

女大学生社交媒体自拍编辑与外貌焦虑的关系：自我客体化的中介作用

穆凯带丝·买买提

新疆师范大学心理学院，乌鲁木齐

摘要 | 目的：基于客体化理论，探讨女大学生自拍编辑和外貌焦虑之间的关系，以及自我客体化在两者之间的中介作用。方法：以国内某高校336名女大学生 [平均年龄 (20 ± 2) 岁] 作为研究对象，采用自拍编辑问卷、自我客体化量表 (OBCS) 和外貌焦虑量表 (SAAS) 进行测量。结果：城市女大学生的外貌焦虑得分高于农村女大学生。相关分析结果显示，女大学生自拍编辑的个体和团体维度均与自我客体化之间呈正相关；自我客体化与外貌焦虑之间呈正相关。中介分析结果显示，自我客体化在女大学生个体自拍编辑和外貌焦虑以及团体自拍编辑和外貌焦虑之间均起中介作用。结论：(1) 女大学生外貌焦虑存在城乡差异，城市女大学生的外貌焦虑水平高于农村女大学生。(2) 自我客体化在女大学生自拍编辑和外貌焦虑之间起中介作用。

关键词 | 自拍编辑；外貌焦虑；自我客体化

Copyright © 2024 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/>



外貌焦虑 (Appearance Anxiety) 是一种基于外貌的社会评价性焦虑，它是指在社会生活中，人们的外貌常常会被他人上下打量、扫描，以及受到他人的评价，从而使个体过度关注自己的外貌，进而担心自己的外貌是否符合当下有关“美”的社会标准^[1]。当个体的外貌受到负面评价时，就会产生担忧、懊恼、焦虑和不安等情绪状态^[2]。研究表明，女性的外貌焦虑水平显著高于男性，这是因为社会对女性外貌相对严格的标准，以及各种媒体对女性形象“白、瘦和完美”的宣传，成为多数女性产生外貌焦虑的主要原因^[3, 4]。社交媒体的出现和广泛使用为外貌焦虑的表现形式提供了一个新的平台，与外貌焦虑之间存在一定的相关性^[5]。大学生是使用社交媒体的重要群体，社交媒体成了大学生展示和表达自我的重要方式。有研究指出，在社交媒体上投入越多的女大学生，越容易对自身外貌产生不满的负面情绪^[6]。外貌焦虑作为普遍的社会现象，研究其影响因素以及作用机制，不仅能为已有的探索提供理论支持，同时也能指导当代年轻女性正确地看待自我，更好地树立正确的自我价值观^[7]。国内研究发

作者简介：穆凯带丝·买买提，新疆师范大学心理学院在读研究生，研究方向：人格与认知研究。

文章引用：穆凯带丝·买买提. 女大学生社交媒体自拍编辑与外貌焦虑的关系：自我客体化的中介作用 [J]. 中国心理学前沿, 2024, 6 (10): 2033-2043.

<https://doi.org/10.35534/pc.0610223>

现，城市学生的外貌焦虑水平显著高于农村学生，原因是我国城市的互联网普及率大于农村，当城市学生更多地接触到有关外貌的社会评价信息时，可能就会产生对外貌的关注，从而导致了更水平的外貌焦虑^[8]。然而，也有研究并没有发现外貌焦虑的城乡差异，这是因为当前我国城市和农村的网络普及率已经缩小，几乎所有的年轻人都在接受相同或者相似的信息，因此不会出现城乡差异^[9]。本研究将针对女大学生外貌焦虑的城乡差异问题继续进行探索。由此，本研究提出假设1：女大学生的外貌焦虑存在城乡差异，城市女大学生的外貌焦虑水平高于农村女大学生。

在社交媒体和外貌焦虑的关系领域，有研究者指出社交媒体的使用与负面的外貌认知以及焦虑情绪有关^[5]。社交媒体为个体进行自我呈现搭建了一个较为理想的平台，发布自拍照成了一种常见的方式^[10, 11]。自拍照可以分为个人自拍照、情侣自拍照和团体自拍照^[12]。自拍编辑（Selfie-editing）作为发布自拍照的方式之一，是指人们对自己发布到社交媒体中的自拍照进行编辑的行为，例如：滤镜、剪裁、美化等^[13, 14]。自拍编辑有利于人们在社交媒体上展现积极的自我形象或管理消极的自我形象，是一种选择性自我呈现的手段，其背后的原因可能是出于对自己照片的不满意，或者是想要比别人更好看而采取的一种行为^[15, 16]。国内研究调查发现，88.54%的女性自拍照存在被编辑的现象，包括使用各种滤镜、添加图饰、美化皮肤、修饰脸型身材等^[17]。有研究表明，自拍编辑越多的女大学生更倾向于追求“瘦”，表现出更多的外貌不满意^[18]。但也有研究指出，自拍编辑可以正向预测女大学生的体像满意度^[19]。此外还有研究证明，自拍编辑水平越高的女性会收到更多的积极反馈，从而提升对自我外貌的评价^[13]。因此，自拍编辑的作用机制和对女性产生的影响，目前还需进一步探究。由此，本研究提出假设2：自拍编辑会显著正向预测女大学生的外貌焦虑，即自拍编辑会增加女大学生的外貌焦虑。

上述研究已经表明，自拍编辑和外貌焦虑之间存在某种关系，但这种关系的内在机制还有待进一步探索。外貌焦虑除了受到外部社交媒介使用的影响之外，还受到个体内部因素的共同影响，例如理想美内化和身体监控等^[20, 21]。弗雷德里克森和罗伯茨（Fredrickson and Roberts, 1997）提出了客体化理论（Objectification Theory）和自我客体化（Self-objectification）的概念。该理论认为，女性在日常生活中可能会面临此类情境，例如：自己的身体或者外貌与自身价值分离，被认为她们的价值由自己的身体或者外貌价值所决定。这类现象被国外学者定义为性客体化^[22]，经历过性客体化的女性将内化出一个第三方视角去看待自己的身体和外貌，并且更看重身体的外在特质而非能力属性，将自己作为基于外貌评价的对象，形成自我客体化^[2]。客体化理论提出，自我客体化会导致消极的心理或主观经验，如产生羞耻感和焦虑等^[23]。弗雷德里克森和罗伯茨通过女性经历性客体化之后形成自我客体化这一发展，解释了她们产生羞耻感和焦虑的原因。性客体化包含不同类型，其中最常见的是媒体性客体化，媒体性客体化是指女性通过媒体对自己的身体和外貌形象进行展现^[24]。有研究者调查发现，媒体性客体化事件占年轻女性日常性客体化事件的比例达64%^[25]。

对于自拍编辑与女性外貌焦虑的关系，通过将客体化理论和自拍编辑相联系可以发现，自拍编辑是人们在社交媒体上对自己的形象进行展示的方式之一，因此可以被认为属于媒体性客体化的范畴，是性客体化经历的一种，也是导致女性外貌焦虑的重要影响因素。自拍编辑作为一种媒体性客体化经历，可能会通过影响女性的自我客体化水平从而影响她们的外貌焦虑。有研究发现，女性的自拍行为与自我客体化之间存在着显著的正相关^[26]，而自拍编辑同样作为自拍行为的一种，也有可能自我客体化之间

存在某种联系^[27]。还有研究表明，自我客体化与外貌焦虑、积极的整容态度，以及改善外在的运动动机等之间存在显著正相关^[28, 29]，并且自我客体化对外貌焦虑有积极的预测作用^[30]。因此，本研究认为，自我客体化可能是一个重要的中介变量。综上所述，从媒体性客体化的角度出发，通过自拍编辑的具体行为视角去探索其对外貌焦虑的影响有重要意义。基于客体化理论，自拍编辑作为媒体性客体化的一种表现形式，较少有直接探究其对外貌焦虑作用机制的研究，同时自我客体化作为导致外貌焦虑的重要心理机制，是否会受到自拍编辑的影响从而提升女性的外貌焦虑水平，还有待进一步探究。因此，本研究拟考察自拍编辑对女大学生外貌焦虑的影响作用，并检验自我客体化的中介作用。基于上述分析，本研究提出假设3：自我客体化在自拍编辑和外貌焦虑之间起中介作用，自拍编辑会通过提升自我客体化水平，从而增加女大学生的外貌焦虑程度。

1 对象与方法

1.1 对象

通过方便取样的方式，面向18~25岁的广东省某高校女大学生，发放问卷348份，回收并整理后得到有效问卷336份，有效率为96.5%，平均年龄为(20±2)岁，被试中城市学生251人，农村学生85人。

1.2 工具

1.2.1 自拍编辑问卷

采用张欣(2019)编制的自拍照编辑问卷进行测量^[31]，问卷包含三个维度，个体自拍照编辑，情侣自拍照编辑和团体自拍照编辑，每个维度8个条目，共24个条目。本研究旨在探讨个体和团体维度的自拍编辑，为避免亲密关系对研究结果产生额外影响，因此剔除了情侣自拍照编辑维度的条目，剔除后剩余16个条目。其中个体维度包括“请问你对发布在社交网站上的个体自拍照，进行裁剪的频率是怎样的？”，团体维度包括“请问你对发布在社交网站上的团体自拍照，使用滤镜的频率是怎样的？”等。问卷采用5点计分法，1表示“从不”，5表示“总是”，得分越高，说明自拍编辑的水平越高。本研究中，总问卷的Cronbach' α 为0.91，个体自拍编辑问卷的Cronbach' α 为0.82，团体自拍编辑问卷的Cronbach' α 为0.88，问卷具有良好的信度。

1.2.2 自我客体化量表

采用麦金利和海德(McKinley and Hyde, 1996)编制的客体化身体意识量表(objectified body-consciousness scale, OBCS)的一个分量表：身体监控量表(The Body Surveillance Subscale)进行测量^[32]。鉴于当时国内没有同类量表，以及身体意识水平作为影响个体心理健康水平的重要因素之一，国内学者陈欣和蒋艳菊(2007)对原量表进行了探索性因素分析和修订^[33]。此分量表包含8个条目，其中包括“我常担心穿着的衣服会不会使我看上去好看”和“我会一天中很多次地想到我(的外貌)看上去怎么样”等。每个项目从1分(“完全不符”)到7分(“完全一致”)7点计分。主要衡量一个人自我客体化的程度，得分越高，说明个体的自我客体化水平越高。问卷的Cronbach' α 为0.87，具有良好的信度。

1.2.3 外貌焦虑量表

采用由特雷弗和戴维等人 (Trevor and David, 2008) 编制的社会外貌焦虑量表 (the social appearance anxiety scale, SAAS) 进行测量^[34]，该量表考察的是个体的整体性外貌焦虑水平，而不是个体对具体身体特征 (如鼻子、眼睛等) 的关注程度。量表共包含了16个条目，其中包括“我担忧别人会在背后议论我的外貌缺陷”和“我担心人们会因我的外貌而认为我没有吸引力”等。每个项目从1分 (“非常不同意”) 到5分 (“非常同意”) 5点计分，以总分作为外貌焦虑量表的得分，得分越高代表外貌焦虑水平越高。量表的 Cronbach' α 为0.94，具有良好的信度。

1.3 方法

采用SPSS 24.0统计软件以及海耶斯 (Hayes) ^[35] 的SPSS宏程序PROCESS进行数据分析。采用独立样本 *t* 检验比较不同生源地女大学生的各量表得分；采用Pearson相关分析探讨自拍编辑、外貌焦虑和自我客体化的相关性；将所有变量数据进行标准化处理，在控制生源地变量 (1=城市、2=农村) 后分别以个体自拍编辑和团体自拍编辑得分为自变量，外貌焦虑得分为因变量，自我客体化得分为中介变量，采用PROCESS模型4进行中介效应检验，并经过Bootstrap法进行5000次重抽样分别对自我客体化在个体自拍编辑与外貌焦虑和团体自拍编辑与外貌焦虑之间的中介效应进行检验。

用Harman单因素法对问卷全部题目进行因子分析，结果表明，共有13个公因子特征值均大于1，其中第一因子的方差贡献率为19.023%，小于临界值40%的标准。因此，在这项研究中并不存在明显的共同方法偏差，数据可以用来进行下一步的分析。

2 结果

2.1 女大学生外貌焦虑的城乡差异

对数据进行独立样本 *t* 检验，结果如表1所示。不同生源地的女大学生在外貌焦虑上存在显著差异。城市女大学生在外貌焦虑上的得分显著高于农村女大学生 ($p < 0.01$, $d = 0.37$)。

表 1 女大学生外貌焦虑的城乡差异检验 ($\bar{x} \pm s$)

Table 1 Difference analysis of female college students' appearance anxiety

人口学变量		外貌焦虑	<i>t</i>
生源地	城市	50.12 ± 6.03	2.91**
	农村	47.98 ± 5.27	

注：* $p < 0.05$ 、** $p < 0.01$ 、*** $p < 0.001$ ，下同。

2.2 女大学生自拍编辑、自我客体化和外貌焦虑的相关分析

相关分析结果如表2所示，女大学生自拍编辑的个体和团体维度与外貌焦虑之间不存在显著相关，与自我客体化之间存在显著正相关，自我客体化与外貌焦虑之间存在显著正相关。

表2 各变量间的相关分析
Table 2 Correlation analysis

	1	2	3	4
1. 个体自拍编辑	-			
2. 团体自拍编辑	0.73**	-		
3. 自我客体化	0.21**	0.27**	-	
4. 外貌焦虑	0.09	0.09	0.25**	-

注：*. $p < 0.05$ 、**. $p < 0.01$ 、***. $p < 0.001$ ，下同。

2.3 自我客体化在女大学生自拍编辑和外貌焦虑之间的中介效应检验

2.3.1 自我客体化在女大学生个体自拍编辑和外貌焦虑之间的中介效应检验

基于理论和梳理以往研究，采用PROCESS中的Model 4检验自我客体化在女大学生个体自拍编辑与外貌焦虑之间的中介作用。将生源地作为控制变量，结果表明，个体自拍编辑显著正向预测自我客体化 ($a=0.18$, $SE=0.05$, $p < 0.001$)，当个体自拍编辑和自我客体化同时进入回归方程时，个体自拍编辑不能显著预测外貌焦虑 ($c'=0.04$, $SE=0.05$, $p > 0.05$)，自我客体化显著正向预测外貌焦虑 ($b=0.27$, $SE=0.06$, $p < 0.001$)，如表3、图1所示。中介效应的Bootstrap结果显示，自我客体化在个体自拍编辑和外貌焦虑之间的中介效应显著， $ab=0.04$, $Boot SE=0.02$, Bootstrap 95%置信区间为 [0.02, 0.09]。中介效应占总效应的比例 $ab / (ab + c') = 55.56%$ ，如表4所示。

表3 自我客体化的中介模型回归分析 (N=336)

Table 3 Regression analysis of mediation model of Self-objectification (N=336)

预测变量	结果变量：外貌焦虑			结果变量：自我客体化			结果变量：外貌焦虑		
	β	SE	t	β	SE	t	β	SE	t
生源地	-2.10	0.73	-2.87**	-0.39	0.64	-0.61	-1.99	0.71	-2.80**
个体自拍编辑	0.09	0.05	1.65	0.18	0.05	3.96***	0.04	0.05	0.73
自我客体化							0.27	0.06	4.39***
R		0.18			0.22			0.29	
R^2		0.03			0.05			0.09	
F		5.62**			8.09***			10.40***	

注：*. $p < 0.05$ 、**. $p < 0.01$ 、***. $p < 0.001$ ，下同。

表4 自我客体化的中介效应Bootstrap结果

Table 4 The mediation effect of self-objectification bootstrap results

	效应值	BootSE	Bootstrap 95% CI		效应占比
			上限	下限	
间接效应	0.05	0.02	0.02	0.09	55.56%
直接效应	0.04	0.05	-0.07	0.14	44.44%
总效应	0.09	0.05	-0.02	0.19	100%

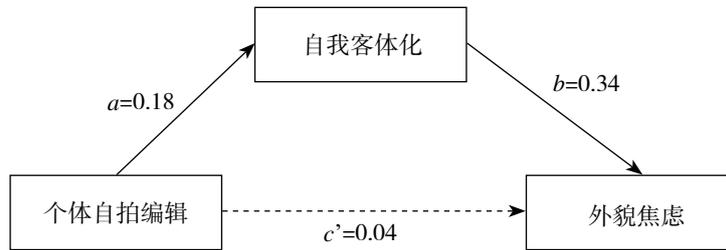


图1 自我客体化的中介效应图

Figure 1 The mediating effect of self-objectification

2.3.2 自我客体化的中介效应检验：女大学生团体自拍编辑与外貌焦虑

采用PROCESS中的Model 4检验自我客体化在女大学生团体自拍编辑与外貌焦虑之间的中介作用。将生源地作为控制变量，结果表明，团体自拍编辑显著正向预测自我客体化（ $a=0.19$, $SE=0.04$, $p<0.001$ ），当团体自拍编辑和自我客体化同时进入回归方程时，团体自拍编辑不能显著预测外貌焦虑（ $c'=0.01$, $SE=0.05$, $p>0.05$ ），自我客体化显著正向预测外貌焦虑（ $b=0.28$, $SE=0.06$, $p<0.001$ ）（见表5、图2）。中介效应的Bootstrap结果显示，自我客体化在团体自拍编辑和外貌焦虑之间的中介效应显著， $ab=0.05$, $Boot SE=0.02$, Bootstrap 95%置信区间为 [0.02, 0.09]。中介效应占总效应的比例 $ab/(ab+c')$ =85.71%，如表6所示。

表5 自我客体化的中介模型回归分析（N=336）

Table 5 Regression analysis of mediation model of self-objectification (N=336)

预测变量	结果变量：外貌焦虑			结果变量：自我客体化			结果变量：外貌焦虑		
	β	SE	t	β	SE	t	β	SE	t
生源地	-2.04	0.74	-2.77**	-0.14	0.64	-0.22	-1.99	0.72	-2.79**
团体自拍编辑	0.06	0.05	1.34	0.19	0.04	5.00***	0.01	0.05	0.15
自我客体化							0.28	0.06	4.45***
R		0.17			0.27			0.29	
R^2		0.03			0.07			0.08	
F		5.14**			12.78***			10.22***	

注：*. $p<0.05$ 、**. $p<0.01$ 、***. $p<0.001$ ，下同。

表6 自我客体化的中介效应Bootstrap结果

Table 6 The mediation effect of self-objectification Bootstrap results

	效应值	Boot SE	Bootstrap95%CI		效应占比
			上限	下限	
间接效应	0.06	0.02	0.02	0.09	85.71%
直接效应	0.01	0.05	-0.08	0.09	14.29%
总效应	0.07	0.05	-0.03	0.15	100%

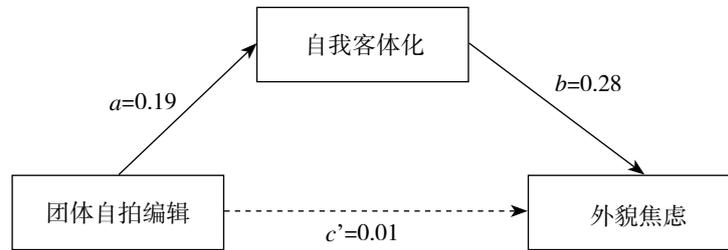


图2 自我客体化的中介效应图

Figure 2 The mediating effect of self-objectification

3 讨论

本研究发现，女大学生的外貌焦虑在生源地上存在显著差异，城市女大学生的外貌焦虑得分显著高于农村女大学生，验证了本研究的假设1。说明相对于农村女大学生，城市女大学生的外貌焦虑水平更高，与前人的研究结果一致^[8]。产生此现象的原因可能有以下四点：第一，由于受城乡发展不同的影响，互联网普及率在城市地区有更大提升^[36]。在这种情况下，城市女大学生因通过网络等信息渠道更多地接触社交媒体以及社交媒体上与外貌相关的线索信息，从而导致她们较高水平的外貌焦虑。第二，社会环境因素也是影响城市女大学生外貌焦虑的重要因素之一。在城市中，人们更容易接触到高速更新换代的新事物，有关外貌的新变化和新标准会不断刷新人们心中对自己的评价，例如商场里的广告牌，以及售卖的衣服和商品等，都会影响人们的审美标准，因此也可能会影响她们的外貌焦虑水平。第三，存在社会比较现象，社会比较是指人们具备评估自身的能力和观点的需要，但因为现实生活中有时不存在可以进行比较的社会标准，所以会通过将自己与他人进行对比，去形成明确的自我评价^[37]。在城市里生活的人们会因为社会、工作和生活的要求更加注重自己的外貌和穿着，在一定程度上提高了对自己外貌形象的标准，因此当通过此类标准与他人进行比较时，为促使自己达标，从而会导致他们更加关注自己的外貌，也在一定程度上提升其外貌焦虑的水平。第四，本研究中，城市女大学生和农村女大学生的人数比例不平衡，城市多于农村，这也可能是造成差异的原因之一，未来研究可以进一步扩充调查群体的人数，进行更全面的探索。

自拍编辑的个体和团体维度未能显著正向预测女大学生的外貌焦虑，没有验证本研究的假设2，因此还不能揭示自拍编辑与女大学生外貌焦虑之间的因果关系。以往的研究和理论提出，如果个体更愿意在社交网络中发布修饰后的图片，可能是因为对自己的外貌有着较高水平的关注，或者是对于媒体宣传的理想外貌标准的内化程度过高^[6]，导致对现状感到不满，从而产生了焦虑和不安等情绪^[14, 18, 38]。但是本研究并未得到与以往一致的研究结果，原因可能有两点：第一，自拍编辑逐渐发展成为一种潮流，并非与女性的外貌认知存在直接的因果联系。随着信息技术的发展，编辑软件的开发与发展也为当代年轻女性获得更精致的照片提供了良好的工具，对自己的照片进行编辑和修改，并不代表个体对外貌感到不满，可能只是出于希望能更好看的目的^[16]。第二，从群体心理学的角度分析，自拍编辑的原因也可能是出于从众心理。从众是指人们不自觉地以多数人的意见为准则，做出判断或改变行为的心理变化过程^[39]。受社交媒体环境影响，个体试图与所在群体产生联结和归属感。对于会编辑自拍的女大学生来说，可能就是感受到了社交媒体中充满同龄人编辑后的自拍，进而导致她们也对自己的自拍照进行

编辑，属于被动的自拍编辑行为。

本研究还发现，自我客体化在女大学生自拍编辑与外貌焦虑的关系中起中介作用。这不仅支持了客体化理论中性客体化经历的消极作用，也验证了自我客体化对女性外貌焦虑的影响。自拍编辑作为自拍行为的一种，能够提升女性的自我客体化水平，自拍编辑频繁的女性具有较高的焦虑情绪^[5]。根据客体化理论，当性客体化经历越多时，女性就会开始进行自我客体化，将自己当作是一个客观存在的对象去看待。性客体化经历夸大了外貌的作用，使女性认为其外貌可以代表自身。通过编辑自拍的方式经历了媒体性客体化，并对自己进行自我客体化，对外貌的注重程度越来越高，进一步导致了对于自己身体的不满和羞耻感的产生^[16]。其中，团体自拍编辑和外貌焦虑之间的自我客体化的中介效应要高于个体自拍编辑与外貌焦虑之间的自我客体化的中介效应，根据客体化理论，自我客体化是对身体自我的认知，其心理机制包括内化和社会比较^[24]，根据社会比较的定义可知，当没有特定的社会标准进行比较时，个体会将身边的其他人作为进行比较的标准。由于长时间的比较评价会形成自我客体化^[40]，因此相比个体自拍编辑维度，在团体自拍编辑维度中，可能存在更多的社会比较。个体与他人的比较程度越高，就越会形成较高水平的自我客体化，从而导致更高水平的外貌焦虑。

综上所述，自拍编辑水平高的女大学生会经历更多的媒体性客体化，进而提升其自我客体化水平，形成更程度的外貌焦虑。女大学生在社交媒体上发布编辑过后的自拍照，能通过自我客体化对外貌焦虑产生影响，这为当今女大学生的外貌焦虑干预提供了一个新视角。为帮助女大学生的健康成长，可以引导高水平外貌焦虑的女大学生更积极地展现自己，有意识地减少自拍编辑的行为频率，在社交媒体上发布除了自拍以外的生活类照片以及锻炼积极的归因方式等，鼓励他们认可自己和肯定自己。本研究在更好地理解自拍编辑与外貌焦虑之间的关系以及其中的作用机制方面做了一次有意义的尝试，这对于缓解女大学生的外貌焦虑，并引导他们构建积极的自我具有一定的理论指导和实践价值。

基于客体化理论，本研究针对女大学生群体，主要探讨了自拍编辑和外貌焦虑之间的关系，以及自我客体化在两者中间的中介作用。本研究采用横断研究法作为研究方法，因此无法确定各变量是否会随着时间的变化而发生改变，未来研究可以进一步采用纵向研究等研究方法探究各变量之间的因果关系和动态变化。客体化理论包含了社会层面和个体层面，本研究仅仅从个体行为视角探究其作用机制，未来研究可以从现实角度出发，更加深入地研究自我客体化的作用机制。最后，本研究的研究对象为女大学生群体，未来的研究可以扩大研究对象的范围，并试图将自我客体化与学业、消费和决策等其他领域进行联系，探究自我客体化是如何在不同的关系中发挥作用的。

4 结论

- (1) 女大学生外貌焦虑存在城乡差异，城市女大学生的外貌焦虑水平高于农村女大学生。
- (2) 自我客体化在女大学生自拍编辑和外貌焦虑之间起中介作用。

参考文献

- [1] 杨晨, 叶宝娟, 唐日新. 性客体化经历、妒忌对女性客体化他人的影响: 有调节的中介模型 [J]. 中国临床心理学杂志, 2019, 27(2): 392-395.

- [2] Frederickson B, Roberts T. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks [J] . *Psychology of Women Quarterly*, 1997, 21 (2) : 623-636.
- [3] Hagger M S, Stevenson A. Social Physique Anxiety and Physical Self-esteem: Gender and Age Effects [J] . *Psychology & Health*, 2010, 25 (1) : 89-110.
- [4] Posavac H D, Posavac S S, Weigel R G. Reducing the impact of media images on women at risk for body image disturbance: Three targeted interventions [J] . *Journal of Social and Clinical Psychology*, 2001, 20 (3) : 324-340.
- [5] Tiggemann M, Anderberg I, Brown Z. Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction [J] . *Body Image*, 2020 (33) : 175-182.
- [6] Meier E P, Gray J. Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls [J] . *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2014, 17 (4) : 199-206.
- [7] 李升, 李敏. 当代青年女性“容貌焦虑”的社会机制分析 [J] . *中国青年研究*, 2022 (4) : 78-85.
- [8] 陈晶晶, 蒲景茸. 被动性社交网站使用对初中生外貌焦虑的影响 [J] . *中国卫生事业管理*, 2022, 39 (4) : 316-320.
- [9] 张雨露. 女大学生被动性社交网站使用对外貌焦虑的影响 [D] . 四川师范大学, 2023.
- [10] 牛更枫, 鲍娜, 范翠英, 等. 社交网站中的自我呈现对自尊的影响: 社会支持的中介作用 [J] . *心理科学*, 2015, 38 (4) : 939-945.
- [11] 丁倩, 张永欣, 魏华, 等. 大学生自恋人格、自拍行为与积极情绪的关系 [J] . *中国临床心理学杂志*, 2016, 24 (3) : 519-522.
- [12] Sorokowski P, Sorokowska A, Oleszkiewicz A, et al. Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men [J] . *Personality and Individual Differences*, 2015 (85) : 123-127.
- [13] 孟男, 王玉慧, 雷雳. 自拍照编辑与女大学生主观幸福感的关系: 积极反馈与自我概念的中介作用 [J] . *心理发展与教育*, 2017, 33 (6) : 751-758.
- [14] Fox J, Rooney M C. The dark triad and trait self-objectification predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites [J] . *Personality and Individual Differences*, 2015, 76 (4) : 161-165.
- [15] 姚琦, 马华维, 阎欢, 等. 心理学视角下社交网络用户个体行为分析 [J] . *心理科学进展*, 2014, 22 (10) : 1647-1659.
- [16] Chae J. Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison [J] . *Computers in Human Behavior*, 2017, 66 (1) : 370-376.
- [17] 吴少琼. 社交关系视角下的微信朋友圈90后女性自拍研究 [D] . 深圳大学, 2017.
- [18] McLean S A, Paxton S J, Wertheim E H, et al. Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls [J] . *International Journal of Eating Disorders*, 2015, 48 (8) : 1132-1140.
- [19] 谭瑶, 黄海, 秦璐瑶, 等. 女大学生自拍行为与体像满意度的关系: 有调节的中介模型 [J] . *中国健康心理学杂志*, 2022, 30 (2) : 286-290.
- [20] 马雨欣, 兰盈. 理想美内化对女大学生限制性饮食的影响: 链式中介效应分析 [J] . *中国健康心理学杂志*, 2022, 30 (3) : 436-440.
- [21] 甘海英, 闫春平, 常行, 等. 身体监控对女性注意控制的影响: 心流和外貌焦虑的中介作用 [J] . *中国临床心理学杂志*, 2020, 28 (5) : 965-969.

- [22] Bartky S L. *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression* [M] . New York: Routledge, 1990.
- [23] Strelan P, Hargreaves D. Women who objectify other women: The vicious circle of objectification? [J] . *Sex Roles*, 2005, 52 (9) : 707-712.
- [24] 孙青青, 郑丽军, 郑涌. 性客体化与女性自我客体化 [J] . *心理科学进展*, 2013, 21 (10) : 1794-1802.
- [25] Holland E, Koval P, Stratemeyer M, et al. Sexual objectification in women's daily lives: A smartphone ecological momentary assessment study [J] . *British Journal of Social Psychology*, 2016, 56 (2) : 314-333.
- [26] 杜红芹, 张春梅, 牛更枫, 等. 社交网站中的自拍对女性自我客体化的影响: 外貌评论的中介作用 [J] . *中国临床心理学杂志*, 2016, 24 (6) : 1116-1119.
- [27] Dhir A, Pallesen S, Torsheim T, et al. Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? [J] . *Computers in Human Behavior*, 2016, 63 (2) : 549-555.
- [28] Calogero R M, Pina A, Park L E, et al. Objectification theory predicts college women's attitudes toward cosmetic surgery [J] . *Sex Roles*, 2010 (63) : 32-41.
- [29] Prichard I, Tiggemann M. Relations among exercise type, self-objectification, and body image in the fitness centre environment: The role of reasons for exercise [J] . *Psychology of Sport and Exercise*, 2008, 9 (6) : 855-866.
- [30] Katherine E A, James M T, Rachel C, et al. Exploring the relationship between appearance-contingent self-worth and self-esteem: The roles of self-objectification and appearance anxiety [J] . *Body Image*, 2017 (23) : 176-182.
- [31] 张欣. 自拍照编辑对女大学生自尊的影响: 网络社会支持、积极情绪的中介作用 [D] . 南京师范大学, 2019.
- [32] McKinley N M, Hyde J S. The objectified body consciousness scale development and validation [J] . *Psychology of Women Quarterly*, 1996, 20 (2) : 181-215.
- [33] 陈欣, 蒋艳菊. 大学生身体意识量表的修订 [J] . *中国心理卫生杂志*, 2007 (9) : 610-613.
- [34] Trevor A H, David B F, Sarah A P, et al. Development and examination of the social appearance anxiety scale [J] . *Assessment*, 2008, 15 (1) : 48-59.
- [35] Hayes A F. *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* [M] . Guilford Press, 2013.
- [36] 风笑天, 肖洁. 中国女性性别角色意识的城乡差异研究 [J] . *人文杂志*, 2014 (11) : 107-116.
- [37] 邢淑芬, 俞国良. 社会比较研究的现状与发展趋势 [J] . *心理科学进展*, 2005 (1) : 78-84.
- [38] 杨晨, 叶宝娟, 唐日新. 性客体化经历和外表焦虑对女性自我客体化的影响: 有调节的中介模型 [J] . *中国临床心理学杂志*, 2020, 28 (2) : 289-292, 325.
- [39] Cialdini R B, Goldstein N J. *Social influence: Compliance and conformity* [J] . *Annual Review of Psychology*, 2004 (55) : 591-621.
- [40] 唐璐瑶. 自我客体化影响认知表现的研究现状 [J] . *心理科学*, 2019, 42 (1) : 157-162.

The Relationship between Social Media Selfie-editing and Appearance Anxiety in Female College Students: The Mediating Role of Self-objectification

Maimaiti Mukaidaisi

College of Psychology, Xinjiang Normal University, Urumqi

Abstract: Objective: Based on the theory of Objectification, to explore the relationship between Self-editing and Appearance Anxiety in female college students, and the mediating role of Self-objectification in them. Methods: 336 female college students [average age (20±2) years old] in a domestic university were selected as the research objects, and the Self-editing questionnaire, Objectified Body Consciousness Scale (OBCS) and the Social Appearance Anxiety Scale (SAAS) were used to measure the results. Results: The Appearance Anxiety of female college students is different in urban and rural areas, and the score of Appearance Anxiety of urban female college students is higher than that of rural female college students. The results of correlation analysis showed that the individual and group dimensions of Self-editing were positively correlated with Self-objectification. There was a positive correlation between Self-objectification and Appearance Anxiety. The results of mediation analysis showed that Self-objectification played a mediating role between individual Selfie-editing and Appearance Anxiety as well as between group Selfie-editing and Appearance Anxiety. Conclusion: (1)The Appearance Anxiety level of urban female college students is higher than that of rural female college students. (2)Self-objectification plays a mediating role between Self-editing and Appearance Anxiety of female college students.

Key words: Selfie-editing; Appearance anxiety; Self-objectification