

DOI: 10.13718/j.cnki.xdzk.2022.02.019

自拍照编辑与女大学生整容意愿的关系： 相貌不满意与自我同情的作用

黄泽文， 史攀， 陈旭

西南大学 心理学部，重庆 400715

摘要：为探讨自拍照编辑与女大学生整容意愿的关系以及相貌不满意的中介作用和自我同情的调节作用，采用自拍照编辑问卷、整容手术接纳量表、相貌不满意量表和自我同情量表对606名在校女大学生进行施测。结果发现：①自拍照编辑显著正向预测女大学生整容意愿；②相貌不满意在自拍照编辑对女大学生整容意愿的影响中起中介作用；③自我同情调节自拍照编辑与相貌不满意之间的关系，与低自我同情的女大学生相比，自拍照编辑对高自我同情的女大学生相貌不满意的影响更小。结果表明，自拍照编辑会通过提升相貌不满意来增强整容意愿，而自我同情会削弱自拍照编辑对相貌不满意的影响。

关键词：整容意愿；自拍照编辑；相貌不满意；自我同情；
女大学生

中图分类号：B844.5

文献标志码：A

开放科学(资源服务)标识码(OSID)：



文章编号：1673-9868(2022)02-0161-08

The Relationship between Selfie Editing and Cosmetic Surgery Consideration among Female College Students: The Roles of Facial Dissatisfaction and Self-compassion

HUANG Zewen, SHI Pan, CHEN Xu

Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing 400715, China

Abstract: In order to examine the relationship between selfie editing and cosmetic surgery consideration among female college students, as well as the mediating role of facial dissatisfaction and the moderating role of self-compassion, a total of 606 female college students were recruited to complete a list of questionnaires regarding selfie editing, facial dissatisfaction, cosmetic surgery consideration and self-compassion. The results showed that: ① Selfie editing significantly and positively predicted the cosmetic surgery consideration. ② Facial dissatisfaction mediated the relationship between selfie editing and cosmetic surgery consideration. ③ Self-compassion moderated the relationship between selfie editing and facial dissatisfaction. Compared with female college students with low self-compassion, selfie editing has less influence on the

收稿日期：2021-10-29

基金项目：国家自然科学基金项目(31771232)。

作者简介：黄泽文，副研究员，主要从事大学生心理健康教育与思想政治教育研究。

facial dissatisfaction of female college students with high self-compassion. The study indicates that selfie editing can increase female college students' willingness to undergo cosmetic surgery by improving facial dissatisfaction, while self-compassion could weaken the influence of selfie editing on facial dissatisfaction.

Key words: cosmetic surgery consideration; selfie editing; face dissatisfaction; self-compassion; female college student

1 研究背景及假设

整容手术是指个体通过采取外科手术(如,隆胸)和非手术(如,肉毒杆菌注射)程序来改善身体外貌^[1]。近几十年来,全世界接受整容手术的人数急剧增加。在全球整容热潮的带动下,越来越多的中国人也开始选择接受整容手术。一份报告显示,2018年,中国有近2200万人接受了整容手术,其中约90%为女性消费者,近40%的消费者年龄在20~25岁之间^[2]。这些数据表明,年轻女性已成为中国整容市场的主力军。尽管整容手术可以提升女性的外貌吸引力,但由于目前整容手术行业存在商业监管不力等问题^[3],整容手术也存在着潜在风险,如,术后面部表情麻木、慢性疼痛和感染等^[4-5],并且年轻女性特别容易受到术后心理疾病的影响,如抑郁、躯体变形障碍等^[6]。因此,在整容热潮逐渐上升的趋势下,对女大学生的整容意愿进行适当的控制和引导是非常有必要的。总的来说,揭示女大学生整容意愿的影响因素及其作用机制具有重要的现实意义。

1.1 自拍照编辑与整容意愿

自拍是个体在社交媒体上进行自我表达、自我展示和印象管理的一种重要形式。印象管理理论认为,人们往往会选择更积极的信息进行自我呈现,从而有助于建立、维持和提升自己在他人心中的形象^[7]。随着科技的不断发展与更新,各种修图软件 and 美颜相机的出现使人们可以人为地将照片中的自己改变成其认为“最理想”的样子。这些软件为人们进行积极自我相关信息的呈现提供了基础。自拍照编辑是指人们在社交媒体上发布自拍照之前对自拍照进行编辑美化的行为^[8],相比于男性,女性更喜爱使用裁剪照片、滤镜和照片美化工具等方式对自拍照进行编辑美化^[9]。可以说,自拍照编辑热潮已成为中国文化中的一部分^[10]。

尽管自拍照编辑有利于女性向他人展现更好的自我形象,但同时也会影响其对自我理想形象的建构,促使个体产生不恰当的审美,使她们脱离现实,并形成一种“她们应该变成美的样子”的期望^[11]。这种期望可能促使一些女性选择整容手术来使自己的身体更快捷地接近理想美的标准。临床外科医生表示,一些选择整容手术的病人希望医生能对比编辑美化后的自拍照来为她们整容^[12]。自拍照编辑已经成为影响女大学生整容意愿的新的风险源,而当前国内只有少量研究探讨了二者的关系。已知的与这一主题有关的一项实证研究也发现,自拍照编辑与女大学生的整容意愿存在正相关关系^[13]。因此,本研究提出假设1:自拍照编辑可以正向预测女大学生的整容意愿。

1.2 相貌不满意的中介作用

自拍照编辑如何影响女大学生的整容意愿,相貌不满意可能在其中起重要作用。相貌不满意是个体对自己相貌的情感评估,主要源于个体对自己面孔吸引力的感知与其想拥有的理想相貌之间的差异,导致其对自身相貌产生消极主观评价^[14]。以往有关自拍照编辑对身体意象影响的研究多关注其对整体的身体不满意的影响,如体质量和体形等方面,随着研究的深入,越来越多的研究发现,相比于整体的身体不满意,自拍照编辑对女性的相貌不满意存在更大的影响^[10, 15-16]。

另一方面,实证研究表明,相貌不满意会对女性的整容意愿产生极大的影响^[13, 17-19]。Fardouly等^[20]的研究表明,女性在社交媒体上观看其他女性化妆后的自拍照后,对自己的相貌更不满意,更有动力去改变自己的面部、头发和皮肤^[20];Cash^[14]的认知行为理论认为,当人们对自己的外貌感到不满意时,整容手术是减轻由外貌不满意带来的负面情绪的有效策略之一。在中国,相比于整体的身体不满意,相貌不满意可能对女性的整容意愿影响更大。例如,Jackson等^[19]发现,相比于身体不满意/身体羞耻,相貌不满意似乎是影响女大学生整容意愿的一个更重要的因素。此外,当下中国整容市场的现状也反映出女性整容时普遍

选择面部为整容部位, 面部脂肪填充、隆鼻和眼睑手术等面部手术是中国女性最受欢迎的整容手术^[21]。这一现象从侧面反映出相貌不满意或为女大学生选择整容手术的重要因素。前人研究还发现, 相貌不满意在感知到的媒体压力/外貌理想内化对女大学生整容意愿的影响中起中介作用^[17-18]。因此, 本研究提出假设 2: 相貌不满意在女大学生自拍照编辑对整容意愿的影响中起中介作用。

1.3 自我同情的调节作用

自我同情是指个体在处于逆境时, 以非批判的、理性的态度看待问题, 以友善的方式对待自己、理解自己, 同时能够认识到自己的遭遇不是特有的, 而是全人类普遍经历的, 能坦然接纳自己的不足^[22]。越来越多的证据表明, 自我同情是预防负面身体意象出现的保护因素, 它可以缓冲或削弱媒体所盛行的“理想美”标准对身体意象带来的负面影响^[23]。Slater 等^[24]发现, 相比于仅观看理想化身体图像的女性, 同时观看一系列理想化身体图像和自我同情陈述语时的女性的身体满意度更高。大量研究表明, 通过干预措施提高自我同情程度可以提高个体的身体满意度、身体欣赏能力, 降低外貌有关的社交焦虑症等^[25-26]。由此, 我们认为, 高自我同情可能会缓冲自拍照编辑对女性相貌不满意的负面影响, 但目前还没有研究探讨自我同情在自拍照编辑与相貌不满意关系之间的作用。因此, 本研究提出假设 3: 自我同情在自拍照编辑与相貌不满意的关系之间起调节作用。

女性一直是整容手术的主要消费群体, 尤其是年轻女性^[21], 并且她们更多地参与自拍照编辑之中^[9]。基于此, 本研究关注的主要群体为年轻的女大学生。目前有关女大学生自拍照编辑与整容意愿之间关系的本土化研究非常有限。因此, 本研究构建如图 1 所示的有调节的中介模型, 拟探讨自拍照编辑对女大学生整容意愿的影响及其作用机制——相貌不满意的中介作用和自我同情的调节作用。

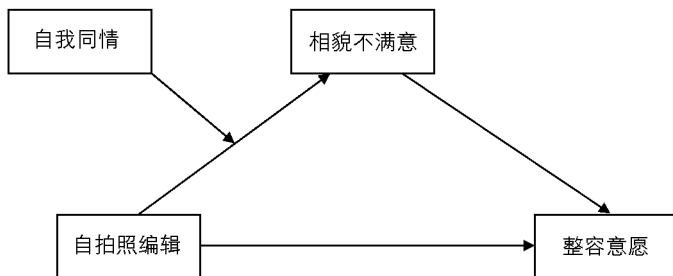


图 1 自拍照编辑对女大学生整容意愿的影响假设模型

2 研究方法

2.1 研究对象

采用方便取样法, 对西南大学在校女大学生进行问卷调查, 共发放问卷 685 份, 回收有效问卷 606 份, 有效回收率为 88.47%。所有被试的年龄范围在 16~25 岁之间 ($M=20.00$ 岁, $SD=1.16$)。

2.2 研究工具

2.2.1 自拍照编辑问卷

采用孟男等^[27]编制的自拍照编辑问卷, 共 3 个题目, 测量个体在社交媒体发布自拍照之前编辑自拍照 (3 种修图方法来美化照片) 的频率。采用 5 点计分, 1 代表“从不编辑”, 5 代表“总是编辑”, 得分越高表示自拍照编辑越频繁。在本研究中, 该问卷的 Cronbach's α 系数为 0.76。

2.2.2 相貌不满意量表

采用 Chen 等^[28]编制的中文版负面身体自我量表 (Negative Physical Self Scale, NPSS) 的相貌不满意分量表, 共 11 个题目, 测量思想情感 (如, “我对自己的长相感到沮丧”)、推测 (如, “我周围的人都不喜欢我的长相”) 和行为 (如, “如果有什么办法能改变我的长相, 我一定坚持做下去”)。采用 5 点计分, 0 代表“从不”, 4 代表“总是”, 总分越高, 说明个体越不满意自己的相貌。在本研究中, 该量表的 Cronbach's α 系数为 0.89。

2.2.3 自我同情量表 (简版)

采用 Raes 等^[29]编制的、Wang 等^[30]翻译的自我同情量表-简版 (the Self-Compassion Scale-Short Form, SCS-SF) 评估自我同情程度。该量表共 12 个题目, 如“当我情绪低落时, 我倾向于觉得大多数其他人可能比我更快乐”。采用 5 点计分, 1 代表“从未如此”, 5 代表“总是如此”, 总分越高, 代表自我同情水平

越高. 在本研究中, 该量表的 Cronbach's α 系数为 0.80.

2.2.4 整容手术接纳量表

采用 Henderson-King 等^[31] 编制的、Wu 等^[32] 翻译的中文版整容手术接纳量表(the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale)的考虑(consideration)子维度来评估人们将来在多大程度上愿意考虑进行整容手术. 该分量表包含 5 个题目, 如“将来我可能会做一些整容手术”, 采用 7 点计分, 0 代表“非常不同意”, 6 代表“非常同意”, 总分越高, 表示个体越愿意未来接受整容手术. 本研究中, 该量表的 Cronbach's α 系数为 0.92.

2.2.5 社交媒体使用强度问卷

采用 Ellison 等^[33] 编制的、牛更枫等^[34] 翻译的社交媒体使用强度问卷中文版(Social Media Use Intensity), 共 8 个项目. 其中, 前 2 个项目通过自我报告法测量个体在特定的社交媒体(如, QQ 空间)中的好友数量及日平均社交媒体使用时间; 后 6 个项目采用 Likert 5 点计分(1“很不符合”~5“非常符合”)测量个体与社交媒体的情感联结强度以及社交媒体融入个体生活的程度(如, “社交媒体是我日常活动的一部分”“如果社交媒体关闭了, 我会感到很难过”). 本研究针对个体广义的社交媒体使用情况, 因此同文献[16]一样, 本研究仅采取后 6 个项目来测量个体的社交媒体使用强度, 总分越高, 反映个体使用社交媒体的强度越高. 在本研究中, 该问卷的 Cronbach's α 系数为 0.78.

2.3 数据分析

采用 SPSS 21.0 以及 Hayes 开发的 SPSS 宏程序 PROCESS 进行数据处理与分析^[35].

3 研究结果

3.1 共同方法偏差检验

采用 Harman 单因素检验法进行共同方法偏差检验^[36]. 结果显示, 特征根大于 1 的因子有 8 个, 其中第一个公共因子的解释率为 22.74%(<40%), 表明本研究不存在明显的共同方法偏差.

3.2 描述统计及相关分析

各变量的均值、标准差、范围和相关系数见表 1. 相关分析结果显示, 自拍照编辑、整容意愿和相貌不满意两两之间均呈显著正相关; 自我同情与自拍照编辑、整容意愿和相貌不满意均呈显著负相关. 此外, 整容意愿、自拍照编辑和社交媒体使用强度存在显著正相关, 与年龄相关不显著. 故在此后的分析中将社交媒体使用强度作为控制变量.

表 1 各变量的描述统计及相关分析结果(N=606)

变量	M	SD	范围	1	2	3	4	5
1 社交媒体使用强度	3.76	0.62	1.67~5	1				
2 自拍照编辑	3.21	1.02	1~5	0.22**	1			
3 整容意愿	2.55	1.53	0~6	0.14**	0.25**	1		
4 相貌不满意	1.21	0.67	0~4	0.12**	0.28**	0.46**	1	
5 自我同情	3.33	0.51	1.45~4.67	-0.06	-0.14**	-0.18	-0.45**	1
6 年龄	20.00	1.16	16~25 岁	0.04	0.08*	0.03	0.02	0.02

注: * $p < 0.05$ 水平上差异有统计学意义; ** $p < 0.01$ 水平上差异有统计学意义.

3.3 有调节的中介效应检验

本研究使用 SPSS 宏程序 PROCESS 对假设模型进行检验. 首先, 使用模型 4 对相貌不满意的中介作用进行检验, 结果表明(表 2 中方程 1-3): 在控制了社交媒体使用强度后, 自拍照编辑能显著正向预测整容意愿($\beta = 0.24, t = 5.51, p < 0.001$); 放入中介变量相貌不满意后, 自拍照编辑能显著正向预测整容意愿($\beta = 0.12, t = 3.13, p < 0.01$), 且显著正向预测相貌不满意($\beta = 0.26, t = 6.36, p < 0.001$), 相貌不满意能显著正向预测整容意愿($\beta = 0.42, t = 12.16, p < 0.001$). 偏差校正百分位 Bootstrap 检验表明, 相貌不满意的间接效应值为 0.11, 95% 的置信区间为 [0.07, 0.15], 中介效应占总效应(0.24)的

比例为 45.83%。这表明自拍照编辑既能直接影响女大学生的整容意愿, 又能通过影响相貌不满意来影响整容意愿。

进一步使用模型 7 检验自我同情在相貌不满意中介效应前半段的调节作用, 结果表明(表 2 中方程 2 和方程 4), 将自我同情带入模型, 同时控制社交媒体使用强度后, 自我同情负向预测女大学生相貌不满意, 同时自拍照编辑与自我同情的乘积项显著预测相貌不满意($\beta = -0.10, t = -2.68, p < 0.01$), 说明自我同情能够调节自拍照编辑对相貌不满意的预测作用。较之低自我同情倾向的女大学生, 高自我同情倾向的女大学生的自拍照编辑对相貌不满意的促进作用更弱。

为探究自我同情与相貌不满意交互作用的实质, 本研究以自我同情平均值加、减一个标准差作为临界值划分出高自我同情组、低自我同情组。简单斜率分析表明(图 2), 对自我同情水平较低($M - 1SD$)的被试, 自拍照编辑对相貌不满意具有显著的正向预测作用, $b_{\text{simple}} = 0.35, t = 3.11, p < 0.01$; 而对自我同情水平较高($M + 1SD$)的被试, 自拍照编辑对相貌不满意的预测作用不显著, $b_{\text{simple}} = 0.08, t = 0.68, p > 0.05$, 表明随着女性自我同情水平的提高, 自拍照编辑对相貌不满意的预测作用呈逐渐降低趋势。

表 2 有调节的中介模型检验

变量	方程 1: 整容意愿			方程 2: 相貌不满意			方程 3: 整容意愿			方程 4: 相貌不满意		
	<i>b</i>	SE	<i>t</i>	<i>b</i>	SE	<i>t</i>	<i>b</i>	SE	<i>t</i>	<i>b</i>	SE	<i>t</i>
自拍照编辑	0.24	0.04	5.51***	0.26	0.04	6.36***	0.12	0.04	3.13**	0.21	0.04	5.49***
相貌不满意							0.42	0.03	12.16***			
自我同情										-0.42	0.04	-11.85***
自拍照编辑 × 自我同情										-0.10	0.04	-2.68**
R^2	0.07			0.08			0.23			0.26		
<i>F</i>	19.48			25.08			73.02			43.78		

注: * $p < 0.05$ 水平上差异有统计学意义; ** $p < 0.01$ 水平上差异有统计学意义; *** $p < 0.001$ 水平上差异有统计学意义。各变量采用标准化处理后带入回归方程, 社交媒体使用强度作为控制变量。

4 讨 论

4.1 自拍照编辑对整容意愿的影响

本研究发现, 自拍照编辑和女大学生整容意愿显著正相关, 即自拍照编辑频率越高, 女大学生追求整容手术的意愿越强烈, 验证了本研究的假设 1, 与以往研究结果一致^[10, 13]。当下, 社会文化中盛行着“理想美”标准, 年轻的女性也更容易内化和追求这些标准, 导致多数女性活在“外貌压力”“容貌焦虑”之中。尽管编辑美化照片可以提升女性在社交网络上的外貌吸引力, 但这种对自我形象的理想建构过程, 很容易让女大学生遵循不切实际的理想美标准^[37]。通过自拍编辑美化过程, 女大学生认识到改变外貌的某些特征能提升自我的外貌吸引力。而自拍照编辑对外貌的改变是虚拟的、短暂的, 对真实外貌的改变起不到任何作用, 驱使女性转而寻求整容手术以达到长久提升吸引力的目的。因此, 在社交媒体如此发达、修图行为如此盛行的今天, 如何避免过分修饰自我形象带来的负面影响值得进一步深思。

4.2 相貌不满意的中介作用

本研究结果表明, 相貌不满意在自拍照编辑与整容意愿之间起显著的中介作用, 即自拍照编辑正向预测女大学生的相貌不满意, 并通过相貌不满意间接影响整容意愿, 验证了本研究的假设 2。前人研究也发

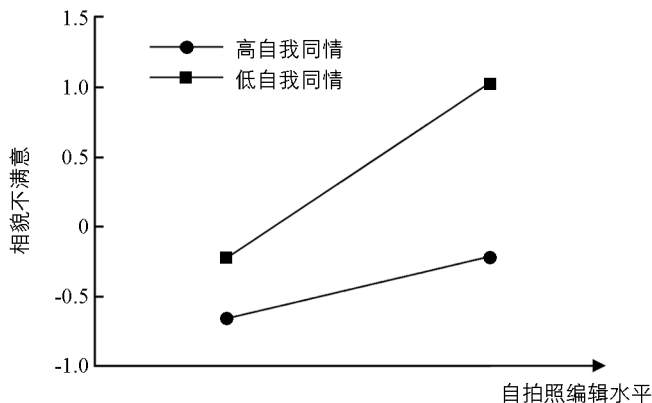


图 2 自我同情在自拍照编辑对相貌不满意的影响中的调节作用

现了相貌不满意在媒体压力、理想外貌内化与整容意愿的关系之间起中介作用^[17-18]。Higgins的自我差异理论认为,当个体的真实状态和理想状态或应达到的状态存在差距时,就会产生消极情绪,如不满意、焦虑等^[38]。尽管自拍照编辑能帮助女性在社交媒体上呈现更好的自我形象,而这种行为也会促进其仔细审视自己外貌的缺陷,并花费大量的时间和精力思考如何修图,使其更接近理想目标^[39]。因此,编辑自拍照可能会使女性进一步认识到真实自我形象与理想自我形象的差距,使其对相貌感到更不满意。为了能长久地减小真实自我形象与理想自我形象的差距,女大学生往往会考虑通过整容来提升自己的外貌吸引力^[31, 40]。同时,相貌不满意对女性整容意愿的影响也从侧面反映了脸部特征为什么成为整容手术中最受欢迎的部位之一^[19]。此外,自拍照编辑在很大程度上改变了女性自我审视的方式,过去女性喜欢自己与广告中那些完美的模特形象进行对比,现在也开始有意无意地将真实的自我形象与发布在社交媒体上的自拍照中的自我形象进行比较,从而进一步加深了整容的意愿。

4.3 自我同情的调节作用

本研究结果表明,自我同情在自拍照编辑对相貌不满意的影响中起调节作用,验证了本研究的假设3。具体而言,对于高自我同情水平的女大学生,自拍照编辑对相貌不满意的影响更小。与前人研究相一致^[23],本研究发现自我同情是女大学生身体意象的重要保护因素。自我同情由3个相互关联的成分组成:自我宽容、普遍人性和正念^[41]。首先,在自拍照编辑的过程中,高自我同情的人可能更倾向于善待、宽容自己,无条件地接纳自己,而不是批评自己的外貌缺陷、进行自我谴责。其次,普遍人性意识帮助人们认识到所有人都是不完美的,能更准确地感知和纠正自我不适应的思维、感觉和行为模式。因此,具有高自我同情的人可能会更全面地评价自己,而不是局限于狭隘的美的理想标准中无法自拔。最后,从正念的角度来看,具有高自我同情的个体会以一种平衡的方式来感知自己的外貌,既不忽视、也不放大自己的缺陷和不满。而低自我同情的个体则缺少了这样的保护机制,进而因编辑过程中感知到真实外貌与理想美标准的差异或在编辑前和编辑后的照片的比较中陷入长期的自我监视,逐步增强了女大学生的相貌不满意。因此,自我同情能够削弱自拍照编辑对女大学生相貌不满意的负面影响。

此外,本研究提出的自我同情的调节作用可以为女大学生相貌不满意的预防和干预提供建议。已有研究表明,自我同情写作和自我同情冥想训练可以作为帮助个体消除由外在理想形象所引起的身体意象困扰的手段^[26, 42],这启示我们提高自我同情可以作为帮助个体减少外界消极影响的干预措施,应有意识地创建一些有利于培养自我同情的情境来减轻自拍照编辑带来的负面影响,引导女大学生形成正确的身体意识,进而减少整容手术行为的发生。

4.4 局限与展望

本研究还存在一定的局限性。第一,本研究是一个横断面研究,很难确定各个变量之间的因果关系,未来可通过纵向研究进一步考察;第二,本研究被试仅选取了女大学生,年龄和性别限制了实验结果推广性,未来可在更多被试群体中检验研究结果;第三,本研究中所有变量都是通过自我报告来测量的,容易受到测量误差的影响,未来可考虑加入实验法等更为客观的测量方法探讨自拍照编辑对整容意愿以及相貌不满意的影响(如招募被试到实验室进行自拍照编辑,并完成编辑前、编辑后的状态性整容意愿、相貌不满意等测量);此外,未来研究可以通过功能性核磁共振成像(functional magnetic resonance imaging, fMRI)研究进一步探讨个体在观看原始自拍照和编辑后的自拍照时的脑激活,揭示自拍照编辑与整容意愿、相貌不满意之间的脑机制。

5 结论

1) 自拍照编辑不仅能直接正向预测女大学生整容意愿,还能通过相貌不满意的中介作用间接预测女大学生整容意愿;

2) 自我同情对中介作用的前半段起显著的调节作用,具体而言,当女大学生自我同情水平较低时,自拍照编辑对其相貌不满意的负面影响增强。

参考文献:

- [1] VOELKER T A, PENTINA I. Cosmetic Surgery Intent among Generation Y Consumers: a Social Network Perspective [J]. *Health Marketing Quarterly*, 2011, 28(1): 38-56.
- [2] Statista. Medical aesthetics in China-statistics & facts [EB/OL]. (2020-03-01)[2021-04-05]. https://www.statista.com/topics/6815/medical-aesthetics-in-china/#dossierSummary__chapter1.
- [3] RUFASI S R, DAVIS C R. Aesthetic Surgery and Google: Ubiquitous, Unregulated and Enticing Websites for Patients Considering Cosmetic Surgery [J]. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 2014, 67(5): 640-643.
- [4] DAVIS J I, SENGHAS A, BRANDT F, et al. The Effects of BOTOX Injections on Emotional Experience [J]. *Emotion (Washington, D C)*, 2010, 10(3): 433-440.
- [5] MAYO CLINIC STAFF. Cosmetic Surgery [EB/OL]. (2020-08-21)[2021-05-06]. <https://www.mayoclinic.org/tests-procedures/cosmetic-surgery/about/pac-20385138>.
- [6] 郭新辉, 谢玉兰. 大学生整形美容现状与对策 [J]. *中国卫生产业*, 2011, 8(24): 117.
- [7] LEARY M R, KOWALSKI R M. Impression Management: a Literature Review and Two-Component Model [J]. *Psychological Bulletin*, 1990, 107(1): 34-47.
- [8] 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.
- [9] PHIL R, JO S. Sex Differences in Online Assertive Self-Presentation Strategies [J]. *Personality and Individual Differences*, 2020, 166: 110214.
- [10] WANG Y H, CHU X Y, NIE J, et al. Selfie-Editing, Facial Dissatisfaction, and Cosmetic Surgery Consideration among Chinese Adolescents: a Longitudinal Study [J]. *Current Psychology*, 2021: 1-11.
- [11] RAJANALA S, MAYMONE M B C, VASHI N A. Selfies-Living in the Era of Filtered Photographs [J]. *JAMA Facial Plastic Surgery*, 2018, 20(6): 443-444.
- [12] American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery. New stats: AAFPRS annual survey reveals face of plastic surgery goes younger [EB/OL]. (2021-02-01)[2021-04-06]. https://www.aafprs.org/Media/Press_Releases/New%20Stats%20AAFPRS%20Annual%20Survey.aspx?WebsiteKey=5d3e122f-6cba-47ca-a903-c75cb1c94f61.
- [13] SUN Q Q. Selfie Editing and Consideration of Cosmetic Surgery among Young Chinese Women: The Role of Self-Objectification and Facial Dissatisfaction [J]. *Sex Roles*, 2021, 84(11-12): 670-679.
- [14] CASH T F. Cognitive-Behavioral Perspectives on Body Image [M] // *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. Amsterdam: Elsevier, 2012: 334-342.
- [15] TIGGEMANN M, ANDERBERG I, BROWN Z. Uploading your Best Self: Selfie Editing and Body Dissatisfaction [J]. *Body Image*, 2020, 33: 175-182.
- [16] WANG Y H, XIE X C, FARDOULY J, et al. The Longitudinal and Reciprocal Relationships between Selfie-Related Behaviors and Self-Objectification and Appearance Concerns among Adolescents [J]. *New Media & Society*, 2021, 23(1): 56-77.
- [17] 黄于飞, 史攀, 陈红, 等. 媒体压力对女大学生整容手术态度的影响: 上行外貌比较和相貌不满意的链式中介作用 [J]. *中国临床心理学杂志*, 2020, 28(2): 229-233, 238.
- [18] CHING B H H, XU J T. Understanding Cosmetic Surgery Consideration in Chinese Adolescent Girls: Contributions of Materialism and Sexual Objectification [J]. *Body Image*, 2019, 28: 6-15.
- [19] JACKSON T, CHEN H. Predictors of Cosmetic Surgery Consideration among Young Chinese Women and Men [J]. *Sex Roles*, 2015, 73(5-6): 214-230.
- [20] FARDOULY J, RAPEE R M. The Impact of No-Makeup Selfies on Young Women's Body Image [J]. *Body Image*, 2019, 28: 128-134.
- [21] 新氧大数据研究院. 2019年中国医美行业白皮书 [EB/OL]. (2020-10-24)[2021-7-24]. https://download.csdn.net/download/qq_38412739/16550948?utm_medium=distribute.pc_relevant_download.none-task-download-2~default~OPENSEARCH~default-2.dl_default&depth_1-utm_source=distribute.pc_relevant_download.none-task-

- download-2~default~OPENSEARCH~default-2. dl_default&dest=https%3A%2F%2Fdownload.csdn.net%2Fdownload%2Fqq_38412739%2F16550948&spm=1003.2020.3001.6616.2.
- [22] NEFF K D. The Development and Validation of a Scale to Measure Self-Compassion [J]. *Self and Identity*, 2003, 2(3): 223-250.
- [23] BRAUN T D, PARK C L, GORIN A. Self-Compassion, Body Image, and Disordered Eating: a Review of the Literature [J]. *Body Image*, 2016, 17: 117-131.
- [24] SLATER A, VARSANI N, DIEDRICH S P C. #fitspo or #loveyourself? the Impact of Fitspiration and Self-Compassion Instagram Images on Women's Body Image, Self-Compassion, and Mood [J]. *Body Image*, 2017, 22: 87-96.
- [25] RODGERS R F, DONOVAN E, COUSINEAU T, et al. BodiMojo: Efficacy of a Mobile-Based Intervention in Improving Body Image and Self-Compassion among Adolescents [J]. *Journal of Youth and Adolescence*, 2018, 47(7): 1363-1372.
- [26] SEEKIS V, BRADLEY G L, DUFFY A L. Does a Facebook-Enhanced Mindful Self-Compassion Intervention Improve Body Image? an Evaluation Study [J]. *Body Image*, 2020, 34: 259-269.
- [27] 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.
- [28] CHEN H, JACKSON T, HUANG X T. The Negative Physical Self Scale: Initial Development and Validation in Samples of Chinese Adolescents and Young Adults [J]. *Body Image*, 2006, 3(4): 401-412.
- [29] RAES F, POMMIER E, NEFF K D, et al. Construction and Factorial Validation of a Short Form of the Self-Compassion Scale [J]. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 2011, 18(3): 250-255.
- [30] WANG Y H, WANG X C, YANG J, et al. Body Talk on Social Networking Sites, Body Surveillance, and Body Shame among Young Adults: The Roles of Self-Compassion and Gender [J]. *Sex Roles*, 2020, 82(11/12): 731-742.
- [31] HENDERSON-KING D, HENDERSON-KING E. Acceptance of Cosmetic Surgery: Scale Development and Validation [J]. *Body Image*, 2005, 2(2): 137-149.
- [32] WU Y, ALLEVA J M, MULKENS S. Factor Analysis and Psychometric Properties of the Chinese Translation of the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale [J]. *Body Image*, 2020, 33: 244-256.
- [33] ELLISON N B, STEINFELD 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.
- [34] 牛更枫, 孙晓军, 周宗奎, 等. 基于 QQ 空间的社交网站使用对青少年抑郁的影响: 上行社会比较和自尊的序列中介作用 [J]. *心理学报*, 2016, 48(10): 1282-1291.
- [35] BOLIN J H. Hayes, Andrew F. (2013). Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: a Regression-Based Approach. New York, NY: The Guilford Press [J]. *Journal of Educational Measurement*, 2014, 51(3): 335-337.
- [36] 周浩, 龙立荣. 共同方法偏差的统计检验与控制方法 [J]. *心理科学进展*, 2004, 12(6): 942-950.
- [37] BELLUZ J. "Snapchat dysmorphia": Why People are Getting Plastic Surgery to Look Like Edited Photos [EB/OL]. (2018-08-10)[2021-07-26]. <https://www.vox.com/science-and-health/2018/8/10/17434088/plastic-surgeryface-lips-photo-snapchat-dysmorphia>.
- [38] HIGGINS E T. Self-Discrepancy: a Theory Relating Self and Affect [J]. *Psychological Review*, 1987, 94(3): 319-340.
- [39] GROGAN S, ROTHERY L, COLE J, et al. Posting Selfies and Body Image in Young Adult Women: The Selfie Paradox [J]. *The Journal of Social Media in Society*, 2018; 7(1), 15 - 36.
- [40] SARWER D B. Body Image, Cosmetic Surgery, and Minimally Invasive Treatments [J]. *Body Image*, 2019, 31: 302-308.
- [41] NEFF K. Self-Compassion: an Alternative Conceptualization of a Healthy Attitude Toward Oneself [J]. *Self and Identity*, 2003, 2(2): 85-101.
- [42] 李燕娟, 王雨吟. 自悯信书写对年轻女性客体化身体意识的作用 [J]. *中国临床心理学杂志*, 2018, 26(1): 179-183.