

台灣民衆的身體意象及其預測因子： 人際壓力、媒體信任作為中介變項

黃囍莉¹ 張錦華²

¹ 清華大學通識教育中心

² 台灣大學新聞研究所

論文編號：04040；初稿收件：2004年10月13日；完成修正：2004年12月15日；正式接受：2005年2月27日

通訊作者：黃囍莉 30013新竹市光復路二段101號（E-mail: lilyhg@giga.net.tw）

90年代開始，以身體意象（body image）為主題的研究開始引起社會科學家之矚目，本研究根據中央研究院「台灣地區社會變遷基本調查第四期第三次」之資料，研究對象為1953位18歲以上之成人，以社會心理學的概念模式，重新檢測台灣民衆的身體意象（包含體型誤認、體型滿意、體型改變三面向）及其預測因子與影響路徑。

研究結果顯示：台灣民衆的客觀體型（BMI值）絕大多數是在標準健康的範圍內，但卻傾向誤認自己體型過胖，其中以女性與年齡層較低者之誤認程度為甚；性別與年齡對身體意象的三面向都有顯著的影響力，平均而言，女性與年齡層低者，傾向體型誤認為較胖重，體型滿意度較低，體型改變的行為較多；隨著年齡漸長，體型誤認值越小、體型滿意度較高、人際壓力感也顯著降低。另外也發現人際壓力是影響身體意象的重要中介因子，配偶或親密關係對體型之批評最被在意，其次是店員的批評，這是最具本土意義之處；但媒體與性別意識兩者的影響力則比預設中的強度偏低。最後，本研究以身體意象為依變項，性別與年齡為自變項，人際壓力與媒體信任為中介變項，建構一結構方程模式並檢驗其適配度。

最後，本研究（1）以「客體化理論」

（objectification theory）解釋性別與年齡對身體意象的顯著影響力，（2）以華人的社會取向（social orientation）之行動邏輯解釋何以人際壓力為重要的中介因子；（3）討論信任媒體與批判媒體正反兩種力量之抗拮，造成媒體對身體意象之影響力在本研究中顯得微弱；（4）以「態度雙元模式」（model of dual attitudes）中的顯性與隱性態度之別解釋何以性別意識之中介影響不顯著。

關鍵字：身體意象、性別意識、媒體信任、客體化理論、社會取向、態度雙元模式

一、前言

從1920年代開始，有關身體意象（body image）的議題就廣受心理學、社會學、女性研究、男性研究、媒體研究諸領域的關注，近年來，護理學在各種疾病對身體意象的影響研究上也多有著墨。身體意象的研究先驅Paul Schilder（1950）在其名著「The Image and Appearance of the Human Body」一書中，將早期研究中認為身體意象是純認知建構之觀點，擴大到身體意象係一組態度及與他人互動之產物，且強調身體意象具有相當的彈性。

註：本研究所使用資料為中央研究院「台灣社會變遷基本調查」第四期第三次（主題為性別研究）中的一部份，特此致謝。論文內容曾於2003年12月19日發表於中研院社會學研究所舉辦之「家庭、政治、色情與身體意識的性別現象——台灣地區社會變遷基本調查第六次研討會」。

九〇年代開始是身體意象議題的鼎盛期，無論是在學術研究或一般大眾性的論述中；社會學中興起「身體與社會」的學術領域，心理學者也大量投入影響身體滿意度的心理因素之研究，報章雜誌也不斷地討論或批判整形手術、飲食失序、瘦身減肥廣告、藥物充斥之社會現象。走過20世紀之後，這些現象在新世紀裡依然方興未艾，且有越演越烈之勢。

目前關於身體意象之研究大都採取社會心理學的觀點，認為身體意象基本上是一種個體的心理與行為之特性，卻又深受社會文化因素影響，是個體與社會文化互動之產物（Grogan, 1999；Nassar, 1988；Pruzinsky & Cash, 1990；Rodin, 1993）。在個體特性方面，一方面性別（gender）是影響身體意象的重要因子，其他如年齡、社會階層、族群、自尊等個體特性也都對身體意象有所影響；另外，個人的身體意象之好壞或滿意程度，也會影響其飲食行為習慣，甚至造成飲食失序的不健康狀態。在社會及文化方面，媒體與家庭環境較具影響力，尤其是媒體中不斷呈現的纖瘦模特兒之形象與瘦身減肥廣告（張錦華，2000；聶西平，1998），以及來自家人的批評（Green & Pritchard, 2003）。

截至目前為止，無論國內外的研究都指出：一般民眾對身體意象越來越不滿意，亦即身體意象是以體型不滿意（body image dissatisfaction）及體型誤認（body distortion）者居多。但西方文獻中對身體意象所作的研究，多以大學生及青少年為研究對象（Mintz & Kashubeck, 1999；Phelps et al., 1993；Vartanian, Giant, & Passino, 2001），其中大多數又以女性為研究對象，國內的研究也是如此（周玉真，1992；林旭龍，1995；洪嘉謙，2001；陳君儀，2001；鄭美瓊，2003）；而較少對一般成年民眾或男性的身體意象從事大型的調查研究（Green & Pritchard, 2003），國內針對成人與男性的研究更是付之闕如。

那麼，究竟我國國人客觀的體型為何？主觀身體意象又為何？體型誤認的程度有多大？身體意象的滿意程度又如何？哪些人致力改變體型的行為？這種種的疑問，由於過去研究的闕如，致使我們缺乏清晰的輪廓。另外，影響國人身體意象的主要因素為何？性別也是最重要的人口變項嗎？或者還有其他的個人特性因素？除了個人特性之外，哪些社會文化因素又影響國人的身體意象？而這樣的社會文化因素是否具有本土的特性？為了回答上述諸問題，一項有系統的全國性的大型社會心理學取向的研究顯然是必要的。

鑑於此，累積多年經驗的中央研究院的「台灣社會變遷基本調查」工作，在第四期第三次以性別為主題的研究中，特闢關於身體意象（身體意識）的研究部份，利用這次全國性的調查，針對台灣地區民眾的身體意象做一廣泛普遍的調查，期能兼顧性別、年齡、教育程度、城鄉各地區之各族群，而對台灣民眾的身體意象及其影響因子有進一步的理解，並建立未來身體意象之社會變遷的研究基礎。身體意象的主題在國內外都累積了不少研究著作，本研究之作者群也在國內從事不少相關的研究，因而受邀參與問卷相關題目之編擬；「台灣社會變遷基本調查」涵蓋層面相當廣，題目也相當多，但每一部份之研究都需要以最簡約扼要的方式提出重要的研究概念與測量，以彰顯本土社會現象之特色。以下就身體意象相關重要研究概念或影響變項做一文獻回顧與討論，並提出本研究之研究架構。

二、文獻探討與研究架構

身體質量指數（BMI 值）：客觀的身體形象

究竟是否應該有「理想體重」（或體型大小）或「標準體重」的概念，向來眾說紛紜，也隨著時代的進展而有不同的認知。但如果從「健康」的角度著眼，太瘦或是太胖都被認為可能與某些疾病的相關較高，因而各國負責健康研究的單位，都試著制定健康體重的規格（Taylor, 1995）。目前各國最普遍採用的是以「身體質量指數」（Body Mass Index，簡稱BMI值）作為體重符合健康標準與否的參考，其計算方式為： $BMI = \text{實際體重 kg} / \text{實際身高 m}^2$ ，然後再根據BMI值的大小區分體型為瘦、標準、過重或肥胖。根據過去的研究經驗，BMI值的大小會因性別與年齡的不同而不同，其中男性的BMI值比女性高，年齡較長者，其BMI值也較高（Brownell & Wadden, 1992; Greil, 1990；張錦華，2002）。這次研究以具全國性代表的樣本為受試對象，正可以藉此一探台灣民眾的客觀體型的整體樣貌。

身體意象

「身體意象」（body image）一辭包含各種不同的意涵，Grogan（1999）定義「身體意象」是一對自己身體的知覺（perception）、想法（thoughts）及感受（feelings）；Fisher（1990）指出：「身體意象」經常和「對自己身體的吸引力之知覺」、「對自己體型的誤認」、「對自己身體的界線之覺察」、「對自

己身體感覺之正確認知」、「對自己身體或體型之滿意度」等概念混用，也與對身體的自尊（self esteem）或自我形象（self-image）交互使用。Pruzinsky 與 Cash（1990）更認為：由於「身體意象」涉及多重層面，因此，身體意象不祇是一種靜態的或是受知覺與評價的客體，同時也涉及身體的主體經驗，同時也是動態的存有，因而宜以複數「body images」來表示。

晚近，多數研究者大都接受「身體意象」是一組包含認知、感受及行為意向的一種對身體的態度（attitude），身體可以是態度的客體對象，也可以是經驗的主體。從身體意象作為一種對身體的態度所延伸出來的各種概念，在認知方面如：體型誤認或理想體型（discrepancy or difference between self-perceived real and ideal body size）（Demarest & Langer, 1996；Showers & Larson, 1999）；在感受方面如：身體滿意度（body satisfaction,）或身體挫折度（body dissatisfaction）；在行為意向方面，如：體重關切（weight concern）（Stokes & Frederick-Recascino, 2003）或體型改變（body change），如節食（diet）、飲食失序（disordered eating）等。本研究採取將「身體意象」定義為一種態度的觀點，開展身體意象的三個面向——認知、感受、行為傾向，同時選取先前較常被研究者使用且有穩定發現的概念「體型誤認」、「體型滿意度」及「體型改變」分別代表身體意象的三面向，並以身體意象為依變項，以進一步探討影響台灣民眾身體意象的主要因子及可能的影響路徑。

性別

根據國內外過去的研究，幾乎所有的研究均發現男性的身體滿意度比女性高（McKinley, 1998；Mintz & Bentz, 1986；Mintz & Kashubeck, 1999）。Demarest 與 Langer（1996）進一步分析各類不同體型的身體挫折度，發現過重的女性其身體挫折度最大，而標準體重的女性也具有身體挫折感，甚至與過胖男性的挫折度數值相同。McKinley（1998）則發現女性對身體的不滿意度甚高，包括自我監視度高、身體罪惡感強、體型誤認值高。Furnham 與 Greaves（1994）更發現女性不但身體滿意度低，其飲食行為也較男性易受影響。在台灣，多數研究也都發現女性比男性的身體滿意度顯著地較低，例如，古琪雯（2003）研究某一高中的全部女學生，發現高達 91.2% 的女生對自己體型不滿意，但僅有 17.6% 的女生之體型屬於過重或肥胖。洪嘉謙

（2001）以七所公私立大專女生為對象，同樣發現女生之身體滿意度偏低，普遍高估自己體型的肥胖程度，且進行減重之比率也偏高。但這些研究多集中在女性身上，使得我們對男性的身體意象較缺乏理解。既然性別是影響身體意象的重要因子，因此，本研究也將進一步探討：性別是否跨越不同的年齡層成為影響身體意象各成分的主要預測因子；或是性別是透過什麼樣的中介路徑形成對其身體意象之影響。

年齡

大多數研究也都指出：生命週期（life span）或年齡層的不同也會對身體意象具有重大影響。Tiggeman 與 Pennington（1996）發現身體挫折度的性別差異開始於 13 歲，也就是青少年時期，且持續至成年；Franzoi 與 Shields（1984）發現隨著年長越大，女性對自身體重的滿意度越佳；Lamb, Jackson, Cassiday 及 Priest（1993）發現年輕的女性最關注體重問題；Loomis 與 Thomas（1991）發現年長女性對體重和體能狀態滿意度較高，對生活滿意度也較高。但 Grogan（1999）卻指出，保持年輕與吸引力是年長女性的需求，因而年長女性為了保持身材的苗條曼妙，因而身體的挫折度依然不小，但年長男性則無此顧慮，這樣的觀點顯然與某些研究結果不符合，值得進一步探討。本研究由於是以全國民眾為研究對象，因此，可以藉此探討不同性別與跨越不同年齡層之民眾的身體意象，且進一步分析年齡對身體意象之影響，以彌補過往研究之不足。

人際壓力

身體意象的重要研究者都定義它是個體與社會互動的產物（Grogan, 1999；Pruzinsky & Cash, 1990），Pruzinsky 與 Cash（1990）更直指身體意象是社會建構的結果（socially determined）。既然個體的身體意象不是在真空中自發產生的，那麼外在社會環境中的主要影響來源又為何？Fabian 與 Thompson（1989）對成人的研究，Twamley 與 Davis（1999）對大學生的研究都同樣發現：身體挫折度與家庭壓力有明顯的正相關，亦即家人對個人身體的批評造成個人感受極大的壓力而引發飲食失序的行為；Green 與 Pritchard（2003）的研究也証實：家庭壓力與年齡、性別等變項都是預測成人男性與女性身體挫折度的顯著因子。不過，家庭壓力

僅為人們生活場域中人際壓力的一種，其實人們的社會壓力來源可能包括更廣的層面，因此，Green 與 Pritchard（2003）就建議後續的研究應該也分析朋友或同事等其他非家人關係是否也是重要的身體意象之壓力源。

一般而言，相對於西方北美文化是個人主義（individualism）文化，華人文化則是集體主義（collectivism）文化（Ho & Chiu, 1994），同時華人的社會心理與行為也是以社會取向（social orientation）（楊國樞，2002）、或是關係取向（Ho, 1993）、或是關係主義（relationalism）（Hwang, 2000）為主要的行動邏輯；社會取向的成分之一是「他人取向」，傾向與他人做比較，且相當顧慮他人的想法。另外，集體文化下的華人之自我與他人之界線（boundary）也較模糊，與他者（others）形成相互依存的關係，是一種相依我（interdependency self），因而較易受他人的影響，或者說較在意他人的評價，也容易感受人際壓力。那麼，身體意象既然是自我形象的一部份，而華人的相依我特性使得其自我又易受他人影響，依此推論，我們也可以說：華人的身體意象也是傾向易受一般性他人之影響，而不只是家庭中他人之影響。在台灣，張錦華（2002）有系統地研究人際壓力與身體意象的關係後發現，各種人際關係中對體型的評價多是用「瘦才是美」的觀點來批評，而這樣形成的社會壓力對所有身體意象之向度都有顯著的影響，甚至超過性別、體型、廣告接觸等因素，這不但呼應華人是集體文化的行動邏輯之特性，同時也是影響身體意象的因子中最具本土化特性之處。

由於張錦華（2002）的研究祇是針對年輕的大學生族群，而人際壓力的效應是否會在其他年齡族群顯現呢？這將是本研究探討的重點之一。另外，基於華人的社會取向行動邏輯，我們也預測，除了來自家人的壓力之外，其他的人際壓力，如男女朋友、同事或一般性他人（如服飾店店員）也將是影響台灣民眾身體意象的重要因子。

媒體影響力

影響身體意象的社會文化因素方面，除了人際壓力之外，無論國內外的研究都指出，人們的身體意象也深受當代媒體的影響。J. K. Thompson（1990）在他的著作《身體意象錯亂理論》（Body Image Disturbance）中指出，從媒體所呈現的身體形象與論述來看，女性體型有越來越纖瘦的趨勢，同時有關的節食的節目與文章也越來越多；媒體中

又不斷強調「每個人」只要努力即可以雕塑出「理想身材」，甚至將體型不符合標準歸咎於是女性「偷懶」的結果（張錦華，2002）；另外，媒體除了鼓勵女性為了追求完美外表要戮力改變自己的體型之外，更不斷地增強這個信念，因而造成女性對自己的體型充滿了不安與焦慮，甚而飲食失序（Brenner & Cunningham, 1992；Cohen-Tovee, 1992；Myers & Biocca, 1992）。

不過，一項後設分析（meta-analysis）研究指出，有關媒體對身體意象影響效果之實徵性研究結果不如性別、年齡、人際壓力之顯著度（Groesz, Levine, & Murmen, 2002），但也有特別的影響方式。一般而言，研究媒體影響力的方法有實驗法與調查法兩種，在實驗法研究方面，研究發現：媒介中「瘦才是美」的訊息使得個人對自己的外表變得較為負面，例如，看完媒體中顯現「瘦是美」訊息的受試者比看完「一般身體尺寸」媒體訊息之受試者，其身體意象顯著地較為負面（Groesz et al., 2002；Heinberg & Thompson, 1995）。在調查法方面，Harrison 與 Cantor（1997）研究發現：媒介接觸較多會增加大學女生之身體挫折度、飲食失調、期望瘦身等；Green 與 Pritchard（2003）則發現成年女性的身體意象與年輕女生一樣深受媒體的影響。Vartanian 及其同僚（2001）分析閱聽人觀看雜誌與電視中的身體訊息後對其身體意象感受之影響，結果也發現：媒體因素是影響大學女生身體挫折度最重要的因素。近年來，媒體也開始塑造男性的身體意象，媒體中的男性身體意象是以「有肌肉才帥」為男性標準美；但研究指出，年輕的大學男生比較受媒體的影響，而成年男性則較不受影響（Green & Pritchard, 2003）。祇是，有關媒體對身體意象影響之研究，大多還是以青少年或大學生為研究對象（Botta, 1999）。

大部分有關媒體影響身體意象的效果研究都假設：媒體訊息完全肯定「瘦身是美」的訊息，同時鼓吹瘦身的價值；事實上，媒體中也會有批判瘦身的訊息，例如，新聞中經常出現瘦身廣告產品對健康造成危害的消息，而女性主義者對「標準身體美」的批判也常見諸於報章雜誌。因此，張錦華（2002）在其對大學生的研究中便加入了「廣告批判意識」的測量，結果發現：廣告批判意識會顯著的影響廣告認同度，而廣告認同度則進而顯著地影響身體意象。

因此，本研究將探討媒體中關於男性與女性之「標準身體美」的訊息及價值觀是否為台灣的民眾所接受，且民眾是否接受媒體廣告中關於改變體型的

效果，以及是否意識到瘦身產品對健康之影響。另外，也想探究對媒體或廣告的信任與批判意識相互拮抗後所形成的個人認知，是否仍對其身體意象具有中介之影響力。

性別意識

每個人除了具有生理上的男性或女性（sex）之外，另外也有受社會文化因素影響（或受社會建構而成）的性別（gender），而認知系統裡更有「性別意識」（gender consciousness）之存在。「性別意識」是一種「集體意識」（collective consciousness），指的是成員對於所屬族群在社會上的位置所具有的意識型態，集體意識的內涵包括對於該族群在社會中相對擁有的權力、資源與位置之優劣性有所評估，且不滿意，進而主張透過集體行動來實現群體的利益（Gurin & Townsend, 1986）。Wilcox（1997）更進一步指出「性別意識」是對性別的認同（identification），對性別權力的不滿，對性別體制的譴責及集體行動的認識。依此推論，具有較強的性別意識者，對於社會中男女性別權力不平等的結構或現象有較高的敏感度，也較會採取批判或抗拒的行為。

緣此，Cash、Ancis及Strachan（1997）曾分析女性主義認同與身體意象之間的關聯性，結果發現女性主義認同較強者對自己的身體意象有較正面的評估，但是與身體挫折度之間並無顯著關聯，Dionne、Davis、Fox及Gurevich（1995）以及Snyder與Hasbrouck（1996）的研究亦有類似的結論。Cash等人（1997）推論：女性的身體美貌與異性的關聯較密切，由於社會過份強調標準體態美，因此，即使具有女性主義批判意識，深層的核心價值恐怕短時間還很難改變，尤其婚姻中的女性更是如此（Friedman, Dixon, Brownell, Whisman, & Wilfley, 1999）。張錦華（2002）的研究也發現：對女性刻板角色的批判意識與身體意象並無顯著關聯，張錦華認為可以社會場域觀點來解釋：由於女性身處瘦身價值觀充斥的社會環境，因此，即使認知上具有女性主義對瘦身廣告的批判意識，但日常生活中仍經常感受到需要瘦身的壓力，為了獲取較有利的社會位置，因而仍多希望追求身體改變。

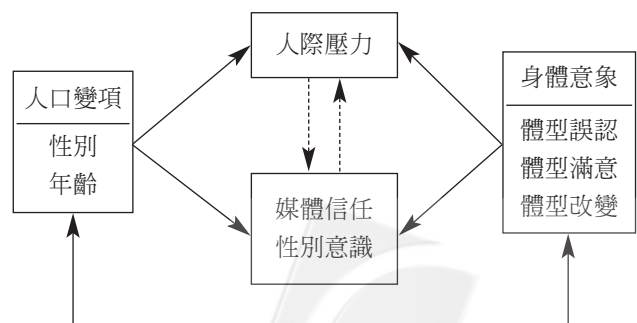
本研究既然以一般社會民眾為對象，雖然具女性主義批判意識者較少，但依然可以探究一般民眾的「性別平等意識」狀況，藉以探討性別意識是否對身體意象產生影響力。

研究架構與研究問題

綜合以上關於身體意象的定義與相關影響因子之文獻探討與討論，本研究將採取社會心理學的觀點，視身體意象為個體與社會互動的產物，且將身體意象定義為一組對個體身體之態度；依此定義與觀點，身體意象將作為研究之主要依變項，且包含體型誤認度、體型滿意度及體型改變三層面，此些面向涵蓋了對身體之認知、情感及行為。個體的基本特性，如人口變項，將視為影響身體意象的自變項，而根據文獻探討得知，性別與年齡是最重要的影響身體意象之個體基本特性。另外，文獻顯示，影響身體意象的主要社會文化因素，包括日常生活中的人際壓力、對媒體所傳遞「標準身體美」之接受度、對塑身廣告效果之信任度，或是對社會中的性別結構不平等之覺察意識等，在本研究中都將視為中介變項，個體特性將透過這些社會文化因子的中介影響或互動而形成其身體意象。這樣以自變項、中介變項及依變項所形成的關係，本研究以圖一的研究架構圖表示之。

根據圖一所示之研究架構，本研究擬定具體研究問題如下：

- 一、究竟我國民眾客觀的身體體型為何？整體的主觀之身體意象又為何？
- 二、性別與年齡等人口變項，對客觀體型BMI值、主觀身體意象、人際壓力感受、媒體信任度、性別意識之影響為何？
- 三、個體所感受的人際壓力之範圍為何？個體對媒體的信任或批判主要為何？個體的性別意識又為何？他們的主要影響因子又為何？
- 四、身體意象的各面向之主要影響因子各為何？



圖一：身體意象及其影響因子之研究架構

五、最後，若以結構方程模式進一步探討圖一所示身體意象及其主要影響因子之研究架構，則其配適程度為何？

三、研究方法

(一) 樣本

本研究是中央研究院「台灣社會變遷基本調查」第四期第三次（主題為性別研究）中的一部份。這次調查的樣本，是根據內政部台灣地區人口統計資料算出台灣各鄉鎮市區的人口數，以及在當年是十八（含）歲以上的人口數，然後計算各等級地區十八（含）歲以上人口數的比例，採抽取率與單位大小成比率的方式決定。抽樣樣本數3735份，實際完成1983份，完訪率53%。執行期間為民國91年1月1日起至12月31日止（章英華、傅仰止，2003）。

其中男性總樣本數964人（佔49.4%），女性總樣本數989人（佔50.6%）。就年齡層而言，男性35歲以下349人（36.2%），35歲至50歲300人（31.1%），50歲以上315人（32.7%）；女性35歲以下339人（34.3%），35歲至50歲336人（34.0%），50歲以上314人（31.7%）。由以上數據可看出，性別與年齡之比例相當平均（ $\chi^2(2, N=1953) = 1.865, p = .394$ ）。

(二) 問卷題目與量尺

本研究根據身體意象的定義及其可能的影響因子之概念，編擬一些適當的題項，組合成「性別組問卷」調查訪問問的一部分，由受過訓練的訪員，以面訪的方式取得受試者在各項題目上的反應，並經由督導人員抽樣複查資料的真實性，由此可見獲得的資料之品質相當良好。以下將介紹研究相關變項之訪問題目，以及資料再處理成概念量尺的方式。

身體質量指數（BMI值）。問卷一開始，首先請受訪者填寫他的實際身高體重，再依此計算「身體質量指數」（即BMI值），計算方式為 $BMI = \text{實際體重} \text{ kg} / \text{實際身高}^2 \text{ m}^2$ ，依此數據，BMI值20以下歸類為「瘦的體型」（1分），20~25歸類為「標準體型」（2分），25~28歸類為「過重體型」（3分），28以上則定義為「肥胖體型」（4分）。根據BMI值所做的體型分類是世界各國通用的（Taylor, 1995），國內研究曾引用這樣的分類方式，並根據國人體型加以調整（黃伯超、游素玲、林月美、朱志良，

1992）。本研究及採取國內調整後之分類方式。

體型誤認。問卷中也請受訪者評估自己是屬於何種體型，題目是：「您認為自己屬於何種體型」，有四種選項，依序分為：「過胖」（4分）、「胖」（3分）、「標準」（2分）、「瘦」（1分）。接著，本研究將「身體質量指數」與「自認體型」兩者之差距定義為「體型誤認較胖」，簡稱「體型誤認」，計算方式為：體型誤認值 = 自認體型 - BMI體型。計算結果「體型誤認值」之分配從-3分至+3分，正分代表誤以為自己較胖，負分代表誤以為自己較瘦。另外，再將「體型誤認」分類為三種：（1）誤認較瘦者（亦即主觀小於客觀，相減為負），體型誤認值為負數者；（2）客觀正確者（即主觀 = 客觀，相減為零），體型誤認值為零者；（3）誤認較胖者（即主觀大於客觀，相減為正），體型誤認值為正數者。

體型滿意。體型滿意的測量是問卷中的題目「您對於您的體型滿意嗎？」，答案有五等級，從「非常滿意」（5分）、「滿意」（4分）、「普通」（3分）、「不滿意」（2分）、到「非常不滿意」（1分），因此，體型滿意度是從5分至1分的連續量尺，分數越高代表體型滿意程度越大。

體型改變。問卷中的題目：「您是否會為了體型特別注意飲食？」，共有四個選項，其中前三個選項「通常會為了體型更瘦一點而注意飲食」，「通常會為了體型更胖一點而注意飲食」，「通常會為了維持現有體型而注意飲食」，將此三個選項視為「會為了體型而注意飲食」，凡是勾選前三個選項一律給1分；另外，第四個選項「不會為了體型而注意飲食」，則給0分。另外一題題目：「您是否會為了瘦／塑身而採取某些方式（如用特定的食物、藥物、用品等來改變體型）？」。凡是勾選「經常」者得3分，勾選「有時候」者的2分，勾選「很少」者得1分「從來沒有」者得0分。最後，將兩個題項的分數加總起來作為「體型改變」行為之得分，從0分至4分，分數越高表示從事「體型改變」行為的程度越強。

人際壓力。「人際壓力」是測量受試者在意他人批評自己的體型之程度，題目有四，分別為「是否在意：父母或親戚批評您的體型」、「是否在意：配偶、男女朋友批評您的體型」、「是否在意：同事朋友批評您的體型」及「是否在意：買衣服時店員批評您的體型」。每一題有五個選項，分別給「非常在意」（4分）、「在意」（3分）、「不在意」（2分）、「非常不在意」（1分）。此四題的內在一致性很高，Cronbach $\alpha = .91$ ，因而加總起來是一良好之「人際壓力」量尺。

媒體信任。爲了解媒體的影響力，問卷中嘗試詢問受試者對於媒體中所傳達的標準身體美之訊息及廣告中所宣傳的體型改變（瘦身）效果之信任或批判，若受試者圈選「同意」代表「信任媒體」，若圈選「不同意」代表「批判媒體」。媒體信任一共有四題，第一題是：「是否相信大部分改變體型（瘦身）廣告中的效果」，有四個選項，從「完全相信」（4分）、「部份相信」（3分）、「不一定」（2分）、「完全不相信」（1分）。第二題爲「是否認爲市面上大部分改變體型（如瘦身）的產品對健康有害處」（這是負向題），選項有五，分別爲「害處很大」（1分）、「大概有些害處」（2分）、「不一定」（3分）、「大概沒有什麼害處」（4分）、「沒有害處」（5分）、等。第三題爲「您同不同意『女人瘦才漂亮』的說法」，第四題「您同不同意『男人要有肌肉才帥』的說法」，兩題都有五個選項：「非常同意」（5分）、「同意」（4分）、「不一定」（3分）、「不同意」（2分）、「非常不同意」（1分）等。由於這四題在概念上所觸及層面並不相同，且四題的內在一致性較偏低， $Cronbach\ \alpha = .33$ ，因此將分別統計，以代表對媒體信任（或批判）的四個面向。

性別平等意識。關於性別意識之研究變項，「台灣社會變遷基本調查第四期第三次」其他主題研究有六題題組，分別爲「有兒子時，女兒少分一點財產是應該的」、「家中有子女時，應該優先栽培兒子」、「男生最好是唸理工科」、「女生最好是唸文科」、「先生的教育程度最好要比太太高」及「先生的收入最好要比太太高」。選項爲「非常同意」（1分）、「同意」（2分）、「不同意」（3分）、以及「非常不同意」（4分）等四項。這些題目關注的是對「性別權益平等」的看法，這是「性別意識」的部分內涵，因此本研究將以「性別平等意識」作爲文獻探討中的「性別意識」研究變項。「性別平等意識」的計分爲六題之加總，每一題從1分到4分，總分越高表示「性別平等意識」越強，越主張兩性在社會中的權益、資源分配、權力位階應該要平等。此六個題項的內在一致性爲 $Cronbach\ \alpha = .76$ ，爲一不錯之量尺。

四、資料分析結果

爲了探知台灣民衆的身體意象及其影響因子之基本特性，依研究概念架構（圖一）所示，本研究將以人口變項爲自變項，進一步分析身體意象及其影響因子在性別與年齡上的基本差異。另外，本研究先以所有人口基本變項，如性別、年齡、教育程

度、收入、居住地區等爲自變項，檢視他們在各身體意象及影響因子上之差異，結果發現祇有性別與年齡兩自變項具有系統性的差異，配合文獻探討中的論述，性別與年齡原就是影響身體意象的重要個體屬性。因此，爲了論述上的簡省，以下的研究結果展示就祇鎖定在性別與年齡兩面向，其他人口變項或許有零星的差異，此處就不再贅述。

（一）性別與年齡在各變項上之差異

1、BMI 值。初步分析結果，全體受訪者的 BMI 值之平均值是 23.01，顯示台灣民衆的平均體型是在「標準體重」的健康範圍內。如果進一步分析 BMI 值在性別與年齡上的差異（見表一），可以發現：在性別方面，男性的 BMI 值高於女性，分別爲 23.60，22.43，其差異達顯著水準；在年齡方面，35 歲以下的年輕族群之 BMI 值最低，爲 21.93，年齡越大，其 BMI 值越高，不同年齡層之差異也達顯著水準；性別與年齡也有交互效果（interaction effect），女性 35 歲以下之年輕族群最低，其 BMI 值 20.89，僅稍爲高於「瘦」的體型（BMI 值 20 以下屬於瘦，20~25 是標準，25~28 爲過重，28 以上爲肥胖）。但整體而言，無論性別或年齡層，其 BMI 值都在 20~25 之內，根據定義來看，台灣民衆無論性別及各年齡層平均值偌大多數都是在「標準體重」的範圍內。

2、體型誤認。根據資料分析結果顯示（見表一），整體而言，台灣民衆對自己的體型普遍有所誤認，且傾向誤認爲「較胖」的方向（ $M = .24$ ）；另外，女性的體型誤認值傾向高估自己的體重（ $M = .48$ ），而男性反而低估自己的體重（ $M = -.01$ ）（正值表示高估，0 表示正確，負值表示低估）。其中，三十五歲以下的女性平均體型誤認值竟高達 .83，三十五至五十歲也仍有 .51；但五十五歲以上則已降至 .04，顯示年紀越輕，越會誤認自己較胖。相較而言，男性的平均體型誤認值都是偏低的，顯示男性通常不會誤認自己較胖，而五十歲以上之男性甚而是低估的（ $M = -.01$ ），傾向誤認自己偏瘦。體型誤認方面，性別與年齡的差異都達顯著水準（ $F(1, 1913) = 213.42, p < .001$ 與 $F(2, 1912) = 79.18, p < .001$ ）。

至於客觀體型 BMI 值與體型誤認之關係又爲何？表二顯示，BMI 值偏瘦者中有過半（214 人，54.3%）的人誤認自己爲較胖；BMI 值爲標準體重者中也有三分之一強（401 人，38.0%）的人誤認自己較胖；相對的，BMI 值偏胖重者中，只有 78 人（24.8%）誤認自己偏瘦；而 BMI 值與體型誤認的列聯相關達顯著水準（ $\chi^2(6, N = 1942) = 457.8, p =$

表一

性別與年齡在各變項上的平均數、標準差、差異檢定

性別	年齡	人數	BMI 值	體型誤認	體型滿意	體型改變	人際壓力	性別意識
男性	(1) 35 歲以下	349	22.94 (3.42)	0.08 (.67)	3.09 (.83)	0.67 (.83)	9.25 (2.29)	17.03 (2.36)
	(2) 35~50 歲	299	24.23 (3.22)	0.00 (.65)	3.23 (.89)	0.46 (.69)	8.20 (1.77)	16.75 (2.14)
	(3) 50 歲以上	311	23.73 (3.04)	-0.13 (.72)	3.25 (.89)	0.41 (.65)	7.68 (1.94)	15.69 (2.30)
	小計	959	23.60 (3.28)	-0.01 (.69)	3.18 (.87)	0.52 (.74)	8.41 (2.12)	16.51 (2.34)
女性	(1) 35 歲以下	399	20.89 (3.20)	0.83 (.76)	2.72 (.88)	1.25 (1.00)	10.48 (2.54)	17.12 (2.31)
	(2) 35~50 歲	336	22.72 (3.53)	0.51 (.68)	2.82 (.95)	0.98 (.98)	9.16 (2.53)	16.39 (2.33)
	(3) 50 歲以上	313	23.87 (3.57)	0.04 (.77)	2.94 (.88)	0.49 (.72)	8.36 (2.12)	15.11 (2.37)
	小計	988	22.43 (3.64)	0.48 (.80)	2.83 (.91)	0.90 (.96)	9.37 (2.56)	16.26 (2.47)
合計	(1) 35 歲以下	688	21.93 (3.47)	0.45 (.81)	2.91 (.87)	0.95 (.96)	9.87 (2.49)	17.07 (2.33)
	(2) 35~50 歲	635	23.43 (3.47)	0.27 (.71)	3.02 (.95)	0.74 (.89)	8.69 (2.25)	16.56 (2.25)
	(3) 50 歲以上	627	23.80 (3.31)	-.04 (.75)	3.09 (.90)	0.45 (.68)	8.02 (2.06)	15.40 (2.35)
	總計	1950	23.01 (3.51)	0.24 (.79)	3.00 (.91)	0.72 (.88)	8.90 (2.40)	16.38 (2.41)
F 值	性別		55.71***	213.42***	079.84***	110.51***	76.69***	07.05**
	年齡		59.76***	0079.18***	7.64***	060.76***	98.73***	83.99***
	性別×年齡		18.29***	026.55***	0.51	017.44***	02.08	03.46*
年齡組組間			平均數差異檢定 (Scheffe 檢定)					
Post	(1) 與 (2)		-1.50*	0.18*	-0.011	0.22*	1.17*	0.52*
Hoc	(2) 與 (3)		-0.36	0.32*	-0.08	0.28*	0.67*	1.15*
test	(1) 與 (3)		-1.87*	0.50*	-0.19	0.50*	1.84*	1.67*

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 。括弧內為 SD 值

.000)，兩者的相關 $r = -.45$ ， $p < .001$ ，也達顯著水準，顯示客觀體型越瘦者，越會誤認自己較胖，而客觀體型越胖者反而越會誤認自己是較瘦的。

如果進一步分析可以發現，BMI 值偏瘦卻誤認自己是較胖的族群中是以女性為主，占 85.5%，183 人，且年齡層集中在 35 歲以下，135 人，占 64.3%；而標準體重卻誤認自己較胖的族群中，女性占 67.7%，271 人，標準體重卻誤認自己偏瘦的族群當中卻是以男性為主，占 75.7%，81 人。相對的，BMI 值偏胖卻誤認自己較瘦的族群中是以男性為主，61 人，占 78.2%，而 BMI 值過胖的人當中，誤認自己的體型者就沒有性別上的差異。由此可見，誤認體型最嚴重的當屬年輕女性族群，他們的 BMI 值事實上是偏瘦，但他們卻多自認為太胖。

3、體型滿意度。平均而言，台灣的民衆之體型滿意度是屬於普通的 ($M = 3.00$) (見表一)，而性別與年齡對體型滿意度卻都具有顯著影響力，其中性別之影響度 ($F(1, 1951) = 79.84$, $p < .001$) 值

比年齡之影響度 ($F(2, 1950) = 7.64$, $p < .001$) 高出許多。從表一可看出，各個年齡層的男性之體型滿意度的平均值都偏高 (大於 3)；然而各個年齡層的女性之平均值卻都是偏低 (小於 3)，顯然地，男性對身體的滿意度高於女性。另外，不論男女性都顯示出：年齡越大者對體型越滿意，而 35 歲以下的年輕人對自己的體型較不滿意。

4、體型改變。關於實際改變或維持體型的行為，資料分析結果也顯示性別與年齡的影響具有顯著度，分別為 $F(1, 1949) = 110.51$, $p < .001$ 與 $F(2, 1948) = 60.76$, $p < .001$ 。如表一顯示，無論男性或女性，年齡越大越不會從事一些與體型維持或改變有關的行為；另外，女性比男性更會為了維持或改變體型而有飲食改變及其他改變體型的行為，其中，年齡愈輕的女性，如 35 歲以下的女性，其從事體型改變的行為更居各族群之冠，高達 1.25。

5、人際壓力。人際壓力是測量受試者在意他人 (分別為父母或親戚、配偶或男女朋友、同事或

表二

BMI 值與體型誤認之關係

		體型誤認分類			總計
		覺得較瘦 (低估者)	沒有誤認	覺得較胖 (高估者)	
	20 以下 (瘦)		180 (45.7%)	214 (54.3%)	394 (20.3%)
BMI 值 分 類	20~25 (標準)	107 (10.1%)	547 (51.8%)	401 (38.0%)	1055 (54.3%)
	25~28 (過重)	78 (24.8%)	183 (58.3%)	53 (16.9%)	314 (16.2%)
	28 以上 (肥胖)	102 (57.0%)	77 (43.0%)		179 (9.2%)
總 計		287 (14.8%)	987 (50.8%)	668 (34.4%)	1942

$$\chi^2 (6, N = 1942) = 457.8, p < .001 ; r = -.45, p < .001$$

朋友、買衣服時的店員四種) 批評自己體型的程度。如表一顯示, 性別與年齡在人際壓力上的差異也達顯著水準, 分別為 $F(1, 1681) = 76.69, p < .001$ 與 $F(2, 1680) = 98.73, p < .001$ 。意即, 平均而言, 女性比男性更在意人際場域中他人對其體型之批評, 而年齡越輕者也比年齡較資長者更在意他人對其體型之批評, 其中, 三十五歲以下的女性在意他人批評的程度也是居各族群之冠。

那麼, 這些人際批評主要來自何方? 從表三的分析顯示, 無論男性或與女性, 也不論哪一個年齡層都一樣, 他們在意被批評體型的對象依序為: (1) 配偶或親密關係 ($M_1 = 2.32$), (2) 買衣服時的店員 ($M_2 = 2.27$), (3) 同事或朋友 ($M_3 = 2.21$), (4) 父母或親戚 ($M_4 = 2.13$)。經過使用「成對樣本 t 檢定」(paired samples test) 的平均數差異檢定之後, 配偶—店員間的 $t(1745) = 3.67$, 店員—同事間的 $t(1787) = 5.34$, 同事—父母間的 $t(1826) = 6.97$, 均達顯著水準 ($p = .000$)。而這樣的在意差序性與

表三

各種人際場域壓力在性別與年齡上之平均數、標準差、差異檢定

性別	年齡	人數	父母或親戚	親密關係	同事或朋友	店員
男 性	35 歲以下	322	2.17 (0.63)	2.45 (0.70)	2.28 (0.63)	2.36 (0.71)
	35~50	290	2.00 (0.50)	2.12 (0.56)	2.00 (0.46)	2.07 (0.60)
	50 歲以上	289	1.92 (0.51)	1.97 (0.55)	1.93 (0.51)	1.92 (0.50)
	小計	901	2.04 (0.56)	2.19 (0.64)	2.08 (0.57)	2.13 (0.64)
女 性	35 歲以下	319	2.42 (0.70)	2.77 (0.76)	2.58 (0.73)	2.69 (0.82)
	35~50	318	2.17 (0.65)	2.41 (0.77)	2.30 (0.71)	2.35 (0.77)
	50 歲以上	280	2.05 (0.53)	2.15 (0.65)	2.08 (0.54)	2.13 (0.61)
	小計	917	2.22 (0.65)	2.45 (0.77)	2.33 (0.70)	2.40 (0.78)
合 計	35 歲以下	641	2.30 (0.68)	2.61 (0.74)	2.43 (0.70)	2.52 (0.79)
	35~50	608	2.09 (0.59)	2.27 (0.70)	2.16 (0.62)	2.22 (0.70)
	50 歲以上	569	1.98 (0.52)	2.06 (0.61)	2.00 (0.53)	2.03 (0.57)
	總計	1818	2.13 (0.62)	2.32 (0.72)	2.21 (0.65)	2.27 (0.73)
F 值	性別		41.96***	68.50***	77.16***	70.39***
	年齡		45.53***	102.42***	79.93***	81.20***
	性別×年齡		1.76	1.83	2.79	1.30
年齡組組間		平均數差異檢定 (Scheffe 檢定)				
Post	(1) 與 (2)		0.21*	0.34*	0.28*	0.30*
Hoc	(2) 與 (3)		.011*	0.21*	0.15*	0.19*
Test	(1) 與 (3)		0.32*	0.55*	0.43*	0.50*

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 。括弧內為標準差。

華人的親疏遠近之人際差序性有所不同。由此可見，國人社會取向的行動邏輯，除了在意接觸頻繁的配偶或親密關係之批評外，對於沒有頻繁相處或血緣關係的服裝店店員之批評體型也是相當在意的。簡言之，不分親疏遠近，國人就是在意概化性他人的批評，其人際壓力的來源是多重的，不似西方研究成果，家人的批評才是最重要的，而偶遇的店員幾乎不具影響力。

6、媒體信任。由於媒體信任中的四題項在概念上所觸及的層面並不相同，且四題的內在一致性相當低，因此本研究進一步分別分析四個面向在性別與年齡上的差異。表四顯示，「媒體信任」的四個面向一項在性別上幾乎完全沒有顯著的差異，且平均值都低於中數，顯示男女兩性對媒體的信任度都偏低，也可以說具有批判性。但年齡在四向媒體信任上的差異則都達顯著水準，平均值顯示：年齡愈大者對媒體信任越低。簡言之，台灣民眾普遍傾向不信任媒體廣告中所鼓吹的瘦身效果，也傾向認為瘦身產品有礙健康，且無性別上的重大差異。換言之，台灣民眾對於媒體或廣告所傳遞的身體標準

美之訊息，在同意與批判正反兩者抗拮之後是傾向較具批判意識的。

7、性別意識。從表一亦可以得知，台灣民眾的性別平等意識稍偏高（中數為15，本研究得 $M = 16.36$ ），且性別與年齡在性別意識上的差異都達顯著水準，分別為 $F(1, 1938) = 7.05, p < .01$ 與 $F(2, 1937) = 83.99, p < .001$ ；平均而言，男性的性別平等意識稍高於女性，年齡層越低者，其性別平等意識也越強，而35歲以下女性的性別平等意識居各族群中之冠。

（二）身體意象之預測因子

為了檢測圖一的概念架構，本研究接著以身體意象之面向（體型誤認、體型滿意、體型改變）為依變項，以人口變項、人際壓力、各面向的媒體信任、性別意識等為自變項，以逐步迴歸分析法檢測各自變項對身體意象之預測效果。

逐步迴歸分析（見表五）的結果顯示，預測台灣民眾的體型誤認較胖的主要因子有五項，分別為

表四

各種媒體信任在性別與年齡上之平均數、標準差、差異檢定

性別	年齡	人數	瘦身廣告之效果		瘦身產品無礙健康		女人纖瘦才漂亮		男人有肌肉才帥	
男性	35 歲以下	349	1.67	(0.87)	1.81	(0.94)	2.85	(0.96)	2.59	(0.90)
	35~50	300	1.37	(0.72)	1.71	(0.90)	2.67	(0.93)	2.60	(0.87)
	50 歲以上	315	1.32	(0.70)	1.48	(1.04)	2.81	(0.93)	2.87	(0.94)
	小計	964	1.46	(0.79)	1.67	(0.97)	2.78	(0.95)	2.68	(0.91)
女性	35 歲以下	339	1.81	(0.93)	1.81	(0.85)	2.90	(1.01)	2.55	(0.89)
	35~50	336	1.43	(0.77)	1.70	(0.88)	2.78	(0.95)	2.54	(0.83)
	50 歲以上	314	1.32	(0.70)	1.32	(0.93)	2.97	(0.97)	2.82	(0.91)
	小計	989	1.53	(0.83)	1.62	(0.91)	2.88	(0.98)	2.63	(0.88)
合計	35 歲以下	688	1.74	(0.90)	1.81	(0.89)	2.87	(0.99)	2.57	(0.89)
	35~50	636	1.40	(0.75)	1.71	(0.89)	2.73	(0.94)	2.57	(0.85)
	50 歲以上	629	1.32	(0.70)	1.40	(0.99)	2.89	(0.96)	2.84	(0.93)
	總計	1953	1.49	(0.81)	1.64	(0.94)	2.83	(0.96)	2.66	(0.90)
F 值	性別		3.65		1.62		6.01*		1.63	
	年齡		51.39***		34.23***		5.31**		19.99***	
	性別×年齡		1.37		1.49		0.55		0.02	
	年齡組組間		平均數差異檢定（Scheffe 檢定）							
Post	(1) 與 (2)		0.33*		0.10		1.39*		0.00	
Hoc	(2) 與 (3)		0.08		0.41*		-0.16*		-0.27*	
Test	(1) 與 (3)		0.41*		0.30*		-0.02		-0.27*	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 。括弧內為標準差。

表五
身體意象的各預測因子之逐步迴歸分析

依變項	預測變項	β	R^2	F	CI
體型誤認較胖			0.204	80.02***	
	1. 性別	0.288***			
	2. 年齡	-0.209***			
	3. 體型改變行為	0.093***			
	4. 人際壓力	0.083**			
	5. 性別意識	0.056*			28.22
體型滿意度			0.160	49.58***	
	1. 人際壓力	-0.144***			
	2. BMI 值	-0.311***			
	3. 性別	0.168***			
	4. 體型誤認	-0.131***			
	5. 年齡	0.088*			
	6. 女人纖瘦才是美	-0.073*			27.13
體型改變行為			0.215	47.42***	
	1. 人際壓力	0.215***			
	2. 體型誤認較胖	0.136***			
	3. BMI 值	0.176***			
	4. 年齡	-0.145***			
	5. 性別	0.154***			
	6. 相信廣告瘦身效果	0.077**			
	7. 男人有肌肉才帥	0.075**			29.22
	8. 認為瘦身產品無害	0.060**			31.15
	9. 體型滿意度	-0.049*			39.21

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$; CI = Condition Index。

性別 ($\beta = .288, p < .001$)、年齡 ($\beta = -.209, p < .001$)、體型改變行為 ($\beta = .093, p < .001$)、人際壓力 ($\beta = .083, p < .01$)、性別意識 ($\beta = .056, p < .05$)，這些預測因子之 $R^2 = .204$ ， $F(5, 1561) = 80.02, p < .001$ ，均達顯著預測水準；另外，CI (Condition Index) 值為 28.22，低於 30，表示其共線性偏低，在可接受的範圍內。換言之，女性、年齡越輕、體型改變行為越多者，越在意他人批評者，其體型誤認為胖的可能性越大。

體型滿意度的預測因子 (見表五) 有六項，這組預測因子之 $R^2 = .160$ ， $F(6, 1560) = 49.58, p < .001$ ，雖不高卻達顯著水準。以人際壓力 ($\beta = -.144, p < .001$)、BMI 值 ($\beta = -.311, p < .001$)、性別 ($\beta = -.168, p < .001$)、體型誤認較胖 ($\beta = -.131, p < .001$) 具有較顯著的預測效果，而年齡 ($\beta = .088, p < .05$)

與「同意女人纖瘦才是美」($\beta = -.073, p < .05$) 則為較低的預測力。另外，這組預測因子之 CI 值為 27.13，顯示其共線性是可以接受。簡言之，凡是男性、體型較瘦或是誤以為自己較瘦者，越不在意他人批評者，年齡較大者，其體型滿意度也較高。媒體信任在此只有小幅預測力，意即擁有「瘦即是美」的信念者，傾向對自己的體型稍較不滿意。

至於預測體型改變行為的因子又為何？逐步迴歸分析結果顯示有九項影響因子 (見表五)，這組預測因子之 $R^2 = .215$ ， $F(9, 1557) = 47.42, p < .001$ ，其中各預測因子仍以人際壓力 ($\beta = .215, p < .001$) 為最強，其餘分別為體型誤認較胖 ($\beta = .136, p < .001$)、BMI 值 ($\beta = .176, p < .001$)、年齡 ($\beta = -.145, p < .001$)、性別 ($\beta = .154, p < .001$) 都具有顯著的預測力，而對瘦身廣告之信任 ($\beta = .077, p < .01$) 與「同意男人有肌肉才帥」的信念 ($\beta = .060, p < .05$) 之預測力雖低，但仍具顯著性，體型滿意度 ($\beta = -.049, p < .05$) 其預測力亦達顯著水準。簡言之，女性、年齡越輕、客觀 BMI 體型越大、體型誤認較胖、越在意他人的批評者、越相信廣告中瘦身的效果，越同意「男人有肌肉才帥」者，越會注意飲食或從事依些改變體型的活動。另外，這組預測因子之 CI 值為 39.21，高於 30，顯示其共線性是稍微偏高，若放棄後兩項預測因子，CI 值變為 29.22，則在可接受範圍。

總之，從以上的迴歸分析可以歸納出：(1) 性別與年齡是影響身體意象最重要的兩項人口變項，且對身體意象的各面向有直接的預測效力，這符合研究架構的預設 (見圖一)；(2) 人際壓力對身體意象的各面向有直接的預測力，另外從變異數分析 (表一) 亦可得知，性別與年齡對人際壓力有顯著的主要影響力 (main effect)，因此研究架構中性別與年齡兩變項透過人際壓力為中介因子而對身體意象形成的間接影響路徑亦存在，這條路徑也符合研究架構的預設；(3) 媒體信任中的四個項目大都對身體意象沒有高度顯著預測力，但仍分別對體型滿意與體型改變行為有不同的預測力，而性別與年齡對瘦身廣告之信任也有顯著影響力，因此，從人口變項透過媒體信任為中介的路徑，預測力雖弱，仍將保留在研究架構中。又檢視表六中各身體意象之面向與各中介因子之相關矩陣後得知，各面向的媒體信任與身體意識之相關係數仍多達顯著水準，因此仍保留在概念架構中；(4) 性別意識祇對體型誤認具有輕微預測力，對體型滿意與體型改變沒有顯著預測力，為了簡化結構模式，因此在接下來的模式適配過程中將被取消。

表六

身體意象各成分與各中介因子之相關矩陣

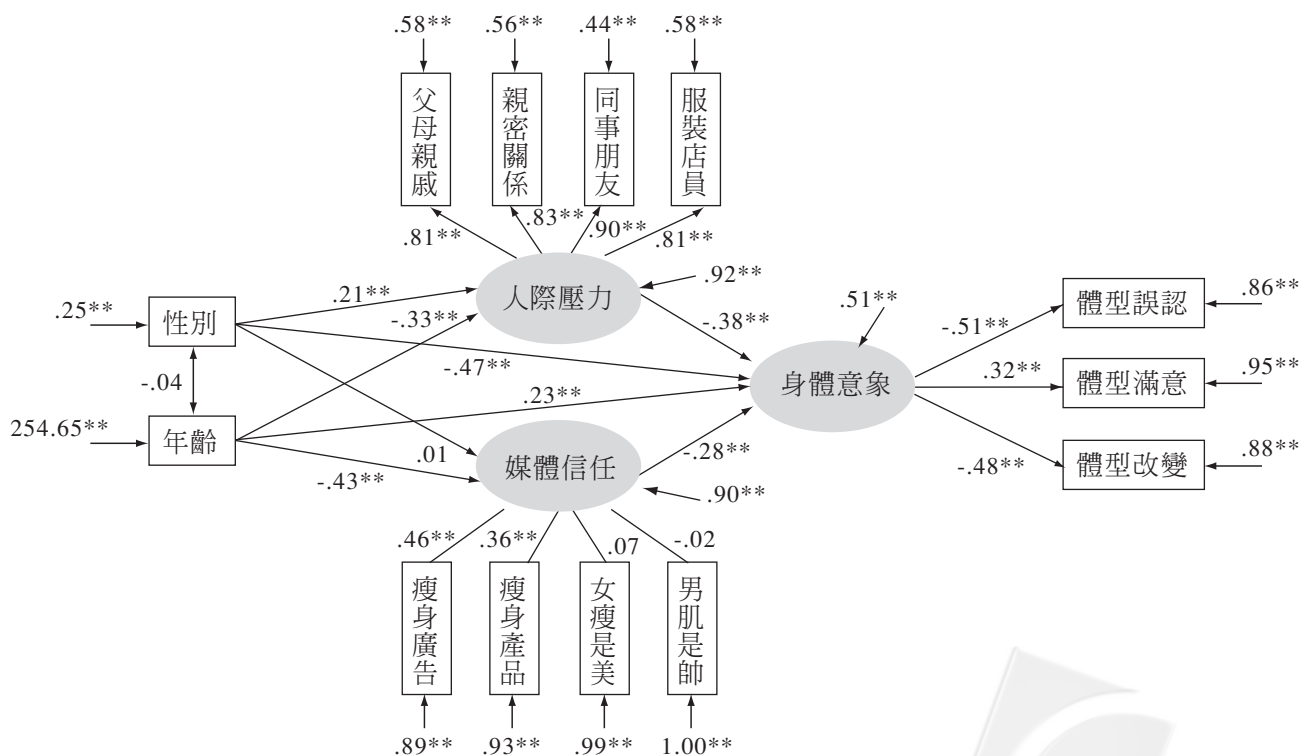
	體型誤認	體型滿意	體型改變	人際壓力	性別意識	瘦身廣告	瘦身產品	女瘦是美
體型誤認	<u>1.000</u>							
體型滿意	-.162**	<u>1.000</u>						
體型改變	.225**	-.218**	<u>1.000</u>					
人際壓力	.250**	-.206**	.339**	<u>1.000</u>				
性別意識	.106**	-.020	.077**	.030	<u>1.000</u>			
瘦身廣告	.093**	-.072*	.196**	.177**	.038	<u>1.000</u>		
瘦身產品	.094**	-.026	.146**	.130**	.096**	.157**	<u>1.000</u>	
女瘦是美	.012	-.117**	.120**	.113**	-.130**	.052*	.023	<u>1.000</u>
男肌是帥	-.083**	-.015	.059*	-.012	-.147**	-.010	.014	.427**

(三) 身體意象及其預測因子之結構方程模式

如前所述，經過變異數分析與迴歸分析之後顯示，本研究先前提出的研究架構預設，大多受到實徵性資料的支持，祇需要做小部份的修正（取消性別意識作為中介變項）。概念架構經過修正後，性別與年齡仍是直接預測身體意象最重要的兩個變項，而人際壓力與媒體信任則是較具預測力的兩項社會

文化因素，同時可以作為人口變項與身體意象之間的中介因子。接著，本研究依這樣的架構嘗試建構一適用台灣全體成人的結構方程模式（Structural Equation Model, SEM）（見圖二）。

接著，本研究以統計套裝軟體 SAS 中的子程式 PROC CALIS 進行結構方程模式之適配度檢驗，在此模式中（如圖二所示），性別與年齡都對人際壓力與廣告信任有直接的影響效果，而身體意象在此模



$\chi^2(58) = 603.94, p < 0.01, \chi^2/df = 10.40, GFI = .95, AGFI = .92, RMSEA = .08, CFI = .91, NFI = .90, NNFI = .87, CN = 211$

圖二：身體意象及其預測因子之結構方程模式

式中作為潛在變項，由三個測量變項組成，即體型誤認、體型滿意度、體型改變（因素變異設為 1，因素負荷分別為 -.51, .32, -.48, 皆達顯著水準）。此外，性別與年齡對身體意象也有間接的影響，亦即以人際壓力與媒體信任為中介因子，透過此中介因子而對身體意象造成影響。人際壓力在此模式中也可作為潛在變項，由四個測量變項組成，即來自父母親戚、親密（配偶）關係、同事朋友、服裝店員之壓力，其因素負荷都是 .80 以上，達顯著水準。另外，媒體信任在此也當作潛在變項，由四個測量變項組成，即相信瘦身廣告、相信瘦身產品、同意女瘦是美、同意男肌是帥（因素負荷分別為 .46, .36, .07, -.02），相信瘦身廣告、相信瘦身產品前兩項達顯著水準，但同意女瘦是美、同意男肌是帥這兩項關於「身體標準美」之信念則未達顯著水準。

此一結構方程模式，自由度為 58，本研究以最大可能法（Maximum Likelihood Method）來從事各影響係數之估算，圖二所示即是此一模式中的各項標準化係數。根據模式的配適度檢驗分析結果，除了從性別到廣告信任的路徑係數未達顯著性外，其餘的參數都達顯著水準；而各項適配度指標也都顯示此一模式是在可接受的範圍內，如：GFI = .95, AGFI = .92, RMSEA = .08, CFI = .91, NFI = .90, NNFI = .87, CN = 211. 且 $\chi^2 (58, N = 1953) = 603.94, p < 0.01$, $\chi^2 / df = 10.40$ 。無論如何，除了此一模式是可接受之外，同時也指出人際壓力與媒體信任確實是人口變項與身體意象之間顯著的中介因子。

此一模式同時顯示：性別對身體意象有直接影響（ $r = -.47, p < 0.01$ ），而女性比男性對自己的身體意象較負面；此外，性別與身體意象之間也以人際壓力為重要中介因子，而有較大的間接影響（ $r = .21(-.38) = -.08$ ），從模式中的參數顯示出，女性比男性更傾向受到較多的人際壓力而形成她們較具負面的身體意象；但性別通過媒體信任對身體意象所形成的間接影響則相當弱（ $r = .10(-.28) = .003$ ）。至於年齡方面，此模式亦顯示，年齡與身體意象是正相關關係（ $r = .23, p < 0.01$ ），也就是說，年齡越大者，其身體意象越正向，或說越年輕者，身體意象越負向。此模式更進一步指出，年齡對身體意象也有間接的影響，即透過人際壓力與媒體信任為中介因子所形成的影響（ $r = .13; r = .12$ ）；此處顯示，年輕者比起年長者傾向受到較多的人際壓力，也較信任媒體中所傳播之關於瘦身效果或無礙健康的內容，以致對自己的身體意象傾向較負面。但媒體信任的諸多面向中，對瘦身廣告與瘦身產品的信任對

身體意象的較具預測力，而對標準身體美的同意度則不具顯著影響力。

五、總結與討論

相較於國內外關於身體意象的研究，本研究是以台灣地區民眾為母體而抽取代表性樣本（有效樣本數 1953 人）的一項大型調查研究，讓我們可以探討不同性別、年齡層民眾的身體意象及其影響因子，以補足過去小型的、以學生或年輕族群為主的研究之不足。以下將總結本研究的主要結果，並與過去的小型研究做比較，提出理論解釋，最後討論本研究的限制以及未來研究的可能方向。

1、燕瘦環肥無所是從——勾勒台灣民眾的身體意象輪廓

本研究將「身體意象」視為個體對自己身體的一組態度，由體型誤認、體型滿意及體型改變三個涉及認知、感受及行為傾向之態度三面向所組成，研究顯示這是一有效的主觀身體意象之綜合指數。另外本研究也以通行於世界各地之 BMI 值為客觀體型胖瘦或標準之健康指標。

研究結果指出，台灣民眾的平均客觀體型（BMI 值）大都是在標準體重的範圍內，而女性較男性偏瘦，年紀輕者較年長者偏瘦。但整體而言，台灣民眾對自己的體型有誤認較胖的現象，其中尤以女性誤認自己偏胖比例甚高，男性傾向誤認自己偏瘦，年齡越輕者傾向誤認自己較胖。更有趣的現象是，體型偏瘦的反而傾向誤認自己為較胖。這些結果顯示，大部分的國人傾向希望自己較健康、體型更纖瘦些，尤其是女性、年輕的族群為甚，這與西方的研究文獻相當一致。因此可以說，偏向喜好纖細的體型是現代世界普及化的現象，它可能源自各種平面媒體或影像媒體多鼓吹纖細體型的美感，也可能源自全球化的瘦身工業之盛行（Grogan, 1999），看來，台灣的民眾並未自外於此全球化的喜好瘦身之風潮。

平均而言，台灣民眾除了誤認體型較胖之外，但其體型滿意度卻未偏低（平均值為 3，正是中數）。只有在女性與年輕的族群上，其體型滿意度偏低，而年長者的身體滿意度較佳，這與國外的研究結果也相符合（Feingold & Mazzella, 1998；Franzoi & Shields, 1984；Green & Pritchard, 2003；Lokken, Ferraro, Kerchiner, & Bowling, 2003；Loomis & Thomas, 1991）。本研究也指出，橫跨各年齡層的女

性之體型滿意度平均值都是負數，而男性卻全部都是正數，因此，女性從事體型改變之行爲（如節食或塑身）顯然也較男性爲高，當然，其體型誤認較胖程度也遠遠高過男性。但有趣的是，本研究五十歲以上的族群中，不論男性或女性，其體型誤認值都是負的，也就是比實際標準體型低估自己的體形偏瘦，而男性低估的數值又是最大！看來，年長者傾向希望自己可以再胖一些。

何以女性與年輕族群之身體滿意度普遍偏低，且多有因過度節食而產生之飲食失序、情緒不穩之精神違常現象。根據Fredrickson與Roberts（1997）提出的「客體化理論」（objectification theory）的觀點，女性的身體通常是社會中被欲求、被凝視、被觀賞，甚而是被消費的對象——一種可供販售的商品；而女性通常也會內化這種觀點而將自己的身體客體化，且認同社會文化中所制定的「標準身體美」（現代社會流行「女人纖瘦就是美」）（Garner & Garfinkel, 1980）而導致自我的異化、主體性的喪失。因此，許多女性從青春開始就背負著自我嫌惡的情緒，不滿自己的體型，進而引發過度節食、飲食失序、性功能障礙等問題（Furnham & Greaves, 1994；Kowner, 2002；McCaulay, Mintz, & Glenn, 1988；Taylor & Cooper, 1986；蕭芳惠、林薇，1998）。近年來，年輕男性的身體也逐漸成爲被凝視與被欲求的對象，導致年輕男性也對自己的體型越來越不滿意（Drewnowski, 1987；Muth & Cash, 1997；Raudenbush & Zellner, 1997）。依此推論，年長的女性因爲擺脫了被欲求的束縛，逐漸展現自我身體的主體性，其身體挫折度也相對較低；而年長的男性基本上是社會中欲求女體或年輕身體的狩獵者，其身體之自主性最強，因而對自己的身體滿意度最正向。

2、差序性倒錯的人際壓力——影響身體意象的主要中介因子

本研究發現，人際壓力果然是影響身體意象的重要中介因子，尤其是女性與年輕族群傾向在意他人對其體型之批評，且因而產生身體挫折感。研究更進一步指出，最重要的人際壓力源是配偶或親密關係，其次竟然是販售衣物的店員。這個研究結果與西方文獻有所出入，西方文獻發現家人（特指父母）的批評與同儕的嘲笑是身體意象的重要壓力源（Fabian & Thompson, 1989；Gleason, Alexander, & Somers, 2000；Green & Pritchard, 2003；Pauls & Daniels, 2000），卻沒有任何研究發現店員也是形成

身體意象的壓力源，而這也是與本研究發現較獨特之處。

如何解釋這樣的現象呢？就華人人際關係網絡之親疏遠近而言，其順序應該是配偶（親密關係）、父母（親友）、同事朋友、店員等形成一差序性，而在意受批評的程度也應該依序遞減。然而本研究顯示，在意店員的程度竟然跳到父母之前，這顯示店員原是被認定爲外人而非自己人，其人際倫理應該是「買賣不成情意在」，而不是對客人任意批評；一旦店員踰越了人際分際，當起當事人的「擬親人」而任意批評當事人的體型時，讓人更爲之氣結。

從當代文化社會學者P. Bourdieu的日常生活言行經濟學理論來看，每個行動主體會察知自己在生活場域中的位置，並運用其資源來爭取更優勢的位置（Bourdieu, 1984；張錦華，2002）；因此，衆多的女性與年輕族群會藉著節食或瘦身等改變體型的行爲，讓自己的身體符合「標準化體型」，以提昇自我在社會場域中的自尊及價值感，或在人際場域中取得與他人平等或優勢的位階。而在社會中地位原較消費者低的服裝店店員，也會藉著「標準化身體」的價值位階較高，據此任意批評他人的身體，以取得自己的心理優勢。

3、內化與批判之間——再論媒體對身體意象的影響

本研究最出乎意料之處是：資料顯示台灣民衆無論男性或女性對瘦身廣告的信任、對瘦身產品的信任，對媒體所強調的標準化身體觀「女人瘦才是美」、「男人有肌肉才帥」都是偏弱的，在年齡層方面，年長者對廣告訊息是偏向更不信任，但與年齡層較低者之差異並不大。這樣的結果與以往認爲媒體訊息具有相當影響力（Green & Pritchard, 2003；Harrison & Cantor, 1997；Vartanian et al. 2001；張錦華，2000）之研究有所不同。雖然本研究中媒體之影響力偏弱，但進一步分析也指出，媒體信任與身體滿意度呈顯著負相關，與體型改變行爲呈顯著正相關；換言之，愈相信瘦身廣告與產品之效果，身體滿意度越低，其體型改變行爲也越明顯，這樣的廣告影響力方向仍與過去的研究一致。這樣看似矛盾卻又有內在一致性的研究結果，正呼應前面文獻探討所言，現代社會中，一方面媒體有強調瘦身價值的訊息，對人們的認知具有潛移默化之效，另一方面，媒體中也有批判瘦身的訊息，讓閱聽人具有批判標準身體美的意識，如張錦華（2002）的研究

所示，廣告批判意識影響廣告認同度，而廣告認同度進而顯著地影響身體意象。這樣的一正一反的兩股力量抗拮之後，使得台灣民衆在媒體信任的反應雖落於中數偏低處，對身體意象的中介影響也顯得偏弱，卻又不可忽略（如圖二結構方程模式所示）。

4、無關乎性別意識？——隱性與顯性之別

本研究顯示台灣民衆的性別平等意識稍偏高，但卻對身體意象沒有顯著預測效果，這樣的研究結果也與西方之研究文獻有相符合之處，如Cash等人（1997）、Dionne等人（1995）、及Snyder與Hasbrouck（1996）等研究也都指出女性主義認同與身體滿意度之關聯性並不顯著。

這樣的結果可以從Wilson、Lindsey及Schooler（2000）最近提出的「態度的雙元模式」（model of dual attitudes）角度來思考。「態度的雙元模式」將態度分為「隱性態度」（implicit）與「顯性態度」（explicit）兩種，兩種態度的測量方式迥異，前者最常用內引連結測驗法（implicit association test，簡稱IAT）（Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998），後者多為傳統的自陳式報告（self report）；研究也指出兩種態度之間的相關偏低（Karpinski & Hilton, 2001），且不同態度預測不同的行為，如隱性態度預測自發性與不可控制之行為反應，而顯性態度則預測自主、可控制之行為（Wilson et al., 2000）。既然「身體意象」定義為長期由文化與社會所建構，即受社會文化潛移默化之產物，且是一種動態性存在，可以推斷它是偏向自發性且不可控制的概念，因此應該是隱性態度的預測力較強。然而本研究是採取面訪方式，測量之內容也強調性別權益，而不是細緻的性別刻板印象，既然研究方式是偏重理性思維，所測量到的可能就偏向顯性意識而不是隱性意識，因而對身體意象較缺乏預測力。這樣的推論也可以適用於上述的媒體信任之測量，也就是說，本研究所測得的媒體信任是偏向顯性意識，或許將導致對身體意象的預測力偏低。

結語

總之，本研究結果對台灣民衆之身體意象有了一清楚的輪廓，同時也掌握了影響身體意象的重要預測因子，如發現性別與年齡具有直接、間接的影響力，這是較具世界普同性的影響因子。另外，本研究最具本土特色之處是發現人際壓力是影響身體

意象最強的中介因子，其中服裝店店員也具有相當的影響力，足見華人社會取向行動邏輯的廣泛性。另外，媒體信任之預測力雖未如西方文獻所推演，卻讓我們看見台灣民衆對媒體具有某種程度的批判力。最後，本研究以「態度的雙元模式」對媒體信任與性別意識都作了顯性與隱性之分的推演，是未來值得進一步研究之處。未來可以進一步釐清影響身體意象向的中介因子中，除了人際壓力之外，還有哪些屬於隱性的個人意識方面之變項。

參考文獻

- 古琪雯（2003）。「青少年體型不滿意、社會體型焦慮與飲食異常傾向之關係研究」（未發表之碩士論文）。台北：國立台灣師範大學衛生教育研究所。
- 林旭龍（1995）。大專女生減肥意識、體型誤認有關之健康科學研究。「臺北護理學院學報」，2，131-157。
- 周玉真（1992）。「青少年的身體意象滿意度與其自我概念、班級同儕關係之相關研究」（未發表之碩士論文）。台灣彰化：國立彰化師範大學輔導研究所。
- 洪嘉謙（2001）。「大專女生性別角色與身體形象關係之研究」（未發表之碩士論文）。台灣台中：私立靜宜大學青少年兒童福利系。
- 章英華、傅仰止（主編）（2003）。「台灣地區社會變遷基本調持計劃——第四期第三次調查計劃執行報告」。台北：中央研究院社會學研究所。
- 黃伯超、游素玲、林月美、朱志良（1992）。我國成年人性別、年齡別、身高別、體重、及過重與肥胖界定之探討。「中華營養雜誌」，17，157-172。
- 張錦華（2002）。「女為悅己者“瘦”？——媒體效果與主體研究」。台北：正中書局。
- 張錦華（2000）。1982至1999台灣瘦身廣告研究——多面向的研究。「廣告學研究」，15，67-114。
- 陳君儀（2001）。「社會化過程因素與少年身體形象之覺之研究」（未發表之碩士論文）。台北：國立台灣大學社會學研究所。
- 楊國樞（2002）。中國人的社會取向：社會互動論觀點。見楊國樞（著）：「華人心理的本土化研究，第三章」，頁79-118。台北：桂冠圖書。
- 蕭芳惠、林薇（1998）。台北市高中女生的體型意識

- 及飲食異常傾向之研究。「衛生教育學報」, 11, 107-126。
- 鄭美瓊 (2003)。「某大學女生外表吸引力知覺與塑身美容行為之研究」(未發表之碩士論文)。台北:國立台灣大學衛生教育研究所。
- 聶西平 (1998)。「瘦身廣告之內容分析」(未發表之碩士論文)。台北:國立台灣大學公共衛生學研究所。
- Botta, R. (1999, Spring). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of Communication*, 22-41.
- Bourdieu, P. (1979/1984). *Distinction: A social critique of the Judgment of taste*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Brenner, J. B., & Cunningham, J. G. (1992). Gender differences in eating attitudes, body concept, and self-esteem among models. *Sex Roles*, 27, 413-436.
- Brownell, K. D., & Wadden, T. (1992). Etiology and treatment of obesity: Understanding a serious, prevalent, and refractory disorder. *Journal of Counselling and Clinical Psychology*, 60, 505-517.
- Cash, T. F., Ancis, J.R., & Strachan, M.D.(1997). Gender attitudes, feminist identity, and body images among college women. *Sex Roles*, 36, 433-447.
- Cohen-Tovee, E. M. (1992). Depressed mood and concern with weight and shape in normal young women. *International Journal of Eating Disorders*, 14, 223-227.
- Demarest, J., & Langer, E. (1996). Perception of body shape by underweight, averageweight, and overweight men and women. *Perceptual and Motor Skills*, 83, 569-570.
- Dionne, M., C. Davis, J. Fox, & Gurevich, M. (1995). Feminist ideology as a predictor of body dissatisfaction in women. *Sex Roles*, 33, 277-287.
- Drewnowski, A. (1987). Men and body image: Are males satisfied with their body weight? *Psychosomatic Medicine*, 49, 626-634.
- Fabian, L., & Thompson, J.K. (1989). Body image and eating disturbance in young females. *International Journal of Eating Disorders*, 8, 63-74.
- Feingold, A., & Mazzella, R. (1998). Gender differences in body image are increasing. *Psychological Science*, 9, 190-195.
- Fisher, S. (1990). The evolution of psychological concepts about the body. In T. Cash & T. Pruzinsky (Eds.), *Body image: Development, deviance and change* (pp. 3-20). New York: Guilford Press.
- Franzoi, S. L., & Shields, S. A. (1984). The Body esteem scale: Multidimensional structure and sex differences in a college population. *Journal of Personality Assessment*, 48, 173-178.
- Friedman, M. A., Dixon, A. E., Brownell, K. D., Whisman, M. A., & Wilfley, D. E. (1999). Marital status, marital satisfaction, and body image dissatisfaction. *International Journal of Eating Disorders*, 26, 81-85.
- 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.
- Furnham, A., & Greaves, N. (1994). Gender and locus of control correlates of body image dissatisfaction. *European Journal of Personality*, 8, 183-200.
- Garner, D. M., & Garfinkel, P. E. (1980). Cultural expectations of thinness in women. *Psychological Reports*, 47, 483-491.
- Gleason, J. H., Alexander, A. M., & Somers, C.L. (2000). Later adolescents' reactions to three types of childhood teasing: Relations with self-esteem and body image. *Social Behavior and Personality*, 28, 471-480.
- Green, S. P., & Pritchard, M. (2003). Predictors of body image dissatisfaction in adult men and women. *Social Behavior and Personality*, 31(3), 215-222.
- Greil, H. (1990). Sex differences in body build and their relationship to sex specific processes of ageing. *Collegium Anthropologicum*, 14, 247-253.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464-1480.
- Grogan, S. (1999). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, woman, and children*. New York: Routledge Press.
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murmen, 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.
- Gurin, P., & Townsend, A. (1986). Properties of gender identity and their implications for gender consciousness. *British Journal of Social Psychology*, 25, 139-148.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47, 40-67.
- 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.
- Ho, D.Y. F. (1993). Relational orientation in Asian social psychology. In U. Kim & J.W. Berry (Eds.), *Indigenous psychologies: Research and experience in cultural context*. Newbury Park, CA: Sage.
- Ho, D.Y. F., & Chiu, C. Y. (1994). Component ideas of individualism, collectivism, and social organization. In U. Kim, H. Triandis, C. Kagitcibasi, S-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method, and applications*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hwang, K. K. (2000). Chinese Relationalism: Theoretical construction and methodological considerations. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 30(2), 155-178.
- Karpinski, A., & Hilton, J.L., (2001). Attitudes and the implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 774-788.
- Kowner, R. (2002). Japanese body image: Structure and esteem scores in a cross-cultural perspective. *International Journal of Psychology*, 3, 149-159.
- Lamb, C. S., Jackson, L. A., Cassiday, P. B., & Priest, D. J. (1993). Body figure preferences of men and women: A comparison of two generations. *Sex Roles*, 28, 345-358.
- Lokken, K., Ferraro F. R., Kerchiner T., & Bowling M. (2003). Gender differences in body size dissatisfaction among individuals with low, medium, or high levels of body focus. *The Journal of General Psychology*, 130(3), 305-310.
- Loomis, R. A., & Thomas, C. D. (1991). Elderly women in nursing home and independent residence: Health, body attitudes, self-esteem and life satisfaction. *Canadian Journal on Aging*, 10, 224-231.
- McCaulay, M., Mintz, L., & Glenn, A. A. (1988). Body image, self-esteem, and depression-proneness: Closing the gender gap. *Sex Roles*, 18, 381-391.
- McKinley, N. M. (1998). Gender differences in undergraduates' body esteem: The mediating effect of objectified body consciousness and actual/ideal weight discrepancy. *Sex Roles*, 39, 113-123.
- Mintz, L. B., & Betz, N. E. (1986). Sex differences in the nature, realism, and correlates of body image. *Sex Roles*, 15, 185-195.
- Mintz, L. B., & Kashubeck, S. (1999). Body image and disordered eating among Asian American and Caucasian college students. *Psychology of Women Quarterly*, 23, 781-796.
- Muth, J. L., & Cash, T. F. (1997). Body-image attitudes: What difference does gender make. *Journal of Applied Social Psychology*, 27, 1438-1452.
- Myers, P.N., & Biocca, F. A. (1992). The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortion in young women. *Journal of Communication*, 42(3), 108-133.
- Nassar, M. (1988). Culture and weight consciousness. *Journal of Psychosomatic Research*, 32, 573-577.
- Pauls, B. S., & Daniels, T. (2000). Relationship among family, peer network, and bulimic symptomatology in college women. *Canadian Journal of Counseling*, 34, 260-272.
- Phelps, L., Johnstons, L.S., Jimenez, D. P., Wilczenski, F. L, Andrea, R. K., & Healy, R. W. (1993). Figure preference, body dissatisfaction and body distortion in adolescence. *Journal of Adolescent Research*, 8, 297-310.
- Pruzinsky, T., & Cash, T. F. (1990). Integrative themes in body-image development, deviance, and change. In T. Cash and T. Pruzinsky (Eds.), *Body image: Development, deviance and Change* (pp. 337-349). New York: Guilford Press.
- Raudenbush, B., & Zellner, D. A. (1997). Nobody is satisfied: Effects of abnormal eating behaviors and actual and perceived weight status on body image satisfaction in males and females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 16, 95-110.

- Rodin, J. (1993). Cultural and psychosocial determinants of weight concerns. *Annals of Internal Medicine*, 119, 643-645.
- Schilder, P. (1950). *The image and appearance of the human body*. New York: International Universities Press.
- Showers, C.J., & Larson, B. E.(1999). Looking at body image: The organization of self-knowledge about physical appearance and its relation to disordered eating. *Journal of Personality*, 67, 659-700.
- Snyder, R., & Hasbrouck, L. (1996). Feminist identity, gender traits, and symptoms of disturbed eating among college women. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 593-598.
- Stokes, R., & Frederick- Recascino C. (2003). Women's perceived body image: Relations with personal happiness. *Journal of Women and Aging*, 15(1), 17-29.
- Taylor, S.E. (1995). *Health psychology* (3rd ed.). London: McGraw-Hill.
- Taylor, M. J., & Cooper, P. J. (1986). Body size overestimation and depressed mood. *British Journal of Clinical Psychology*, 25, 153-154.
- Thompson, J. K. (1990). *Body image disturbance: assessment and treatment*. New York: Pergamon Press.
- Tiggeman, M., & Pennington, B. (1996). The development of gender differences in body-size dissatisfaction. *Australian Psychologist*, 25, 306-313.
- Twamley, E. W., & Davis, M. C. (1999). The sociocultural model of eating disturbance in young women: The effects of personal attributes and family environment. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 18, 467-489.
- Vartanian, L. R., Giant, C. L., & Passino, R. M. (2001). "Ally McBeal vs. Arnold Schwarzenegger": Comparing mass media, interpersonal feedback and gender as predictors of satisfaction with body thinness and muscularity. *Social Behavior and Personality*, 29, 711-723.
- Wilcox, C. (1997). Racial and gender consciousness among African-American women: Sources and consequences. *Women and Politics*, 17(1), 73-94.
- Wilson, T. D., Lindsey, S., & Schooler, T. Y. (2000). A model of dual attitudes. *Psychological Review*, 107, 101-126.



Body Image and Its Predictors in Taiwan : Interpersonal Pressure and Media Agreement As Mediators

Li-Li Huang¹ and Chinhwa Chang²

¹*National Tsing Hua University, Center for General Education*

²*National Taiwan University, Graduate Institute of Journalism*

Since the 90's, body image has become an important theme of research in social scientists' eyes. Both domestic and international research has found that people tend to feel more and more frustrated with their body image, and much more people feel dissatisfied with their own body and distort their own body shape. However, most studies focus solely on college students, teenagers and females. This study is based on a large representative survey sample of almost 2000 adults conducted by Academia Sinica at Taiwan in 2003. It reexamines Taiwanese body images (including three components: body distortion, body satisfaction, and body change) and its influencing factors and path.

Results showed that the mean objective body shape (Body Mass Index, BMI) of the sample was within standard health ranges, but people tended to overestimate their body shape (especially females and young people). In addition, gender and age were found to have significant influence on body images. On average, females and young people showed more body distortion, body dissatisfaction and more desire for body change. Older adults showed less body distortion and dissatisfaction and less impact of interpersonal pressure. Moreover, interpersonal pressure was the most significant mediating factor

between gender and age, and body image. Romantic partners' and intimate others' criticism of the body was the first priority of concern for females under 35, and clothes clerks' criticism was second. The influence of media and gender consciousness was not as strong as expected. Finally, using body images as dependent variables, gender and age as independent variables, and interpersonal pressure and media agreement as mediating variables; a structural equation model (SEM) was constructed and found to have an acceptable fit with the data. Objectification theory is applied to illustrate the significant differences between body images according to gender and age; Chinese social orientation is used to explain how interpersonal pressure is a strong effective mediator of gender and age differences; the trade-off between trusting and criticizing media results in a weakening the influence of media, and finally, distinguishing explicit attitudes from implicit attitudes is used to explain the lack of mediation effects for gender consciousness.

Keywords: *body images, gender consciousness, media agreement, objectification theory, social orientation, model of dual attitudes*

