

女大学生自我客体化与社交网站自我呈现间的关系研究

严瀚钦¹, 陈 坚²

¹河海大学公共管理学院, 江苏 南京

²福建师范大学心理学院, 福建 福州

收稿日期: 2023年9月18日; 录用日期: 2023年11月9日; 发布日期: 2023年11月17日

摘 要

本研究使用女性自我客体化修订版问卷、社交网站自我呈现量表与负性评价恐惧量表, 随机选取中国不同高校的女大学生共351名, 探讨女大学生群体的自我客体化水平、负性评价恐惧以及社交网站自我呈现的特点以及三者的关系。研究发现: (1) 人文社科类专业的女大学生群体的自我客体化水平显著低于理工科类专业; (2) 女大学生在社交网站自我呈现中更倾向于呈现积极自我, 而人文社科类专业的女大学生更倾向于使用真实自我呈现的策略; (3) 自我客体化显著正向预测负性评价恐惧; 自我客体化和负性评价恐惧均显著正向预测女大学生在社交网站中的积极自我呈现、显著负向预测真实自我呈现; (4) 负性评价恐惧在自我客体化与社交网站自我呈现之间起部分中介作用。

关键词

自我客体化, 负性评价恐惧, 社交网站自我呈现

Research on the Relationship between Self-Objectification and Self-Presentation in Online Social Network Sites of Female College Students

Hanqin Yan¹, Jian Chen²

¹School of Public Administration, Hohai University, Nanjing Jiangsu

²School of Psychology, Fujian Normal University, Fuzhou Fujian

Received: Sep. 18th, 2023; accepted: Nov. 9th, 2023; published: Nov. 17th, 2023

Abstract

In this study, 351 female college students from different universities in China were randomly chose, using the Revised Female Self-Objectification Questionnaire, the Self-Presentation in Online Social Network Sites Scale and Negative Valuation Fear Scale to explore the characteristics of self-objectification level, negative valuation fear and self-presentation in online social network sites of female college students and the relationship between the three. The findings revealed that: (1) the level of self-objectification was significantly lower among female college students majoring in humanities and social sciences than in science and technology; (2) female college students were more inclined to present their positive selves in social network sites, while female college students majoring in humanities and social sciences were more inclined to use the strategy of real self-presentation; (3) self-objectification significantly and positively predicted negative valuation fear; self-objectification and negative valuation fear both significantly and positively predicted positive self-presentation and negative self-presentation in social network sites; (4) negative valuation fear partially mediated the relationship between self-objectification and self-presentation in online social network sites.

Keywords

Self-Objectification, Negative Evaluation Fear, Self-Presentation in Online Social Network Sites

Copyright © 2023 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

二〇二二年八月, 中国互联网络信息中心发布了第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》, 为中国网络的进步提供了重要参考。根据最新报告显示, 我国网民规模为 10.51 亿, 较 2021 年增长 1919 万, 手机网民规模达 10.47 亿。自从近些年来互联网的飞速发展后, 衍生出了当下时兴的社交网站。社交网站不仅能够满足女大学生群体认识他人的社交需求, 而且为其自我呈现、自我表露搭建了一个有效平台。一般来看, 女大学生群体对社交网站的应用大多是上传自拍照片、更新日常状态、发布评论等自我呈现方式。

现如今, 诸多社交网站不断向女性群体传播着近乎完美的外貌长相、妆容穿搭、身材三围等媒体信息, 塑造着理想化的人物形象, 这会让有一定缺陷的女性无形之中反观自身。而社交网站中的各种客体化媒体信息具有的“回音室”效果和大数据精确选择性推送的特点, 梁晓燕等人(2020)指出, 这样的特点会加剧女大学生用户对特定内容的关注, 从而给女大学生群体的身形和外貌带来身心压力, 从而加剧其自身的自我客体化水平。

根据杜红芹等人(2016)的研究结果表明, 在社交网站上进行自拍的发布会对个人的自我客体化水平产生积极影响。而发布自拍作为女大学生群体在社交网站中进行呈现与展示自我的一种不可或缺的途径, 可能会收获来自他人有关外貌方面等负性评价, 例如“你怎么这么胖”、“你的脸还不够瘦”等等, 从而导致女大学生个体内化关于“美丑”的负性评价, 产生更多身形与外貌方面的焦虑情绪, 加剧其自我客体化水平。

随着女大学生群体的自我意识不断发展, 她们会越来越关注来自旁人对自己的负性评价, 从而加剧负性评价恐惧水平。因此, 研究自我客体化、负性评价恐惧及其形成机制对于提升女大学生其社交能力和

心理健康水平具有积极作用, 同时亦可以丰富相关理论, 弥补现有研究的不足。

2. 概念界定

2.1. 自我客体化

自我客体化(self-objectification)是指个体从旁观者视角像观察客体一样审视自身的身形和皮相。自我客体化的概念最早可追溯到由 Fredrickson and Roberts (1997)提出的性客体化理论, 该理论阐述了社会通过各种途径将女性的身体外在特征客体化, 如凭借大众媒体影响女性群体对自身身体的意象或是强加不当观念于女性。郑盼盼和吕振勇(2015)指出, 女性由于每每被无端审视、无故评价和性客体化, 并且长期被他人当作客体对待, 从而导致了女性的自我客体化。孙青青等人(2013)指出, 女性从旁观者的观察视角来审视自身, 会使其不看重自身身体内在感受和心理状态, 把注意的焦点放在身体外在特征所表现出来的情况, 从而给女性群体造成一定的不良心理现象, 例如最为普遍的容貌焦虑、进食障碍即是其产生的常见消极后果。

2.2. 负性评价恐惧

负性评价恐惧(negative evaluation fear)是指人们由于担忧收到来自他人的负性评价而产生的一种焦虑或恐惧情绪体验。负性评价恐惧的概念可追溯至由 Watson 和 Friend 于 1969 年发表的研究, 近些年来, 它常被用于描述许多社会环境中的个体。Locatelli 等人(2012)认为, 随着互联网的快速发展, 各种社交网站变得流行起来, 这也包括社交网站上普遍存在的社交焦虑。王皓和苏彦捷(2014)的研究曾表明, 负性评价恐惧的出现与个体认知能力的发展有关。根据 Westenberg 等人(2004)的研究说法, 随着女大学生群体的社交认知能力的不断成熟, 她们对负性评价的恐惧程度逐渐提高, 对负面反馈的恐惧可能会导致女大学生群体在社交网站上的自我呈现与真实自我两不相符, 例如发表不恰当的评论、隐藏真实感受等。

2.3. 社交网站自我呈现

社交网站自我呈现(self-presentation in online social network sites)是一种以自身意图为基础的网络社交行为, 它旨在帮助网络用户更好地表露与呈现自己, 以便让其他用户更好地了解并接受其个性(Fox & Vendemia, 2016)。它源于美国社会学家戈夫曼的印象管理理论, 旨在帮助用户更好地把握自己的价值观, 并以更加有效的方式向其他用户传达。Kim 等人(2011)认为, 个体在社交网站上的自我呈现策略主要分为积极自我呈现(即呈现理想自我)和真实自我呈现(即呈现真实自我)。积极自我呈现是指个体有选择性地呈现积极正向、理想化的美好自我, 而自动过滤掉或不呈现有关自身的消极信息; 而真实自我呈现则是指个体遵循真实客观的原则, 勇于向他人表露真实客观、有缺陷与不足的真实自我, 不加掩饰与修饰。

2.4. 自我客体化、负性评价恐惧与社交网站自我呈现的关系

当今关于性客体化环境如何促使女性群体采取第三者视角看待自我的作用机制, 目前为止仍没有针对性的详尽探索。客体化理论指出, 自我客体化作为一种对身体自我的认知方式(Moradi & Huang, 2008), 与身体意象当有相通之处, 在针对环境或文化影响身体自我的过程中, 二者可能有着类似的心理机制, 例如内化和社会比较(Mischner et al., 2013)。

有研究表明, 女大学生对性客体化媒体信息的接受程度与她们的自我客体化水平存在显著关联。张申菓(2016)研究发现, 在接受媒体性客体化信息的情况下, 女大学生的自我客体化水平明显高于不接受这些信息的。Garcia 等人(2022)指出, 大众媒体中的性客体化信息对女大学生的自我客体化具有负面影响。刘海英等人(2018)指出, 社交网站作为一种重要的传播媒介, 不断向当今的女性大学生传播性客体化的信

息。Tiggemann 和 Boundy (2008)的研究表明, 这种行为可能会对她们的自我认知能力产生不良影响, 甚至可能会影响她们的社会地位和社会影响力。根据蔺佳佳(2019)的研究结果, 女性大学生在社交媒体上发布自拍照片与其个人形象之间存在显著的正相关性。这种以自拍为主要表达形式的社交媒体活动, 不仅能够帮助女性更好地展示自身, 而且也有助于她们更好地建构自我。Fox 和 Rooney (2015)认为, 当女大学生们在社交网站上呈现自己时, 他们很可能会遭受来自其他人的负性评价, 这可能会导致她们产生一定的恐惧心理。目前尚未有研究将自我客体化、负性评价恐惧与社交网站自我呈现三者联系在一起进行研究, 故本研究推测女大学生群体的自我客体化水平越高, 越害怕他人的负性评价, 即自我客体化与负性评价恐惧呈显著正相关, 从而在社交网站中进行自我呈现时, 更倾向于使用积极自我呈现的策略。

3. 研究假设

- 1) 女大学生群体的自我客体化、负性评价恐惧、社交网站自我呈现在人口学统计变量上(年级、专业、生源地)存在显著差异。
- 2) 通过自我客体化, 可以有效地预测负性评价恐惧的影响, 从而更好地掌握个体在社交网站中的自我呈现。
- 3) 自我客体化能够通过负性评价恐惧的中介作用预测个体社交网站自我呈现的策略(积极自我呈现、真实自我呈现)。

4. 研究方法

4.1. 研究对象

采取方便抽样的方法, 利用问卷星这一问卷编写平台, 通过微信与 QQ 空间等社交网站, 选取我国不同高校女大学生被试填写问卷。共回收调查问卷 351 份, 经过筛选, 我们最终获得了 321 份有效问卷, 其中 91.45% 的问卷为有效的。具体的受测者人数可参考表 1。

Table 1. Descriptive statistics of demographic variables

表 1. 被试人口学变量描述性统计

变量	选项	人数(名)	百分比(%)
年级	大一	34	10.6
	大二	33	10.3
	大三	61	19.0
	大四	193	60.1
专业	人文社科类	178	55.4
	理工科类	143	44.6
生源地	城镇	224	69.8
	农村	97	30.2

4.2. 研究工具

4.2.1. 自我客体化问卷

研究采用由 Noll 和 Fredrickson (1998)编制、于庆鼎(2016)修订的中文版女性自我客体化问卷, 该问卷包含了 10 个身体属性特征描述词, 其中 5 个是身体内在特征词, 其他 5 个为身体外在特征词, 受测者需要按照自己在意程度从 1~10 排序, 其中 1 表示最不在意, 10 表示最在意, 个体的自我客体化水平可以通过将 5 个身体外在特征属性词的次序之和与 5 个身体内在特征属性词的次序之和相减来衡量。该问卷的分数范围在-25 分至 25 分。当个体的得分较高时, 则说明个体更加关注自己的身体外在特征, 也即

是她们更倾向于将自己视为客体。该问卷间隔一周的重测信度为 0.85 ($p < 0.01$)。

4.2.2. 简明负性评价恐惧量表

研究采用由 Leary (1983) 编制、并经陈祉妍(2002)修订后的简明负性评价恐惧量表, 测量个体的负性评价恐惧水平。该量表包含 12 道问题, 其中有 8 道题正向计分, 余下 4 道为反向计分题。该量表采用 Likert 5 点计分方式, 从 1 分(完全不符合)到 5 分(完全符合), 分数范围为 12~60 分。个体的得分愈高, 则表明他们愈发关注或害怕他人对自己的负性评价。在本研究中, 该量表的信度为 0.90。

4.2.3. 社交网站自我呈现量表

研究采用由 Kim 和 Lee (2011) 编制、牛更枫等人(2015)修订的社交网站自我呈现量表, 该量表共两个分量表。第一个分量表为积极自我呈现, 用来测量个体在社交网站中有选择性地呈现自己积极感受, 包含 6 个项目; 第二个分量表为真实自我呈现, 用来测量个体在社交网站中真实客观地展露自己的想法与感受, 包含 4 个项目。两个分量表均采用 7 点计分, 1 代表“完全不符合”、7 代表“完全符合”。两个量表中所有项目的平均得分分别代表个体在社交网站中使用积极自我呈现和真实自我呈现的程度。若个体在积极自我呈现分量表得分高于真实自我呈现得分, 则代表个体更倾向于使用积极自我呈现策略。在本研究中, 积极自我呈现量表的内部一致性达到了 0.75, 而真实自我呈现量表的内部一致性则达到了 0.66。

4.3. 数据处理

通过问卷法, 本研究对回收的 351 份问卷进行了整理, 并剔除了 30 份无效问卷。剩下的 321 份问卷经过编号后, 我们使用 SPSS19.0 和 Amos26.0 进行了分析, 使用了描述性统计、独立样本 T 检验、单因素方差分析、相关分析和回归分析, 并建构了模型并进行验证。正式开始分析之前, 研究采用了 Harman 单因子检验法, 以检验共同方法偏差问题, 并对所有问卷题目进行了深入探究, 以确保数据的准确性和可靠性。经过分析, 我们发现本次问卷提取了 8 个公因子, 但是未经旋转的第 1 个公因子的方差只能解释所有变异量的 21.72%, 低于 40% 的标准。因此, 我们可以判断这个研究中的共同方法偏差不明显。

5. 结果

5.1. 描述性统计

通过描述性统计分析, 本研究发现, 当今女性大学生群体的自我客体化水平、负性评价恐惧程度以及在社交网站中自我呈现的大致情况, 分别得出了三者的总体水平、年级、专业背景和生源地, 具体见下表 2:

Table 2. Descriptive statistics

表 2. 描述性统计结果

	自我客体化	负性评价 恐惧	社交网站 自我呈现	积极自我 呈现	真实自我 呈现	
总样本	-0.53 ± 13.20	3.51 ± 0.79	4.49 ± 0.68	4.51 ± 1.14	4.45 ± 1.06	
年级	大一	-1.29 ± 12.04	3.61 ± 0.72	4.48 ± 0.94	4.50 ± 1.29	4.45 ± 1.33
	大二	-4.88 ± 11.59	3.65 ± 0.52	4.52 ± 0.66	4.65 ± 1.09	4.33 ± 0.98
	大三	-1.07 ± 15.16	3.41 ± 0.59	4.44 ± 0.68	4.47 ± 1.07	4.40 ± 0.87
	大四	0.51 ± 12.92	3.51 ± 0.89	4.50 ± 0.64	4.51 ± 1.15	4.48 ± 1.09
专业	人文	-3.42 ± 12.45	3.47 ± 0.68	4.50 ± 0.63	4.44 ± 1.17	4.60 ± 1.08
	理工	3.06 ± 13.28	3.57 ± 0.90	4.47 ± 0.74	4.61 ± 1.09	4.26 ± 1.02
生源地	城镇	-0.61 ± 13.16	3.53 ± 0.84	4.54 ± 0.65	4.58 ± 1.15	4.48 ± 1.09
	农村	-0.36 ± 13.36	3.48 ± 0.65	4.36 ± 0.74	4.36 ± 1.10	4.37 ± 1.01

5.2. 相关分析

研究采用积差相关分析法对各个变量间可能存在的关系进行分析, 结果如下表 3 所示:

Table 3. Correlation analysis result

表 3. 相关分析结果

变量	1	2	3	4	5
1. 自我客体化	1				
2. 负性评价恐惧	0.16**	1			
3. 社交网站自我呈现	0.12*	0.30***	1		
4. 积极自我呈现	0.20***	0.41***	0.80***	1	
5. 真实自我呈现	-0.12*	-0.17**	0.31***	-0.31***	1

注: ***表示 $p < 0.001$, **表示 $p < 0.01$, *表示 $p < 0.05$ 。

根据表 3 的数据, 自我客体化与负性评价恐惧之间存在着显著的正相关性, 而与社交网站真实自我呈现则存在着显著的负相关性; 此外, 负性评价恐惧会对社交网站积极自我呈现产生积极影响, 同时会对真实自我呈现产生消极影响。

5.3. 差异性检验

通过差异性检验, 本研究旨在探讨当代女大学生的自我客体化、负性评价恐惧以及社交网站自我呈现的不同维度, 并且考察了这些维度在不同的年级、专业和生源地之间的差异。研究结果如表 4 所示:

Table 4. Difference test result

表 4. 差异性检验结果

人口学变量	自我客体化	负性评价恐惧	社交网站自我呈现	积极自我呈现	真实自我呈现
年级(F)	1.67	0.81	0.13	0.18	0.23
专业(t)	-4.49***	-1.10	0.41	-1.35	2.87**
生源地(t)	-0.15	0.44	2.11	1.60	0.80

注: ***表示 $p < 0.001$, **表示 $p < 0.01$ 。

由表 4 可知, 在年级与生源地两个维度上, 女大学生群体的自我客体化水平、负性评价恐惧水平、社交网站自我呈现及其两个维度均不存在显著差异。

在专业方面, 女大学生群体的负性评价恐惧水平、社交网站自我呈现及其积极自我呈现这一维度上均不存在显著差异, 但自我客体化水平与真实自我呈现均存在显著差异。经过独立样本 t 检验后发现: 在自我客体化水平上, 人文社科类专业的女大学生群体得分显著低于理工科类; 经过事后多重比较发现: 在真实自我呈现得分上, 女大学生群体在人文社科领域的得分显著优于理工科类。

5.4. 负性评价恐惧的中介作用

根据上述研究结果, 自我客体化和负性评价恐惧均能够显著预测社交网站中的积极自我呈现、真实自我呈现, 运用 Amos26.0 对研究模型拟合度进行检验, 检验结果如下表 5 所示:

Table 5. Test of the overall fit degree of the model

表 5. 模型整体拟合度检验

CMIN/DF	CFI	RMSEA	GFI	RMR
0	1.000	0.000	0.999	0.565

根据表 5 的数据可知, 我们发现模型的拟合优度 CFI 和拟合优度指数 GFI 都接近 1。此外, 近似误差的均方根 RMSEA 也低于 0.1, 温忠麟和叶宝娟(2014)在其论文中表明, 这些指标均表明该模型的拟合能力很强, 可以被接受。然而, 由于这个模型的卡方值和自由度都是 0, 因此它是一个真正饱和模型。由于饱和模型得到的最终拟合参数就是实际数据的真实反映, 因此模型变量矩阵与实际数据变量矩阵不存在任何的预测差异。张莉等(2019)在论文中指出, 即所有待估计的参数正好等于协方差矩阵中的元素, 自由度为 0, 因此不再估计其拟合指数, 仅关注其路径系数。

采用 Bootstrap 法检验负性评价恐惧在自我客体化与社交网站中的积极自我呈现、真实自我呈现间中介作用的显著性, 结果如下表 6 所示:

Table 6. Mediating effect analysis

表 6. 中介效应分析

项目	效应量	Boot 标准误	Boot CI 下限	Boot CI 上限
总效应值	0.106	0.030	0.046	0.164
直接效应	0.073	0.028	0.015	0.126
间接效应	0.033	0.012	0.012	0.060

由表 6 可知, 中介效应量的 Bootstrap 置信区间不包含 0。因此, 负性评价恐惧在自我客体化和社交网站中积极自我呈现、真实自我呈现的关系中的中介效应均显著, 中介效应占总效应的比例为 3%。根据表 6 中介效应的分析结果, 本研究各变量间具体的路径系数如下图 1 所示:

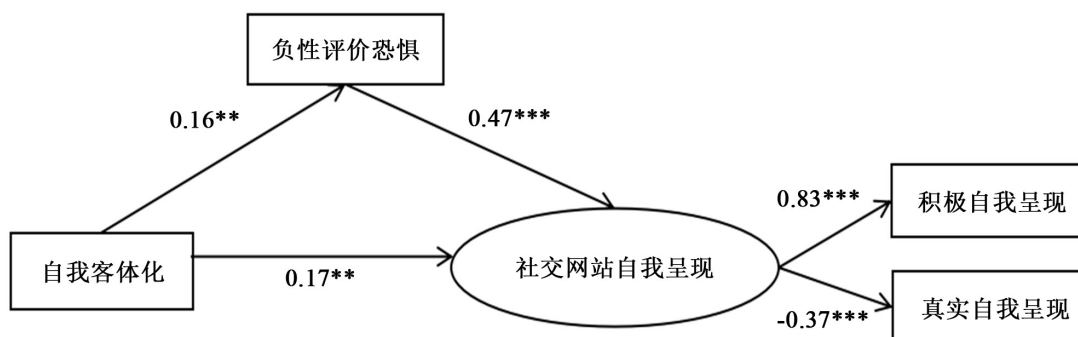


Figure 1. The path coefficient diagram between three variables

图 1. 三个变量之间的路径系数图

6. 讨论

6.1. 女大学生自我客体化、负性评价恐惧与社交网站自我呈现的特点分析

6.1.1. 自我客体化的特点分析

经过研究发现, 不论是年级还是生源地, 女性大学生的自我客体化水平并没有明显的差异, 这与蔺佳佳(2019)的研究结果相符。然而, 在专业领域, 女性大学生的自我客体化水平存在明显的差异, 特别是理工科类专业的女性大学生, 她们的自我客体化得分明显高于人文社科类, 目前, 还没有任何证据表明这一研究的结论是正确的。由于理工科类专业的学习任务更加紧张、压力更大、课程更多, 女大学生们在大学生活中把大部分精力投入到学习中, 没有多余的时间去精心打扮自己, 从而导致她们在生活中更容易出现身材和容貌焦虑的问题。此外, 社交网站的定位特点也使得她们更容易受“变美”的影响, 一旦她们在社交网站上关注或搜索“变美”的信息, 就会有大量的性客体化的信息涌入, 从而加剧了她们

的焦虑情绪, 影响她们的生活质量。通过这种方式, 她们就可以更容易地接触到各种能够提升她们自我客体化水平的客体化媒体信息。

6.1.2. 负性评价恐惧的特点分析

经过深入的调查分析, 我们发现在专业与生源地的差异检验中, 女大学生群体的负性评价恐惧水平均无显著差异, 这与赵程和戴斌荣(2016)的研究结果一致。在年级上, 女大学生群体的负性评价恐惧水平也无显著差异, 但这与叶艳晖和刘燕纯(2014)的研究结果不一致, 他们的研究表明, 随着年级的增加, 女大学生的负性评价恐惧水平也会有所提升。但通常而言, 随着年龄的增加, 女性大学生们会变得越来越清晰地了解自己, 并且会更加客观、理智地看待别人的不良评价。但根据我们的研究发现, 女大学生群体的负性评价恐惧水平在大一到大二、大三到大四这两个年级段跨越的时期有明显的提高趋势。我们的分析表明, 这可能是由于她们从大一开始, 对于未来充满了憧憬, 并且对于未来充满了信心。然而, 当她们升入大二后, 由于学习任务的增多以及就业压力的增加, 她们开始对自己进行反思, 并开始更好地应对挑战。当女大学生们进入大四时, 她们开始面临着前所未有的压力, 尤其是当她们位于“学校”到“社会”的接轨期时, 她们更加渴望得到社会的认可, 而更加害怕受到任何负性的评价。由于担心自身不能与社会接轨, 以及受到工作单位的同事的冷落, 于是变得越发恐惧来自他人的负性评价。

6.1.3. 社交网站自我呈现的特点分析

经过本次研究, 我们发现, 在年级和生源地的差异检验中, 女性大学生在社交网站的积极自我呈现和真实自我呈现两个维度上并没有显著差异, 这与鲍娜(2014)的研究结果相符。经过对专业进行差异检验, 发现人文社科类专业的女大学生群体在社交网站上更倾向于展示真实自我, 而理工科类的女大学生则相对较少, 这与张晨晨(2019)的研究结果存在显著差异。目前, 尚无研究结果支持这一观点, 令人担忧。经过思考后认为, 女大学生拥有较强的辩证思考能力, 这使得她们在学习和使用社交网站时, 能够以更加客观的视角来审视和评估相关内容, 并且在发布个人照片和更新心情状态时, 也会更加真实地表现出来。

6.2. 自我客体化、负性评价恐惧与社交网站自我呈现的关系

本研究发现自我客体化、负性评价恐惧与社交网站自我呈现三者之间有着密切的关系。

首先, 关于女大学生自我客体化对社交网站自我呈现的影响, 经过本次研究, 我们发现, 自我客体化与社交网站中的积极自我呈现存在显著的正相关性, 而与真实自我呈现则存在显著的负相关性。经过深入分析, 我们发现, 自我客体化可以显著地预测社交网站的积极自我呈现, 但是却会影响真实自我呈现, 这与蔺佳佳(2019)的研究结果完全一致, 这说明, 随着社交网站的迅速发展, 它已经成为女性大学生们展示自我的理想场所, 为她们提供了一个良好的平台。随着社交媒体的兴起, 许多女性大学生都开始在这里展示自己, 比如发布照片、更新状态等, 希望能够获得更多的关注和认可。这种做法不仅吸引了大量的网民, 也为她们带来了许多好处。当女性大学生获得外界对他们的自拍照片或外貌的认可, 她们就会更有动力去展示、呈现自己, 并且更加重视自己的外貌是否符合“满意”的标准。然而, 这种重视往往不足以改变他们对自身的看法, 他们只会从一个“第三者”的视角来看待自己的外貌。按照客体化理论的观点, 这将加剧个体的自我客体化水平。因此, 自我客体化和社交网站自我呈现之间存在着明显的正向联系。

其次, 经过本研究的证实, 自我客体化与负性评价恐惧之间存在着显著的正相关性, 并且经过回归分析, 发现它们之间存在着积极的预测关系。随着女大学生群体的自我意识不断发展, 自我客体化已经成为一种普遍存在的负面自我意识, 而且, 与高中时期相比, 它们的影响力更加明显且负向, 因此, 自我客体化水平高的个体拥有着更高的负性评价恐惧水平。当今, 女大学生们日益关注自己的外表, 比如

身材、容貌等,以此来展示自己的魅力。随着社交网站的迅猛发展,女大学生们有了更多的机会去展示、表露自我,但是由于心理因素的影响,他们往往无法轻易地敞开心扉,以便得到他人的认可和理解。这一时期的女大学生们有着强烈的合群需求,但也更容易受到来自他人的负性评价,从而影响她们的自信和自尊心。女性大学生们往往会更加关注自己的身体外在特征,而当她们在社交网站上呈现自己时,她们会更加害怕收到来自他人的负性评价,其恐惧水平也会更高。因此,自我客体化与负性评价之间存在显著的正相关性。

最后,研究表明,负性评价恐惧与女性大学生在社交网站中积极自我呈现存在显著正相关性,而与真实自我呈现则存在显著负相关性。进一步分析发现,负性评价恐惧可以显著促进女大学生社交网站的积极自我呈现,但也会对其真实自我呈现产生负面影响。这表明,个体可能会因为对负面评价的恐惧而改变自己在社交网站上展示自我的方式。那么,如果个体运用适当的社交网站自我呈现策略,对降低自身的负性评价恐惧水平则有积极效用。根据 Gonzales 和 Hancock (2011)的研究结果,在社交媒体上展示自己的优点可以更容易地获得他人的正面回应,进而激发个体对自己的正面特征的重视,并且会不知不觉地接受和赞扬这些特征,从而增强个体的自尊心,减轻对负性评价的恐惧。Luyckx 等人(2007)发现,在社交媒体上表达真实的自己,可以让人们更了解你,从而获得他们的信任与支持,从而改善他们的看法。此外,勇于表达自己的真实想法的个体,也会拥有更强的自信心,从而避免被外界的消极影响所左右。

6.3. 负性评价恐惧在自我客体化与社交网站自我呈现间的中介作用

本次研究最终构建了负性评价恐惧在自我客体化和社交网站自我呈现之间的中介作用模型。研究发现,自我客体化、负性评价恐惧和社交网站自我呈现三者之间建构的模型属于真正饱和模型,故仅关注其路径系数。在自我客体化影响社交网站自我呈现的路径上,负性评价恐惧的中介作用显著,这说明自我客体化不仅能直接影响社交网站自我呈现,还能通过负性评价恐惧的中介作用对社交网站自我呈现产生影响。在自我客体化对女大学生群体社交网站自我呈现产生影响的过程中,负性评价恐惧可以发挥作用,从而改变女大学生社交网站自我呈现的使用策略。杨秀娟和周宗奎等人(2017)的研究发现,在滤镜美颜盛行的时代,勇于展示真实的自己意味着个体拥有更强的自信心,并能够更好地接受来自他人的负性评价,从而降低了负性评价恐惧的水平,也说明了负性评价恐惧是当今女大学生社交网站自我呈现使用策略的重要影响因素。

综上所述,本研究得出,在通过自我客体化对女大学生社交网站自我呈现产生影响的过程中,负性评价恐惧发挥着重要的作用。

7. 结论

在本研究条件下,得出以下重要结论:

- (1) 人文社科类专业的女大学生的自我客体化水平显著低于理工科类专业。
- (2) 女大学生群体在社交网站自我呈现中更倾向于使用积极自我呈现的策略;相较于理工科类的女大学生,人文社科类专业的女大学生更倾向于使用真实自我呈现的策略。
- (3) 自我客体化显著正向预测负性评价恐惧;自我客体化和负性评价恐惧均显著正向预测积极自我呈现、显著负向预测真实自我呈现。
- (4) 负性评价恐惧在自我客体化与社交网站自我呈现之间起着部分中介作用。

参考文献

鲍娜(2014). *社交网站中的自我呈现与自尊的关系*. 硕士学位论文, 武汉: 华中师范大学.

- 陈祉妍(2002). 中学生负面评价恐惧与考试焦虑的相关性. *中国心理卫生杂志*, 16(12), 855-857.
- 杜红芹, 张春梅, 牛更枫, 朱晓伟(2016). 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. *中国临床心理学杂志*, 24(6), 1116-1119.
- 梁晓燕, 郭晓荣, 赵桐(2020). 短视频使用对女大学生抑郁的影响: 自我客体化和身体满意度的链式中介作用. *心理科学*, (5), 1220-1226.
- 蔺佳佳(2019). *女大学生社交网站中自拍对自我客体化和外貌焦虑的影响*. 硕士学位论文, 上海: 上海师范大学.
- 刘海英, 陈天刚, 刘菲(2018). 女大学生网络社交行为与自我客体化关系. *中国健康心理学杂志*, 26(5), 711-716.
- 孙青青, 郑丽军, 郑涌(2013). 性客体化与女性自我客体化. *心理科学进展*, 21(10), 1794-1802.
- 王皓, 苏彦捷(2014). 青少年负性评价恐惧与心理理论的关系: 抑郁的调节作用. *心理研究*, 7(2), 44-51.
- 温忠麟, 叶宝娟(2014). 中介效应分析: 方法和模型发展. *心理科学进展*, 22(5), 731-745.
- 杨秀娟, 周宗奎, 孙晓军, 刘庆奇, 连帅磊(2017). 社交网站积极自我呈现与青少年抑郁: 链式中介效应分析. *中国临床心理学杂志*, 25(3), 489-493.
- 叶艳晖, 刘燕纯(2014). 大学生负面评价恐惧, 人际关系困扰与主观幸福感的关系研究. *重庆理工大学学报(社会科学)*, 28(7), 140-145.
- 于庆鼎(2016). *女性大学生自我客体化与外表焦虑的关系研究*. 硕士学位论文, 重庆: 西南大学.
- 张晨晨(2019). *社交网络自我呈现对大学生群体性孤独的影响研究*. 硕士学位论文, 上海: 上海外国语大学.
- 张莉, 薛香娟, 赵景欣(2019). 歧视知觉, 抑郁和农村留守儿童的学业成绩: 纵向中介模型. *心理科学*, (3), 584-590.
- 张申菓(2016). *广告媒体对女大学生自我客体化的影响*. 硕士学位论文, 南京: 南京师范大学.
- 赵程, 戴斌荣(2016). 大学生负面评价恐惧和社交焦虑. *中国健康心理学杂志*, (11), 1746-1749.
- 郑盼盼, 吕振勇(2015). 自我客体化对女性心理健康的影响及其机制. *心理科学进展*, 23(1), 93-100.
- 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>
- 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>
- Garcia, R. L., Bingham, S., & Liu, S. (2022). The Effects of Daily Instagram Use on State Self-Objectification, Well-Being, and Mood for Young Women. *Psychology of Popular Media*, 11, 423-434. <https://doi.org/10.1037/ppm0000350>
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, Mirror on My Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 79-83. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>
- Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 359-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>
- Leary, M. R. (1983). A Brief Version of the Fear of Negative Evaluation Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9, 371-375. <https://doi.org/10.1177/0146167283093007>
- Locatelli, S. M., Kluwe, K., & Bryant, F. B. (2012). Facebook Use and the Tendency to Ruminant among College Students: Testing Mediation Hypotheses. *Journal of Educational Computing Research*, 46, 377-394. <https://doi.org/10.2190/EC.46.4.d>
- Luyckx, K., Soenens, B., Berzonsky, M. D., Smits, I., Goossens, L., & Vansteenkiste, M. (2007). Information-Oriented Identity Processing, Identity Consolidation, and Well-Being: The Moderating Role of Autonomy, Self-Reflection, and Self-Rumination. *Personality and Individual Differences*, 43, 1099-1111. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.03.003>
- Mischner, I. H., van Schie, H. T., & Engels, R. C. (2013). Breaking the Circle: Challenging Western Sociocultural Norms for Appearance Influences Young Women's Attention to Appearance-Related Media. *Body Image*, 10, 316-325. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.02.005>
- Moradi, B., & Huang, Y. P. (2008). Objectification Theory and Psychology of Women: A Decade of Advances and Future Directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32, 377-398. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x>
- Noll, S. M., & Fredrickson, B. L. (1998). 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>
- Tiggemann, M., & Boundy, M. (2008). Effect of Environment and Appearance Compliment on College Women's Self-Objectification, Mood, Body Shame, and Cognitive Performance. *Psychology of Women Quarterly*, 32, 399-405. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00453.x>
- Watson, D., & Friend, R. (1969). Measurement of Social-Evaluative Anxiety. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33, 448-457. <https://doi.org/10.1037/h0027806>
- Westenberg, P. M., Drewes, M. J., Goedhart, A. W., Siebelink, B. M., & Treffers, P. D. (2004). A Developmental Analysis of Self-Reported Fears in Late Childhood through Mid-Adolescence: Social-Evaluative Fears on the Rise? *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 45, 481-495. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2004.00239.x>