

# 社交网站中的自我呈现对大学生社交自我效能感的影响：积极反馈的中介作用

孔令楠

西南大学心理学部，重庆

收稿日期：2026年3月20日；录用日期：2026年4月15日；发布日期：2026年4月30日

## 摘要

社交自我效能感是指个人能够在一定的社会情境中建立并保持良好的人际关系的一种信念，它对个人的社交行为具有重要的影响。近年来，随着社交网络的快速发展，自我呈现通过积极的在线反馈对个体的心理健康产生正向影响。本研究采用问卷调查法，对河南省329名大学生使用《社交网站自我呈现量表》《积极反馈量表》以及《社交自我效能感量表》进行调查，探究个体自我呈现方式与社交自我效能感的关系。结果显示，(1) 在社交媒体中，真实的自我呈现策略、个体自身的社交自我效能感以及个体收到的积极反馈，三者之间呈现出显著正相关；(2) 在真实的自我呈现策略和社交自我效能感之间，积极反馈具有完全中介作用。

## 关键词

自我呈现，积极反馈，社交自我效能感

# Impact of Self-Presentation in Social Networking Sites on Undergraduate Social Self-Efficacy: The Mediating Role of Positive Feedback

Lingnan Kong

Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing

Received: March 20, 2026; accepted: April 15, 2026; published: April 30, 2026

文章引用：孔令楠(2026). 社交网站中的自我呈现对大学生社交自我效能感的影响：积极反馈的中介作用. *心理学进展*, 16(4), 497-507. DOI: 10.12677/ap.2026.164223

## Abstract

Social self-efficacy is an individual's belief in his or her ability to establish and maintain relationships in a social environment and plays an important role in influencing an individual's social behaviour. In recent years, with the rapid development of social networks, self-esteem has had a positive impact on the psychological well-being of individuals through positive online feedback. In the present study, questionnaires were used to investigate the relationship between individual self-presentation and social self-efficacy using the "Social Networking Sites Self-Presentation Scale", "Positive Feedback Scale", and "Social Self-Efficacy Scale" among 329 college students in Henan Province. The results indicated: (1) Authentic self-presentation, positive feedback and social self-efficacy were positively correlated with each other; (2) Positive feedback played a fully mediating role between authentic self-presentation and social self-efficacy.

## Keywords

Self-Presentation, Positive Feedback, Social Self-Efficacy

Copyright © 2026 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

随着中国现代科技的飞速发展，网络被越来越多地应用到日常生活中，个体在社交媒体上的自我表现也得到了极大的普及。社交网站创造了一个理想的公共平台，用户可以自由地展示自己，进行网上互动，人们可以通过管理相册、更新状态等方式展示自己，以此来创造和维护个人形象(牛更枫, 鲍娜, 周宗奎, 范翠英, 孔繁昌, 孙晓军, 2015)。个体在社会媒体中的自我呈现对其自身心理的适应性有着至关重要的影响(Valenzuela, Park, & Kee, 2009; Valkenburg & Peter, 2007)，对个体的健康发展具有一定的积极意义。

自我呈现最初起源于对人际间社会交互关系的研究，是个体通过调整自己的举止给他人营造某种特殊的映像(宋娇等, 2022)。Kim 等将自我呈现分为两种：一个是真实自我呈现(Honest Self-Presentation)，是个人在不改变个人自身细节的情况下，向观众展示真实的自我，如在社交平台上能够自由表达自身的消极情绪；另一个是积极自我呈现(Positive Self-Presentation)，是个体按照心中美好的一面，向社会公众展示积极的自我(Kim & Lee, 2011)，如在更新近期状态时，只提到积极的信息，而不会透露自身发生的不好的事情。

社交自我效能感(Social Self-Efficacy)是指个体对自己参加社交活动并建立、维持人际关系的能力的自信心(Connolly, 1989)，是个体对自己在社会环境中创造和维持关系的能力的信念。前人研究发现，个体对积极的自我呈现策略的偏好越高，个体自身的一般自我效能感越强(陈必忠, 2018；陈必忠, 郑雪, 2020)。除此之外，这两种类型的自我呈现都能对个体的网络社交表现产生积极的影响，并显著提高人们对其参加社交活动并建立、维持人际关系的能力的自我认知(Ko & Kuo, 2009; Park, Jin, & Annie Jin, 2011)。因此，本研究提出假设 1：两种自我呈现形式能够有效地影响个体的社交自我效能感，即当个体呈现出更多积极和真实的自我时，更容易获得社交支持，提高个体的社交自我效能感，从而使他们在社交活动中

更自信，表现出更积极的态度。

积极反馈(Positive Feedback)是一个人在社交平台上更新个人信息时得到的所有来自好友的支持性回应，包括积极的关注、关切或评论(姜永志，白晓丽，张璐，赵思琦，2022)。积极反馈是个体在日常社会交往中常见的默认反应，以往研究证实，在 Facebook 中 88% 的好友回应为积极反馈(Indian & Grieve, 2014)，这意味着个体在参加社交活动并建立、维持人际关系时，倾向于选择正面的、积极的评论，而避免负面的、消极的评论。研究发现，线上的积极反馈能够通过提高个体自身的社会自信和心理资本，继而提高个体自身的自尊水平以及社交自我效能感，给个体带来积极效应(Greitemeyer, Mügge, & Bollermann, 2014; Indian & Grieve, 2014)。除此之外，个体在社交网站上的两种自我呈现策略均能获得来自好友的积极反馈(Lumban Gaol, Modi, & Gandhi, 2014)。在此基础上，本研究提出了假设 2：两种类型的自我呈现能够有效地影响个体的积极反馈。

个体在社交媒体中收到的积极的反馈对于其心理的健康发展更是至关重要、不可或缺的。通过对个体自身成功经验的分享以及对其胜任力的满足，社交媒体平台可以为人们提供一种良好的、不可代替的社会性支持，这对于个体自身的社交自我效能感以及许多与它紧密联系的变量，如自尊、社会适应等，都会产生积极的作用(Lee, Noh, & Koo, 2013; Lin, Tov, & Qiu, 2014)。据此，本研究提出了假设 3：积极反馈能够影响个体对自己在社会环境中创造和维持关系的能力的信念；假设 4：在两种类型的自我呈现策略对社交自我效能感的影响中，积极反馈具有中介作用。

综上所述，本研究运用班杜拉(self-efficacy)理论模型，使用《社交网站自我呈现量表》《积极反馈量表》以及《社交自我效能感量表》进行调查，探究社会网络中，个体选择的两种自我呈现方式对大学生社会自我效能感的影响，并研究了积极反馈的中介作用。不仅深化了对影响大学生人际交往的心理因素的科学研究，而且为培养大学生的社会心理健康提供了学术理论依据，有助于心理健康工作者帮助大学生更加有效地利用社交网络平台进行人际交往，从而创造一个平静和谐的网络社会氛围。本研究的研究模型如图 1 所示：

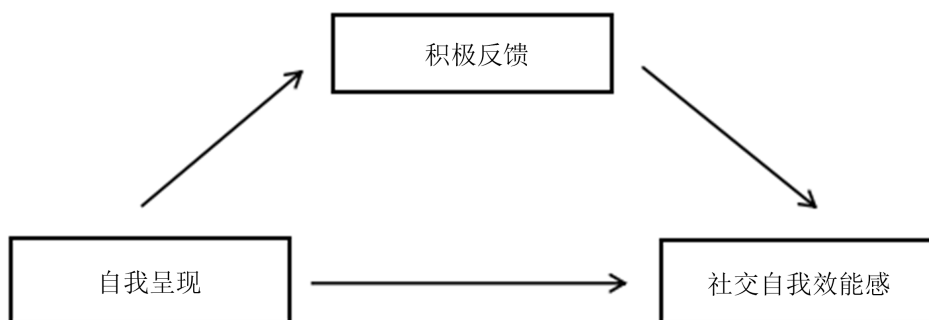


Figure 1. Mediation model  
图 1. 中介模型图

## 2. 方法

### 2.1. 研究对象

本研究采用方便取样法，通过 QQ、微信、豆瓣等平台发布问卷星链接，对河南省 408 名在校大学生使用《社交网站自我呈现量表》《积极反馈量表》以及《社交自我效能感量表》进行问卷调查。测试结束后回收问卷，在剔除规律性作答、测谎题不合格等无效问卷后，累计得到 329 份有效数据，其中男性 140 人，女性 189 人。被试的具体构成情况如表 1 所示：

**Table 1.** Overall distribution of participants**表 1.** 被试总体分布情况

| 变量   | 类别  | 人数  | 百分比(%) |
|------|-----|-----|--------|
| 性别   | 男   | 140 | 42.6   |
|      | 女   | 189 | 57.4   |
| 年级   | 大一  | 25  | 7.6    |
|      | 大二  | 35  | 10.6   |
|      | 大三  | 60  | 18.2   |
|      | 大四  | 177 | 53.8   |
|      | 研究生 | 32  | 9.7    |
| 专业   | 文史  | 136 | 41.3   |
|      | 理工  | 170 | 51.7   |
|      | 艺术  | 9   | 2.7    |
|      | 其他  | 14  | 4.3    |
| 独生子女 | 是   | 110 | 33.4   |
|      | 否   | 219 | 66.6   |
| 生源地  | 城镇  | 186 | 56.5   |
|      | 农村  | 143 | 43.5   |

## 2.2. 研究工具

### 2.2.1. 自我呈现的测量

采用 Kim & Lee(2011)编制并由牛更枫等人(2015)修订的《社交网站自我呈现量表》，包括真实的自我呈现方式(4个项目，如：当我更新状态时，我不会透露自己身上发生的不好的事情)以及积极的自我呈现方式(6个项目，如：无论我的真实感受如何，在发布消息时我常常使用开心的表情)。该量表使用李克特 7 分制(1 表示全部反对，7 表示全部赞同)。在该量表中，得分越高的维度代表个体倾向于采取的自我呈现方式。本研究克隆巴赫系数分别为 0.74 和 0.89，达到要求。

### 2.2.2. 社交自我效能感的测量

采用 Smith & Betz (2000)编制并由孟慧，范津砚，柳菁(2007)修订的《社交自我效能感量表》，包括 18 个项目，如“向一群讨论您感兴趣的主题的人发表您的意见”。该量表使用李克特 5 分制(1 表示从来没有收到过反馈，5 表示经常收到反馈)。被试的分数较高，说明被试的社会自我效能较高。结果显示，克隆巴赫系数为 0.93，达到要求。

### 2.2.3. 积极反馈的测量

采用 Liu & Brown (2014)编制并由崔曦曦等(2016)修订的《积极反馈量表》，要求被试自我报告得到的积极反馈的频率，包括 5 个项目。该量表使用李克特的 5 分制(1 表示从来没有收到任何反馈，5 表示经常收到任何反馈)。得分越高者，得到的正向反馈越多。本研究克隆巴赫系数为 0.84，达到要求。

## 2.3. 数据收集与处理

对于人口学因素的差异分析采用独立样本 t 检验和方差分析。对于变量间关系密切程度的判定采用相关分析。对于中介作用的分析采用 SPSS 23 软件 PROCESSv4.1。

### 3. 结果

#### 3.1. 共同方法偏差检验

对 329 份有效数据采用 Harman 单因素检验法(周浩, 龙立荣, 2004), 得到 6 个特征根大于 1 的因子, 最大因子方差解释率为 28.05%, 低于 40%, 说明该研究没有出现共同方法偏差。

#### 3.2. 两种自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的描述统计

两种类型的自我呈现的策略、个体自身的社会自我效能感以及收到的积极反馈的描述统计结果见表 2:

**Table 2.** Descriptive statistics for self-presentation, social self-efficacy, and positive feedback

**表 2.** 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的描述性统计

|         | 最小值   | 最大值   | 平均值   | 标准差   |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 真实自我呈现  | 4.00  | 28.00 | 16.64 | 5.21  |
| 积极自我呈现  | 6.00  | 42.00 | 25.73 | 7.95  |
| 社交自我效能感 | 18.00 | 90.00 | 59.78 | 12.70 |
| 积极反馈    | 5.00  | 25.00 | 15.20 | 4.55  |

#### 3.3. 各变量关于人口学变量的比较

##### 3.3.1. 两种自我呈现、个体社交自我效能感和获得的积极反馈关于性别的比较

采用独立样本 t 检验, 结果显示: 真实自我呈现( $t = 0.49, p > 0.05$ )、积极自我呈现( $t = 0.31, p > 0.05$ )、社交自我效能感( $t = -0.21, p > 0.05$ )和积极反馈( $t = -0.25, p > 0.05$ )在性别上没有显著差异。如下表 3 所示:

**Table 3.** Gender differences in self-presentation, social self-efficacy, and positive feedback

**表 3.** 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的性别差异性比较

|         | 男(n = 140)    | 女(n = 189)    | t     | p    |
|---------|---------------|---------------|-------|------|
| 真实自我呈现  | 16.81 ± 5.35  | 16.52 ± 5.12  | 0.49  | 0.62 |
| 积极自我呈现  | 25.89 ± 7.81  | 25.61 ± 8.07  | 0.31  | 0.75 |
| 社交自我效能感 | 59.61 ± 14.04 | 59.92 ± 11.65 | -0.21 | 0.83 |
| 积极反馈    | 15.13 ± 4.87  | 15.25 ± 4.31  | -0.25 | 0.81 |

##### 3.3.2. 各变量关于年级的比较

采用单因素 ANOVA 方差分析, 结果显示: 真实自我呈现( $F = 0.91, p > 0.05$ )、积极自我呈现( $F = 1.33, p > 0.05$ )、社交自我效能感( $F = 1.71, p > 0.05$ )和积极反馈( $F = 1.70, p > 0.05$ )在年级上没有显著差异。如下表 4 所示:

**Table 4.** Grade-level differences in self-presentation, social self-efficacy, and positive feedback

**表 4.** 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的年级差异性比较

|         | 大一(n = 25)    | 大二(n = 35)    | 大三(n = 60)    | 大四(n = 177)   | 研究生(n = 32)   | F    | p    |
|---------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------|------|
| 真实自我呈现  | 16.24 ± 5.74  | 18.00 ± 5.45  | 16.43 ± 5.03  | 16.67 ± 5.27  | 15.72 ± 4.50  | 0.91 | 0.46 |
| 积极自我呈现  | 29.12 ± 6.04  | 24.94 ± 7.70  | 25.18 ± 8.15  | 25.69 ± 8.24  | 25.22 ± 7.23  | 1.33 | 0.26 |
| 社交自我效能感 | 54.36 ± 14.47 | 60.03 ± 12.87 | 58.30 ± 16.40 | 60.82 ± 10.75 | 60.78 ± 12.67 | 1.71 | 0.15 |
| 积极反馈    | 13.32 ± 5.18  | 16.29 ± 4.42  | 15.28 ± 4.95  | 15.31 ± 4.29  | 14.72 ± 4.60  | 1.70 | 0.15 |

### 3.3.3. 两种自我呈现、个体社交自我效能感和获得的积极反馈关于专业的比较

采用单因素 ANOVA 方差分析, 结果显示: 真实自我呈现( $F=2.46, p>0.05$ )、积极自我呈现( $F=0.51, p>0.05$ )、社交自我效能感( $F=0.11, p>0.05$ )和积极反馈( $F=0.32, p>0.05$ )在专业上没有显著差异。如下表 5 所示:

**Table 5.** Differences in self-presentation, social self-efficacy, and positive feedback across academic majors  
**表 5.** 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的专业差异性比较

|         | 文史(n = 136)   | 理工(n = 170)   | 艺术(n = 9)    | 其他(n = 14)    | F    | p    |
|---------|---------------|---------------|--------------|---------------|------|------|
| 真实自我呈现  | 17.49 ± 5.10  | 16.18 ± 5.26  | 14.67 ± 5.50 | 15.21 ± 4.56  | 2.46 | 0.06 |
| 积极自我呈现  | 25.32 ± 8.03  | 25.82 ± 8.19  | 27.67 ± 4.33 | 27.43 ± 5.69  | 0.51 | 0.67 |
| 社交自我效能感 | 59.63 ± 12.68 | 59.74 ± 12.99 | 60.11 ± 5.95 | 61.64 ± 13.42 | 0.11 | 0.96 |
| 积极反馈    | 15.48 ± 4.46  | 15.03 ± 4.71  | 15.11 ± 4.26 | 14.64 ± 3.88  | 0.32 | 0.81 |

### 3.3.4. 两种自我呈现、个体社交自我效能感和获得的积极反馈关于独生子女的比较

采用独立样本 t 检验, 结果显示: 真实自我呈现( $t=-0.12, p>0.05$ )、积极自我呈现( $t=0.24, p>0.05$ )、社交自我效能感( $t=-0.88, p>0.05$ )和积极反馈( $t=-0.51, p>0.05$ )在是否为独生子女上没有显著差异。如下表 6 所示:

**Table 6.** Differences in self-presentation, social self-efficacy, and positive feedback by only-child status  
**表 6.** 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的独生子女差异性比较

|         | 是(n = 110)    | 否(n = 219)    | t     | p    |
|---------|---------------|---------------|-------|------|
| 真实自我呈现  | 16.59 ± 5.06  | 16.67 ± 5.29  | -0.12 | 0.9  |
| 积极自我呈现  | 25.88 ± 7.59  | 25.66 ± 8.14  | 0.24  | 0.81 |
| 社交自我效能感 | 58.86 ± 14.25 | 60.25 ± 11.86 | -0.88 | 0.38 |
| 积极反馈    | 15.02 ± 4.67  | 15.29 ± 4.50  | -0.51 | 0.6  |

### 3.3.5. 两种自我呈现、个体社交自我效能感和获得的积极反馈关于生源地的比较

采用独立样本 t 检验, 结果显示: 真实自我呈现( $t=0.04, p>0.05$ )、积极自我呈现( $t=-0.52, p>0.05$ )、社交自我效能感( $t=0.11, p>0.05$ )和积极反馈( $t=0.43, p>0.05$ )在生源地上没有显著差异。如下表 7 所示:

**Table 7.** Differences in self-presentation, social self-efficacy, and positive feedback by place of origin  
**表 7.** 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的生源地差异性比较

|         | 城镇(n = 186)   | 农村(n = 143)   | t     | p    |
|---------|---------------|---------------|-------|------|
| 真实自我呈现  | 16.65 ± 5.48  | 16.63 ± 4.85  | 0.04  | 0.97 |
| 积极自我呈现  | 25.53 ± 8.27  | 25.99 ± 7.53  | -0.52 | 0.60 |
| 社交自我效能感 | 59.85 ± 13.69 | 59.69 ± 11.34 | 0.11  | 0.90 |
| 积极反馈    | 15.30 ± 4.69  | 15.08 ± 4.38  | 0.43  | 0.67 |

## 3.4. 各变量的相关分析

由表 8 的具体分析可知: 真实的自我呈现策略、个体自身的社交自我效能感与个体收到的积极反馈, 两两之间互相呈现显著正相关。

**Table 8.** Correlations among self-presentation, social self-efficacy, and positive feedback**表 8.** 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的相关关系

|         | 真实自我呈现  | 积极自我呈现 | 社交自我效能感 | 积极反馈 |
|---------|---------|--------|---------|------|
| 真实自我呈现  | 1       | —      | —       | —    |
| 积极自我呈现  | -0.26** | 1      | —       | —    |
| 社交自我效能感 | 0.22**  | 0.1    | 1       | —    |
| 积极反馈    | 0.41**  | 0.05   | 0.38**  | 1    |

注: \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$ 。

### 3.5. 变量间的中介效应分析

使用 Process 插件中的 Model 4 进行中介效应分析(温忠麟, 侯杰泰, 张雷, 2005), 从表 9 的结果中可以看出, 真实的自我呈现策略能够显著正向预测积极反馈( $\beta = 0.416, p < 0.01$ ), 当真实的自我呈现策略与个体收到的积极反馈同时预测社交自我效能感时, 真实的自我呈现策略不能显著预测个体自身的社交自我效能感( $\beta = 0.086, p > 0.05$ ), 积极反馈能够显著正向预测社交自我效能感( $\beta = 0.339, p < 0.01$ )。结果显示, 真实的自我呈现策略对个体社交自我效能感的直接预测作用不显著, 所以在真实自我呈现和社交自我效能感之间, 积极反馈起完全中介作用。

**Table 9.** Mediation model of positive feedback**表 9.** 积极反馈的中介效应模型

|                | 社交自我效能感 |       |      | 社交自我效能感 |      |        | 积极反馈    |       |        |
|----------------|---------|-------|------|---------|------|--------|---------|-------|--------|
|                | $\beta$ | se    | t    | $\beta$ | se   | t      | $\beta$ | se    | t      |
| 真实自我呈现         | 0.09    | 0.14  | 1.53 | 0.23    | 0.13 | 4.22** | 0.42    | 0.04  | 8.24** |
| 积极反馈           | 0.34    | 0.16  | 6.05 |         |      |        |         |       |        |
| R <sup>2</sup> |         | 0.40  |      |         | 0.25 |        |         | 0.42  |        |
| F              |         | 15.38 |      |         | 7.50 |        |         | 22.76 |        |

注: \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$ 。

中介效应检验的结果如表 10 所示, 中介效应值为 0.344。其中, Bootstrap95%的置信区间为[0.205, 0.512], 不包括 0, 表明积极反馈这一中介变量在真实自我呈现对个体自身的社交自我效能感的影响中达到显著水平。

**Table 10.** Decomposition of the total, direct, and indirect effects**表 10.** 总效应、直接效应与中介效应分解表

|      | Effect | BootSE | BootLLCI | BootULCI | 相对效应值  |
|------|--------|--------|----------|----------|--------|
| 总效应  | 0.553  | 0.131  | 0.295    | 0.81     |        |
| 直接效应 | 0.209  | 0.137  | 0.127    | -0.06    | —      |
| 间接效应 | 0.344  | 0.079  | 0.205    | 0.512    | 62.21% |

图 2 直观呈现了积极反馈在真实自我呈现与社交自我效能感之间的中介效应模型。其中, 真实自我呈现与积极反馈之间存在显著正向关联( $\beta = 0.416, p < 0.01$ ), 积极反馈与社交自我效能感之间也存在显著正向关联( $\beta = 0.339, p < 0.01$ )。

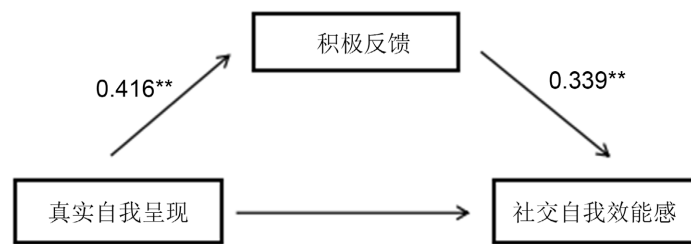


Figure 2. Mediation effect model  
图 2. 中介效应模型图

## 4. 讨论

### 4.1. 各变量关于人口学变量的差异

结果显示, 在性别变量上, 个体积极自我呈现策略与所收到的积极反馈均未呈现显著差异。该结果与部分既有研究并不一致, 这种差异可能与研究对象的群体特征不同有关。以往针对初中生群体的研究发现, 女生在社交媒体上积极自我呈现策略及所获得的积极反馈得分均显著高于男生。研究者认为, 这一现象可能与女性在个人形象管理中更倾向于展现积极面向有关, 并可能进一步与其获得更多来自好友的积极性、支持性反馈相关。相较之下, 男性更倾向于转发公共事件或文章等内容, 而较少直接展示自我, 因此其积极反馈得分相对较低。与上述研究不同, 本研究以大学生为对象。大学阶段所处的校园环境相对宽松、包容, 不同性别个体在自我呈现方式上的差异可能有所减弱, 因此在性别上未表现出显著差异。

根据本研究结果, 在年级变量上, 个体自我呈现策略、社交自我效能感以及所收到的积极反馈均未呈现显著差异。这一结果可能与高校的选课制度及校园社交环境有关。大学中的选课制度使不同年级的学生有较多机会在同一课程和相似情境中进行学习与互动, 其学习生活、朋友圈结构以及社交习惯可能较为接近。基于此, 不同年级学生在社交网站上的自我呈现方式及所获得的反馈信息也可能具有一定相似性, 因此未表现出显著的年级差异。

本研究还发现, 在生源地变量上, 个体自我呈现策略和所收到的积极反馈均未呈现显著差异。这一结果可能与近年来城乡发展差距逐渐缩小的社会背景有关。随着社会经济的发展以及教育资源配置的不断改善, 不同地区学生在成长环境、教育条件和信息获取渠道等方面的差异可能有所缩小。在此背景下, 来自不同生源地的大学生在社交媒体使用习惯、自我呈现策略选择以及所感知到的积极反馈方面, 可能表现出较高的一致性, 因此在生源地上未出现显著差异。

### 4.2. 自我呈现、社交自我效能感和积极反馈的相关

通过结果可以发现, 真实自我呈现、社交自我效能感和积极反馈两两呈现出显著正相关, 这与本研究的假设一致, 说明个体越偏向于采取真实自我呈现的策略, 得到的积极反馈越多, 大学生社交自我效能感就越高。首先, 由于个体在参加社交活动并建立、维持人际关系时, 倾向于选择正面的、积极的评论, 而避免负面的、消极的评论, 因此个体在社交网站上展示真实的自我时, 会收到来自好友的支持性回应。其次, 个体在不改变个人自身细节的情况下, 向观众展示真实的自我, 能够显著提高人们对其参加社交活动并建立、维持人际关系的能力的自我认知, 从而增强自我效能感。最后, 个体得到的来自好友的积极反馈, 使他们感受到获得更多的社会支持, 在社交活动中更自信, 表现出更积极的态度, 个体自身的社交自我效能感得到增强。

然而, 结果表明, 积极的自我呈现策略与社交自我效能感之间没有显著的相关关系, 这与本研究提

出的假设相矛盾。积极自我呈现(Positive self-presentation),是个体按照心中美好的一面,向社会公众展示积极的自我。推测这可能是由于测量方法不够严谨导致的。使用问卷法测量个体积极的自我呈现策略,虽然能够在较短的时间内收集大量被试信息,方便数据的进一步分析,但在被试自我报告积极的自我呈现策略时,极易存在社会赞许效应等,干扰研究结果,从而导致对个体积极的自我呈现策略的测量不够精确,产生误差。

### 4.3. 积极反馈对变量间的中介作用

结果表明,在真实自我呈现和社交自我效能感之间,积极反馈呈现出完全中介作用。本研究原本假设,积极反馈在个体积极的自我呈现策略和个体对自己在社会环境中创造和维持关系的能力的信念之间也起着中介作用。但是由于积极反馈、积极自我呈现和社交自我效能感之间两两相关不显著,不符合中介效应的分析原理,所以对于这部分不能进行操作。

积极反馈的完全中介作用表明:个体在社交媒体上真实的自我呈现策略,会通过收到的积极反馈,间接地影响个体对自己在社会环境中创造和维持关系的能力的信念。也就是说,个体在社交媒体中,选择呈现真实、不加掩饰的自我形象的频率和强度越高,该个体对自己参加社交活动并建立、维持人际关系的能力的自信心越强,其自身的社交自我效能感越高。当人们在网上表达自己的真实感受,并充分地、完整地展示自己时,他们会从反馈中受益,这反过来又增加了人与人之间的亲密关系,增加了对同伴沟通技巧的把握(Lumban Gaol et al., 2014),因此社交自我效能感得到提高。

当个体采用真实的自我呈现策略,在不改变个人自身细节的情况下,向好友展示真实的自我时,能够通过积极反馈对个体社交自我效能感的提高起促进作用。所以除了适当使用真实的自我呈现策略,人们还应该专注于尽可能多地接受来自他人的积极反馈。这是因为,个体使用社交网站的类型不尽相同,包括聊天沟通、放松娱乐、消遣时间等,不同的使用类型会造成社交自我效能感获得多少的不同。研究证实,只使用社交媒体浏览和查看他人网页的人不会积极地与他人进行社交互动,也不会从他人那里得到积极的反馈,因此感到与他人隔离,孤独感增加(Wei, Russell, & Zakalik, 2005; 衡书鹏, 赵换方, 牛更枫, 周宗奎, 2020),导致社交自我效能感降低。

因此,个体可以通过在社交媒体上的互动来更新他们真实的自我状态,展示给好友完整、真实的自我,并有意识地从朋友那里得到积极的反馈或支持性的回应,不仅能够帮助个体更加有效地利用社交网络平台进行人际交往,创造一个平静、和谐的网络社会氛围,而且促进个体未来的社会自我效能感的提高,增强对自己参加社交活动并建立、维持人际关系的能力的自信心。

### 4.4. 研究展望与不足

本研究旨在探讨社交媒体中的积极反馈对个体真实的自我呈现策略以及社会自我效能感的中介作用。然而,由于测量手段的不完备以及测量的时效性等原因,该研究仍有许多有待完善的地方。

第一,研究方法的局限性。本研究主要依靠问卷调查法,数据收集大部分来源于研究对象的自我报告,其优点是在较短的时间内产生大量的信息,方便了数据的进一步分析。该方法虽然有较高的信效度,但是,由于并未对被试进行严格的实验控制,因而除社会赞许效应之外,还存在着被试易受情感、环境等因素影响而导致的的结果不准确等问题。未来的研究可以尝试使用更严格的实验方法来尽可能地消除单一问卷调查法导致的误差。

第二,研究被试的局限性。受时间、经验等多种因素的影响,本实验的被试多为河南省在校大学生,样本不具有广泛的代表性,因此研究结果不能推广到整个学生群体中,后续研究可以尽可能地扩大样本量和参与者范围。

## 5. 结论

本文围绕社交媒体中自我呈现方式与大学生社交自我效能感的关系展开探讨, 并对积极反馈的中介效应进行了检验。结果表明:

(1) 真实自我呈现与积极反馈、社交自我效能感之间均存在显著正相关; 而积极自我呈现与积极反馈、社交自我效能感之间均未呈现显著相关。

(2) 积极反馈在真实自我呈现与社交自我效能感之间表现出完全中介效应, 即真实自我呈现可能通过积极反馈这一中介路径与社交自我效能感产生关联。

## 参考文献

- 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.
- 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*, (1), 53-57.
- 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.
- 孟慧, 范津砚, 柳菁(2007). 目标定向与适应: 社会自我效能感的中介作用. *心理发展与教育*, (1), 54-58.
- 牛更枫, 鲍娜, 周宗奎, 范翠英, 孔繁昌, 孙晓军(2015). 社交网站中的自我呈现对生活满意度的影响: 积极情绪和社会支持的作用. *心理发展与教育*, 31(5), 563-570.
- 宋娇, 张一帆, 张英杰, 潘光花(2022). 大学生社交网站自我呈现与网络社交动机的关系: 社交自我效能感的中介作用. *心理月刊*, (10), 99-101.
- 温忠麟, 侯杰泰, 张雷(2005). 调节效应与中介效应的比较和应用. *心理学报*, 37(2), 268-274.
- 周浩, 龙立荣(2004). 共同方法偏差的统计检验与控制方法. *心理科学进展*, 12(6), 942-942.
- Connolly, J. (1989). Social Self-Efficacy in Adolescence: Relations with Self-Concept, Social Adjustment, and Mental Health. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 21, 258-269. <https://doi.org/10.1037/h0079809>
- Greitemeyer, T., Mügge, D. O., & Bollermann, I. (2014). Having Responsive Facebook Friends Affects the Satisfaction of Psychological Needs More than Having Many Facebook Friends. *Basic and Applied Social Psychology*, 36, 252-258. <https://doi.org/10.1080/01973533.2014.900619>
- 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>
- Ko, H. C., & Kuo, F. Y. (2009). Can Blogging Enhance Subjective Well-Being through Self-Disclosure? *Cyber Psychology & Behavior*, 12, 75-79. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.016>
- Lee, K. T., Noh, M. J., & Koo, D. M. (2013). Lonely People Are No Longer Lonely on Social Networking Sites: The Mediating Role of Self-Disclosure and Social Support. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 413-418. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0553>
- Lin, H., Tov, W., & Qiu, L. (2014). Emotional Disclosure on Social Networking Sites: The Role of Network Structure and Psychological Needs. *Computers in Human Behavior*, 41, 342-350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.045>
- 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>
- Lumban Gaol, F., Modi, Y. A., & Gandhi, I. S. (2014). Internet Sociology: Impact of Facebook Addiction on the Lifestyle and Other Recreational Activities of the Indian Youth. *SHS Web of Conferences*, 5, Article 1. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20140500001>

- 
- Park, N., Jin, B., & Annie Jin, S. A. (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>
- Smith, H. M., & Betz, N. E. (2000). Development and Validation of a Scale of Perceived Social Self-efficacy. *Journal of Career Assessment*, 8, 283-301. <https://doi.org/10.1177/106907270000800306>
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Internet Communication and Its Relation to Well-Being: Identifying Some Underlying Mechanisms. *Media Psychology*, 9, 43-58. <https://doi.org/10.1080/15213260709336802>
- Wei, M., Russell, D. W., & Zakalik, R. A. (2005). Adult Attachment, Social Self-Efficacy, Self-Disclosure, Loneliness, and Subsequent Depression for Freshman College Students: A Longitudinal Study. *Journal of Counseling Psychology*, 52, 602-614. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.52.4.602>