

# 线上“秀恩爱”与旁观者主观幸福感的关系： 自尊的中介作用和依恋的调节作用\*

郭瑾瑾<sup>1</sup> 牛璐<sup>1</sup> 谢笑春<sup>2</sup> 王鹏程<sup>1</sup> 雷雳<sup>1</sup>

(1. 中国人民大学心理学系, 北京 100872; 2. 东北师范大学心理学院, 长春 130024)

**摘要:**随着互联网技术的普及, 社交网站已经成为个体日常生活的重要部分, 对个体的社会发展和社会适应产生重要影响。为探讨线上“秀恩爱”与旁观者主观幸福感的关系, 以及自尊和依恋在其中的作用, 本研究采用问卷法对 458 名成人进行了调查。结果表明: (1) 被动接受“秀恩爱”程度越高, 个体的主观幸福感和自尊越低; (2) 自尊在被动接受“秀恩爱”程度与主观幸福感之间存在中介效应, 被动接受“秀恩爱”程度越高, 会引发个体自尊下降, 进一步降低主观幸福感; (3) 依恋焦虑在被动接受“秀恩爱”程度与自尊之间有调节效应, 当依恋焦虑水平较低时, 被动接受“秀恩爱”程度对自尊的削弱效应较强。

**关键词:**社交网站; 浪漫关系; 主观幸福感; 自尊; 依恋

**分类号:**B844

## 1 引言

随着互联网的普及, 网络沟通成为个体日常生活的重要部分。中国互联网络信息中心(CNNIC)第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 中国手机网民规模达到 8.47 亿, 网民中使用手机上网的比例达 99.1%, 且社交类应用受到手机网民的广泛欢迎。社交网站允许人们创建公共或半公共的主页, 发布内容或与他人互动(Blease, 2015)。社交网站为个体提供了联系网络与线下生活的途径(Subrahmanyam & Greenfield, 2008), 这种交互式的网络活动也改变了传统的浪漫关系(romantic relationship)的模式。

互联网在个体青春期和成年早期浪漫关系发展阶段中均发挥着重要作用(Reed, Tolman, Ward & Safyer, 2016)。研究显示, 美国青少年中有 35% 的个体曾有过线上“秀恩爱”的经历(Lenhart, Smith, & Anderson, 2015)。在成年初期, 个体处于浪漫关系发展的黄金期, 线上“秀恩爱”可以提高伴侣之间的关系满意度(Saslow, Muise, Impett, & Dubin, 2013), 在社交网站展示浪漫关系能增加伴侣双方的归属感和连接的需求(Seidman, Langlais, & Ha-

vens, 2019)。同时, 它也会引起伴侣的嫉妒(Muise, Christofides, & Desmarais, 2014)。因此, 面对不一致的研究结果, 进一步考虑线上“秀恩爱”是如何起作用 and 何时起作用, 即线上“秀恩爱”的作用机制显得尤为重要。本研究中将线上“秀恩爱”界定为: 发布浪漫关系信息的行为, 即情侣在社交网站上发布与浪漫关系相关的文字和照片。已有研究表明, 在社交网站上主动发布照片有利于增加情侣的关系满意度(Saslow et al., 2013), 旁观者也可以通过社交网站感知情侣的关系质量, “秀恩爱”较多的情侣被认为关系质量较高(Emery, Muise, Alpert, & Le, 2015)。然而对于旁观者来说, 被动接受“秀恩爱”信息可能引发旁观者更高的消极情感和更低的自尊, 导致主观幸福感的下降。那么深入探讨线上“秀恩爱”与主观幸福感二者关系中的可能存在的中介因素及边界条件有利于进一步澄清互联网在个体浪漫关系发展中的重要作用, 以及这种作用如何影响个体的积极发展。因此, 本研究拟探讨线上“秀恩爱”对旁观者主观幸福感的影响及其作用机制。

### 1.1 线上“秀恩爱”、主观幸福感和自尊

主观幸福感(Subjective Well Being, SWB)是指

\* 基金项目: 教育部人文社会科学重点研究基地(天津师范大学心理与行为研究院)重大项目(14JJD190005); 教育部人文社会科学青年项目(19YJC190024)。  
通信作者: 雷雳, E-mail: dr.leili@qq.com

个体根据自己设定的标准对其生活质量所作的整体评价 (Diener, 1984), 包含生活满意度、积极情感和消极情感三个部分。

在有关社交网站对主观幸福感的研究中, 社交网站的使用方式对主观幸福感的效用有差别。社交网站使用模式分为主动和被动两种方式 (Chen, Fan, Liu, Zhou, & Xie, 2016; Verduyn et al., 2015)。主动使用社交网站能够加强个体的社会联系, 降低孤独感 (Deters & Mehl, 2013), 而被动社交网站使用能够带来更高的孤独感 (Burke, Marlow, & Lento, 2010)。Verduyn 等 (2015) 采用实验法诱发被试社交网站的主动和被动使用, 结果发现被动使用社交网站的被试主观幸福感降低。

基于社会比较理论的相关研究指出, 被动接受“秀恩爱”信息一方面引起消极的社会比较, 尤其是上行社会比较, 会认为他人比自己的生活更幸福 (Lee, 2014; Chou & Edge, 2012), 从而引发个体的嫉妒情绪, 进而导致主观幸福感的下降 (Chou & Edge, 2012); 另一方面, 消极的社会比较会引发个体消极的自我评价, 导致个体自尊的下降, 进而导致主观幸福感的下降。Haferkamp 和 Kramer (2011) 的研究发现, 当女性在网上看到漂亮的照片更容易对自己产生消极的影响, 当男性看到成功人士的主页时感到自己离理想职位越来越远, 消极的自我感觉会减损自尊, 引发主观幸福感的下降。

以往研究表明自尊与心理健康密切相关, 例如降低抑郁 (Li, Delvecchio, Riso, Salcuni, & Mazzeschi, 2015), 提高关系满意度 (Murray, Holmes, & Griffin, 2000) 和生活满意度 (Diener & Diener, 2009) 等, 这表明自尊是个体幸福感的重要保护性因素, 也是预测主观幸福感的最佳指标。Leung (2016) 的研究发现, 两组被试分别浏览“秀恩爱”信息和中性信息后, 浏览“秀恩爱”信息的被试消极情感更高, 自尊更低, 尤其是当个体感知到自己是单身状态, 或者感知到将来的浪漫关系达不到预期时, 这种消极作用更加强烈。Chen 等 (2016) 考察了自尊在社交网站的被动使用与主观幸福感的中介效应, 结果发现自尊与主观幸福感正相关显著, 且自尊有中介效应。

基于此, 本研究假设自尊在被动接受“秀恩爱”信息和主观幸福感之间有中介效应, 即被动接受“秀恩爱”信息能够引发个体自尊的下降, 并进一步降低主观幸福感, 且线上“秀恩爱”信息相比中性信息更能引起旁观者自尊的降低。

1.2 依恋的调节作用

依恋是个体亲密关系中的重要保护性因素 (Cassidy & Shaver, 2008)。Shave 和 Hazan (1987) 引申出成人依恋的概念, 成人依恋指成人与伴侣之间构成的一个情感联结, 它影响着个体在浪漫关系中的认知、情感和行为。依恋理论提供了一个有用的理论框架, 用于理解青少年进入约会关系的关系模式, 这些模式影响着他们的浪漫关系体验。基于依恋的内部工作模式, 研究者倾向于使用依恋焦虑和依恋回避两个维度来衡量成人依恋。依恋焦虑通常是指关系的不安全感以及与依恋人物分离的焦虑和恐惧 (Han, Geng, Jou, Gao, & Yang, 2017), 反映的是个体对自我的态度和看法。高依恋焦虑的个体认为自己是值得接受他人的爱护, 并且担心被抛弃。当人们将新信息整合到现有依恋风格中时, 依恋焦虑维度内也会有不同程度的波动。有证据表明, 个人对自我的假设可能会因为受到干扰而产生不良的情感体验 (Wickham, Sitko, & Bentall, 2015), 包括焦虑、抑郁, 甚至强迫症等。因而, 依恋焦虑可以被看做是一种消极的个体特质。

以往研究表明, 依恋焦虑和自尊之间存在明显的负相关 (Li & Kato, 2006)。Lee 和 Hankin (2009) 考察了不安全依恋和自尊对抑郁和焦虑的预测作用, 结果也发现高依恋焦虑和低自尊相关。依恋焦虑的产生往往是因为人际关系的不稳定性, 高依恋焦虑的个体对接受和拒绝的信号更加敏感 (Foster, Kernis, & Goldman, 2007)。高依恋焦虑的个体自我评价较低, 且担心自己被抛弃, 因而对“秀恩爱”信息更加敏感, 在看到“秀恩爱”信息后更容易引发嫉妒和社会比较, 从而导致消极的自我评价, 引起自尊的下降, 并使得个体感知到更不幸福。

压力易感模认为压力性环境对个体的影响会因个体差异而异 (Nahum-Shani, Hekler, & Spruijt-Metz, 2015)。考虑到依恋焦虑是一种对压力环境易感的个体特质, 因而依恋焦虑有可能在被动接受“秀恩爱”信息这种压力性环境和自尊之间起到调节作用。

以往关于社交网站和浪漫关系的研究发现, 依恋可以预测社交网站使用的影响、认知和行为, 以及 Facebook 使用中相关的嫉妒和浪漫关系中的监视 (Han et al., 2017)。Marshall, Bejanyan, Di Castro 和 Lee (2013) 通过实验法和追踪研究发现, 焦虑型依恋的个体在 Facebook 使用中体验到更多的嫉妒情绪。Leung (2016) 发现焦虑维度得分较高的个体

在浏览浪漫关系信息后带来更高的消极情感和更低的自尊。

基于此,本研究假设依恋焦虑在自尊中介模型中有调节效应,即依恋焦虑越高,自尊的中介效应越强,线上“秀恩爱”对旁观者自尊的削弱作用更强。假设模型如图 1 所示。

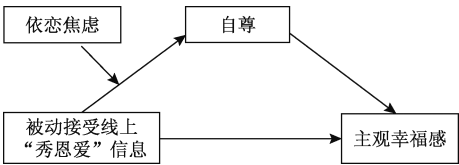


图 1 有调节的中介模型

## 2 研究方法

### 2.1 被试

采用方便取样对 500 名成人进行问卷调查,剔除主试施测过程标记为答题时长较短、问卷填写不完整、问卷关键信息缺失的被试 42 人,回收整理后得到有效问卷 458 份,有效率为 91.6%。其中男性 127 人,占比 27.7%,女性 331 人,占比 72.1%,被试平均年龄  $23.55 \pm 4.62$  岁。本研究中还测定了被试的情感状态,其中单身没谈过恋爱的个体有 115 个,占比 25.1%,单身谈过恋爱的个体有 152 个,占比 33.2%;恋爱中个体有 151 个,占比 33.0%;已婚个体 40 个,占比 8.7%,性别与情感状态为控制变量。

### 2.2 研究工具

#### 2.2.1 被动接受“秀恩爱”程度问卷

问卷改编自被动社交网站使用问卷(Passive SNS Use, PSNSU)中文版(Chen et al., 2016)。问卷包含五个题目(如,“我经常评论或点赞好友发布的‘秀恩爱’状态”),采用 5 点计分,从 1(非常不符合)到 5(非常符合),得分越高,表示被动接受“秀恩爱”的程度越高。被动接受“秀恩爱”程度问卷的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.65。

#### 2.2.2 主观幸福感

主观幸福感的测量包括积极情感、消极情感和生活满意度(Satisfaction with Life Scale, SWLS)(Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985)。采用 Diener(1984)编制的《生活满意度量表》来测量生活满意度,共 5 个题目(如,“我的生活在大多数方面都接近于我的理想”),采用 7 点记分,从 1(非常不同意)到 7(非常同意),本研究中,生活满意度的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.81。使用 Bradburn(1969)编制

的《情感量表》来测量主观幸福感的情感维度,包括积极情感(PA)和消极情感(NA),共 10 个项目用以描述过去几周的感受(如,“在过去几周里您是否感到坐立不安?”),采用 5 点计分,从 1(非常不同意)到 5(非常同意)。本研究中积极情感 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.54,消极情感为 0.79。根据以往研究(Sheldon & Elliot, 1999),主观幸福感的得分为标准化的生活满意度得分与标准化积极情感的和减去标准化消极情感的得分。

#### 2.2.3 自尊量表

自尊量表采用 Rosenberg(1965)的自尊量表,共 10 道题目(如,“我对自己持一种肯定的态度”),采用 5 点计分,从 1(完全不符合)到 5(完全符合),分值越高,自尊程度越高。本研究中,自尊量表的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.84。

#### 2.2.4 亲密关系经历量表

采用李同归(2006)修订的亲密关系经历量表,测量被试的依恋类型,共 36 道题目(如,“我担心我会被抛弃”),分为两个维度:依恋焦虑和依恋回避,每个维度 18 个题目。量表采用 7 点评分,从 1(完全不符合)到 7(完全符合)。本研究中,回避维度的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.88,焦虑维度的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.89。

### 2.3 数据处理

使用 SPSS19.0 以及 Hayes(2013)的 PROCESS 来整理和分析数据。

## 3 数据分析与结果

### 3.1 共同方法偏差的检验与控制

本研究采用 Harman 单因子检验法检验是否存在共同方法偏差。通过主成分法,检验未旋转时的因素分析结果。结果发现,在未转轴时可以抽取出 15 个因子,第一因子的方差解释率为 17.15%,低于 40%的标准,没有出现“只析出一个因子或某个因子解释率特别大”的情况。因此,本研究数据不存在严重的共同方法偏差,各变量间的关系是可信的。

### 3.2 描述性统计与相关分析

差异检验结果表明,自尊不存在性别差异( $t = 1.913, p > 0.05$ );主观幸福感也不存在性别差异( $t = -0.213, p > 0.05$ );自尊存在情感状态差异,其中单身未谈过恋爱、单身谈过恋爱以及恋爱中个体的自尊差异并不显著,但已婚个体的自尊要显著高于其他三种情感状态 [ $F(3, 454) = 7.134, p < 0.05, \eta^2 = 0.045$ ];主观幸福感同样存在情感状态差异,



已婚个体的的主观幸福感得分要显著高于单身个体,和恋爱中个体并无显著差异 [ $F(3, 454) = 5.882, p < 0.05, \eta^2 = 0.037$  ]。在后续的分析中,本研究将性别和情感状态作为控制变量以排除二者的影响。通过对被动接受“秀恩爱”程度、主观幸福

感、自尊和依恋水平进行相关分析,结果表明,被动接受“秀恩爱”程度与主观幸福感以及自尊显著负相关,符合中介分析的基本前提。各变量的平均数、标准差以及相关矩阵如表 1 所示。

表 1 变量间的均值、标准差以及相关分析结果

变量	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6	7	8
1 性别	0.72	0.45	—							
2 情感 <sub>2</sub>	0.33	0.47	0.03	—						
3 情感 <sub>3</sub>	0.33	0.47	-0.11 *	-0.49 **	—					
4 情感 <sub>4</sub>	0.09	0.28	0.02	-0.22 **	-0.22 **	—				
5 被秀	3.36	0.72	-0.05	-0.02	0.01	0.00	—			
6 自尊	3.59	0.61	-0.09	0.04	-0.08	0.02	-0.10 *	—		
7 SWB	0.00	2.16	0.01	0.04	-0.09 *	-0.04	-0.20 **	0.53 **	—	
8 焦虑	3.81	1.04	-0.08	-0.05	0.08	0.03	0.05	-0.36 **	-0.29 **	—

注: $n = 458$ 。性别为虚拟变量,男性 = 0,女性 = 1,均值表示男生所占比例。情感为虚拟变量编码,以单身没谈过恋爱为参考类别,单身谈过恋爱、恋爱中、已婚相对于该类别形成三个虚拟变量(情感<sub>2</sub>、情感<sub>3</sub>、情感<sub>4</sub>),均值表示该类别人数占总人数的百分比。“被秀”代表被动接受“秀恩爱”程度。SWB 代表主观幸福感。\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.01$ 。下同。

3.3 有调节的中介效应检验

使用 Hayes 的 SPSS 宏程序 PROCESS,检验自尊在被动接受“秀恩爱”程度与主观幸福感之间是否受到依恋的调节。结果表明,自尊在被动接受

“秀恩爱”程度与主观幸福感之间的中介效应显著,占总效应的 26.09%,占直接效应的 35.30%。如表 2 所示,中介效应的值是 -0.05,95% 置信区间为 [-0.111, -0.002]。

表 2 自尊的中介效应

中介变量	效应	效应值	效应比	Boot 标准误	Boot CI 下限	Boot CI 上限
自尊	总效应	-0.202		0.046	-0.292	-0.112
	直接效应	-0.150		0.040	-0.227	-0.072
	间接效应	-0.053	26.09%	0.028	-0.111	-0.002

注:为了更精确显示 Boot CI 的上下限数据,这里保留三位小数,下同。

在调节变量(依恋焦虑)得分平均数加一个标准差、平均数以及平均数减一个标准差三个水平时,不同水平的调节变量(依恋焦虑)在被动接受“秀恩爱”程度与主观幸福感之间的中介效应值及 Bootstrap 置信区间如表 3 所示。

结果表明自尊的中介效应在低焦虑水平时显著,效应值为 -0.092,95% 的置信区间为 [-0.169, -0.025],依恋焦虑对自尊的中介模型起调节效应。

表 3 不同依恋水平时自尊在被动接受“秀恩爱”程度与主观幸福感之间的中介效应

调节变量		效应值	Boot 标准误	Boot CI 下限	Boot CI 上限
依恋焦虑水平	<i>M - SD</i>	-0.092	0.037	-0.169	-0.025
	<i>M</i>	-0.040	0.025	-0.094	0.006
	<i>M + SD</i>	0.004	0.030	-0.059	0.059

为了检验依恋焦虑在自尊的中介模型各个路径的调节效应,对三个回归方程的参数进行估计,方程 1 检验依恋焦虑对被动接受“秀恩爱”程度与主观幸福感的调节效应;方程 2 检验依恋焦虑在被动接受“秀恩爱”程度与自尊的调节效应;方程 3 检验依恋焦虑对自尊与主观幸福感之间关系的调节效应以及被动接受“秀恩爱”程度对主观幸福感残余效应的

调节效应。

检验结果如表 4 所示,方程 1 中,被动接受“秀恩爱”程度负向预测主观幸福感,依恋焦虑负向预测主观幸福感,被动接受“秀恩爱”程度与依恋回避的交互项的预测作用不显著。方程 2 中,被动接受“秀恩爱”程度、依恋焦虑负向预测自尊,被动接受“秀恩爱”程度与依恋焦虑的交互项正向预测自尊。

这表明依恋焦虑在被动接受“秀恩爱”程度与自尊之间有调节效应。方程 3 中,自尊与依恋焦虑的交

互项对主观幸福感的预测不显著。

表 4 依恋焦虑的调节效应

	方程 1(效标:主观幸福感)			方程 2(效标:自尊)			方程 3(效标:主观幸福感)		
	<i>b</i>	<i>SE</i>	$\beta$	<i>b</i>	<i>SE</i>	$\beta$	<i>b</i>	<i>SE</i>	$\beta$
被秀	-0.84	0.50	-0.19 ***	-0.36	0.14	-0.09 *	-0.21	0.44	-0.14 ***
焦虑	-0.81	0.43	-0.27 ***	-0.46	0.12	-0.37 ***	0.46	0.61	-0.10 *
被秀 × 焦虑	0.07	0.13	0.03	0.07	0.03	0.09 *	-0.05	0.11	-0.02
自尊							2.22	0.52	0.49 ***
自尊 × 焦虑							-0.13	0.13	-0.04
<i>adjusted R</i> <sup>2</sup>		0.11			0.14			0.31	
<i>F</i>		9.25 ***			12.70 ***			23.60 ***	

为了进一步分析被动接受“秀恩爱”程度与依恋焦虑的交互效应,计算出了依恋焦虑为平均数正负一个标准差时,被动接受“秀恩爱”程度对自尊的效应值,即简单斜率检验,并绘制简单效应分析图。如图 2,结果表明,当依恋焦虑水平较低时,被动接受“秀恩爱”程度对自尊的削弱效应较强( $b_{simple} = -0.181, p < 0.001$ );当依恋焦虑水平较高时,被动接受“秀恩爱”程度对自尊的削弱效应不显著( $b_{simple} = -0.003, p > 0.05$ )。

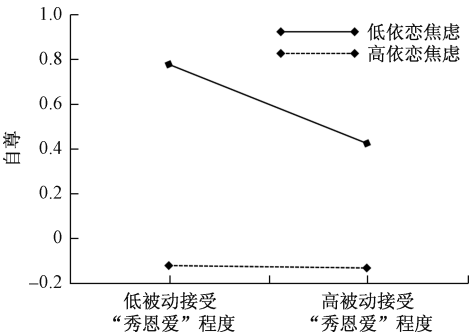


图 2 依恋焦虑在“秀恩爱”被动接受程度与自尊之间的调节效应

4 讨论

本研究通过有调节的中介模型探讨线上“秀恩爱”对旁观者主观幸福感的影响,不但对以往被动性社交网站使用对个体心理健康影响研究进行了扩展,而且聚焦在浪漫关系中的“秀恩爱”信息是对社交网站信息研究的补充,使个体更全面了解社交网站使用如何对旁观者主观幸福感产生不良影响。浪漫关系信息作为社交网站上的一类普遍信息,对个体心理健康有举足轻重的作用。前人针对社交网站被动使用这一主题做了许多研究,但尚未区分社交网站的信息类型,以及被动性使用社交网站对浪漫关系的影响,本研究重点探讨了社交网站上的浪漫

关系信息对主观幸福感的影响,还探讨了线上“秀恩爱”对旁观者主观幸福感的影响机制,明确了自尊和依恋焦虑在该模型中的作用。

本研究发现被动接受“秀恩爱”程度能直接负向预测主观幸福感,这与以往社交网站被动使用研究的结果具有一致性。前人的研究表明被动社交网站使用能够引发主观幸福感的降低 (Chen et al., 2016)。由于社交网站上充斥着大量经过印象管理的信息,旁观者认为他人比自己更幸福 (Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014)。当个体预期自己达不到比较对象的状态时,这种社会比较行为会导致个体的消极自我评价,进而引发生活满意度和主观幸福感的降低。

“秀恩爱”信息作为社交网站信息的一种,它的被动使用也能够引发主观幸福感的降低。基于社会比较的视角,社交网站上的“秀恩爱”信息比中性信息引发的社会比较动机更为强烈。“秀恩爱”信息能够引发个体消极的上行社会比较,这种社会比较一方面会引发个体的嫉妒情绪,另一方面会导致个体对自我产生消极的评价,并进一步导致主观幸福感的降低。基于浪漫关系的视角,个体建立浪漫关系动机之一是提升自我价值,而被动使用“秀恩爱”信息时,会使个体的个人价值提升受到威胁,对个体产生消极影响,进而降低主观幸福感。Emery 等 (2015) 的研究发现,个体对发布浪漫关系信息的情侣的喜爱程度更低。这是由于浪漫关系信息对于个体自我价值威胁更大,这在一定程度上能够验证本研究的解释。

4.1 自尊的中介作用

本研究发现,自尊在线上“秀恩爱”与旁观者主观幸福感之间起中介作用。与以往研究结果一致,被动社交网站使用会引发使用者自尊的降低 (Vogel

et al., 2014)。社交网站被动使用引发自尊降低的原因有两个方面,一方面社交网站为个体提供了社会比较的机会,持续暴露在社交网站环境下会引发嫉妒,从而导致个体对自我评价更低。另一方面,被动使用的方式使得个体接受更少的反馈和关注,从而导致对自己不正确的自我评价,引起自尊的降低。

浪漫关系信息作为社交网站信息的一种形式,它的被动使用能够引发社会比较,进而导致个体产生消极的自我评价,导致个体自尊的下降。由于自尊能预测个人幸福感的高低(Li et al., 2015),因此“秀恩爱”信息激发旁观者自尊的降低后,会带来个体生活满意度的降低,给个体带来更高的消极情感,长期接受“秀恩爱”信息会使得个人认为自己的生活更不幸福。

本研究揭示了自尊可以作为预测主观幸福感的指标,在被动接受“秀恩爱”信息时主观幸福感的降低和消极情绪的增加。可见,自尊在线上“秀恩爱”与旁观者主观幸福感之间是一个较为重要的中介变量,提示人们要理性看待社交网站上的“秀恩爱”信息,正确理解健康的浪漫关系。

4.2 依恋焦虑的调节作用

自尊的中介效应在低焦虑水平时显著,进一步分析发现依恋焦虑在被动接受“秀恩爱”程度与自尊之间有调节效应,当依恋焦虑水平较低时,被动接受“秀恩爱”程度对自尊的削弱效应较强;依恋焦虑水平较高时,被动接受“秀恩爱”程度削弱自尊的程度不显著。

研究结果验证了假设,即依恋焦虑在自尊中介模型中有调节效应,但是与预期相反,焦虑水平较低时,被动接受“秀恩爱”程度对自尊的削弱作用更强。可能的原因是如下:(1)高焦虑依恋的个体渴望被伴侣接受,因此希望浪漫关系能够成为他们自我概念的重要部分(Collins & Allard, 2001)。因此高依恋焦虑的个体会以保护自尊为目标,进行印象管理,例如在社交网站上表露浪漫关系状态或者发布浪漫关系照片来体现自我价值。也就是说高依恋焦虑的个体对社交网站的“秀恩爱”信息比较警惕,会采取策略保护自尊,因而自尊的下降程度不随着被动接受“秀恩爱”的程度而变化。(2)尽管高依恋焦虑自尊的下降程度不跟随被动接受“秀恩爱”的程度而变化,但是高依恋焦虑比低焦虑个体更容易产生嫉妒情绪(Marshall et al., 2013),因此总体而言,高焦虑的自尊得分相比于低焦虑的个体低。(3)低焦虑个体由于没有采取保护自尊的应对方

式,因而被动接受的“秀恩爱”信息越多,个体越倾向于进行消极的上行比较,自尊也下降得越快,进而导致主观幸福感的下降。

从依恋理论来说,依恋焦虑的个体会更倾向于与伴侣保持亲密关系,当有外界信息可能会对关系产生干扰时,依恋焦虑的个体为了维护关系确保伴侣忠诚,更容易产生困扰,经历更多的嫉妒(Shu, Hu, Zhang, Ma, & Chen, 2017);当发觉关系中另一方受到社交网站信息影响,提供的情感支持变少时,依恋焦虑的个体会进一步产生更多的消极情绪,主观幸福感变低。伴随着社交网站信息的连通性和持续可见的特点,依恋焦虑的个体一方面将社交网站的使用作为维护关系的有力工具,同时也接收着来自“秀恩爱”信息引发的主观幸福感和自尊降低的威胁。总之,依恋焦虑的个体似乎是更多地使用社交网站来增加幸福感,我们的研究结果也支持了应更加关注个体心理健康发展的呼吁。

4.3 问题与展望

本研究对于个体健康的浪漫关系发展有着积极引导,对抑制被动接受线上“秀恩爱”信息对个体主观幸福感的消极影响有着重要的启示意义。

尽管本研究侧重探讨社交网站使用中被动接受“秀恩爱”程度对主观幸福感的影响,以及明确了自尊和依恋在其中的作用,但是研究依旧存在一些不足。首先,尽管在数据分析中控制了性别和被试所处的情感状态对个体主观幸福感的影响,但尚没有考虑被试社交网站的使用强度、被试浪漫关系满意度等对个体主观幸福感的影响。未来的研究应考虑这些因素在个体社交网站使用中对个体主观幸福感的影响,为个体社交网站的健康使用提出一些指导性建议。其次,本研究的被试女性占大部分,抽样范围不够全面,尽管在数据分析中,控制了性别的影响,但是对于研究结论的普适性可能会有一定的影响。今后的研究中可以均衡样本的性别,扩大样本容量和范围。此外,本研究数据收集形式为线上平台收集,在线取样本身可能仍有关于其真实性和可重复性的存疑。最后,本研究属于横断研究,“秀恩爱”信息对个体主观幸福感的影响过程尚不明确,因此未来还需要采用追踪研究的方法更加客观全面地了解其中的发展过程。

5 结论

(1)被动接受“秀恩爱”程度越高,个体的主观幸福感和自尊越低。



(2) 自尊在被动接受“秀恩爱”程度与主观幸福感之间存在中介效应,被动接受“秀恩爱”程度越高,会引发个体自尊下降,进一步降低主观幸福感。

(3) 依恋焦虑在被动接受“秀恩爱”程度与自尊之间有调节效应,当依恋焦虑水平较低时,被动接受“秀恩爱”程度对自尊的削弱效应较强。

## 参考文献:

- Blease, C. R. (2015). Too many ‘friends,’ too few ‘likes’? Evolutionary psychology and ‘Facebook depression’. *Review of General Psychology*, 19(1), 1–13.
- Bradburn, N. M. (1969). *The Structure of Psychological Well-being*. Oxford, England: Aldine.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010, April). Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1909–1912). ACM.
- Cassidy, J., & Shaver, P. R. (2008). *Handbook of Attachment*. New York: The Guilford Press.
- Chen, W., Fan, C. Y., Liu, Q. X., Zhou, Z. K., & Xie, X. C. (2016). Passive social network site use and subjective well-being: A moderated mediation model. *Computers in Human Behavior*, 64, 507–514.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121.
- Collins, N. L., & Allard, L. M. (2001). Cognitive representations of attachment: The content and function of working models. *Blackwell Handbook of Social Psychology: Interpersonal Processes*, 2, 60–85.
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579–586.
- Diener, E. (1984). Subjective Well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75.
- Diener, E., & Diener, M. (2009). Cross-cultural correlates of life satisfaction and self-esteem. In *Culture and Well-being* (pp. 71–91). Springer, Dordrecht.
- Emery, L. F., Muise, A., Alpert, E., & Le, B. (2015). Do we look happy? Perceptions of romantic relationship quality on Facebook. *Personal Relationships*, 22(1), 1–7.
- Foster, J. D., Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2007). Linking adult attachment to self-esteem stability. *Self and Identity*, 6(1), 64–73.
- Haferkamp, N., & Kramer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309–314.
- Han, L., Geng, J., Jou, M., Gao, F., & Yang, H. (2017). Rela-

- tionship between shyness and mobile phone addiction in Chinese young adults: Mediating roles of self-control and attachment anxiety. *Computers in Human Behavior*, 76, 363–371.
- Hayes, Andrew F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression - Based Approach*. New York, NY: The Guilford Press. *Journal of Educational Measurement*, 51(3), 335–337.
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511–524.
- Lee, A., & Hankin, B. L. (2009). Insecure attachment, dysfunctional attitudes, and low self-esteem predicting prospective symptoms of depression and anxiety during adolescence. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 38(2), 219–231.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260.
- Lenhart, A., Smith, A., & Anderson, M. (2015). Teens, Technology and Romantic Relationships Retrieved from <http://www.pewinternet.org>
- Leung, P. (2016). *Please Stop Rubbing Your Relationship In My Face (book): An Investigation of Online Romantic Social Comparison*. Kingston, Ontario, Canada: Queen’s University (Doctoral dissertation).
- Li, J. B., Delvecchio, E., Di Riso, D., Salcuni, S., & Mazzeschi, C. (2015). Self-esteem and its association with depression among Chinese, Italian, and Costa Rican adolescents: A cross-cultural study. *Personality and Individual Differences*, 82, 20–25.
- Marshall, T. C., Bejanyan, K., Di Castro, G., & Lee, R. A. (2013). Attachment styles as predictors of Facebook-related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Personal Relationships*, 20(1), 1–22.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2014). “Creeping” or just information seeking? Gender differences in partner monitoring in response to jealousy on Facebook. *Personal Relationships*, 21(1), 35–50.
- Murray, S. L., Holmes, J. G., & Griffin, D. W. (2000). Self-esteem and the quest for felt security: How perceived regard regulates attachment processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(3), 478–498.
- Nahum-Shani, I., Hekler, E. B., & Spruijt-Metz, D. (2015). Building health behavior models to guide the development of just-in-time adaptive interventions: A pragmatic framework. *Health Psychology*, 34(S), 1209–1219.
- Reed, L. A., Tolman, R. M., Ward, L. M., & Safyer, P. (2016). Keeping tabs: Attachment anxiety and electronic intrusion in high school dating relationships. *Computers in Human Behavior*, 58, 259–268.
- Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. *Princeton*, 3(2), 1780–1790.
- Saslow, L. R., Muise, A., Impett, E. A., & Dubin, M. (2013). Can you see how happy we are? Facebook images and relationship sat-

isfaction. *Social Psychological and Personality Science*, 4(4), 411–418.

Seidman, G., Langlais, M., & Havens, A. (2019). Romantic relationship-oriented Facebook activities and the satisfaction of belonging needs. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(1), 52–62.

Sheldon, K. M., & Elliot, A. J. (1999). Goal striving, need satisfaction, and longitudinal well-being: The self-concordance model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(3), 482–497.

Shu, C., Hu, N., Zhang, X., Ma, Y., & Chen, X. (2017). Adult attachment and profile images on Chinese social networking sites: A comparative analysis of Sina Weibo and WeChat. *Computers in Human Behavior*, 77, 266–273.

Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. M. (2008). Communicating online: Adolescent relationships and the media. *The Future of Children*, 18(1), 1–27.

Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Ba-  
yer, J., et al. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480–488.

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.

Wickham, S., Sitko, K., & Bentall, R. P. (2015). Insecure attachment is associated with paranoia but not hallucinations in psychotic patients: the mediating role of negative self-esteem. *Psychological Medicine*, 45(7), 1495–1507.

李同归. (2006). 成人依恋的测量: 亲密关系经历量表 (ECR) 中文版. *心理学报*, 38(3), 399–406.

中国互联网络信息中心 (CNNIC). (2019). 第 44 次中国互联网络发展状况统计报告. 取自 [https://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201908/t20190830\\_70800.htm](https://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201908/t20190830_70800.htm)

# The Association between “Show off Love” and Subjective Well-being of Spectators: The Mediating Role of Self-esteem and the Moderating Role of Attachment

GUO Jinjin<sup>1</sup> NIU Lu<sup>1</sup> XIE Xiaochun<sup>2</sup> WANG Pengcheng<sup>1</sup> LEI Li<sup>1</sup>  
(1. Department of Psychology, Renmin University of China, Beijing 100872;  
2. School of Psychology, Northeast Normal University, Changchun 130024)

**Abstract:** With the development of the Internet, social networking sites have become an important part of individual daily life, which has an important impact on individual social development and social adaptation. Based on these thoughts, this study explored the relationship of “show off love” on the subjective well-being of spectators and discussed the role of self-esteem and attachment in it. This study included 458 subjects who completed questionnaires regarding passive use of SNS romantic relationships, subjective well-being, self-esteem, and attachment style. Conclusions are as follows: (1) Passive use of SNS romantic relationships negatively predicts subjective well-being and self-esteem; (2) The relationship between passive use of SNS romantic relationships and subjective well-being is mediated by self-esteem; (3) Attachment anxiety moderates the relationship of passive use of SNS romantic relationships and self-esteem. When the level of attachment is lower, the effect of passive use of SNS romantic relationships on self-esteem is stronger.

**Key words:** social networking sites; romantic relationship; subjective well-being; self-esteem; attachment