

# 微信朋友圈真实自我呈现与主观幸福感的关系：线上积极反馈与社会支持的中介作用

林芳焰

福建师范大学心理学院，福建 福州

收稿日期：2024年12月30日；录用日期：2025年2月17日；发布日期：2025年2月28日

---

## 摘要

为了探讨微信朋友圈真实自我呈现与主观幸福感的关系及内在作用机制，使用社交网站真实自我呈现量表、社交网站积极反馈问卷、领悟社会支持量表、幸福指数量表对488名大学生展开调查。结果表明：(1) 微信朋友圈真实自我呈现、线上积极反馈、领悟社会支持与主观幸福感两两之间呈显著正相关。(2) 微信朋友圈真实自我呈现不仅可以直接预测主观幸福感，还可以通过线上积极反馈、领悟社会支持的独立中介作用以及二者的链式中介作用间接正向预测个体的主观幸福感。研究揭示了使用微信朋友圈的积极效应，微信朋友圈中的真实自我呈现可以从多个方面提高个体的主观幸福感。

---

## 关键词

真实自我呈现，主观幸福感，线上积极反馈，领悟社会支持，微信朋友圈

---

# Associations between Honest Self-Presentation on WeChat Moments and Subjective Well-Being: Mediation of Online Positive Feedback and Perceived Social Support

Fangyan Lin

School of Psychology, Fujian Normal University, Fuzhou Fujian

Received: Dec. 30<sup>th</sup>, 2024; accepted: Feb. 17<sup>th</sup>, 2025; published: Feb. 28<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

The present study aimed to examine how honest self-presentation on WeChat Moments is linked to an individual's subjective well-being, and examine the multiple mediating effects of online positive feedback and perceived social support. A sample of 488 college students was measured with a series of online questionnaires. The results showed that: (1) Honest self-presentation on WeChat Moments was positively associated with users' well-being; (2) Online positive feedback and perceived social support were a significant mediator in such relationships; and online positive feedback, perceived social support also had a chain mediation effect. The findings indicate that using WeChat Moments has a positive effect, and honest self-presentation on WeChat Moments can contribute to happiness in many aspects.

## Keywords

**Honest Self-Presentation, Subjective Well-Being, Online Positive Feedback, Perceived Social Support, WeChat Moments**

---

Copyright © 2025 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

随着互联网的普及和快速发展，人们使用社交网站进行互动交流和自我表达已经成为常态。由于网络环境与真实环境不同，人们在网络中的心理与行为具有一定的独特性，同时，使用网络也会对人的心理产生影响。网络心理学已经成为我国心理学研究的新热点分支(周宗奎, 刘勤学, 2016)。目前国内已有的社交网站和软件中，微信的使用量最高，据腾讯公司 2024 年第一季度的财务报告显示，截至 2024 年 3 月 31 日，微信及 WeChat 的合并月活跃账户数已达到 13.59 亿，几乎覆盖了全中国的人口，稳居“国民第一社交 App”的位置。除了基本的聊天交友功能，朋友圈作为微信的功能之一，也得到了众多微信用户的青睐。一有空闲就打开微信刷刷朋友圈，或者在微信朋友圈中分享自己的生活近况已变成了许多年轻人的日常习惯。因此，从心理学视角探讨人们微信朋友圈的使用行为及影响有重要意义。

人们在微信朋友圈中发布自己的照片、表露当下的心情、分享个人的观点等行为均属于个体的自我呈现。社交网站中的自我呈现是个体在社交网站中，通过控制信息呈现的内容和方式来影响他人对自己印象的形成和改变的过程(鲍娜, 2014)。而真实自我呈现是指个体不会对将要呈现的内容刻意修饰，而是向他人展示真实的自己，进行深度的自我表露，既呈现积极的信息，也呈现消极的信息(Kim & Lee, 2011)。由于微信好友大多数是由现实生活中的同学、朋友、家人等发展而来，在这样的熟人网络环境中，个体在微信朋友圈发布动态时可能会呈现真实的自己。已有大量研究表明，真实自我呈现不仅有助于维系人际关系，提升亲密关系满意度(崔曦曦等, 2016; 郑州, 2023); 还可以提高个体的自尊水平，降低孤独感和抑郁情绪，促进自我同一性的发展以及生活满意度和幸福感的提升(刘凯丽等, 2020; 刘璐, 2023; Tian et al., 2023)。主观幸福感是指个体依据主观标准对自身生活质量进行整体性评估而产生的体验(Diener, 2000)。在互联网时代，人们的主观幸福感不可避免会受到社交网络使用的影响，一项关于社交媒体自我呈现与主观幸福感关系的元分析结果显示，真实社交媒体自我呈现可以显著提升主观幸福感(毛良斌, 2020)。当个体在微信朋友圈中采用真实自我呈现策略时，其主观幸福感也能得到显著提升(朱薇, 2018)。

因此，提出研究假设 1：微信朋友圈真实自我呈现显著正向预测主观幸福感。

线上积极反馈是指个体在社交网站中发布的内容得到他人的点赞、评论、转发等积极回应(Liu & Brown, 2014)。获取他人的关注和积极反馈往往是个体自我呈现的主要动机(Bareket-Bojmel et al., 2016)。当个体在社交网站中呈现自己的真实情况，而不仅仅只呈现自己积极的一面时更容易获取他人的信任，也能得到更多的社会支持和积极反馈(Rui & Li, 2018; Tian et al., 2023)。同时，线上积极反馈对个体的主观幸福感有重要影响(姜永志等, 2022)，已有研究表明，个体在微信朋友圈中获得点赞越多，其主观幸福感水平越高(衡书鹏等, 2020)。线上积极反馈意味着他人的接纳和关心，也代表着个体自身的吸引力和受欢迎程度(Liu & Brown, 2014)，它可以提升个体的自尊，促进个体的积极情绪和生活满意度，进而提升幸福感水平(安容瑾等, 2020; 姜永志等, 2022; Tian et al., 2023)。据此，提出研究假设 2：线上积极反馈是微信朋友圈真实自我呈现与主观幸福感之间的中介变量。

已有研究在探讨社交网站自我呈现对主观幸福感的影响机制时发现，社会支持是一个重要的中介变量(Gao et al., 2023; 朱薇, 2018)。领悟社会支持是指个体主观感受到的被外界尊重、理解和支持的情感体验(Sarason et al., 1991)。与实际社会支持相比，领悟社会支持更有意义，它对个体的心理健康和情绪体验影响更大(叶俊杰, 2006)。随着网络时代的到来，人们获取社会支持的方式也变得更加多样化。已有研究表明，网络用户通过线上朋友获得的社会支持要比线下朋友更多(Indian & Grieve, 2014)，且在网络中感知到的社会支持可以预测他们的幸福感。个体在社交网站中袒露自己的真实状况和负面感受可以帮助个体获得人际信任，并从网络朋友那里获得情感支持或建议，进而提升幸福感(Gao et al., 2023)。因此，提出研究假设 3：领悟社会支持在微信朋友圈真实自我呈现对主观幸福感的影响中起中介作用。

目前，线上积极反馈被认为是社会支持在互联网世界的具体形式之一(陈必忠, 2018)，也会对个体主观上感知的社会支持，即领悟社会支持产生影响(鲍守顿, 2022)。此外，国外研究显示，人们在脸书(Facebook)上获得评论和点赞的数量以及反馈的及时性可以正向预测他们的领悟社会支持水平(Seo et al., 2016)。在社交网站上发布信息本身并不能直接增加幸福感，而是当他们的帖子得到反馈，感知到社会支持时他们的生活满意度才能得到提高(Gao et al., 2023)。因此，提出研究假设 4：线上积极反馈和领悟社会支持在微信朋友圈真实自我呈现对主观幸福感的影响中起链式中介作用。

综上，本研究基于国内的主流社交平台——微信，拟探讨微信朋友圈真实自我呈现对主观幸福感的影响，并检验线上积极反馈和领悟社会支持在二者之间的中介作用，以揭示微信使用行为对个体主观幸福感的影响及内在机制。

## 2. 方法

### 2.1. 对象

本研究以大学生为研究对象，采用方便取样法于 2024 年 5 月邀请大学生通过微信扫描二维码填写线上问卷，共发放线上问卷 600 份，其中 39 人未完成问卷填写，共收回问卷 561 份。在收回的问卷中，存在规律作答、乱答、作答时间明显过短或过长的问卷 45 份，剔除这些无效问卷后剩余 516 份，问卷有效回收率 86%。对微信朋友圈发布频率的调查显示，从不发 28 人，很少发 197，有时发 205，经常发 75，频繁发 11 人，由于本研究旨在了解微信朋友圈发布者的心理，因此将从不发朋友圈的 28 名微信用户数据剔除，最终保留 488 份问卷纳入分析。被试的平均年龄为  $20.94 \pm 1.94$ ，其中男生 122 名，女生 366 名。

### 2.2. 研究工具

#### 2.2.1. 社交网站真实自我呈现量表

采用 Kim 和 Lee (2011) 编制的《社交网站自我呈现策略量表》中的真实自我呈现分量表。此量表共

4个项目，采用七级计分(1代表完全不同意，7代表完全同意)，总分越高说明个体越倾向于在社交网站中呈现自己真实的一面，我国学者**鲍娜(2014)**对其进行了翻译。由于本研究旨在考察微信朋友圈的真实自我呈现状况，因此要求被试根据自己在使用微信朋友圈时的真实情况进行作答。本研究中该量表的内部一致性系数为0.75。

### 2.2.2. 社交网站积极反馈问卷

采用Liu和Brown(2014)编制的《线上积极反馈问卷》，量表共5道题，采用五级计分(1代表从不，5代表频繁)，分数越高表示个体在社交网站上得到的积极反馈越多。本研究主要考察大学生在微信朋友圈中得到积极反馈的情况，因此对题目的表述进行修改，如“我在微信朋友圈中更新状态时，得到点赞、评论、关心或支持的频率”。本研究中该量表的内部一致性系数为0.90。

### 2.2.3. 领悟社会支持量表

《领悟社会支持量表》由Zimet编制，该量表共12个条目，采用7级计分法，从“极不同意”到“极其同意”依次代表1分到7分，分数越高表明个体感知到的社会支持水平越高(汪向东等，1999)。本次测量中该量表的内部一致性系数为0.93。

### 2.2.4. 幸福感指数量表

采用Campbell等人编制的《幸福感指数量表》，量表分为总体情感指数(8个题项)和生活满意度指数(1个题项)两大指标，具体计分方式是：各题均采用7点计分，将前一个量表的均分与后一个量表均分(权重为1.1)相加，其范围在2.1(最不幸福)和14.7(最幸福)之间，分数越高表示主观幸福感越高。本次测量中该量表的内部一致性系数为0.95。

## 3. 结果

### 3.1. 共同方法偏差检验

运用Harman单因素法进行共同方法偏差检验，结果显示，共有5个特征根大于1的公因子，第一个因子解释的总方差为35.9%，小于临界标准40%，因此，数据不存在严重的共同方法偏差。

### 3.2. 描述性统计结果与相关分析

将4个研究变量进行相关分析，结果发现，所有变量两两之间均呈现显著正相关( $p < 0.001$ )，详见表1。此外，为了考察是否需要在后续的分析中控制其他因素，将性别、年龄、家庭所在地、年级、微信使用年限、微信朋友圈动态发布频率基本变量与四个待研究的变量进行相关分析。结果发现，性别和线上积极反馈存在显著相关( $r = -0.12, p = 0.008$ )，家庭所在地与线上积极反馈呈正相关( $r = 0.13, p = 0.004$ )，微信使用年限与线上积极反馈( $r = 0.16, p = 0.001$ )和主观幸福感( $r = 0.09, p = 0.04$ )呈正相关，发布频率与线上积极反馈( $r = 0.26, p = 0.000$ )、微信朋友圈真实自我呈现呈正相关( $r = 0.22, p = 0.000$ )。因此在此后的回归分析中将性别、家庭所在地、微信使用年限和微信朋友圈动态发布频率作为控制变量。

**Table 1.** Matrix of correlation coefficients for these variables ( $N = 488$ )

**表 1.** 各变量间的相关系数矩阵( $N = 488$ )

变量	M	SD	1	2	3
1 微信朋友圈真实自我呈现	4.36	1.22			
2 线上积极反馈	3.58	0.79	0.30***		

续表

3 领悟社会支持	5.21	0.93	0.26***	0.37***	
4 主观幸福感	10.55	2.33	0.22***	0.27***	0.43***

注：\*表示  $p < 0.05$ ；\*\*表示  $p < 0.01$ ；\*\*\*表示  $p < 0.001$ 。下同。

### 3.3. 链式中介效应检验

采用 Hayes 编制的 SPSS 宏程序 Process 中的模型 6，同时使用偏差校正的非参数百分位 Bootstrap 方法检验中介效应。将模型中的各变量进行标准化处理后，以微信朋友圈真实自我呈现为预测变量，以主观幸福感为结果变量，以线上积极反馈和领悟社会支持为中介变量，将性别、家庭所在地、微信使用年限、发布频率作为控制变量，进行回归分析。

各变量间回归分析显示，微信朋友圈真实自我呈现显著正向预测线上积极反馈( $\beta = 0.16, p < 0.001$ )、显著正向预测领悟社会支持( $\beta = 0.13, p < 0.01$ )，显著正向预测主观幸福感( $\beta = 0.17, p < 0.05$ )；线上积极反馈显著正向预测领悟社会支持( $\beta = 0.39, p < 0.001$ )，显著正向预测主观幸福感( $\beta = 0.29, p < 0.05$ )；领悟社会支持显著预测主观幸福感( $\beta = 0.92, p < 0.001$ )，详见表 2。

链式中介效应检验表明，线上积极反馈与领悟社会支持在微信朋友圈真实自我呈现对主观幸福的影响中起中介作用，中介效应值为 0.23，占总效应值的 57.79%。中介效应由以下三条路径产生的间接效应组成：由微信朋友圈真实自我呈现→线上积极反馈→主观幸福感构成间接效应 1；由微信朋友圈真实自我呈现→领悟社会支持→主观幸福感构成间接效应 2；由微信朋友圈真实自我呈现→线上积极反馈→领悟社会支持→主观幸福感构成间接效应 3。这三条路径的效应值分别占总效应的 11.89%、31.16% 和 14.74%。结果见表 3 和图 1。

**Table 2.** Regression analysis among these variables in the model

**表 2.** 模型中变量关系的回归分析

结果变量	回归方程	整体拟合指数		回归系数		显著性
		R	R <sup>2</sup>	F	β	
线上积极反馈	真实自我呈现	0.41	0.17	19.46	0.16	5.82***
	真实自我呈现	0.41	0.17	16.27	0.13	3.97**
	线上积极反馈				0.39	7.33***
领悟社会支持	真实自我呈现				0.17	2.00*
	线上积极反馈	0.46	0.22	18.89	0.29	2.12*
	领悟社会支持				0.92	8.27***

**Table 3.** Results of the mediating effect of online positive feedback and perceived social support

**表 3.** 线上积极反馈与领悟社会支持的中介效应检验结果

	效应值	Boot SE	95% Boot CI 下限	95% Boot CI 上限	相对中介效应%
总效应	0.395	0.868	0.225	0.566	
直接效应	0.167	0.084	0.003	0.331	42.21
总中介效应	0.229	0.045	0.142	0.320	57.79
间接效应 1	0.047	0.024	0.002	0.097	11.89%
间接效应 2	0.123	0.039	0.050	0.202	31.16%
间接效应 3	0.058	0.017	0.030	0.094	14.74%

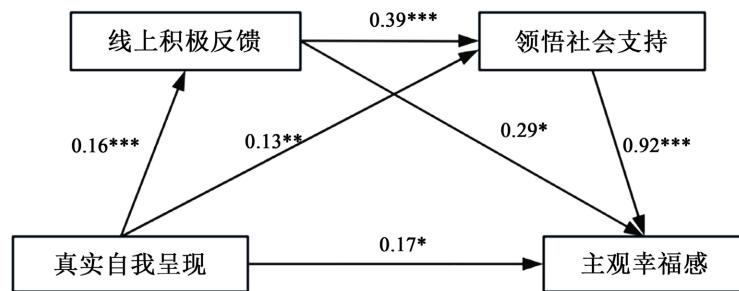


Figure 1. Chain mediation model

图1. 链式中介模型图

## 4. 讨论

### 4.1. 微信朋友圈真实自我呈现与主观幸福感的关系

本研究结果显示，微信朋友圈真实自我呈现与主观幸福感呈正相关，即更多的真实自我呈现与更高的幸福感相联系，研究假设1得到证实，这与已有研究结论一致(Tian et al., 2023)。Sloan (2010)认为人类天生就倾向于与他人分享自己的想法和感受，当他们经历非常开心或者非常难过的生活事件时，这种倾向会变得更加明显。而已有研究也证实了自我表露为人们带来的益处：人们在社交网站上的自我表露可以减少压力状态下的抑郁情绪，进而维护心理健康，增加幸福感(Zhang, 2017)。由于微信朋友圈中基本都是现实生活中的熟人，且在发布朋友圈动态时个体还可以设置“谁可以看”，因此人们可以通过文字、图片、视频、表情等多种形式自由地尽情地展示自己真实的一面，这可以帮助他们缓解生活压力和负面情绪，也能满足他们自我表露的需求。所以，个体在微信朋友圈中呈现真实的自己有助于其主观幸福感的提升。

### 4.2. 线上积极反馈与领悟社会支持的中介作用

本研究发现微信朋友圈真实自我呈现有助于个体获得他人的积极反馈，进而提高个体的主观幸福感，研究假设2得到了证实。个体在微信朋友圈发布动态，无论是积极信息还是消极信息，都可以使他人更好地了解自己，而且呈现真实的自我亦是向他人表达信任的一种方式，因此，这容易获得微信好友的积极回应。而在网络社交中的积极社会互动会使个体感受到更多的积极情绪，抑制孤独感(安容瑾等, 2020)，使其体验到幸福感。

本研究发现，在微信朋友圈呈现自己的真实状态可以显著增加个体的领悟社会支持水平，进而增加个体的幸福体验，研究假设3得到了支持，这与已有的社交网站使用行为的研究结果一致(Gao et al., 2023; Kim & Lee, 2011)。社交网站旨在满足人们建立和维持社交关系的需求，人们的社交网站主动使用行为(包括更新状态、分享链接、发送消息等)，可以增加与他人的联系，使个体获得更多的社会资本(获得信息、朋友的陪伴和情感支持等)，由此提升个体的主观幸福感(Verduyn et al., 2017)。同时，在微信朋友圈中如实表露自己的困难也有助于朋友及时提供支持和帮助，进而提升个体的领悟社会支持水平。

最后，本研究还发现线上积极反馈和领悟社会支持的链式中介作用显著，研究假设4得到了验证。微信朋友圈中得到的积极反馈可以显著提升个体的领悟社会支持水平，与相关研究结果一致(Seo et al., 2016)。线上积极反馈被看作社会支持的表现形式之一(陈必忠, 2018; Liu & Brown, 2014)，本研究数据显示，线上积极反馈和领悟社会支持的相关系数为0.37，说明两者之间既有联系又有区别。线上积极反馈已经成为人们重要的、同时也是容易获得的社会支持来源，可以显著增加个体主观上感知到的社会支持(鲍守顿, 2022)。微信朋友圈作为熟人网络社交平台，当个体在朋友圈发布自己当下的真实的生活情况时，

更容易得到好友的点赞和评论，这一积极的线上反馈有助于个体感知到更多的社会支持，同时也满足了个体对关系的需要以及被他人认可、接纳的需要，这有助于提升个体的主观幸福感。

### 4.3. 本研究的价值和局限

本研究聚焦于微信使用行为的积极效应，在已有研究的基础上进一步揭示了微信朋友圈的真实自我呈现对个体主观幸福感的影响及其内在机制。微信朋友圈是一个基于熟人关系的平台，一方面，它满足了个体自我呈现和网络社交的需求；另一方面，由于网络存在匿名性和虚拟性，真实和真诚便显得尤为可贵。真实、真诚的朋友圈动态容易引起微信好友的好感，使好友做出点赞、评论等积极反馈行为，这使个体感到被关注、被接纳；同时微信好友也可以在个体需要时提供一定的帮助，这些都可以让个体获得社会资本、感知到社会支持，也能感受到积极情绪和归属感(Pang, 2020)。可见，微信朋友圈的真实自我呈现行为可以从多个方面提高个体的幸福感。这提示我们可以通过更新自己的微信朋友圈、展示真实的自己来保持与好友的互动，其次，当我们遇见困难时，也可以通过微信朋友圈寻求帮助，好友的反馈和支持会增加我们的幸福体验。

不过，本研究还存在以下不足：首先，本研究采用问卷调查法，可能存在社会称许效应，且难以得出因果关系。其次，本研究主要以部分大学生为研究对象，研究结果能否适用于所有大学生群体或其他群体还未可知，有待进一步验证。最后，还有很多因素未得到充分考虑，比如不同的人格特质可能会采用不同的自我呈现方式，真实自我呈现的内容、动机、频率、深度等可能对研究结果产生影响。最后，本研究的研究对象为大学生，无法确定本研究的结果能否适用于其他群体。

## 5. 结论

微信朋友圈真实自我呈现不仅可以直接预测个体的主观幸福感，还可以通过线上积极反馈、领悟社会支持的独立中介作用以及二者的链式中介作用间接预测主观幸福感。

## 参考文献

- 安容瑾, 姜永志, 白晓丽(2020). 青少年社交网络使用与孤独感的关系: 在线积极反馈与积极情绪的多重中介. *中国临床心理学杂志*, 28(4), 824-828, 833.
- 鲍娜(2014). *社交网站中的自我呈现与自尊的关系*. 硕士学位论文, 武汉: 华中师范大学.
- 鲍守頤(2022). *线上积极反馈对大学生网络利他行为的影响: 领悟社会支持和自尊的链式中介作用*. 硕士学位论文, 长春: 吉林大学.
- 陈必忠(2018). *社交网站积极自我呈现与主观幸福感: 多重中介模型*. *心理技术与应用*, 6(9), 528-536.
- 崔曦曦, 孙晓军, 牛更枫(2016). 社交网站中的自我呈现对青少年友谊质量的影响: 积极反馈的中介作用. *心理发展与教育*, 32(3), 294-300.
- 衡书鹏, 赵换方, 牛更枫, 周宗奎(2020). 朋友圈点赞与主观幸福感的关系: 一个有中介的调节模型. *心理发展与教育*, 36(3), 341-349.
- 姜永志, 白晓丽, 张璐, 赵思琦(2022). 青少年线上积极自我呈现与幸福感的关系: 线上积极反馈与自尊的作用. *心理发展与教育*, 38(1), 45-53.
- 刘凯丽, 黄海, 万清祥(2020). 社交网站自我呈现对社会幸福感的影响: 社会支持与孤独感的链式中介作用. *中国健康心理学杂志*, (5), 771-776.
- 刘璐(2023). *高中生线上真实自我呈现与自我同一性的关系硕士*. 硕士学位论文, 长春: 吉林农业大学.
- 毛良斌(2020). *社交媒体自我呈现与主观幸福感关系的元分析*. *现代传播(中国传媒大学学报)*, 42(8), 141-148.
- 汪向东, 王希林, 马弘(1999). *心理卫生评定量表手册*. 中国心理卫生杂志社.
- 叶俊杰(2006). 领悟社会支持、实际社会支持与大学生抑郁. *心理科学*, 29(5), 1141-1143, 1131.

- 郑州(2023). 社交媒体真实自我呈现对亲密关系满意度的影响. 硕士学位论文, 武汉: 华中师范大学.
- 周宗奎, 刘勤学(2016). 网络心理学: 行为的重构. *中国社会科学评价*, (3), 55-67, 126-127.
- 朱薇(2018). 微信朋友圈中自我呈现与主观幸福感的关系: 社会支持的中介作用. 硕士学位论文, 南京: 南京师范大学.
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., & Shahar, G. (2016). Strategic Self-Presentation on Facebook: Personal Motives and Audience Response to Online Behavior. *Computers in Human Behavior*, 55, 788-795. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.033>
- Campbell, A., Converse, P. E., & Rodgers, W. L. (1976). *The Quality of American Life: Perceptions, Evaluations, and Satisfaction*. Russell Sage Foundation.
- Diener, E. (2000). Subjective Well-Being: The Science of Happiness and a Proposal for a National Index. *American Psychologist*, 55, 34-43. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.1.34>
- Gao, W., Wei, J., Li, Y., Wang, D., & Fang, L. (2023). Motivations for Social Network Site Use and Users' Well-Being: Mediation of Perceived Social Support, Positive Self-Presentation and Honest Self-Presentation. *Aslib Journal of Information Management*, 75, 171-191. <https://doi.org/10.1108/ajim-08-2021-0224>
- Indian, M., & Grieve, R. (2014). When Facebook Is Easier than Face-To-Face: Social Support Derived from Facebook in Socially Anxious Individuals. *Personality and Individual Differences*, 59, 102-106. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.11.016>
- 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>
- Pang, H. (2020). Examining Associations between University Students' Mobile Social Media Use, Online Self-Presentation, Social Support and Sense of Belonging. *Aslib Journal of Information Management*, 72, 321-338. <https://doi.org/10.1108/ajim-08-2019-0202>
- Rui, J. R., & Li, S. (2018). Seeking Help from Weak Ties through Mediated Channels: Integrating Self-Presentation and Norm Violation to Compliance. *Computers in Human Behavior*, 87, 121-128. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.022>
- Sarason, B. R., Pierce, G. R., Shearin, E. N., Sarason, I. G., Waltz, J. A., & Poppe, L. (1991). Perceived Social Support and Working Models of Self and Actual Others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 273-287. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.2.273>
- Seo, M., Kim, J., & Yang, H. (2016). Frequent Interaction and Fast Feedback Predict Perceived Social Support: Using Crawled and Self-Reported Data of Facebook Users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21, 282-297. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12160>
- Sloan, D. M. (2010). Self-Disclosure and Psychological Well-Being. In J. E. Maddux, & J. P. Tangney (Eds.), *Social Psychological Foundations of Clinical Psychology* (pp. 212-225). The Guilford Press.
- Tian, L., Zhai, R., Dai, P., & Cui, J. (2023). How Different Online Self-Presentations Relate to Life Satisfaction Differently in College Students: The Role of Positive Online Feedback and Self-Esteem. *Current Psychology*, 42, 25460-25475. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03444-w>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review*, 11, 274-302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Zhang, R. (2017). The Stress-Buffering Effect of Self-Disclosure on Facebook: An Examination of Stressful Life Events, Social Support, and Mental Health among College Students. *Computers in Human Behavior*, 75, 527-537. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.043>