

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：被动性社交网站使用与自尊和自我概念清晰性：有调节的中介模型

作者：刘庆奇，牛更枫，范翠英，周宗奎

第一轮

审稿人 1 意见：作者探讨了自我概念有关的网络使用影响问题，选题较为新颖，研究方法较为恰当，行为流畅。建议考虑与完善下列问题。

意见 1：文中提及“对被动性社交网站使用与个体自我概念发展的关注较少”，这需要作者给出的充分的理论说明被动性网站使用对于自我概念或自尊的影响。社会比较理论对研究问题的解释说服力有限，比如可以更多的引入情绪扩建理论。问题提出部分需要更好地纵览整体研究。

回应：感谢审稿专家的意见。由于被动性社交网站使用在近年来才逐渐得到研究者的关注，而且已有研究主要探讨的是被动性社交网站使用对生活满意度(Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann, 2013)、情绪幸福感(Verduyn et al., 2015)和抑郁(Tandoc, Ferrucci, & Duffy, 2015)的影响，对被动性社交网站使用与个体自我概念关系的研究较少。因此，也诚如专家所言，需要给出充分的理论说明被动性社交网站使用对自我概念的影响。故，在专家的建议下，本文在问题提出部分引入积极情绪的扩展-建构理论，结合被动性社交网站使用对情绪的影响，来论述被动性社交网站使用对自尊的影响。

修改后的具体论述如下：“此外，研究指出，被动性社交网站使用会显著诱发消极情绪，削弱情绪幸福感(Verduyn et al., 2015)。而积极情绪的扩展-建构理论指出，积极情绪能够扩展个体的瞬间思维和活动序列，推动建设个体资源，包括身体资源、人际资源和心理资源等，相反，消极情绪则会缩减个体的瞬间思维和活动序列，阻碍个体资源的建设(郭小艳，王振宏，2007; Fredrickson, 2001)。自尊是个体重要的心理资源(Goldsmith, Veum, & Darity, 1997; Pyszczynski, Greenberg, Solomon, 2004)。研究也表明，积极情绪显著正向预测自尊，而消极情绪显著负向预测自尊(Benetti & Kambouropoulos, 2006)。因此，被动性社交网站使用可能因为影响个体的情绪进而对自尊产生负性影响。基于此，本研究假设被动性社交网站使用显著负向预测个体的自尊水平(H1)。”

而关于被动性社交网站使用对自我概念清晰性的影响，本研究主要基于网络使用的“自我概念分化假说”以及相关研究来论述，修改稿中也对论述重新进行了梳理。

意见 2：“自尊和自我概念清晰性都是自我概念的重要成分，自尊也被称作一般自我概念，反映着自我概念的积极性水平(Harter, 2006)，自尊有助于个体心理健康的维护，它能显著缓解焦虑，抑郁和孤独感水平”，有些研究观点显示高自尊可能对于个体身心发展有负面作用。作者应该整合自尊的双面作用来讨论问题。另外，作者显然探讨外显自尊的影响，内隐自尊与被动性使用关系的影响也需要关注。

回应：如专家所言，“自尊是否越高越好”一直存在疑问，有研究指出，高自尊的效应存在异质性(田录梅，张向葵，2006)，某些时候，过高的自尊会使个体不能充分认识自己的不足，对他人需要也缺乏敏感，给自我认识和人际交往都带来消极影响(Mruk, 1999)。单单强调自尊的积极作用不够严谨客观，因此，在专家的建议下增加了过高自尊可能对个体身心发展有负

面作用的论述。另外，本研究探讨的是外显自尊，如专家所言，内隐自尊与被动性社交网站使用的关系也需要关注，才能更加全面的揭示被动性社交网站对自尊的影响。这是本研究的一个不足，也是未来可以关注的研究点。因此，在研究不足部分对此进行了补充，未来的研究应更全面深入的探讨被动性社交网站使用与个体自尊之间的关系。

意见 3: “个体绝大部分社交网站使用时间是在进行信息搜寻与信息浏览，而不是自己发布信息(Metzger, Wilson, Pure, & Zhao, 2012; Wise, Alhabash, & Park, 2010)，这可能暗示被动性社交网站使用对自尊有负向的预测作用。”，这种推理也有些问题，如果看到的别人挫折或吐槽有关的信息，这样用户可能自尊没有受到影响，另外如果看到别人的处境不利信息，也可能促使个体自尊提高。被动性社交网站与社会隔离或社会排斥的影响不太一样，个体如何理解网站信息与主动或被动使用的关系可能需要厘清。

回应: 感谢专家的意见，专家所提到的论述的确存在问题，如此推论好像简单的将社交网站使用强度与被动性社交网站使用对等起来了，显得有些不够严谨，因此对论述进行了修改：“也有研究表明，社交网站使用时间同自尊显著负相关(Kalpidou, Costin, & Morris, 2011)，使用强度显著负向预测自尊水平(Blomfield Neira & Barber, 2014; Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014)，说明社交网站使用对个体自尊也可能产生消极的影响。”，删去了“并且个体绝大部分社交网站使用时间……可能暗示被动性社交网站使用对自尊有负向的预测作用”。对被动性社交网站使用可能影响自尊的论述主要基于被动性社交网站使用与情绪的研究、积极情绪的扩展-建构理论以及情绪和自尊关系的研究展开。

另一方面，专家提到了对社交网站上的某些信息的浏览可能不会对个体自尊产生影响，或者还有可能产生积极影响的问题。本研究之所以假设被动性的信息浏览行为负向预测自尊，是因为社交网站上的信息的特殊性。在基于熟人关系的社交网站上，个体为维护良好的自我形象，会在尽量保证信息真实性的情况下，呈现相对积极的信息，所呈现的信息并非全是虚假的，但可能隐去了其中消极的成分，凸显了信息的积极性，以反映理想的生活和积极的自我形象(姚琦, 马华维, 阎欢, 陈琦, 2014; Yang, 2014)。对社交网站上积极信息的频繁浏览可能会让个体觉得自己不如他人，对个体自尊产生消极影响。相关研究也证实，社交网站使用强度越高的个体越倾向于认为他人有着更好的生活，过得更加幸福，而自己不如他人(Chou & Edge, 2012; de Vries & Kühne, 2015)，社交网站使用强度显著负向预测自尊(Vogel et al., 2014)。在对结果进行解释时，研究者们都强调该结果的出现主要是浏览社交网站上他人所呈现的积极信息造成的。因此，本研究假设被动性社交网站使用显著负向预测自尊。对于专家说的情况，也有其发生的可能性，严谨起见，本研究将在讨论的不足与展望部分做简要的补充。

意见 4: “被动性的信息浏览无疑会使个体接触到多种多样的信息、面对人和思想的多种可能性，对各种不同信息的吸收可能扰乱个体的自我概念，影响其自我概念清晰性的发展。”，“Kim 和 Bukobza (2012)的研究都表明，网络使用强度越高个体的自我概念清晰性水平越低。”，这两句话联系起来产生的一个问题是，被动性的信息浏览与网络使用强度的关系究竟该如何看待，网络使用强度高会让个体变得被动性使用网络？但网络使用强度高可能会增加个体的网络使用效能感，以至于个体可能会主动地使用网络。另外，网络使用强度在本文中是指使用时间还是指其他操作？

回应: 首先回答专家关于网络使用强度的疑问。在本研究所引用的文献中，不同学者对网络使用的操作和测量是略微有些不同的。对网络使用的测量除了考虑到使用时间或是活动频率之外，有些研究者还考虑到了情感成分如兴趣和情感联结。如 Israelashvili、Kim 和 Bukobza (2012)研究中的网络使用强度是综合个体网络活动频率和兴趣的评定（4 点计分，1 表示“从

不”，4 表示“非常多”）而得到的分数；Vogel 等人(2014)研究中的社交网站使用是综合了社交网站活动频率（3 道题，5 点计分）和社交网站使用时间（开放式回答）而得到的分数，而 Lee(2014)和牛更枫等人(2016)研究中的社交网站使用强度都是参考 Ellison、Steinfeld 和 Lampe(2007)编制的 Facebook 使用强度量表，将个体在社交网站上的朋友数量（10 点计分，1 表示“朋友数量在 10 人以下”，10 表示“朋友数量在 400 人以上”）、社交网站使用时间（6 点计分，0 表示“使用时间在 10 分钟以内”，5 表示“使用时间在 3 小时以上”）以及对社交网站的情感联结（6 道题，5 点计分，1 表示“很不符合”，5 表示“非常符合”）三项得分标准化加总后得到的分数。

社交网站使用强度从时间和情感方面考虑社交网站使用情况，被动性社交网站使用则是具体的社交网站使用行为，探讨具体的使用行为是现在网络心理学的研究趋势之一，而社交网站使用强度则无法具体说明产生影响的是何种使用行为。关于如何看待被动性社交网站使用与网络使用强度（特别是社交网站使用强度）的关系，Wise、Alhabash 和 Park(2010)曾进行过实验研究，通过记录和分析个体使用社交网站时的电脑屏幕信息发现：个体的绝大部分社交网站使用时间是在进行信息搜寻和信息浏览，而信息发布所占的时间比重很小。具体数据结果为：总共收集到 312 个独立有效的屏幕信息，其中 116 个（37.2%）为信息搜寻，114 个（36.5%）为信息浏览，28 个（9%）为登陆，只有 27 个（8.7%）为交流互动，27 个（8.7%）为自我呈现；信息搜寻界面的平均时间为 30.37s，信息浏览界面的平均时间为 21.49s，登录界面的平均时间为 23.11s，交流互动界面的平均时间为 45.78s，自我呈现界面的平均时间为 29.30s；计算后可得，信息搜寻与信息浏览所用的总时间为 5972.78s（72.87%），而交流互动与自我呈现所占的总时间只有 1576.68s（19.24%）。该结果可能与社交网站自身特性有关，在社交网站上，个体自我表露或自我呈现的信息可以同时为众多好友所获悉，主动性使用行为可以在很短时间内完成。而个体若想获悉众多好友的信息，则需要在动态信息汇总中浏览他人更新的一条条信息或是浏览他人的个人主页。该结果可能初步揭示了社交网站使用时间与被动性社交网站使用的关系——社交网站使用时间更多的反映的是被动性社交网站使用行为。为使论述更为清晰，将社交网站使用时间与被动性社交网站使用关系的研究放在第一段（对被动性社交网站使用进行介绍的部分），如此也能凸显研究被动性社交网站使用行为的必要性。另一方面，如上所述，使用时间毕竟只是使用强度的一个指标，因此，不能简单的将社交网站使用强度与被动性社交网站使用对等起来。所以在参考相关文献时，对有关表述进行了仔细斟酌和修改，力求表述的严谨客观。

此外，考虑到社交网站使用时间与被动性社交网站使用之间的关系，为排除社交网站使用时间对目标变量之间关系可能的影响，将被试平均每天的社交网站使用时间作为控制变量，对数据做了重新分析，得到的结果与之前的大致相同。详见修改后的数据结果部分。

意见 5：上行社会比较在本文中是中介变量，即被动性使用通过上行社会比较预测自我概念（包括自尊与自我概念清晰化），被动性使用会导致上行社会比较进而影响自我概念。被动性使用的用户只看信息不发信息就可能会进行上行比较，这种推理需要更充分的支持。上行社会比较在本文是指动机性心理状态，而不是特质性的？被动性的网络使用会促使个体进行信息寻求，会进行状态性的平行社会比较，这可能会增加个体自尊。作者需要明确中介变量的特定性以及其他可能性。

回应：根据专家的建议对被动性社交网站使用与上行社会比较的关系进行了更详细的论述，具体如下：“他人信息是社会比较产生的重要诱因(Mussweiler, Ruter & Epstude, 2006)。在现代信息社会，社交网站成为人们获取信息并进行社会比较的新平台。在社交网站上，浏览阅读好友自我呈现的信息以及好友间交流互动的信息都可能会诱发社会比较，研究也表明，社交网站使用强度同社会比较倾向显著正相关(Fardouly & Vartanian, 2015; Lee, 2014)，而且社

交网站使用更多诱发的是上行社会比较(de Vries & Kühne, 2015; Vogel et al., 2014)。因为社交网站是基于熟人关系的网络媒介,个体为维护良好的自我形象,会在尽量保证信息真实性的情况下,呈现相对积极的信息,所呈现的信息并非是虚假的,但可能隐去了其中消极的成分,凸显了信息的积极性,以反映理想的生活和积极的自我形象(姚琦,马华维,阎欢,陈琦,2014; Yang, 2014),即社交网站上的信息存在一定的“积极偏差”。对社交网站上积极信息的频繁浏览会让个体觉得他人有着更好的生活,过得更加幸福(Chou & Edge, 2012),而自己不如他人,甚至产生妒忌心理(Krasnova et al., 2013; Tandoc et al., 2015)。社会比较特别是上行社会比较是妒忌产生的关键原因(杨丽娴,张锦坤,2009)。因此,被动性社交网站使用很有可能是先引发上行社会比较进而导致妒忌的。”

另外,如专家所言,上行社会比较在本研究中是动机性的而不是特质性的。被动性社交网站使用也可能会引起平行社会比较,甚至是下行社会比较,进而提升自尊。之所以强调上行社会比较而不是平行社会比较和下行社会比较,是因为社交网站上的信息很多是有积极偏差的(如上一段的论述),浏览此类信息更多的是让个体觉得他人有着更好的生活,过得更加幸福(Chou & Edge, 2012),而自己不如他人,甚至进一步产生妒忌心理(Krasnova et al., 2013; Tandoc et al., 2015)。也就是说,相比平行社会比较和下行社会比较,上行社会比较是更普遍和多发的。正是因此,很多研究才重点关注社交网站使用引发的上行社会比较及其影响(Appel et al., 2015; de Vries & Kühne, 2015; Feinstein et al., 2013; Vogel et al., 2014)。当然,平行社会比较和下行社会比较也有其发生的可能性以及探讨的意义,因此,结合上面对专家第三个问题的回应,将在研究不足和展望部分对此进行补充。

意见 6: 负性社会比较主要的含义需要作者明确,与前文的不同类型的社会比较有何不同也需要明确。

回应: 负性社会比较是指个体在与他人比较时觉得他人比自己过得好,强调个体对比较结果的关注——个体认为自己不如他人(de Vries & Kühne, 2015; Lee, 2014)。而上行社会比较、平行社会比较与下行社会比较则是从个体与比较对象水平差距的角度来说的,它们都没有限定比较的结果,即承认上行社会比较对个体不仅有消极影响,还可能有激励作用,而下行社会比较不仅对个体有积极影响,也可能有负面作用。因此负性社会比较可以看作上行社会比较的一个子类,是对个体有消极影响的上行社会比较。根据专家的建议,在文中增加了简单的说明。

意见 7: 作者需要补充变量之间的区分效度情况。

回应: 感谢专家的意见。已在修改稿中对变量之间的区分效度情况做了补充。

意见 8: 从研究方法又采用横断设计,不足以充分说明自我概念或自尊实际上会受到被动性网络使用的影响。以后可以采取时间滞后设计更好地明确因果关系。作者需要考虑控制性别以外的无关变量,控制无关变量才能证明自尊或自我概念清晰与被动性网络使用有关。因为主动性网络使用降低,个体人格内向或面对面交往减少等,都可能会导致自尊或自我概念清晰度降低。

回应: 如专家所言,本研究采用的是横断研究,对变量之间关系的论述虽然是基于已有理论和实证研究,但仍不能充分说明自尊和自我概念清晰性实际上会受到被动性社交网站使用的影响,这也是本研究的不足之一,未来的研究可以采用追踪设计或是实验设计以进一步明确变量之间的因果关系,本研究也在讨论部分对此进行了强调。在控制变量的操作上,本研究在数据模型验证分析时控制了性别和年级,以便更好的探讨核心变量之间的关系;对于主动性使用行为的控制,虽然以往探讨被动性社交网站使用行为效应的研究多没有控制主动性社

交网站使用行为(Shaw, Timpano, Tran, & Joormann, 2015; Tandoc et al., 2015), 但考虑到主动性使用行为对被动性使用行为可能产生影响, 本研究在问卷指导语部分要求被试根据自己的社交网站使用情况, 评定自己在没有信息表露时进行信息浏览行为的频率, 以测量被试单纯的被动性社交网站使用行为, 但是该控制方法的效果可能仍需要加强, 我们也在讨论部分对此做了阐述。此外, 上述论述中提到, 社交网站使用时间与被动性社交网站使用关系密切, 本次修改时将被试每次的社交网站使用时间作为控制变量对数据进行了重新分析, 以排除社交网站使用时间对目标变量之间关系可能的影响, 重新分析后的主要结果与之前的大致相同, 详见数据结果部分。

意见 9: 中介作用分为完全中介与部分中介, 作者可能需要明确地指出 H3 假设是哪种中介模型。数据收集以班级为单位, 班级整体的情绪基调也可能会影响研究结果, 作者是否考量班级情绪乐观基调的跨层调节作用。

回应: 因为温忠麟和叶宝娟(2014)在《中介效应分析: 方法和模型发展》一文中指出, 区分完全中介与部分中介实际上没有意义, 并且容易造成误解, 所以, 本研究未突出部分中介和完全中介。但是考虑到本研究的 H3 包含两个中介, 对比两个中介也有其意义, 因此对文中相关之处的表述进行了修改。(1) 在问题提出部分, 在论述中说明将同时探讨并对比上行社会比较在被动性社交网站使用对自我概念不同方面影响中的作用; (2) 在讨论部分, 对两个中介模型的相同之处和不同之处做了阐述。另外, 关于专家提到的可能存在的班级情绪乐观基调的跨层调节作用, 比较遗憾, 数据虽然是以班级为单位进行收集的, 但在数据收集过程中为尊重老师和学生们的意见, 问卷设计中并没有采集班级以及班级情绪等信息, 故本研究也就未能对班级情绪基调的跨层调节作用进行分析。未来的研究, 我们将充分考虑专家的建议。

意见 10: H4 假设为阶段二有调节的中介模型, 作者不仅需要给出阶段二的调节效应, 也要给出中介效应在调节变量上的差异, 这样才能完全检验假设 H4。

回应: 根据专家的意见, 为使研究结果得到更好的呈现, 我们以表格的形式, 列出在调节变量平均数减一个标准差、平均数和平均数加一个标准差三个水平上的中介效应值。两个表格如下所示。

表 3 不同乐观水平时上行社会比较在被动性使用与自尊之间的中介效应值

乐观水平	中介效应值	Boot 标准误	Bootstrap 下限	Bootstrap 上限
<i>M - SD</i>	-0.14 ^{***}	0.02	-0.19	-0.10
<i>M</i>	-0.08 ^{***}	0.02	-0.12	-0.05
<i>M + SD</i>	-0.02	0.02	-0.06	0.01

表 5 不同乐观水平时上行社会比较在被动性使用与自我概念清晰性之间的中介效应值

乐观水平	中介效应值	Boot 标准误	Bootstrap 下限	Bootstrap 上限
<i>M - SD</i>	-0.15 ^{***}	0.03	-0.19	-0.10
<i>M</i>	-0.11 ^{***}	0.02	-0.15	-0.08
<i>M + SD</i>	-0.08 ^{***}	0.02	-0.12	-0.04

意见 11: 作者画图表明假设模型, 可能更会促使读者理解研究假设。

回应: 根据专家的建议, 在文中补充了假设模型图, 以期更清晰直观的呈现本研究的假设。

意见 12: “个体在社交网站上的好友多是与其在某些方面具有相似性的现实生活中的同学或朋友, 而社会比较更容易在相似的群体间产生(邢淑芬, 俞国良, 2005; Suls & Miller, 1977)。因此, 社交网站自身特性是被动性社交网站使用行为诱发上行社会比较的重要原因。”, 作者也需要关注引发平行比较的可能性, 也需要讨论社交网站特性与被动性网络使用的关系, 即社交网站信息是否一定会促使个体被动性网络使用。

回应: 个体在社交网站上的好友多是与其在某些方面具有相似性的现实生活中的同学或朋友, 因而会强化其进行社会比较的倾向(邢淑芬, 俞国良, 2005; Suls & Miller, 1977)。但是个体会进行上行社会比较还是平行社会比较, 抑或下行社会比较更多取决于社交网站上信息的性质。在对专家针对研究理论第五个问题的回应中, 我们阐述了社交网站上的信息存在积极偏差——在基于熟人关系的社交网站上, 个体为维护良好的自我形象, 会在尽量保证信息真实性的情况下, 呈现相对积极的信息, 所呈现的信息并非是虚假的, 但可能隐去了其中消极的成分, 凸显了信息的积极性, 以反映理想的生活和积极的自我形象(姚琦, 马华维, 阎欢, 陈琦, 2014; Yang, 2014), 它们更多可能诱发个体进行上行社会比较。也如对专家针对研究理论第五个问题的回应, 平行社会比较和下行社会比较也都有其发生的可能性以及探讨的意义, 所以将在研究不足和展望部分对此进行补充。

另外, 文中强调的是“社交网站自身特性是被动性社交网站使用诱发上行社会比较的重要原因”, 而没有强调“社交网站自身特性是个体被动性社交网站使用的重要原因”。我们对为什么说“社交网站自身特性是被动性社交网站使用诱发上行社会比较的重要原因”重新进行了梳理, 从社交网站会强化社会比较倾向以及影响社会比较方向两个方面来论述。

修改后的具体描述如下: “社交网站作为沟通交流的载体, 信息的产生与信息的消化是紧密相连的, 自我表露产生的信息紧接着就会成为浏览阅读的目标, 成为触发社会比较的诱因。而个体在社交网站上的好友多是与其在某些方面具有相似性的现实生活中的同学或朋友, 社会比较倾向更容易在相似的群体间产生(邢淑芬, 俞国良, 2005; Suls & Miller, 1977)。因此, 社交网站环境会触发和强化社会比较倾向。此外, 社交网站上的社会比较方向更多的取决于信息本身的性质(Vogel et al., 2014; Feinstein et al., 2013), 如前所述, 社交网站上的很多信息都有“积极偏差”, 会让个体觉得他人比自己更幸福, 而自己不如他人(Chou & Edge, 2012; Vogel et al., 2014), 甚至产生妒忌心理(Krasnova et al., 2013; Tandoc et al., 2015)。总之, 社交网站环境既会影响社会比较倾向(强化比较倾向), 也会影响社会比较方向(诱发上行比较), 所以说, 社交网站自身特性是被动性社交网站使用行为诱发上行社会比较的重要原因。”

意见 13: 高乐观的人可能会产生认知偏见, 即脱离实际的过分乐观, 从长期来看, 这不利于个体发展, 尤其可能会促使个体自尊降低。

回应: 诚如专家所言, 高乐观的人可能会产生认知偏差, 盲目的乐观而不顾现实(李金珍, 王文忠, 施建农, 2003; Schneider, 2001), 长期来看, 可能会对自尊产生消极影响。因此, 本文在研究启发部分对此进行了补充, 在论述通过学习人们可以将悲观的归因方式转换为乐观的, 形成习得性乐观时(Snyder & Shane, 2002), 也同时强调, 过度乐观会使个体盲目而不顾现实(李金珍等, 2003; Schneider, 2001), 可能会对个体发展产生消极影响, 因此, 个体更应该在现实和乐观之间达到某种平衡, 学习和保持“现实乐观”(Schneider, 2001)。

审稿人 2 意见: 该研究选题比较有意义, 试图基于社会比较理论和乐观的保护性作用的视角, 考察被动性社交网站使用行为对自尊和自我概念清晰性的影响及其作用机制, 研究具有较好的理论与实际应用价值。但文中存在一些问题请作者进行修改:

意见 1: 在问题提出部分, 第一段结尾的“主动性和被动性使用的区分不仅为社交网站使用对个体影响的研究提供了新的视角, 也能解释有关社交网站使用影响的研究结果不一致的现象”这句话表述欠妥, 容易导致读者的困惑。是主动性和被动性使用的区分不合理还是没有进行区分?

回应: 感谢专家的意见。文中将上述论述修改为: “因此, 主动性使用和被动性使用的研究有助于区分不同社交网站使用行为的不同影响, 从而更加全面客观的看待社交网站对个体的影响。”

意见 2: 作者谈到“已有研究虽然对被动性社交网站使用对生活满意度以及抑郁等心理社会适应指标的影响及其作用机制进行了探讨”, 请例举已有的相关证据。

回应: 根据专家的建议, 对此进行了补充, 修改为: “已有研究虽然对被动性社交网站使用对生活满意度(Krasnova et al., 2013)以及抑郁(Tandoc et al., 2015)等心理社会适应指标的影响及其作用机制(如妒忌的中介作用)进行了探讨”。

意见 3: 第三段作者论及“这可能暗示被动性社交网站使用对自尊有负向的预测作用”, 这一表述欠合理。

回应: 感谢专家的细心指正, 如专家所言, 上述句子表述的确有欠规范。为表述严谨, 将其删去。

意见 4: 2.3 程序及数据处理部分作者描述过于简单, 需更详细地描述具体施测程序。

回应: 感谢专家的意见。文中对具体施测程序和数据处理过程都进行了详细的补充。修改后的论述如下: “本研究的主试均为心理学专业的博硕士研究生。以班级为单位, 每班配备 1-2 名主试, 由研究生主试使用统一问卷进行集体施测。主试首先确认潜在被试是否是社交网站用户(使用 QQ 空间、人人网与微信朋友圈之类的社交网站), 如果不是则不能参与此次调查; 然后, 向符合条件的被试宣读指导语, 以阐明测验目的、答题方式、自愿填写以及匿名原则等; 被试被要求按照自己的实际情况, 在规定时间内(约 20 分钟)独立完成调查; 最后, 剔除空白问卷以及规律作答的问卷, 得到本次研究的数据。”

使用 SPSS 17.0 以及 Hayes(2013)的 SPSS 宏程序 PROCESS (PROCESS is written by Andrew F. Hayes, <http://www.afhayes.com>) 来整理和分析数据。该 SPSS 宏程序可以基于偏差校正百分位的 Bootstrap 法对多种有中介的调节以及有调节的中介模型进行验证, 许多学者都使用过该程序检验中介效应前半段或是后半段是否受到调节(Chardon, Janicke, Carmody, & Dumont-Driscoll, 2016; Chen, Hsiao, Chern, & Chen, 2014; Chung, Allen, & Dennis, 2013; Nyadzayo & Khajehzadeh, 2016)。通过抽取 5000 个 Bootstrap 样本(每个样本容量均为 1208 人), 获取参数估计的稳健标准误和 Bootstrap 置信区间, 若置信区间不包含 0, 则表示结果有统计显著性(Erceg-Hurn & Mirosevich, 2008)。”

意见 5: 文章的讨论部分不够深入。讨论部分作者提及“研究结果有利于揭示被动性社交网站使用行为对自尊和自我概念清晰性的影响及其作用机制”, 但作者并未具体阐述被动性社交网络使用行为对自尊和自我概念清晰性的影响。此外, 现有研究结果与前人研究有何不同, 这些新的发现如何解释?

回应：我们在讨论第二段有提及“本研究结果发现，被动性社交网站使用对自尊没有直接的预测作用，而是通过上行社会比较的中介作用间接负向预测自尊，但是，被动性社交网站使用能够直接负向预测自我概念清晰性。”，根据专家的意见，再次就被动性社交网站使用对自尊和自我概念清晰性的具体影响进行了强调，补充讨论了现在研究结果与前人研究有何不同，并就新发现做出更为详细的解释。

修改后的具体论述如下：“本研究结果发现，被动性社交网站使用对自尊没有直接的预测作用，但是能够直接负向预测自我概念清晰性。该结果表明，被动性社交网站使用行为本身对自我概念不同方面的影响是不同的——自尊不会受到被动性社交网站使用行为的直接影响，自我概念清晰性却会直接受到被动性社交网站使用的负性影响。自尊反映的是自我概念的积极性水平(Harter, 2006)，被动性社交网站使用行为只是让个体接触到了多种多样的信息，如果没有因此诱发个体进行上行社会比较，其自尊水平就不会受到显著影响。类似的，以往研究也发现，被动性社交网站使用对生活满意度和抑郁的影响是通过妒忌的中介作用实现的，而并没有直接的负性效应(Krasnova et al., 2013; Tandoc et al., 2015)。但是，接触到大量他人信息，本身就会导致个体直接面对人和思想的多种可能性，可能碎片化其人格，影响个体形成清楚一致的自我概念，该结果也与网络使用的“自我概念分化假说”以及相关研究相一致(牛更枫等, 2016; Valkenburg & Peter, 2008; 2011)。此外，以往关于社交网站使用与自尊、自我概念清晰性等自我概念重要成分之间关系的研究主要考察的是社交网站使用强度以及主动性社交网站使用行为，研究在发现自我呈现等主动性社交网站使用行为有助于提升自尊(牛更枫等, 2015)和一般自我概念水平(刘庆奇等, 2016)的同时，也发现社交网站使用强度负向预测自尊(Blomfield et al., 2014; Vogel et al., 2014)和自我概念清晰性(牛更枫等, 2016)。本研究从被动性社交网站使用的角度切入，是对以往研究的细化和补充，有助于区分不同社交网站使用行为的不同影响，从而更好的理解以往研究结果中存在的不一致。”

另外，对上行社会比较的中介作用以及乐观的调节作用两部分中的某些论述也进行了适当的修改。

意见 6：请作者再斟酌英文摘要表述是否准确。

回应：感谢专家的建议，已请英语水平较好的研究者对英文摘要进行了全面的修改和润色。

主要参考文献

- Appel, H., Crusius, J., & Gerlach, A. L. (2015). Social comparison, Envy, and depression on Facebook: a Study looking at the effects of high comparison Standard on depressed individuals. *Journal of Social and Clinical Psychology, 34*(4), 277-289.
- Blomfield Neira, C. J., & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology, 66*(1), 56-64.
- 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.
- de Vries, D. A., & Kühne, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences, 86*, 217-221.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & 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.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship

- between Facebook usage and body image concerns. *Body image*, 12, 82-88.
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161-170.
- 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 & Social Networking*, 14(4), 183-189.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction?. *Wirtschaftsinformatik*, 92, 1-16
- Lee, Y. S. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: the case of facebook. *Computers in Human Behavior*, 32(3), 253-260.
- Li, J. Z., Wang, W. Z., Shi, J. N. (2003). Positive Psychology: A New Trend in Psychology. *Advances in Psychological Science*, 11(3), 321-327.
- [李金珍, 王文忠, 施建农. (2003). 积极心理学: 一种新的研究方向. *心理科学进展*, 11(3), 321-327.]
- Mruk C. Self-esteem: Research, theory and practice. New York: Springer publishing, 1999.
- Niu, G. F., Sun, X. J., Zhou, Z. K., Tian, Y., Liu, Q. Q., Lian, S. L. (2016). The Effect of Adolescents' Social Networking Site Use on Self-concept clarity: The Mediating Role of Social comparison. *Journal of Psychological Science*, 39(1), 97-102.
- [牛更枫, 孙晓军, 周宗奎, 田媛, 刘庆奇, 连帅磊. (2016). 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. *心理科学*, 39(1), 97-102.]
- Schneider, S. L. (2001). In search of realistic optimism: Meaning, knowledge, and warm fuzziness. *American Psychologist*, 56(3), 250.
- Shaw, A. M., Timpano, K. R., Tran, T. B., & Joormann, J. (2015). Correlates of facebook usage patterns: the relationship between passive facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior*, 48, 575-580.
- Snyder C R, Shane J L. Handbook of positive psychology. New York: Oxford University Press, 2002. 231-256.
- Suls, J. M., Miller, R. L. (1977). Social Comparison process: Theoretical and empirical perspectives. Washington, DC: Hemisphere Publication Services.
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing?. *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146.
- Tian, L. M., & Zhang, X. K. (2006). Heterogeneity of High Self-Esteem. *Advances in Psychological Science*, 14(5), 704-709.
- [田录梅, 张向葵. (2006). 高自尊的异质性研究述评. *心理科学进展*, 14(5), 704-709.]
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2008). Adolescents' identity experiments on the internet: Consequences for social competence and self-concept unity. *Communication Research*, 35(2), 208–231.
- 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.
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., & ... Kross, E. (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.
- Wen, Z. L., & Ye, B. J. (2014). Analyses of Mediating Effects: The Development of Methods and Models.

Advances in Psychological Science, 22(5), 731-745.

[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.]

Wise, K., Alhabash, S., & Park, H. (2010). Emotional responses during social information seeking on Facebook. *Cyberpsychology Behavior & Social Networking*, 13(5), 555-562.

Xing, S. F., & Yu, G. L. (2005). A Review on Research of Social Comparison. *Advances in Psychological Science*, 13(1), 78-84.

[邢淑芬, 俞国良. (2005). 社会比较研究的现状与发展趋势. *心理科学进展*, 13(1), 78-84.]

Yang, C. C. (2014). It makes me feel good: A longitudinal, mixed-methods study on college freshmen's Facebook self-presentation and self-development. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Wisconsin-Madison.

Yao, Q., Ma, H. W. (2014). Analysis of Social Network Users' Online Behavior from the Perspective of Psychology. *Advances in Psychological Science*, 22(10), 1647-1659.

[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.]

第二轮

审稿人 1 意见: 作者回应了大部分审稿人提出的问题, 但大部分问题的解决办法指向未来研究。不过, 由于被动性社交网站的使用是互联网心理学的一个热点, 本文可以为类似研究提供范例。文章标题并没有明确地提出有调节中介模型的含义, 也就是自变量, 中介变量与调节变量的关系, 因此, 文章标题可以进一步明确, 以更好概括文章的研究内容及主题。建议修改后发表。

回应: 感谢审稿专家的认可。在第一轮的修改中, 有些问题的确是本研究尚不能直接和彻底解决的, 如被动性社交网站使用与内隐自尊的关系、基于问卷法的横断设计不能严格的确定变量之间的因果关系, 因此在讨论部分将上述问题作为本研究的不足之处明确指出, 希望未来的研究能采用更有针对性的研究设计对此做深入的探讨。

关于文章标题, 我们根据审稿专家的意见, 将其修改为“被动性社交网站使用对自尊和自我概念清晰性的影响: 上行社会比较的中介作用与乐观的调节作用”。

审稿人 2 意见: 该论文基于社会比较理论, 考察了被动性社交网站使用行为对自尊和自我概念清晰性的影响及其作用机制, 研究具有较强的理论与现实意义。作者对提出的问题作了回应, 且对不足之处作了较详细的修改。本人认为, 该论文已达到发表水平, 建议在以下两个方面作适当修改后发表:

- 1、英文标题和摘要的表达还可进一步斟酌;
- 2、仔细检查图和表格格式的规范性, 如: 图的标题表达欠准确。

回应: 感谢审稿专家对文章修改的肯定。我们对英文标题和摘要做了进一步的斟酌和修改, 也对图和表格的格式做了检查和修改, 以使图表更加规范。

再次感谢两位审稿专家在论文修改过程中提出的许多颇有深度的意见和建议, 引导和启发我们对文稿进行完善, 使得稿件质量得到很大的提高。

第三轮

编委专家意见：表 2 和表 4，既然报告了 beta 的相应 t 值，星号应该点在 t 值上，而非 beta 值上，因为 t 检验才是显著性测验；如果不报告具体显著性测验值，星号可以点在统计参数值上，如 beta 值。

回应：感谢编委专家的细心指正。我们根据编委专家的意见对表 2 和表 4 都进行了修改，将星号标注在了 t 值上。

第四轮

主编终审意见：

意见 1： Totally 13443 words, please cut into 12000 words.

回应：感谢主编的意见。已在不影响文章核心内容的前提下，对文章篇幅进行了精简，修改后的正文（包括图表，不包括中英摘要、参考文献和附录）字数为 11461 字。由于具体精简之处相对较多，在此不做一一详述。

意见 2： Reference list too long, please remove 20-30 less important references.

回应：根据主编的意见，已对参考文献做了删减，删除了 14 条英文文献和 8 条中文文献（中文参考文献和其相应的英文表述合一起算一条）。

意见 3： Chinese title is too long, cut into 20-25 words maximum.

回应：根据主编的意见对中文标题进行了精简，改为“被动性社交网站使用与自尊和自我概念清晰性：有调节的中介模型”，由于研究变量本身的名称较长，如“被动性社交网站使用”有 9 个字，“自我概念清晰性”7 个字，正副标题的总字数未能控制在 20-25 个字以内。但修改后，正标题 20 个字，副标题 8 个字，基本符合期刊要求。

意见 4： English title is too long, reduce to 12-15 words.

回应：已将英文标题改为“Passive Use of Social Network Site and Self-esteem and Self-concept Clarity: A Moderated Mediation Analysis”，修改后的英文标题字数为 15 个字。最后，特别感谢主编对英文摘要进行的润色和修改，使得英文摘要的语言表述更加准确。

主编终审第二次意见：

意见 1： This is an article I have read twice already. In the last round I have made suggestion on their Chinese and English titles. They don't like the word “effect” and come back with a different suggestion. For the Chinese title, I will let them use their latest suggestion: 被动性社交网站使用与自尊和自我概念清晰性：有调节的中介模型. The use 与 and 和 to differentiate the use of the word “and” twice. It is not ideal, but I don't have other suggestion if they do not agree with the word “effects”. So, this is alright.

回应：感谢主编的意见。

意见 2： For the English title: Passive Use of Social Network Site and Self-esteem and Self-concept Clarity: A Moderated Mediation Analysis. There are two “and” which make the title confusing and difficult to read. Here are some possible suggestions:

Passive Use of Social Network Site and Self Constructs: A Moderated Mediation Analysis

Self-esteem and Self-concept Clarity and Their Relations with Passive Use of Social Network:
A Moderated Mediation Analysis

Passive Use of Social Network Site and Self-esteem: A Moderated Mediation Analysis

Passive Use of Social Network Site and Self-Concept: A Moderated Mediation Analysis

回应：在主编建议的启发下，我们将英文题目改为“Passive Use of Social Network Site and Its Relationships with Self-esteem and Self-concept Clarity: A Moderated Mediation Analysis”。