本研究表明，相对于高自尊者而言，创新自我效能在社交网站的使用和创新行为之间中介效应在低自尊者中较高，且与以往的一些实证研究结果不同(Brailovskaia & Bierhoff, 2020; Burke et al., 2011; Kraut et al., 2002)。出现这样的结果可能是当个体拥有较高的自尊水平时会自动加工相对较多的积极评价，进而减少上行社会比较，这导致他们始终保持在一个较高水平的创新自我效能感，这时无论社交网站的使用强度多大，创新自我效能都不会再增加；其次，由于低自尊水平的个体对现实生活和人际关系的认识和评价都是消极的，并认为自己不被他人接受，因此与现实中直接的人际关系相比，更倾向于间接的人际关系(Vogel et al., 2014)，并且由于个体在使用社交网站时会受到他人信息和情感的支持并减少被拒绝、被否认的风险(方臻等, 2019)，因此与高自尊个体相比，低自尊个体更愿意通过在社交网站中积极的呈现自我来获得他人的的支持进一步提升其创新自我效能感(Gonzales & Hancock, 2011; Veldhuis et al., 2020)，从而促进了创新行为的产生。

自尊与创新自我效能感、创新行为正相关

自尊水平高，中介效应低

自尊水平低，中介效应高

本研究发现，有几种可能的机制可以解释自尊如何减少社交网站使用强度对创造行为之间的中介效应影响。首先，在创新氛围中从即兴舞蹈中获得意义的大学舞者具有更高的自尊心和多维完美主义，从而激发了创造性思维（Eusanio et al., 2014; Steinberg & Steinberg, 2016）。其次，自尊可以通过跳舞的目的最大化多维完美主义对创造性思维的影响。根据美利肯 (2002)，大学舞者的自尊通常可以促进舞蹈表演的创造力，这些舞者倾向于始终如一地采用可以优化他们的注意力和舞蹈表演的创造性过程。

出现这样的结果可能是当