

自拍相关活动与相貌不满意关系研究综述

杨 薇

西南大学心理学部, 重庆

收稿日期: 2021年12月2日; 录用日期: 2022年1月4日; 发布日期: 2022年1月13日

摘 要

随着网络交流的视觉化, 自拍在社交媒体上变得越来越普遍, 尤其是上传、浏览和编辑自拍的行为在年轻群体中受到普遍欢迎。虽然自拍为自我展示提供了新的形式, 但相关研究表明, 个体的社交媒体使用与身体意象担忧有关。然而, 近来关于社交媒体使用的研究多集中于泛化的社交媒体使用活动, 鲜有个体以面孔为主的自拍相关活动对相貌不满意的影响探究。本文通过梳理自拍相关行为和相貌不满意的相关、纵向和实验性研究, 总结已有研究的不足, 从而为未来研究提供一些新的思考方向。

关键词

自拍, 相貌不满意, 社交媒体

A Review of the Relationship between Selfie-Related Activities and Facial Dissatisfaction

Wei Yang

Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing

Received: Dec. 2nd, 2021; accepted: Jan. 4th, 2022; published: Jan. 13th, 2022

Abstract

With the visualization of online communication, selfie-related activities are becoming more and more common on social media. Selfie-uploading, selfie-viewing and selfies-editing are generally welcomed among young people. Although selfies provide a new way of self-presentation, studies showed that individuals' use of social media is related to their body image concerns. However, most of the existing studies on the use of social media focus on general social media use activities, the impact of face-based selfie-related activities on facial dissatisfaction has been rarely re-

searched. This article summarizes the deficiency of the existing researches by reviewing the correlational, longitudinal and experimental studies on the impact of selfie-related studies on facial dissatisfaction, so as to provide some new approaches for future research.

Keywords

Selfie, Facial Dissatisfaction, Social Media

Copyright © 2022 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

随着智能手机的普及和社交网络的蓬勃发展,社交网站中的自拍行为已成为一种潮流。社交网站(如:新浪微博、微信朋友圈和QQ空间)满足了用户线上展示自我、认识他人的社交需求,也为人们展现自我、表达自我提供了更多可能性。其中,社交网站上的自拍行为被定义为“个体通过智能手机或相机摄像头给自己拍照并上传至社交媒体的行为”(Oxford Dictionaries, 2013)。国内拍照类应用“美图秀秀”的数据显示,其用户平均每天自拍27张,并且该平台的3亿用户平均每天上传7000万张照片。社交网站上的自拍行为已十分广泛,且成为年轻群体中的一种生活方式。由于美颜软件的广泛应用,用户在上传自拍前可选择美化面容的滤镜或自拍后进行自拍编辑,因此社交媒体上的自拍被认为是美化后的图像,从而对浏览者的身体意象产生负面影响(Chang, Li, Loh, & Chua, 2019; Perloff, 2014)。因此有必要探索社交媒体上的自拍行为和身体意象之间的关系,以及这种关系背后可能的机制。

然而,在研究自拍活动和身体意象时,面孔作为自拍照主要部分具有重要意义,近来研究也表示,花在社交媒体上的总时间与更多的身体意象或相貌不满意水平之间没有关联,而是社交媒体中涉及外貌的行为(如自拍)对个体身体意象或面部不满才有影响(Cohen et al., 2017; Meier & Gray, 2014; Sampson, Jeremiah, Andiappan, & Newton, 2020)。因此越来越多研究者被吸引到更为聚焦的相貌不满意上来。

相貌不满意(facial dissatisfaction)是身体不满意的一个子维度,包括个体对自己身体的认知、感受和行为(陈红, 2006)。身体不满意包含相貌、矮、胖、瘦和整体不满意五个维度(陈红, 2006),是消极身体意象的表现之一(王玉慧等, 2016)。现有的研究多探寻一般的社交媒体使用与身体意象之间的关系,针对与外貌有关的社交媒体使用(如自拍)与相貌不满意之间关系的研究还比较少。目前也并没有文章就自拍相关行为对相貌不满意的影响及作用机制进行系统的论述。因此本文通过对这一问题进行梳理,为探索相貌不满意的干预路径提供新的思路和方向。

2. 自拍相关活动概述

在社交媒体环境中,个体进行着各种自拍相关活动,如在社交媒体上自拍和分享(Katz & Crocker, 2015),或在上传自拍之前用照片编辑软件或应用程序去掉外表上“不喜欢的”部分(如雀斑、粉刺和痣),添加一些令人满意的特征,如皮肤美白、眼睛变大、脸变长、鼻子变尖、平滑皱纹等(Abidin, 2016; Stefanone, Yue, & Toh, 2019)。除了拍摄、编辑和发布自己的自拍,人们还可以在使用社交媒体时查看他人发布的自拍及其评论与“点赞”。根据Fox和Rooney的定义,自拍行为主要包括自拍拍摄(taking selfie)、自拍发布(posting selfie)、自拍编辑(selfie editing)(Fox & Ronney, 2015)。从内容制造者的角度,自拍相关行为可

分为拍自拍行为、发自拍行为与编辑自拍行为，从观众的角度，自拍相关行为有自拍浏览行为。顾潇等(2021)根据信息接收和发布的不同状态，将自拍投入、自拍编辑和自拍发布分类为主动性自拍行为，将自拍浏览和自拍反馈投入分类为反应性自拍行为(顾潇，王玉慧，雷霆，2021)。以往研究中也发现主动性自拍活动和反应性自拍活动与相貌不满意的结果并不一致(e.g., Butkowski et al., 2019; Wagner et al., 2016; Tiggemann, Anderberg, & Brown, 2020)。因此，本文也从主动性与反应性自拍行为来梳理与相貌不满意的相关研究，有助于清晰理解自拍相关行为对相貌不满意的影响。

2.1. 主动性自拍相关活动

个体可通过智能手机上的照片美化应用(如 Snapchat、Instagram)在上传之前对自拍进行编辑和美化，各种现成的应用程序允许个体调整皮肤纹理和色调、照明细节和改变面部特征的大小和形状。这些功能以前只能摄影师能够掌握，但各个美颜应用的出现使得普通人进行照片处理和完善成为可能(Parsa, Prasad, Clark, Wang, & Reilly, 2021)。

自拍编辑的研究方法主要包括以下两种，一种是通过问卷法，通过编订的自拍编辑问卷使个体通过自我报告的方法报告自拍编辑投入程度、美化应用使用频率和态度等，如 Mclean 等(2015)使用的照片处理与投入量表测量个体自拍编辑程度、自拍选择所花费的心理努力与监控他人对其上传的自拍水平，另一种为实验法(e.g., Parsa et al., 2021; Tiggemann, Anderberg, & Brown, 2020)，即邀请被试至实验室进行真实的自拍编辑行为，并收集其行为前后的相貌不满意水平，更具生态效度。Tiggemann, Anderberg 和 Brown (2020)通过选择一个美颜软件，将其各美颜功能量化(如，该软件共有一键美颜、磨皮、放大双眼等 15 项功能，让被试按照 0 到 100 对使用程度进行评分，最后统计每个被试的自拍编辑得分。然而随着美颜应用的发展，实验中的自拍编辑各个选项需进一步细化，如“一键美颜”功能涵盖了磨皮、矫正骨相、放大双眼和延长睫毛等功能，并且，自拍时便选择美化面孔的滤镜，而不需要自拍后的额外编辑是否属于自拍编辑行为也值得进一步被讨论。

2.2. 反应性自拍相关活动

近来的研究中自拍浏览行为包括浏览社交媒体中他人/自己的自拍及该自拍收到的点赞与评论(Wang, Faedouly, Vartanian, & Lei, 2019; Yang, Fardouly, Wang, & Shi, 2020)。相较于电视，时尚杂志这样的传统媒体，社交媒体的内容大部分是同龄人产生的：个体可在社交媒体中上传自己的自拍并附上与自拍相关的信息，可以浏览他人发出的内容和通过点赞或评论功能与他人进行交流，也正是这些上传、浏览、寻找别人对自己自拍的反馈被认为对个体的身体意象造成不同程度的影响(Cohen, Newton-John, & Slater, 2017; Holland & Tiggemann, 2016)。浏览理想化的自拍影响女性对自身相貌的关注(Fardouly & Rapee, 2019)，并且引起更高水平的相貌不满意(Yang et al., 2020)。

3. 相貌不满意概述

3.1. 相貌不满意

相貌不满意源于身体不满意其中一个维度。身体不满意(body dissatisfaction)又称负面身体自我(negative physical self)、消极身体意象(negative body image)，指个体对自己身体消极的认知、情感体验和因此采取的行为(陈红，2006)。负面身体自我包含矮、胖、瘦、相貌和一般负面身体自我五个维度。

相貌不满意是指个体由于对自己基于面孔的相貌吸引力不满意而产生的消极的认知、情绪体验及行为调控。消极身体意象对青少年的自我概念形成与发展、负面情绪体验、不健康体重控制策略选择、失调的饮食行为以及社会生活等方面产生影响(史攀等，2020)。

3.2. 自拍活动对相貌不满意影响的理论解释

3.2.1. 社会文化理论

根据三方影响模型,人们对于美的理想的评价主要通过媒体、同伴和父母得以加强和传播(Thompson et al., 1999),同时也是人们对身体不满意和饮食失调的重要影响因素。这些影响受两个因素调节,即理想外貌内化和外貌比较。当一个人接受了社会文化的美的理想标准,并为实现这个理想美付诸实践时,内化就发生了。外貌比较是指人们根据自己的外貌对别人的外貌进行比较和评价。Festinger 的社会比较理论提出,个体将自己与他人进行比较是人类的自然欲望(Festinger, 1954),这一理论有助于解释媒体暴露对身体意象的负面影响。当女性与自己相似的同龄人进行比较时(Heinberg & Thompson, 1995),这种情况尤其普遍,比较的倾向越大,对身体的不满意水平越高(Keery et al., 2004; Myers & Crowther, 2009; Van den Berg et al., 2002; Vartanian & Dey, 2013)。

社交媒体上发布自拍照、浏览自己/他人发布的自拍、浏览自己/他人自拍收到的评价与“点赞”等自拍相关行为可能结合了媒体和同伴的作用,对个体的相貌不满意形成影响,此外,对自拍进行编辑的过程中人们可能会通过与内化的理想外貌标准进行比较,从而意识到自己的外表缺陷,触发一定水平的相貌不满意;此外,自拍编辑的过程可能会导致个体将社会文化标准审美上的理想外貌内化,从而增加对外表的关注。相关研究表明,自拍编辑与青少年身体不满意有关(Lonergan et al., 2019; Mclean et al., 2015),发布到社交媒体前对自拍进行美化编辑的女性对自己身体的吸引力水平感到下降(Mills et al., 2018)。

3.2.2. 自我客体化理论

自我客体化理论假设,个体日常遭遇的客体化经历使得他们进一步内化他们的身体被观察和评价的观点(Fredrickson & Roberts, 1997)。从这个角度来看,自拍相关行为可能允许个体从观察者的视角观看他人的照片,或观察审视自己的外表,从而进一步促进自我客体化水平。具体来说,自拍编辑过程中个体不断地改变自己不满意的部分,编辑出自己喜欢的理想外貌,便是不断地从观察者角度审视自己的相貌,同时,编辑自己的自拍可能触发个体将自己的身体/相貌视为可操纵的物体,从而导致或强化自我客体化的感觉;其次,仔细选择将哪些自拍上传至社交媒体、期盼获得怎样的同伴反馈等心理投入可能会导致个体更加关注外貌水平,从而反方向提升客体化水平(Mclean et al., 2015; Veldhuis et al., 2020; Cohen et al., 2018);最后,个体在社交媒体上观看自拍照时,可能会将自己的外表和其他人的进行比较,这也可能触发自我客体化,但自我客体化与自拍行为的关系并未得出一致的结果,有研究者认为自拍与自我客体化呈正相关(Niu et al., 2020; Zheng et al., 2019),而有研究者发现没有显著关联(Cohen et al., 2018),因此自拍行为与自我客体化之间的关系还需进一步探究。

4. 自拍相关行为与相貌不满意的相关研究

4.1. 相关研究

近年来,社交媒体使用与身体意象的关系受到较多研究者的关注,但社交媒体中具体的自拍相关行为与相貌不满意的研究还比较少,且多为相关研究。自拍浏览和相貌不满意的相关研究结果比较一致,而自拍编辑和相貌不满意的研究却存在不一致的结果。

现有研究表明,自拍浏览越多,个体对其本身相貌不满意水平越高(e.g., Sampson, Jeremish, Andiappan, & Newton, 2020; Wang, Fardouly, Vartanian, & Lei, 2019)。Wang 等人(2019)通过问卷调查发现自拍浏览与相貌不满意呈正相关,这种关系受到吸引力内化的调节,此外,身体欣赏水平通过吸引力内化调节了自拍和相貌不满意的间接关系(Wang et al., 2019)。此结果也得到了 Yang 等人(2020)的进一步验证。Sampson 等人(2020)也发现社交媒体上的“理想”面部照片会降低个体面部满意度(Sampson, Jeremiah, Andiappan, &

Newton, 2020)。

关于自拍编辑和相貌不满意之间的关系研究还很少,但一些研究证明了自拍编辑可能会对身体不满意产生消极影响(Cohen et al., 2018; Lonergan et al., 2019; Mclean et al., 2015; Mills et al., 2018),此前研究也发现了自拍编辑和相貌不满意的初步证据(Fox & Vendemia, 2016; Lyu, 2016); Chua 和 Chang (2016)认为自拍发布之前的步骤(如,自拍编辑),不仅花费了个体大量时间和精力,还让其有机会检查审视自己的身体外貌;因此,经常编辑自拍的人势必更多地审视自己的外貌,更多地与社会文化标准进行比较,也更容易注意到自己地真实身材和理想身材之间的差距(Ahadzadeh et al., 2017);此外,有研究表明对相貌越不满意的人也更有可能对自拍进行编辑,即,负面身体意象可能会成为参与自拍相关行为(如,自拍编辑)的动机(Veldhuis et al., 2020),可能的解释是那些对身体形象更为担忧的人可能更多的参与关注外表的社交媒体活动,比如通过自拍编辑在社交网站上展现更为理想的外貌,或积极地寻找、比较和评论他人地形象,可能会引发自我审视,导致对身体的关注。如 Perloff (2014)提出的模型,那些对身体和饮食有高度担忧的人可能会寻求社交媒体的参与,她们会为自己的担忧寻求满足,比如“对身体和社会吸引力的保证和确认”。

4.2. 纵向研究

对于自拍相关行为与身体不满意、相貌不满意之间的双向关系,受到了近期研究者的关注。

Wang 等人使用纵向设计探讨了自拍编辑和相貌不满意在整容意愿中的预测作用(Wang, Chu, Nie, Gu, & Lei, 2021),研究表明,通过相貌不满意的中介作用,自拍编辑对整容意愿有间接影响,可能的两种解释有,一是根据自我差异理论(Higgins et al., 1985),自拍编辑过程中让青少年意识到自己的真实外表和美化后的理想外貌自建的差距,从而导致对相貌的不满;另一种解释可能是由于自拍编辑中触发了青少年的自我意识,从而夸大了他们自身面部的缺陷,与美化后的理想外貌相比后导致了想改变实际相貌的行为(如,整容)(Cohen et al., 2018)。

Wang 等人发现自拍浏览预测了一年以后个体自我客体化水平和相貌不满意的水平的上升(Wang, Fardouly, Vartanian, & Lei, 2019),而无法预测身体不满意的增加;此外,该研究也发现青少年的相貌不满意正向预测着一年以后他们浏览和编辑自拍的行为,而身体不满意对随后的自拍相关行为没有影响,从而从纵向的角度验证对于主要包含面孔的自拍相关行为,相貌不满意具有更为聚焦的影响,而非整体的身体不满意。

4.3. 实验性研究

自拍是个体日常生活中常见的行为,近来研究中将自拍作为变量进行研究的多数基于以下研究者编订的自拍行为量表进行:Fox 和 Rooney (2015)编订的自拍编辑行为量表、Fox 和 Vendemia (2016)编订的自拍编辑行为量表、Diefenbach 和 Christoforakos (2017)编订的自拍浏览问卷等。在实验室操纵自拍行为的研究并不多。

自拍活动领域中进行实验操纵的研究多集中于自拍编辑和自拍浏览。如, Parsa 等人(2021)邀请被试进行自尊、自我感知等问卷填写后对自己拍了两组大头照(无表情和微笑),并教给被试 Facetune 2 (图像编辑软件)应用的使用方法,要求一星期后被试提交她们编辑得最好看的自拍。该研究表明自拍编辑会增加个体整容意愿考虑。该研究方法着重于自拍编辑前后的身体意象水平,对自拍编辑程度并没有进行量化纳入研究。而 Tiggemann 等人(2020)要求被试观看社交媒体中瘦弱女性或中等身材女性的照片,随后给出 10 分钟让两组进行自拍编辑,编辑软件中的每一个编辑功能都要求被试根据自己的使用程度从 0~100 进行评分,研究发现个体的编辑程度预测了随后相貌不满意的增加(Tiggemann, Anderberg, &

Brown, 2020)。

此外,也有研究者探究了暴露于向上比较图像对相貌不满意的影响(Fardouly & Rapee, 2019; Sampson et al., 2020; Tiggemann et al., 2018; Tiggemann & Zinoviev, 2019)。其中 Fardouly 和 Rapee (2019)与 Tiggemann 和 Zinoviev (2019)并没有发现不同条件组的整体外貌满意度差异。目前图像浏览研究多聚焦于身体图像,而他人的面孔图像(如自拍)还比较少,值得未来研究进一步探究。

由上可知,自拍相关行为与相貌不满意息息相关,密不可分。那么如何利用人们的自拍行为对相貌不满意甚至身体意象进行可塑性调节,将是未来研究者们需要探索的问题。

5. 影响自拍相关活动与相貌不满意关系的因素

5.1. 自拍类型

根据现有研究结果来看,身体满意/不满意水平在自拍相关活动的不同强类型中出现了差异。多项研究表明,那些发布之前拍更多自拍照并进行选择性展示的个体(如通过自拍编辑等)报告了更高水平的身体监控、身体不满意和较低的身体自尊(Chang et al., 2019; Lamp et al., 2019; Wagner et al., 2016)。而其他研究表明,发布自拍的人对自己的身体更满意(Butkowski et al., 2019; Wagner et al., 2016),也有研究表明与发布自拍相比,不发布自拍照的人对外貌更满意(Coulthard & Ogden, 2018)。综上所述,那些更积极地进行自拍活动的人,如自拍和自拍编辑,报告了更多的消极身体意象结果。

除了自拍、自拍编辑和自拍发布等积极使用的自拍行为外,个体还可以被动地查看他人发布的内容。已有研究表明浏览社交媒体上的“理想”外貌会显著降低个体的相貌满意度(Sampson, Jeremish, Andiappan, & Newton, 2020; Yang et al., 2020; Wang, Fardouly, Vartanian, & Lei, 2019),能够预测自我客体化和相貌不满意的增加,而不能预测身体不满意的增加(Wang, Fardouly, Vartanian, & Lei, 2021);此外,被动浏览他人社交媒体上的内容与更高的外貌比较、消极身体意象和饮食失调有关(Chang et al., 2019; Stein et al., 2021),同时被动浏览也与更高的社会支持和更少的孤独感有关(Brailovskaia et al., 2019; Mackson et al., 2019),但以上因素是否在自拍浏览和相貌不满意关系中起中介或调节作用还需要未来研究进一步证实。

5.2. 个人因素

人们普遍认为,女性比男性对自身相貌吸引力水平更加不满(Markey & Markey, 2009; Swami et al., 2009)。大多数关于社交媒体对身体不满意影响的研究也都是针对女性的,因为女性经历更多的社会文化压力,期望达到理想化的外表(Swami et al., 2009; Wen et al., 2017);但也有一些研究表明,年轻男性也容易对身体不满,特别是在肌肉理想方面(Cafri et al., 2005)。现有研究中关于男性身体意象的影响因素或中介因子的研究很少。到目前为止,有三个元分析研究表示观看瘦的理想身体图像后,个体负面身体意象水平显著增加,这种影响在女性身上更为明显,而且与年龄成反比(Grabe et al., 2008; Groesz et al., 2002; Myers & Crowther, 2009)。也有一些研究在整容考虑方面没有发现性别差异(Wang, Chu, Nie, Gu, & Lei, 2021; Jackson & Chen, 2015; Wen et al., 2017)。

男女性对面孔吸引力及其满意水平可能具有不同的心理社会属性。男性更有可能遵循社会形象标准,以此作为被社会群体接受或增强自我概念的一种方式(Matera, Nerini, & Stefanile, 2018),此外,职场中男性化的性别角色压力和竞争也被认为是男性相貌不满意并选择整形手术的主要社会因素(Parsa et al., 2021);而女性可能在外表上有更大的心理投入,更内化社会文化标准意义上的美,从而对自己的相貌吸引力水平更不满意(Menzel, Sperry, Small, Thompson, Sarwer, & Cash, 2011; Sarwer et al., 2005)。

基于以往的研究,社交媒体使用对身体意象失调产生的消极影响与年龄成反比,换言之,随着年龄的增长,社交媒体使用和身体意象失调之间的关系减弱。青春期少年正处于身体形象意识快速发展的重

要时期,因此更容易受到媒体呈现的理想身材的影响(e.g., Borzekowski, Robinson, & Killen, 2000; Trekels & Eggermont, 2017),且随着当今中国的偶像崇拜和美容产业的迅速发展,青少年越来越在意自己的相貌吸引力水平(Wang et al., 2019)。研究发现,年龄较大的青春期女性(平均年龄 17 岁)和年龄较小的青春期女性(平均年龄 11 岁)在观看外貌视频后,都伴随着对自己身体更多不满意和愤怒情绪(Tiggemann, 2003),而对成年期女性的影响并没有得到充分支持。因此,与成年初期和成年女性相比,青少年个体可能更容易受到媒体对身体意象的负面影响,成年女性的自我同一性得到更成熟的发展,或许不会将外貌吸引力视作体现自身价值的重要标准。此外,有研究发现老年人往往有着比年轻人更好的身体意象水平(Franzoi & Koehler, 1998; Hetherington & Burnett, 1994; Hurd, 2000),可能因为老年人更少使用社交媒体,因此更少地进行外貌比较,也可能因为老年人更多地使用保护性的社会比较(如,将自己与不如自己的进行比较)(Bedford & Johnson, 2006)。

5.3. 环境因素

自拍活动是基于社交媒体的一项日常活动,因此也会受到来自社交媒体环境因素的影响。研究者发现,暴露于调侃名人身材的幽默图片对身体满意度有积极影响(Slater et al., 2019; Tiggemann & Anderberg, 2019),说明幽默风格在自拍对个体身体不满意影响中或许起到缓冲作用;此外,当个体认为他人的照片经过了高度数字化编辑美化,她们报告的瘦理想内化程度更低(Vendemia & DeAndrea, 2018)。因此,如何让相貌不满意个体认识到社交媒体中同伴的自拍/媒体呈现的明星理想面孔也是经由高度的数字化编辑所得,如何将幽默风格加入相貌不满意的干预措施里值得未来研究进一步探讨。

此外,研究也发现接触身体积极内容(如,不同类型身材或健康标语),对身体满意度有积极影响(Cohen et al., 2019; Slater et al., 2017),虽然仍有大量研究没有发现强调图像不现实本质的免责声明(disclaimer captions)或评论在社交媒体图像对身体意象/饮食失调的影响中是否可以起缓冲/保护作用的证据(Brown & Tiggemann, 2020; Bue & Harrison, 2020; Fardouly & Holland, 2018; Livingston et al., 2020),但自拍、浏览社交媒体他人/自己的自拍、浏览他人的反馈、进行自拍编辑等是时时刻刻可能发生在每个人的日常生活中的事件,未来研究或许需要更具生态效度的实验方法,如生态瞬时评估(EMA, Ecological Momentary Assessment)探究哪些环境设置,将有助于保护个体的身体满意度。

6. 研究展望

社交媒体指的是个体之间的互动,他们在不同的社区和网络(Apuke, 2016)中实时的创造、分享和/或交换思想和信息。社交媒体中经常展示的自拍都是理想化的、经过编辑的,个体浏览不真实的同伴自拍,可能引起社会比较,从而导致对身体的不满;此外,个体发布自拍前对自拍的挑选、编辑美化都是进一步放大自身面部缺陷触发自我客体化的过程,发布自拍后对同伴反馈的浏览和心理投入使个体更加关注外貌,引发进一步的相貌担忧。然而,目前关于自拍相关活动与相貌不满意的实证研究还很少。

在已有的相关研究中,关于自拍相关活动和相貌不满意关系的探讨多采用问卷研究,研究内容不够细致全面、研究对象局限,且方法比较单一。未来研究可以从以下几个方面进行改进和探究。

从研究内容上,随着社交网络和美颜应用的更新换代,自拍相关行为或许在将来不仅局限于自拍浏览、自拍编辑和自拍上传几大类别,对自拍的前期投入如学习博主穿搭或自拍编辑技巧等都可纳入研究范围;此外,不同的社交媒体环境或许也会有不同的影响,在具有更高的互动性和自我暴露性的平台(如微博、Facebook、Twitter 等)上发布自拍,自拍接收者都是陌生人,或许会让女性受到更多的外貌竞争性审视,而如微信、Instagram、Whatsapp 等需要通过好友申请才能访问的平台具有更高的隐蔽性,自拍的接收者也都是关系足够密切的好友,或许会降低对外貌的担忧。

从研究手段上, 目前研究多以横断的问卷调查为主, 未来研究可借助更新形式的实验性设计将自拍行为量化、可操作化。同时, 未来研究也可多开展纵向研究, 揭示自拍相关行为和相貌不满意的因果关系及发展特点。此外, 未来研究也可以借助眼动、ERP、核磁等技术探究自拍相关行为影响相貌不满意或身体意象的神经机制。

从研究对象上, 目前研究多聚焦自拍行为对相貌不满意在年轻女性群体中的表现, 未来研究可以多考察男性群体, 或中老年女性群体, 或身体意象担忧的临床/亚临床群体中自拍行为和相貌不满意的关系。社交媒体的使用在不同年龄段群体中或许相貌不满意的发展特点不同, 因此未来研究需关注更为广泛的群体, 探讨自拍行为动因、影响因素及结果的异同。

参考文献

- 陈红(2006). *青少年的身体自我: 理论与实证*. 北京: 新华出版社.
- 顾潇, 王玉慧, 雷雳(2021). 社交媒体中自拍相关行为对身体映像的影响. *心理科学进展*, 29(8), 1497-1507.
- 史攀, 黄于飞, 张翰之, 冷雪晨, 陈红(2020). 消极身体意象对青少年的负面影响. *心理科学进展*, 28(2), 294-304.
- 王玉慧, 吕振勇, 陈红, 吴双双, 肖子伦(2016). 男性身体意象失调: 大众媒体的影响及作用机制. *心理科学进展*, 24(2), 282-292.
- Abidin, C. (2016). "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social Media + Society*, 2. <https://doi.org/10.1177/2056305116641342>
- Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., & Ong, F. S. (2017). Self-Schema and Self-Discrepancy Mediate the Influence of Instagram Usage on Body Image Satisfaction among Youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8-16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.011>
- Apuke, O. D. (2016). Social and Traditional Mainstream Media of Communication: Synergy and Variance Perspective. *Journal of New Media and Mass Communication*, 53, 83-86.
- Bedford, J. L., & Johnson, C. S. (2006). Societal Influences on Body Image Dissatisfaction in Younger and Older Women. *Journal of Women & Aging*, 18, 41-55. https://doi.org/10.1300/J074v18n01_04
- Borzekowski, D. L., Robinson, T. N., & Killen, J. D. (2000). Does the Camera add 10 Pounds? Media Use, Perceived Importance of Appearance, and Weight Concerns among Teenage Girls. *Journal of Adolescent Health*, 26, 36-41. [https://doi.org/10.1016/S1054-139X\(99\)00044-0](https://doi.org/10.1016/S1054-139X(99)00044-0)
- Brailovskaia, J., Margraf, J., Schillack, H., & Köllner, V. (2019). Comparing Mental Health of Facebook Users and Facebook Non-Users in an Inpatient Sample in Germany. *Journal of Affective Disorders*, 259, 376-381. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.08.078>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2020). A Picture Is Worth a Thousand Words: The Effect of Viewing Celebrity Instagram Images with Disclaimer and Body Positive Captions on Women's Body Image. *Body Image*, 33, 190-198. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.003>
- Bue, A. C. C., & Harrison, K. (2020). Visual and Cognitive Processing of Thin-Ideal Instagram Images Containing Idealized or Disclaimer Comments. *Body Image*, 33, 152-163. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.014>
- Butkowski, C. P., Dixon, T. L., & Weeks, K. (2019). Body Surveillance on Instagram: Examining the Role of Selfie Feedback Investment in Young Adult Women's Body Image Concerns. *Sex Roles*, 81, 385-397. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0993-6>
- Cafri, G., Thompson, J. K., Ricciardelli, L., McCabe, M., Smolak, L., & Yesalis, C. (2005). Pursuit of the Muscular Ideal: Physical and Psychological Consequences and Putative Risk Factors. *Clinical Psychology Review*, 25, 215-239. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2004.09.003>
- Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A Study of Singapore Adolescent Girls' Selfie Practices, Peer Appearance Comparisons, and Body Esteem on Instagram. *Body Image*, 29, 90-99. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.005>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls' Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An Experimental Investigation of the Effects of Viewing Body Positive Content on Young Women's Mood and Body Image. *New Media & Society*, 21, 1546-1564. <https://doi.org/10.1177/1461444819826530>

- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The Relationship between Facebook and Instagram Appearance-Focused Activities and Body Image Concerns in Young Women. *Body Image*, 23, 183-187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2018). "Selfie"-Objectification: The Role of Selfies in Self-Objectification and Disordered Eating in Young Women. *Computers in Human Behavior*, 79, 68-74. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.027>
- Coulthard, N., & Ogden, J. (2018). The Impact of Posting Selfies and Gaining Feedback ("Likes") on the Psychological Wellbeing of 16 - 25 Year Olds: An Experimental Study. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 12, Article 4. <https://doi.org/10.5817/CP2018-2-4>
- Diefenbach, S., & Christoforakos, L. (2017). The Selfie Paradox: Nobody Seems to Like Them yet Everyone Has Reasons to Take Them. An Exploration of Psychological Functions of Selfies in Self-Presentation. *Frontiers in Psychology*, 8, Article 7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00007>
- Fardouly, J., & Holland, E. (2018). Social Media Is Not Real Life: The Effect of Attaching Disclaimer-Type Labels to Idealized Social Media Images on Women's Body Image and Mood. *New Media & Society*, 20, 4311-4328. <https://doi.org/10.1177/1461444818771083>
- Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). The Impact of No-Makeup Selfies on Young Women's Body Image. *Body Image*, 28, 128-134. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.006>
- Festinger, L. A. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7, 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and Trait Self-Objectification as Predictors of Men's Use and Self-Presentation Behaviors on Social Networking Sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161-165. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017>
- Fox, J., & Vendemia, M. A. (2016). Selective Self-Presentation and Social Comparison through Photographs on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 19, 593-600. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0248>
- Franzoi, S. L., & Koehler, V. (1998). Age and Gender Differences in Body Attitudes: A Comparison of Young and Elderly Adults. *The International Journal of Aging and Human Development*, 47, 1-10. <https://doi.org/10.2190/FVGI-GE5A-8G5Y-DXCT>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin*, 134, 460-476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The Effect of Experimental Presentation of Thin Media Images on Body Satisfaction: A Meta-Analytic Review. *International Journal of Eating Disorders*, 31, 1-16. <https://doi.org/10.1002/eat.10005>
- Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1995). Body Image and Televised Images of Thinness and Attractiveness: A Controlled Laboratory Investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 325-338. <https://doi.org/10.1521/jsocp.1995.14.4.325>
- Hetherington, M. M., & Burnett, L. (1994). Ageing and the Pursuit of Slimness: Dietary Restraint and Weight Satisfaction in Elderly Women. *British Journal of Clinical Psychology*, 33, 391-400. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8260.1994.tb01135.x>
- Higgins, E. T., Klein, R., & Strauman, T. (1985). Self-Concept Discrepancy Theory: A Psychological Model for Distinguishing among Different Aspects of Depression and Anxiety. *Social Cognition*, 3, 51-76. <https://doi.org/10.1521/soco.1985.3.1.51>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A Systematic Review of the Impact of the Use of Social Networking Sites on Body Image and Disordered Eating Outcomes. *Body Image*, 17, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Hurd, L. C. (2000). Older Women's Body Image and Embodied Experience: An Exploration. *Journal of Women & Aging*, 12, 77-97. https://doi.org/10.1300/J074v12n03_06
- Jackson, T., & Chen, H. (2015). Predictors of Cosmetic Surgery Consideration among Young Chinese Women and Men. *Sex Roles*, 73, 214-230. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0514-9>
- Katz, J. E., & Crocker, E. T. (2015). Selfies and Photo Messaging as Visual Conversation: Reports from the United States, United Kingdom and China. *International Journal of Communication*, 9, 1861-1872.
- Keery, H., van den Berg, P., & Thompson, J. K. (2004). An Evaluation of the Tripartite Influence Model of Body Dissatisfaction and Eating Disturbance with Adolescent Girls. *Body Image*, 1, 237-251.

- <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.03.001>
- Lamp, S. J., Cugle, A., Silverman, A. L., Thomas, M. T., Liss, M., & Erchull, M. J. (2019). Picture Perfect: The Relationship between Selfie Behaviors, Self-Objectification, and Depressive Symptoms. *Sex Roles, 81*, 704-712. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01025-z>
- Livingston, J., Holland, E., & Fardouly, J. (2020). Exposing Digital Posing: The Effect of Social Media Self-Disclaimer Captions on Women's Body Dissatisfaction, Mood, and Impressions of the User. *Body Image, 32*, 150-154. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.12.006>
- Lonergan, A. R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Griffiths, S., Murray, S. B., & Mitchison, D. (2019). Me, My Selfie, and I: The Relationship between Editing and Posting Selfies and Body Dissatisfaction in Men and Women. *Body Image, 28*, 39-43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.12.001>
- Lyu, S. O. (2016). Travel Selfies on Social Media as Objectified Self-Presentation. *Tourism Management, 54*, 185-195. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.001>
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or Foe? The Application's Association with Psychological Well-Being. *New Media & Society, 21*, 2160-2182. <https://doi.org/10.1177/1461444819840021>
- Markey, C. N., & Markey, P. M. (2009). Correlates of Young Women's Interest in Obtaining Cosmetic Surgery. *Sex Roles, 61*, 158-166. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9625-5>
- Matera, C., Nerini, A., & Stefanile, C. (2018). Why Are Men Interested in Cosmetic Surgery Procedures? Examining the Role of Different Forms of Peer Influence, Social Comparison, Internalization, and Body Dissatisfaction. *Body Image, 26*, 74-77. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.003>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the Selfie: Self Photo Editing and Photo Investment Are Associated with Body Dissatisfaction in Adolescent Girls. *International Journal of Eating Disorders, 48*, 1132-1140. <https://doi.org/10.1002/eat.22449>
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 17*, 199-206. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>
- Menzel, J. E., Sperry, S. L., Small, B., Thompson, J. K., Sarwer, D. B., & Cash, T. F. (2011). Internalization of Appearance Ideals and Cosmetic Surgery Attitudes: A Test of the Tripartite Influence Model of Body Image. *Sex Roles, 65*, 469-477. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9983-7>
- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). "Selfie" Harm: Effects on Mood and Body Image in Young Women. *BodyImage, 27*, 86-92. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social Comparison as a Predictor of Body Dissatisfaction: A Meta-Analytic Review. *Journal of Abnormal Psychology, 118*, 683-698. <https://doi.org/10.1037/a0016763>
- Niu, G., Sun, L., Liu, Q., Chai, H., Sun, X., & Zhou, Z. (2020). Selfie-Posting and Young Adult Women's Restrained Eating: The Role of Commentary on Appearance and Self-Objectification. *Sex Roles, 82*, 232-240. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01045-9>
- Oxford Dictionaries (2013). <https://languages.oup.com/word-of-the-year>
- Parsa, K. M., Prasad, N., Clark, C. M., Wang, H., & Reilly, M. J. (2021). Digital Appearance Manipulation Increases Consideration of Cosmetic Surgery: A Prospective Cohort Study. *Facial Plastic Surgery & Aesthetic Medicine, 23*, 54-58. <https://doi.org/10.1089/fpsam.2020.0156>
- Perloff, R. M. (2014). Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research. *Sex Roles, 71*, 363-377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Sampson, A., Jeremiah, H. G., Andiappan, M., & Newton, J. T. (2020). The Effect of Viewing Idealised Smile Images versus Nature Images via Social Media on Immediate Facial Satisfaction in Young Adults: A Randomised Controlled Trial. *Journal of Orthodontics, 47*, 55-64. <https://doi.org/10.1177/1465312519899664>
- Sarwer, D. B., Cash, T. F., Magee, L., Williams, E. F., Thompson, J. K., Roehrig, M. et al. (2005). Female College Students and Cosmetic Surgery: An Investigation of Experiences, Attitudes, and Body Image. *Plastic and Reconstructive Surgery, 115*, 931-938. <https://doi.org/10.1097/01.PRS.0000153204.37065.D3>
- Stefanone, M. A., Yue, Z., & Toh, Z. (2019). A Social Cognitive Approach to Traditional Media Content and Social Media Use: Selfie-Related Behavior as Competitive Strategy. *New Media & Society, 21*, 317-335. <https://doi.org/10.1177/1461444818795488>
- Slater, A., Cole, N., & Fardouly, J. (2019). The Effect of Exposure to Parodies of Thin-Ideal Images on Young Women's Body Image and Mood. *Body Image, 29*, 82-89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.001>
- Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The Impact of Fitspiration and Self-Compassion Instagram Images on Women's Body Image, Self-Compassion, and Mood. *Body Image, 22*, 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>

- Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta)Gram Counts? Applying Cultivation Theory to Explore the Effects of Instagram on Young Users' Body Image. *Psychology of Popular Media, 10*, 87-97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Bridges, S., & Furnham, A. (2009). Acceptance of Cosmetic Surgery: Personality and Individual Difference Predictors. *Body Image, 6*, 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2008.09.004>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M. N., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Tiggemann, M. (2003). Media Exposure, Body Dissatisfaction and Disordered Eating: Television and Magazines Are Not the Same! *European Eating Disorders Review, 11*, 418-430. <https://doi.org/10.1002/erv.502>
- Tiggemann, M., & Zinoviev, K. (2019). The Effect of #Enhancement-Free Instagram Images and Hashtags on Women's Body Image. *Body Image, 31*, 131-138. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.09.004>
- Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). Uploading Your Best Self: Selfie Editing and Body Dissatisfaction. *Body Image, 33*, 175-182. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.002>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The Effect of Instagram "Likes" on Women's Social Comparison and Body Dissatisfaction. *Body Image, 26*, 90-97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Trekels, J., & Eggermont, S. (2017). Beauty Is Good: The Appearance Culture, the Internalization of Appearance Ideals, and Dysfunctional Appearance Beliefs among Tweens. *Human Communication Research, 43*, 173-192. <https://doi.org/10.1111/hcre.12100>
- Van den Berg, P., Thompson, J. K., Obremski-Brandon, K., & Coovert, M. (2002). The Tripartite Influence Model of Body Image and Eating Disturbance: A Covariance Structure Modeling Investigation Testing the Mediation Role of Appearance Comparison. *Journal of Psychosomatic Research, 53*, 1007-1020. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(02\)00499-3](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(02)00499-3)
- Vartanian, L. R., & Dey, S. (2013). Self-Concept Clarity, Thin-Ideal Internalization, and Appearance-Related Social Comparison as Predictors of Body Dissatisfaction. *Body Image, 10*, 495-500. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.05.004>
- Veldhuis, J., Allewa, J. M., Bij de Vaate, A. J. D. (N.), Keijer, M., & Konijn, E. A. (2020). Me, My Selfie, and I: The Relations between Selfie Behaviors, Body Image, Self-Objectification, and Self-Esteem in Young Women. *Psychology of Popular Media, 9*, 3-13. <https://doi.org/10.1037/ppm0000206>
- Vendemia, M. A., & DeAndrea, D. C. (2018). The Effects of Viewing Thin, Sexualized Selfies on Instagram: Investigating the Role of Image Source and Awareness of Photo Editing Practices. *Body Image, 27*, 118-127. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.013>
- Wagner, C. N., Aguirre Alfaro, E., & Bryant, E. M. (2016). The Relationship between Instagram Selfies and Body Image in Young Adult Women. *First Monday, 21*. <https://doi.org/10.5210/fm.v21i9.6390>
- Wang, Y., Fardouly, J., Vartanian, L. R., & Lei, L. (2019). Selfie-Viewing and Facial Dissatisfaction among Chinese Adolescents: A Moderated Mediation Model of General Attractiveness Internalization and Body Appreciation. *Body Image, 30*, 35-43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.05.001>
- Wang, Y., Chu, X., Nie, J., Gu, X., & Lei, L. (2021). Selfie-Editing, Facial Dissatisfaction, and Cosmetic Surgery Consideration among Chinese Adolescents: A Longitudinal Study. *Current Psychology, 1-11*. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01280-4>
- Wang, Y., Xie, X., Fardouly, J., Vartanian, L. R., & Lei, L. (2021). The Longitudinal and Reciprocal Relationships between Selfie-Related Behaviors and Self-Objectification and Appearance Concerns among Adolescents. *New Media & Society, 23*, 56-77. <https://doi.org/10.1177/1461444819894346>
- Wen, N., Chia, S. C., & Hao, X. (2017). Does Gender Matter? Testing the Influence of Presumed Media Influence on Young People's Attitudes toward Cosmetic Surgery. *Sex Roles, 76*, 436-447. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0680-4>
- Yang, J., Fardouly, J., Wang, Y., & Shi, W. (2020). Selfie-Viewing and Facial Dissatisfaction among Emerging Adults: A Moderated Mediation Model of Appearance Comparisons and Self-Objectification. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*, Article 672. <https://doi.org/10.3390/ijerph17020672>
- Zheng, D., Ni, X. L., & Luo, Y. J. (2019). Selfie Posting on Social Networking Sites and Female Adolescents' Self-Objectification: The Moderating Role of Imaginary Audience Ideation. *Sex Roles, 80*, 325-331. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0937-1>