



交互式信息传播视角下年轻女性消极身体意象的形成机理

季 婧, 李 慧, 严 静

安徽医科大学卫生管理学院, 安徽 合肥 230031

摘要:网络平台和现实环境交互作用下的身体意象信息传播是影响年轻女性消极身体意象的重要因素,从交互式信息传播的视角探究消极身体意象形成机理,对于年轻女性身心健康发展具有重要的指导意义。该研究选取24名在校女大学生为样本,运用扎根理论,针对交互式信息传播视角下年轻女性消极身体意象的形成问题开展研究设计,基于深度访谈文本,依次经过开放编码、主轴编码、选择编码三个阶段,提取出交互式信息传播视角下年轻女性消极身体意象的形成因素,并通过了理论饱和度检验。最终提炼出60个初始概念、13个副范畴和2个主范畴,形成交互式信息传播视角下年轻女性消极身体意象的形成机理模型,并对主范畴、副范畴和初始概念等影响因素及相互间的逻辑关系进行分析。该研究结果对进一步研究和界定女性消极身体意象形成的结构维度和体系提供了新的理论基础,是在信息交互情境下对传统身体意象影响因素模型的实践和完善。

关键词:消极身体意象;信息传播;扎根理论;形成机理;保护性过滤

中图分类号:C913.68

文献标志码:A

文章编号:1671-0479(2023)04-324-010

doi:10.7655/NYDXBSS20230404

近年来,受互联网“理想美”传播与“颜值”经济影响,中国逐渐成为全球医美消费的重要市场。据相关数据统计,2020年中国整形消费者中,女性占比87%,其中以20~25岁消费者占比最高^[1]，“95后”成为医美消费的主力军。然而伴随着越来越多年轻人对医美整形的追捧,关于医美失败甚至死亡的新闻报道也越来越多,“医美上瘾”“过度整容”现象层出不穷,对个人乃至家庭造成了巨大的身心伤害和经济损失。这些现象背后体现的是年轻女性普遍存在的消极身体意象问题。大量研究表明,消极的身体意象与多种有害结果相关,包括较差的心理健康、过度医美、滥用药物的风险和饮食紊乱^[2-3]。消极身体意象越来越被视为一个重要的公共卫生议题^[4]。

健康信息传播由于其信息传播的交互特征和基于反应的劝服传播方式,成为最有效的健康行为

态度改变途径^[5-6]。此外,网络新媒介逐渐取代传统媒体成为传播信息的主要载体,为女性提供了自我表露、获取他人信息和扩展人际关系的新平台,移动上网、女性参与和社交媒体构成了多元而庞杂的人际传播新图景,与此同时也泛滥着更多的女性身体符号^[7]。一方面,社交媒体运用自己的话语权所建构和传递的美学理念掀起一场新的审美狂潮,各个领域的媒体平台宣传着与常理不符的标准身材和容貌,让人们感受到了“理想”与现实之间的差距,个体在泛滥的“理想美”信息洪流的冲击下,逐渐扭曲了对自己身体的认知^[8]。另一方面,身体意象是个体与社会环境互动下的观念产物,会受到他人评价的影响,当用户在社交媒体平台上发布自己外貌相关的图片、视频等信息时,也接受着他人对自己外表的评论^[9]。

在身体意象研究领域,身体意象相关信息的传

基金项目:国家社会科学基金“公众网络健康信息传播对健康行为的影响机制研究”(19CGL062)

收稿日期:2023-06-26

作者简介:季婧(1999—),女,安徽芜湖人,硕士研究生在读,研究方向为健康传播;严静(1985—),女,江苏泰州人,副教授,研究方向为健康传播、卫生政策,通信作者,yanjing_hhu@163.com。

播不仅包括来自社会环境以及人际环境的信息接收,还包括了基于网络平台和现实人际的评价和讨论^[10]。网络平台和现实环境交互影响下的身体意象信息传播已经成为影响个体对自己身体认知和评价的重要因素。但也有学者开始关注女性对媒介信息的“保护性过滤”,即女性对浏览到的信息、他人的外表评论能做出自我判断并处理这些信息的能力和行^[11]。保护性过滤作为一种对“理想美”信息的积极处理方式,与信息传播系统内各因素间相互作用,共同影响着年轻女性对自我外表的评价,并进一步影响她们对外表管理的健康行为。因此,从交互式信息传播视角研究年轻女性消极身体意象的形成机理具有重要的现实意义。

目前,国内外已经有大量关于女性身体意象的影响机制研究,包括以不同社交媒体平台为研究背景、基于不同理论的多元视角等^[12]。学者们强调社交媒体是影响年轻女性身体意象的重要媒介,同时也提出人际传播是劝服个体转变态度,改变行为的关键动力。目前将女性保护性过滤能力纳入身体意象影响因素的研究还不多。因此,本研究在前人的研究基础上,以社交媒体信息传播和人际交互式传播为切入点,重点考察保护性过滤在信息传播过程中的作用,运用扎根理论的研究方法,构建交互式信息传播对消极身体意象的作用机理模型。

一、理论基础

当前身体意象研究的主流理论主要有社会文化理论(social cultural theory)和自我客体化理论(self-objectification theory),分别阐述了消极身体意象形成的社会文化因素和作用机制,以及客体化情境下年轻女性心理、精神和行为上的经验性结果^[13]。

(一)社会文化理论

社会文化理论的创始人Lev Vygotsky认为,社会文化因素对于个体的发展具有重要意义^[14]。Thompson等人基于社会文化理论,构建出一个三重影响模型(tripartite influence model, TIM)。这个模型整合了众多研究结论及观点,与社会文化理论相一致,TIM提出家庭成员、同伴和媒体对身体不满的形成和发展具有重要作用,并且,他们的影响通过社会比较与内化发挥作用^[15]。社会文化理论强调社会和文化的价值观对个人价值观和行为的影响,身体意象形成和发展的一个重要前提是个体将社会文化所秉持的关于美的标准“内化”(internalization),即个体接纳了社会所宣扬的“理想美”标准,并将其作为个人目标。而将“理想美”内化的用户更有可能将自己的表现与他人的成就进行

比较,从而造成负面的心理状态,消极身体意象就此形成。

(二)客体化理论

客体化理论(objectification theory)^[16]来源于女性主义理论研究,该理论认为在社会大众的关注下,女性的身体成为了被欣赏、关注甚至消费的客体,这种倾向最具体的表现即女性形象的商品化,如广告中常出现美丽纤细的女性形象。Fredrickson与Roberts依据客体化理论的观点提出了自我客体化(self-objectification)概念^[17]。自我客体化是一种扭曲的自我认知,表现为过度关注外表,以及频繁地进行身体监视(body-surveillance),会对个体的情绪和行为产生一系列负面影响,如社交逃避倾向和消极身体意象。身体监视被认为是自我客体化的表现形式,会导致个体减少对身体内部状态的重视,如健康状况和身体功能,而更多地关注身体看起来怎样。如果个体以身处环境的审美标准来要求自己,就会容易产生对身体的焦虑感和羞耻感。

(三)身体意象相关信息的“保护性过滤”

Wood-Barcalow^[11]在一项关于女性身体意象的质性研究中首次提出了“保护性过滤”(protective filtering)的概念,即以保护自我身体意象为目的的一种接收和处理信息的行为。有学者在前人研究的基础上进一步提出,保护性过滤行为是女性在面对有关身体的信息时,接受积极信息,同时拒绝消极信息的信息加工行为^[18]。关于保护性过滤的研究主要为定性研究,Ornella^[19]在其研究中指出,年轻女性对于社交媒体“理想美”信息的保护性过滤行为主要包括:对“理想美”信息的批判;关注“理想美”形象中女性的价值观而不只是外在形象;将“理想美”形象与其负面后果联系起来。保护性过滤作为一种对信息的加工和处理行为,能够在一定程度上减轻消极身体意象相关信息对女性身体意象的负面影响。

二、研究设计

扎根理论是一种在经验资料的收集和分析归纳基础上建立理论的定性研究方法,由美国学者格拉塞(Barney G. Glaser)和斯特劳斯(Anselm Strauss)于1967年提出^[20],该方法的宗旨是在经验资料的基础上建立理论,在建构的过程中获得可靠的经验证据的支持,其主要特点在于能够从经验事实中抽取新的概念和思想^[21]。本研究采用深度访谈法收集资料,再运用扎根理论法对资料进行整理和归纳,实现对数据资料自下而上的概念化、范畴化,最终按照逻辑层级构建形成理论。鉴于访谈资料的庞杂,本研究采用质性分析软件Nvivo12.0对访谈文本资料进行分析与整理。

(一)样本选择

相关研究表明^[22],女大学生群体普遍存在消极身体意象问题,同时也是社交媒体平台的主要用户,深受网络信息和同伴的影响,基于此,我们将女大学生作为研究对象进行访谈分析。本研究共选取24名在校女大学生作为访谈对象,样本描述性统计如表1所示。我们将24名访谈对象的访谈记录整理为完整的访谈资料,然后从中抽取20份用于扎根理论分析,剩余4份用于理论饱和度检验。

表1 访谈样本描述性统计

基本情况	人数	构成比(%)
年龄		
18~25岁	18	75.0
26~30岁	6	25.0
受教育程度		
本科	16	66.7
研究生及以上	8	33.3
专业		
医药护理类	5	20.8
工程及信息类	5	20.8
音乐表演类	4	16.7
人文科学类	3	12.5
自然科学类	3	12.5
政法类	2	8.3
教育类	2	8.3

(二)访谈内容及实施

本研究于2023年5—6月在安徽省合肥市三所高校进行访谈调研,访谈提纲的设计主要参考了社会文化理论、客体化理论以及女性身体意象的相关文献,具体提纲见表2。采用面对面式访谈,经受访者同意后,对谈话内容进行录音。每一位受访者的访谈时间约为40分钟,首先询问受访者的基本信息(包括年龄、受教育程度、专业等),然后按照访谈的实施步骤,依据访谈提纲对受访者进行询问并记录关键信息,再对某些问题进行追问。访谈结束后,将所有访谈音频转化成文本,最终整理形成约1万字的文本材料,随后导入到质性分析软件Nvivo12.0进行分析。

三、访谈分析

本研究通过程序化编码方法归纳数据和构建模型,包括开放式编码、主轴编码和选择性编码3个步骤^[23],为保证信效度,邀请3名心理学、传播学领域的专家成立编码小组,其中一名为长期从事健康心理学研究的高校心理学专业的科研人员,另外两名长期从事新闻传播学研究的高校科研人员。编码开始前,小组成员广泛阅读了女性身体意象相关的文献,以保证对该研究主题了解充分。编码过程中,小组成员反复比较,分析所得数据资料,在此

表2 访谈提纲

层次设计	主要访谈内容
情境带入	Q1:你是否对自己的容貌感到焦虑?具体焦虑哪些方面? Q2:哪些情境会增加你对容貌的焦虑?(引导式提问:比如在浏览一些社交媒体APP时?)
核心访谈	Q3:你会从哪些渠道通过何种方式获得关于外貌的相关信息? Q4:网络媒体上的完美身材和容貌的照片或视频对你关于自己身体的看法有何影响? Q5:网络媒体所宣扬的“白幼瘦”的主流审美标准对你对自己身体的看法有何影响? Q6:你会在社交媒体上发布自己的照片吗?你如何看待他人对自己照片的评价? Q7:你会和身边的同伴谈论外貌相关的话题吗?这些谈论对你对自己身体的看法有何影响? Q8:你有没有与身边的同伴进行外貌比较的经历?这种比较对你有何影响? Q9:你的父母如何看待你的相貌和身材?对你有何影响?
深度追问	Q10:你认为在交互式信息传播的背景下怎样能够减少对相貌和身材的焦虑? Q11:还有哪些我们未提及但是让你产生容貌焦虑的因素?详细谈谈。

过程中,如遇意见不统一情况,由3人集中讨论直至达成一致意见。

(一)开放式编码

开放式编码又称一级编码,要求编码者以开放的心态,摒弃个人认知以及研究界已有的定论^[24]。是一个将收集来的资料打散,分解,并重新赋予概念,再以新的方式重新组合,将原始资料与新概念不断比较并形成范畴的操作化过程。本研究参考贾旭东等^[25]的做法,利用Nvivo12.0对24名女大学生的访谈资料进行标签化和概念化,依据最大可能性原则提炼了60个初始概念,部分开放式编码结果如表3所示。

(二)主轴编码

主轴编码又称“二级编码”,主轴编码是借由演绎与归纳,通过不断比较的方法将近似编码连接在一起的过程^[26]。其主要任务是发现和建立概念类属之间的联系,以表现资料中各个部分之间的有机关联^[27]。本研究从60个初始概念中初步提炼形成13个副范畴,并进一步提炼形成信息接收、信息分享、信息加工、内化、社会比较、身体监视共6个主范畴(表4)。

(三)选择性编码

选择性编码又称为“核心编码”,这一阶段的主要工作是通过对主范畴进行整合与凝练,最终在所有命名的概念类属中提炼出能概括所有范畴的核

表3 部分开放式编码结果

原始资料	初级编码	初始概念	范畴
在朋友圈发自己的照片一般是不会收到朋友们不好的评价的,但是我会关注有多少朋友给我的照片点赞,点赞似乎代表了别人对照片的肯定,如果没有多少点赞,我会质疑自己是不是不好看(W52)	关注朋友给自己照片的点赞(W31)	同伴评价(W4)	同伴信息
青春期我很胖,班里有男同学用我的体型给我取外号,导致我青春期一直比较自卑。虽然现在已经比当初瘦很多了,但是当时遭遇的嘲笑对自己还是会有影响的(W61)	来自同伴的身体嘲笑(W35)	同伴嘲笑(W7)	
我会在网络平台上发布一些关于美妆、护肤和穿搭的笔记,慢慢就会觉得这些对女生很重要,每天会花很多时间去研究,想着怎样才能更好看,这是个挺内耗的过程,因为总是不能和自己原本的样子和解(W71)	分享“变美”经验(W27)	发表言论(W43)	社交媒体参与
每次在社交平台上发照片前我都要修图,虽然美颜后的照片很好看,但是我越来越接受不了自己素颜的样子,也会在意别人对我照片的点赞和评论(W81)	对照片进行美化(W38)	发布照片(W28)	
一打开网络平台就能看到很多明星和网红,五官精致,身材完美,再看看自己,双下巴,小眼睛,塌鼻梁,越来越对自己的样子不满意了,甚至很想按照她们的样子去整容(W68)	以明星、网红的标准要求自己(W45)	“理想美”标准的内化(W82)	内化
其实我挺在意朋友对我外表的评价,因为不熟悉的人可能只会夸我好看,但是朋友对我的评价就更真实了,比如朋友前阵子说我长胖了,虽然体重没有变化,但我还是觉得自己变胖了,要减肥了(W59)	在意朋友对自己的身体的评价(W63)	同伴信息的内化(W69)	

表4 主轴编码结果

范畴	主要内涵
信息接收	
“理想美”信息	社交媒体构建的“理想美”审美标准,社交媒体上“理想美”的言论,社交媒体上“理想美”的照片和视频
同伴信息	来自同伴的消极身体意象言论,来自同伴的负面身体评价
父母信息	来自父母的消极身体意象言论,来自父母的负面身体反馈
信息分享	
社交媒体参与	在媒体平台发表言论,在社交媒体上发布照片
同伴交流	与同伴讨论身体相关话题
信息加工	
屏蔽消极信息	取关相关社交媒体账号,屏蔽让人产生容貌焦虑的消息或视频
重构消极信息	美的概念广泛化,把别人对自己外貌的评价当作玩笑
内化	
社交媒体信息内化	认同社交媒体塑造的“理想美”审美标准,以“理想美”的标准要求自己
同伴信息内化	关注同伴对自己身体的评价,同伴的评价让自己有改善容貌的压力
社会比较	
上行比较	和社交媒体上“理想美”的形象进行比较
平行比较	和身边的同伴进行身体相关的比较
身体监视	
过度关注外在	频繁审视自己的外在形象,将自己的身体与社会的标准进行比较
忽视内在	忽视身体健康,忽视身体的功能,忽视自己的内在提升和内在感受

心范畴,并建立核心范畴、主范畴与其他范畴之间的关联,以“故事线”的形式来描述现象及其背后的驱动因素,从而发展成为一个新的、完整的理论模型^[28]。在此过程中,本文基于社会文化理论和自我客体化理论的框架,将各个核心范畴联系起来,并在信息交互的情境下以“社会文化环境下(媒体环境和人际环境)的信息接收—参与社会活动过程中的信息生产和信息加工”这一核心“故事线”来统驭所有范畴。基于对6个主范畴的进一步考察分析,本文将主

范畴归纳为信息情境和认知加工2个核心范畴,主范畴与核心范畴之间的关系如表5所示。

(四)理论饱和度检验

根据扎根理论的要求,为了检验对材料概念、主范畴和核心范畴提炼的可信度和充分性,研究者需要进行理论饱和度检验。本研究将随机抽取的24份访谈资料中剩余的4份样本按照扎根理论三级编码的方式进行分析,得到的结果仍然符合模型中的脉络和逻辑,没有发现新的范畴和关系。因此,

表5 选择性编码结果

典型关系	关系指向性	部分原始资料
信息接收→信息情境	“理想美”信息→信息情境	现在的大众审美就是女性要白要瘦,尤其是在网络媒体平台上(W15)
	同伴信息→信息情境	我的朋友有时会提醒我长胖了或者告诉我最近皮肤不太好(W19)
	父母信息→信息情境	我的家里人告诉我作为女生要更注意自己的外在形象,在我成年后他们鼓励我去瘦身减肥和做双眼皮手术(W5)
信息生产→信息情境	社交媒体参与→信息情境	我有时会在网络平台上发布一些关于美妆、护肤和穿搭的笔记,也会和平台上的网友讨论这些话题(W75)
	同伴交流→信息情境	和朋友们讨论化妆、护肤的话题还挺多的,也经常和朋友讨论一些明星的长相(W40)
信息加工→信息情境	屏蔽消极信息→信息情境	我取关了一些所谓的“颜值博主”,发现少看点她们也会少一些焦虑(W9)
	重构消极信息→信息情境	我觉得没有必要按照明星和网红的标准去要求自己,都是很不现实的(W22)
内化→认知加工	社交媒体信息内化→认知加工	我甚至很想按照她们(明星、网红)的样子去整容(W72)
	同伴信息内化→认知加工	其实我还挺在意朋友对我外表的评价的,虽然我的体重没有变化,但还是觉得自己确实变胖了,需要减肥了(W41)
社会比较→认知加工	上行比较→认知加工	经常在网络平台上看到很多身材非常好的网红,我会更加觉得自己太胖了(W55)
	平行比较→认知加工	身边一个好朋友之前和我一样重,现在她减肥瘦了,变漂亮很多,而我还是那么胖,越来越焦虑了(W64)
身体监视→认知加工	过度关注外在→认知加工	每次出门前我都会花很长时间化妆打扮(W54)
	忽视内在→认知加工	我曾经节食瘦了十斤,虽然当时被饿的很难受,但是我感觉还是值得的(W48)

本文建立的理论模型是饱和的。

四、模型结构维度阐释

本文基于扎根理论,利用质性分析软件 Nvivo12.0 对收集的访谈文本资料进行三级编码分析,最终提炼出信息情境、认知加工 2 个核心范畴,信息接收、信息生产、信息加工、内化、社会比较、身体监视

6 个主范畴以及“理想美”信息、社交媒体参与、屏蔽消极信息、上行比较等 13 个副范畴,共同构成交互式信息传播视角下女性消极身体意象的形成机理模型(图 1)。下面从信息情境和认知加工两个层面就信息接收、信息生产、信息加工、内化、社会比较、身体监视 6 个主范畴分析年轻女性消极身体意象的形成机理。

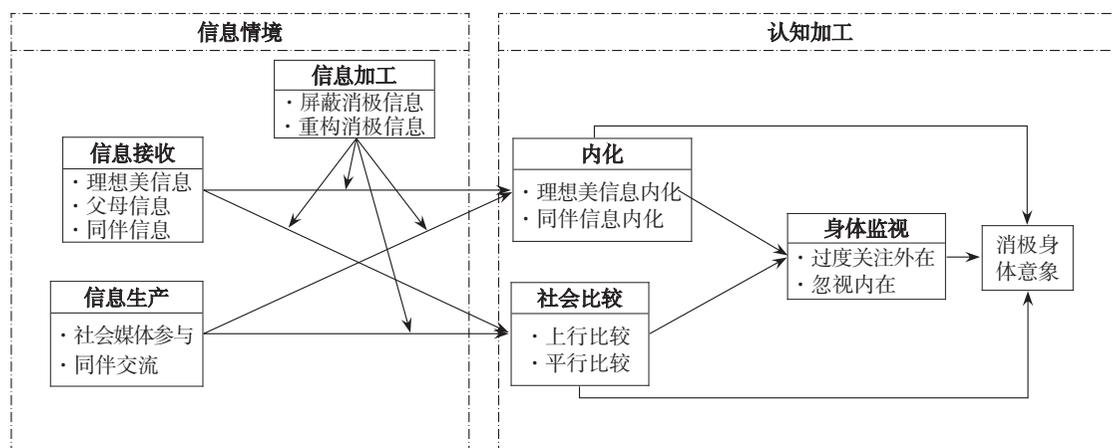


图1 交互式信息传播视角下年轻女性消极身体意象的形成机理模型

(一)信息情境

本研究的研究重点在于探讨交互式信息传播视角下年轻女性消极身体意象的形成机理,根据对访谈资料的文本分析,我们提炼出“信息情境”这一核心范畴,包括信息接收、信息生产、信息加工三个主范畴。

信息接收是一切行为决策的前提^[29]。在社会

活动和人际交往的过程中,女性主要能够从社交媒体、同伴以及父母三方接收到有关身体方面的信息。社会文化理论将社会文化视为社会中对人的认知起关键作用的因素,社交媒体作为社会文化传播的主力军,其构建的“理想美”的“信息茧房”影响着参与社交媒体的每一位个体^[30]。从本研究的访谈资料中可以看出,年轻女性从社交媒体上获得身

体相关信息的渠道呈现出多元化和无界性,从博主推荐、经验分享到图片或视频展示,各种关于女性身体趋同的、超常的“理想化”信息借助网络新媒体的广泛传播,潜移默化地影响着年轻女性对自我身体的认知和价值取向。如一位受访者提到,“关注了某网络平台上很多美妆博主,以前我只是单纯的容貌焦虑,可是当我看到她们的妆后简直就是‘换头’,我甚至又多了‘技术焦虑’,长得不好看又不会化妆可真是没救了。”(W83)在当下“万众皆媒”的全媒体时代,每个人都可以通过新兴媒体发出声音,影响舆论,使得人人都能成为构建女性身体话语权的一员^[31]。这一方面反映了从网络舆论方面对年轻女性身体意象信息进行监管的难度之大,另一方面也预示着网络新媒体可以发挥其门槛低、传播快、影响广的优势,成为宣扬“女性积极身体意象”文化的主战场,正如一位受访者提到,“现在有不少网红开始宣传‘反容貌焦虑’了,她们公开自己的无美颜素颜照,希望能够让女性减少对自己身体的焦虑。”(W74)

在人际交往的信息情境下,父母和同伴是影响年轻女性身体意象的主要信源^[32]。父母在个体身体意象的建构中具有重要的启蒙和引导作用,父母向子女传达了对其体型或饮食习惯和健康状况的批评,使女性在青少年时期感知到来自父母的压力^[33]。在本研究中,多名受访者表示,父母曾在青春期对她们的身体或饮食习惯表示过不满,如“劝我减肥”(W94),“不让我多吃怕我长胖”(W89)。除此之外,父母对自我身体的认知也会对子女成年后的身体价值观产生影响,尤其是对于女性,母亲对自己外在形象的重视程度很大程度上影响了女儿成年后对身体形象的关注度^[34]。本研究的受访者表示,“我妈妈是个对外表很讲究的人,我小的时候经常看她化妆打扮,长大后我也比较在意自己的外在形象。”(W39)在女性步入青春期之后,父母的影响逐渐减弱,同伴成为她们主要的社交对象,也是获取有关自我信息的重要来源。来自同伴的信息主要为同伴对外貌的嘲笑和负面评价。在本研究中,有10名受访者表示曾遭遇过异性同伴的外貌嘲笑,如被取体现外貌特征的“绰号”。处于青春期的女孩会比童年时期更加关注自己的外在形象,对自己身体外在的“缺陷”十分敏感,而同伴对其身体的嘲笑更加深了青春期女孩对自己身体“不完美”的认识,严重者甚至会导致抑郁和社交逃避情绪^[35]。成年过后,女性很少会遭遇来自同伴的外貌嘲笑,更多的是同伴对其身体的负面评价,如受访者表示,“我的朋友会开玩笑地问我是不是长胖了,我知道她们并无恶意,但是我还是会不开心,觉得自己要减肥了。”(W47)这种来

自同伴的负面评价通过强化对身体的关注,最终导致对身体的消极认知。

此外,个体置于交互式信息传播情境下,不仅是被动的信息接受方,也是主动的信息生产者^[36]。年轻女性参与信息生产的过程同样是影响其身体意象的重要路径。同时,本研究提取出“社交媒体参与”和“同伴交流”两个维度。在社交媒体参与的过程中,女性主要通过“分享变美经验”“发布照片或视频”以及“参与线上身体相关话题的讨论”,强化了对身体相关信息的关注。一位受访者表示,“自己爱好研究护肤美妆,很享受这种追求美的过程,平时也经常在网络平台上发一些变美笔记。”(W66)这种基于个人意愿的信息分享行为也会无形中给分享者施加“变得更美”的压力。正如一位受访者所言,“越来越多的网友给我的分享点赞,我很有动力同时也很有压力,我要在这上面花费更多的时间和精力,让自己变得更美,才会对得起大家对我的认可。”(W13)在社交平台发布照片也是年轻女性参与社交媒体的主要活动,在照片发布前,她们通常会对照片进行“修饰”以掩盖外貌或体型上的“缺陷”,然而这个过程更加强化了女性“理想”与“现实”之间的心理落差感,增加了年轻女性对外貌的不自信。受访者表示,“修图后我很难再接受修图前的自己,这让我更焦虑了。”(W25)除此之外,发布照片已经成为了一种为获得他人关注和认可的社交行为,他人的点赞和评论代表了对照片的意见和反馈^[37]。而一味追求他人的认可反而会影响自我的认同感,女性在收到他人对照片的反馈时,一方面会强化对“理想美”标准的认可,另一方面也会产生负面的比较心理,最终导致了对自己身体的负面评价。

与周围同伴的交流也在一定程度上影响了年轻女性对身体的评价,同伴既是女性获得身体相关信息的重要来源,同时也是她们日常交流的主要对象^[38]。多名受访者表示“经常和朋友讨论明星的长相和身材”(W18、W26)。对“理想美”信息的讨论已经成了年轻女性与同伴交流的日常话题,在与同伴的交流过程中会强化对“理想美”身体形象的关注和认可。在与同伴的交流过程中,个体会感知到同伴的行为,并且为了合群会做出类似的行为^[39]。如本研究的受访者提及的现象:处于青春期的女孩会经常讨论节食话题,并把节食看成一种集体活动,为了满足群体归属感,大家都会节食减肥来避免“与众不同”。

最后,在信息情境中,本研究还涉及一个关于“缓解容貌焦虑”的路径探讨。通过对收集来的访谈文本资料进行分析,我们提炼出“屏蔽消极信息”和“重构消极信息”两个范畴,并总结出“信息加工”

的主范畴。“对消极信息不予理会”和“转变对负面评价的观念”的信息加工是年轻女性缓解容貌焦虑的常用手段。对信息的加工处理,能够分别调节信息接收和信息生产与社会比较和内化之间的关系,从而进一步减少消极信息对女性身体意象的负面影响。这种信息加工行为是从源头上解决年轻女性“容貌焦虑”的重要举措。受访者表示,“以前我在微博上关注了很多颜值博主,后来我取关了她们,发现看得少了,焦虑也少了”(W77);“当我不再认为只有白和瘦才是美时,我会更加接纳自己不完美的身体”(W14)。面对网络生态环境下的“理想美”信息冗杂,以及人际交流过程中信息交互的复杂性,抵御消极身体信息对价值观的误导,关键需要个体提升对信息的鉴别和排除能力,避免对消极身体意象相关信息的盲目轻信和盲目跟风。

(二)认知加工

本研究在对访谈文本资料分析的基础上概括出“认知加工”这一核心范畴。认知加工是把客观环境的刺激信息转换为内部主观信号的过程。来自社交媒体和同伴的身体意象信息通过个体的认知加工过程形成对自我身体的价值观。我们提炼出内化、社会比较和身体监视三个主范畴,共同构成“信息—身体意象”的转换过程。通过编码分析,发现媒体、同伴和父母是身体意象的影响因素,但这些因素并不能直接影响身体意象,只有个体对这些信息进行内化或产生社会比较时,才会对身体意象产生影响。

首先,内化是指个体对社会文化进行学习,使其成为内心的标准来有意识地引导、控制自己的心理活动^[40]。在信息传播情境下,无论是信息接收还是信息生产,都需要通过内化这一中介影响女性对自我身体的态度,“理想美”首先是个别群体视域下的审美标准,经由社交媒体不断传播和强调后,逐渐被该场域下的个体所了解进而认同,进一步发展成为一种具有普遍性的审美标准。对“理想美”信息的内化主要表现为对“理想美”特征的偏好和对自我理想化身体形象的改造,如当下年轻女性一味地追求“白幼瘦”审美,并通过医美整形、节食瘦身等手段去实现对身体的“理想化”塑造。一名受访者表示,“刚上大学的时候去做了个双眼皮,那个时候很流行那种欧式大双眼皮,做了过后发现并不适合自己,但是当时就是非做不可的心态。”(W56)来自同伴的负面评价是以往有关身体意象信息内化研究中所忽视的部分。在本研究中,多名受访者表示她们比较在意同伴对其身体的评价,并把来自同伴的评价当做审视自己身体的参考,相较于同伴的夸赞所带来的积极情绪,同伴对身体的负面评价更容易引发对身体的消极情绪和态度。比如一名受

访者表示,“在朋友圈发照片前我会先发给朋友看,如果朋友说已经很美了,我会觉得那是她作为朋友对我的‘颜值滤镜’,但是如果朋友提出了一些意见,我又会很苦恼,已经美颜修图了,但还是能被指出来不好看的。”(W81)

其次,社会比较是指人们需要通过与他人进行比较来维持稳定和准确的自我评价^[41],这种比较分为上行比较和平行比较,上行比较主要以女性对“理想美”的追求呈现出来,平行比较主要为女性与同伴的比较,无论上行比较还是平行比较都会在一定程度上激化对容貌的焦虑。“理想美”的标准被普遍认可和内化后,女性必然会衡量自身与“理想美”之间的差距并进行比较和效仿。比较是心理层面的想法,会在个体接触到信息后直接影响其对身体的态度,产生焦虑和自卑心理。效仿则是行为层面的实践,例如,社交媒体呈现出一位女性在进行整形手术后“颜值”有了很大提升时,除此之外还会隐喻其因为变美成功而收获的人际关系、工作和生活上的各类回报。当其他女性在接收到这类信息后,也会产生“如果我变得这么美,也会得到相似的回报”的想法,进而产生模仿行为,在模仿的过程中,如果个体与被模仿对象在所效仿的方面差距较小,通过一定的努力就能缩小或者达到时,这种由比较产生的模仿行为就可以产生积极的影响;然而社交媒体往往呈现给女性的都是极端案例和超现实的完美形象,普通人难以通过自身努力缩小与其的差距,而这种比较的影响普遍都是消极的。相较于网络媒体上难以企及的“理想化”身体形象,同伴与自己处于相同的生活环境,拥有较为相似的资源条件,成为年轻女性进行身体比较的普遍对象。本研究发现,年轻女性与同伴进行比较的负面后果兼具向上比较的“落差感”和平行比较的“真实性”,即同伴是更为真实的比较对象,在比较的过程中当女性更关注同伴比自己优秀的方面时,所感受到的负面情绪比向上比较更为强烈。如一位受访者所言,“同寝室的室友从120多斤瘦到了95斤,真的变化非常大,我是和她一起减肥的,但是我瘦的并不明显,还是挺难受的,为什么别人能成功自己却没有成功。”(W76)

身体监视是指女性在内心会产生一个作为观察者的第三视角,通过这个视角频繁地监控自己的外表并且与社会的标准形象进行对比^[42]。内化和社会比较最终都通过年轻女性对自我身体的频繁审视导致消极的身体意象。女性的身体监视与社会对女性的性客体化密切相关,人们习惯性地女性的性别特征或能力从她的个体完整性中分离出来,女性被视作某种工具性的存在,女性在身体方面对他人的功用和价值被用来作为衡量她个体价

值的标准^[43]。简而言之,就是女性的身体外表价值被格外关注,被置于其内在品德、能力、性格等其他价值之上,甚至完全代表了个体的价值。这种强调女性外貌价值的客体化环境使得女性更加在意自己的外在形象,逐渐将自己的身体客体化,随之而来的是自我观念的丧失,并进一步导致过度在意他人的评价和忽视自我的内在感受而盲目追求“理想美”的外在形象。如一位受访者表示,“女孩子出趟门真不容易,要洗头要化妆还要搭配衣服,美瞳假睫毛其实戴着都很不舒服,也很想素颜朝天,可是每次出门前还是会收拾很久。”(W44)结合前文信息加工的积极作用,本研究再次得出提高自我信息处理能力并形成积极的自我认知是减少女性自我客体化和身体监视的关键。只有建立强大的精神自我、增强抵御负面身体信息的能力,才能打破社会对女性的审美禁锢。

五、理论与实践启示

本文基于扎根理论,利用质性分析软件 Nvivo12.0 对访谈资料进行编码分析,探究了交互式信息传播视角下年轻女性消极身体意象的结构维度和形成机理,并构建出模型。

在理论上,一方面丰富了女性身体意象的相关理论研究。整体上,已有的关于女性身体意象的研究主要聚焦于探讨社交媒体、同伴和父母等社会影响因素对女性身体意象的影响及其作用机制,本文的理论创新点在于从交互式信息传播这一视角出发,将女性身体意象置于信息传播的情境之中,本研究的结论更有利于理解如今信息传播新格局背景下女性消极身体意象的形成。另一方面,本研究是对传统身体意象影响因素模型的实践和完善,本研究的一个重要发现是女性对身体意象相关信息的“保护性过滤”(即信息加工过程)在其身体意象的形成过程中发挥了重要的积极影响,该研究结果对进一步研究和界定女性消极身体意象形成的结构维度和体系提供了新的理论基础。

在实践上,本文的研究结论可以帮助年轻女性群体和相关部门更好地理解交互式信息传播背景下女性消极身体意象形成的内在机理,在此基础上指导她们采取恰当的行动或措施以减少信息对身体意象的不利影响。对于女性个体而言,需要提升自身的媒体素养,避免对消极身体意象相关信息的盲目轻信,包括面对媒介各种信息时的选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力、创造和生产能力以及思辨的反应能力。对于监管部门,需要以网络信息内容监管为抓手加强对网络媒体平台的规范和监督,减少“制造容貌焦虑”相关信息的传播,营造良好的社会风尚。

六、局限性与研究展望

本研究也存在一定的局限性,主要表现在两方面。一方面,选取的访谈对象主要为在校女大学生群体,虽然女大学生群体是容貌焦虑的典型代表,但其他年龄段和教育水平的女性和男性群体同样也存在容貌焦虑问题,这可能会造成相关范畴的提取有所遗漏。未来可将研究对象扩展到各个年龄段的女性或男性群体,开展进一步研究。除此之外,本研究的研究样本只有 24 位,基本满足了扎根理论对于理论饱和和标准的要求,未来可以选取大样本进一步探究交互式信息传播背景下女性身体意象的结构维度和形成机理。另一方面,本文相关结论及模型主要是基于扎根理论的探索性质化分析得出的,其信度和效度尚未经过大样本检验,未来可以运用大样本数据结合回归分析、探索性和验证性因子分析等定量分析方法对其开展进一步的测度和统计检验。

参考文献

- [1] 董琬铮. 医美行业在中国的发展趋势[J]. 江苏商论, 2021(12):3-5
- [2] KEERY H, VAN DEN BERG P, THOMPSON J K. An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls [J]. *Body Image*, 2004, 1(3):237-251
- [3] 李昕容, 冯瑶, 常洪铭, 等. 高中生的身体意象与自尊、人际信任的关系[J]. 中国健康心理学杂志, 2022, 30(3):413-417
- [4] FREDERICK D A, TYLKA T L, RODGERS R F, et al. Pathways from sociocultural and objectification constructs to body satisfaction among women: the U. S. Body Project I [J]. *Body Image*, 2022, 41: 195-208
- [5] 张鹏, 张幸福, 远航, 等. 基于公众视角的新媒体健康信息传播效果调查及影响因素分析[J]. 中国公共卫生管理, 2023, 39(2): 194-197
- [6] 杨智皓. 自媒体时代的信息传播乱象成因及治理路径研究[J]. 新闻世界, 2023(4):35-37
- [7] 刘瑀钊. 身体圈禁: 社交媒体环境下青年女性的负面身体意象生成[J]. 中国青年研究, 2023(5): 103-110
- [8] ANIXIADIS F, WERTHEIM E H, RODGERS R, et al. Effects of thin-ideal instagram images: the roles of appearance comparisons, internalization of the thin ideal and critical media processing [J]. *Body Image*, 2019, 31:181-190
- [9] TIGGEMANN M. Digital modification and body image on social media: disclaimer labels, captions, hashtags, and comments [J]. *Body Image*, 2022, 41:172-180

- [10] CHANG F C, LEE C M, CHEN P H, et al. Association of thin-ideal media exposure, body dissatisfaction and disordered eating behaviors among adolescents in Taiwan [J]. *Eat Behav*, 2013, 14(3):382-385
- [11] WOOD-BARCALOW N L, TYLKA T L, AUGUSTUS-HORVATH C L. "But I Like My Body": positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women[J]. *Body Image*, 2010, 7(2):106-116
- [12] TYLKA T L, WOOD-BARCALOW N L. What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition[J]. *Body Image*, 2015, 14:118-129
- [13] 刘文佳. 女性身体意象的社会心理学阐释——对相关理论的分析与比较[J]. *湖北函授大学学报*, 2015, 28(10):95-96
- [14] NEWMAN S. Vygotsky, Wittgenstein, and sociocultural theory [J]. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 2018, 48(3): 350-368
- [15] THOMPSON M, WILDAYSKY A. A cultural theory of information bias in organizations [M]//*The Institutional Dynamics of Culture, Volumes I and II*. Routledge, 2018:704-717
- [16] MORADI B, HUANG Y P. Objectification theory and psychology of women: a decade of advances and future directions[J]. *Psychol Women Q*, 2008, 32(4):377-39
- [17] FREDRICKSON B L, ROBERTS T A. Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks[J]. *Psychol Women Q*, 1997, 21(2):173-206
- [18] LONGHURST P. Incorporating positive body image in therapeutic practice: An overview of construct definitions, concepts and theoretical foundations[J]. *Counseling and Psychotherapy Research*, 2022, 22(2):257-266
- [19] EVENS O, STUTTERHEIM S E, ALLEVA J M. Protective filtering: a qualitative study on the cognitive strategies young women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram [J]. *Body Image*, 2021, 39:40-52
- [20] STRAUSS A L. *Qualitative analysis for social scientists* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1987:1-20
- [21] 陈向明. 扎根理论的思路和方法[J]. *教育研究与实验*, 1999(4):58-63, 73
- [22] 唐锐, 陈红, 鲁小芳. 女性瘦身理想的心理学阐释[J]. *中国临床康复*, 2006, 10(42):146-148
- [23] 陈尹. 扎根理论:方法误用与正本清源[J]. *广西师范大学学报(哲学社会科学版)*, 2022, 58(6):79-93
- [24] 吴继霞, 何雯静. 扎根理论的方法论意涵、建构与融合[J]. *苏州大学学报(教育科学版)*, 2019, 7(1):35-49
- [25] 贾旭东, 衡量. 扎根理论的“丛林”、过往与进路[J]. *科研管理*, 2020, 41(5):151-163
- [26] 孙晓娥. 扎根理论在深度访谈研究中的实例探析[J]. *西安交通大学学报(社会科学版)*, 2011, 31(6):87-92
- [27] 费小冬. 扎根理论研究方法论:要素、研究程序和评判标准[J]. *公共行政评论*, 2008, 1(3):23-43, 197
- [28] 周青, 吴童祯, 杨伟, 等. 面向“一带一路”企业技术标准联盟的驱动因素与作用机制研究——基于文本挖掘和程序化扎根理论融合方法[J]. *南开管理评论*, 2021, 24(3):150-161
- [29] 王世雄, 朱明旻, 吴宜诺, 等. 信息疫情中竞争性信息传播建模与实证研究[J]. *情报资料工作*, 2023, 44(1):62-71
- [30] 莫祖英, 盘大清. 信息茧房效应对用户虚假信息识别能力的影响关系探析[J]. *图书馆学研究*, 2023(3):50-57
- [31] 周书影. 浅析网络新媒体对信息传播效力的影响[J]. *中国新通信*, 2022, 24(18):55-57
- [32] SHEN J T, CHEN J J, TANG X W, et al. The effects of media and peers on negative body image among Chinese college students: a chained indirect influence model of appearance comparison and internalization of the thin ideal I [J]. *Journal of Eating Disorders*, 2022, 10(1): 1-9
- [33] MICHAEL S L, WENTZEL K, ELLIOTT M N, et al. Parental and peer factors associated with body image discrepancy among fifth-grade boys and girls [J]. *J Youth Adolesc*, 2014, 43(1):15-29
- [34] 管健. 身体意象的心理学表达与社会表征意蕴[J]. *南开学报(哲学社会科学版)*, 2014(3):140-151
- [35] THOMPSON J K, SHROFF H, HERBOZO S, et al. Relations among multiple peer influences, body dissatisfaction, eating disturbance, and self-esteem: a comparison of average weight, At risk of overweight, and overweight adolescent girls [J]. *J Pediatr Psychol*, 2007, 32(1):24-29
- [36] 唐四慧, 杨建梅. 两种交互式信息传播网络的传播模型比较研究[J]. *科学学研究*, 2008, 26(3):476-479, 538
- [37] 雷浩伟, 宋怡菲. 系统论视域下微信朋友圈“点赞”行为的动机分析与治理策略[J]. *新闻世界*, 2023(4):40-44
- [38] CAREY R N, DONAGHUE N, BRODERICK P. Peer culture and body image concern among Australian adolescent girls: a hierarchical linear modelling analysis [J]. *Sex Roles*, 2013, 69(5/6):250-263
- [39] PALMQVIST R, SANTAVIRTA N. What friends are for: the relationships between body image, substance use, and peer influence among Finnish adolescents [J]. *J Youth Adolesc*, 2006, 35(2):192-206
- [40] THOMPSON J K, STICE E. Thin-ideal internalization: mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology [J]. *Curr Dir Psychol*

- Sci, 2001, 10(5): 181-183
- [41] BETZ D E, SABIK N J, RAMSEY L R. Ideal comparisons: body ideals harm women's body image through social comparison[J]. *Body Image*, 2019, 29: 100-109
- [42] 李晴晴, 刘毅. 身体意象失调的成因: 基于“镜中自我”的视角[J]. *心理科学进展*, 2018, 26(11): 2013-2023
- [43] NOLL S M, FREDRICKSON B L. A mediational model linking self-objectification, body shame, and disordered eating[J]. *Psychol Women Q*, 1998, 22(4): 623-636
- (本文编辑: 姜 鑫)

Formation mechanisms of negative body image of young women from the perspective of interactive information communication

JI Jing, LI Hui, YAN Jing

School of Health Administration, Anhui Medical University, Hefei 230031, China

Abstract: As the interactive influence of online platforms and the real - life environment on the dissemination of body image become an essential factor influencing young women's negative body image, it is important to explore the formation mechanism of negative body image from the perspective of interactive information dissemination for the healthy development of their physical and mental health. This study selected 24 female university students and investigated the formation of negative body image of young women from the perspective of interactive information communication by applying the rooting theory. Based on the in-depth interview, we derived the formation factors open, axial and selective coding stage and passed the theoretical saturation test. Finally, we extracted 60 initial concepts, 13 sub-categories and two main categories to form a mechanism model of young women's negative body image from the perspective of interactive information communication while also exploring the influencing factors such as main categories, sub-categories, initial concepts and the logical relationship between them. The results provided a new theoretical basis for further research and definition of the structural dimensions and systems of female negative body image formation, which are practical and innovative approaches to the traditional model of body image influencing factors in an interactive information context.

Key words: negative body image; message transmission; rooting theory; formation mechanism; protective filtering