

# The Review of the Impact of Personality Traits on Social Networking Sites Usage

Xinxue Zhang

Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing  
Email: Suzannazhang@foxmail.com

Received: Dec. 21<sup>st</sup>, 2018; accepted: Jan. 3<sup>rd</sup>, 2019; published: Jan. 10<sup>th</sup>, 2019

---

## Abstract

Although personality traits are still controversial for predicting social networking sites (SNS) usage, there is growing evidence that personality traits, not just Big Five Factors, but also specific personality traits such as narcissism, self-esteem, sociability and shyness, are associated with SNS usage. Future research should further predict SNS usage using more specific personality traits within the Big Five personality category.

## Keywords

Social Networking Sites, Big Five Factors, Narcissism, Self-Esteem, Sociability and Shyness

---

# 人格特质对社交网站使用行为的影响概述

张昕雪

西南大学心理学部, 重庆  
Email: Suzannazhang@foxmail.com

收稿日期: 2018年12月21日; 录用日期: 2019年1月3日; 发布日期: 2019年1月10日

---

## 摘要

虽然人格特质对于预测社交网站使用行为还存在争议, 但是越来越多的证据表明, 人格特质与社交网站的使用行为有关, 不仅仅是大五人格, 还有自恋、自尊以及社会性和羞怯性等人格特质也对社交网站的使用行为存在影响。未来研究还应该进一步用大五人格范畴内的更具体的人格特质来预测社交网站使用行为。

## 关键词

社交网站, 大五人格, 自恋, 自尊, 社会性和羞怯性

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

## 1. 引言

人格特质对于社交网站使用行为的预测目前还存在争议, 有的研究者认为人格特质可以预测社交网站的使用行为[1] [2], 但也有研究者认为二者之间并不存在相关[3]。近些年来, 有越来越多的证据表明, 人格特质与个体社交网站使用时间、乃至个体在社交网站上的使用行为相关[4] [5] [6] [7]。

## 2. 大五人格特质对社交网站使用行为的影响

很多研究都用大五人格来预测互联网使用行为[8], 因为大五人格已被证明了很有效, 而且在各方面都展示了良好的一致性和综合性[9]。大五人格在不同的人群和文化背景下都被证明十分可靠[10] [11]。大五人格将人格分为五个不同特征[8]: 外倾性、责任心、开放性、神经质和宜人性。

### 2.1. 外倾性对社交网站使用行为的影响

外倾性指的是个体社会的、快乐的、乐观的、积极的和健谈的程度。高外倾性的个体会参与更多的社会互动, 并且会更容易接近别人[12]。以往的研究对外倾性与社交网站使用的关系提出了两种截然不同的解释: “社会补偿”(Social Compensation)理论和“富者更富”(Rich Get Richer)理论[13]。社会补偿理论认为, 内向的人更可能使用并从 Facebook 这样的社交网站中获益, 因为这种间接的交流方式使得内向的人可以弥补他们不太擅长的人际交流技能; 而富者更富理论认为, 外向的人更可能从社交网站中获益, 因为类似于 Facebook 这样的社交网站只是为他们与朋友交流联系提供了又一个平台。尽管确实有一些研究表明, 外向的人在聊天室花费更少的时间[14], 这可能是因为他们更喜欢面对面交流, 但很多研究的结果都支持了“富者更富”理论。

比如, Wehrli (2008)和 Correa 等(2010)发现, 外倾性与社交网站的使用呈正相关[12] [15]。高外倾性的个体比低外倾性的个体会在社交网站上花费更多时间[16], 加入更多的社交网站群组[3], 在社交网站上拥有更多好友[13] [17], 并更频繁地与社交网站上的朋友进行联系[15]。他们更可能在社交网站上进行评论[18], 更频繁地使用社交网站状态更新的功能[19], 更可能在社交网站上发布他们所参与的活动或者所经历的事情, 也会在 Facebook 中上传更多照片[15]。

### 2.2. 宜人性对社交网站使用行为的影响

宜人性指的是个体是有同情心的、有礼貌的、灵活的、和善的、真诚的和宽恕的。高宜人性的个体通常会避免争端, 不拒绝朋友的建议[12]。一般来说, 宜人性会对社会互动和关系质量产生有利的影响[12]。然而, 高宜人性的个体可能不会在线上建立联系[20]。相比外倾性, 很少有研究发现宜人性和社交网站的社会功能的使用行为相关。例如, Ross 等(2009)发现, 宜人性和 Facebook 的使用不相关[3]。Swickert 等(2002)发现, 宜人性与 Facebook 娱乐功能的使用(比如在线游戏)显著相关[20]。但近年来, 也有一些研究开始发现, 宜人性与社交网站社会功能的部分使用有关。比如, Moore 等(2012)发现, 宜

人性越高,越可能撤销他们发出的不当内容[5]。Wang 等(2012)发现,宜人性与在社交网站上进行评论呈正相关[19]。

### 2.3. 责任心对社交网站使用行为的影响

责任心指的是个体是可靠的、负责的、有计划的和自律的。高责任心的个体渴望成功,对成功有着很强的内部动机,并且通常会试着提高他们在工作中的表现。高责任心的个体如果觉得使用 Facebook 不会促进产量或提高效率,那么他们就会减少对 Facebook 的使用意向[21]。换句话说,高责任心的个体不会在 Facebook 上花费很多时间,因为他们更喜欢坚持他们的目标,避免精力被分散[12]。比如,Wilson 等(2010)发现,高责任心的个体在社交网站上花费更少的时间[16]。Ryan 和 Xenos (2011)也发现,责任心与在社交网站上花费的时间呈负相关[6]。Butt 和 Phillips (2008)认为,高责任心的个体会避免使用社交网站,因为这些网站可能会致使拖延出现,从更重要的任务中分散注意力[22]。

### 2.4. 神经质对社交网站使用行为的影响

神经质指的是个体表现出负面属性的程度,比如不信任,悲伤,焦虑,尴尬,压力应对困难等。神经质与社会关系呈负相关[12],但与他们线上所花费的时间呈正相关[14]。高神经质的个体比高外倾性的个体更容易成为互联网用户[15] [23]。一些研究发现,神经质与在互联网上所花费的时间呈正相关[23] [24] [25]。比如,Wehrli (2008)发现,神经质与社会媒体使用呈正相关,高神经质的个体会在社交网站上花费更多时间,试图使自己在社交网站上尽可能的有吸引力[12]; Moore 等(2012)也发现,高神经质的个体会在 Facebook 上花费更多时间[5]。高神经质的个体更喜欢使用社交网站的聊天室功能[26],即时信息功能[27],和互联网搜寻信息功能[25]。比如,Ross 及其同事(2009)发现,高神经质的个体最喜欢 Facebook 留言板的功能[3]; Amichai-Hamburger 和 Vinitzky (2010)发现,高神经质的个体比低神经质的个体在 Facebook 上更可能发送私人信息[17]。

神经质高的个体更频繁的使用社交网站的原因是为了减少孤独感[28],或者为了增强对信息的掌控,因为高神经质的个体对信息更有控制的需求[22]。另一种对高神经质个体偏爱使用社交网站的解释是,相比面对面交流,线上交流使得高神经质的个体有更多时间去思考他们接下来要说什么[3] [15] [27]。

### 2.5. 开放性对社交网站使用行为的影响

开放性指的是个体对新事物是好奇的、开放的和愿意探索的。开放性反映了个体的想象力和创意。目前只有比较少的研究探索了开放性与社交网站使用的关系。比如,McElroy 等(2007)发现,开放性是互联网使用的显著预测因素[14]; Correa 等(2010)也发现,开放性和社会媒体使用呈正相关,与在社交网站上发送实时信息相关[15]; Amichai-Hamburger 和 Vinitzky (2010)发现,开放性与 Facebook 各功能的广泛使用相关[17]。高开放性的个体通过社交网站参与广泛的线上社交的原因可能是因为对这种新形式的社交科技的好奇。比如,Ross 等(2009)发现,高开放性的人更愿意考虑交流的新方法,所以使用 Facebook 等社交网站进行交往[3]。

## 3. 自恋(Narcissism)对社交网站使用行为的影响

尽管我们期望大五人格各要素和社交网站的使用行为有相关关系,但是研究发现二者之间仅仅存在微弱的关系[3] [29],大五人格要素仅仅只能解释社交网站使用行为的一小部分变异[29] [30]。这也许是因为大五人格要素对于呈现特定行为的预测太过于广泛。在预测社交网站使用的时候,研究者认为,更具体的人格特征也许会比大五人格更适合用于预测线上行为[3]。他们进一步提出,这个领域未来的研究应该包括一些在大五人格范畴内的更具体的人格特征,如自恋。

自恋是一种夸张,一种对赞赏的渴望,和一种对自我重要性的夸大[16]。自恋的人爱表现自己,喜欢寻求别人的注意,并且对自己的外貌非常在乎[31]。当自恋的人使用社交网站的时候,他们会选择上传那些具有吸引力的、可以自我提升的照片,并且会为了表现自己而使用状态更新的功能[13],所有的这些将会满足他们渴望别人赞赏的需求。

自恋可能是识别为自我夸大而使用社交网站的人的一个人格特征,因为自恋和参与社交网站活动的频率(比如浏览别人的个人主页,更新个人状态,发送自我促进类的言语或照片等)呈正相关[13][19][32]。Buffardi 和 Campbell (2008)的研究发现,自恋与发送照片的吸引程度呈正相关,也与发送自我促进的言语和个人信息呈正相关[33]。自恋的个体会更频繁地使用社交网站原因可能在于,用户可以通过上传照片、状态栏等功能,选择性地表露积极的自我相关信息来进行自我提升。此外,研究者还认为,社交网站上自恋个体的这些行为会导致其他用户自恋行为的出现,从而使得自恋行为被越来越多的人接受[32][33]。

#### 4. 自尊对社交网站使用行为的影响

自尊也是一个已被发现与社交网站使用行为有关的人格特征[32]。但自尊与社交网站使用的关系较为复杂,目前得出的结论存在诸多不一致。

自尊被定义为一个人对其价值的自我评定[34]。一些研究关注了自尊和将互联网作为沟通工具之间的关系。例如,具有较低自尊的个体更喜欢用邮件交流[35][36],并且更频繁地使用实时通讯功能[36]。低自尊的个体将社交网站作为增加社会交往的一种工具[30][37][38][39]。Wang 等(2012)发现,自尊与在社交网站上进行评论呈正相关,这可能是因为高自尊的个体认为他们自己和他们的观点是有价值的,因此更可能在社交网站上进行评论[19]。但 Wang 等(2012)还发现,自尊水平与好友数量、社交网站游戏、上传照片等不存在相关[19]。Tazghini 和 Siedlecki (2013)的研究发现,低自尊的个体对社交网站有着更积极的态度,更乐意接受来自他人的“加为好友”请求[40]。但是,也有研究并未发现自尊和社交网站使用之间存在显著相关[41]。

#### 5. 社会性与羞怯性对社交网站使用行为的影响

由于社会性对虚拟社区发展和维持的重要性,使得它经常出现在社交网站使用方面的研究中。那些具有较高社会性的人更健谈,人际交往更活跃,并且更乐意成为别人注意的焦点[42],这说明他们有强烈的想要归属于某一群体的需要,比如社交网站中的群体。研究支持了这个观点,即社会性可以预测在线交往。比如, Wang 等(2015)发现,社会性会影响社交网站社会功能的使用[43]。

羞怯性预测社交网站使用的一个重要因素。羞怯性被定义为在陌生人和或者一般的熟人面前,我们进行正常社会活动时产生的一种不舒服感或者拘束感。在面对面的社会互动中,害羞的个体会因别人的评价或者拒绝而感到焦虑和没有安全感[6][44]。一些研究发现害羞的个体比不害羞的个体更倾向于使用社交网站[30][45],因为害羞的个体将社交网站作为增加社会交往的一种工具[30][37][38][39]。然而,在 Ryan 和 Xenos (2011)所做的一个研究中,害羞与聊天室活动呈负相关,而与被动参与的活动呈正相关[6]。Wang 等(2015)发现,害羞的人比那些不那么害羞的人,更倾向于使用社交网站的娱乐功能[43]。也就是说,这些研究发现,害羞的个体在社交网站上仍然更倾向于进行非社会互动类的活动。

#### 6. 研究展望

综合以往的研究我们发现,人格特质是否能用来预测社交网站使用行为目前还存在争议,一些研究发现人格特质可以预测社交网站的使用行为[1][2],但另外一些研究则发现两者之间并不存在相关[3]。并且,这些研究大多是横向的,只能得出相关的关系,无法对人格特质与社交网站使用行为之间更深层

次的因果关系进行探讨, 这启示我们未来研究应该采用纵向研究或者实验设计的方式来探讨两者之间的关系, 以期进一步丰富我们对二者关系的理解。此外, 人格特质对于社交网站使用行为的解释的效应量的大小需要引起我们的重视, 以往研究大都忽视这一方面的探讨[29] [30], 未来研究应将此纳入考虑范畴内。

目前的文献研究对大五人格与社交网站使用行为关系的探讨, 多集中在外倾性、神经质等方面[13] [15] [17] [23], 少有研究对责任心、开放性和宜人性等人格特质与社交网站使用行为的关系进行探讨[3] [12] [15], 未来研究应进一步深入探讨这些人格特质与社交网站使用行为的关系, 及其背后的影响机制。同时, 我们也应注意到, 以往研究大多还是以大五人格特征为蓝本, 来预测社交网站使用行为, 但大五人格特征对于社交网站使用行为的预测可能有些广泛, 未来研究应该进一步用大五人格范畴内的更具体的人格特质(比如自恋、自尊等)来预测社交网站使用行为。此外, 目前存在的更具体的人格特质(比如自恋、自尊等)与社交网站使用行为的研究大多采用问卷调查的形式进行的横向研究[13] [19] [32] [37] [38] [39] [42], 缺乏对影响机制的探讨和解释, 这表明未来研究需要进一步探讨可能存在的中介和调节作用。

最后, 以往研究对社交网站使用的测量并不一致, 一些研究结果的不同可能可以归结为对社交网站使用行为的不同测量方法。早期研究者对网络使用的研究只是单纯地区分用户与非用户[6] [46], 或者用使用时间与频率[47] [48]、朋友数量[49] [50]来代表社交网站的使用行为。最近几年, 在社交网站使用行为的测量方面, 除了把一般性使用作为测量方式外, 有研究者还把主被动使用作为社交网站使用这一变量的反应指标。所以, 未来研究在探讨人格特质对社交网站使用行为的影响的时候, 应将如何测量社交网站的使用行为纳入考虑范畴内, 可以考虑采用的测量社交网站使用行为的其他指标来进行探讨, 比如社交网站的主动使用和被动使用。

## 参考文献

- [1] Carpenter, J.M., Green, M.C. and LaFlam, J. (2011) People or Profiles: Individual Differences in Online Social Networking Use. *Personality and Individual Differences*, **50**, 538-541. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.11.006>
- [2] Gosling, S.D., Augustine, A.A., Vazire, S., Holtzman, N. and Gaddis, S. (2011) Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors and Observable Profile Information. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, **14**, 483-488. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0087>
- [3] Ross, C., Orr, E.S., Sisic, M., Arseneault, J.M., Simmering, M.G. and Orr, R.R. (2009) Personality and Motivations Associated with Facebook Use. *Computers in Human Behavior*, **25**, 578-586. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.12.024>
- [4] Baek, K., Holton, A., Harp, D. and Yaschur, C. (2011) The Links That Bind: Uncovering Novel Motivations for Linking on Facebook. *Computers in Human Behavior*, **27**, 2243-2248. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.003>
- [5] Moore, K. and McElroy, J.C. (2012) The Influence of Personality on Facebook Usage, Wall Postings, and Regret. *Computers in Human Behavior*, **28**, 267-274. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.09.009>
- [6] Ryan, T. and Xenos, S. (2011) Who Uses Facebook? An Investigation into the Relationship between the Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, and Facebook Usage. *Computers in Human Behavior*, **27**, 1658-1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- [7] Smock, A.D., Ellison, N.B., Lampe, C. and Wohn, D.Y. (2011) Facebook as a Toolkit: A Uses and Gratification Approach to Unbundling Feature Use. *Computers in Human Behavior*, **27**, 2322-2329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.011>
- [8] McCrea, R. and Costa, P. (1999) The Five Factor Theory of Personality. In: Pervin, L.A. and John, O.P., Eds., *Handbook of Personality: Theory and Research*, Guilford, New York, 139-153.
- [9] Digman, J.M. (1990) Personality Structure: Emergence of the Five-Factor Model. *Annual Review of Psychology*, **41**, 417-440. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.41.020190.002221>
- [10] Barrick, M. and Mount, M. (1991) The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, **44**, 1-26. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x>
- [11] Conley, J. (1983) Longitudinal Stability of Personality Traits: A Multitrait-Multimethod-Multioccasion Analysis.

- Journal of Personality and Social Psychology*, **49**, 1266-1282. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.5.1266>
- [12] Wehrli, S. (2008) Personality on Social Network Sites: An Application of the Five Factor Model. *ETH Zurich Sociology Working Papers* 7.
- [13] Ong, E.Y.L., Ang, R.P., Ho, J.C.M., Lim, J.C.Y., Goh, D.H. and Lee, C.S. (2010) Narcissism, Extraversion and Adolescents' Self-Presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*, **50**, 180-185. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.09.022>
- [14] McElroy, J., Hendrickson, A., Townsend, A. and DeMarie, S. (2007) Dispositional Factors in Internet Use: Personality versus Cognitive Style. *MIS Quarterly*, **31**, 809-820. <https://doi.org/10.2307/25148821>
- [15] Correa, T., Hinsley, A. and de Zúñiga, H. (2010) Who Interacts on the Web?: The Intersection of Users' Personality and Social Media Use. *Computers in Human Behavior*, **26**, 247-253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- [16] Wilson, K., Fornasier, S. and White, K.M. (2010) Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, **13**, 173-177. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>
- [17] Amichai-Hamburger, Y. and Vinitzky, G. (2010) Social Network Use and Personality. *Computers in Human Behavior*, **26**, 1289-1295. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- [18] Amichai-Hamburger, Y., Kaplan, H. and Dorpatcheon, N. (2008) Click to the Past: The Impact of Extroversion by Users of Nostalgic Website on the Use of Internet Social Services. *Computers in Human Behavior*, **24**, 1907-1912. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.005>
- [19] Wang, J.L., Jackson, L.A., Zhang, D.J. and Su, Z.Q. (2012) The Relationship among the Big Five Personality. *Computers in Human Behavior*, **28**, 2313-2319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.001>
- [20] Swickert, R., Hittner, J., Harris, J. and Herring, J. (2002) Relationships among Internet Use, Personality, and Social Support. *Computers in Human Behavior*, **18**, 437-451. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(01\)00054-1](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(01)00054-1)
- [21] Devaraj, S., Easley, R.F. and Crant, J.M. (2008) Research Note-How Does Personality Matter? Relating the Five-Factor Model to Technology Acceptance and Use. *Information Systems Research*, **19**, 93. <https://doi.org/10.1287/isre.1070.0153>
- [22] Butt, S. and Phillips, J. (2008) Personality and Self Reported Mobile Phone Use. *Computers in Human Behavior*, **24**, 346-360. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.01.019>
- [23] Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G. and Fox, S. (2002) "On the Internet No One Knows I'm an Introvert": Extroversion, Neuroticism, and Internet Interaction. *CyberPsychology & Behavior*, **5**, 125-128. <https://doi.org/10.1089/109493102753770507>
- [24] Amiel, T. and Sargent, S. (2004) Individual Differences in Internet Usage Motives. *Computers in Human Behavior*, **20**, 711-726. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.09.002>
- [25] Tuten, T. and Bosnjak, M. (2001) Understanding Differences in Web Usage: The Role of Need for Cognition and the Five Factor Model of Personality. *Social Behavior and Personality*, **29**, 391-398. <https://doi.org/10.2224/sbp.2001.29.4.391>
- [26] Hamburger, Y. and Ben-Artzi, E. (2000) The Relationship between Extraversion and Neuroticism and the Different Uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, **16**, 441-449. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00017-0](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00017-0)
- [27] Ehrenberg, A., Juckes, S., White, K. and Walsh, S. (2008) Personality and Self-Esteem as Predictors of Young People's Technology Use. *CyberPsychology & Behavior*, **11**, 739-741. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0030>
- [28] Amichai-Hamburger, Y. and Ben-Artzi, E. (2003) Loneliness and Internet Use. *Computers in Human Behavior*, **19**, 71-80. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(02\)00014-6](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00014-6)
- [29] Hughes, D.J., Rowe, M., Batey, M. and Lee, A. (2011) A Tale of Two Sites: Twitter vs. Facebook and the Personality Predictors of Social Media Usage. *Computers in Human Behavior*, **28**, 561-569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>
- [30] Orr, E.S., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M.G., Arsenault, J.M. and Orr, R.R. (2009) The Influence of Shyness on the Use of Facebook in an Undergraduate Sample. *Cyberpsychology and Behavior*, **12**, 337-340. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0214>
- [31] Vazire, S., Naumann, L.P., Rentfrow, P.J. and Gosling, S.D. (2008) Portrait of a Narcissist: Manifestations of Narcissism in Physical Appearance. *Journal of Research in Personality*, **42**, 1439-1447. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.06.007>
- [32] Mehdizadeh, S. (2010) Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, **13**, 357-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- [33] Buffardi, L.E. and Campbell, W.K. (2008) Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **34**, 1303-1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>

- [34] Weiten, W. (2004) Psychology Themes and Variations. Wadsworth/Thomson Learning, Belmont.
- [35] Joinson, A.N. (2004) Self-Esteem, Interpersonal Risk, and Preference for e-Mail to Face-to-Face Communication. *Cyberpsychology & Behavior*, **7**, 472-478. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.472>
- [36] Phillips, J.G., Butt, S. and Blaszczynski, A. (2006) Personality and Self-Reported Use of Mobile Phones for Games. *Cyberpsychology & Behavior*, **9**, 753-758. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.753>
- [37] Ellison, N.B., Steinfield, C. and Lampe, C. (2007) The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **12**, 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- [38] Forest, A.L. and Wood, J.V. (2012) When Social Networking Is Not Working: Individuals with Low Self-Esteem Recognize but Do Not Reap the Benefits of Self-Disclosure on Facebook. *Psychological Science*, **23**, 295-302. <https://doi.org/10.1177/0956797611429709>
- [39] Valkenburg, P.M., Peter, J. and Schouten, A. (2006) Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CyberPsychology and Behavior*, **9**, 584-590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- [40] Tazghini, S. and Siedlecki, K.L. (2013) A Mixed Method Approach to Examining Facebook Use and Its Relationship to Self-Esteem. *Computers in Human Behavior*, **29**, 827-832. <https://search.proquest.com/docview/1428015921?accountid=48841>  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.010>
- [41] Kalpidou, M., Costin, D. and Morris, J. (2011) The Relationship between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, **14**, 183-189. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0061>
- [42] Lee, K. and Ashton, M.C. (2004) Psychometric Properties of the HEXACO Personality Inventory. *Multivariate Behavioral Research*, **39**, 329-358. <https://search.proquest.com/docview/620480094?accountid=48841>  
[https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3902\\_8](https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3902_8)
- [43] Wang, J.L., Jackson, L.A., Wang, H.Z. and Gaskin, J. (2015) Predicting Social Networking Site (SNS) Use: Personality, Attitudes, Motivation and Internet Self-Efficacy. *Personality and Individual Differences*, **80**, 119-124. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.02.016>
- [44] Ebeling-Witte, S., Frank, M.L. and Lester, D. (2007) Shyness, Internet Use, and Personality. *Cyberpsychology & Behavior*, **10**, 713-716. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9964>
- [45] Sheldon, K.M. (2008) Assessing the Sustainability of Goal-Based Changes in Adjustment over a Four-Year Period. *Journal of Research in Personality*, **42**, 223-229. <https://search.proquest.com/docview/622132865?accountid=48841>  
<https://doi.org/10.1016/j.jrp.2007.03.002>
- [46] Sheldon, P. (2012) Profiling the Non-Users: Examination of Life-Position Indicators, Sensation Seeking, Shyness, and Loneliness among Users and Non-Users of Social Network Sites. *Computers in Human Behavior*, **28**, 1960-1965. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.016>
- [47] Sampasa-Kanyinga, H. and Lewis, R.F. (2015) Frequent Use of Social Networking Sites Is Associated with Poor Psychological Functioning among Children and Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, **18**, 380-385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0055>
- [48] Teppers, E., Luyckx, K., Klimstra, T.A. and Goossens, L. (2014) Loneliness and Facebook Motives in Adolescence: A Longitudinal Inquiry into Directionality of Effect. *Journal of Adolescence*, **37**, 691-699. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.11.003>
- [49] Lönnqvist, J.-E. and große Deters, F. (2016) Facebook Friends, Subjective Well-Being, Social Support, and Personality. *Computers in Human Behavior*, **55**, 113-120. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.002>
- [50] Tong, S.T., Van Der Heide, B., Langwell, L. and Walther, J.B. (2008) Too Much of a Good Thing? The Relationship between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **13**, 531-549. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00409.x>

**知网检索的两种方式：**

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>  
下拉列表框选择：[ISSN]，输入期刊 ISSN：2169-2556，即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>  
左侧“国际文献总库”进入，输入文章标题，即可查询

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：[ass@hanspub.org](mailto:ass@hanspub.org)