

网络社交视角下高职生积极自我呈现对人际和谐的影响

——积极反馈与乐商的链式中介作用

黄坤凤

喀什大学教育科学学院, 新疆 喀什

收稿日期: 2024年5月31日; 录用日期: 2024年7月11日; 发布日期: 2024年7月18日

摘要

目的: 本研究旨在探讨网络社交视角下高职生积极自我呈现对人际和谐的影响, 并检验社交网站积极反馈和乐商在其中的中介作用。方法: 本研究采用社交网站积极自我呈现量表、社交网站积极反馈量表、大学生人际关系问卷、大学生乐商问卷对1011名高职生进行了问卷调查, 结果: (1) 社交网站积极自我呈现与人际和谐、社交网站积极反馈、乐商均呈显著正相关; 社交网站积极反馈与乐商、人际和谐呈显著正相关; 乐商与人际和谐呈显著正相关; (2) 社交网站积极自我呈现对人际和谐有直接的预测作用, 而且能通过社交网站积极反馈的中介作用; 通过乐商的中介作用; 通过社交网站积极反馈和乐商的链式中介作用这三条路径的间接作用影响高职生人际和谐。

关键词

社交网站, 积极自我呈现, 积极反馈, 乐商, 人际和谐, 高职生

The Impact of Higher Vocational Students' Positive Self-Presentation on Interpersonal Harmony from the Perspective of Online Social Networking

—The Chain Mediation Role of Positive Feedback and Music Quotient

Kunfeng Huang

College of Educational Sciences, Kashi University, Kashi Xinjiang

Received: May 31st, 2024; accepted: Jul. 11th, 2024; published: Jul. 18th, 2024

文章引用: 黄坤凤(2024). 网络社交视角下高职生积极自我呈现对人际和谐的影响. 心理学进展, 14(7), 334-341.
DOI: 10.12677/ap.2024.147485

Abstract

Objective: The purpose of this study was to explore the influence of higher vocational students' positive self-presentation on interpersonal harmony from the perspective of online social networking, and to examine the mediating role of positive feedback and music quotient on social networking sites. **Methods:** A total of 1011 higher vocational students were surveyed using the Social Networking Positive Self-Presentation Scale, the Social Networking Positive Feedback Scale, the College Students' Interpersonal Relationship Questionnaire, and the College Students' Music Quotient Questionnaire, and the results showed that: (1) The positive self-presentation of social networking sites was significantly positively correlated with interpersonal harmony, positive feedback on social networking sites, and music quotient; positive feedback on social networking sites was significantly positively correlated with music quotient and interpersonal harmony. There was a significant positive correlation between music quotient and interpersonal harmony. (2) The positive self-presentation of social networking sites has a direct predictive effect on interpersonal harmony, and can mediate positive feedback through social networking sites; through the intermediary role of the music quotient; through the positive feedback of social networking sites and the chain mediation role of music quotient, the indirect effect of these three paths affects the interpersonal harmony of higher vocational students.

Keywords

Social Networking Sites, Positive Self-Presentation, Positive Feedback, Happy Quotient, Interpersonal Harmony, Higher Vocational Students

Copyright © 2024 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

我国互联网络信息中心(CNNIC)发布的 2023 年度《中国互联网络发展状况统计报告》中显示,截至 2023 年 6 月,我国网民规模已经达到了 10.47 亿人,其中 16~25 岁的青少年网民占比高达 60%。随着互联网的发展,社交网站和软件的使用人数也随之增长,鉴于社交网络平台的便捷性、神秘性、吸引越来越多的青少年在微信、QQ、抖音、微博等社交网站上发布动态,分享他们的行为活动、思想与情感。这种社交网站自我呈现成为个体展现自我、与他人建立联系,寻求认同与理解的重要方式(Kim & Lee, 2011)。我国学者刘中起、风笑天提出了个体在社交网站上进行自我呈现与人际交往往往与现实生活中个体的自我呈现与人际交往有密切联系,个体在虚拟网络世界的表现往往受到现实生活中价值观念、表现形式的影响,同时个体在现实生活中的行为观念也受到虚拟网络世界的影响(刘中起, 风笑天, 2002)。高职生刚步入青年期,社会化程度相较于之前有所提高,对于获得社会支持和人际和谐交往的需求增大。其更加依赖使用便捷快速的社交网站来展示自我、与同伴互换信息、获取网络社会支持来维持人际中的亲密关系或建立新的人际关系。但网络世界是虚拟的,青少年在网络上进行人际关系交往要注意遵守网络文明公约,做到诚实友好交流,共筑清朗网络环境。良性友好的网络交流有益身心,本研究将探讨社交网站积极自我呈现与高职生人际和谐的关系,以及社交网站积极反馈与乐商的作用。社交网站自我呈现分为真实自我呈现和积极自我呈现,积极自我呈现是指个体倾向于展示自己的理想

一面,强调自身优势(Kim & Lee, 2011)。积极错觉理论指出,个体倾向于采用积极的自我评价方式,合理解释负面事件和信息,形成一种积极的自我认知图式,并进一步促进心理健康发展(陈必忠, 郑雪, 2020)。国内外许多学者对积极自我呈现进行研究,表明社交网站自我呈现对个体自尊水平和主观幸福感有显著正向预测作用(Kim & Lee, 2011),积极的自我呈现和表达也能够促进积极的人际关系(Park et al., 2011; 崔曦曦, 2017)。但以往研究对象多是普通高校学生,以职校生为对象的研究非常稀少,因此本研究将研究对象定为高职生,假设社交网站积极自我呈现可以显著正向预测高职生的人际和谐。一方面,我们发现,社交网站积极反馈与社交网站积极自我呈现有着密切的联系(刘晨冉, 2021)。有研究表明,社交网站使用频率可以正向预测获得社交网站积极反馈的频率(周宗奎等, 2017),社交网站自我呈现社交网站积极反馈有显著的正向作用(Patti et al., 2006)。社交网站积极反馈是对个体呈现内容、表达的观点与情感的支持与认可,是将自己与他人进行友好联系的有效途径之一,是一种重要的社会支持形式。这种积极的反馈,进一步推动了人际关系的和谐,国内学者邢靖文等人研究表明外倾性个体在社交平台上发布自拍会收到较多的积极反馈,从而使得友谊质量也得到了提高(邢靖文等, 2022)。于君剑等人的研究也证实了在微信朋友圈中更多地进行好友互动(点赞、评论)有助于增强社交自信,从而减少社交焦虑及人际困扰,收获和谐的人际关系(于君剑, 赵立军, 2020)。基于上述,本研究假设社交网站积极自我呈现显著正向预测社交网站积极反馈。而社交网站积极反馈在社交网站自我呈现对人际和谐的影响中起中介作用。另一方面,社交网站积极自我呈现与人际和谐之间还可能存在着中介变量,如乐商。乐商是个体对自身及他人的情绪的感知、评价、调整并有效应用的能力,它既包括一个人的基础乐观水平,也包括个体从所经历的消极事件中获取积极成分的能力,以及影响或感染他人的能力(任俊等, 2013)。由积极错觉理论可知,积极自我呈现给个体营造一种积极的氛围,有利于提高个体生活中出现杜乡式微笑的频率、潜移默化中影响个体的乐观水平(陈必忠, 郑雪, 2020)。而高乐商水平的个体寻求社会支持和社会交往的能力更强(任俊等, 2013)。综上所述,本研究提出假设:社交网站积极自我呈现正向预测乐商而社交网站积极自我呈现可以通过提高个体的乐商水平进而促进人际和谐。以往研究缺乏社交网站积极反馈与乐商的直接关系研究,乐商是指乐商或乐观智力,是指人乐观的能力,它既包括一个人乐观水平的高低,也包括个体从所经历的消极事件中获取积极成分(或力量)的能力,以及影响或感染他人的能力。乐商理论中提出了商包括个人先天的乐观阈限水平、品味(Savoring)积极体验的能力、从消极事件中体验积极部分的能力以及影响或感染他人变乐观的能力,个体进行点赞或者评论等积极反馈行为一方面表示反馈者拥有品味他人积极体验的能力,另一方面也表示反馈者受到积极呈现者的感染而得到积极体验进而产生点赞或评论的行为,通过上述理论,我们可以得出社交网站积极反馈与乐商水平的发展有一定的关系。基于此,本研究假设社交网站积极反馈正向预测乐商。

基于以上,在以往相关研究和理论基础上,本研究构建了一个中介模型,探究社交网站积极自我呈现与高职生人际和谐的关系,考察社交网站积极反馈、乐商两个变量在二者关系间的中介作用。以探究社交网站积极自我呈现如何影响高职生人际和谐的问题。

2. 研究方法

2.1. 研究对象

本研究采用随机抽样选取江苏省常州市高职院校 1011 名有社交网站(微信、QQ、微博、抖音等)的学生为被试,采用问卷星整理问卷并线上发放,问卷回收后整理得出有效问卷 903 份,问卷回收有效率为 89.31%。其中,男生 506 人(56.03%),女生 397 人(43.96%)。

2.2. 研究工具

2.2.1. 社交网站积极自我呈现量表

社交网站中的自我呈现量表使用 Kim 和 Lee 2011 年编制的社交网站自我呈现量表(Kim & Lee, 2011), 牛更枫等人于 2015 年进行翻译修订, 问卷共有 10 道题目, 包括积极自我呈现(6 道题)和真实自我呈现(4 道题) 2 个维度。采用 5 点计分, 1 表示完全不同意, 5 表示完全同意。得分越高则个体的自我呈现程度越高。本研究仅关注积极自我呈现部分, 积极自我呈现分量表内部一致性系数为 0.849。

2.2.2. 社交网站积极反馈量表

本研究选用 Liu 和 Brown 2014 年编制的社交网站积极反馈量表(Liu & Brown, 2014), 共 5 道题, 采用 5 点计分, 1 表示完全不同意, 5 表示完全同意, 得分越高则表示个体在社交网络中获得积极反馈的频率越高。本研究中该量表的内部一致性系数为 0.915。

2.2.3. 乐商量表

本研究采用任俊等人在 2014 年编制的大学生乐商问卷, 共计 18 个项目, 问卷采用 5 点计分, 1 表示完全不像我, 5 表示完全像我, 分数越高说明乐商水平越高(任俊, 彭年强, 2014)。本研究中该量表的内部一致性系数为 0.869。

2.2.4. 人际和谐量表

本研究采用申武丹于 2004 年编制的大学生人际关系问卷。该问卷由师生人际关系、同学人际关系、生活人际关系及虚拟人际关系四个维度对大学生的人际关系状况进行了评估, 共有 33 个项目, 采用 5 点计分, 1 表示从未, 5 表示总是, 分数越高说明个体人际交往越和谐(申武丹, 2007)。本研究中该量表的内部一致性系数为 0.850。

2.3. 程序 and 数据处理

采用 SPSS 27.0 和 Hayes 2012 年编制的 SPSS 宏程序 PROCESS 进行数据相关分析和模型检验。

3. 结果

3.1. 共同方法偏差检验

由于本研究数据全部来自问卷收集结果由被试自我报告, 可能存在共同方法偏差, 所以本研究采用非记名方式以及设置部分反向计分题项来控制共同方法偏差(熊红星等, 2012)。除此还采用 Harman 单因子检验法进行共同方法偏差检验。结果表明, 未经旋转得到 23 个特征大于 1 的因子, 第一个因子所解释的变异量为 23.44%, 小于 40%。由此可以得知, 共同方法偏差对本研究结果并未构成太大影响。

3.2. 相关分析

Table 1. Correlation analysis between variables

表 1. 各变量间的相关分析

	人际和谐	社交网站积极自我呈现	社交网站积极反馈	乐商
人际和谐	1			
社交网站积极自我呈现	0.339**	1		
社交网站积极反馈	0.399**	0.275**	1	
乐商	0.580**	0.400**	0.427**	1

注: * $P < 0.05$; ** $P < 0.01$ 。

根据表 1 相关分析结果表明：社交网站积极自我呈现与人际和谐、社交网站积极反馈、乐商呈显著正相关；社交网站积极反馈与乐商、人际和谐呈显著正相关；乐商与人际和谐呈显著正相关。

3.3. 社交网站中的积极自我呈现和人际和谐的关系：社交网站积极反馈与乐商的作用

本研究使用 SPSS 的 PROCESS 插件进行链式中介效应分析(温忠麟，叶宝娟，2014)。分析时选择相应链式中介模型的模型 6，将所有被试作为 Bootstrap 的总体，抽样次数为 5000 次。将社交网站积极自我呈现作为自变量，人际和谐为因变量，社交网站积极反馈为第一中介变量，乐商作为第二中介变量，对各变量的标准化数据进行分析，结果见表 2。数据结果显示：社交网站积极自我呈现正向预测人际和谐($\beta = 1.142, P < 0.01$)正向预测积极反馈($\beta = 0.280, P < 0.01$)和乐商($\beta = 0.651, P < 0.01$)；社交网站积极反馈正向预测乐商($\beta = 0.719, P < 0.01$)；当社交网站积极反馈、乐商同时进入回归方程时，社交网站积极反馈与乐商显著预测人际和谐，即社交网站积极反馈($\beta = 0.570, P < 0.01$)正向预测人际和谐、乐商($\beta = 0.733, P < 0.01$)正向预测人际和谐。

Table 2. Regression for variable analysis in the model
表 2. 模型中变量分析的回归

回归方程		整体拟合指数			回归系数	显著性
结果变量	预测变量	R	R ²	F	β	t
人际和谐	积极自我呈现	0.339	0.115	117.097	1.142	10.821**
积极反馈	积极自我呈现	0.275	0.076	73.859	0.280	8.594**
乐商	积极自我呈现	0.518	0.268	164.880	0.651	10.296**
	积极反馈				0.719	11.547**
人际和谐	积极自我呈现	0.612	0.374	179.066	0.358	3.661**
	积极反馈				0.570	5.848**
	乐商				0.733	15.052**

注：* $P < 0.05$ ；** $P < 0.01$ 。

根据表 3 链式中介效应分析表及图 1 中介效应模型图表明：积极反馈与乐商的间接效应的 Bootstrap 95%置信区间不含 0，表明社交网站积极反馈和乐商在社交网站积极自我呈现与人际和谐起到中介作用。总中介效应为 0.784 占总效应(1.142)的 68.65%。中介效应通过三条路径对人际和谐产生影响：积极自我呈现→积极反馈→人际和谐，即间接效应 1 效应值为 0.160，占总效应的 14.03%；积极自我呈现→乐商→人际和谐，即间接效应 2 效应值为 0.478，占总效应的 41.92%；积极自我呈现→积极反馈→乐商→人际和谐，即间接效应 3 效应值为 0.147，占总效应的 12.89%。

Table 3. Analysis of the mediating effect of online positive feedback and music quotient
表 3. 线上积极反馈和乐商的中介效应分析

效应	效应值	Boot 标准误	Boot CI 下限	Boot CI 上限
直接效应	0.358	0.098	0.166	0.549
间接效应 1	0.160	0.403	0.090	0.248
间接效应 2	0.478	0.696	0.346	0.619
间接效应 3	0.147	0.030	0.094	0.211
总间接效应	0.784	0.087	0.614	0.966
总效应	1.142	0.011	0.935	1.345

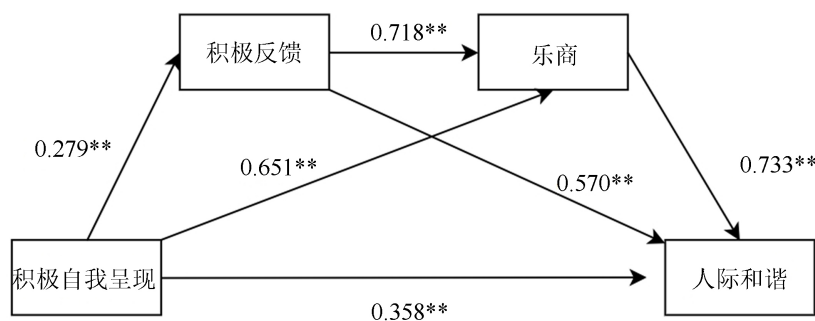


Figure 1. A chain mediation model of the impact of positive self-presentation on interpersonal harmony

图 1. 积极自我呈现对人际和谐影响的链式中介模型

4. 讨论

4.1. 社交网站积极自我呈现与人际和谐的关系

相关结果证明，社交网站积极自我呈现与人际和谐呈显著正相关，这表明个体在社交网站上发布动态，进行积极自我呈现可以促进人际和谐，这与以往研究结果一致(于君剑，赵立军，2020)，个体在社交网站上发布动态可以增进与其他人的交往与联系，建立亲密关系，进一步促进人际和谐；社交网站的便利性使人们不必面对面就可以进行交流，帮助家人朋友及时了解个体的需求，获得及时的社会支持，促进人际和谐。这更加具体地验证了社会渗透理论的观点：随着交往双方自我表露的增加，关系亲密度也不断增加(Altman & Taylor, 1973)。

4.2. 社交网站积极反馈的中介作用

本研究结果表明社交网站积极反馈显著正向预测高职生人际和谐，而且进一步发现社交网站积极反馈在社交网站积极自我呈现对高职生人际和谐的影响中起中介作用，个体选择在社交网站上展示自我积极的一面，并且得到了相应的积极反馈，包括点赞、评论，积极反馈作为一种社会支持的形式，促进了个体与他人的联系。该结果符合以往研究结果，个体在社交网站进行积极自我呈现，相应地会获得更多的积极反馈(Yang, 2014)，而积极反馈则会促进个体的人际和谐(Canary et al., 1993)。同时，社交网站积极反馈所具有的公开性和积极性两个特征正是熟人之间维系和发展良好关系的有效策略，说明本研究的结果也支持了关系维理论的观点(Altman & Taylor, 1973)。

4.3. 乐商的中介作用

本研究结果表明乐商显著正向预测高职生人际和谐，而且进一步发现乐商在社交网站积极自我呈现对高职生人际和谐的影响中起中介作用，社交网站积极自我呈现可以促进乐商水平的提高，这与前人研究结果相一致(陈必忠，郑雪，2020)，也符合积极错觉理论的观点，个体进行积极自我呈现带来的积极幻觉有利于提高个体生活中笑的频率、乐观水平和过滤消极信息的能力(Kelly, 2000)。而个体乐商水平的提高相应地会促进个体的人际和谐，这符合乐商理论与前人研究。

4.4. 社交网站积极反馈与乐商的链式中介作用

此外，本研究结果还发现，社交网站积极反馈与乐商在社交网站积极自我呈现与人际和谐之间呈现链式中介作用。以往研究对于乐商与社交网站积极反馈的研究较少，但有学者提出乐商共包括快乐指数、品味能力、在消极事件中体验积极部分的能力以及快乐感染力等四个维度，其中快乐指数从短期来看，

通常是相对稳定的,受制于机体内在的神经生理机制,不容易受到外界或者其他事物的影响而发生变化。品味能力则可以通过品味策略的培养得到提高,品味策略则包括品味当下,体会此时此刻的积极体验。社交网站积极反馈作为一种回应方式,往往带有即时体验性、积极性、公开性等特点,个体在发布动态后得到的积极回应包括点赞、评论等就是一种品味策略,个体通过浏览他人对自己动态的积极反馈,体会到一种积极体验,进一步提升品味能力,促进乐商的发展。而以往研究证明,乐商水平可以提高人际关系,促进人际和谐。这与本研究的结果达成一致,社交网站积极反馈通过影响乐商的发展最终影响个体的人际和谐。社交网站积极反馈和乐商在社交网站积极自我呈现与人际和谐之间的链式中介作用回答了社交网站积极自我呈现是如何通过中介因素的单独作用和共同作用影响个体人际和谐的,进一步揭示了社交网站积极自我呈现影响人际和谐的内部作用机制。

4.5. 研究启示与不足

通过本研究,我们得到如下启示:社交网站是高职生分享日常生活、交流情感的方式之一,个体通过在社交网站上的交流进行人际交往,维系关系。通过合理利用社交网站发布动态进行自我呈现,可以有效促进高职生人际和谐。高职生可以通过获得他人的积极反馈来建立和维系亲密关系,也是促进个体人际和谐的有效手段。本研究还立足于乐商,提出了通过提高乐商水平去促进个体的人际和谐。除此之外,个体通过获得积极反馈,增加积极体验,进一步增强品味能力提升乐商,为如何提高乐商提供了新的策略。但是本研究还存在一些不足,未将人口学变量纳入研究的范围,之后可以将年龄、年级、性别等人口学变量纳入研究范畴;采用问卷调查的研究方法,共同方法偏差无法完全避免;研究对象为高职生,代表群体单一等,在之后研究中进行补充与完善。

5. 结论

(1) 社交网站积极自我呈现与社交网站积极反馈、乐商和人际和谐都呈显著正相关,社交网站积极反馈与乐商呈显著正相关,两者都与人际和谐呈显著正相关。

(2) 社交网站积极自我呈现对人际和谐有直接的预测作用,并且通过三条路径的间接作用影响高职生的人际和谐:通过社交完整积极反馈的中介作用;通过乐商的中介作用以及通过社交网站积极反馈与乐商的链式中介作用。

参考文献

- 陈必忠,郑雪(2020). 社交媒体积极自我呈现与生活满意度:自我效能感和乐商的中介作用. *南京中医药大学学报:社会科学版*, 21(1), 53-57.
- 崔曦曦(2017). *社交网站中自我呈现与青少年友谊*. 硕士学位论文,武汉:华中师范大学.
- 刘晨冉(2021). 公我意识和社会自我效能感在大学生社交焦虑和人际关系困扰中的链式中介作用. *校园心理*, 19(6), 528-531.
- 刘中起,风笑天(2002). 青年网际互动的特质与自我表达的实作理路. *青年探索*, (4), 22-27.
- 任俊,彭年强(2014). 大学生乐商水平及其影响因素研究. *中国特殊教育*, (3), 85-90.
- 任俊,彭年强,罗劲(2013). 乐商:一个比智商和情商更能决定命运的因素. *心理科学进展*, 21(4), 571-580.
- 申武丹(2007). *大学生的人际关系及其与自我概念的相关研究*. 硕士学位论文,桂林:广西师范大学.
- 温忠麟,叶宝娟(2014). 中介效应分析:方法和模型发展. *心理科学进展*, 22(5), 731-745.
- 邢靖文,段长英,张金凤,王茜,孙晓军(2022). 社交网站中的自拍对友谊质量的影响:一个有调节的中介模型. *复印报刊资料:心理学*, 10(1), 21-30.
- 熊红星,张璟,叶宝娟,郑雪,孙配贞(2012). 共同方法变异的影响及其统计控制途径的模型分析. *心理科学进展*, 20(5), 757-769.

- 于君剑, 赵立军(2020). 大学生朋友圈自我呈现对人际关系的影响——线上积极反馈与性别的作用分析. *齐鲁师范学院学报*, 35(6), 22-30.
- 周宗奎, 刘庆奇, 杨秀娟, 孙晓军(2017). 社交网站使用对青少年孤独感的影响: 链式中介效应分析. *心理与行为研究*, 15(2), 155-161.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. Holt, Rinehart, and Winston.
- Canary, D. J., Stafford, L., Hause, K. S., & Wallace, L. A. (1993). An Inductive Analysis of Relational Maintenance Strategies: Comparisons among Lovers, Relatives, Friends, and Others. *Communication Research Reports*, 10, 3-14.
<https://doi.org/10.1080/08824099309359913>
- Kelly, A. E. (2000). Helping Construct Desirable Identities: A Self-Presentational View of Psychotherapy. *Psychological Bulletin*, 126, 475-494. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.4.475>
- Kim, J., & Lee, J. R. (2011). The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 359-364.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>
- Liu, D., & Brown, B. B. (2014). Self-Disclosure on Social Networking Sites, Positive Feedback, and Social Capital among Chinese College Students. *Computers in Human Behavior*, 38, 213-219. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.06.003>
- Park, N., Jin, B., & Annie Jin, S. (2011). Effects of Self-Disclosure on Relational Intimacy in Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27, 1974-1983. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.05.004>
- Patti, M., Friend, S., & Alexander, P. (2006). Valkenburg, Peter, Jorchen, and Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *Cyberpsychology & Behavior*, 9, 584-590.
- Yang, C. (2014). *It Makes Me Feel Good: A Longitudinal, Mixed-Methods Study on College Freshmen's Facebook Self-Presentation and Self Development*. Ph.D. Thesis, University of Wisconsin-Madison.