

## 社交网站使用与大学生自尊的关系：上行社会比较的中介作用

王娜, 朱素洁

潍坊理工学院 山东潍坊

**【摘要】**为探讨不同性质社交网站使用与大学生自尊的关系,采用主动性社交网站使用问卷、被动性社交网站使用问卷、上行社会比较问卷和自尊量表,对1109名大学生的情况进行问卷调查。结果表明:(1)主动性使用、被动性使用能够显著正向预测自尊;(2)上行社会比较显著负向预测自尊,且上行社会比较在不同性质的社交网站使用与自尊中起显著中介作用。

**【关键词】**社交网站使用;自尊;上行社会比较

**【基金项目】**潍坊理工学院科研项目《社交网站使用对大学生心理社会适应的影响研究》(KY-X202118)

### The Relationship between the Use of Social Networking Sites and College Students' Self-Esteem: The Role of Upward Social Comparison

Na Wang, Sujie Zhu

Weifang Institute of Technology

**【Abstract】** In order to explore the relationship between the use of social networking sites of different natures and college students' self-esteem, 1109 college students were investigated by using the active social networking site use questionnaire, the passive social networking site use questionnaire, the upward social comparison questionnaire and the self-esteem scale. The results showed that: (1) active use and passive use could significantly predict self-esteem; (2) upward social comparison significantly negatively predicted self-esteem, and upward social comparison played a significant intermediary role in the use of social networking sites and self-esteem.

**【Keywords】** The use of social application; Self-esteem; Upward social comparison

#### 1 问题提出

随着移动互联网时代的到来,微信、QQ等社交网站在大学生中广泛应用。社交网站的使用为大学生社会、情感和认知发展提供了重要的背景,并且占用了的大部分时间。目前全球超过1/3的人在使用微信、QQ等典型社交网站,它使人们的交流方式和交流场所发生了重大变化,极大地满足了人们对于社会交往的需要。

近年来,随着社交网站在个体生活中的作用不断加大,自尊作为个人幸福感的重要预测变量,社交网站使用对个体自尊的影响也受到人们广泛关注,但已有的研究结果并不相同。有研究发现社交网站使用能显著正向预测个体的自尊,例如:社交

网站上他人给予的点赞、评论的积极反馈、积极自我呈现等可以提升个体的自尊水平。个体在社交网站上呈现照片、更新状态等为好友之间的互动提供话题,为相互的自我披露和社会支持提供了机会,从而提高个体的自尊水平。另一方面,有研究发现社交网站的使用频率等会降低个体的自尊水平。当用户将自己的真实自我与他在社交网站上所呈现出来的理想自我进行比较时,会认为自己不如他人,产生嫉妒心理,从而降低个体的自尊水平。因此,缺乏沟通交流的被动性使用很可能负向预测个体自尊水平。本研究试图整合社交网站的具体使用行为,采用Frison等人的定义,将社交网站使用方式分为主动性使用和被动性使用,分别探讨不同性质的社

作者简介:王娜(1993-)汉,山东青州,硕士,研究方向:应用心理学。  
朱素洁(1989-)汉,山东寿光,硕士,研究方向:发展与教育心理学。

交网站使用行为对自尊的影响。

社会比较是由社会环境有效地强加于个人的, 这种比较通常是个体自身意识不到, 但会在一定程度上对个体的思想和行为产生显著性影响。作为一种深入人心的心理倾向, 这样的比较既发生在离线交互中, 也发生在以计算机为媒介的通信中。此外, 当个人浏览他人的信息(例如他人的表现, 他人的能力以及他人取得的成就)时, 他们会将自己与他人进行比较, 并且个体在接受他人提供的信息时, 会把他人信息中的积极成分进行夸大, 并偏向于认为他人比自己更快乐。并且出于印象管理策略, 个体在更新状态时倾向于以讨人喜欢的方式描绘自己, 优化在线自我展示, 会引发更多的社会比较。上行社会比较是社会比较中的一种, 指个体将自己与那些比自身条件、所处的地位、处境等更好的人展开对比, 从而对自己的处境与地位进行定义的行为。研究发现上行社会比较会使人们感到自卑, 产生对自己的负面评价, 降低个体的自尊水平。因此, 本研究将进一步考察上行社会比较在不同性质的社交网站使用与自尊水平中的中介作用。

## 2 研究方法

### 2.1 被试

采用整群抽样法, 选取山东省某高校 4 个学院大一、大二 2 个年级, 以班为单位进行问卷调查。共发放问卷 1183 份, 有效问卷为 1109 份, 有效率为 93.74%。

### 2.2 测量工具

#### (1) 主动性社交网站使用问卷

采用由 Frison 和 Eggermont 编制的主动性使用问卷对被试的使用行为进行测量。该问卷共包含 5 个项目。本研究中该量表的 Cronbach  $\alpha$  为 0.73。

#### (2) 被动性社交网站使用问卷

采用由 Tandoc 等人编制的“监视使用”问卷(Surveillance Use Scale), 来测量个体被动性使用行为。问卷采用 5 点计分。本研究中该量表的 Cronbach  $\alpha$  为 0.88<sup>[1]</sup>。

#### (3) 上行社会比较量表

采用由 Gibbons 和 Buunk 编制的爱荷华-荷兰比较倾向量表(INCOM)中的上行比较分量表。该量表共 6 个项目, 采用 Likert5 点量表。本研究中该量表的 Cronbach  $\alpha$  为 0.90。

#### (4) 自尊量表

采用 Rosenberg(1965)编制的自尊量表(SES), 量表共 10 个题目, 采用四点计分。本研究中该量表的 Cronbach  $\alpha$  为 0.88<sup>[2]</sup>。

## 3 研究结果

### 3.1 社交网站使用的一般状况及相关分析

在本研究中让被试按使用频率从高到低选择最经常使用的社交网站, 结果有 793 名(71.5%)被试最经常使用 QQ, 231 名(20.8%)被试最经常使用微信, 72 名(6.5%)被试最经常使用微博, 13 名被试最经常使用知乎、人人等其它社交网站。其次, 206 名(18.6%)被试第二频率使用 QQ, 668 名(60.2%)被试第二频率使用微信, 192 名(17.3%)被试第二频率使用微博, 43 名被试第二频率使用知乎、人人等其它社交网站。由此可见, QQ、微信是被试最经常使用的社交网站。相关分析表明, 主动性使用、被动性使用与自尊之间两两呈显著正相关; 主动性使用、被动性使用与自尊显著正相关, 而上行社会比较与自尊呈显著负相关(见表 1)。

### 3.2 上行社会比较的中介作用

根据 Hayes 的观点, 采用 SPSS 宏程序 PROCESS, 对上行社会比较的中介效应进行检验<sup>[3]</sup>。结果显示, 主动性使用能显著预测上行社会比较,  $a = 0.25$ ,  $SE = 0.03$ ,  $p < 0.001$ ; 主动性使用、上行社会比较同时进入回归方程, 主动性使用能显著预测自尊,  $c' = 0.20$ ,  $SE = 0.03$ ,  $p < 0.01$ , 上行社会比较能显著预测自尊,  $b = -0.19$ ,  $SE = 0.02$ ,  $p < 0.01$ 。偏差校正的百分位 Bootstrap 方法检验表明, 上行社会比较在主动性使用与自尊之间的中介作用显著,  $ab = -0.05$ ,  $Boot SE = 0.01$ , 95%的置信区间为[-0.07, -0.03]。

被动性使用能显著预测上行社会比较,  $a = 0.44$ ,  $SE = 0.05$ ,  $p < 0.001$ ; 被动性使用、上行社会比较同时进入回归方程, 被动性使用能显著预测自尊,  $c' = 0.20$ ,  $SE = 0.04$ ,  $p < 0.01$ , 上行社会比较能显著预测自尊,  $b = -0.18$ ,  $SE = 0.02$ ,  $p < 0.01$ 。偏差校正的百分位 Bootstrap 方法检验表明, 上行社会比较在被动性使用与自尊之间的中介作用显著,  $ab = -0.08$ ,  $Boot SE = 0.01$ , 95%的置信区间为[-0.11, -0.05]。

表 1 描述性统计及相关分析

变量	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4
1 主动性使用	20.58	5.24	1			
2 被动性使用	13.53	3.52	.43***	1		
3 上行社会比较	16.94	5.51	.24***	.28***	1	
4 自尊	31.18	4.44	.18***	.10**	-.18***	1

表 2 上行社会比较的中介分析

回归方程		整体拟合指标			回归系数显著性	
结果变量	预测变量	<i>R</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>F</i>	$\beta$	<i>t</i>
上行社会比较	主动性使用	0.24	0.06	66.74***	0.25	8.17***
	自尊	0.29	0.08	50.70***	0.20	8.03***
上行社会比较	上行社会比较	0.28	0.08	97.14***	-0.19	-7.82***
	被动性使用	0.23	0.05	31.18***	0.44	9.86***
自尊	被动性使用	0.23	0.05	31.18***	0.20	5.16***
	上行社会比较				-0.18	-7.20***

#### 4 讨论

研究结果发现, 主动性使用行为与个体的自尊呈显著正相关, 与以往的研究结果一致。大学生使用 QQ、微信等社交网站的主要目的是联系朋友和同学、维持友谊。并且大学生使用社交网站主要与其现实中的朋友、同学密切联系和互动。社交网站的使用有利于个体与朋友保持联系和认识新朋友, 社交网站上发布的动态更容易获得好友积极的评论和点赞, 可以帮助个体获得更多的社会资本, 如社会支持, 可以帮助他们提高自尊。然而, 本研究发现被动性社交网站使用行为与个体的自尊成正相关, 与以往的研究结果不一致<sup>[4]</sup>。目前我们所使用的社交网站的功能不断增多, 使用社交网站可及时了解社区中的事件, 个体可以选择自己感兴趣的公众号, 对订阅号信息的浏览可以及时了解新闻资讯、汲取知识, 丰富自己的日常生活, 减少无聊感, 这有助于提升个体的自尊水平。

结果发现, 不同性质的社交网站使用与上行社会比较显著正相关, 上行社会比较与自尊显著负相关, 并且上行社会比较起显著的中介作用。QQ、微信这两种社交网站中的人际互动实际上是朋友、亲人、同事之间的社会交往, 个体为维护良好的自我形象, 会在尽量保证信息真实性的情况下, 优化在线自我展示, 例如, 精心选择照片、公开积极的情

感体验, 以反映理想的生活和积极的自我形象, 个体给予他人的点赞、积极评论的积极反馈可以提升个体的自尊水平。相关研究也发现社交网站上的自我表露能够正向预测线上积极反馈, 进而提升个体的幸福感。随着人们在社交网站上花费更多的时间, 访问他人的个人主页, 浏览朋友圈更新的状态, 开始与他人进行上行社会比较, 导致自卑、焦虑, 这些负面情绪会直接影响个人的自尊, 使用 Facebook 等社交网站进行的社交比较会使人们的生活更糟, 并促进个人的负面幸福感。因此, 个体应该有意识的控制自己的缺乏沟通的信息浏览行为, 减少浏览空间和朋友圈的频率, 正确认识社交网站上个人的印象管理策略, 尽量避免进行上行社会比较。社交网站的使用虽然能够方便学生获取他人的信息及评价, 但同时为与他人进行上行社会比较提供了更多的可能, 从而对大学生的心理社会适应产生消极影响。

#### 5 结论

本研究主要得出以下结论: 不同性质的社交网站使用显著正向预测自尊, 个体的社交网站使用越高, 自尊水平就越高。但是社交网站的使用与上行社会比较显著正相关, 而上行社会比较显著负向预测自尊, 并且上行社会比较在不同性质的社交网站使用与自尊中起到了显著的中介作用。

## 参考文献

- [1] Tandoc, E.C., Jr., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is Facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146.
- [2] Rosenberg, M. (1965). Self-esteem and the adolescent (economics and the social sciences: Society and the adolescent self-image). *New England Quarterly*, 148(2), 177-196.
- [3] Hayes, A.F. (2013). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach. *New York: Guilford Press*.
- [4] Lin, L., Sidani, J.E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., & Primack, B.A. (2016). Association between

social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331.

**收稿日期:** 2022年3月26日

**出刊日期:** 2022年6月30日

**引用本文:** 王娜, 朱素洁, 社交网站使用与大学生自尊的关系: 上行社会比较的中介作用[J]. 国际心理学进展, 2022, 4(1): 17-20

DOI: 10.12208/j. aip.20220005

**检索信息:** RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

**版权声明:** ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。 <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**OPEN ACCESS**