

线上社交焦虑与社交网络互动的关系

——自我表露的中介作用

曾 慧

福建师范大学心理学院, 福建 福州

收稿日期: 2022年7月16日; 录用日期: 2022年8月10日; 发布日期: 2022年8月19日

摘 要

目的: 探讨线上社交焦虑和社交媒体自我表露对个体社交网络互动行为的影响。方法: 选取349名社交媒体用户, 采用社交媒体社交焦虑量表、社交媒体自我表露量表和社交媒体互动量表进行问卷调查, 采用偏差校正的非参数百分位Bootstrap方法进行中介效应检验。结果: 线上社交焦虑与社交媒体自我表露、社交网络互动频率两两显著正相关; 线上社交焦虑与社交媒体自我表露的目的性和正向性显著正相关。社交媒体自我表露在线上社交焦虑与社交网络互动频率间起完全中介效应。结论: 线上社交焦虑能通过社交媒体自我表露的完全中介作用对社交网络互动的频率产生影响。

关键词

线上社交焦虑, 自我表露, 社交网络互动

The Relationship between Online Social Anxiety and Social Network Interaction

—The Mediating Role of Self-Disclosure

Hui Zeng

School of Psychology, Fujian Normal University, Fuzhou Fujian

Received: Jul. 16th, 2022; accepted: Aug. 10th, 2022; published: Aug. 19th, 2022

Abstract

Objective: To explore the influence of online social anxiety and social media self-disclosure on individuals' social network interaction behavior. **Methods:** Totally 349 social media users were surveyed by Social Media Social Anxiety Scale, Social Media Self-disclosure Scale and Social Media In-

interaction Scale. The bootstrap method was used to test the mediating effect. Results: Online social anxiety, social media self-disclosure and frequency of social network interaction were positively correlated with each other. Online social anxiety was significantly positively correlated with the purposefulness and positivity of social media self-disclosure. Social media self-disclosure has a full mediating effect between online social anxiety and frequency of social network interaction. Conclusion: This shows that online social anxiety can affect frequency of social network interaction through the complete mediation of social media self-disclosure.

Keywords

Online Social Anxiety, Self-Disclosure, Social Network Interaction

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

社交焦虑是社会交往情境中一种常见的负性心理体验，它表现为个体在社交场合中对他人审视或评价的非理性恐惧(Morrison & Heimberg, 2013)。根据社会补偿理论，高社交焦虑的个体会将社交媒体视为一种不那么容易引起焦虑的社交途径，可以弥补面对面交流的不足(Mccord, Rodebaugh, & Levinson, 2014)。但有研究发现随着线上和线下交往的界限趋于模糊，社交媒体情境同样能诱发用户的社交焦虑，即催生出线上社交焦虑这一新的焦虑形式(Davidson & Farquhar, 2014)。线上社交焦虑是指人们在社交网络情境中进行社交互动时所经历的焦虑情绪，具有隐私担忧、互动焦虑和负面评价恐惧三方面的特点(文湘漓, 刘耀中, 倪亚琨, 2019; 陈必忠, 张绮琳, 张瑞敏, 郑雪, 2020)。虽然有研究显示线上社交焦虑会使得个体产生社交媒体倦怠并且其继续使用社交媒体的意向会降低，但更多的研究却表明线上社交焦虑并不会使个体减少使用社交媒体，反而会增加个体进行线上社交互动的频率(Liu & Ma, 2018; Hong et al, 2015; 林功成, 李莹, 陈锦芸, 2016; Calancie et al., 2017; Fox & Moreland, 2015)。这一线上社交焦虑的悖论现象值得进一步探究。基于此研究提出假设 H1: 线上社交焦虑能正向预测社交网络互动的频率。

自我表露是指个体将有关自己的思想、感受以及经历等个人信息表露给目标个体的行为(Jourard & Lasakow, 1958)。社交媒体作为一个特殊的自我展现的平台，当个体使用社交媒体时会有意识地选择策略性或全面地展示自己。社交焦虑和自我表现的概念化模型表明，社交焦虑源于反复考虑他人是否会喜欢和认可自己的形象，如果人们成功地获得他人支持或获得良好的自我定义反馈，就可以缓解社交焦虑(Duan, He, & Tang, 2020)。社交网络不同于现实社交的异步性、匿名性等特点则有助于个体通过印象整饰策略来重塑自我形象，获得他人的积极评价(姜永志, 白晓丽, 七十三, 乌云特娜, 2019), 陈必忠等人(2020)也认为社交焦虑个体虽然害怕负面的评论，但又希望收获更多的正向反馈来缓冲焦虑情绪。因此可以推测线上社交焦虑的个体可能会出于缓解社交焦虑的目的倾向于在社交网络中进行更多的自我表露，尤其是正向性的自我表露，为了及时获得他人的积极反馈以及保持自己的正面形象，个体会增加与他人互动的频率。林功成等(2016)的研究提供了一点实证支持，发现线上社交焦虑使得个体偏好展示正向信息，且线上积极健康的形象能增加个体在社交媒体上与他人的互动。基于此，研究提出假设 H2: 线上社交焦虑能正向预测社交媒体自我表露；假设 H3: 社交媒体自我表露是线上社交焦虑影响社交网络互动频率的中介变量。

综上,本研究构建了一个简单中介模型考察线上社交焦虑、社交媒体自我表露与社交网络互动之间的关系,以探究线上社交焦虑研究中存在的悖论现象,进而完善线上社交焦虑的作用机制模型。

2. 对象与方法

2.1. 研究对象

本研究针对常见的社交媒体(如微博、微信、QQ等),采用方便取样的方法,共对426名社交网络用户进行了问卷调查,剔除了填写时间低于100秒的用户后剩余349份有效问卷,有效回收率为81.92%。其中,男性128人,占36.67%,女性221人,占63.33%,具体情况如下表1所示:

Table 1. Basic information of questionnaire
表 1. 问卷基本情况

人口统计学变量	变量特征	人数	百分比
性别	男	128	36.67%
	女	221	63.33%
年龄	19岁及以下	50	14.33%
	20~29岁	257	73.64%
	30岁及以上	42	12.03%
受教育程度	高中及以下	47	13.47%
	大专	36	10.32%
	本科	215	61.6%
	硕士及以上	51	14.61%
社交媒体使用频率	一周一次	22	6.3%
	一周2~6次	49	14.04%
	一天一次	38	10.89%
	一天多次	240	68.77%
职业	学生	190	54.44%
	公务员及事业单位职员	29	8.31%
	公司职员	88	25.21%
	个体户	21	6.02%
	其他	21	6.02%
每日使用社交媒体总时长	小于1小时	51	14.61%
	1~4小时	179	51.29%
	5~8小时	83	23.78%
	8小时以上	36	10.32%

2.2. 研究工具

2.2.1. 线上社交焦虑

本研究采用 Watson 和 Friend (1969)开发的量表,在每个项目前指明“在社交媒体中”,构成社交媒

体社交焦虑量表,共12题,采用李克特5点计分(1 = 完全不相符,5 = 完全相符),总分越高表明个体的在线社交焦虑越高,对量表进行信效度检验, α 系数为0.748,效度为0.908,信效度良好。

2.2.2. 社交媒体自我表露

采用林功成、李莹和陈锦芸等人(2016)编制的微博自我表露量表,对其进行了改编,将“在微博中”改为“在社交媒体中”以更符合研究要求,构成社交媒体自我表露量表,共15题,包括自我表露数量、正向性、诚实度以及目的性四个维度,采用李克特5点计分(1 = 完全不相符,5 = 完全相符),被试总分越高表示其在社交媒体中的自我表露程度越高。本研究中该量表的 α 系数为0.729,效度为0.729,信效度良好。

2.2.3. 社交网络互动

采用林功成、李莹和陈锦芸等(2016)编制的微博互动量表,对其进行了改编,将“在微博中”改为“在社交媒体中”以符合研究要求,由两个项目组成,同样采用5点计分制,被试总分越高表明其在社交网络中互动的越频繁,本研究中该量表的克隆巴赫 α 系数为0.799。

2.3. 数据处理

使用SPSS.26.0以及Hayes编制的SPSS宏程序PROCESS来整理和分析数据,采用PROCESS中的Model4对研究假设进行验证。

3. 结果

3.1. 共同方法偏差

采用Harman单因素检验法,检验结果显示特征根大于1的因子有7个,第一个因子解释了20.73%的变异量,小于40%的临界标准,说明本研究共同方法偏差并不显著。

3.2. 描述性统计和相关分析

表2为各个变量的描述性数据以及其相关分析结果,从表中可知,线上社交焦虑与社交媒体自我表露、社交网络互动频率两两显著正相关;线上社交焦虑与社交媒体自我表露的目的性和正向性显著正相关;而社交媒体自我表露正向性与目的性都与社交网络互动的频率显著正相关。

Table 2. Describe statistical and correlation analysis results
表 2. 描述性统计和相关分析结果

变量	M	SD	1	2	3	4	5	6	7
1 线上社交焦虑	36.58	7.01	1						
2 社交媒体自我表露总分	46.49	6.39	0.133*	1					
3 自我表露数量	13.36	3.87	-0.028	0.528**	1				
4 自我表露诚实度	19.88	4.07	0.06	0.730**	-0.061	1			
5 自我表露目的性	6.88	1.52	0.248**	0.473**	-0.097	0.356**	1		
6 自我表露正向性	6.37	1.65	0.203**	0.397**	-0.061	0.178**	0.261**	1	
7 社交网络互动频率	5.61	2.26	0.208**	0.306**	0.366**	0.015	0.123*	0.176**	1

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, 下同。

以年龄、受教育程度和每日使用社交媒体总时长为自变量,以社交网络互动频率为因变量,进行单因素方差分析,结果显示,19岁及以下个体的社交网络互动频率($F = 7.671, p < 0.01$)显著高于20~29岁和30岁及以上的个体;高中及以下学历的个体其社交网络互动频率($F = 2.931, p < 0.05$)显著高于本科和硕士及以上学历的个体;每日使用社交媒体时长小于1小时和1~4小时的个体其社交网络互动频率($F = 4.135, p < 0.01$)显著低于5~8小时和8小时以上的个体。后续分析将年龄、受教育程度以及每日使用社交媒体总时长设为控制变量。

3.3. 中介效应检验

使用 Hayes (2013)编制的 SPSS 宏程序 PROCESS 中的 Model4 进行中介分析,在控制年龄、受教育程度和每日使用社交媒体总时长的情况下对社交媒体自我表露在线上社交焦虑与社交网络互动频率关系中的中介效应进行检验。结果如表 3 所示,线上社交焦虑对社交网络互动频率的正向预测作用显著($\beta = 0.13, t = 2.47, p < 0.5$),当放入中介变量社交媒体自我表露后,线上社交焦虑的直接预测作用变得不显著了($\beta = 0.10, t = 1.90, p > 0.5$)。而线上社交焦虑对社交媒体自我表露的正向预测作用显著($\beta = 0.12, t = 2.18, p < 0.05$),社交媒体自我表露对社交网络互动频率的正向预测作用也显著($\beta = 0.28, t = 5.61, p < 0.001$)。此外从表 4 中可见,社交媒体自我表露中介效应的 bootstrap 95%置信区间上、下限不包含 0,而线上社交焦虑对社交网络互动频率影响的直接效应 bootstrap 95%置信区间上、下限包含了 0,表明线上社交焦虑是通过社交媒体自我表露的完全中介作用预测社交网络互动频率的,中介效应占比为 25.64%。

Table 3. The mediating effects of social media self-disclosure

表 3. 社交媒体自我表露的中介效应检验

回归方程(N = 349)		拟合指标			系数显著性	
结果变量	预测变量	R	R ²	F	β	t
社交网络 互动频率	年龄	0.30	0.09	8.39***	-0.12	-2.04*
	受教育程度				-0.08	-1.31
	每日使用社交媒体总时长				0.15	2.79**
	线上社交焦虑				0.13	2.47*
社交媒体 自我表露	年龄	0.19	0.03	3.17*	-0.13	-2.11*
	受教育程度				0.12	2.04*
	每日使用社交媒体总时长				-0.002	-0.003
	线上社交焦虑				0.12	2.18*
社交网络 互动频率	年龄	0.41	0.17	13.62***	-0.08	-1.48
	受教育程度				-0.11	-1.97*
	每日使用社交媒体总时长				0.15	2.91**
	社交媒体自我表露				0.28	5.61***
	线上社交焦虑				0.10	1.90

Table 4. Breakdown of total effects, direct effects and indirect effects
表 4. 总效应、直接效应和中介效应分解表

	效应值	Boot 标准误	BootCI 下限	BootCI 上限	3
总效应	0.0433	0.019	0.006	0.08	
直接效应	0.0322	0.017	-0.0012	0.066	74.36%
社交媒体自我表露的中介效应	0.0111	0.0058	0.0002	0.023	25.64%

4. 讨论

首先, 相关分析结果表明线上社交焦虑显著正向预测了社交网络互动的频率, 这与前人的研究是一致的(林功成等, 2016; Calancie et al. 2017; Fox & Moreland, 2015)。使用与满足理论认为特定媒介的使用是出于满足特定心理需求的目的, 在使用社交网络过程中的积极互动能提高个体的积极自我评价, 进而提升其自尊水平和幸福感水平, 最后降低其焦虑程度(姜永志等, 2019)。线上社交焦虑程度较高的个体通过进行更频繁的社交网络互动来获得他人及时的积极反馈, 这种反馈表示的是对信息发布者的肯定与支持, 能有效抑制社交中的焦虑和孤独等负性情绪, 达成线上社交焦虑者缓解焦虑的目的。

其次, 研究结果还发现社交媒体自我表露正向预测社交网络互动频率, 与以往研究自我表露有助于提高社交网络互动频率的结果是一致的(林功成等, 2016)。研究表明, 自我表露对人们形成、维持以及发展亲密关系有着关键作用, 它有利于获得人际信任、增加社会支持(Altman & Taylor, 1973; Berger & Calabrese, 1975; Duan, He, & Tang, 2020)。当人们在社交媒体上呈现自我相关的想法、信息时, 能够加深他人对自己的了解, 从而和他人建立社交联系, 而在发展或维持这段关系的同时, 个体与他人的社交网络互动自然会有所增加。

对社交媒体自我表露进行进一步的中介效应分析, 结果表明社交媒体自我表露完全中介了线上社交焦虑对社交网络互动频率的作用。在网上进行自我表露是一种让他人了解自己, 并在表露和接受反馈信息的过程中获得满足感的行为, 社交媒体提高了用户的印象管理自我效能, 这种非面对面的、匿名的以及异步性的社交方式使得个体能更加便利地通过不同形式的自我表露进行印象管理, 进而满足自己某种特定的心理需求(王逸芸, 张明新, 2020; 李安淇, 2021; Utz, 2015)。线上社交焦虑水平高的人希望通过主动的、正向性的自我表露在社交媒体上展现自己理想的一面, 以吸引其他用户的关注、得到他人对自己的支持与肯定, 在接收他人反馈并对他人反馈作出回应的过程中, 社交网络互动行为变得频繁就不足为奇了。

5. 研究展望

随着线上社交技术的发展, 线上社交焦虑水平逐渐上升, 成为困扰大学生们的又一社交难题。本研究证实了社交媒体自我表露在线上社交焦虑对社交网络互动行为影响中的中介作用, 同时又对线上社交焦虑会使个体产生社交媒体倦怠但并不会降低个体使用社交媒体的频率这一悖论现象进行了初步的探究, 为缓解大学生的线上社交焦虑提供了新的干预思路。针对线上社交焦虑个体期望通过自我表露获得他人社会支持与肯定进而缓解自身焦虑的特点, 可以引导个体在线上社交时进行恰当的自我表露, 并训练个体如何对他人的反馈进行回应, 在积极互动的氛围中帮助线上社交焦虑个体建立社交的自信心, 提升其效能感, 形成社交的良好循环, 最终降低个体的社交焦虑。

本研究也存在一些不足之处, 研究中所用的量表虽然信效度达到了标准, 但严格意义上来说, 国内目前并未有广泛使用的、能够有效测量线上社交焦虑、社交网络互动以及社交媒体自我表露这三个变量的量表, 这可能会对结果产生一定的影响, 未来研究应尽量用更具针对性的量表进行施测, 将研究更加

规范化。其次，本研究中对于社交网络互动主要考察的是频率，并未关注到互动的质量或深度层面，因此研究对个体社交网络互动行为的考察存在一定局限性。相较于社交互动的频率而言，更有深度的或是说质量更好的社交互动对个体线上社交焦虑的缓解帮助可能更大，未来研究可进一步探究线上社交焦虑与社交网络互动质量的关系。

6. 结论

- 1) 线上社交焦虑、社交媒体自我表露以及社交网络互动的频率三者之间两两相关。
- 2) 社交媒体自我表露在线上社交焦虑对社交网络互动频率的影响中起完全中介作用。

参考文献

- 陈必忠, 张绮琳, 张瑞敏, 郑雪(2020). 线上社交焦虑: 社交媒体中的人际负性体验. *应用心理学*, 26(2), 180-192.
- 姜永志, 白晓丽, 七十三, 乌云特娜(2019). 青少年社交网络使用对社交焦虑的影响: 线上积极反馈与自尊的链式中介. *中国特殊教育*, (8), 76-80.
- 李安琪(2021). *社交媒体用户的自我表露行为影响因素研究*. 硕士学位论文, 上海: 上海外国语大学.
- 林功成, 李莹, 陈锦芸(2016). 大学生的社交焦虑、自我表露与网上互动——对微博社交行为的路径分析. *青年研究*, (4), 29-37.
- 王逸芸, 张明新(2020). “看不见”的紧张和不安, 微信朋友圈中的社交焦虑. *新媒体研究*, (5), 49-54.
- 文湘漓, 刘耀中, 倪亚琨, 王赫(2019). 被动性社交网络使用与在线社交焦虑: 有调节的中介模型. *中国临床心理学杂志*, 27(4), 754-757.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. Holt, Rinehart & Winston.
- Berger, C. R., & Richard, J. C. (1975). Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
- Calancie, O., Ewing, L., Narducci, L. D., Horgan, S., & Khalid-Khan S. (2017). Exploring How Social Networking Sites Impact Youth with Anxiety: A Qualitative Study of Facebook Stressors among Adolescents with an Anxiety Disorder Diagnosis. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11, Article No. 2. <https://doi.org/10.5817/CP2017-4-2>
- Davidson, T., & Farquhar, L.K.(2014). Correlates of Social Anxiety, Religion, and Facebook. *Journal of Media and Religion*, 13, 208-225. <https://doi.org/10.1080/15348423.2014.971566>
- Duan, W. J., Chen, H., & Tang, X. Q. (2020). Why Browsing and Posting on WeChat Moments? The Relationships among Fear of Missing Out, Strategic Self-Presentation, and Online Social Anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23, 708-714. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0654>
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The Dark Side of Social Networking Sites: An Exploration of the Relational and Psychological Stressors Associated with Facebook Use and Affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168-176. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.083>
- Hayes, A. F. (2013). Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach. *Journal of Educational Measurement*, 51, 335-337.
- Hong, J. C., Hwang, M. Y., Hsu, C. H., Tai, K. H., & Kuo, Y. C. (2015). Belief in Dangerous Virtual Communities as a Predictor of Continuance Intention Mediated by General and Online Social Anxiety: The Facebook Perspective. *Computers in Human Behavior*, 48, 663-670. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.019>
- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some Factors in Self-Disclosure. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56, 91-98. <https://doi.org/10.1037/h0043357>
- Liu, C., & Ma, J. L. (2018). Social Media Addiction and Burnout: The Mediating Roles of Envy and Social Media Use Anxiety. *Current Psychology*, 39, 1883-1891. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9998-0>
- Mccord, B., Rodebaugh, T. L., & Levinson, C. A. (2014). Facebook: Social Uses and Anxiety. *Computers in Human Behavior*, 34, 23-27. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.020>
- Morrison, A. S., & Heimberg, R. G. (2013). Social Anxiety and Social Anxiety Disorder. *Annual Review of Clinical Psychology*, 9, 249-274. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-050212-185631>

- Utz, S. (2015). The Function of Self-Disclosure on Social Network Sites: Not Only Intimate, but Also Positive and Entertaining Self-Disclosures Increase the Feeling of Connection. *Computers in Human Behavior*, 45, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.076>
- Watson, D., & Friend, R (1969). Measurement of Social Evaluative Anxiety. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33, 448-457. <https://doi.org/10.1037/h0027806>