

大众媒体对女性自我客体化过程中身体羞耻感的影响

贾霄飞, 叶佳丽, 陈小异*

重庆师范大学教育科学学院, 重庆

收稿日期: 2024年5月29日; 录用日期: 2024年7月12日; 发布日期: 2024年7月19日

摘要

目的: 探讨大众媒体对女性自我客体化过程中身体羞耻感的影响。方法: 使用《自我客体化问卷》《身体意象羞耻量表》《大众媒体影响量表》, 调查了409名女性被试的大众媒体影响、自我客体化和身体羞耻感的具体情况。结果: 大众媒体的影响与身体羞耻感在职业上不存在显著差异, 但在年龄上存在显著差异, 自我客体化在职业和年龄上都不存在显著差异; 大众媒体影响、自我客体化和身体羞耻感两两间存在显著正相关; 大众媒体通过自我客体化的中介作用间接地对女性的身体羞耻感施加影响。结论: 各种大众媒体信息会使女性的自我客体化水平提高, 从而使女性产生更多的对自己身体的不满意感和羞耻感, 降低女性的心理健康水平。

关键词

大众媒体, 自我客体化, 身体羞耻感

The Influence of Mass Media on Female Body Shame during Self-Objectification

Xiaofei Jia, Jiali Ye, Xiaoyi Chen*

School of Educational Sciences, Chongqing Normal University, Chongqing

Received: May 29th, 2024; accepted: Jul. 12th, 2024; published: Jul. 19th, 2024

Abstract

Objective: To explore the influence of mass media on female body shame in the process of self-objectification. **Methods:** Using Self-Objectification Questionnaire, Body Image Shame Scale

*通讯作者。

文章引用: 贾霄飞, 叶佳丽, 陈小异(2024). 大众媒体对女性自我客体化过程中身体羞耻感的影响. *心理学进展*, 14(7), 414-421. DOI: 10.12677/ap.2024.147496

and Mass Media Influence Scale, 409 female subjects were investigated about mass media influence, self-objectification and body shame. Results: There was no significant difference between the influence of mass media and body shame in occupation, but there was a significant difference in age, and self-objectification had no significant difference in occupation and age. There was a significant positive correlation between mass media influence, self-objectification and body shame. The mass media exerts an indirect influence on women's body shame through the mediating role of self-objectification. Conclusion: All kinds of mass media information can improve the level of self-objectification of women, so that women have more dissatisfaction with their bodies and shame, and reduce the level of women's mental health.

Keywords

Mass Media, Self-Objectification, Body Shame

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,随着网络的发展,大众媒体在人们生活中扮演的角色越来越重要,使用社交媒体的用户也在不断增长。在网络中,人们对于外貌和身材的关注也越来越多。“巴掌脸”、“A4腰”、“人鱼线”等热词充斥人们的脑海,尤其是对于女性身材的关注,越来越影响着女性的生活。在工作和生活中,女性很容易用形体和外表来判断自己是否成功,甚至误以为体貌能决定事业前途和人际交往。自我客体化是指女性往往以旁观者的视角审视自己的形象,将自身视为一个仅被重视外表的物体,并且经常性地对自己的外在形象进行自我审视和监控。随着经济的发展、生活方式的改变以及媒体的传播,人们越来越注重自身的形象及品位,这一社会环境极易诱发女性自我客体化。身体羞耻感是指因为对自己本来的身体状态不满意而产生的负面情绪,是由于感知到自己的身体和理想社会标准存在差距而引起的。女性习惯于把自身体貌和社会理想标准相比较,从而得出负面的评价并诱发身体羞耻感。

Andrew 等人(2012)的研究发现,大众媒体中的信息在女性自我客体化过程中起着重要作用,各种媒介形式,包括文本、图片和视频等,都可能引发女性对自我客体化的认知和态度的转变。杨蕾和徐华女(2016)的研究指出,女性接触大众媒体信息后,自我客体化的程度可能增加,继而引发生理上的羞耻感,对身心健康产生消极影响。Fredrickson 和 Roberts (1997)提出了客体化理论,当女性经常遭遇他人的评价或不恰当的注视时,她们会开始从旁观者的视角审视自己的身材,并对自己的身体持一种评判的态度,这种现象被称为自我客体化,其核心是她们会习惯性地监视和评估自己的外在形象。当性客体化发生时,女性会认为自己需要取悦他人,并且不断调整自己的身体状态以满足他人,因此就会导致自我客体化。性客体化过程也可以理解作为一种对自己身体进行监控的过程。Moradi (2005)等研究已证明自我报告的性客体化体验与其自我客体化程度及身体监察有显著相关;Kozee 等(2007)研究认为,在人际关系中,女性所经历的各种性客体化体验都与她们自我客体化的程度有关。目前,大众媒体对女性在自我客体化过程中产生的身体羞耻感的影响,已经成为研究者们所关注的焦点。然而,前人研究大多集中在审美观念内化的调节或中介作用上,并且研究对象主要是大学生,对其他年龄段和职业群体的研究较少,这使得研究结果的普遍性和适用性受到限制。本项研究旨在通过扩大研究对象的范围,深入探讨大众媒体对女性自我客体化过程中身体羞耻感的影响,为未来的研究提供有价值的参考。同时,本研究也旨

在帮助女性更理性地处理大众媒体中的信息，以降低自我客体化和身体羞耻感的风险，进而提高其心理健康水平。

陈俊婷(2022)的研究发现，与其他年龄段的个体相比，大多数青少年都存在将自己的身材与社会理想标准或者大众媒体中展现出的形象进行比较的现象，并且经常表现出对自己体貌的不满意。同时，大众媒体、自我客体化和身体不满意感之间有显著的相关关系，自我客体化在大众媒体和消极身体意向之间起着部分中介作用。Fardouly 等人(2015)研究发现，社交媒体的使用时间和频率与自我客体化和身体羞耻感之间有着显著的正相关性。由于较多的女大学生频繁使用社交媒体，所以她们的自我客体化和身体羞耻感相对也会更高。陈雯和陶林钰(2021)的研究指出，女大学生会更多受到社交媒体的影响，产生更多的身体焦虑和羞愧，自我客体化调节了女大学生社交媒体使用对外貌焦虑的影响。李修美(2022)指出，30~40岁的员工的自我客体化水平最高，要显著高于其他年龄段的个体，没有工作或者工作年限较短的员工的外表社会压力和身体羞耻显著高于工作年限较长的个体，同时，与其他职业相比，女性从事对外表要求更高的职业例如彩妆、服装、销售等会感受到更多的外表社会压力，会更加关注大众媒体中传播的各种信息，其自我客体化水平也更高。周雨欣(2022)发现，不同职业的个体，例如在校大学生、研究生普遍比已经工作的个体使用社交媒体的时间长，也更重视社交媒体中个体形象的呈现，更关注外貌和身体形象。同时，年轻女性接触到的社交媒体中的客体化信息更多，因此更可能产生对自己体貌的焦虑，而自我客体化水平越高，个体越容易受到社交媒体中的信息干扰而产生身体羞耻。

基于以上表述，本次研究提出以下假设：

假设 1：大众媒体影响、自我客体化和身体羞耻感在不同职业和年龄上均存在显著差异，年轻个体比年老个体受到的影响大；

假设 2：大众媒体影响、自我客体化和身体羞耻感之间存在着显著的相关关系；

假设 3：自我客体化是大众媒体影响与身体羞耻感之间的显著中介变量。

2. 研究方法

2.1. 研究对象

选取在校大学生和已经参加工作的女性被试，采用问卷调查的方式，一共发放问卷 440 份，回收问卷 430 份，有效问卷 409 份。调查对象的年龄、职业、性别的具体情况见表 1。

Table 1. Demographic variables of respondents (n = 409)

表 1. 调查对象人口学变量情况(n = 409)

人口统计学变量	人数(人)	百分比(%)
年龄	0~25	163
	26~60	205
	60 岁以上	41
职业	学生	174
	已工作人员	235
性别	女	409

2.2. 研究工具

2.2.1. 大众媒体影响量表

本研究使用了蔡欣(2014)翻译并修订的大众媒体影响量表，该量表包含 10 个项目，采用 5 点计分法。

其中 5 个项目旨在评估个体对于大众媒体所传达的女性美学观点的看法,评分从 1 到 5 分别代表“非常不认同”、“不太认同”、“中立”、“比较认同”、“非常认同”;另外 5 个项目则用于衡量这些观点对个体自身的影响程度,评分同样从 1 到 5,分别代表“无影响”、“影响很小”、“一般影响”、“较大影响”、“极大影响”。量表的总分越高,表明个体受到大众媒体的影响越显著。

2.2.2. 自我客体化问卷

本研究采用 Noll 和 Fredrickson (2010)编制的自我客体化问卷(SOQ)。该问卷一共十个项目,描述了个体身体不同侧面的特性,并考察个体对自己身体的外貌特性和能力特性的重视程度。使用 5 点计分,从 1 至 5 分别代表“非常不重要”、“不太重要”、“一般重要”、“较为重要”、“非常重要”。在外貌属性的评分中,得分越高意味着个体的自我客体化倾向越强,也就是说,个体更加注重和看重自己的外貌特征。

2.2.3. 身体意象羞耻量表

本研究采用了 Duarte 等人(2015)开发的身体意象羞耻量表(BISS)。该量表包含 6 个问题,采用 5 点计分,从 1 至 5 分别对应“非常不满意”、“不太满意”、“中等”、“相对满意”、“非常满意”。量表的得分越高,意味着个体体验到的身体羞耻感越低。

2.3. 数据收集和处理

利用问卷星平台,在线发放问卷 440 份,回收问卷 430 份,有效问卷 409 份。

采用 SPSS27.0 对收集的数据进行录入和统计分析,通过独立样本 t 检验和单变量方差分析检验各变量在职业和年龄上的差异,同时对各变量进行相关分析,检验自我客体化在大众媒体和身体羞耻感之间的中介效应。

3. 结果

3.1. 变量的描述性统计

Table 2. Descriptive statistics of items of the Mass Media Impact Scale (n = 409)

表 2. 大众媒体影响量表各题目的描述性统计(n = 409)

	M	SD	MAX	MIN
女性要瘦	4.03	1.28	5	1
这对你的影响	4.02	1.22	5	1
外貌要好看	3.47	1.26	5	1
这对你的影响	3.56	1.25	5	1
身材要有曲线	3.58	1.26	5	1
这对你的影响	3.56	1.26	5	1
身材要苗条	4.11	1.23	5	1
这对你的影响	4.07	1.28	5	1

从表 2 可以看出,被试对大众媒体影响量表中的各项题目的评分均分处于“一般”水平,表明大众媒体对女性的身体外形影响处于中等水平,但是对于大众媒体中传递出的“女性要瘦”和“女性身材要苗条”这两种观点的均分都处于“比较同意”和“影响较大”水平,说明这两种观点对女性的影响比较大。

Table 3. Descriptive statistics of items of self-objectification scale (n = 409)**表 3.** 自我客体化量表各题目的描述性统计(n = 409)

	M	SD	MAX	MIN
身体协调能力	3.87	1.01	5	1
身体曲线	3.79	1.09	5	1
身高	3.79	1.02	5	1
皮肤	3.67	1.25	5	1
能量水平	3.83	1.02	5	1
五官	3.76	1.08	5	1
体质	3.97	1.98	5	1
头发	3.59	1.22	5	1
身体反应	3.68	1.10	5	1
精力	3.67	1.32	5	1

Table 4. The difference between the level of body function and body shape**表 4.** 身体机能水平与身体外形的差异

身体机能水平	身体外形	<i>t</i>	<i>P</i>
3.80 ± 0.77	3.72 ± 0.79	3.29	0.56

从表 3 和表 4 可以看出, 在自我客体化水平中, 被试对自己身体各项要素的重要性打分处于“一般”和“比较重要”之间, 被试在有关身体机能水平的题目的均分与身体外形的均分并不存在显著差异, 说明女性并没有过度重视自己的身体外形, 对于身体的外形和能量水平的重视程度相当, 重视身体素质的平衡。

Table 5. Descriptive statistics of items of body intention shame scale (n = 409)**表 5.** 身体意向羞耻量表各题目的描述性统计(n = 409)

	M	SD	MAX	MIN
对自己外表的满意	3.41	1.31	5	1
对身体外形的满意	3.35	1.35	5	1
对体重的满意	3.44	1.35	5	1
对身体吸引力的满意	3.33	1.31	5	1
对相貌的满意	3.34	1.25	5	1
与别人相比是否好看的满意	3.44	1.31	5	1

从表 5 可以看出, 被试对自己的身体满意程度处于中等水平, 对与自己身体和外貌有关的状态都处于中等状态, 没有处于太极端, 大多数人都认为自己 and 被人没有太大的区别, 属于普通水平。

3.2. 变量的差异检验

从表 6 可以看出, 大众媒体影响均分和自我客体化均分在职业上都不存在显著差异, 说明大学生和工作的个体受到大众媒体的影响的差别不大, 但是在身体羞耻感均分上差异显著, 表现为已工作的个体的身体羞耻感显著高于大学生。检验的结果并没有完全验证假设 1, 大众媒体影响、自我客体化和身体

羞耻感在职业上的差异比预期假设小。

Table 6. Occupational differences in mass media influence, self-objectification, and body shame
表 6. 大众媒体影响、自我客体化、身体羞耻感在职业上的差异

	学生(n = 174)	已工作(n = 235)	<i>t</i>	<i>P</i>
大众媒体影响均分	3.20 ± 0.96	3.76 ± 0.98	-5.780	0.055
自我客体化均分	3.70 ± 0.75	3.81 ± 0.73	-1.440	0.145
身体羞耻感均分	3.13 ± 1.02	3.57 ± 1.08	-4.182*	0.047

Table 7. Age differences in mass media influence, self-objectification, and body shame
表 7. 大众媒体影响、自我客体化、身体羞耻感在年龄上的差异

	0~25 (n = 163) ①	25~60 (n = 205) ②	60 以上(n = 41) ③	<i>F</i>	<i>LSD</i>
大众媒体影响均分	3.69 ± 0.98	3.55 ± 0.98	3.19±0.73	24.841**	① > ② > ③
自我客体化均分	3.66 ± 0.75	3.79 ± 0.74	3.00±0.63	3.867	
身体羞耻感均分	3.88 ± 0.99	3.44 ± 1.13	3.24±0.59	20.70**	① > ② > ③

注: * $P < 0.05$, ** $P < 0.01$ 。

从表 7 可以看出, 大众媒体影响和身体羞耻感在年龄上差异显著, 表现为 60 岁以上个体受到大众媒体的影响显著低于 0~25 岁的个体受到的影响, 0~25 岁的个体的身体羞耻感显著高于 60 岁以上的个体, 而自我客体化水平在年龄上不存在差异。检验的结果与假设 1 并不完全符合, 但从总体看, 年轻的个体比年老的个体受到的影响大, 这与假设基本一致。

3.3. 相关分析

Table 8. A correlation analysis of mass media influence, self-objectification, and body shame
表 8. 大众媒体影响、自我客体化、身体羞耻感的相关分析

	自我客体化均分	身体羞耻感均分
大众媒体影响均分	0.346**	0.322**
自我客体化均分	1	0.361**

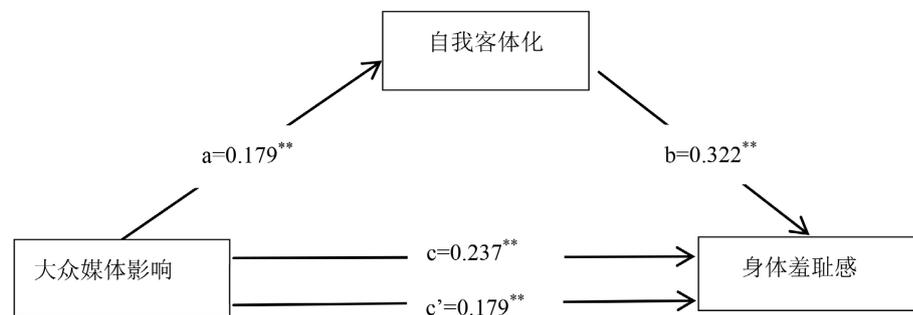
注: * $P < 0.05$, ** $P < 0.01$ 。

从表 8 可以看出, 大众媒体与自我客体化、身体羞耻感之间存在一定的正相关关系, 与假设 2 的结果相一致。其中, 大众媒体影响均分与自我客体化均分和身体羞耻感均分呈较弱的正相关, 表现为受大众媒体影响越大, 则自我客体化水平和身体羞耻感在一定程度上也越高。自我客体化均分和身体羞耻感均分呈弱相关关系, 表现为自我客体化水平越高, 身体羞耻感的程度也在一定水平上越大。

3.4. 自我客体化的中介效应

Table 9. Analysis table of total effect, direct effect and intermediate effect
表 9. 总效应、直接效应及中介效应分析表

效应	路径	效应值	95% CI 下限	95% CI 上限
直接效应	大众媒体影响→身体羞耻感	0.179	0.077	0.281
中介效应	大众媒体影响→自我客体化→身体羞耻感	0.058	0.022	0.102
总效应		0.237		



注: Bootstrap Estimate [95% CI] = 0.058 [0.02, 0.10]。

Figure 1. Mediating effect estimation results (standardized) ** $P < 0.01$

图 1. 中介效应估计结果(标准化) ** $P < 0.01$

表 9 和图 1 表明, 大众媒体对女性身体羞耻感的影响主要有两种显著效应。在直接效应中, 大众媒体能够显著地预测女性的身体羞耻感($c = 0.237, t = 4.600, P < 0.01$); 在自我客体化作为中介变量的中介效应中, 大众媒体影响可以显著预测女性的自我客体化水平($a = 0.179, t = 5.123, P < 0.01$), 自我客体化水平可以显著预测女性身体羞耻感($b = 0.322, t = 4.516, P < 0.01$), 同时, 大众媒体影响仍然可以显著预测女性的身体羞耻感($c' = 0.179, t = 3.449, P < 0.01$)。因此本研究中自我客体化属于部分中介效应, 大众媒体并不完全通过自我客体化的中介效应来达到对身体羞耻感的影响, 大众媒体影响对身体羞耻感有部分直接效应。

4. 讨论

本研究中的数据分析显示, 大众媒体的影响对于个体的影响是不一样的, 但是对于大众媒体传递出的关于“女性要瘦”和“身材要苗条”的这些观点, 不同年龄和职业背景的女性受到的影响都比较大, 这也与现今流行的“白幼瘦”等观点契合。但是大众媒体、自我客体化和身体羞耻感在不同职业背景的个体之间并不存在显著差异, 受到几乎同等的影响, 与研究的预先假设存在差异, 这可能是由于大众媒体越来越成为人们生活的必需品, 不同职业背景的人使用大众媒体的频率相差不大, 所以受到的影响也没有显著差异。但是大众媒体和身体羞耻感在不同的年龄段上存在显著差异, 表现为 0~25 岁的个体受到大众媒体的影响以及产生身体羞耻感的水平显著高于 60 岁以上的个体。因为相比于年轻个体, 老年群体使用大众媒体的频率要更低, 并且他们关注的更多是与自己工作、老年生活相关的信息, 所以对于大众媒体传递的有关身体和外貌的信息关注很少, 受到的影响也比较少。同时, 老年群体相对于年轻群体来说, 他们的阅历更加丰富, 处世态度也更加成熟, 能够坦然地接受自己身体的老去, 对于与外形相关的信息已经不看重, 因而不关注大众媒体传递的这些信息, 从而也不会引发较高的身体羞耻感, 同时也可能是由于两者被试数量的差异较大, 导致了结果的差异。

大众媒体、自我客体化和身体羞耻感之间是存在一定程度的正相关的, 大众媒体的影响越显著, 个体的自我客体化倾向和身体羞耻感往往也会相应增强。同时, 自我客体化和身体羞耻感之间存在一定程度的正相关关系, 即个体的自我客体化程度越高, 女性对自己身体感到不满的可能性也越大, 从而身体羞耻感也越强。通过中介效应分析发现, 大众媒体并不完全通过自我客体化的中介效应来达到对身体羞耻感的影响, 大众媒体影响对身体羞耻感有部分直接效应, 还可能通过其他的中介变量例如审美观念、理想美内化等对身体羞耻感产生影响。自我客体化可以显著地预测身体羞耻感的变化, 大众媒体中的信息会导致女性的自我客体化, 而在经历自我客体化以后, 女性会频繁地检查和审视自己的形体, 对自己的体貌更加敏感, 由此产生身体羞耻感, 而这反过来又会导致对自己身体的重视, 如此反复, 相互影响。

研究中的数据没有呈现出极端的现象, 被调查的个体对于题目的分数都处在中等水平。在大众媒体影响量表和身体羞耻感量表中, 除了“女性要瘦”和“女性身材要苗条”这两道题的均分较高以外, 其他的都处于中等, 这可能是因为题目的表述直接, 而被试由于社会赞许性等原因, 不希望给别人呈现出自己非常重视外在表现, 所以可能做出比较保守的回答。而在自我客体化量表中, 被试对于有关身体机能方面与身体外形方面的重视程度并没有显著差异, 说明人们注重身体各方面的平衡, 而不是极端地追求某一个特殊方面, 没有因为大众媒体的影响而显著地改变自己关于身体机能重要性的态度。

5. 结论

本研究通过使用大众媒体影响量表、自我客体化量表以及身体意向羞耻量表进行调查分析, 得出了以下结论:

(1) 大众媒体的影响与身体羞耻感在职业上不存在显著差异, 但在年龄上存在显著差异。

(2) 大众媒体影响、自我客体化和身体羞耻感三者之间存在显著的正相关关系, 这表明, 女性如果更多地受到大众媒体的影响, 她们的自我客体化水平和身体羞耻感也会相应地增加。

(3) 大众媒体通过自我客体化这一中介变量, 间接地对女性的身体羞耻感产生了影响。具体来说, 各种大众媒体传播的信息可能会提高女性的自我客体化水平, 导致她们对自己身体产生更多的不满和羞耻感, 进而对她们的心理健康产生不利影响。

参考文献

- 蔡欣(2014). 青春期女生自我物化的特点及影响因素研究. 硕士学位论文, 重庆: 西南大学.
- 陈俊婷(2022). 在线客体化经历对青少年身体意象的影响. 硕士学位论文, 重庆: 西南大学.
- 陈雯, 陶林钰(2021). 女大学生社交媒体使用与外貌焦虑的关系研究. *科技传播*, 13(22), 119-122.
- 李修美(2022). 女性一线服务人员外表社会压力对工作投入的影响: 自我客体化的中介作用和自我同一性的调节作用. 硕士学位论文, 哈尔滨: 哈尔滨师范大学.
- 杨蕾, 徐华女(2016). 客体化媒体信息对女性自我客体化和身体羞耻感的影响. *中国临床心理学杂志*, 24(5), 788-794.
- 周雨欣(2022). 年轻女性群体媒介实践的自我想象与规训——基于社交媒体自拍整饰行为的考察. *视听*, (10), 145-149.
- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2012). Positive Body Image and Young Women's Health: Implications for Sun Protection, Cancer Screening, Weight Loss and Alcohol Consumption Behaviours. *Journal of Health Psychology*, 21, 646-654.
- Duarte, C., Pinto-Gouveia, J., Ferreira, C., & Batista, D. (2015). Body Image as a Source of Shame: A New Measure for the Assessment of the Multifaceted Nature of Body Image Shame. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 22, 656-666. <https://doi.org/10.1002/cpp.1925>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social Comparisons on Social Media: The Impact of Facebook on Young Women's Body Image Concerns and Mood. *Body Image*, 13, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Kozee, H. B., Tylka, T. L., Augustus-Horvath, C. L., & Denchik, A. (2007). Development and Psychometric Evaluation of the Interpersonal Sexual Objectification Scale. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 176-189. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2007.00351.x>
- Moradi, B., Dirks, D., & Matteson, A. V. (2005). Roles of Sexual Objectification Experiences and Internalization of Standards of Beauty in Eating Disorder Symptomatology: A Test and Extension of Objectification Theory. *Journal of Counseling Psychology*, 52, 420-428. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.52.3.420>
- Noll, S. M., & Fredrickson, B. L. (2010). A Mediation Model Linking Self-Objectification, Body Shame, and Disordered Eating. *Psychology of Women Quarterly*, 22, 623-636. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1998.tb00181.x>