

DOI: 10.13718/j.cnki.xdzk.2022.02.020

线上外貌相关的同伴谈话对 女大学生整容意愿的影响： 自我客体化和相貌不满意的链式中介作用

陈诚¹, 黄于飞¹, 史攀¹, 方晓娟²

1. 西南大学心理学部, 重庆 400715; 2. 四川省筠连县中学, 四川 宜宾 645250

摘要: 为探讨线上外貌相关的同伴谈话对女大学生整容意愿的影响及其作用机制, 基于客体化理论和整容意愿的三因素模型, 采用线上外貌相关的同伴谈话问卷、整容手术接纳量表、身体意识客体化量表以及相貌不满意量表对443名女大学生进行调查。结果表明: ① 线上外貌相关的同伴谈话能直接预测整容意愿; ② 线上外貌相关的同伴谈话可以通过自我客体化、相貌不满意的中介作用对整容意愿进行间接预测, 同时还可通过自我客体化→相貌不满意的链式中介作用对整容意愿产生影响。该研究进一步揭示了女大学生整容意愿的影响因素及其社会心理机制, 为干预和预防女大学生整容意愿提供了理论指导。

关键词: 整容意愿; 线上外貌相关的同伴谈话; 自我客体化;
相貌不满意; 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)02-0169-09

The Impact of Online Appearance-related Peer Conversation on Female College Students' Cosmetic Surgery Consideration: The Serial Mediation of Self-objectification and Facial Dissatisfaction

CHEN Cheng¹, HUANG Yufei¹, SHI Pan¹, FANG Xiaojuan²

1. Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing 400715, China;

2. Junlian High School, Yibin Sichuan 645250, China

Abstract: In order to examine the relationship between the online appearance-related peer conversation and female college students' cosmetic surgery consideration, as well as its underlying mechanism. A total of 433 female college students were recruited to complete a list of questionnaires regarding the online appearance-related peer conversation, cosmetic surgery consideration, self-objectification and facial dissatisfaction. The results showed that the online appearance-related peer conversation could directly predict the

收稿日期: 2021-10-12

基金项目: 国家自然科学基金项目(31771231); 重庆市教育委员会人文社会科学研究项目(20SKSZ008).

作者简介: 陈诚, 副教授, 主要从事大学生心理健康教育与思想政治教育研究.

cosmetic surgery consideration of the participants, and could indirectly predict cosmetic surgery consideration by separate mediation effect of self-objectification and facial dissatisfaction. At the same time, it also could influence cosmetic surgery consideration by serial mediation effect of self-objectification and facial dissatisfaction. This study is helpful to further understand the influencing factors and social-psychological mechanisms of female college students' cosmetic surgery consideration and provides a theoretical basis for interfering and preventing the female college students' cosmetic surgery consideration.

Key words: cosmetic surgery consideration; the online appearance-related peer conversation; self-objectification; facial dissatisfaction; female college students

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]. 国际美容整形外科学会(ISAPS)报告的全球统计数据显示,中国在 2011 年的整容手术数量和 2017 年的整形外科医生数量排名世界第三^[2]. 值得注意的是,近年来,中国整容市场的扩张速度是全球平均水平的 6 倍^[3]. 并且 Wen^[4]发现,即使人们认为整容手术存在风险,但也普遍认同,漂亮就是资本,即漂亮的外表对个体的事业和婚姻是一项有价值的长期投资,从而选择进行整容手术以提升自己的吸引力.

随着全球整容手术的爆发式增长态势,近期越来越多的研究者关注女性的整容意愿^[5]. 然而,国内有关女性整容意愿及其影响因素的研究仍然很少,需要更多的中国本土化研究进行深入的调查. 尽管整容手术在国内越来越普及,但是影响人们整容意愿的社会因素和心理因素还有待于充分探讨. 鉴于中国整容手术率的大幅增长,尤其是年轻的女大学生群体,以及整容手术可能存在的潜在风险(如,术后面部表情麻木、慢性疼痛、躯体变形障碍等)^[6-7],当下,我们有必要对女大学生追求整容手术的社会心理机制进行更深入的了解.

1.1 线上外貌相关的同伴谈话与整容意愿的关系

外貌谈话,也称身体谈论,是指在人际交往过程中,个体将谈话重点放在身体外貌上,这种谈话内容将进一步强化外貌的价值和重要性,促进理想型外貌的建构^[8]. 与外貌相关的话题包括:理想身形、对超重的恐惧、饮食和锻炼习惯、对他人外表的评价等,这些外貌谈话将影响其对理想体型标准的内化和身体意象的发展^[9]. 随着互联网的发展和社交网站的全球化应用,当下,社交媒体已成为中国青少年以及青年群体进行在线交流的重要渠道,国内的社交媒体(如,QQ、微信等)吸引了数亿的用户,个体更易进行线上外貌相关的同伴谈话,及时交流外貌相关信息(如,明星身材、吸引力)、公开评论彼此的外貌特点^[10]. Menzel 等^[11]的整容意愿三因素模型认为,媒体、同伴和家庭是影响个体整容意愿的主要因素. 在社交媒体上和同伴的谈话可能会结合媒体和同伴两种因素的作用,从而对个体的整容意愿产生更强烈影响. Trekels 等^[12]发现,使用 Facebook 和同伴进行线上的外貌谈话可能导致个体内化不切实际的外貌目标,并强化自我客体化行为和消极的自我评价,诱发消极情绪,成为整容的压力来源. 因此,本研究提出假设 1:线上外貌相关的同伴谈话能够正向预测女大学生的整容意愿.

1.2 自我客体化的中介作用

自我客体化(self-objectification)是指女性从观察者的视角来审视自己的身体,更多地将自己的身体当作一个基于外表被观看和评价的客体的现象^[13]. 根据客体化理论,与人际交往有关的客体化经历的频率(如,外貌评论)和更高层次的自我客体化和身体羞耻感等负面结果有关^[14]. Wang 等^[15]提出,外貌谈话是一种通过鼓励人们在谈论身体外貌时仔细审视自己或他人的外貌而形成的一种人际互动的客体化体验,它可能通过增强女性的自我客体化程度来影响个体的整容意愿. 前人的研究^[16-18]也证明了自我客体化与女性的整容意愿之间存在相关关系. Calogero 等^[19]采用内隐启动自我客体化的实验方法,发现增强女性的自我客体化程度会强化其做整容手术的意愿. 根据上述研究结果,我们认为,与同伴在线上的外貌谈话会促进

女大学生的自我客体化程度,她们通过“观察者”的视角审视自己的身体,期望达到社会文化所倡导的理想外貌标准,但一般而言,这些标准难以快速且轻松地达到,进而会进一步强化女性整容的意愿。因此,本研究提出假设 2:自我客体化在线上外貌相关的同伴谈话对整容意愿的影响中起中介作用。

1.3 相貌不满意的中介作用

研究表明,对自己身体越不满意的人,整容意愿越强烈^[20]。在中国,大多数整容手术集中在面部(如,隆鼻、提眉等),并且 70% 以上的外科手术涉及高中或大学毕业的年轻女性^[21],因此,随着当前面部整容手术的发展,一些研究者开始聚焦于考察相貌不满意对女大学生整容意愿的影响。相貌不满意(facial dissatisfaction)是女性对自己面孔吸引力的感知与她想要拥有的理想外貌之间的差异,导致其对自己相貌产生消极主观评价^[22]。实证研究表明,相貌不满意对女大学生的整容意愿具有正向预测作用^[23-25]。另一方面,少量研究探讨了外貌相关的同伴谈话与相貌不满意的关系,Cai 等^[17]采用自编的线上外貌相关的同伴谈话问卷发现,线上外貌相关的同伴谈话与女大学生的相貌不满意成正相关关系。因此,本研究提出假设 3:相貌不满意在线上外貌相关的同伴谈话对女大学生整容意愿的影响中起中介作用。

1.4 自我客体化和相貌不满意的链式中介作用

基于上述研究结果,女性的自我客体化和相貌不满意可能是线上外貌相关的同伴谈话和整容意愿关系之间的中介变量。但是它们之间发挥的是并行中介作用还是链式中介作用还有待进一步的验证。研究发现,身体意象的发展会受到个体自我客体化的影响,比如,自我客体化程度更高的女性对自己的相貌更不满意^[24]。此外,还有研究发现,自我客体化可以强化客体化经历对身体意象的作用^[26]。Ching 等^[24]还发现,自我客体化和相貌不满意在理想外貌内化和整容意愿的关系中起链式中介作用。鉴于此,本研究认为,女大学生在社交网络上与同伴的外貌谈话作为一种客体化经历,可能有助于提高她们对理想外貌的认识,促使其将自己的身体作为被观察物,如果她们不能实现这些理想外貌,则可能会对相貌更不满意,从而倾向于选择整容手术来提升自己的外貌吸引力。因此,本研究提出假设 4:存在线上外貌相关的同伴谈话→自我客体化→相貌不满意→整容意愿的链式中介作用。

综上所述,本研究基于客体化理论与三因素模型建立假设模型(图 1),拟系统地考察线上外貌相关的同伴谈话对女大学生整容意愿的影响,以及自我客体化和相貌不满意在二者之间的作用。

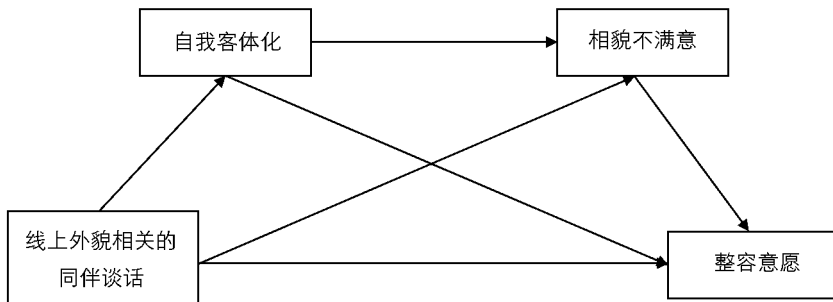


图 1 链式中介模型

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 470 份,回收有效问卷 443 份,有效回收率为 94.26%。所有被试的年龄范围在 16~25 岁之间($M=19.97$ 岁, $SD=1.07$)。

2.2 研究工具

2.2.1 线上外貌相关的同伴谈话量表

采用 Cai 等^[17]编制的中文版线上外貌相关的同伴谈话量表的外貌分维度来评估个体在常用中文社交网站上与朋友和同伴交谈外貌相关信息的频率。该量表包含 6 个题目,如“和朋友(同龄人)在常用的社交网

站上(如,微信、微博、QQ等)谈论如何让自己看起来更有吸引力的频率”。采用5点计分,0代表“从不”,4代表“非常频繁”。在本研究中,该问卷的Cronbach's α 系数为0.90。

2.2.2 相貌不满意量表

采用Chen等^[27]编制的中文版负面身体自我量表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,“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”。所有条目的平均构成总分,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 身体意识客体化量表

采用Jackson等^[25]翻译的身体意识客体化量表中文版中的身体监控分量表作为自我客体化的一个测量指标。该问卷包括8个题目,以测量个体对自己身体外观的关注程度,如“我每天会多次想起自己(的外表)看起来怎样”。采用7点评分,1代表“完全不同意”,7代表“完全同意”。总分越高,表示个体越频繁地进行身体监控,对身体的关注程度越高,有更高的自我客体化水平。在本研究中,该量表的Cronbach's α 系数为0.79。

2.2.4 整容手术接纳量表

采用Wu等^[28]翻译的中文版整容手术接纳量表的整容意愿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

采用牛更枫等^[29]翻译的社交媒体使用强度问卷中文版,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网站(如,QQ空间)中的好友数量及日平均社交网站使用时间;后6个项目采用Likert 5点计分(1“很不符合”~5“非常符合”)测量个体与社交网站的情感联结强度以及社交网站融入个体生活的程度(如,“如果社交网站关闭了,我会感到很难过”)。本研究针对个体广泛的社交网站使用情况,因此同文献^[30]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,反映个体使用社交网站的强度越高。在本研究中,该问卷的Cronbach's α 系数为0.78。

2.3 数据处理

采用SPSS 21.0进行描述统计和相关分析,Hayes的SPSS宏程序PROCESS组件进行链式中介作用检验和Bootstrap分析^[31]。

3 研究结果

3.1 共同方法偏差检验

采用Harman单因素检验法,将所有条目进行探索性因素分析,结果表明KMO=0.91, Bartlett 值为9 826.09($p < 0.001$)。因子未旋转的结果表明,特征根大于1的因子有8个,其中第1个因子的解释率为23.92%(<40%),说明本研究不存在严重的共同方法偏差。

3.2 各变量的描述统计及其相关分析

相关分析结果表明:线上外貌相关的同伴谈话、自我客体化、相貌不满意和整容意愿两两之间呈显著正相关($p < 0.001$),具体见表1。这符合后续进一步对自我客体化和相貌不满意进行中介效应分析的统计学要求^[32]。此外,整容意愿和社交媒体使用强度存在显著正相关,而与年龄相关不显著($p > 0.05$)。故在此后的回归分析中将社交媒体使用强度作为控制变量。

表 1 描述性统计结果和变量间的相关分析(N=443)

变量	M	SD	范围	1	2	3	4	5	6
1 年龄	19.97	1.07	16~25 岁	1					
2 社交媒体使用强度	22.41	3.50	11~30	0.08	1				
3 线上外貌相关的同伴谈话	9.75	4.80	0~24	0.12**	0.30***	1			
4 自我客体化	32.92	6.74	12~55	0.07	0.30***	0.38***	1		
5 相貌不满意	1.21	0.66	0~3.18	0.003	0.17***	0.29***	0.47***	1	
6 整容意愿	12.76	7.64	0~30	0.05	0.13**	0.36***	0.43***	0.45***	1

注: ** 代表 $p < 0.01$ 水平上有统计学意义, *** 代表 $p < 0.001$ 水平上有统计学意义。

3.3 线上外貌相关的同伴谈话与女大学生整容意愿的关系: 链式中介效应分析

首先, 对所有变量进行标准化处理. 将线上外貌相关的同伴谈话作为自变量, 整容意愿作为因变量, 自我客体化和相貌不满意作为中介变量, 社交媒体使用强度作为协变量. 根据 Process 程序中的模型 6 进行多元层次回归分析, 该方法可以对链式中介模型进行整合性检验^[33].

结果显示(表 2): 线上外貌相关的同伴谈话能够显著正向预测整容意愿($\beta = 0.20$, $p < 0.001$); 线上外貌相关的同伴谈话能够显著正向预测女大学生自我客体化水平($\beta = 0.32$, $p < 0.001$)和相貌不满意($\beta = 0.12$, $p < 0.01$); 自我客体化能够显著正向预测女大学生的相貌不满意($\beta = 0.42$, $p < 0.001$)和整容意愿($\beta = 0.23$, $p < 0.01$); 相貌不满意能够显著正向预测整容意愿($\beta = 0.30$, $p < 0.001$).

表 2 各变量间关系的回归分析

结果变量	回归方程	整体拟合指数			回归系数显著性			
		R	R ²	F	β	Bootstrap 下限	Bootstrap 上限	t
整容意愿		0.36	0.13***					
	社交媒体使用强度				0.03	-0.06	0.12	0.60
	线上外貌相关的同伴谈话				0.35	0.26	0.45	7.69***
自我客体化		0.43	0.19***	48.57				
	社交媒体使用强度				0.21	0.11	0.30	4.12***
	线上外貌相关的同伴谈话				0.32	0.23	0.41	7.06***
相貌不满意		0.48	0.23***	41.40				
	社交媒体使用强度				0.003	-0.09	0.09	0.06
	线上外貌相关的同伴谈话				0.12	0.03	0.22	2.78**
	自我客体化				0.42	0.32	0.52	8.49***
整容意愿		0.55	0.30***	51.11				
	社交媒体使用强度				-0.04	-0.13	0.04	-1.08
	线上外貌相关的同伴谈话				0.20	0.11	0.30	4.25***
	自我客体化				0.23	0.12	0.33	4.07**
	相貌不满意				0.30	0.20	0.39	6.22***

注: * 代表 $p < 0.05$ 水平上有统计学意义; ** 代表 $p < 0.01$ 水平上有统计学意义; *** 代表 $p < 0.001$ 水平上有统计学意义。

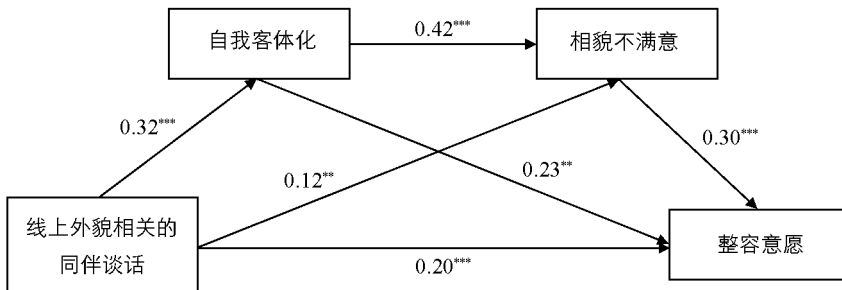
采用 Bootstrap 法重复抽样 5 000 次分别计算 95% 的置信区间, 结果如表 3 所示. 中介效应结果显示, 自我客体化和相貌不满意产生的总间接效应的 Bootstrap 95% 置信区间不含 0 值, 说明两个中介变量在线

上外貌相关的同伴谈话与整容意愿之间存在显著的中介效应。这一中介效应由 3 个间接效应构成：第一，由线上外貌相关的同伴谈话→自我客体化→整容意愿产生的间接效应 1，其置信区间不含 0 值，表明自我客体化在线上外貌相关的同伴谈话与整容意愿之间具有显著的间接作用(0.07，占总效应的 18.17%)；第二，由线上外貌相关的同伴谈话→自我客体化→相貌不满意→整容意愿的路径产生的间接效应 2 的置信区间也不含 0 值，表明这条路径产生的间接效应也达到了显著水平(0.04，占总效应的 10.06%)；第三，由线上外貌相关的同伴谈话→相貌不满意→整容意愿的路径产生的间接效应 3 的置信区间也不含 0 值，表明该路径产生的间接效应也显著(0.04，占总效应的 9.48%)。线上外貌相关的同伴谈话对女大学生整容意愿影响的链式中介模型如图 2 所示。

表 3 中介效应检验 ($n=443$)

	间接效应值	Bootstrap SE	Boot CI 下限	Boot CI 上限	相对中介效应/%
总间接效应	0.15	0.03	0.10	0.20	42.26
间接效应 1	0.07	0.02	0.04	0.12	20.59
间接效应 2	0.04	0.01	0.02	0.06	11.37
间接效应 3	0.04	0.02	0.01	0.07	10.30

注：Boot SE、Boot CI 下限和 Boot CI 上限分别指通过偏差矫正的百分位 Bootstrap 法估计的间接效应的标准误差、95% 置信区间的下限和上限。



** 代表 $p < 0.01$ 水平上有统计学意义；*** 代表 $p < 0.001$ 水平上有统计学意义。

图 2 线上外貌相关的同伴谈话对女大学生整容意愿影响的链式中介作用模型

4 讨论

4.1 线上外貌相关的同伴谈话和女大学生整容意愿的关系

本研究发现，线上外貌相关的同伴谈话能够显著正向预测女大学生的整容意愿，这一结果表明，通过社交媒体进行外貌谈话会导致个体的整容意愿的增强。这与以往线下外貌相关同伴谈话的研究结果相一致^[34]。一般而言，线下外貌谈话的相关话题主要包括对他人(明星、同龄人等群体)外貌的评价、减肥锻炼策略、节食等^[9]。而线上外貌相关的同伴谈话的主题除了在社交媒体的对话界面交流上述谈话内容外，社交媒体的多样性拓展了谈话内容和形式，当下，大学生可以通过微信朋友圈、QQ 空间发表相关言论或自拍照等信息，同伴通过在下方留言可以和发布信息者交流相关外貌信息(比如，一些言论可能涉及赞美“你好漂亮”或负性谈话“你最近脸上长肉了”)。正如 Jones 等^[35]所强调的，外貌谈话信息会让人更加关注外貌问题，增强外貌的重要性，建构理想外貌。当女大学生意识到自己外貌的不足时，则倾向于在未来进行整容手术来提升自己的吸引力。

4.2 自我客体化和相貌不满意的单独中介作用

本研究发现，自我客体化在线上外貌相关的同伴谈话和整容意愿之间起中介作用，表明线上外貌相关的同伴谈话会通过增加个体的自我客体化水平进而导致女大学生持更强烈的整容意愿。其原因可能在于，通过线上网络即时通讯，女大学生能够在线对外貌信息(如，明星身材、相貌)及与同伴对彼此的

外貌进行评价,这将促进其对理想外貌的建构,提升外貌的重要性,导致其时刻监控自己的外貌,发现自身存在的不足。同时,根据客体化理论,高自我客体化的个体将其基于外貌的属性视为比其功能属性更重要的属性^[13]。也就是说,自我客体化程度高的女大学生更看重自己的外貌,当她们意识到自己的身体外貌难以轻松地达到社会文化所倡导的理想外貌标准时,进而更愿意采取相应的整容手术来改变自己的外貌。因此,未来在对女大学生整容意愿的预防和干预项目中,要注重提升个体对自己身体功能属性重要性的认知。

其次,相貌不满意在线上外貌相关的同伴谈话和整容意愿之间起中介作用,表明线上外貌相关的同伴谈话会通过相貌不满意进而促进女大学生更愿意接纳整容手术。这一结果为完善 Menzel 等人的整容意愿三因素模型提供了进一步的证据^[11]。以往研究也发现了相貌不满意在媒体压力和整容意愿的关系中存在中介效应^[23],但该研究笼统地将传统媒体和网络社交媒体视为一体,而随着时代发展,二者在女大学生群体中的使用频率以及对整容意愿和身体意象等因素的影响可能有区别。因此,鉴于社交媒体逐渐成为中国青年社交的重要渠道,本研究以社交媒体为关注点,发现了女大学生通过在社交媒体与同伴进行的外貌谈话会影响其对相貌的满意度,进而寻求整容手术的意愿更加强烈。因此,在未来的干预研究中,帮助高相貌不满意的女大学生改善对身体外貌的认知就显得特别重要。

4.3 自我客体化和相貌不满意的链式中介作用

本研究还发现,自我客体化和相貌不满意在线上外貌相关的同伴谈话和整容意愿之间起到了链式中介作用。以往研究也发现,自我客体化和相貌不满意在中国青少年女性的瘦理想内化和整容意愿关系之间存在链式中介作用^[24]。Roberts 等^[36]认为,社会环境对自我客体化有重要影响,特别是直接的人际交往经历。本研究也发现,与同伴在线上越频繁地进行外貌谈话越会增加与女大学生自我客体化的倾向,个体会越频繁地监视自己的身体,当其认识到自己外貌的不足以及与他人外貌比较的差距时,则会导致个体相貌不满意的提升,表现出更强烈的整容意愿以提升外貌吸引力。

4.4 研究局限

本研究存在一些不足之处。首先,本研究仅采取线上外貌相关的同伴谈话的频率来考察外貌谈话对女大学生整容意愿的影响。已有研究发现,自拍照浏览与自拍照编辑等行为会对女大学生身体意象及整容意愿产生负面影响^[18,37-38],未来研究还可进一步考察不同的外貌谈话类型,如即时性的在线对话与外貌相关信息的交流或是基于朋友圈/QQ 空间中的身体图片话题下的外貌相关信息交流对整容意愿影响的差异。其次,本研究仅考察了女大学生在将来考虑做整容手术的程度,未来研究可基于个体考虑进行手术的时间点(近期有打算做整容手术的想法或是计划到中年再做整容手术等)进一步探讨外貌谈话对整容意愿的影响。最后,本研究采用的是横断研究设计,难以得出确切的因果关系,今后可采用纵向研究进一步考察各变量间的因果关系。

5 结 论

1) 线上外貌相关的同伴谈话和自我客体化、相貌不满意以及整容意愿之间两两显著相关,且线上外貌相关的同伴谈话能显著正向预测自我客体化、相貌不满意和整容意愿。

2) 自我客体化和相貌不满意在线上外貌相关的同伴谈话与整容意愿的关系中起显著的部分中介作用。具体为3条中介路径:一是自我客体化的单独中介作用;二是相貌不满意的单独中介作用;三是自我客体化-相貌不满意的链式中介作用。

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] International Society for Aesthetic Plastic Surgery. ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Per-

- formed in 2017 [R/OL]. (2018-11-01)[2021-01-23]. https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2018/10/2017-Global-Survey-Press-Release-Demand-for-Cosmetic-Surgery-Procedures-Around-The-World-Continues-To-Skyrocket_2_RW.pdf.
- [3] PLASTIC SURGERY PRACTICE. About Face: China's Plastic Surgery Market Grows Six Times Faster than Global Average [R/OL]. (2018-08-10)[2021-03-15]. <http://www.plasticsurgerypractice.com/2017/08/about-face-chinas-plastic-surgery-market-grows-six-times-faster-than-global-average/>.
- [4] WEN H. "being Good-Looking is Capital": Cosmetic Surgery in China Today [J]. *Asian Anthropology*, 2009, 8(1): 89-107.
- [5] HACKWORTH S. ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2011 [R]. Hanover, NH: International Society of Aesthetic Plastic Surgery, 2012.
- [6] MAYO CLINIC STAFF. Cosmetic Surgery [EB/OL]. (2020-08-21)[2021-05-12]. <https://www.mayoclinic.org/tests-procedures/cosmetic-surgery/about/pac-20385138>.
- [7] HONIGMAN R J, PHILLIPS K A, CASTLE D J. A Review of Psychosocial Outcomes for Patients Seeking Cosmetic Surgery [J]. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 2004, 113(4): 1229-1237.
- [8] HART E, CHOW C M, TAN C C. Body Talk, Weight Status, and Pathological Eating Behavior in Romantic Relationships [J]. *Appetite*, 2017, 117: 135-142.
- [9] OUSLEY L, CORDERO E D, WHITE S. Fat Talk among College Students: How Undergraduates Communicate Regarding Food and Body Weight, Shape & Appearance [J]. *Eating Disorders*, 2007, 16(1): 73-84.
- [10] HAWES T, ZIMMER-GEMBECK M J, CAMPBELL S M. Unique Associations of Social Media Use and Online Appearance Preoccupation with Depression, Anxiety, and Appearance Rejection Sensitivity [J]. *Body Image*, 2020, 33: 66-76.
- [11] MENZEL J E, SPERRY S L, SMALL B, et al. Internalization of Appearance Ideals and Cosmetic Surgery Attitudes: a Test of the Tripartite Influence Model of Body Image [J]. *Sex Roles*, 2011, 65(7/8): 469-477.
- [12] TREKELS J, WARD L M, EGGERMONT S. I "Like" the Way You Look: How Appearance-Focused and Overall Facebook Use Contribute to Adolescents' Self-Sexualization [J]. *Computers in Human Behavior*, 2018, 81: 198-208.
- [13] FREDRICKSON B L, ROBERTS T A. Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks [J]. *Psychology of Women Quarterly*, 1997, 21(2): 173-206.
- [14] CALOGERO R M, HERBOZO S, THOMPSON J K. Complimentary Weightism: The Potential Costs of Appearance-Related Commentary for Women's Self-Objectification [J]. *Psychology of Women Quarterly*, 2009, 33(1): 120-132.
- [15] 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.
- [16] 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(1-2): 32-41.
- [17] CAI L, LAM K H, LEONG H H, et al. Initial Development and Validation of the Online Appearance-Relevant Peer Conversations Scale [J]. *Body Image*, 2020, 33: 115-128.
- [18] GILLEN M M, MARKEY C H. Body Image, Weight Management Behavior, and Women's Interest in Cosmetic Surgery [J]. *Psychology, Health & Medicine*, 2021, 26(5): 621-630.
- [19] CALOGERO R M, PINA A, SUTTON R M. Cutting Words [J]. *Psychology of Women Quarterly*, 2014, 38(2): 197-207.
- [20] SARWER D B. Body Image, Cosmetic Surgery, and Minimally Invasive Treatments [J]. *Body Image*, 2019, 31: 302-308.
- [21] WEN H. *Buying Beauty: Cosmetic Surgery in China* [M]. Hong Kong: Hong Kong University, 2013.
- [22] SHI P, HUANG Y, KOU H, et al. Risk Factors for Facial Appearance Dissatisfaction among Orthognathic Patients: Comparing Patients to a Non-Surgical Sample [J]. *Frontiers in Psychology*, 2019, 10: 2775-1-2775-9.
- [23] 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.
- [24] 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.
- [25] JACKSON T, CHEN H. Predictors of Cosmetic Surgery Consideration among Young Chinese Women and Men [J]. *Sex Roles*, 2015, 73(5-6): 214-230.
- [26] MORADI B, HUANG Y P. Objectification Theory and Psychology of Women: a Decade of Advances and Future Directions [J]. *Psychology of Women Quarterly*, 2008, 32(4): 377-398.
- [27] 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.
- [28] 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.
- [29] 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.
- [30] 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.
- [31] BOLIN J H H, ANDREW F. 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.
- [32] 温忠麟, 叶宝娟. 中介效应分析: 方法和模型发展 [J]. *心理科学进展*, 2014, 22(5): 731-745.
- [33] LIAO J, JACKSON T, CHEN H. The Structure and Validity of Directional Measures of Appearance Social Comparison among Emerging Adults in China [J]. *Body Image*, 2014, 11(4): 464-473.
- [34] SHARP G, TIGGEMANN M, MATTISKE J. The Role of Media and Peer Influences in Australian Women's Attitudes Towards Cosmetic Surgery [J]. *Body Image*, 2014, 11(4): 482-487.
- [35] JONES D C, VIGFUSDOTTIR T H, LEE Y. Body Image and the Appearance Culture among Adolescent Girls and Boys [J]. *Journal of Adolescent Research*, 2004, 19(3): 323-339.
- [36] ROBERTS T A, CALOGERO R M, GERVAIS S J. Objectification Theory: Continuing Contributions to Feminist Psychology [M] // *APA Handbook of the Psychology of Women: History, Theory, and Battlegrounds (Vol. 1)*. Washington: American Psychological Association, 249-271.
- [37] SHOME D, VADERA S, MALE S R, et al. Does Taking Selfies Lead to Increased Desire to Undergo Cosmetic Surgery [J]. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 2020, 19(8): 2025-2032.
- [38] YANG J, FARDOULY J, WANG Y H, et al. Selfie-Viewing and Facial Dissatisfaction among Emerging Adults: a Moderated Mediation Model of Appearance Comparisons and Self-Objectification [J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020, 17(2): 672-1-672-16.

责任编辑 夏娟