

社交网络使用对生命意义感的影响及作用机制

于 振 冯钰舒 王鹏佳 李晓璐

郑州师范学院, 郑州

摘 要 | 为探讨社交网络的使用强度与生命意义感之间的关系, 对大学生进行问卷调查, 结果发现: (1) 社交网站的使用强度通过网络同一性实验负向预测自我概念清晰性, 并通过线上积极反馈正向预测自我概念清晰性; (2) 自我概念清晰性与拥有生命意义感呈显著正相关, 但与寻找生命意义感呈显著负相关; (3) 中介效应分析结果显示, 移动社交网络使用强度可以通过自我概念清晰性、线上积极反馈的单独中介作用和“线上积极反馈—自我概念清晰性”“网络同一性实验—自我概念清晰性”的链式中介作用预测生命意义感。

关键词 | 社交网络; 网络同一性实验; 线上积极反馈; 自我概念清晰性; 生命意义感

Copyright © 2023 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



智能手机现今在大学生中已经绝对普及, 其中多样化的社交软件为大学生提供了丰富多彩的社交平台, 他们可以通过手机社交软件在社交网络上分享自己的生活状态、爱好、最近动态等信息, 这就形成了移动社交网络。移动社交网络的使用已经成为大学生生活的重要部分, 影响着大学生自我的形成与发展, 同样也影响着大学生的心理健康。

现有研究发现移动社交网络的使用影响大学生自我概念清晰性。自我概念清晰性自我概念的重要成分, 是指个体对自我认识的清晰性、稳定性、内在一致性, 对改善个体不良行为起着至关重要的作用, 对个体而言有着重要的社会适应功能, 自我概念清晰性与个体的社交焦虑呈显著负相关^[1], 与抑郁呈显著负相关^[2]。大学生自我概念清晰性在每天使用社交网站频率上是存在显著差异的, 自我概念清晰性水平越低, 社交网站的使用频率就越高^[3]。牛更枫等(2016)的研究发现社交网站使用对自我概念清晰性有直接的预测效应, 二者呈显著负相关, 还有研究表明高自我概念清晰性的个体会有较少的网络成瘾^[4]和手机成瘾^[5]。拥有较低水平自我概念清晰性的青少年在使用社交网站时会更频繁地尝试在线自我展示, 呈现出理想化的自我版本, 而拥有高自我概念清晰性水平的青少年报告的线上自我与线下自

基金项目: 2021年度郑州师范学院大学生科研创新基金项目(项目编号: 2021020)。

作者简介: 于振, 郑州师范学院讲师, 研究方向: 社会心理学研究方向。

文章引用: 于振, 冯钰舒, 王鹏佳, 等. 社交网络使用对生命意义感的影响及作用机制[J]. 中国心理学前沿, 2023, 5(6): 715-724.

<https://doi.org/10.35534/pc.0506083>

我表现更一致^[6]。有学者对线上自我与线下自我不一致的行为进行了研究,发现青少年在使用社交网络时会假装成另外一个人,这种行为倾向叫作网络同一性实验^[7],个体会通过这种行为来探索自我同一性。研究发现青少年网络同一性实验的内容主要是参与同步聊天、社交网站和网络游戏^[8],但他们的网络同一性实验对其自我概念清晰性并没有直接影响^[9]。近年国内逐渐开始对大学生的网络同一性实验进行研究,发现网络同一性实验对大学生自我同一性发展具有负面作用^[10]。虽然网络同一性实验与自我概念清晰性的相关性没有得到明确证实,而且该方向的研究较少,但根据现有研究发现自我同一性与自我概念是呈显著正相关的^[11]。那么在大学生使用移动社交网络时的网络同一性实验行为可能会影响他们的自我概念清晰性,据此本研究假设 H1:网络同一性实验在移动社交网络对大学生自我概念清晰性的影响过程中发挥着中介作用。在社交网络的使用对自我概念清晰性的研究中,有一个因素是值得注意的,就是线上积极反馈。在网络活动中,获得的线上积极反馈越多,个体越容易对自我概念进行整合,有利于个体的自我发展和心理健康^[12]。据此,本研究作出假设 H2:线上积极反馈在移动社交网络对自我概念清晰性的影响过程中起中介作用。

移动社交网络的使用除了影响大学生的自我概念,还影响着大学生的心理健康。有研究发现社交网站的使用会影响大学生社交焦虑并且可以通过自我认同的中介作用对社交焦虑产生间接影响^[13]。社交网络使用还会通过线上积极反馈、社交焦虑、领悟社会支持、自尊等对孤独感^[14]、生活满意度产生间接影响^[15]。在对社交网站的使用与自我概念清晰性和抑郁关系的一项研究中发现社交网站使用与抑郁呈显著正相关,而自我概念清晰性与抑郁呈显著负相关^[16]。主动性社交网站使用能直接预测生命意义感,并且在高自我概念清晰性水平下,主动性社交网站的使用还能通过社会比较的中介作用影响生命意义感^[17]。生命意义感作为积极心理学中的一个重要的概念,是指个体对其自身及其存在本质所产生和感受到的意义,显著影响个体的心理健康^[18],可能是一种缓解死亡焦虑的积极心理因素^[19]。在对男同性恋的研究中发现自我概念的清晰性与生命意义感呈显著正相关^[20],自我概念清晰性可以正向预测生命意义感中的拥有意义感^[21]。由此可见,移动社交网络的使用与自我概念清晰性和生命意义感之间是相关的。有研究发现在社交网络使用中得到好友的线上积极反馈,会降低孤独感并且有利于身心健康^[22]。根据对以上因素进行分析本研究作出假设 H3:移动社交网络的使用通过网络同一性实验和自我概念清晰性、线上积极反馈和自我概念清晰性两条路径影响生命意义感。

本研究目的在于探索大学生移动社交网络的使用对大学生生命意义感的影响及其内在作用机制,并探究网络同一性实验、自我概念清晰性、线上积极反馈在其中起到的调节和中介作用,最终在理论研究基础上为大学生移动社交网络的健康使用提供指导建议。研究模型如图 1 所示。

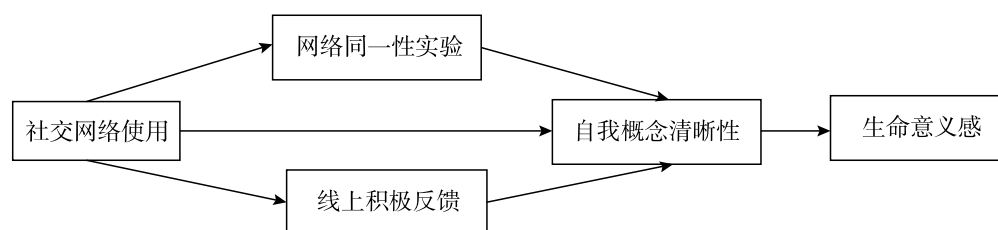


图 1 研究模型

Figure 1 Research model

1 研究方法

1.1 被试

通过问卷星见数选取大学生进行问卷调查,整理后得到有效问卷841份,其中男生177人(21.05%),女生667人(79.31%);大一381人(37.81%),大二190人(22.59%),大三194人(23.07%),大四76人(9.04%);人文类专业436人(51.84%),理工类专业166人(19.74%),体育艺术类专业239人(28.42%)。

1.2 研究工具

1.2.1 移动社交网络使用强度量表

采用的是艾里森(Elison)等人编制的社交网站使用强度量表^[23],该量表共8个题目,前2个题目测量的是大学生在社交网站中的好友数量以及大学生每天在社交网站上花费的时间。后6个题目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测量。将个体在这些问题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^[24]。本研究中Cronbach's α 系数为0.803。

1.2.2 线上积极反馈问卷

采用刘和布朗(Liu and Brown, 2014)编制,由刘庆奇等人(2016)翻译的线上积极反馈问卷^[25]。该问卷共5个条目,采用5级评分,1~5分别表示从“从不”到“频繁”。得分越高,表明获得积极反馈的频率越高。本研究中Cronbach's α 系数为0.934。

1.2.3 网络同一性实验问卷

采用沃尔肯伯格等人(Valkenburg et al., 2008)编制的网络同一性实验量表^[7]。量表共10题,主要评估青少年网络同一性实验的频率和特征,例如“当你在上网的时候,你会不会假装成更漂亮(或帅气)的人?”。量表采用五点计分,总分越高表示青少年进行网络同一性实验的频率越高。本研究中,量表Cronbach's α 系数为0.903,证明其信度良好。

1.2.4 自我概念清晰性问卷

自我概念清晰性量表采用坎贝尔等人(Campbell et al., 1996)编制的自我概念清晰性量表^[26],共12个项目,如“一般来说,我清楚地知道我是谁、我是怎样的人”。量表采用5点评分,1表示完全不同意,5表示完全同意,12个项目中除第6项和第11项外,均为反向计分,最后取平均分,得分越高表示自我概念清晰度越高。本研究中该量表的内部一致性系数Cronbach's α 系数为0.866。

1.2.5 生命意义感量表

人生意义量表(修订版)(revised meaning in life questionnaire, RMLQ)由斯蒂格(Steger)编制^[27],采用Likert 7点计分,从1(完全不符合)到7(完全符合)。该量表包括两个维度,即拥有意义感和寻求意义感,各含5个项目。有一题为反向计分,计算总分。本研究中该量表的内部一致性系数Cronbach's α 系数为0.859,寻求意义感分量表Cronbach's α 系数为0.91,拥有意义感分量表

Cronbach's α 系数为 0.80。

2 研究结果

2.1 共同方法偏差

本研究所使用的问卷均为自陈式量表, 因此对问卷进行 Harman 单因子检测, 结果表明, 特征值大于 1 的因子一共有 9 个, 其累积贡献率为 65.99%, 且第一个因子解释的变异量为 17.75%, 小于临界值 40%, 表明本研究不存在明显的共同方法偏差问题。

2.2 各变量的描述性统计和相关分析

将 5 个研究变量进行描述统计与积差相关分析, 结果发现大部分变量间的相关达到了显著水平。移动社交网络的使用强度与在线积极反馈、网络同一性实验、寻找生命意义感呈显著正相关, 与自我概念清晰性呈显著负相关; 线上积极反馈与网络同一性实验、拥有生命意义感、寻找生命意义感呈显著正相关; 自我概念清晰性与拥有生命意义感呈显著正相关, 但是与寻找生命意义感呈显著负相关, 与网络同一性实验呈显著负相关。

表 1 变量的描述统计情况和积差相关分析 (N=841)

Table 1 Descriptive statistics of variables and product difference correlation analysis (N=841)

	<i>M</i> (<i>SD</i>)	1	2	3	4	5	6
1. 社交网站使用强度	0.00 (0.65)	1					
2. 线上积极反馈	16.10 (4.25)	0.47**	1				
3. 自我概念清晰性	35.07 (7.56)	-0.08*	0.06	1			
4. 网络同一性实验	18.02 (7.24)	0.29**	0.24**	-0.14**	1		
5. 拥有生命意义	22.42 (6.13)	0.04	0.22**	0.31**	0.02	1	
6. 寻找生命意义	25.55 (6.26)	0.08*	0.16**	-0.14**	0.09**	0.31**	1

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ (下同)。

2.3 多重中介模型检验

回归分析结果表明, 移动社交网站的使用强度总体上显著正向预测拥有生命意义感 ($\beta = 0.07$, $p < 0.05$) 和寻找生命意义感 ($\beta = 0.10$, $p < 0.01$), 但对拥有生命意义 ($\beta = -0.001$, $p > 0.05$)、寻找生命意义 ($\beta = -0.004$, $p > 0.05$) 的直接预测不显著; 移动社交网站的使用强度直接正向预测网络同一性实验 ($\beta = 0.25$, $p < 0.01$) 与线上积极反馈 ($\beta = 0.48$, $p < 0.01$); 移动社交网站使用强度和网络同一性实验分别显著负向预测自我概念清晰性 ($\beta = -0.16$, $p < 0.01$); 线上积极反馈直接正向预测自我概念清晰性 ($\beta = 0.48$, $p < 0.01$); 线上积极反馈显著正向预测拥有生命意义感 ($\beta = 0.21$, $p < 0.01$) 和寻找生命意义感 ($\beta = 0.16$, $p < 0.01$); 自我概念清晰性显著正向预测拥有生命意义感 ($\beta = 0.30$, $p < 0.01$), 但显著负向预测寻找生命意义感 ($\beta = -0.14$, $p < 0.01$); 网络同一性实验对拥有生命意义感 ($\beta = 0.03$, $p > 0.05$) 和寻找生命意义感 ($\beta = 0.03$, $p > 0.05$) 的直接预测作用均不显著。

表 2 模型中变量关系的回归分析

Table 2 Regression analysis of variable relationships in the model

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	<i>R</i>	<i>R</i> ²	<i>F</i>	β	<i>t</i>
网络同一性实验	性别	0.30	0.09	21.24	0.03	0.97
	年级				0.09	2.47
	专业				-0.03	-0.96
	社交网络使用				0.25	7.22**
线上积极反馈	性别	0.47	0.22	60.58	-0.05	-1.71
	年级				-0.03	-1.01
	专业				0.06	1.82
	社交网络使用				0.48	14.89**
自我概念清晰性	性别	0.27	0.07	10.79	0.09	2.77
	年级				0.18	4.81
	专业				0.05	1.50
	社交网络使用				-0.16	-3.83**
	网络同一性实验				-0.16	-4.42**
	线上积极反馈				0.16	4.16**
	性别				0.03	0.93
	年级				-0.07	-1.88
拥有生命意义感	专业	0.40	0.16	22.28	0.10	2.92**
	社交网络使用				-0.001	-0.03
	网络同一性实验				0.03	0.84
	线上积极反馈				0.21	5.75**
	自我概念清晰性				0.30	9.05**
	性别				0.08	-2.36*
	年级				-0.05	-1.24
	专业				0.04	1.22
寻找生命意义感	社交网络使用	0.24	0.06	7.62	-0.00	-0.11
	网络同一性实验				0.05	1.30
	线上积极反馈				0.16	4.12**
	自我概念清晰性				-0.14	-3.89**

在研究结果中发现, 移动社交网络的使用强度与拥有意义感的相关性并不显著, 在拥有生命意义感作为因变量时, 移动社交网络的使用强度对拥有意义感的总效应勉强显著 ($\beta=0.07$, $p=0.0451$), 可以考虑两者存在远端关系^[29]。因为根据我们的研究, 移动社交网络使用强度与中介变量线上积极反馈、自我概念清晰性均有显著相关, 而这两个中介变量同时也与因变量拥有意义感是显著相关的, 因此我们可以判断移动社交网络的使用强度与拥有意义感之间关系敏感, 是存在远端关系的, 即使两者不显著也值得进一步研究。

本研究中检验的中介效应有五条: (1) 移动社交网络使用强度→自我概念清晰性→生命意义感; (2) 移动社交网络使用强度→网络同一性实验→生命意义感; (3) 移动社交网络使用强度→线上积极反馈→生命意义感; (4) 移动社交网络使用强度→网络同一性实验→自我概念清晰性→生命意义感; (5) 移动社交网络使用强度→线上积极反馈→自我概念清晰性→生命意义感。即三个并行中介作用和两个序列中介作用。采用海斯 (Hayes) 编制的 SPSS 宏程序插件 Process 4.1, 选用 80 号模型, 在控制性别、年级、专业等因素下, 分别将拥有生命意义感和寻找生命意义感作为因变量, 社交网络使用强度作为自变量, 网络同一

性实验、自我概念清晰性、线上积极反馈作为中介变量，分别检验两个模型的链式中介模型是否成立。

表 3 网络同一性实验、线上积极反馈、自我概念清晰性在社交网络使用强度影响拥有生命意义感中的中介效应

Table 3 The mediating effect of network identity experiment, online positive feedback and self-concept clarity on the influence of social network use intensity on presence of meaning in life

	效应值	Boot 标准误	Boot 下限	Boot 上限
总间接效应	0.074	0.026	0.023	0.126
社交网络使用强度→自我概念清晰性→拥有生命意义感	0.007	0.008	-0.009	0.024
社交网络使用强度→网络同一性实验→拥有生命意义感	0.102	0.021	0.062	0.145
社交网络使用强度→线上积极反馈→拥有生命意义感	-0.046	0.014	-0.077	-0.022
社交网络使用强度→网络同一性实验→自我概念清晰性→拥有生命意义感	-0.012	0.003	-0.019	-0.006
社交网络使用强度→线上积极反馈→自我概念清晰性→拥有生命意义感	0.023	0.007	0.011	0.039

表 4 网络同一性实验、线上积极反馈、自我概念清晰性在社交网络使用强度影响寻找生命意义感中的中介效应

Table 4 The mediating effects of network identity experiment, online positive feedback and self-concept clarity on the influence of social network use intensity on the sense of search for meaning in life

	效应值	Boot 标准误	Boot 下限	Boot 上限
总间接效应	0.105	0.025	0.056	0.153
社交网络使用强度→自我概念清晰性→寻找生命意义感	0.012	0.009	-0.006	0.031
社交网络使用强度→网络同一性实验→寻找生命意义感	0.078	0.022	0.035	0.120
社交网络使用强度→线上积极反馈→寻找生命意义感	0.021	0.009	0.006	0.041
社交网络使用强度→网络同一性实验→自我概念清晰性→寻找生命意义感	0.005	0.002	0.002	0.010
社交网络使用强度→线上积极反馈→自我概念清晰性→寻找生命意义感	-0.010	0.004	-0.020	-0.004

中介效应分析结果显示，无论因变量是拥有生命意义感还是寻找生命意义感，都只有第一条中介路径不显著，即移动社交网络使用强度→网络同一性实验→拥有/寻找生命意义感的途径产生的间接效应不显著，即网络同一性实验在移动社交网络使用强度和生命意义感之间并不起中介作用。其他四个的Bootstrap95%置信区间均不包括0值，表明这四个间接效应达到了显著水平。根据以上结果构建中介模型图。

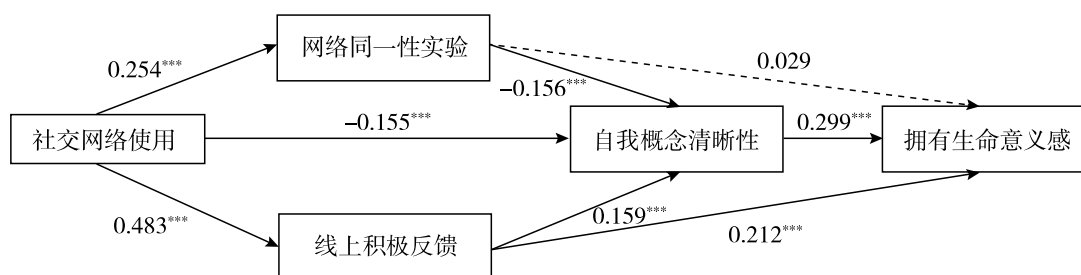


图 2 链式中介模型结果图（拥有生命意义感）

Figure 2 Results of the chain mediation model (presence of meaning in life)

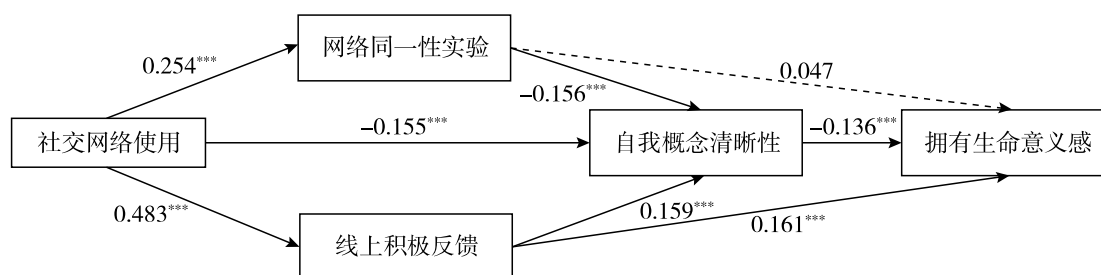


图 3 链式中介模型结果图（寻找生命意义感）

Figure 3 Results of the chain mediation model (search for meaning in life)

3 讨论

3.1 网络同一性实验、线上积极反馈的并行中介作用

本研究发现网络同一性实验负向预测自我概念清晰性，在移动社交网络使用强度和自我概念清晰性之间起中介作用，证实了假设 H1。以往研究也发现过多的社交网络行为可能会使得大学生无法区分现实生活中的自我和网络上表现出的自我这两者的区别^[28]。因此自我概念清晰性的降低可能是因为个体在社交网络中频繁进行网络同一性实验的结果。同时本研究的结果显示线上积极反馈也在移动社交网络对自我概念清晰性的影响过程中起中介作用，并正向预测自我概念清晰性，假设 H2 得到验证。线上积极反馈可以促进个体对自己的认知更为清晰，并激发大学生的自我探索^[29]。有研究表明青少年在社交网络中通过给予对方线上积极反馈和获得他人给予的线上积极反馈，就能够在这种互动中体验到更多的积极情绪^[30]。生命意义感作为一种主观体验，与积极情绪的关系密不可分，在本研究中也证实移动社交网络的使用会通过线上积极反馈正向影响生命意义感。但是网络同一性实验在移动社交网络使用与生命意义感之间并没有起显著中介作用，根据本研究结论，网络同一性实验如果对生命意义感产生影响还需要自我概念清晰性这一中介变量。

3.2 网络同一性实验、线上积极反馈与自我概念清晰性的多重中介作用

本研究验证了移动社交网络的使用强度会通过网络同一性实验→自我概念清晰性、线上积极反馈→自我概念清晰性两条并列链式中介来影响生命意义感。一方面，在高强度移动社交网络使用伴随更多的网络同一性实验的情况下，自我概念清晰性水平较低，致使个体倾向于寻找生命意义感，其拥有的生命意义感并不高；另一方面，在高强度移动社交网络，个体获得了高的在线积极反馈的情况下，增加了自我概念的清晰性，会有更高的拥有生命意义感，寻找生命意义感则相对较低；以往研究也证实了获得的线上积极反馈越多，个体越容易对自我概念进行整合，有利于个体的自我发展和心理健康^[12]，高自我概念清晰性的个体能够体验到更高的生命意义感^[17]。但是本研究结果虽然表明自我概念清晰性程度高的个体拥有生命意义感也会高，可寻找生命意义感的程度会低，这是之前研究较少提及的部分。本研究认为有较高的自我概念清晰性的个体，不会过多地去寻找生命意义感，如果个体对自己有清晰的自我认知，那么他会知晓什么对自己而言是有意义的，从而探索寻找生命意义感的程度会降低。

总之,本研究揭示了大学生移动社交网络使用与生命意义感之间的关系,并构建了一个并行与链式中介结合的理论模型,了解大学生移动社交网络使用对自我及生命意义感的影响机制分析具有重要的理论价值,同时对引导大学生良性使用移动社交网络 and 正确认知自我提升生命意义感提供启示。在对大学生的心理健康教育中应引导学生正确看待移动社交网络在其生活中的作用,正确认识自我,从而对自我有清晰的认知,提升自我概念清晰性,进而提升其拥有生命意义感。

参考文献

- [1] 梁静. 初中生社交网络中积极自我呈现与社交焦虑的关系——自我概念清晰性的中介作用[D]. 西安: 陕西师范大学, 2019: 18-19.
- [2] 徐嘉, 谢宝. 国大学生的职业自我概念清晰度与抑郁的关系: 性别与性别平等观的调节作用[J]. 心理发展与教育, 2021, 37(4): 584-591.
- [3] 曹经纬. 大学生自我概念清晰性、社交网站中上行社会比较与焦虑的关系及干预研究[D]. 昆明: 云南师范大学, 2022: 45-46.
- [4] 王晓娟, 高树青, 刘帅. 社会排斥对大学生网络成瘾的影响: 自我概念清晰性的中介作用[J]. 中国健康心理学杂志, 2022, 30(6): 934-939.
- [5] 李放, 王琴瑶, 钟林鹏, 等. 大学生自我概念清晰性与智能手机成瘾的关系: 自尊与社交焦虑的中介作用[J]. 中国临床心理学杂志, 2019, 27(5): 900-904.
- [6] Fullwood C, James B M, Chen-Wilson C H. Self-Concept Clarity and Online Self-Presentation in Adolescents [J]. Cyber psychology Behavior & Social Networking, 2016, 19(12): 716-720.
- [7] Valkenburg P M, Peter J. Adolescents' Identity Experiments on the Internet Consequences for Social Competence and Self-Concept Unity [J]. Communication Research, 2008, 35(2): 208-231.
- [8] 柴晓运, 龚少英. 青少年的同一性实验: 网络环境的视角[J]. 心理科学进展, 2011, 19(3): 364-371.
- [9] Patti M. Valkenburg and Jochen Peter. Adolescents' Identity Experiments on the Internet: Consequences for Social Competence and Self-Concept Unity [J]. Communication Research, 2008(35): 208-231.
- [10] 张梅, 张玥, 辛自强, 等. 大学生网络同一性实验与自我同一性的关系: 网络社交倾向和强迫性网络使用的作用[J]. 心理发展与教育, 2016, 32(1): 98-105.
- [11] 凌辉, 张建人, 黄续, 等. 大学生自我同一性与自我概念的关系研究[J]. 中国临床心理学杂志, 2011, 19(5): 684-686.
- [12] 黄嘉鑫, 王树青, 井玉汝. 触屏时代网络同一性实验对大学生自我认同的影响机制[J]. 山东青年政治学院学报, 2021, 9(5): 29-35.
- [13] 何佳. 社交网站使用对大学生社交焦虑的影响——一个有调节的中介模型[D]. 南京: 东南大学, 2020: 35-36.
- [14] 杨邦林, 林媛媛, 林谷洋, 等. 社交网络使用对大学生孤独感的影响[J]. 信阳师范学院学报(哲学社会科学版), 2018, 38(2): 52-57.
- [15] 符婷婷, 李雄. 社交网站使用与大学生生活满意度: 链式中介效应分析[J]. 潍坊工程职业学院学报, 2019, 32(5): 96-102.
- [16] 吴漾, 武俐, 牛更枫, 等. 微信朋友圈使用对大学生抑郁的影响: 负面社会比较和自我概念清晰性的

- 作用[J]. 心理发展与教育, 2020, 36(4): 486-493.
- [17] 陈晓燕, 陈毅文, 张玉婷. 主动性社交网站使用对生命意义感的影响: 有调节的中介模型[J]. 中国临床心理学杂志, 2021, 29(2): 236-241.
- [18] 李旭, 卢勤. 大学新生生命意义感与心理健康状况的相关研究[J]. 中国健康心理学杂志, 2010, 18(10): 1232-1235.
- [19] Zhang J, Peng J, Gao P, et al. Relationship between meaning in life and death anxiety in the elderly: Self-esteem as a mediator[J]. BMC Geriatrics, 2019, 19(1): 308-315.
- [20] 李放, 王一博, 邢锦涛, 等. 年轻男同性恋者自我概念清晰性与生命意义感的关系及作用机制[J]. 心理科学, 2018, 41(5): 1178-1184.
- [21] 聂晗颖, 甘怡群. 自我概念清晰性与生命意义感及主观幸福感的关系[J]. 中国临床心理学杂志, 2017, 25(5): 923-927.
- [22] Segrin C, Domschke T. Social support, loneliness, recuperative processes, and their direct and indirect effects on health[J]. Health Communication, 2011, 26(3): 221-232.
- [23] Ellison N B, Steinfield C, Lampe C. The benefits of facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites[J]. Journal of Computer mediated Communication, 2007, 12(4): 1143-1168.
- [24] 牛更枫, 孙晓军, 周宗奎, 等. 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[J]. 心理科学, 2016, 39(1): 97-102.
- [25] 刘庆奇, 孙晓军, 周宗奎, 等. 社交网站真实自我呈现对生活满意度的影响: 线上积极反馈和一般自我概念的链式中介作用[J]. 心理科学, 2016, 39(2): 406-411.
- [26] Campbell J D, Trapnell P D, Heine S J, et al. Self-concept clarity measurement, personality correlates and cultural boundaries[J]. Journal of personality and social psychology, 1996, 70(1): 141-156.
- [27] Steger M F, Frazier P, Oishi S, et al. The meaning in life questionnaire: Assessing the presence of and search for meaning in life[J]. Journal of Counseling Psychology, 2006, 53(1): 80-93.
- [28] 杨丹宁. 社交媒介使用与自我概念清晰性的关系——基于自我扩展的视角[D]. 武汉: 华中师范大学, 2020: 39-40.
- [29] 张晓州, 罗杰, 彭婷, 等. 线上积极反馈对学新生友谊质量的影响: 自我概念清晰性与希望的链式中介作用[J]. 中国特殊教育, 2020(11): 83-89.
- [30] 安容瑾, 姜永志, 白晓丽. 青少年社交网络使用与孤独感的关系: 在线积极反馈与积极情绪的多重中介[J]. 中国临床心理学杂志, 2020, 28(4): 824-833.

The Effect and Mechanism of Social Network Use on Meaning in Life

Yu Zhen Feng Yushu Wang Pengjia Li Xiaolu

Zhengzhou Normal University, Zhengzhou

Abstract: A questionnaire survey was conducted among college students to explore the relationship between social network use intensity, online positive feedback, online identity experiment, self-concept clarity, and sense of meaning in life. The results showed that: (1) The intensity of use of social networks negatively predicted self-concept clarity through network identity experiment and positively predicted self-concept clarity through online positive feedback. (2) Self-concept clarity was significantly positively correlated with having the sense of life meaning, but significantly negatively correlated with seeking the sense of life meaning. (3) The results of mediating effect analysis showed that the intensity of mobile social network use could predict the sense of meaning in life through the independent mediating effect of self-concept clarity and online positive feedback, and the chain mediating effect of “online positive feedback to self-concept clarity” and “network identity experiment to self-concept clarity”.

Key words: Social networks; Online identity experiment; Online positive feedback; Self-concept clarity; Meaning in life