

社会比较对自尊的影响：研究现状和未来趋势

田梦瑶

曲阜师范大学心理学院，山东 曲阜

收稿日期：2025年7月16日；录用日期：2025年8月27日；发布日期：2025年9月12日

摘要

社会比较作为个体适应环境的核心认知过程，其与自尊的关系始终是社会心理学研究的焦点。本文探讨了社会比较对自尊的影响机制，并分析了在社交媒体领域、性别差异与文化差异等方面的研究现状。未来研究将结合神经科学与大数据技术，探索干预措施以应对社会比较对自尊的复杂影响，从而促进人们心理健康。

关键词

社会比较，自尊，数字化情境

The Impact of Social Comparison on Self-Esteem: A Study of the Current Status and Future Trends

Mengyao Tian

School of Psychology, Qufu Normal University, Qufu Shandong

Received: Jul. 16th, 2025; accepted: Aug. 27th, 2025; published: Sep. 12th, 2025

Abstract

Social comparison is the core cognitive process of an individual's adaptation to the environment, and the relationship between social comparison and self-esteem has always been the focus of social psychology research. This article explores the mechanism of social comparison on self-esteem, and analyses the current state of research in the field of social media, gender differences, and cultural differences. Future research will combine neuroscience and big data technologies to explore interventions to address the complex impact of social comparison on self-esteem, thereby promoting people's mental health.

Keywords

Social Comparison, Self-Esteem, Digital Context

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

孔子强调“见贤思齐焉”(《论语·里仁》),主张通过社会比较实现自我完善;这暗示,社会比较可能通过激发个体的成长动机与自我超越,提高道德修养。传统上,社会比较常围绕较为亲密的人展开(如家人,朋友,同事等),用来思想反思。随着社交媒体时代到来,社会比较的环境和方式发生了显著变化,对自尊的影响也变得更复杂。因此梳理这一影响背后的复杂机制具有重要意义。

1.1. 社会比较

社会比较(social comparison)是指个体在缺乏标准的情况下,通过与他人对比评估自身能力、观点或社会地位的过程(Festinger, 1954)。社会比较根据不同方向可以分为上行社会比较(与比自己强的人比较)、平行社会比较(与自己能力相似的他人进行比较)和下行社会比较(与比自己差的人比较)(邢淑芬, 愈国良, 2005)。社会比较是一种复杂的心理过程,其功能和影响受到多种因素的调节。在传统社会中,社会比较有助于个体的自我认知和成长,例如,“则其善者而从之,其不善者而改之”(《论语·里仁》),但在现代社会尤其是社交媒体环境下,社会比较对个体的心理健康和自尊水平产生了更为复杂的影响。因此,深入探讨社会比较的机制和影响因素,对于理解个体的心理行为以及应对现代社会的心理挑战具有重要的意义。

1.2. 自尊

Rosenberg (1965)认为自尊是个体对自我的一种积极或消极的态度,是个体对自己总体价值的情感性判断。自尊是心理健康的重要组成部分,与个体的幸福感、适应能力以及心理健康状态密切相关。自尊的高低不仅影响个体的自我认知,还会影响其行为和情绪反应。詹姆斯(James, 1890)提出关于自尊的经典公式:自尊 = 成功/抱负。这一公式强调了个体在实现目标过程中对自身能力的评价。Du 等(2017)将自尊定义为一个人的自我价值感。这种自我价值感不仅包括对自身能力的评价,还涉及对自身在社会关系中的地位 and 价值的感知。在现代社会中,自尊的形成和发展受到多种因素的影响,因此,探讨影响自尊的因素,理解其本身的复杂性对于促进个体的心理健康和适应能力具有重要意义。

2. 理论基础

2.1. 社会比较理论

社会比较理论由费斯廷格(Festinger, 1954)提出,认为人们通过与他人比较来评估自己的能力和价值。这种比较可以分为向上比较(与更优秀的人比较)和向下比较(与不如自己的人比较)。向上比较可能引发个体的自卑感,从而降低自尊;而向下比较则可能增强个体的优越感,从而提升自尊。此外,社会比较还受到个体动机的影响,例如,当个体处于焦虑或不安的状态时,更倾向于进行向下比较以获得心理安慰。

2.2. 社会测量理论

社会测量理论认为,自尊是个体对他人对自己态度的感知。个体通过观察他人对自己的评价和反馈来调整自己的自尊水平。在这种理论框架下,社会比较不仅是对自身能力的评估,也是对他人反馈的一种解读。例如,当个体在社会比较中感受到他人的认可和接纳时,自尊会提升;而当感受到他人的否定和排斥时,自尊则会下降。

2.3. 认知行为理论

该理论认为思想、情感和行为是相互关联的,不适应的认知模式可能导致负面情绪和行为。在社交媒体领域,用户经常受到精心策划的图像和叙述的轰炸,这可能会扭曲他们对现实的感知,从而引发认知扭曲,如灾难化或过度概括,进而导致自尊下降。

3. 研究现状

3.1. 社交媒体领域

社交媒体(Social Media)是基于互联网互动平台,允许用户创建、分享、交流信息,加强人与人之间的联系和信息传播的手段。社交媒体加强了人们之间的交流,便利了人们的生活,同时也改变了人们获取信息、建立关系和认知自我的方式。通过社会比较、信息过载、歪曲认知等机制,人们使用社交媒体可能引发焦虑、不满和自我怀疑。

社交媒体的普及极大地增加了个体进行社会比较的频率和范围。社交媒体为用户提供了一个展示自我的平台,同时也让用户能够轻松地看到他人的生活状态。这种环境使得社会比较变得更加频繁和直观,每一次刷新都是一次潜在的自我评估,因此,每一次社会比较的发生,均可能对个体的自尊水平产生影响。除此之外,用户不再局限于熟人圈,而是与全球“精选样本”对标。由于平台内容高度选择性,用户接收到的信息呈现系统性偏差,导致认知扭曲。例如,用户可能过度概括(认为他人的生活总是完美的)或灾难化(认为自己的生活相比之下毫无价值),进而引发自卑感。章诗韵等(2024)研究表明,使用社交媒体,并进行非客观的社会比较会影响人们的主观幸福感,生活满意度以及自尊等。

在这种高度选择性的环境下,不同社会比较方向对自尊影响的差异更加明显。研究表明,在社交平台上向上或向下比较分别和较高或较低自尊显著相关(Vanoffelen et al., 2023)。用户在浏览社交媒体时,往往会不自觉地将自己的生活与他人进行比较,尤其是与那些展示出更成功、更幸福或更吸引人的人进行比较(Adrian & Johnson Benjamin, 2022)。此外,用户接受更多他人精心筛选和展示的“高光时刻”后,更容易进行向上社会比较,导致用户对自己的生活和成就产生焦虑和不满,从而导致自尊水平的下降(Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014; Mohamed Johar & Hasbullah, 2024)。最后,社交媒体上的“点赞”“评论”等反馈会影响个体对他人评价的感知,从而影响其自尊水平。

3.2. 性别差异

社会比较对自尊的影响在性别上有所差异。连帅磊等(2017)发现,与男生相比,妒忌作为社交网站上行社会比较所带来的消极情绪体验与女生抑郁情绪的关系更加紧密,这表明社会比较所带来的影响具有性别差异。此外,在学术自我概念、态度和性别差异方面的社会比较过程中,女孩比男孩更频繁地使用负面社会比较过程(如向上对比和向下认同),且这些过程对女孩的学术自我概念有显著的负面影响(Valls, 2022)。研究表明,社交媒体上的社交比较维度对女性来说比男性更重要(Bergagna & Tartaglia, 2018)。从社会测量角度,女性可能更在意他人评价,因此在社交媒体上更容易负面比较而损害自尊。社会比较取向(social comparison orientation; Gibbons & Buunk, 1999)指人们与他人比较的程度和频率。研究表明,

社会比较取向较高的人会寻求更多社会比较，这些过程也会对他们产生负面的影响(Buunk & Gibbons, 2006)。或许女性在该方面的水平较高，具体情况需进一步探究。

3.3. 文化差异

文化背景可能作为重要的调节变量，深刻影响社会比较的方向及其对自尊的作用机制(Heine et al., 1999)。研究表明，个体主义文化与集体主义文化背景下，个体进行社会比较的动机、参照群体偏好及自尊反应模式均存在显著差异，这种差异不仅体现在比较行为的表层特征上，更根植于不同文化对“自我”的概念化理解上(Markus & Kitayama, 1991)。例如，在个体主义文化(如美国)中，社会比较的核心功能常与“自我提升”(self-enhancement)动机紧密关联。个体倾向于通过与他人对比验证个人独特性与能力优势，因此更关注与“更优秀他人”(即上行社会比较)的差距——这种比较往往被赋予“激励自我进步”的积极意义。然而，实证研究发现，个体主义文化主导的社交媒体环境中(如 Instagram、Facebook)，上行社会比较的负面效应可能被放大：用户频繁接触他人精心修饰的“高光时刻”(如旅游打卡、学业成就、外貌展示)，从而引发自我不足感，使得自尊降低(Vogel et al., 2014)。例如，Midgley 等(2021)针对美国大学生的追踪研究显示，每天使用 Instagram 超过 2 小时的用户中，频繁进行上行比较者(如“我朋友的成绩/生活比我好太多”)的自尊水平显著低于较少比较者，且这一效应在强调“个人成就”的个体主义文化中被进一步凸显——因为个体的自我价值感更依赖于与他人的直接对比结果。

相比之下，集体主义文化(如中国、韩国)中的社会比较则更多服务于“自我提升”(self-improvement)与“群体归属”(group belonging)。例如，“三人行，必有我师焉”(《论语·里仁》)。一方面，个体虽通过上行比较识别自身不足，但常被赋予“向他人学习”的积极意义；另一方面，下行比较可以带来优越感，更被用于强化个体身份认同。除此之外，集体主义文化中，个体对“他人评价”的敏感性更高——社交媒体上的公开互动(点赞、评论)被视为群体对其价值的直接反馈，因此上行比较若伴随负面评价，可能引发更强烈的自尊威胁；如果下行比较能体现“群体优势”，则更可能提升自尊(Bergagna & Tartaglia, 2018)。

此外，不同社交媒体平台的特性进一步放大了文化差异的影响。例如，在强调“个人叙事”的个体主义平台(如 Instagram)上，用户更倾向于展示个人成就与独特生活方式，这使得上行比较的“参照点”更聚焦于个体能力(外貌、学业、职业)，从而加剧自尊波动；而在集体主义文化中的社交平台(如微信朋友圈)，用户内容常包含家庭聚会、团队活动等群体场景，下行比较可能更多围绕“群体状态”，这种参考系的差异会调节比较结果对自尊的影响。

综上，文化差异并非简单的“个体主义-集体主义”二元标签，而是通过影响个体的比较动机、参考群体选择、反馈敏感性等最终塑造了社会比较对自尊的独特路径。未来研究需进一步结合跨文化实证数据(如对比中美大学生在相同社交媒体平台上的比较行为差异)，并深入分析具体文化情境中平台特性与比较模式的交互效应，从而理清文化背景对社会比较影响自尊的调节路径。

4. 发展趋势与未来方向

4.1. 结合神经科学深入探究影响机制

未来研究可着重从神经科学层面揭示社会比较影响自尊的内在机制。一方面，利用脑成像技术，如功能性磁共振成像(functional Magnetic Resonance Imaging, fMRI)，深入探究在进行不同方向社会比较时，大脑特定脑区的活动变化及其与自尊水平的关联。例如，在进行向上比较时，重点关注与自我价值感、情绪调节密切相关的脑区，如腹内侧前额叶皮层(Ventromedial Prefrontal Cortex, vmPFC)、前扣带回皮层(Anterior Cingulate Cortex, ACC)等的活动情况。研究这些脑区的激活程度如何随社会比较情境的变化而调节，以及这种调节与个体自尊水平的高低存在怎样的具体关联。通过分析不同自尊水平个体在进行向

上、向下社会比较时这些脑区的反应差异，能够更深入地理解社会比较影响自尊的神经基础。

另一方面，借助脑电图(Electroencephalogram, EEG)技术，研究社会比较过程中大脑的电活动变化，如事件相关电位(Event-related potential, ERP)成分。分析在进行社会比较时，特定 ERP 成分(如 N2、P3 等)的潜伏期和波幅变化，这些变化可能反映了个体在比较过程中的认知加工过程(注意分配、情绪反应)，进而揭示社会比较影响自尊的早期神经机制。

4.2. 结合大数据和人工智能实现精准预测与干预

首先，利用大数据分析社交媒体平台上用户的动态发布、评论、私信等，进而分析其中的情绪表达和比较性词汇，如“羡慕”“嫉妒”“比不上”等，以此来推断用户的社会比较倾向和情绪状态。结合用户的自尊相关数据(问卷调查)，构建预测模型，精准预测用户的自尊状态。

其次，人工神经网络(Artificial Neural Networks, ANNs)可以更精准地预测社会比较类型，为心理学研究提供新的方法和视角(Jabłońska & Zajdel, 2020)。同时可以运用人工神经网络构建个性化的干预推荐系统。该系统可以根据用户的社交媒体行为数据、自尊水平、社会比较模式等多方面信息，为每个用户量身定制干预方案。例如，对于频繁进行向上社会比较且自尊较低的用户，系统可以推荐基于认知行为疗法(Cognitive Behavioral Therapy, CBT)的手机应用。该应用通过引导用户识别和记录自己在看到他人“高光时刻”时产生的非理性信念，如“我永远不如别人”，然后帮助用户对这些信念进行重构，转变为更客观、理性的思维方式，如“每个人都有自己擅长和不擅长的领域”。

4.3. 关注新兴社交媒体平台特性及干预措施

随着数字化技术的不断发展，新兴社交媒体平台不断涌现，其特性对社会比较和自尊的影响也有所不同。未来的研究需要关注这些新兴平台的独特功能和使用模式，例如短视频平台上的即时反馈、直播平台中的互动方式等。研究这些新特性如何影响用户的社会比较行为和自尊水平，以及与传统社交媒体平台相比，其影响机制存在哪些差异。

针对新兴社交媒体平台可能带来的消极社会比较问题，探索具体的干预措施。除了上述基于技术的干预方案外，还可以研究平台自身的设计和运营策略对用户心理的影响。例如，平台可以通过优化算法，减少过度展示他人“高光时刻”的内容推送，增加更多多元化的、真实的生活分享内容。同时，平台可以设置提醒功能，当用户长时间进行向上社会比较时，弹出温馨提示，引导用户关注自身的进步和优点。

5. 结语

在这个充满竞争与比较的时代，社会比较已成为个体生活中不可避免的一部分。然而，社会比较对自尊的影响并非一成不变，而是受到多种因素的调节。通过深入了解社会比较的机制和影响因素，我们可以更好地认识到社会比较的双刃剑效应。一方面，社会比较可以激发个体的成长动机，促进自我完善；另一方面，不当的社会比较可能导致自尊受损，引发心理问题。因此，在这个处处都要和别人比的时代，个体需要学会选择合适的比较框架，增强心理定力，理性看待他人的成功与失败，避免陷入盲目比较的陷阱。同时，社会和教育机构也应承担起责任，通过提供心理健康教育和干预措施，帮助个体建立积极的自我认知，提升自尊水平。未来的研究将继续探索社会比较与自尊之间的复杂关系，为促进个体的心理健康和社会适应提供更多的理论支持和实践指导。

参考文献

连帅磊, 孙晓军, 牛更枫, 周宗奎(2017). 社交网站中的上行社会比较与抑郁的关系: 一个有调节的中介模型及性别差异. *心理学报*, 49(7), 941-952.

- 邢淑芬, 俞国良(2005). 社会比较研究的现状与发展趋势. *心理科学进展*, 13(1), 78-84.
- 章诗韵, 程啸(2024). 使用社交媒体对青少年自尊与社交焦虑的影响. *心理学进展*, 14(12), 421-427.
- Adrian, M., & Johnson Benjamin, K. (2022). Social Comparison and Envy on Social Media: A Critical Review. *Current Opinion in Psychology*, 45, Article 101302. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101302>
- Bergagna, E., & Tartaglia, S. (2018). Self-Esteem, Social Comparison, and Facebook Use. *Europe's Journal of Psychology*, 14, 831-845. <https://doi.org/10.5964/ejop.v14i4.1592>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2006). Social Comparison Orientation: A New Perspective on Those Who Do and Those Who Don't Compare with Others. In S. Guimond (Ed.), *Social Comparison and Social Psychology* (pp. 15-32). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511584329.003>
- Du, H., King, R. B., & Chi, P. (2017). Self-Esteem and Subjective Well-Being Revisited: The Roles of Personal, Relational, and Collective Self-Esteem. *PLOS ONE*, 12, e0183958. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0183958>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7, 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual Differences in Social Comparison: Development of a Scale of Social Comparison Orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 129-142. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.76.1.129>
- Heine, S. H., Lehman, D. R., Markus, H. R., & Kitayama, S. (1999). Is There a Universal Need for Positive Self-Regard? *Psychological Review*, 106, 766-794. <https://doi.org/10.1037//0033-295x.106.4.766>
- Jabłońska, M. R., & Zajdel, R. (2020). Artificial Neural Networks for Predicting Social Comparison Effects among Female Instagram Users. *PLOS ONE*, 15, e0229354. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229354>
- James, W. (1890). *The Principles of Psychology* (Vol. 1). Henry Holt and Company.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Midgley, C., Thai, S., Lockwood, P., Kovacheff, C., & Page-Gould, E. (2021). When Every Day Is a High School Reunion: Social Media Comparisons and Self-Esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 121, 285-307. <https://doi.org/10.1037/pspi0000336>
- Mohamed Johar, N. H., & Hasbullah, M. (2024). Intensity of Instagram Use, Social Comparison and Self-Esteem among Public University Students in Klang Valley. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14, 2815-2829. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i8/22410>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press.
- Valls, M. (2022). Gender Differences in Social Comparison Processes and Self-Concept among Students. *Frontiers in Education*, 6, Article ID: 815619. <https://doi.org/10.3389/feduc.2021.815619>
- Vanhoffelen, G., Schreurs, L., Meeus, A., Janssens, N., Beullens, K., & Vandenbosch, L. (2023). Bereal, Be Happy? Examining the Relationships between Authentic Self-Presentations on Bereal and Adolescents' Self-Esteem. *New Media & Society*, 27, 2273-2292. <https://doi.org/10.1177/14614448231207783>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3, 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>