当性：恰当性指个体披露的个人信息是否相关，以及个体是否直接参与。当偏离规范时，自我披露往往是不恰当或不合宜的。如果个体的自我披露不符合规范，则可能被视为偏离，该个体必须承担相应的风险，即使这与规范相悖。恰当且符合规范的自我披露能引发参与者或听众的积极反应。负面陈述通常

涉及自我指责性质的自我评价，而正面陈述则属于赞美类。在特定关系中，若 *自我披露* 既稳定又符合规范，则会增强参与者或听众的积极反应。

2. 数量 (Amount)：本维度所指的数量是指个体能够透露多少关于自身的信息。这可通过信息传递的频率以及个体向他人传达自我披露信息所花费的时间长短来体现。具体而言，可观察个体在社交媒体上透露自身信息的程度。

3. 时间：与他人相处的时间长短往往会增加 *自我披露* 发生的概率。选择恰当的时机对于决定一个人能否在顾及他人状况的前提下进行 *自我披露* 至关重要。如果时机不恰当——例如对方正处于疲惫或悲伤的状态——那么该人往往会对他人不太敞开心扉。而如果时机恰当，例如当一个人感到快乐或愉悦时，则更倾向于进行 *自我披露*。

4. 强度：个人 *自我披露* 的强度取决于向谁进行自我披露，是密友、父母、普通朋友还是新认识的人。

5. 深度与广度：*自我披露* 的深度分为两个维度，即浅层自我披露和深层自我披露。深度与一般性话题和特殊性话题相关。浅层自我披露通常向刚认识的人表达，且个体在浅层 *自我披露* 中透露的信息内容较为一般。在深度 *自我披露* 中，信息主题具有特殊性，个体向已建立亲密关系或关系密切的人（例如父母、密友、同性朋友和恋人）透露个人信息。通常，当一个人向陌生人或新认识的人敞开心扉时，谈话内容往往较为普遍且不够深入。浅层自我披露通常针对刚认识的人，向其透露的通常是关于自身的地理信息，例如姓名、出生地和住址。而深度自我披露，则向那些与自己关系亲密（亲密关系）的人倾诉。一个人在进行深度自我披露时，对象是真正值得信赖

的人，通常仅限于与自己非常亲近的人。一个人与他人的关系越亲密，他对该人的敞开心扉程度就越高。自我披露的广度与向谁披露自我（对象），例如初识者、普通朋友、父母/兄弟姐妹以及密友。自我披露的广度维度涉及个体向谁（对象）进行自我披露，例如初识者、普通朋友、父母/兄弟姐妹以及密友。

6. 价值取向 (Valency)：这与 *自我披露* 讨论中选定的话题性质有关。大多数人会选择积极的话题而非消极的话题，以避免来自对话者的不愉快反应。但也有人在与对话者已经建立亲密关系后，会选择讨论消极的话题。这与个人所表达的内容有关，即内容是更积极且受期待的，还是更消极且不受欢迎的。

而根据Walther (2018) 的观点，*自我披露* 的方面包括：

1. 社会渗透理论，即随着时间推移，个人会逐步披露越来越深入和亲密的个人及情感信息。
2. 选择性自我呈现 (Selective Self-Presentation)：在线情境下的自我披露会受到个体所选择的自我形象影响，因此自我披露可能具有选择性和可控性。
3. 超个人模型 (Hyperpersonal Model)：在线情境下的自我披露能产生比面对面沟通更亲密、更积极的人际关系，因为个体可以控制自我呈现并选择想要传达的信息。
4. 担保理论 (Warranting Theory)：在线表达的自我披露比线下表达的更值得信赖，因为在线信息更容易被其他用户验证。
5. 沟通隐私管理理论认为，自我披露会受到沟通隐私管理的影响，个体根据所遵循的社会规范和价值观，选择披露或隐藏个人信息。

从上述论述可以看出，有各种方面会影响 *自我披露*，例如准确性、数量、时间、强度、深度和广度、价值以及沟通隐私管理，选择性自我呈现，这些因素都会影响一个人在网络媒体或日常生活中进行自我披露的过程。

### 2.3 关系 *自我披露* 与 *过度分享* 在社交媒体中的关系

社交媒体中的自我披露与过度分享有着密切的关系。过度分享和自我披露都涉及分享关于自己的个人信息，但在情境和强度上存在差异。*自我披露*是指一个人向他人分享关于自己的个人信息的过程，包括在社交媒体上。*自我披露*可能发生在各种情境中，包括面对面交谈、电话交谈或 社交媒体。健康且恰当的 *自我披露* 应结合具体情境和程度，并根据目的和 目标受众，从而有助于在个体之间建立牢固且互信的社会关系。在此情况下，社交媒体用户需要考虑哪些内容适合在社交媒体上分享、哪些不适合，并注意个人信息的隐私与安全。然而，如果自我披露过度或不当，则可能导致社交媒体上的 *过度分享* 行为。与此同时，*过度分享* 是指个人在社交媒体上过度且不当分享个人信息的行为。这种情况通常发生在个人感到需要展示完美自我形象或寻求他人关注时。*过度分享* 行为可能危及个人隐私与安全，并可能损害社交关系及职业发展。因此，在社交媒体上分享个人信息前，务必重视隐私保护并权衡长期影响。

对于大学生而言，*自我披露* 有助于在同学之间或与社交媒体上的其他人之间建立牢固且互信的社会关系。例如，学生可以在社交媒体上分享个人经历，如度假照片或学术活动，以此展示自己的生活并建立与他人的社交关系。然而，如果学生分享过于详细或私密的信息，如健康问题或感情状况，则可能导致有害的 *过度分享* 行为。

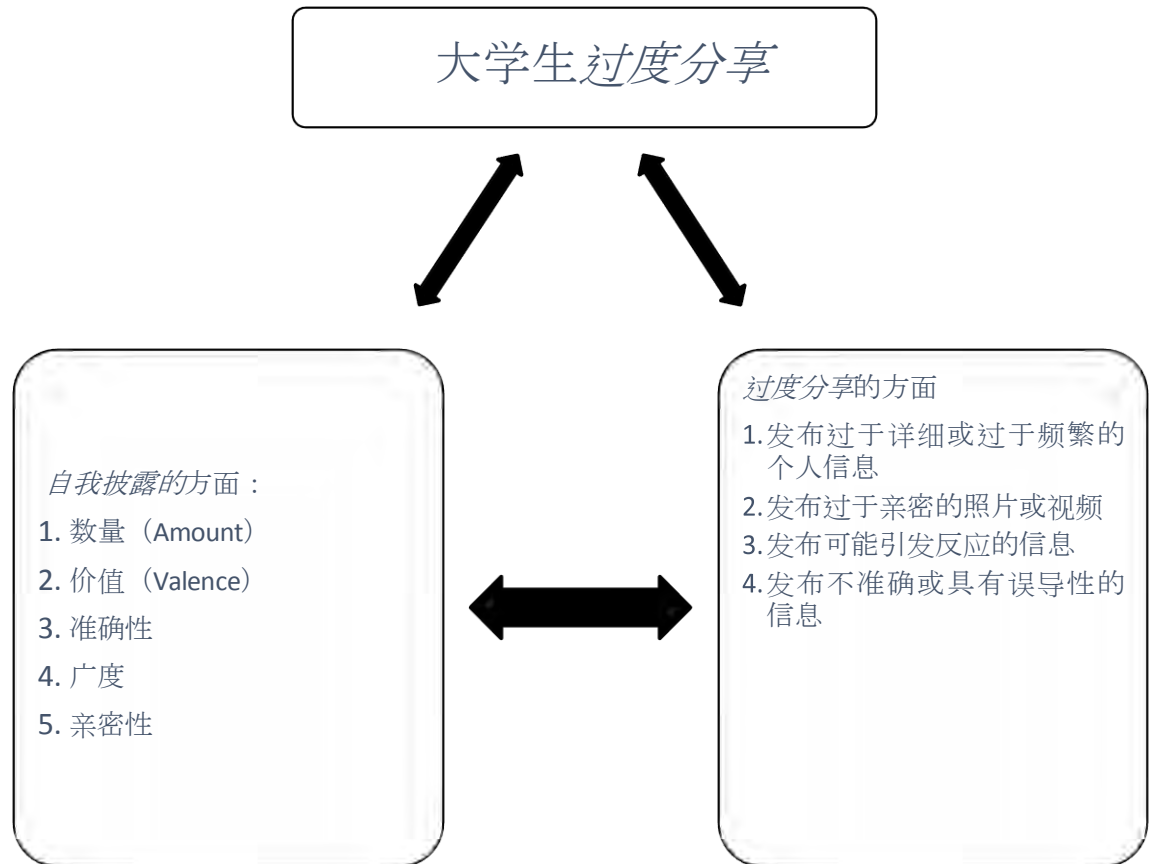
学生在社交媒体上的过度分享行为可能危及他们的隐私和安全，并可能损害其个人形象，使其未来求职或维持职业生涯变得困难。因此，学生在社交媒体上分享个人信息前，务必重视隐私并权衡长期影响。若学生在社交媒体上分享过于详细或私密的信息，可能会影响他人对他们的看法，并影响其未来的自我形象。学生还应考虑未来的声誉，确保其在社交媒体上的行为能体现积极且专业的自我形象。

在社交媒体上过度分享的行为，可能会对学生未来的自我形象产生负面影响。可能产生的一些影响（Akhtar, 2020）：

1. 成瘾：在社交媒体上分享过多个人信息可能会形成依赖。那些频繁上传生活点滴的学生，可能会对社交媒体上他人的关注和认可产生依赖。
2. 网络欺凌：过度分享会增加成为网络欺凌受害者的风险。过多上传的个人信息可能会吸引不负责任或怀有恶意的人的注意。
3. 长期影响：在社交媒体上过度分享信息可能会对学生未来的自我形象产生长期影响。不恰当或不专业的内容可能会影响日后的就业机会或社交关系。为避免这些负面影响，学生应限制在社交媒体上分享的个人信息量。他们还应权衡可能产生的后果，并设置账户隐私权限，确保仅信任的人能查看其个人内容。

## 2.4 概念框架

基于上述论述，可构建如下研究概念框架：



## 第三章 研究方法

### 3.1 研究时间与地点

研究于2023年7月24日在巴塘托鲁 (Batang Toru) 韦克四村 (Desa Wek IV) 开展。研究为期1个月，即2023年7月24日至8月23日，期间研究人员向位于巴塘托鲁韦克四村的学生分发了问卷。

巴塘托鲁韦克四村位于印度尼西亚北苏门答腊省南塔帕努利县巴塘托鲁镇。该村地处山区，四周环绕着原始的热带雨林。巴塘托鲁韦克四村距离南塔帕努利县首府西皮罗克约30公里，位于其正南方。而距离北苏门答腊省首府棉兰约300公里，位于西北方向。前往韦克四村巴塘托鲁可通过陆路，乘坐私家车或公交、旅游大巴等公共交通工具。该村人口约1500人，居民主要为托巴巴塔克族和曼达林巴塔克族。居民的主要生计是务农，主要种植水稻、玉米和木薯等粮食作物。此外，部分居民还从事橡胶、可可和油棕种植。

### 3.2 材料与工具

#### 3.2.1. 材料

研究者向棉兰地区大学第一校区心理学系提交了研究申请，以获取研究及数据收集的批准。随后，研究者往返于韦克四村巴塘托鲁，向 研究介绍信。数据收集完成后，研究者向巴塘托鲁韦克四村工作人员申请了研究结束证明。

本研究使用的材料是谷歌表单形式的问卷。向位于巴塘托鲁韦克四村的样本分发问卷后，学生们通过各自的电子邮箱填写了研究者分发的问卷。

### 3.2.2. 工具

本研究使用的工具包括软硬件。硬件包括一台笔记本电脑和一部智能手机，而使用的软件包括Microsoft Windows 11操作系统以及受访者的电子邮箱。至于数据分析，则使用名为“社会科学统计软件”（SPSS）的计算机应用程序。代表受访者在每个陈述条目中选择的分数被转移到下一阶段，即Microsoft Excel 2020

。

### 3.3 研究方法

本研究采用定量研究方法，并运用产品矩相关分析技术。选用该相关分析技术的原因在于，本研究旨在考察 *自披露* (x变量) 与 *过度分享* (y变量) 之间的关系。

### 3.4 总体与样本

#### 3.4.1. 总体

总体是指研究对象的集合。其概括范围包括：由研究者确定具有特定属性的物体或事物，以便进行研究并得出结论。总体不仅包括人类，还包括物体或其他自然物体。总体也不仅仅是研究对象的数量，还包括这些研究对象或研究对象所具备的所有特征 (Sugiyono, 2015)。本研究中研究者使用的总体为112名大学生

。

#### 3.4.2. 样本

本研究采用量表法收集数据，并采用总体抽样法。总体抽样法是指样本数量与总体数量相等的抽样技术 (Sugiyono, 2017)。本研究采用总体抽样法，因此研究对象为总体中的全部112名大学生。

### 3.5 研究流程

在开展研究之前，研究者首先向梅丹地区大学第一校区心理学系提交了研究及数据收集的申请。随后，研究者于7月23日往返于巴塘托鲁韦克四村，申请研究许可并向该村工作人员递交了研究介绍信。获得许可后，研究者 为期1个月的研究，随后于8月24日向村工作人员申请出具研究完成证明。

下一步是准备研究中将使用的测量工具，即编制 *自我披露量表* 和 *过度分享量表*。*自我披露量表* 和 *过度分享量表* 是基于李克特量表法编制的，每个量表均包含四个选项，分为“赞同”和“不赞同”两类，采用四级评分法，并去除了“中性”选项，因为“中性”表明受试者对所给答案不确定（Azwar, 2007）。研究评分范围为1至4分。

#### a. *自我披露量表*

*自我披露量表* 通过Altaman和Taylor (Gaiyanu, 2009) 提出的自我披露维度进行测量，包括5个维度：数量 (Amount)、价值 (Valence)、准确性 (Accuracy)、广度 (Vastness) 和亲密性 (Intimacy)。*自我披露量表* 共包含40个项目，评分基于量表格式，其中包含21个积极项目和19个消极项目。

表1. 试用前自我披露量表项目的分布

测量维度	项目指标	项目数量		总数
		F	UF	
数量	<ul style="list-style-type: none"> <li>在社交媒体上向他人披露的信息量</li> <li>个人在社交媒体上发布信息的频率</li> <li>传达信息</li> </ul>	1, 24, 28, 22, 30	35, 38, 23, 2, 40	10
Valence (价)	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过社交媒体展现自己有趣的一面</li> <li>分享关于不愉快的事关于自己</li> </ul>	3, 25, 32, 29, 36, 4	26, 37, 31, 5	10
准确度	<ul style="list-style-type: none"> <li>准确度和个人的诚实通过社交媒体</li> </ul>	17, 27, 6, 19	33, 18, 39, 7	8
广阔性	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过社交媒体传播的信息覆盖范围有多广</li> <li>信息提供给谁</li> </ul>	15, 34, 20	21, 16, 8	6
亲密感	<ul style="list-style-type: none"> <li>在社交媒体上社交媒体上提供的信息</li> </ul>	13, 9, 10	12, 14, 11	6

b. *过度分享的程度*

社交媒体中*过度分享*的方面可能涵盖多方面。多项研究中提到的社交媒体*过度分享*的几个方面：Danah Boyd（2007）、Sherry Turkle（2011）、Karen North（2007）、Reza Shabahang（2022）、Afrilia（2017），即：发布过于详细或过于频繁的个人信息、发布过于私密的图片或视频、发布可能引发反应的信息、发布不准确或具有误导性的信息。*过度分享*量表共包含35个项目，采用基于量表格式进行评分，其中包含21个积极项目和14个消极项目。

表2. 试用前“*过度分享*”量表条目分布

测量维度	项目指标	项目数量		总数
		F	UF	
发布过于详细或过于频繁的个人信息	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 环境影响</li> <li>• 社交焦虑</li> <li>• 需要关注与社会支持</li> <li>• 寻求认可的需求</li> <li>• 媒体使用 社交 社交</li> <li>• 过度</li> <li>• 对风险的意识不足</li> <li>• <i>过度分享的程度</i></li> </ul>	62, 50, 47, 51, 63	59, 58, 64	8
发布不准确或误导性的信息	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>过度分享的内容</i></li> <li>• 关于<i>过度分享</i>的知识</li> </ul>	49, 52, 65	48, 66	5
发布过于私密的照片或视频	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 健康</li> <li>• 知识</li> <li>• 日常生活</li> <li>• 人际关系</li> <li>• 情感</li> <li>• 与他人的问题</li> <li>• 教育</li> </ul>	61, 45, 67	42, 60	5

发布可能引发反应的信息，	• 为了获得支持或同情	74,	46, 68,	17
	• 为了 获得 关注 并 获得 他人的认可	5,	7 57, 71,	
	• 为了获得他人的认可	41,	55. 43,	
	• 为了提升自信心和社交联系		70	
	• 给予回应	3,		
	• 给予回应	54,		
	• 心理障碍		5	
	• 网络犯罪	3,		
	44,	5		
	6,			
	72, 69			

表3. 李克特量表评分

回答类别	积极	不赞成
SS (非常同意)	4	1
S (同意)	3	2
TS (不同意)	2	3
STS (非常不同意)	1	4

## 第五章

### 结论与建议

以下是研究者关于研究方法 with 实施过程的结论，以及可能有助于后续研究的建议。

#### 5.1 结论

综合研究结果，可以得出以下结论：

1. 在巴塘托鲁（Batang Toru）的韦克四村（Desa Wek IV），针对使用社交媒体的学生，研究者发现 *自我披露* 与 *过度分享*。  $r_{xy}$  相关系数为0.965，P 值显著性为0.000（ $P < 0.05$ ）。巴塘托鲁韦克四村使用社交媒体的学生 *自我披露* 程度越高，*过度分享* 现象就越明显，反之亦然。基于这一发现，本研究的假设被接受。
2. 在巴塘托鲁韦克四村使用社交媒体的学生中，*自我披露* 对 *过度分享* 现象的出现贡献了93.1%。
3. 在巴塘托鲁韦克四村，使用社交媒体的大学生平均得分90.36，*过度分享* 行为程度较高。*自我披露* 平均得分102.45，*自我披露* 程度较高。

#### 5.2 建议

基于上述研究结果、讨论及结论，研究者提出以下建议：

1. 针对大学生

希望学生能有意识地决定是否参与公共论坛，但目前尚无明确的社交媒体规则来避免过度分享。过度分享可能导致个人数据被盗，从而引发机密文件泄露、

儿童性侵害、网络欺凌，并增加未来成为犯罪受害者的风险。无论是客观信息还是个人信息，在社交媒体上都会迅速传播，因此学生需要保持警惕。社交媒体可能使学生忘记某些信息应当保持私密。

## 2. 对后续研究者的建议

若要就此主题开展后续研究，必须参考此前相关研究，因为目前可供研究者参考的先期文献极为匮乏，导致缺乏与本研究相匹配的对照案例。研究者还应始终关注受访者的陈述，避免因回答失误而影响最终结果。为获得对研究发现的*不同理解*，后续研究建议采用定性研究方法。关于*过度分享*的研究范围可进一步扩展，从各领域可能利用的机遇角度探索该主题，并使社交媒体的研究重点更加具体。此外，关于*过度分享*的研究目标可进一步扩展，以强化该研究的理论基础。根据本研究结果，*自我披露因素对过度分享*的影响比例高达93.1%，因此希望后续研究能深入探讨其他因素，如焦虑障碍、寻求关注、个人界限等，这些因素将影响剩余6.9%的过度分享现象。期望上述方法能为学术目标和社会发展做出贡献。

## 参考文献

- Akhtar, H. (2020, Juli). Perilaku Oversharing Di Media Sosial: Ancaman Atau Peluang? *Psikologika*, 25 (2), 257-270.
- Alya Zachra Fauzia, S. M. (2019). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung. *Journal Psychology Of Science And Profession*, 3(3), 151-160.
- Anang Sugeng Cahyono. (2015). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 140-157.
- Bazarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). Self-Disclosure In Social Media: Extending. *Journal Of Communication*, 1-23.
- Boyd, D. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role Of Networked Publics In Teenage Social Life. *Knowledge Tree*.
- Boyd, D. (2008). Social Network Sites: Public, Private, Or What? *Knowledge Tree*.
- Ellison, N. (2007). The Benefits Of Facebook 'Friends:' Social Capital And College Students' Use Of Online Social Network Sites. *Computer-Mediated Communication*.
- Fionna Almira Pohan, H. A. (2017). Hubungan Intimate Friendship Dengan Self-Disclosure Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Media Sosial Facebook. *Jurnal Diversita*, 3(2), 15-24.
- Iskül, A.-M. (2021). Child Right To Privacy And Social Media – Personal Information Oversharing Parents. *Baltic Journal Of Law & Politics*, 14(2), 101-122.
- J.Scott Mccoy, A. D., & L.Shelley, J. (2015). Oversharing And Relationship Satisfaction In Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*.
- Joseph B. Mazer, R. E. ( 2017 ). Examining The Relationship Between Facebook Usage, Social Support, And Well-Being: A Meta-Analytic Review. *Journal Communication Studies*.
- Karen Paullet, J. P. (2012). Cybercrime: The Unintentional Effects Of . *Proceedings Of The Conference On Information Systems Applied Research New Orleans Louisiana, Usa* (Pp. 1-7). New Orleans Louisiana, Usa: Robert Morris University, Moon Township, Pa 15108.
- Marwick, A. (2013). Status Update: Celebrity, Publicity, And Branding In The Social Media Age. *Yale Journal Of Law And Technology*.
- Marwick, A. (2013). The Public Domain: Social Surveillance In Everyday Life.

*Communication Research.*

- Monica Whitty, A. J. (2009). *Truth, Lies, And Trust On The Internet*. New York: Taylor & Francis E-Library, Routledge.
- Mueller, M. L. (2015). Hyper-Transparency And Social Control: Social Media As Magnets For Regulation. *Telecommunications Policy*.  
Doi:Http://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Telpol.2015.05.001
- Nicole Buzzetto-More, R. J. (2015). Communicating And Sharing In The Semantic Web: An Examination Of Social Media Risks, Consequences, And Attitudinal Awareness. *Interdisciplinary Journal Of E-Skills And Life Long Learning*, 11, 47-66.
- North, K. (2007). The Role Of Anonymity In The Disinhibition Of Online Speech: The Case Of Blogging And Implications For Advertising Education" . *Computer-Mediated Communication*.
- North, K. (2009). The Role Of Anonymity In The Disinhibition Effect Of Online Communication. *Computer-Mediated Communication*.
- Oversharing In The Time Of Selfies: An Aesthetics Of Disappearance?, Five.
- Persson, A. (2010, July 11-17). Front- And Backstage In "Social Media".  
*Paper*  
*Presented At Xvii World Congress Of Sociology, Arranged By The International Sociological Association (Isa)*. (Pp. 1-27).  
Sweden: Department Of Sociology, Lund University.
- Radja Erland Hamzah, C. E. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3 (2), 221-229.
- Reza Shabahang, H. S. (2022). Oversharing On Social Media: Anxiety, Attention-Seeking, And Social Media Addiction Predict The Breadth And Depth Of Sharing. *Psychological Reports*, 1-18. Doi: 10.1177/00332941221122861
- Rose, C. (2011). The Security Implications Of Ubiquitous Social Media. *International Journal Of Management & Information Systems – First Quarter*, 15(1), 35-40.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More From Technology And Less From Each Other*.
- Widiyastuti, A. (2016). *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pada Pengguna Facebook*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggu.
- Witrin Gamayanti, M. I. (2018). Self Disclosure Dan Tingkat Stres Pada Mahasiswa Yang Sedang Mengerjakan Skripsi. : *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(1), 115-130.