

青少年社交网站使用对自我概念清晰性的影响： 社会比较的中介作用*

牛更枫 孙晓军 周宗奎** 田媛 刘庆奇 连帅磊
(青少年网络心理与行为教育部重点实验室, 华中师范大学心理学院, 武汉, 430079)

摘要 为探讨青少年的社交网站使用和社会比较对自我概念清晰性的影响及其作用机制, 采用社交网站使用强度问卷、社会比较倾向问卷和自我概念清晰问卷对 697 名中学生进行调查, 结果发现: (1) 社交网站使用强度和社会比较倾向呈显著正相关, 而社交网站使用强度和社会比较倾向都与自我概念清晰性呈显著负相关。(2) 社交网站使用对自我概念清晰性不仅有显著的直接预测效应, 还能通过社会比较倾向的间接作用对自我概念清晰性产生影响。

关键词 社交网站 社会比较 自我概念清晰性 中介作用

1 问题提出

社交网站的普及是当今社会的一个热点现象, 世界上最流行的社交网站 Facebook 的活跃用户规模已达 13.5 亿, 约占世界总人口的 16% (Facebook, 2014); 在我国, 社交网站 (包含 QQ 空间) 在网民中的使用率也达 61.7% (中国互联网信息中心, 2014)。社交网站已成为网络时代人际交往的重要手段和平台 (Song et al., 2014; Strano & Wattai, 2012)。社交网站的兴起使其对个体的影响成为相关领域研究者关注的焦点, 研究表明, 社交网站能积累和拓展社会资本 (Steinfeld, Ellison, & Lampe, 2008; Zhong, 2014), 降低孤独感, 并提升个体的生活满意度和幸福感水平 (Ellison, Steinfeld, & Lampe, 2007; Indian & Grieve, 2014)。但研究者也发现了不一致的结果, 如有研究发现社交网站的使用与自尊和幸福感呈显著负相关, 和抑郁呈显著正相关 (Kalpidou, Costin, & Morris, 2011; Kross et al., 2013; Wright et al., 2013), Tiggemann 和 Slater (2013) 的研究还表明, 社交网站的使用和与个体身体意象相关的问题显著正相关。针对研究结果的不一致, 研究者指出社交网站使用对个体的影响会受到其它变量的影响 (姚琦, 马华维, 阎欢, 陈琦, 2014; Oh et al., 2014), 如社交网站

使用只能通过积极反馈以及社会比较的中介作用对个体的生活满意度和自尊产生影响 (Oh, Ozkaya, & LaRose, 2014; Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014)。

此外, 现有的研究主要集中在社交网站使用对个体心理社会适应的影响上, 但青少年的核心发展任务——自我形成和发展还未得到足够的重视。作为自我认识的核心成分, 自我概念是指一个人在社会化过程中逐步形成和发展起来的关于自我及其与环境关系的多方面多层次的认知和评价, 反映着自我认识甚至自我意识发展水平的高低 (凌辉, 张建人, 黄续, 熊恋, 2011); 自我概念还具有高度的组织性和复杂性, 研究者将人们对自我了解的清晰程度称为自我概念清晰性, 反映了个体对自我概念的明确性、稳定性和内部一致性水平, 是自我发展的一个重要属性 (Campbell, 1990)。自我概念清晰性还是个体心理健康和社会适应水平的重要影响因素, 特别是对于自我正在形成中的青少年而言 (Sebastian, Burnett, & Blakemore, 2008); 相关的研究指出, 自我概念清晰性对个体的幸福感和自尊都有显著的正向预测作用, 对抑郁有显著的负向预测作用 (徐海玲, 2007; Butzer & Kuiper, 2006; Usborne & Taylor, 2010)。

人际交往和社会环境在个体自我的发展中起

* 本研究得到国家社科基金重大项目 (11&ZD151)、国家自然科学基金青年基金项目 (31400887)、华中师范大学中央高校基本科研业务费专项资金项目 (CCNU14Z02004、CCNU15A02042) 和华中师范大学优秀博士学位论文培育计划项目 (2015YBZD025) 的资助。

** 通讯作者: 周宗奎, E-mail: zhouzk@mail.ccnu.edu.cn

DOI:10.16719/j.cnki.1671-6981.20160115

着核心作用 (Erikson, 1968), 作为网络时代人际交往的重要手段和平台, 网络特别是社交网站对个体自我形成和发展的影响也成为研究者关注的重点。个体在网络中会通过自我表征和探索来进行自我建构 (柴晓运, 龚少英, 2011), 特别是社交网站不仅给青少年提供了一个自我探索的理想空间; 而且, 他人的互动反馈也给自我评价提供了依据 (Subrahmanyam & Šmahel, 2011; Walther et al., 2011)。但 Valkenburg 和 Peter (2011) 在回顾以往研究结果的基础上指出, 网络会给个体的自我发展带来消极影响并提出了自我概念分化假说。该假说认为在网络中个体可以轻松地探索并尝试自我的不同方面, 这不仅会使个体面临自我不同方面无法统合的风险, 还会瓦解个体已经形成的统一稳定的自我。相关研究也证实了这一观点——如网络使用水平越高, 自我概念清晰性水平越低 (Israelashvili, Kim, & Bukobza, 2012; Valkenburg & Peter, 2011), 且个体在网络中的自我探索和表达与自我概念清晰性具有显著的负向预测作用 (Davis, 2013)。针对社交网站使用的研究也表明, 社交网站的使用与个体身体意象相关的问题显著正相关 (Tiggemann & Slater, 2013), 且对个体的自尊有显著的负向预测作用 (Vogel et al., 2014)。基于以上论述, 本研究假设社交网站使用对自我概念清晰性有显著的负向预测作用。

在个体自我概念的形成和发展中, 社会比较是另一个重要的影响因素, 我们常常通过与他人比较来认识自己 (Festinger, 1954), 社会比较对自我评价也有着直接影响 (邢淑芬, 俞国良, 2006)。高社会比较倾向个体更容易受到社会比较的消极影响, 其自我概念也会随着社会情境不同而变化 (郭淑斌, 黄希庭, 2010)。社会比较会对个体的自我效能感、身体意象和身体满意度都存在消极影响 (朱晓斌, 张莉渺, 吴亮亮, 2011; Pinkasavage, Arigo, & Schumacher, 2015; Tiggemann & Slater, 2013); 就自我概念而言, 研究证实社会比较倾向对个体的自我概念清晰性有显著的负向预测作用 (Butzer & Kuiper, 2006; Vartanian & Dey, 2013)。此外, 作为一种普遍存在的社会心理现象, 社会比较在日常生活中是不可避免的, 环境因素会不同程度地激发个体的社会比较倾向 (郭淑斌, 黄希庭, 2010; 邢淑芬, 俞国良, 2006)。而在社交网站中, 个体会不可避免地接触到其他用户发布的大量信息, 社交网站也已成为个体进行社会比较的重要场所 (Lee, 2014), 研究者将社交网站

看作是一个具有社会比较和自我评价功能的平台, 并指出青少年更倾向于使用社交网站来获取他人的相关信息, 将自己和他人进行比较, 并以此作为自我评价的依据 (Vogel et al., 2014)。因此, 社交网站的使用会提升个体的社会比较倾向 (Lee, 2014); 相关研究还进一步发现了社会比较在社交网站使用对个体自尊和身体意向影响中的中介作用 (Tiggemann & Slater, 2013; Vogel, et al., 2014)。在此基础上, 本研究假设社会比较对自我概念清晰性具有显著负向预测作用, 且社会比较在社交网站对个体自我概念清晰性的影响中起中介作用。

综上所述, 在自我概念分化假说和以往研究结果的基础上, 本研究拟探讨社交网站使用和社会比较对自我概念清晰性的影响, 并进一步探讨其作用机制——社会比较在社交网站使用对自我概念清晰性影响中的中介作用。

2 研究方法

2.1 被试

采用方便抽样法从武汉市两所全日制中学抽取 733 名有社交网站使用经验 (QQ 空间和人人网) 的在校中学生进行问卷调查, 回收整理后得到有效问卷 697 份, 有效回收率为 95.08%。其中男生 360 人 (51.65%), 女生 337 人 (48.35%); 初中生 463 人 (66.4%, 男生 245, 女生 218), 高中生 234 人 (33.6%, 男生 115, 女生 119)。被试的年级和性别分布无显著差异 ($\chi^2_{(1)} = 1.07, p > .05$)。

2.2 研究工具

2.2.1 社交网站使用强度问卷

采用 Ellison 等 (2007) 编制的社交网站使用强度问卷, 该问卷共有 8 个项目: 前 2 个项目测量个体在社交网站中的好友数量及其每天平均的使用时间; 后 6 个项目采用 Likert 5 点计分 (1 “很不符合” – 5 “非常符合”) 对个体与社交网站的情感联系强度以及社交网站融入个体生活的程度进行了测量 (如, “社交网站是我日常活动的一部分”), 将个体在这些项目上的得分转化为标准分数并计算其平均数, 该分数代表了个体的社交网站的使用强度。在本研究中, 该问卷的内部一致性系数为 .85。

2.2.2 社会比较问卷

采用王明姬、王垒和施俊琦 (2006) 翻译 Gibbons 和 Buunk (1999) 编制的社会比较倾向量表。该问卷共有 11 个项目 (如, “我从不按照他人的处境来考

虑自己生活中的处境”），采取 Likert 5 点计分，得分越高表明个体的社会比较倾向也越高。对问卷进行验证性因素分析，结果表明拟合指标较好（ $\chi^2/df = 3.74$, RMSEA = .04, NFI = .95, GFI = .96, CFI = .96）；在本研究中，该问卷的内部一致性系数 α 为 .80。

2.2.3 自我概念清晰性问卷

采用 Campbell 等人 (1996) 编制的自我概念清晰性问卷，该问卷共 12 个项目来测量个体自我概念的清晰性和一致性（如，“我对自己的一些看法经常相互冲突”）。问卷采用 Likert 4 点计分（1 “很不符合” - 4 “非常符合”），得分越高表明个体自我概念清晰性水平越高。对原始问卷翻译后进行验证性因素分析，拟合指标较好（ $\chi^2/df = 3.57$, RMSEA = .06, NFI = .92, GFI = .94, CFI = .94）；在本研究中，该问卷的内部一致性系数 α 为 .81。

2.3 共同方法偏差检验与控制

本研究中所有数据均来自被试的自我报告，可能会存在共同方法偏差 (Common Method Biases)，为了提高研究的严谨性，采用周浩和龙立荣 (2004) 所推荐的方法进行了共同方法偏差检验，采用验证

性因素分析，设定公因子数为 1，结果发现拟合指数（ $\chi^2/df = 27.35$, RMSEA = .33, NFI = .53, AGFI = .64, CFI = .59）不理想，表明本研究数据不存在严重的共同方法偏差。

3 结果与分析

3.1 社交网站使用、社会比较与自我概念清晰性的一般状况和相关分析

社交网站使用强度、社会比较倾向与自我概念清晰性的性别和年级差异分析结果表明，这三个变量不存在显著的性别差异，但社交网站使用强度（ $t = 5.75, p < .001, d = .45$ ）和自我概念清晰性（ $t = 2.51, p < .05, d = .31$ ）存在显著的年级差异，且高中生的得分显著高于初中生。进一步在控制性别和年级的条件下进行偏相关分析，结果表明：社交网站使用强度和社会比较倾向显著正相关，而社交网站使用强度和社会比较倾向都与自我概念清晰性呈显著负相关（如表 1 所示）。

3.2 社交网站使用对自我概念清晰性的影响：社会比较的中介作用

表 1 描述性统计结果和变量间的相关分析

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3
1 社交网站使用强度	0	.70	1		
2 社会比较倾向	3.16	.62	.23**	1	
3 自我概念清晰性	2.50	.55	-.29**	-.33**	1

（注：* $p < .05$, ** $p < .01$, 下同）

依据温忠麟和叶宝娟 (2014) 推荐的中介效应分析流程（该流程综合了依次检验法和 Bootstrap 法的优点，无论是考虑第一类错误率、检验力还是结果的解释性，该流程都具有优势），本研究使用温忠麟和叶宝娟 (2014) 编制的 Mplus 程序（该程序可以一次性得到所要的全部结果，包括通常的依次检验结果和 Bootstrap 法置信区间），在控制性别和年级的条件下，重复抽取 1000 个样本进行中介效应分析。

中介效应分析的结果显示，社交网站使用强度能显著正向预测社会比较倾向（ $\beta = .21, p < .01$ ），当社交网站使用强度和社会比较倾向同时进入回归方程时，社交网站使用强度和社会比较倾向都能显著负向预测自我概念清晰性（ $\beta = .16, p < .01$; $\beta = .32, p < .01$ ）（如表 2 所示）；且平均间接效应（ $a \cdot b$ ）为 -.07, Bootstrap $SE = .02$, 置信区间为 [-.11, -.04] 不包括 0，因此社会比较倾向在社交网站使用强度对自我概念

清晰性影响中的中介效应显著，中介效应占总效应的比例为 29.57%。

4 讨论

4.1 社交网站使用、社会比较与自我概念清晰性的一般状况和相关分析

性别和年级差异检验的结果表明，社交网站使用强度、社会比较倾向与自我概念清晰性不存在显著的性别差异，但社交网站使用强度和自我概念清晰性存在显著的年级差异，且高中生的得分显著高于初中生。这表明作为网络时代人际交往的重要手段和平台 (Song et al., 2014; Strano & Wattai, 2012)，所有的青少年都倾向于使用社交网站来进行人际交往，虽然不同性别个体在社交网站中的具体使用行为不同，但他们在总体使用水平上不存在显著差

表 2 中介效应的逐步回归分析

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^2	F	β	Bootstrap 下限	Bootstrap 上限	p
社会比较倾向	性别	.08	10.84 ^{***}	.02	.01	.06	.74
	年级			.03	-.06	.10	.61
	社交网站使用 (a)			.21	.11	.28	<.01
自我概念清晰性	性别	.16	24.45 ^{***}	.02	.01	.07	.69
	年级			.04	-.07	.13	<.05
	社交网站使用			-.16	-.24	.13	<.01
	社会比较倾向 (b)			-.32	-.40	-.23	<.01

异 (Muscanell & Guadagno, 2012); 且随着年级的增长, 青少年自由支配的时间以及网络接触途径和使用经验都会增多, 因此社交网站的强度也会随之增加; 此外, 作为青少年阶段重要的发展任务, 青少年在中学阶段会进行各种自我反思和自我探索, 他们的自我会在这一阶段得到进一步的发展 (Sebastian, Burnett, & Blakemore, 2008), 自我概念清晰性水平也会提高。

进一步相关分析的结果表明, 社交网站使用强度和社会比较倾向显著正相关, 而社交网站使用强度和社会比较倾向都与自我概念清晰性呈显著负相关。个体在社交网站中会进行大量的自我探索和自我表露, 也会不可避免地成为他人展露信息的受众, 这就会诱发个体的社会比较倾向, 特别是青少年个体更倾向于使用社交网站来与同伴建立联系并获取他们的相关信息 (Vogel et al., 2014); 同时, 而社会比较作为自我发展的影响因素, 会使个体的自我概念容易受外界因素的影响, 因此, 社会比较和个体的自我概念清晰性显著负相关 (Butzer & Kuiper, 2006; Vartanian & Dey, 2013)。

此外, 虽然社交网站对个体的心理社会适应有着积极影响 (姚琦等, 2014; Indian & Grieve, 2014; Zhong, 2014); 个体能够在社交网站的使用中进行自我探索和表达, 但社交网站的使用和自我概念清晰性显著负相关 (Davis, 2013), 这一结果切合了 Valkenburg 和 Peter (2011) 提出的自我概念分化假说, 也提示我们要进一步深入研究社交网站使用对青少年发展的影响。

4.2 社交网站使用强度对自我概念清晰性的影响: 社会比较的中介作用

中介效应分析的结果表明, 社交网站使用对自我概念清晰性不仅有显著的直接预测效应, 还能

通过社会比较倾向的间接作用对自我概念清晰性产生影响。首先, 社交网站使用对自我概念清晰性有显著的负向预测作用, 这一结果与之前一些研究者的观点并不一致。如前所述, 社交网站为青少年提供了一个进行自我探索的理想空间, 在网络中个体可以方便表达和探索自我的不同方面, 给个体提供了塑造、扮演自我的机会, 并通过与他人的互动反馈来进行自我反思和自我建构 (Subrahmanyam & Šmahel, 2011; Walther et al., 2011), 但本研究的结果却发现, 社交网站的使用不利于个体形成稳定清晰的自我认知。这也进一步说明社交网站的使用会对个体自我的发展产生消极影响, 使个体面临自我不同方面无法统合的风险 (Davis, 2013; Valkenburg & Peter, 2011)。

此外, 社交网站使用还能通过社会比较倾向的间接作用对自我概念清晰性产生影响, 这一机制在在社交网站对个体自尊和身体自我意象的影响中也得到了证实 (Tiggemann & Slater, 2013; Vogel et al., 2014)。个体不仅会在社交网站中呈现大量自我相关的信息, 也常常会通过社交网站来获取有关他人的信息 (Vogel et al., 2014), 因此, 个体在社交网站中也会不可避免地成为其他用户呈现内容的受众, 这就会成为诱发个体进行社会比较的情景因素; 再加上社交网站中的好友绝大多数是个体线下的朋友、同学 (中国互联网信息中心, 2014), 这种相似群体的信息更能诱发个体的社会比较倾向 (郭淑斌, 黄希庭, 2010)。而社会比较会使个体过多地关注外界信息并依据外界信息来进行自我评价和自我认知, 从而动摇对自我的评价和看法, 进一步对个体的自我概念清晰性产生消极影响 (Butzer & Kuiper, 2006; Vartanian & Dey, 2013)。

社交网站使用对自我概念清晰性的负向预测作

用以及社会比较在其中的中介作用，提示我们要客观看待社交网站的影响，社交网站旨在维系和扩展人际关系网络，虽然有助于个体的心理社会适应水平的提高，却会对个体自我的发展产生消极影响，这看似矛盾的结果反映了社交网站对个体不同方面的影响。这也提示我们要进一步深入研究社交网站使用对青少年发展的影响，并重视社交网站使用和个体适应关系中的其它影响变量。同时，研究者也指出不同的社交网站使用行为对个体的影响可能不同（姚琦等，2014；Bevan, Gomez, & Sparks, 2014），但本研究仅仅探讨了一般性社交网站使用对自我概念清晰性的影响，未来的研究也很有必要去考察特定的社交网站使用行为对个体心理社会适应和自我发展的影响。最后，这一结果启示我们要引导青少年合理使用社交网站，客观合理看待社交网站中的好友信息，以期使社交网站对青少年的发展发挥积极作用。

参考文献

- 柴晓运, 龚少英. (2011). 青少年的同一性实验：网络环境的视角. *心理科学进展*, 19(3), 364–371.
- 郭淑斌, 黄希庭. (2010). 社会比较的动力：动机与倾向性. *西南大学学报 (社会科学版)*, 36(4), 14–18.
- 凌辉, 张建人, 黄续, 熊恋. (2011). 大学生自我同一性与自我概念的关系研究. *中国临床心理学杂志*, 19(5), 684–686.
- 王明姬, 王奎, 施俊琦. (2006). 社会比较倾向量表中文版的信效度检验. *中国心理卫生杂志*, 20(5), 302–305.
- 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.
- 邢淑芬, 俞国良. (2006). 社会比较：对比效应还是同化效应？. *心理科学进展*, 14(6), 944–949.
- 徐海玲. (2007). 自我概念清晰性和个体心理调适的关系. *心理科学*, 30(1), 96–99.
- 姚琦, 马华维, 阎欢, 陈琦. (2014). 心理学视角下社交网络用户个体行为分析. *心理科学进展*, 22(10), 1647–1659.
- 中国互联网信息中心 (CNNIC). (2014). 《2014 年中国社交类应用用户行为研究报告》. 取自 <http://www.cnnic.net.cn/hlwfyj/hlwzbg/201408/P020140822379356612744.pdf>
- 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), 942–950.
- 朱晓斌, 张莉渺, 吴亮亮. (2011). 初中生成就目标定向, 学业社会比较和学业自我效能的关系. *中国临床心理学杂志*, 19(2), 255–258.
- Bevan, J. L., Gomez, R., & Sparks, L. (2014). Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life. *Computers in Human Behavior*, 39, 246–253.
- Butzer, B., & Kuiper, N. A. (2006). Relationships between the frequency of social comparisons and self-concept clarity, intolerance of uncertainty, anxiety, and depression. *Personality and Individual Differences*, 41(1), 167–176.
- Campbell, J. D. (1990). Self-esteem and clarity of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(3), 538–549.
- Davis, K. (2013). Young people's digital lives: The impact of interpersonal relationships and digital media use on adolescents' sense of identity. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2281–2293.
- Ellison, S. C., Nicole, B., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Ellison, S. C., Nicole, B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434–445.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295–302.
- 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(2), 102–106.
- Israelashvili, M., Kim, T., & Bukobza, G. (2012). Adolescents' over-use of the cyber world – Internet addiction or identity exploration? *Journal of Adolescence*, 35(2), 417–424.
- Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(4), 183–189.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., et al. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE*, 8(8), e69841.
- Muscannell, N. L., & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 107–112.
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30(1), 69–78.
- Pinkasavage, E., Arigo, D., & Schumacher, L. M. (2015). Social comparison, negative body image, and disordered eating behavior: The moderating role of coping style. *Eating Behaviors*, 16, 72–77.
- Sebastian, C., Burnett, S., & Blakemore, S. J. (2008). Development of the self-concept during adolescence. *Trends in Cognitive Sciences*, 12(11), 441–446.
- Strano, M. M., & Wattai, Q. J. (2012). Covering your face on Facebook: Suppression as identity management. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 24(4), 166–180.
- Subrahmanyam, K., & Šmahel, D. (2011). *Constructing identity online: Identity exploration and self-presentation digital youth*. Springer New York.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633.
- Usborne, E., & Taylor, D. M. (2010). The role of cultural identity clarity for self-concept clarity, self-esteem, and subjective well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(7), 883–897.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of*

- Adolescent Health*, 48(2), 121–127.
- Vartanian, L. R., & Dey, S. (2013). Self-concept clarity, thin-ideal internalization, and appearance-related social comparison as predictors of body dissatisfaction. *Body Image*, 10(4), 495–500.
- 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(4), 206–222.
- Walther, J. B., Liang, Y. J., DeAndrea, D. C., Tong, S. T., Carr, C. T., Spottswood, E. L., & Amichai-Hamburger, Y. (2011). The effect of feedback on identity shift in computer-mediated communication. *Media Psychology*, 14(1), 1–26.
- Wright, K. B., Rosenberg, J., Egbert, N., Ploeger, N. A., Bernard, D. R., & King, S. (2013). Communication competence, social support, and depression among college students: A model of facebook and face-to-face support network influence. *Journal of Health Communication*, 18(1), 41–57.
- Zhong, Z. J. (2014). Civic engagement among educated Chinese youth: The role of SNS (Social Networking Services), bonding and bridging social capital. *Computers and Education*, 75(6), 263–273.

The Effect of Adolescents' Social Networking Site Use on Self-concept Clarity: The Mediating Role of Social Comparison

Niu Gengfeng, Sun Xiaojun, Zhou Zongkui, Tian Yuan, Liu Qingqi, Lian Shuailei

(Key Laboratory of Adolescent cyberpsychology and behavior, Ministry of Education;

School of Psychology, Central China Normal University, Wuhan, 430079)

Abstract With its rapid rise and popularity among people all over the world, social networking sites have become an important platform for interpersonal interactions, and the impact of social networking sites' use has also become a focus of relevant research scholars. Social networking sites, aimed at encouraging people to build and maintain a network of friends, provide a necessarily supplementary way to interact with others, which has an important effect on individuals' psychological and social adaption. Research has revealed that the use of social networking sites could increase an individual's social capital, reduce an individual's loneliness and promote life satisfaction and subjective well-being. But some researchers have also found inconsistent results: the use of social networking sites was significantly and negatively correlated with self-esteem and happiness as well as significantly and positively correlated with depression. For these inconsistent results, researchers have pointed out that the impact of social networking sites' use on individual may be affected by other variables.

At the same time, current research is mainly focusing on the impact of social networking sites' use on an individual's psychosocial adaptation. However, the core developmental task of adolescents, i.e., the formation and development of self, has not had enough attention. Previous studies have pointed out that individuals could construct themselves through self-presentation and self-exploration on social networking sites because social networking sites could provide teenagers with an ideal self-exploration space. Valkenburg and Peter (2011) outlined the self-concept fragmentation hypothesis: the opportunities that the Internet can offer individuals to interact with many different people in diverse online environments (in some cases adopting a different personality) undermined their ability to coordinate the multiple facets of themselves into a coherent whole. This hypothesis has been confirmed by several studies.

On this basis, the aim of this study was to investigate the effect of social networking sites on self-concept clarity, and further explored the effect of social comparison orientation. A survey was conducted to examine the relationship among social networking site use, social comparison orientation and self-concept clarity of middle and high school students. The participants were 697 middle school students. Three questionnaires were used in this study: the Scale for Social Networking Site Use Intensity, the Iowa, Netherlands Comparison Orientation Measure, and the Self-Concept Clarity Scale.

The results indicated that: (1) Social networking site use was positively correlated with social comparison orientation, but social networking site use and social comparison orientation were negatively correlated with self-concept clarity. (2) The mediating effect of social comparison orientation was significant in social networking site use's effect on self-concept clarity. Not only could social networking site use significantly predict self-concept clarity, but it could also affect self-concept clarity through the mediating role of social comparison orientation. This indicated that though social networking site use has a positive effect on an individuals' psychological and social adaption, it also has a negative impact on an individual's self-development. This seemingly contradictory result reflects the different aspects of social networking site use's effect on individuals. It suggests that we should attach great importance to the variables affecting social networking sites use's effect on individuals and guide teenagers to view friends' information on social networking sites objectively and reasonably.

Key words social networking site, social comparison, self-concept clarity, mediating effect