

國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程

碩士學位論文

#Fitspiration? Instagram 健身照片對女性

身體意象、強迫運動傾向與幸福感影響

#Fitspiration? The effect of Instagram fitness images on
women's body image, compulsive exercise, and well-being

指導教授：林淑芳 博士

研究生：張嘉育 撰

中華民國109年11月

謝辭

終於在研究所時完成了我唸政大傳院的夢想，九年前離開家裡的那一夜宛如才過不久，但已過了九個年頭，這裡也不知不覺成為了我的第二個家。能充實開心的完成研究所，最感謝的是我的指導教授，多虧老師用細心和耐心陪我完成這一哩路，常常在我氣餒時鼓勵我，在我迷茫時給我建議，教會了我很多大大小小的道理，都成為了我現在變的更好的養分。我想，能在研究所遇到淑芳老師，成為老師的第一個學生及第一個研究助理，一起度過的兩年日子是我最懷念的日子，也是研究所最值得最有意義的一件事。

感謝在從我大學開始就陪伴在我身邊的安安、Peggy、Linda、潔盈和阿慧。每一個春夏秋冬都有和你們的回憶，有太多太多回憶都是和你們一起度過，也謝謝你們永遠在我難過低潮時拉我一把，成為了我在台灣依靠的後盾。

當然，感謝每個研究所教導過我的老師們，還有一起奮戰、互相打氣的研究所夥伴們，從讀書會、每一屆瘋狂萬聖節和聖誕節等無數個日子都成為了我研究所最甜蜜的時光。特別要感謝我的戰友文楷，在研究所這條路上力挺我給予幫助，還有一起在咖啡廳寫論文的翰翰，當然還有很重要的林駿、宜靜、Ivy、Carrie、健成、許悅、珠姐、郁宸、珮菁、威邦、楨瑩、康康！也少不了從我 13 歲就和我一起長大的兄弟姐妹們，雖然只有逢年過節能回家和你們相聚，但感情卻永遠不變，謝謝姐妹們 Sarah、雯雯、Sien 和阿江，還有兄弟們 Cj、Bk、Bin、Yuwei、Karl、CY、Kai、Huar 及 Shihjie。感謝耐心教導我統計的學長濟璋，熱心幫忙的正華助教、靜媚助教、倩瑜助教，還有常常給我鼓勵

的 Shawn、常常一起去吃美食和講笑話給我聽的家明，還有太多太多要感謝的人，謝謝每個在研究所道路上給予我力量的你們。

最重要的部分留給我的家人，謝謝家人支持我做的每個決定，讓我可以無後顧之憂的追尋自己的夢想，離開家裡是很艱難的決定，常常覺得愧對於父母，沒辦法時時刻刻在他們身邊，也非常謝謝爸媽的體諒。非常感謝我的媽咪，我真的很愛你，沒有你絕對不會有今天的我，你是一個溫柔又堅強的媽咪，讓我在滿滿的愛環境下長大，你永遠把最好的給我，把你的青春年華都用在我們身上，能成為你女兒是我這輩子最幸福的事。還有辛苦賺錢的爸爸和很疼我很照顧我的哥哥，我愛你們！還有我愛的阿姨舅舅、表姐表哥及舅母！

最後，我想把這份論文獻給所有的女性，請相信無論是什麼樣子的你都是最優秀的。希望未來的日子裡，我們都不會被社會主流審美觀所牽絆，逃脫社會對於女性身體形象的枷鎖。身材沒有所謂的標準，勇敢做自己及珍愛自己，沒有人可以定義我們更不能決定我們的樣子，只有自己有權利決定自己想要的樣子，祝福我們都能活出自己最想要的樣子！

嘉育

2020 年 11 月

摘要

「#Fitspiration」是目前Instagram上熱門的標籤之一，是由健身（Fits）及鼓勵（Inspiration）組合的網絡新詞彙，意指帶有激勵人們去運動和追求健康生活的圖像和訊息。許多健身名人會在Instagram中分享自己的健身照，希望能透過自己的身材激勵他人多運動以達到理想中的身材。而台灣目前仍缺乏Fitspiration相關研究，因此本研究將以「Fitspiration訊息對女性閱聽人的影響」為切入點，探討Fitspiration訊息對女性的身體意象、強迫運動傾向及幸福感的影響，並將「社會比較」及「自我憐憫」納入研究架構，釐清這兩者在Fitspiration中所扮演的角色。

本研究採用實驗法平均將受試者分為三組，分別觀賞三組在Instagram上不同帳號之下的組合照片：Fitspiration訊息（例：健身照片組）、非Fitspiration訊息（例：旅行照片組）及具有自我憐憫意涵的Fitspiration訊息（例：健身照搭配自我憐憫語錄）。研究結果顯示，觀看「Fitspiration訊息」的女性與觀看「非Fitspiration訊息」女性相較起來，前者的正向身體意象及主觀幸福感較低，強迫運動傾向則較高。再者，觀看「Fitspiration訊息」的女性與觀看「具有自我憐憫意涵Fitspiration訊息」的女性相較下發現，後者的正向身體意象及主觀幸福感較高，強迫運動傾向較低。最後，本研究發現「社會比較」只在強迫運動傾向中發揮其中介角色，但在正向身體意象及主觀幸福感上則無中介效果；「自我憐憫」則在正向身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福感間具有中介影響力。由此可見，Fitspiration訊息會對女性閱聽人帶來負面影響，而自我憐憫能在其中做為有效的保護機制，降低因Fitspiration訊息所帶來的負面影響。

關鍵字：身體意象、強迫運動傾向、幸福感、健身照片、社會比較、自我憐憫

目次

第壹章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第貳章 文獻探討.....	6
第一節 Instagram 上的 Fitspiration 文化.....	6
第二節 Fitspiration 中的女性身體意象.....	8
第三節 Fitspiration 中的強迫運動傾向.....	11
第四節 Fitspiration 中的幸福感.....	13
第五節 Fitspiration 中的社會比較.....	16
第六節 Fitspiration 中的自我憐憫.....	19
第參章 研究方法.....	25
第一節 研究假設與研究架構.....	25
第二節 研究方法與研究設計.....	27
第三節 實驗刺激物選擇與設計.....	28
第四節 正式實驗與對象流程.....	32
第五節 研究變項定義與測量.....	33
第六節 前測.....	41
第肆章 研究結果分析.....	51
第一節 實驗受試者樣本分布.....	51
第二節 樣本數量統計.....	52
第三節 操弄檢定.....	54
第四節 量表信度檢驗.....	57
第五節 初步分析.....	58
第六節 假設檢定.....	59
第伍章 結論.....	74

第一節 發現與討論	74
第二節 學術與實務貢獻	79
第三節 研究限制及研究建議	81
參考資料	83
附錄：正式施測問卷	96



表次

表 3-1 研究假設	25
表 3-2 自我憐憫語錄	30
表 3-3 身體滿意度量表	34
表 3-4 強迫運動傾向	35
表 3-5 生活滿意度量表	37
表 3-6 正負向情感量表	37
表 3-7 外表比較量表	38
表 3-8 自我憐憫量表	39
表 3-9 Fitspiration 定義之量表	42
表 3-10 自我憐憫語錄定義題項	43
表 3-11 健身圖片單一樣本 t 檢定	46
表 3-12 旅行圖片單一樣本 t 檢定	46
表 3-13 自我憐憫語錄單一樣本 t 檢定	47
表 4-1 實驗受試者有效樣本分佈	51
表 4-2 Instagram 使用基本狀況分析	52
表 4-3 運動狀況基本分析	53
表 4-4 健身照片同意程度單一樣本 t 檢定	55
表 4-5 照片吸引力、喜愛程度單因子變異數分析	56
表 4-6 量表信度分析	57
表 4-7 各變數相關係數矩陣表	58
表 4-8 各變項間簡單比較	70
表 4-9 各變項間描述性統計	70



圖次

圖 3-1 研究架構	27
圖 4-1 中介模型檢驗圖 (社會比較 & 正向身體意象)	62
圖 4-2 中介模型檢驗圖 (社會比較 & 強迫運動傾向)	63
圖 4-3 中介模型檢驗圖 (社會比較 & 主觀幸福感)	64
圖 4-4 中介模型檢驗圖 (自我憐憫 & 正向身體意象)	67
圖 4-5 中介模型檢驗圖 (自我憐憫 & 強迫運動傾向)	68
圖 4-6 中介模型檢驗圖 (自我憐憫 & 主觀幸福感)	69



第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

打開電視、網絡、翻開報紙甚至在街上的廣告看板都充斥著各式各樣對於美的標準訊息，但這些所謂美的訊息內容不外乎都是以「苗條」、「纖細」做為女性應有的標準及理想身體形象。當女性長期接受這類型的媒介後，會將自己的身體形象與媒體中的女性進行對比（Dittmar & Howard, 2004）。根據以往的研究發現，當一般女性長期暴露在「瘦理想」的訊息時，卻又無法達到與瘦理想相同的身材，便會引發其負面情緒及健康上的問題像是憂鬱、對自身身體的不滿意及飲食障礙等（Boepple & Thompson, 2016；Tiggemann & Slater, 2013）。在減肥風潮盛行之下，導致更多的女性近乎病態的追求瘦，嚴重影響身心靈的健康，在近幾年引起了高度關注。在反思「病態瘦」帶來的負面影響之下，社會上漸漸開始有人提出以健康的身形「健壯美」為理想身體形象，希望藉此改善「瘦即是美」的社會風氣，鼓勵大眾透過健身及健康飲食以達到健壯之身體形象，不要再盲目的追求瘦理想中的身材。

隨著這股風潮，大家的健康意識已有所提高，越來越多人願意投入時間及金錢在運動上。108年運動現況調查成果顯示，全台參與運動人口比例達到83.6%，而規律運動人口比例也再度創新高，達33.6%（台灣體育署，2018），顯然運動風氣在這幾年已經越來越旺盛。健身房更是猶如雨後春筍般的出現，反映人們對於健身的需求已經大幅上升，人們也比以往更加關注與健身相關的議題，媒體上也隨之出現不少諸如此類的訊息。舉例來說，Instagram近幾年就有不少健身名人在自己的帳號分享健身照和健身技巧，並且特別凸顯自己的身

材，將內容焦點放在腿部、手部、胸部及腹部等身體部位。這些健身名人在 Instagram 上擁有許多追蹤者（follower），追蹤者們將他們當成生活上的楷模，紛紛開始效仿他們，希望自己可以和他們擁有一樣的體態，由此可見這些名人對粉絲們的影響不容小覷。國外學者將其現象稱為「Fitspiration」，是由健身（fits）及鼓勵（inspiration）這兩個單詞組合起的網絡新詞彙。Fitspiration 指的是與健身相關的訊息，可將其定義為帶有激勵人們去運動和追求更健康生活的圖像和訊息。

現今，有許多人將 Fitspiration 視為一種生活態度，不再一昧的追求「瘦」，而是透過健康的方式如健身及健康飲食來達到「健壯美」的身材（Tiggemann & Zaccardo, 2015）。在臺灣，有名的 Fitspiration 名人如「@Jessicababyfat」在 Instagram 上就擁有了 38.3 萬的追蹤者，而身為台大學生的「@May Liu」在 Instagram 上面也累積了 18.5 萬追蹤者，這些健身名人的追蹤者主要都是以年輕女性組成為主。根據 OpView 社群口碑資料庫（2018）在一個健身相關的調查中發現，除與健身相關的討論中，同時出現「女生」、「女性」的關鍵字，反映了女性對於健身議題的關注。在女性運動風潮逐漸成熟之下，許多女性在搜尋 Instagram 裡的健身資訊時，映入她們眼簾的都是那些擁有健壯身材的健身名人自拍照，在這些看似激勵人心的內容裡，有沒有可能影響了女性自身對於外貌及身材的看法呢？

雖然紙片人風潮已逐漸退去，但在追求結實肌肉和完美線條比例的時候，社會漸漸的又為美麗的定義重新擬定標準。不管是強調「瘦」或「健美」的時代，媒體仍強化了某些特定的理想身體形象，此趨勢可能使社會大眾形成特定喜好，從而窄化了女性可以展演的外貌和身體形象，限制了女性的自由發展，

最終女性更是有可能失去了對自身身體最確實的感受。不論是「紙片人」還是「健壯美」的時代，女性始終沒有逃脫社會對於女性身體形象的枷鎖。

在 Fitspiration 的風潮之下，女性的審美價值及自我要求正在經歷一場改變，媒體中「紙片人」的形象看似漸漸被「健壯美」的身體形象取代中（Tiggemann & Zaccardo, 2015）。但我們需思考的是這股風潮是否就讓女性做回自己真正的主人，女性確實掌握了對於自己身體及審美觀的自主權嗎？新舊媒體不斷再現這樣的女性形象，終究會對女性的帶來怎樣的影響呢？

第二節 研究目的

至今日，許多研究仍集中在接觸報紙、雜誌或電視等傳統媒體對於閱聽人身體意象的影響（Smith & Bell, 2018）。然而，隨著閱聽人的媒體使用習慣改變，Facebook、YouTube 及 Instagram 這一類的新媒體對閱聽者的身體意象也存在不同的影響（Fardouly & Vartanian, 2015）。根據 Statista 統計資料庫（2018）的調查指出，截至 2018 年 6 月為止 Instagram 已經擁有 10 億月活躍全球用戶，台灣 Instagram 的月使用人數更達到 740 萬人，佔了將近台灣三分之一的人口，此現象代表有越多來越多人趨向使用社群媒體。此外，Hargreaves 和 Tiggemann（2006）的研究指出，當女性觀看標榜理想化女體形象的廣告後，會增加對自身身體的不滿。但男性觀看標榜理想化男體形象的廣告後，卻不會增加男性對自身身體的不滿，研究結果顯示媒體對女性身體形象的影響比男性更大。綜合上述，本研究認為新媒體 Instagram 對女性閱聽人身體意象的影響值得我們深入探討及研究。

國外陸續有研究發現，Fitspiration 的初衷雖然是鼓勵人們追求健康的生活和體態，但 Fitspiration 其實不然對女性的健康都有幫助，因為這些訊息只強調「健壯美」單一的身體形象，排擠了其他也能代表健康的多元身體形象。在這樣單一又理想化身材的訊息背後，隱藏著的是改變外表而不是以健康為主的意涵（Homan & Tylka, 2014）。當一般女性無法達到「結實的肌肉、緊實的線條」這些理想化的身材時，既有可能造成她們產生負面的身體意象，並會強迫自己運動，增加了負面情緒、進食障礙及憂鬱症的罹患機率（Prichard et al., 2018；Slater et al., 2017）。

根據過往 Fitspiration 的文獻中發現，目前研究大多集中在西方國家，而針對亞洲所發行的研究數量甚少，在台灣目前並無 Fitspiration 相關的研究。因此本研究想要探討的是，Instagram 上的 Fitspiration 現象對台灣女性的具體影響為何。

另外，國內外許多學者將社會比較理論（social comparison）做為基礎，就媒體對女性身體意象影響進行了大量的研究。社會比較理論指的是個體會透過他人作為比較的尺度，來進行自我評價（Festinger, 1954）。許多研究結果發現，女性的負向身體意象會受到社會比較機制的影響，也就是說女性會將自己的身材與他人做比較，並評價自己的身材，進而產生對身體的不滿及厭惡（Dittmar & Howard, 2004；Loya et al., 2006）。晚近以來也有學者發現女性在接受 Fitspiration 訊息時會受到社會比較機制的影響，而產生負面身體意象（Tiggemann & Zaccardo, 2015）。換言之，當一般女性與理想中的 Fitspiration 人物進行比較後，若覺得自己與對方相差甚遠時，就會產生了對自身身體不滿、負面情緒及強迫運動的行為（Kim & Chock, 2015；Robinson et al.,

2017)。因此，本研究將「社會比較理論」納入研究架構，釐清社會比較在 Fitspiration 所扮演的角色，並且對女性身體的不滿、強迫運動的行為及幸福感影響為何。

此外，過去的研究多半只聚焦在媒體對女性負面身體意象的研究，但卻鮮少有研究解釋要如何預防及減少這些負面影響出現。直到最近，Neff (2013) 認為自我憐憫 (self-compassion) 能夠弱化女性身體負面意象。自我憐憫意指個體能夠對自己更加仁慈、明白失敗仍平常事，並且能平衡負面及正面的情緒 (Neff, 2013)。研究發現，自我憐憫較高的女性的負面身體意象及強迫運動程度都較低，而幸福感 (well-being) 相對較高 (Magnus et al., 2010)。學者 Slater 等人 (2017) 也將自我憐憫概念套用至 Fitspiration 的研究，結果發現提高受試者的自我憐憫程度可以減少 Fitspiration 所帶來的負面影響，說明了自我憐憫和女性身體意象有顯著的正向關係。因此本研究接續探討自我憐憫對身體意象、強迫運動傾向及幸福感的影響為何。

總結上述所言，本研究問題具體整理如下：

- 一、Fitspiration 訊息對台灣女性影響為何？
- 二、探討社會比較機制，對 Fitspiration 訊息與女性身體意象、強迫運動傾向及幸福感的影響為何？
- 三、探討自我憐憫，對 Fitspiration 訊息與女性身體意象、強迫運動傾向及幸福感的影響為何？

第貳章 文獻探討

第一節 Instagram 上的 Fitspiration 文化

一、Fitspiration 定義

Fitspiration 指的是熱愛健身的人們透過自己的身材激勵人們藉由運動及健康飲食來實現自己理想中的身材 (Tiggemann & Zaccardo, 2015)。Fitspiration 是由 Fitness 和 Inspiration 兩個單詞結合的網絡新詞彙，但早在 Fitspiration 之前還有一個相似的概念 Thinspiration，是由 Thin 結合 Inspiration 的網絡詞彙，意指以纖細苗條的人作為減肥的靈感，鼓吹人們採取激烈的節食或運動方式來達成目的 (Dalley & Buunk, 2009)。這一種病態的減肥方式已被證實嚴重影響社會大眾的健康，特別對年輕女性影響最大，像是會引起女性們對自身身體的不滿，進而提高其罹患進食障礙及憂鬱症的機率 (Ghaznavi & Taylor, 2015 ; Lewis & Arbutnott, 2012)。因此，社群媒體在 2012 年開始管制用戶們自由上傳有關 Thinspiration 的照片。但就在 Thinspiration 風氣漸消退時，取而代之的是以「強壯、健美或是苗條身材」為主的貼文，內容大多以健身為主題，並且激勵人們透過健康飲食或運動去追求自己理想中的身材。因此，Fitspiration 成為了現今社群媒體上流行的趨勢之一 (Slater et al., 2017 ; Tiggemann & Zaccardo, 2015)。

Fitspiration 為 Tiggemann 和 Zaccardo (2015) 所提出的概念。他們認為 Fitspiration 的初衷雖然是鼓勵人們健康飲食及多運動，但卻對女性身體意象產生了潛在的負面影響。後續也有研究發現 Fitspiration 訊息會增加女性的負面情緒、增加罹患進食障礙的機率及降低幸福感、自尊心等 (Griffiths et al.,

2018)。此外，有研究透過蒐集社群媒體上擁有「#Fitspiration」及「#Thinspiration」標籤的照片做出分析對比後發現，超過80%的Fitspiration圖片內容仍然是以苗條、纖細為標準身材。換句話說，社群媒體上Fitspiration圖片內容仍以瘦為主流，並沒有Fitspiration原意中所指的健壯身材。但無論過瘦或是健美的身材，這些都不是一般女性所能輕易擁有的身材。因此，當媒體不斷傳達「理想化身材」的訊息均會導致女性對美產生一種不可企及及不切實際的想法（Talbot et al., 2017）。

二、Instagram 上的台灣 Fitspiration 現象

Fitspiration現象在Instagram上特別盛行，搜索「#Fitspiration」這一標籤就能找到高達一千九百萬則的貼文。雖然貼文都以歐美女性為主，但這是因為礙於各國所使用的語言不同，目前在亞洲地區較少人用「#Fitspiration」這一標籤。不過值得注意的是，在亞洲甚至是台灣也不乏相似的貼文，台灣人就習慣在Instagram發佈貼文裡標籤「#健身」、「#健身女孩」。截至2020年3月為止，「#健身」高達76.7萬則貼文、「#健身女孩」8萬則貼文、「#健身日記」則有3.4萬則貼文。瀏覽部分內容後發現貼文以穿著健身服正在或健身後的自拍照居多，並特別凸顯自己的身材，將內容焦點放在腿部、手部、胸部及腹部等身體部位。本研究認為這些貼文符合上一小節所及的Fitspiration之定義，即能激勵人們多運動以達成目標身材，因此將當作研究中的範本來源。

Fitspiration現象之所以會在Instagram較為盛行的原因可分為二。第一，Instagram的圖像導向媒體特性規定用戶必須有圖片才能發文，因此用戶上傳照片的頻率比一般的社群媒體高出許多，不可避免的造成大量與外貌及身體有關的貼文出現（Mills et al., 2018）。第二，Instagram是一個人人都能自我展演及

交流的地方。Perloff (2014) 認為社群媒體Facebook及Instagram與傳統媒體最大的不同之處在於，社群媒體是一個可以提供個人展演、與他人互動及極具自我存在感的渠道，因其不被地域和時間限制的特性讓所有志同道合的人可以組成一個互相交流和分享的區域 (Sundar, 2013) 。換句話說，在Instagram上人人都可以是訊息的來源者，也可以是訊息的接受者，人們在Instagram上有無數的互動機會可以分享自己的健身照片及感想，造就了Fitspiration現象。

從以上論述我們可以發現，Fitspiration 已經成為Instagram上其中一種文化，更是時下年輕女性所追求流行的生活態度。下一節將就此情況可能對女性所造成的影響進行論述。

第二節 Fitspiration 中的女性身體意象

一、身體意象定義

最早提出身體意象 (Body Image) 的學者 Schilder (1950) 認為身體意象是個體對自己身體所形成的心理影像 (mental pictures) 。簡單來說身體意象是個人如何看待自己身體的一種主觀意識，反映出個人所感覺他人對其自身身體的看法。Grogan (2006) 則延伸 Schilder 的觀點，將身體意象定義為個體對自己身體的主觀知覺、想法及感受，並進一步表明身體意象主要受到社會文化的影響。身體意象為一個多維概念，會受到個體之生理、心裡及社會層面所影響而有所不同 (Keeton et al., 1990) 。例如，不同性別的身體意象就有些許差異，女性相較於男性更容易在身體意象上出現負面的情緒和主觀意識，女性的正向身體意象較低 (Cash & Brown, 1989) ，也比男性較專注於減重，並無法輕易滿

意自己的體重和身材 (Murray & Fox, 2002)。社會文化對男女性體型上存在刻板印象的要求，如男生要高壯，女生要嬌小，促使體型不符合要求的個體更容易對自身身體產生不滿 (Creary & Saucier, 2009)。Nelson 等人指出 (2011) 女性對自己身體形象的認同已被社會單一的審美感所主導，造成女性受到極大的社會壓力及歧視，長期在社會刻板印象的內化之下的女性會更在意他人如何評價自己的體態及外貌，而不是在意自身的感受和健康狀況 (Brown et al., 1990)。

在台灣，尤媽媽 (2001) 以大學生為研究對象，發現不同性別的身體意象有所差異，女性對自己的外貌評價和身體滿意度均比男性低之外，大多女性減重通常是為了美觀、社會壓力等因素，而非為了自身健康。

個體中的身體意象可分為正向、負向及同時包含正向負向的狀態。個人身體意象是影響個人心理健康的因素之一，正向身體意象有助於個體接受自身身體，愛惜及對自己的身體感到滿意。但如果個人長期出現負向的身體意象，即會對自己的身體感到不滿甚至是厭惡，產生諸多身體及心理上的健康問題 (Cash et al., 2014)，例如低自尊、負面情緒、飲食失調、身體不滿意及強迫運動等行為 (Linde et al., 2004)。媒體不斷再現社會文化中刻板印象的身體形象，長期以來只傳達對於「特定的美」的訊息，歌頌「瘦」為社會主流價值，卻貶抑其他體型。對微肉、肥胖的體型加諸了負面連結，例如懶、骯髒、沒信心、失敗等負面價值判斷；反觀，瘦下來就能為自己帶來成功、自信及快樂的人生，這一種錯誤的價值觀已在媒體形塑的社會壓力中深植人心 (Thompson & Sherman, 1993)。

二、Fitspiration 對身體意象的影響

先前已有許多研究表明，媒體是造成女性對身體不滿的最大來源之一（Thompson et al, 1999）。廣告和電視上長期傳達的「瘦理想」與女性身體不滿意有顯著關係（Dittmar, 2008）。隨著社群媒體的普及，有研究發現接觸社群媒體如 Facebook 及 Instagram 也會降低女性的正向身體意象（Tiggemann & Slater, 2013）。雖然 Fitspiration 並不是鼓吹病態瘦的風氣，但同樣的和 Thinspiration 都傳達了特定的身形，因此 Fitspiration 既有可能造成其他身形的

女性遭到排擠，在受到社會壓力及主流審美觀的影響之下，盲目的追求媒體裡理想化的身材，忽略了自身的健康及感受，帶來負面影響及降低其正向身體意象（Griffiths et al., 2018; Talbot et al., 2017）。

Fitspiration 訊息一般都以強壯或苗條的身材為主，但這一種極致身形並不是一般人能輕易達到的，使得擁有其他身材的女性會對自己的身體感到更加不滿和厭惡，認為自己是不夠努力、偷懶、沒毅力等才不能達成理想身材，增加了負向身體意象。由此可見，Fitspiration 已本末倒置，不再以健康做為鼓勵人們健身的動機，反倒變成了以強調外貌為主的動機（Homan & Tylka, 2014）。這一種不斷刻畫體型的圖片大量充斥在社群媒體上已變成一種對外貌的宣傳，而不是以健康為動力去鼓勵人們健康飲食和鍛鍊（Holland & Tiggemann, 2016）。

因此，本研究想瞭解 Instagram 上 Fitspiration 現象是否會對女性引起負面影響並且降低其正面身體意象。本研究將藉由分析 Fitspiration 照片與旅行相關照片來進行比較。在 Instagram 上除了 Fitspiration 是熱門話題之外，與旅行相關的貼文也是熱門貼文之一。截至 2020 年 3 月為止，搜索標籤「#旅行」就有

1763 萬則貼文。曾有研究比較這兩種類型的照片，研究結果發現 Fitspiration 照片組片的女性的正向身體意象較低，旅行照片女性則有較高的正向身體意象（Tiggemann & Zaccardo, 2015）。這是因為旅行照片並無特別強調女性的身體部位，但 Fitspiration 照片中幾乎只有單一類型且較極致的身材，即是壯碩或苗條的身材，並且會刻意將身材做為照片的重點。因此，相較於旅行照片，Fitspiration 照片有可能會引起人們對理想身材的渴望，進而產生對自己的身體不滿。依據上述研究可以發現，儘管 Fitspiration 的初衷是為他人帶來積極運動及健康瘦身的鼓勵，但卻可能存在對女性身體意象的負面影響，降低其正向身體意象，故本研究提出 H1：

H1：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較低的正向身體意象。

第三節 Fitspiration 中的強迫運動傾向

一、強迫運動傾向定義

強迫運動（compulsive exercise）指的是一種衝動及激烈的行為，即個人把運動當成是一種強迫性的行為，並且願意花費大量的時間在運動，進而影響到個人的日常生活（Veale, 1987）。換言之，強迫運動與一般正常的運動行為區別在於，有強迫運動傾向的人會以一種例行公事的方式去運動，運動的持續時間、頻率及強度已經超過了身體所能承受的程度（Meyer et al., 2011）。強迫運動所造成的後果可分為三個部分：身體方面，增加身體上受傷的風險，並且可能會造成活動力變差、睡眠品質不佳及食慾不佳等（Davis & Fox, 1993）；而

在心理方面，則可能會出現情緒上的障礙，像是焦慮、易怒、內疚及憂鬱（Coen & Ogles, 1993）；最後在社會方面，會出現與他人互動不佳、不想參與更多社交活動（Davis & Fox, 1993）。

有學者指出，強迫運動與媒體中所傳達的理想身材具有顯著關係。一項對年輕女性的研究發現，她們會因為接受媒體所傳達的理想身材後，開始厭惡自己的身體，認為自己太胖、體重過重，並且不符合社會標準，進而對自己的身體感到不滿而強迫自己運動以達到理想中的身材（Homan, 2010）。另外，有研究指出，強迫運動傾向較高者的焦慮水平會高於強迫運動傾向較低者，社交焦慮的高低程度也和的運動的頻繁程度呈現正相關（Frederick et al., 1996）。綜合上述得知，運動固然是好的，但卻也有其潛在風險，在過度突投入或是極大壓力之下將會促成強迫運動傾向出現。

二、Fitspiration 與強迫運動關係

Fitspiration雖然初衷為鼓勵人們健身，但在過程中卻不斷理想化健美的身材，這種以改變外表為運動動機會導致女性為了達到跟理想中身材而強迫自己持續盲目的運動，卻忽略了自身身體的承受能力（Holland & Tiggemann, 2017）。Tiggemann和Zaccardo（2015）針對在社群媒體上發布健身照的女性做了研究，結果發現比起發佈旅行照片的女性，發佈健身照片的女性雖然看起來很健康，卻有更強烈的強迫運動傾向，並伴隨著疲勞、社交障礙、飲食障礙等的問題。除此之外，Boepple 等人（2011）分析Instagram中具有 #Fitspiration 與 #Thinspiration標籤的文本內容發現，無論是 #Fitspiration或 #Thinspiration的貼文裡都含有飲食障礙、身體不滿意的跡象，貼文裡面提及了對運動的極端

態度，像是「運動中所產生的嘔吐、流淚、疼痛都是可以接受的，只有停止運動是不能被接受的」、「不運動是罪惡的，快停下手邊的事去運動」，這一類型的內容在Fitspiration的貼文中比比皆是。在這樣的情況下，長期接受Fitspiration的訊息會使得女性認為強迫運動這一行為是正常的，並且會因停止運動而感到愧疚、罪惡及不安等。

在一項檢驗強迫運動傾向的預測因子的研究發現，想要變瘦是造成強迫運動中最大的因素（Meyer et al, 2011），同樣的要成為 Fitspiration 中理想的身材，除了要進行嚴格的節食之外，也必須要持續的進行大量運動。因此，女性可能會為了達到跟Fitspiration人物中一樣的理想身材，以改變外表為動機而強迫自己運動，故本研究提出H2：

H2：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較高的強迫運動傾向。

第四節 Fitspiration 中的幸福感

一、幸福感定義

「幸福」一詞源自於希臘，是一個較抽象的概念，針對幸福感的研究也因個人界定不同而所採用的名詞亦不同，其中包含主觀幸福感（subjective well-being）、心理幸福感（psychological well-being）、快樂（happiness）、滿足感（satisfaction）等名詞。學界較多學者採用「主觀幸福感」做為研究範疇，他們認為主觀幸福感指的是個人主觀認知的感受，在於探討個人對於人事物的反

應，聚焦在個體對所在環境的感受程度，涉及認知及情緒兩個層面，較能對幸福感的內涵及影響因素進行更完整和全面的探討（Andrews & Withey, 1976; Compton, 2011）。

主觀幸福感是個體的主觀經驗，可分為認知與情緒兩個層面，情緒層面指的是正、負向情緒；認知層面則是指生活滿意程度，即對生活整體層面的評價（Diener, 1984）。Andrews 和 Withey（1976）提出，主觀幸福感是由三個維度綜合而成，即正向情感（positive affect）、負向情感（negative affect）及生活滿意度（life-satisfaction）。正向情感意指愉快情緒的強度與頻率，例如快樂、愉悅、享受、樂趣等情緒，正向情感越高則主觀幸福感越高。負向情感意指消極情緒的強度與頻率，例如焦慮、挫敗、嫉妒、挫折、傷心等情緒，負向情感越高則主觀幸福感就越低（Kahneman et al., 2010; Veenhoven, 1994）。生活滿意程度是個體對生活的整體性評價高低，生活滿意程度越高幸福感越高（Diener, 1984）。綜合上述可知，主觀幸福感可定義為個體主觀感到快樂、正向情緒及生活滿意程度的心理感受及認知（Andrews & Withey, 1976; Diener, 1984）。

二、Fitspiration 與主觀幸福感關係

Raggatt 等人（2018）分析了接受 Fitspiration 訊息的澳洲女大學生心理健康狀態，結果發現當中有 43% 的女大學生有較高程度的心理困擾（psychological distress），其負面情緒比沒有接觸 Fitspiration 訊息的女大學生高出許多。接受 Fitspiration 訊息的女性會因為沒有達到理想身材而歸咎於自己，認為是因為自己不夠努力才不能擁有心中的理想身材，並會感到沮喪及挫敗，進而降低幸福

感 (Prichard et al., 2017)。此外，在受到 Fitspiration 訊息的影響之下的女性會因為自己沒有遵循 Fitspiration 所倡導的生活方式而感到內疚及壓力，並為了讓自己能維持在完美的身材狀態下而處於高壓的生活環境，一旦無法達到自己所設定的標準時就會感到絕望和焦慮 (Dibisceglie & Arigo, 2019)。在 Bell 和 Beth (2019) 的一項研究訪談發現，有部分訪談者表示自己想要和 Instagram 裡所看到的健身名人擁有一樣的身材，因此透過各種方式嘗試改變自己的身材，但最後卻發現自己的身材還是不如他們，而感到低落及失望，覺得自己一切努力都白費了。

由此可見，當女性接受 Fitspiration 訊息後皆有可能產生負面情緒如內疚、挫敗、沮喪、絕望、焦慮等負面情緒，在未能達成自己所設定的理想身材目標時，也會產生自我懷疑及其對生活感到壓力、不滿等認知。因此本研究推斷，女性接受 Fitspiration 的訊息會導致主觀幸福感低落，故提出 H3：

H3：與非 Fitspiration 訊息組別比較 (例：旅行照片)，Fitspiration 訊息 (例：健身照片) 組別的女性會有較低的主觀幸福感。

綜合上述的假設推論，本研究認為 Fitspiration 對於年輕女性具有負面的影響。下一節本研究將「社會比較理論」納入架構，探討其在 Fitspiration 與身體意象、強迫運動傾向及幸福感之間的關係。

第五節 Fitspiration 中的社會比較

一、社會比較定義

社會比較 (social comparison) 是一種普遍存在大眾的心裡現象。社會比較最早是由 Festinger (1954) 所提出，他認為每個人在不同的社會情境之下都會有認定自己的需求，因此人們會評估自己的能力、社會地位等。當人們對自己本身的能力或意見感到不確定時，而又無法客觀的進行自我評估時，人們就會選擇與自己相似的他人來進行比較，藉此瞭解別人的狀況來評估自己當前的狀態，降低自我的不確定感。由此可知，社會比較是人類的一種基本驅力，所有人都會有自我評估的慾望，只是個體程度高低會有所不同 (Richins, 1991)。Festinger (1954) 所提出的社會比較主要適用在和自己相同族群內的成員比較，像是自己的同學或同事等；而在後期，Wood (1989) 認為社會比較也會發生在有共享社會狀態卻沒有交集的社會族群上，像是廣告上的模特兒就會引起某些族群的比較心態。換言之，無論是自己周遭的親友或是廣告上的模特兒都有可能引起人們社會比較的心態。

延續上述概念，可以再將社會比較細分為向上比較 (upward comparison) 與向下比較 (downward comparison)。向上比較指的是當個體在進行社會比較時，會選擇一個表現、行為及外貌等都比較自己成功的對象來進行比較，在此過程中透過他人的成功來激勵自己，增加自我提升的動機；而向下比較指的是人們會選擇與自己表現、行為及外貌等還要差的對象來比較，當個體的自我評價受到威脅或打擊時，就會透過向下比較以保護自己和提升個人自尊 (Major et al., 1991)。值得注意的是，雖然人們可以透過向上比較來激勵自己，但有研究發現個體在進行向上社會比較時，既有可能因為他人優於自己而產生不同的負

面情緒反應 (Colins, 1996)。Loya 等人 (2006) 發現當女性面對其他更具有吸引力的同性時，更容易顯示出生氣及敵意傾向。Collins (1996) 在一項向上比較及向下比較的研究中發現，個體在向上比較時會因對自我評估低落而產生出沮喪的情緒。藉由上述研究可知社會比較中的向上比較所造的負面影響較大，故下節就 Fitspiration 中的向上社會比較現象進行論述。

二、Fitspiration 現象裡的社會比較

社群媒體的使用皆與社會比較的概念緊密相連。晚近以來，Tiggemann 和 Miller (2010) 發現相較於傳統媒體及現實生活中，社群媒體上的社會比較現象更為顯著。人們在社群媒體上並不會受到地域和時間的限制，並隨時能互相聯繫和查看對方，這一便利性度和速度帶來了更多人與人之間可以隨時進行多次比較的機會。基於 Facebook 和 Instagram 可提供用戶上傳、或是讓他人點贊和評論他人照片的功能，造就了社群媒體上充斥著普遍又激烈的「外貌對話」，無疑是加重了人們之間外貌之間的比較 (Mills et al., 2018)。

媒體對閱聽人所產生的負面影響在許多研究中都已經被歸因於社會比較的過程 (Clark & Tiggemann, 2006; Levine & Murnen, 2009)。Thompson 和 Psaltis (1988) 發現個體的正、負向身體意象主要受到他人影響，由他人的評價及社會互動中產生對自己身體的評價及滿意度。例如，個體會與周遭的他人及媒體上的人物比較身材，當個體覺得自己的外貌和身材比社會中美麗的標準更差時，即會產生對自身身體的不滿意，進而厭惡自己的身體 (Thompson, 1993)。在一項女大學生的身體意象研究中發現，相較於同儕，女大學生更頻繁的將自己的身材與社群媒體如 Facebook 及 Instagram 裡的人物進行向上比較 (Fergusson et al., 2014)。具體而言，Fitspiration 訊息傳遞了過度理想及不切

實際的身材，造成了擁有一般身材的女性會不自覺的想要和擁有較好身材的人做出向上的比較，但卻無法輕易與他們擁有相似的身材，進而產生對自身身體的不滿 (Tiggemann, 2015; 2018)。Tiggemann 和 Zaccardo (2015) 發現，相較於觀看旅遊照片的女性，觀看 Fitspiration 圖像的女性會因為受到社會比較的影響而擁更多的身體不滿和負面情緒。

Wilson 和 Rodgers (2002) 發現，女性會為了順應社會壓力及社會對女性身材的主流審美觀，而強迫自己運動以便達到社會標準，但在社會比較機制之下，被迫參與運動的女性不太可能發展出自於自我意願的運動動機。其實，以健康做為運動動機是對個體的健康及身心有益的，但如果個體過度重視外表，並且常常想要和他人比較身材，這種以減重及改變外表而進行的運動就有危害身體的可能性，既有可能產生強迫運動的傾向 (Homan et al., 2014)。由此可見，個體在和他人比較之時，皆有可能會強迫自己運動以達成目標或超越他人。

Emmons 和 Diener (1986) 指出，個人主觀幸福感會受到社會比較結果的影響。換言之，人們會透過與他人比較自己的生活、個人發展等來感受自己是否感到幸福，當個體認為自己比起他人，更加差強人意、生活不如意、失敗等時便會降低其幸福感。Sherlock 和 Wagstaff (2019) 認為，社會比較是媒體對閱聽人產生負面心理效應的途徑之一，長期處於向上比較會突顯出自己處於劣勢中，在比較的歷程中也會產生消極情緒如情緒低落、焦慮、自尊心受創，均有可能降低幸福感。

根據以上的研究可得知，社會比較是造成女性對身體感到不滿、強迫運動及幸福感降低的重要因子，故提出H4A、H4B及H4C：

H4A：相較與非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致其女性有較低的正向身體意象。

H4B：相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致其女性有較高的強迫運動傾向。

H4C：相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致其女性有較低的主觀幸福感。

上述所提及之研究主要著重於Fitspiration可能對女性所造成負向身體意象、強迫運動傾向及幸福感的影響。但除了聚焦在負向層面外，亦應同時重視如何預防及降低負面影響的出現。故下一節將探討自我憐憫可能成為保護因子的作用。

第六節 Fitspiration 中的自我憐憫

一、自我憐憫定義

根據 Neff (2003) 的定義，自我憐憫 (self compassion) 意指當個體感受到自身的不完美、不足和失敗後採取的一種非批判性態度。自我憐憫由三個維度所組成：自我仁慈 (self-kindness)、普遍人性 (common humanity)、正念 (mindfulness)。自我仁慈指的是對自己的理解和仁慈，並且能接受自己的缺

陷，而不是嚴厲地自我批評；普遍人性指的是將自己的失敗、錯誤經歷建構為與他人一同經歷的一部分。換言之就是「我們都經歷過，而不是只是發生在我的身上」的概念，並且個體能體驗到人與人之間的連結以及歸屬感；最後，正念則是對自己所感受的痛苦及困難保持開放的心態，並且能平衡其負面的情緒和經歷，不逃避痛苦也不誇大。簡而言之，相對於過度認同或採取逃避的方式來面對痛苦，正念是兩者極端之間的平衡。

值得注意的是，雖然自我憐憫與自我可憐（self pity）字面上的意義看似相似。但Neff（2003）有特別提出其不同之處，Neff認為自我可憐更傾向於個體沉浸及誇大在自己的痛苦中，導致沒辦法用較客觀的方式去面對事情，更沒有足夠強大的心理能力來進行自我調節；反觀，自我憐憫能讓人正視自己的失敗與錯誤，適當的放棄較難達到的目標，從中鼓勵自己用積極的方式去適應困難。綜合上述，本研究認為自我憐憫能是一種正向的自我態度，調節個體面對壓力和負面情緒的反應，有助於個體遇到困難時進行自我接納、情緒調節甚至是自我實現。

二、Fitspiration 與自我憐憫之間的關係

從上節討論中可知，自我憐憫能為人們帶來諸多正向影響之外，更能做為許多負面影響的保護因子，如過去研究就證實了自我憐憫和女性身體滿意度呈現正相關（Dijkstra & Barelds, 2011）。Braun等人（2016）透過一個長期研究發現，自我憐憫可以有效緩解或預防飲食失調的問題，透過提高女性日常中所感受到自我憐憫程度便能有效的提高其對自身的身體欣賞（body appreciation）和正向身體意象。Slater（2017）在一項 Fitspiration 研究中發現，相較於單純只

有健身照片的組別，觀看具有自我憐憫語錄之圖片組合能提高女性的自我憐憫程度，並且表現出更高的身體滿意度。具體而言，自我憐憫能促使個體能夠欣賞自己身體的獨特性，就算與社會理想中的身體形象不一樣，也能從中拒絕了社會的內化和負面身體意象的構成，而轉向注重自身的感受（Tylka, 2011; 2015a），最後幫助人們更加接受自己的身體。因此本研究據此提出H5A：

H5A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性會有較高的正面身體意象。

過去的研究指出，自我憐憫中的「正念」能促使女性可以用全然開放卻不批判的態度來看待自己，正念越高的女性越能有意識的避免用社會標準來判斷自己的身材，比起他人的評價，她們更在乎的是自身的感受與健康（Baer et al., 2014）。再者，自我憐憫中的「普遍人性」有助於人們瞭解所有個體都是不同的，並不是每個人都能符合理想中的身材，促使個體接受不完美是人類的一部分而不再追求社會理想中的身材（Homan & Tylka, 2015）。最後，自我憐憫中的「自我仁慈」能促使女性不再對自己過於苛刻，進而能接受自己身體上的不足，學習欣賞及尊重自己的身體（Wasylikiw et al., 2012）。

綜合上述，本研究認為自我憐憫度較高的女性會對自己身體意象產生比較積極的評價，她們能接受自己的身體，就算看到媒體中人物的身體形象與自己不同，也能用良好且正面的態度接受，並且能夠意識到沒有人是完美的。因此本研究推斷若在 Fitspiration 的照片組加入具有自我憐憫意涵的語錄，應能提高女性的自我憐憫程度，並且有效的減少 Fitspiration 所帶來的負面影響，提高其正向身體意象，據此本研究提出 H5B：

H5B：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而提高正向身體意象。

女性在運動時往往會碰上一些運動上的困境，像是表現不佳、表現停滯和受傷，但她們仍然可能會強迫自己繼續運動，因此女性需要一種有效的應對方式來處理運動上所遇到的困難（Semenchuk et.al, 2018）。Magnus 等人（2007）調查了加拿大女性的運動習慣及其自我憐憫程度，研究結果發現自我憐憫越高的女性的社會體型焦慮（social physique anxiety）及強迫運動傾向越低，意即自我憐憫低的女性會認為自己的身形不符合社會標準，擔心外界對自己的負面評價而產生緊張、焦慮之心情，甚至強迫自己運動以達到社會對於身材的既定標準。反之，自我憐憫高的女性會認為外表及體型不能代表自我的價值，即不會因為外人的評價而感到不安及焦慮，更不會因此強迫自己運動。因此本研究推斷，自我憐憫較高的女性不會以強迫自己的方式去運動，因此提出研究假設

H6A：

H6A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較低的強迫運動傾向。

晚近以來，有研究探討了自我憐憫在個體運動動機和運動相關行為之關係，結果發現若能提高女性的自我憐憫程度就能有效減少其運動所帶來的負面影響（Magnus et al., 2010）。Reis 等人（2015）提出，透過提高女性的自我憐憫能將其運動動機改變，原本以外表為運動動機經由自我憐憫的調節後能轉為以健康或是自我實現的動機而運動。在這樣的情況下有助於女性放棄目前對自

己有害的行為，用較正面的態度面對鍛鍊，在保護自己及運動上取得平衡，並減少其強迫運動的行為。因此本研究推斷，若在 Fitspiration 的照片組加入具有自我憐憫意涵的語錄，應能提高女性的自我憐憫程度，從而減少強迫運動傾向，意即自我憐憫程度會中介 Fitspiration 照片對於強迫運動的影響力。據此提出 H6B：

H6B：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而降低強迫運動傾向。

Neff (2003) 認為自我憐憫能緩解個體在日常生活中所產生的負面情緒，並提高生活滿意度。Neely 等人 (2009) 發現，有參與自我憐憫培訓課程的大學生與沒有參與課程的大學生相較起來，其負面情緒、焦慮、壓力都獲得了較大的改善。此外，Mosewich 等人 (2013) 對女性運動員進行一週的自我憐憫的心理教育和訓練，而一週後女性運動員的負面情緒及自我批評 (self-criticism) 的行為明顯減少了許多。由此可見，自我憐憫能應有效的做為個體在面對負面情緒時的保護因子，進而提升其主觀幸福感。因此本研究推斷，與接受只有「健身照片的 Fitspiration 訊息」的女性相較之下，接受「具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息」的女性主觀幸福感應會更高，提出研究 H7A：

H7A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的主觀幸福感。

此外，自我憐憫中的正念能夠協助減輕壓力，緩解焦慮的症狀與增加幸福感（Grossman et al., 2004）。正念促使個體能即時的調適自我，適當的放棄較難達到的目標，從中取得平衡去適應困難，透過積極的心態來面對困難，進一步採取行動進來實現更有意義的生活（Breines & Chen, 2012）。在自我憐憫的保護作用下，個體能夠拒絕社會對自己的標籤、判斷或評價，不再為了順應社會的壓力而強迫自己做自己沒興趣或沒意義的事（Neff, 2016）。

縱然在接受Fitspiration訊息後即可能產生負面的情緒，但在自我憐憫的保護之下，女性能夠適時的自我調整，用正面及積極的心態去接受Fitspiration的訊息。自我憐憫協助女性將重視外表的心態轉換為注重內在的感受，不再只是為了改變外表或迎合社會主流審美觀，而是嘗試欣賞自己的身材，更加關注自己的健康和情緒，將Fitspiration的訊息視為一種健康生活的啟發，而不是一種壓力和比較的來源。綜合上述，本研究推斷，若在Fitspiration訊息中加入自我憐憫的語錄，應能提高女性的自我憐憫的程度，從而降低負面情緒。因此本研究提出H7B：

H7B：相較Fitspiration訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的Fitspiration訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性將有較高的自我憐憫程度，從而提升主觀幸福感。

第參章 研究方法

第一節 研究假設與研究架構

依據第二章文獻回顧，所整理的研究假設如表 3-1:

表 3-1 研究假設

H1：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較低的正向身體意象。
H2：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較高的強迫運動傾向。
H3：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較低的主觀幸福感。
H4A：相較與非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致其女性有較低的正向身體意象。
H4B：相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致其女性有較高的強迫運動傾向。
H4C：相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致其女性有較低的主觀幸福感。

H5A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性會有較高的正面身體意象。

H5B：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而提高正向身體意象。

H6A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較低的強迫運動傾向。

H6B：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而降低強迫運動傾向。

H7A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的主觀幸福感。

H7B：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而提升主觀幸福感。

綜合上述，引導出本研究之研究架構，如圖 3-1:

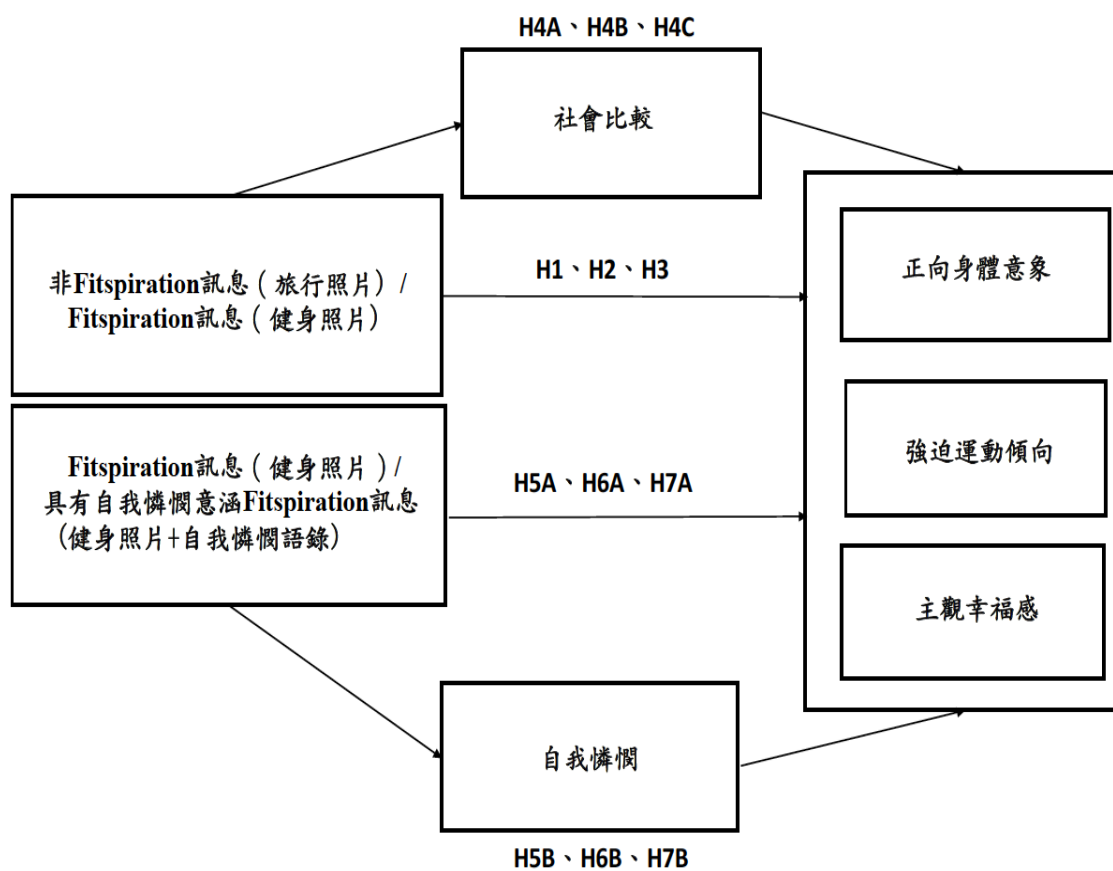


圖 3-1 研究架構

第二節 研究方法與研究設計

本研究探討的為「Instagram 上 Fitspiration 訊息、非 Fitspiration 訊息及自我憐憫語錄對女性之影響」，因此採用組間實驗法 (between subject design)。實驗隨機分配受試者至不同實驗組別，每一組為 25 人，皆為女性。每一位受試者獨立觀賞其中一組實驗組別，分別為：Fitspiration 訊息 (例：健身照片組)、

非 Fitspiration 訊息（例：旅行照片組）、具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息（例：健身照搭配自我憐憫語錄）。

為了能夠更加符合受試者每日使用 Instagram 的情境，本研究創建了三個虛擬的新帳號。依據過往 Fitspiration 的研究，都以 15 張至 20 張照片做為一組實驗刺激物（Tiggemann & Zaccardo, 2015；Slater et al., 2017），故本研究以每組實驗組別中上傳 20 張照片為基準。

「Fitspiration 訊息（健身照片組）」的帳號中照片內容都是年輕女性穿著健身服、擁有較健美或苗條的身材正在進行鍛鍊，而人像佔有照片的三分之二比例。第二組非 Fitspiration 訊息（旅行照片組）的照片內容則為年輕女性穿著夏天的外出服裝（如短袖、短褲及背心等），以確保和健身照片組的女性所露出的身體比例相似，照片背景都具有旅行意涵的自然景觀、紀念碑和建築物等等，同樣的人像佔有照片的三分之二比例。第三組具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息組（健身照片組搭配自我憐憫語錄）的帳號，裡面上傳了和第一個虛擬帳號同樣的 20 張的照片以確保組間照片一致性，唯一不同的是每張照片底下都張貼了與健身相關的自我憐憫語錄。

第三節 實驗刺激物選擇與設計

一、Fitspiration 及非 Fitspiration 訊息代表照片選擇

圖像是否具有 Fitspiration 意涵為本研究中之自變項，為了操弄不同圖像組別之代表意涵，本研究根據 Instagram 上面中最熱門的兩個標籤「#健身」、 「#健身日記」及與健身女性相關的標籤「#健身女孩」做為「Fitspiration 訊息

(健身照片組)」的圖片來源。首先為了前測所需，故先選出了 30 張照片，篩選條件為台灣年輕女性、穿著運動服裝並且都擁有較健美或苗條的身材，照片裡的女性必須顯現完整的身形如胸部、手臂、腹部及大腿等，並且身體佔據照片的三分之二左右。透過前測篩選後，最終選出了 20 張最符合 Fitspiration 含義的健身照片做為實驗刺激物（詳細前測過程可見本章第六小節）。

而「非 Fitspiration 訊息（旅行照片組）」同樣也是在 Instagram 上搜索與旅行相關的標籤「#旅行」、「#旅遊」、「#出遊」，找出了 30 張與旅遊相關的照片，照片的背景為各種旅行常見的場景例如海灘、城市、山景等等，同為都為台灣的年輕女性，圖像裡面一樣顯現其完整的身形，並且身體佔據照片的三分之二左右，最終選出 20 張最符合旅行含義的旅行照片做為本組的實驗刺激物。最後，「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息（健身照片組+自我憐憫語錄）採取和「Fitspiration 訊息（健身照片組）」同樣的 20 張健身照片，以確定不會因照片裡的女性有所不同而影響實驗結果。

二、自我憐憫語錄選擇

本研究透過 Instagram 上搜索標籤「#健身心態」、「#健身健心」及「#健身激勵」的貼文後，篩選出具有鼓勵他人的語錄後，再加入 Neff (2013) 研究中所提出自我憐憫的重要核心概念，將題項劃分為三個部分，分別為：自我仁慈、普遍人性及正念，創建出了 20 組與健身相關的自我憐憫語錄，並透過前測確認此 20 組語錄確實有符合「自我憐憫」的意義（詳細前測過程可見本章第六小節），詳細題項為表格 3-2：

表 3-2 自我憐憫語錄

自我仁慈

1. 偶爾吃一些自己想吃的東西，偶爾幾天不去健身房並不會影響你的人生，不要讓健身變成是一種生活上的強迫和挫折
 2. 有時候如果心情鬱悶、影響訓練，倒不如先別練，利用其他喜好轉移注意力，不要讓壓力變成你訓練的動力，訓練是一件快樂的事情。
 3. 健身是馬拉松不是短跑，通常需要時間才能看得出效果，所以請不要責怪自己不夠努力，越艱辛的事情就越值得我們去等待和付出。
 4. 不要認為瘦才是美，不要為了世俗的眼光而去減肥瘦身，別人如何看待你不重要，你自己怎麼看待自己才是重要的。
 5. 妳很有可能會陷入不如預期的挫折感及自我質疑。但不要與他人比較，當妳今天踏出步伐，做出與以往不一樣的選擇，那即是改變的起點。
 6. 停止責備自己，厭惡自己不會讓你變的更好，與自己對話，學習感受自己的情緒，學習愛每個階段每個樣子的自己。
 7. 達不到目標沒關係，因為人生本來就是如此，不會每件事都會如此輕易達成，要學習接受失敗和錯誤。
-

普遍人性

1. 沒有人是完美的，我們都一樣，都會有不喜歡自己的地方，只要繼續努力，學會和自己的不完美相處，你會發現其實不完美也沒什麼的。
 2. 在健身的過程中，如果你遇到了停滯期，不想再繼續健身，這都是正常的，大家都有經歷過。那就想想身邊和你一起努力的同伴，再重新出發。
-

-
3. 也許你努力了還是沒達成目標，把注意力放在短期的目標上，一步一步慢慢來，因為大家也都還在達成目標的路上努力著。

 4. 大家都認為健身網紅就是要 24 小時都看的到腹肌、六塊肌，吃飽飯小腹還是很平坦，其實我們也會有小腹突出的時候，所以大家和我們一起放輕鬆一下，小腹微凸真的沒什麼大不了的！

 5. 你並不孤單，許多人和你一樣，都有想偷懶的時候，在健身和癱在沙發上掙扎中，最後是沙發贏了，偶爾讓自己休息真的沒有什麼好罪惡的！

 6. 訓練遇上了困難、停滯期，那就傾聽自己內心的聲音，和別人聊聊你的想法和困境，你會發現大家都會遇到困境，這沒什麼大不了的。
-

正念

-
1. 想要變成心目中的體態就必須做些一些改變，嘗試把健身當成生活的習慣，一步一步堅固自己的心志，繼續努力成為自己心目中想要的樣子！

 2. 健身更像是健心，訓練的不只是肌肉，更是訓練你的意志力和自製力，別再否定自己，自己的價值要自己創造。

 3. 健身是為了讓你的生活、健康變的更好，而不是讓你的人生只剩下體重機和健身房，所以不要強迫自己健身。

 4. 你的身材、你的腰圍、體重機上的數字等這些都不能夠定義一個人，你真正應該關心的是你是否快樂和健康，你是否享受健身。

 5. 不要被體重數字所控制，因為體重的數字不能代表什麼，最重要的是體態和心態的改變，才是健身的最終目的。

 6. 無論你是什麼身材你都是最好的自己，接受自己才是真正的愛自己，無論什麼優缺點都值得被自己欣賞，學會欣賞自己的美才是最真實的。

 7. 不需要時時刻刻都讓自己那麼緊繃，正常吃飯及運動就好，也可以給自己
-

設定獎勵機制，一旦達到目標就可以獎勵自己！

第四節 正式實驗與對象流程

一、正式實驗對象

本研究共有三組實驗，一組 25 人，共招募 75 人，因考量年輕的女性且 Instagram 的使用習慣也比其他年齡層的族群更符合本研究之目標受眾設定，因此本研究以將以政治大學的大學部及研究所的女性學生為研究對象。招募實驗方式是透過 Facebook 社團「NCCU 政大學生交流版」，公開徵收政大的學生們來參與本實驗，並且完成實驗問卷後提供酬金台幣 100 元以示感謝。

二、正式實驗流程

本研究在 2020 的 6 月開始施測，每位受試者約耗時 30 分鐘進行實驗，並且透過 iPad 讓受試者觀賞照片，以符合閱聽者平日使用 Instagram 的情境。受試者隨機分配至任一組實驗組別，分別是 Fitspiration 訊息（健身照片組）、非 Fitspiration 訊息（旅行照片組）、具有我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息組（健身照片組搭配自我憐憫語錄）。研究正式開始之前，受試者簽署一份研究同意書，說明研究是以匿名進行的，敬請放心填答。研究過程中若有任何因素想中止實驗即可隨時提出，本實驗會以受試者的決定為主。簽署完畢之後，研究人員說明研究目的及進行方式後，即可開始實驗。實驗為觀賞 Instagram 上其中一個帳號的照片組，觀賞完畢後，以線上問卷填答的方式，依次衡量受試者的 Instagram 使用習慣、運動習慣、正向身體意象、強迫運動傾向、主觀幸福感、社會比較及自我憐憫程度。

第五節 研究變項定義與測量

本研究依變項為「正向身體意象」、「強迫運動傾向」、「主觀幸福感」，中介變項為「社會比較」及「自我憐憫」。

問卷主要可分為兩個部分，第一部分為受試者的 Instagram 使用行為及運動習慣，Instagram 的使用行為問項為分別為「使用 Instagram 與否」、「一週使用 Instagram 的頻率」、「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人帳號與否所」及「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人數」；運動習慣的問項為「運動與否」、「一週的運動頻率」及「每一次運動所需時間」。第二部分則是請受試者看完 Instagram 帳號裡的 20 張照片後，依序填答「身體滿意度量表」、「強迫運動傾向量表」、「生活滿意度量表」、「正負向情感量表」。第三部分則是請受試者接著填寫「外表比較量表」及「自我憐憫量表」。

一、依變項

(一) 身體意象

本研究首先參考 Slade 等人 (1989) 的身體滿意度量表 (Body Satisfaction Scale, BSS) 以測量受試者對身體各個部位滿意程度。Slade 的量表包含了頭部及身體兩個部分，頭部指的是五官如眼睛、鼻子等部位，並不在本研究範圍內。因此本研究只將量表裡身體的部分做為參考，題項包含肩膀、胸部、腹部、手臂及大腿這五個身體部位。考量到現今年輕女性所追求的理想身材已經有所不同，因此增加了年輕女性同樣在意的「臀部、腰圍」這兩個身體部位，總共 7 題。以 Likert 七點量表測量，從 1 依序為「非常不滿意」到 7 為「非常滿意」，得分越高表示對自己的身體滿意程度越高。

再者，為了更加符合現代年輕人對自身身體滿意度的看法，本研究再納入了 Leone 等人（2010）專門為青少年提出有關身體形象的「青少年身體滿意度量表」（The Adolescent Body Image Satisfaction Scale, ABISS），此量表信度良好，Cronbach's α 為 0.86。本研究參考此量表，再加入了 3 題符合本研究年輕女性受試者身體意象的題項，以 Likert 七點量表測量，從 1 依序為「非常不同意」到 7 為「非常同意」，得分越高表示對自己的身體滿意程度越低，最後，本研究綜合以上兩個量表，題項 8、9、10 為反向題，總計 10 題，詳細題項如表 3-3：

表 3-3 身體滿意度量表 (Slade, 1989 ; Leone, 2010)

Slade 等人 (1989)	1. 我對我小腹的滿意程度
	Tummy
	2. 我對我大腿的滿意程度
	Legs
	3. 我對我肩膀的滿意程度。
	Shoulders
	4. 我對我手臂的滿意程度。
	Arms
	5. 我對我胸部的滿意程度。
	Chest
本研究加入	6. 我對我腰圍滿意程度
	Waist

	7. 我對我臀圍的滿意程度
	Hip
Leone 等人 (2010)	8. 我對我身材感到很不滿意。*
	I am critical of my body.
	9. 我認為我的身材不吸引人。*
	I am unattractive.
	10. 我的身材讓我感到很沒有安全感。*
	My body makes me feel insecure.

註：英文題項取自於原文量表；*為反向題。

(二) 強迫運動傾向

本研究參考 Goodwin 等人 (2011) 的強迫運動傾向量表 (The compulsive exercise, CET)，其量表信度良好，Cronbach's α 為 0.88。Goodwin (2011) 提出有強迫運動傾向的個體會因錯過運動而感到羞恥和憂鬱，這一種消極的情緒是強迫運動中最顯著的特徵。本研究為了更加符合女性在運動時情境而稍做修改答，並請受試者依據剛剛在 Instagram 上所看到的照片後，對運動所產生的想法及態度進行填答。總計 6 題，以 Likert 七點量表測量，從 1 依序為「非常不同意」到 7 為「非常同意」，得分越高表示個體有更高程度的強迫運動傾向，詳細題項如表 3-4：

表 3-4 強迫運動傾向量表 (Goodwin, 2011)

	1. 看過這些照片後，我會想透過運動來的改善我的身材。
	I exercise to improve my appearance.

2. 看過這些照片後，我認為我吃得太多了，因此我需要做更多的運動。

If I feel I have eaten too much, I will do more exercise.

3. 看過這些照片後，我不立即去運動的話，我會感到非常愧疚。

I feel extremely guilty if I miss an exercise session.

4. 看過這些照片後，我會想透過運動來燃燒更多的卡路里和減輕體重。

I exercise to burn calories and lose weight.

5. 看過這些照片後，提醒了我如果我不運動的話，我的體重就會因此增加。

If I cannot exercise, I worry that I will gain weight.

6. 看過這些照片後，我不立即去運動的話，我會感到非常焦慮。

If I cannot exercise I feel anxious.

註：英文題項取自於原文量表。

(三) 主觀幸福感

在主觀幸福感的定義當中，可分為情緒和認知兩大構面，故以往許多研究會用不同的量表測量認知及情緒構面，以評量個體的主觀幸福感。本研究將 Diener 和 Larsen (1985) 所發展的生活滿意度量表 (Satisfaction With Life Scale, SWLS) 做為測量主觀幸福感中的「認知構面」。SWLS 沿用至今其量表信度仍然良好，有不少研究將其量表再進行一次量表信度檢驗，Atienza 等人 (2000) 測出其量表 Cronbach's α 值為 0.87，代表信度良好。Diener 等人 (2010) 發展正負向情感經驗量表 (Scale of Positive and Negative Experience, SPANE) 則做為測量主觀幸福感中「情緒構面」的量表。其量表由正負向情緒所組成，正向情緒量表 (SPANE-P) 的 Cronbach's α 為 0.88，而負向情緒量表 (SPANE-N) 的 Cronbach's α 為 0.80，皆擁有良好的信度。

因此，本研究將將以上部分題項改編，以適用於照片觀賞的情境之中，生活滿意度量表總共五題，正負向情緒量表正負情緒各有 4 題，總共 8 題。以 Likert 七點量表測量，越接近 1 表示非常不同意，越接近 7 表示非常同意。本研究請受試者看完 Instagram 裡的照片後對當下的生活滿意程度及情緒的感受程度做填寫，詳細題項如表 3-5 及 3-6。

表 3-5 生活滿意度量表 (Diener & Larsen, 1985)

1. 大致上，我目前的生活都接近於我的理想生活。	In most ways my life is close to my ideal.
2. 我滿意我的生活。	I am satisfied with my life.
3. 我現在處在非常好的狀態下。	The conditions of my life are excellent.
4. 如果讓我重新活一次，我幾乎不會想改變什麼。	If I could live my life over, I would change almost nothing.
5. 到目前為止，我已經得到希望在人生中擁有的重要事物。	So far I have gotten the important things I want in life.

註：英文題項取自於量表原文。

表 3-6 正負向情感量表 (Diener et.al, 2019)

正向情感	負向情感
1. 正面的 Positive	1. 羞愧的 Ashamed
2. 愉快的 Pleasant	2. 沮喪的 Upset

3. 滿足的 Contented	3. 罪惡的 Guilty
4. 自豪的 Proud	4. 焦慮的 Nervous

註：英文題項取自於量表原文。

二、中介變項

(一) 社會比較

本研究參考 Tiggemann 和 McGill (2004) 的外貌比較現狀量表 (State Appearance Comparison Scale, SACS) 以測量受試者看完 Instagram 照片後的現狀社會比較傾向 (State Appearance Comparison)，其 Cronbach's α 為 0.91。Tiggemann 和 McGill 將此量表用於測量受試者觀看圖像或影片時所產生的「當下」社會比較程度傾向。本研究為了更加符合受試者在觀看 Instagram 照片時的使用情境，因此將量表稍做修改。量表總計有 3 題，以 Likert 七點量表測量，越接近 1 表示「非常不同意」，越接近 7 表示「非常同意」。三題總計後得分越高表示社會比較傾向越高，詳細題項如表 3-7：

表 3-7 外表比較量表 (Tiggemann & McGill, 2004)

1. 當我看到剛剛上述 Instagram 裡的人物時，我會聯想到自己的外貌或體型。

I thought about my appearance when I was viewing the Instagram images.

2. 當我看到剛剛上述 Instagram 裡的人物時，會將他們的身型外貌與自己的身型外貌做比較。

I compared my appearance with those of the people in the Instagram.

-
3. 當我看到剛剛上述 Instagram 裡的人物時，會將他們身體的某個部位（例如腿部、手臂及胸部）與自己的身體的某個部位做比較

I compared my specific body parts with those of the people in the Instagram.

註：英文題項取自於量表原文。

（二）自我憐憫

本研究參考 Neff（2003）所研發之自我憐憫量表（Self-Compassion Scale, SCS），題項由六個構面：自我仁慈（Self-kindness）、自我批評（Self-judgment）、普遍人性（Common Humanity）、孤立感（Isolation）、正念（Mindfulness）、過度認同（Over-identified）所組成，其量表信度良好，Cronbach's α 為 0.93。本研究為了更加符合女性在觀看 Instagram 照片時的情境而稍做修改，透過詢問受試者「現在」的感受以測試其自我憐憫程度的現狀，總計 12 題，題項 3、4、7、8、11、12 為反向題。以 Likert 七點量表測量，越接近 1 表示「非常不同意」，越接近 7 表示「非常同意」，得分越高表示自我憐憫程度越高，詳細題項如表 3-8：

表 3-8 自我憐憫量表（Neff, 2003）

-
1. 當我感到痛苦或自我的不足時，我會嘗試更仁慈的對待自己及關心自己。

I'm kind to myself when I'm experiencing suffering.

2. 我會試著去瞭解並接受我所不滿意自己的地方

I try to be understanding and patient towards those aspects of my personality I don't like

-
3. 當我處於艱難或氣餒的時期，我往往會逼自己堅強地去面對。*
- I can be a bit cold-hearted towards myself when I'm experiencing suffering.
-
4. 我難以忍受自己的某些部分。*
- I'm intolerant and impatient towards those aspects of my personality I don't like.
-
5. 當我感到自己某方面不夠好的時候，我會試著提醒自己這種感覺每個人都會有的。
- When I feel inadequate in some way, I try to remind myself that feelings of inadequacy are shared by most people
-
6. 我會試著把失敗和自我不足看做是每個人都會面對的情況。
- I try to see my failings as part of the human condition.
-
7. 當某件對我而言重要的事情無法達成時，我容易因此感到孤單失落。*
- When I fail at something that's important to me, I tend to feel alone in my failure.
-
8. 當我為某事而掙扎努力的時候，我往往覺得別人在同樣的事情上一定比較輕鬆。*
- When I'm really struggling, I tend to feel like other people must be having an easier time of it
-
9. 當某些令人難過的事情發生時，我會試著用一個平衡及正面的角度來看這件事情。
- When something painful happens I try to take a balanced view of the situation.
-
10. 當我感到沮喪或是認為自己不足時，我會試著讓自己的情緒保持穩定。
- When something upsets me I try to keep my emotions in balance.
-

11. 當我在某些對我而言重要的事情或上失敗時，心理會充滿一種自己不夠好的感覺。*

When I fail at something important to me I become consumed by feelings of inadequacy.

12. 當痛苦及困難發生時，我很容易把這些不愉快的事看到太重。*

When I'm feeling down I tend to obsess and fixate on everything that's wrong.

註：英文題項取自於原文量表；*為反向題。

第六節 前測

一、前測說明

為了檢驗刺激物是否符合研究的情境設定，本研究招募了 20 名女大學生以填答問卷方式進行評量，特此排除了擁有較極端身材的運動員和厭食症的女性，以擁有普遍身材的女大學生及研究生進行實驗刺激物之前測評分。實驗刺激物總共分為三組，即代表 Fitspiration 訊息的健身照片、代表非 Fitspiration 訊息的旅行照片及具有自我憐憫意涵的自我憐憫語錄。首先挑出了 30 張健身照片、30 張旅行照片及創建出了 20 組自我憐憫語錄，再透過前測由參與者判斷照片是否有符合 Fitspiration 定義，語錄是否符合自我憐憫的定義，最終選出實驗所需的 20 張健身、旅行照片及 20 組自我憐憫語錄。

二、健身照片及旅行圖片前測題項

本研究首先告知參與者 Fitspiration 之定義：「Fitspiration 是 fitness（健身）和 inspiration（影響）兩個詞彙結合起來的新詞彙，Fitspiration 指的是擁有

健美及苗條身材的人能夠透過照片中的自己去激勵人們透過運動和健康飲食進而實現自己理想中的身材」，並詢問參與者實驗刺激物中的 30 張健身照片及 30 張旅行照片是否符合 Fitspiration 之定義。再者，因健身照片和旅行照片中並非同一位女性，為了排除可能因其他外在因素如人物吸引力程度、照片類型喜好程度等影響實驗結果，於是請參與者填寫問卷以評估照片裡的女性的吸引力程度及對於照片的喜好程度。問卷以 Likert 七點量表測量，越接近 1 表示非常不同意，越接近 7 表示非常同意，題項詳見表 3-9：

表 3-9 Fitspiration 定義之量表

- | |
|---------------------------|
| 1. 以上照片符合 Fitspiration 定義 |
| 2. 以上照片裡的女性是具有吸引力的 |
| 3. 以上照片是我喜歡的照片類型 |

三、自我憐憫前測題項

為了確保本研究所選擇的 20 組自我憐憫語錄（參考第 30 至第 32 頁）有符合其自我憐憫定義。本研究首先告知參與者自我憐憫的重要核心概念，分別將其劃分為三大面向：自我仁慈（定義一）、普遍人性（定義二）、正念（定義三），如表 3-10。接著，詢問參與者對於每則語錄，例如類屬自我仁慈面向的語錄 1：「偶爾吃一些自己想吃的東西，偶爾幾天不去健身房並不會影響你的人生，不要讓健身變成是一種生活上的強迫和挫折」，是否有符合自我仁慈

(定義一)的核心概念。問卷以 Likert 七點量表做測量，越接近 1 表示非常不同意，越接近 7 表示非常同意。

表 3-10 自我憐憫語錄定義題項

定義一：要對自己仁慈點，適時的休息，避免對自己作出過份苛刻的批判，不要和別人比較，並且能接受自己的缺陷、錯誤及不足。

定義二：犯錯和失敗乃人之常情，所有人都經歷過失敗和犯錯，不是只有自己經歷了這一些事，遇到困難和挑戰是共同的人類經驗的一部分。

定義三：對自己現有的不足和不開心保持開放的心態，並且能平衡其負面的情緒和經歷，不要過度沈浸在失敗中，但也不逃避失敗，而是嘗試放下難以達到的目標，把注意力放在新的且較容易實現的目標上，用正面輕鬆的態度去面對困難和挑戰。

四、前測結果

(一) 健身照片及旅行圖片前測結果

前測分析 30 張健身照片是否符合 Fitspiration 的定義及 30 張旅行照片是否符合 Fitspiration 的定義，以單一樣本 t 檢定，分析健身照片是否平均數大於 4 (李克特量表最大數值為 7，取其大於平均數的數值 4) 及旅行照片是否平均數小於 4 (李克特量表最大數值為 7，取其小於平均數的數值 4)。結果發現，雖然全部健身圖片的平均數都大於檢定值 4，但因為需要篩選出最終的 20 張照

片做為刺激物，因此在 30 張健身照片裡將平均數較高的前 20 張選定為最終的刺激物，選定的照片裡其平均數最小值為 5.05， p 值均 < 0.01 ，詳見表 3-11。再者，所有旅行照片其平均數都小於檢定值 4，但因為需要篩選出最終的 20 張照片做為刺激物，因此在 30 張旅行照片裡將平均數較低的前 20 張選定為最終的刺激物，其中照片裡平均數最大值為 1.85， p 值均 < 0.01 ，詳見表 3-12。另外，再進一步以成對樣本 t 檢定分析健身照片及旅行照片，皆為顯著差異 ($p < 0.01$)。舉例說明，取平均分數最低健身照片及平均分數最高的旅行照片的成對樣本 t 檢定，結果顯示健身圖片 11 ($M = 5.05, SD = 1.50$) 及旅行圖片 2 ($M = 1.85, SD = 0.93$) 有顯著差異， t 值為 9.17 ($p < .01$)。因此，前測結果顯示參與者同意所有健身照片符合 Fitspiration 之定義，而旅行照片則都不符合 Fitspiration 之定義。

另外，本研究接著以成對樣本 t 檢定分析健身照片及旅行照片裡的女性的吸引力程度及參與者對與照片類型的喜好程度。結果顯示，所有健身照片及旅行照片，皆無顯著差異 ($p > 0.05$)。因此，前測結果顯示參與者對健身照片及旅行照片的女性吸引力程度及對其照片類型的喜好程度並無顯著差異。

表 3- 11 健身圖片單一樣本 t 檢定

圖片類型	<i>M (SD)</i>	<i>t</i>	<i>df</i>
健身圖片 1	5.90 (0.85)	9.97	19
健身圖片 2	5.45 (1.40)	4.53	19
健身圖片 3	5.90 (0.99)	8.32	19
健身圖片 4	6.15 (0.85)	10.99	19
健身圖片 5	5.95 (1.02)	8.30	19
健身圖片 6	5.85 (1.24)	6.53	19
健身圖片 7	5.50 (1.20)	5.43	19
健身圖片 8	6.10(0.97)	9.70	19
健身圖片 9	5.70 (1.41)	5.36	19
健身圖片 10	6.05 (1.05)	8.73	19
健身圖片 11	5.05 (1.50)	3.48	19
健身圖片 12	5.40 (1.50)	4.17	19
健身圖片 13	5.60 (0.82)	8.72	19
健身圖片 14	5.95 (0.80)	10.56	19
健身圖片 15	5.95 (1.12)	7.61	19
健身圖片 16	5.85 (0.98)	8.37	19
健身圖片 17	6.00 (1.19)	7.96	19
健身圖片 18	5.70 (1.35)	5.50	19
健身圖片 19	5.85 (0.92)	7.28	19
健身圖片 20	5.45 (0.92)	5.23	19

表 3-12 旅行圖片單一樣本 t 檢定

圖片類型	<i>M (SD)</i>	<i>t</i>	<i>df</i>
旅行圖片 1	1.70 (0.73)	-14.03	19
旅行圖片 2	1.85 (0.93)	-10.30	19
旅行圖片 3	1.50 (0.60)	-18.42	19
旅行圖片 4	1.45 (0.51)	-22.34	19
旅行圖片 5	1.80 (0.89)	-11.00	19
旅行圖片 6	1.20 (0.41)	-30.51	19
旅行圖片 7	1.55 (0.60)	-18.12	19
旅行圖片 8	1.10 (0.30)	-42.14	19
旅行圖片 9	1.25 (.044)	-27.13	19
旅行圖片 10	1.30 (0.57)	-21.13	19
旅行圖片 11	1.05 (0.58)	-59.00	19
旅行圖片 12	1.20 (.041)	-30.51	19
旅行圖片 13	1.35 (0.58)	-20.18	19
旅行圖片 14	1.15 (0.36)	-34.79	19
旅行圖片 15	1.60 (0.75)	-14.23	19
旅行圖片 16	1.80 (0.76)	-12.81	19
旅行圖片 17	1.50 (0.60)	-18.42	19
旅行圖片 18	1.60 (0.75)	-14.24	19
旅行圖片 19	1.40 (0.50)	-23.13	19
旅行圖片 20	1.75 (0.78)	-12.79	19

(二) 自我憐憫語錄前測結果

前測分析 20 組自我憐憫語錄是否分別符合自我憐憫的三大面向的定義。其中，類屬「自我仁慈」面向有 7 則語錄，類屬「普遍人性」面向有 6 則語錄，類屬「正念」面向則有 7 則語錄。結果以單一樣本 t 檢定，分析是否各項語錄平均數大於 4 (李克特量表最大數值為 7，取其大於平均數的數值 4)。結果發現，各項語錄平均數均顯大於 4 (最小值為 5.50)， p 值均 < 0.01 ，詳見表 3-13。研究結果顯示，受試者同意自我憐憫語錄敘述符合其基本定義。

表 3-13 自我憐憫語錄單一樣本 t 檢定

自我仁慈	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>t</i>	<i>df</i>
1. 偶爾吃一些自己想吃的東西，偶爾幾天不去健身房並不會影響你的人生，不要讓健身變成是一種生活上的強迫和挫折。	6.05 (0.68)	13.36	19
2. 有時候如果心情鬱悶、影響訓練，倒不如先別練，利用其他喜好轉移注意力，不要讓壓力變成你訓練的動力，訓練是一件快樂的事情。	6.15 (0.75)	12.90	19
3. 健身是馬拉松不是短跑，通常需要時間才能看得出效果，所以請不要責怪自己不夠努力，越艱辛的事情就越值得我們去等待和付出。	5.80 (1.28)	6.29	19
4. 不要認為瘦才是美，不要為了世俗的眼光而去減肥瘦身，別人如何看待你不重要，你自己怎麼看待自己才是重要的。	5.50 (1.67)	4.01	19

5. 妳很有可能會陷入不如預期的挫折感及自我質疑。但 不要與他人比較，當妳今天踏出步伐，做出與以往不 一樣的選擇，那即是改變的起點。	5.80 (1.24)	6.49	19
6. 停止責備自己，厭惡自己不會讓你變的更好，與自己 對話，學習感受自己的情緒，學習愛每個階段每個樣 子的自己。	6.30 (0.71)	14.03	19
7. 達不到目標沒關係，因為人生本來就是如此，不會每 件事都會如此輕易達成，要學習接受失敗和錯誤。	5.95 (1.09)	7.94	19
普遍人性	<i>M</i> <i>(SD)</i>	<i>t</i>	<i>df</i>
1. 沒有人是完美的，我們都一樣，都會有不喜歡自己的 地方，只要繼續努力，學會和自己的不完美相處，你 會發現其實不完美也沒什麼的。	5.75 (1.51)	5.15	19
2. 在健身的過程中，如果你遇到了停滯期，不想再繼續 健身，這都是正常的，大家都有經歷過。那就想想自 身邊和你一起努力的同伴，再重新出發。	5.90 (1.07)	7.93	19
3. 也許你努力了還是沒達成目標，把注意力放在短期的 目標上，一步一步慢慢來，因為大家也都還在達成目 標的路上努力著。	5.90 (1.02)	8.32	19
4. 大家都認為健身網紅就是要 24 小時都看的到腹肌、 六塊肌，吃飽飯小腹還是很平坦，其實我們也會有小 腹突出的時候，所以大家和我們一起放輕鬆一下，小	5.50 (1.63)	4.02	19

腹微凸真的沒什麼大不了的！！			
5. 你並不孤單，許多人和你一樣，都有想偷懶的時候， 在健身和癱在沙發上掙扎中，最後是沙發贏了，偶爾 讓自己休息真的沒有什麼好罪惡的！	5.65 (1.35)	5.32	19
6. 訓練遇上了困難、停滯期，那就傾聽自己內心的聲 音，和別人聊聊你的想法和困境，你會發現大家都會 遇到困境，這沒什麼大不了的。	6.15 (0.73)	12.90	19
正念	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>t</i>	<i>df</i>
1. 想要變成心目中的體態就必須做些一些改變，嘗試把 健身當成一種生活的習慣，一步一步堅固自己的心 志，繼續努力成為自己心目中想要的樣子！	5.85 (1.15)	6.99	19
2. 健身更像是健心，訓練的不只是肌肉，更是訓練你的 意志力和自製力，別再否定自己，自己的價值要自己 創造。	5.80 (1.03)	7.62	19
3. 健身是為了讓你的生活、健康變的更好，而不是讓你 的人生只剩下體重機和健身房，所以不要強迫自己健 身。	5.58 (1.08)	7.28	19
4. 你的身材、你的腰圍、體重機上的數字都不能夠定義 一個人，你真正應該關心的是你是否快樂和健康，你是 否享受健身。	6.10 (0.70)	13.08	19
5. 不要被體重數字所控制，因為體重的數字不能代表什 麼，最重要的是體態和心態的改變，才是健身的最終	5.90 (0.77)	10.78	19

目的。

6. 無論你是什麼身材你都是最好的自己，接受自己才是 5.70 6.47 19
真正的愛自己，無論什麼優缺點都值得被自己欣賞， (1.14)
學會欣賞自己的美才是最真實的。

7. 不需要時時刻刻都讓自己那麼緊繃，正常吃飯及運動 5.75 7.32 19
就好，也可以給自己設定獎勵機制，一旦達到目標就 (1.04)
可以讓自己獲得一些獎勵。



第肆章 研究結果分析

第一節 實驗受試者樣本分布

本研究總共收集 81 份樣本，問卷中未有每題答案皆相同或漏答者，並無無效樣本，故有效樣本最終為 81 份。本研究採用單因子實驗設計，共分為三個實驗組別，每組人數為 27 人。因實驗目的為瞭解 Fitspiration 現象對台灣女性的影響，故受試者皆為女性，各組詳細的樣本分布如表 4-1-:

表 4-1 實驗受試者有效樣本分佈

圖片有無 Fitspiration 及自我憐憫意涵	組別	人數 (N=81)
非 Fitspiration 訊息 (旅行照片組)	1	27 人
Fitspiration 訊息 (健身照片組)	2	27 人
具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息 (健身照片組+自我憐憫語錄)	3	27 人

第二節 樣本數量統計

本研究將受試者的基本資料分為兩大部分，第一部分為受試者之 Instagram 使用情況，分別為「使用 Instagram 與否」、「一週使用 Instagram 的頻率」、「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人帳號與否所」及「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人數」，詳細資料請見表 4-2。第二部分則為受試者之運動基本情況，分別為「運動與否」、「一週的運動頻率」及「每一次運動所需時間」，詳細資料請見表 4-3。

表 4-2 Instagram 使用基本狀況分析

Instagram 使用基本情況	類別	人數	百分比
使用 Instagram 與否	是	81	100%
	否	0	0%
一週使用 Instagram 的頻率	一至兩天	4	4.9%
	三至四天	3	3.7%
	五至六天	5	6.2%
	每天	69	85.2%
追蹤 Instagram 上的台灣健身名人帳號與否	是	73	90.1%
	否	8	9.9%
追蹤 Instagram 上的台灣健身名人數	無	8	9.9%
追蹤 Instagram 上的台灣健身名人數	1-2 位	32	38.1%
	3-4 位	21	25.9%
	5-6 位	12	14.8%
	7-8 位	4	4.9%

	9-10 位	2	2.5%
	10 位以上	2	2.5%

表 4-3 運動狀況基本分析

運動基本情況	類別	人數	百分比
運動與否	是	72	93.8%
	否	5	6.2%
一週運動的頻率	無	5	6.2%
	一至兩天	51	67.9%
	三至四天	18	22.2%
	五至六天	2	2.5%
	每天	1	1.2%
	無	5	6.2%
每一次運動所需時間	少於 30 分鐘	42	51.9%
	30 分鐘至一小時	19	23.5%
	一小時至 1 小時 30 分鐘	8	9.9%
	1 小時 30 分鐘至兩小時	5	6.2%
	超過兩小時	2	2.5%

第三節 操弄檢定

本研究以圖片「具有 Fitspiration 意涵」與否及「具有自我憐憫意涵」與否做為自變項，因此針對實驗組別：第一組「非 Fitspiration 訊息」、第二組「Fitspiration 訊息」及第三組「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息」的照片及語錄進行操弄檢定。旅行照片做為第一組「非 Fitspiration 訊息」的代表圖片，健身照片則做為第二組及第三組「具有 Fitspiration 訊息」的代表圖片；而第一及第二實驗組別照片底下並無搭配「具有自我憐憫意涵」的語錄，只在第三組實驗組別的照片底下加入「具有自我憐憫意涵」的語錄。

一、具有 Fitspiration 意涵

為證明旅行照片及健身照片之間的 Fitspiration 差異，並且確保受試者能分辨健身照片與否，本節以「上述 Instagram 帳號裡所看到的照片均健身照片」做為操弄題項，以 Likert 七點量表進行測量，越接近 1 表示非常不同意，越接近 7 表示非常同意。檢驗要件有三者：（1）健身照片平均數大於 4 （2）旅行照片平均數顯著小於 4 （3）健身照片、旅行照片具有顯著差異。

首先，以單一樣本 t 檢定以檢定值 4 進行分析，其結果如表 4-4 分析結果顯示所示，第一組的旅行照片平均數小於檢定值 4 ($M = 1.63, SD = .79, t = -15.55, p < .01$)；第二組的健身照片的平均數大於於檢定值 4 ($M = 6.07, SD = .78, t = 13.82, p < .01$)；第三組的健身照片平均數也大於檢定值 4 ($M = 6.23, SD = .65, t = 18.02, p < .01$)。接著再透過獨立樣本 t 檢定進行分析，第一組旅行照片及第二組的健身照片的「健身照片同意程度」具有顯著差異 ($t(52) = -20.76, p < .001$)；第一組旅行照片及第三組的健身照片的「健身照片同意程度」同樣具有顯著差異 ($t(52) = -23.43, p < .001$)。透過上述結果可得知，旅

行及健身照片之間的「Fitspiration 意涵」達到顯著差異，因此推斷本研究操弄成功。

二、照片吸引力程度及照片喜好程度

本研究因採用的旅行照片及健身照片中的女性並非同一女性，為了排除可能因其他外在因素如受試者認知的照片吸引力程度、照片類型喜好程度不同等影響結果，本研究接著詢問受試者對於「上述 Instagram 帳號裡所看到的照片的整體吸引力程度」及「上述 Instagram 帳號裡所看到的照片的整體喜好程度」為操弄題項，以 Likert 七點量表進行測量，越接近 1 表示非常不同意，越接近 7 表示非常同意。

本研究透過 ANOVA 單因子變異數分析第一組旅行照片、第二組健身照片及第三組具有自我憐憫語錄健身照片的「照片吸引力程度」及「照片類型的喜好程度」，結果如表 4-5 顯示，三組照片之間的「照片吸引力程度」無顯著差異 ($F(2, 78) = 1.76, p = .18$)；而「照片喜好程度」也無顯著差， $F(2, 78) = 1.81, p = .16$)，證明三組受試者在照片的吸引力程度及喜好程度上並無顯著差異，因此本研究分析所有假設時，不會將「照片吸引力程度」及「照片喜好程度」列入分析。

表 4-4 健身照片同意程度單一樣本 t 檢定

照片類型	組別	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
第一組旅行照片	1	1.63	.79	-15.55	26	<.01
第二組健身照片	2	6.07	.78	13.82	26	<.01

第三組具有自我憐憫意涵 的健身照片	3	6.23	.65	18.02	26	<.01
----------------------	---	------	-----	-------	----	------

表 4-5 照片吸引力、喜愛程度單因子變異數分析

	健身照片組		旅行照片組		自我憐憫語錄+ 健身照片組		<i>F</i>	<i>p</i>
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>		
p 照片吸引力	6.03	.64	5.66	.83	5.96	.80	1.76	.18
照片喜好程度	6.14	.76	5.70	.95	5.89	.84	1.81	.16

三、自我憐憫語錄回想

「自我憐憫語錄回想」檢定目的在於，確定觀看第三組「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息（例：健身照片+自我憐憫語錄）」的受試者確實有看到照片底下的自我憐憫語錄。本節以是非題詢問受試者是否有觀看到照片底下的自我憐憫語錄。

操弄檢定結果顯示，Fitspiration 訊息（健身照片組）非 Fitspiration 訊息（旅行照片組）皆無人看到語錄，具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息（健身照片+自我憐憫人）則 27 人均有看到語錄，結果顯示皆為有效樣本（ $N=81$ ）。

第四節 量表信度檢驗

本研究對「身體滿意度」量表、「強迫運動傾向」量表、「主觀幸福感」、「社會比較傾向」量表、「自我憐憫」量表進行信度分析。另外，因為主觀幸福感量表是由 Diener 和 Larsen (1985) 所發展的生活滿意度量表 (Satisfaction With Life Scale, SWLS) 及 Diener (2019) 的正負向情感經驗量表 (Scale of Positive and Negative Experience, SPANE) 兩個量表所組成，因此首先分別測量兩個子量表的信度，接著再將生活滿意度的量表和正負向情感量表兩者合併檢驗其信度，分析結果詳見表 4-6，Cronbach's α 係數皆達到良好的水準。

表 4-6 量表信度分析

量表名稱	Cronbach's α	項目個數
身體滿意度	.95	10
強迫運動傾向	.92	6
社會比較傾向	.88	3
主觀幸福感	.85	13
1.生活滿意度	.91	5
2.正向情感	.71	4
3.負向情感	.82	4
自我憐憫程度	.84	12

第五節 初步分析

首先，針對兩個中介變項「社會比較」、「自我憐憫」以及三個依變項「正向身體意象」、「強迫運動傾向」及「主觀幸福感」進行 Pearson 相關分析，探討以上變項是否具有相關性。結果顯示，兩個中介變項分別與三個依變項之間都具有顯著關係，如表 4-7 所示。

表 4-7 各變數相關係數矩陣表

	1	2	3	4	5
1 社會比較	1				
2 自我憐憫	-.150	1			
3 身體意象	-.363**	.541**	1		
4 強迫運動傾向	.575**	-.436**	-.673**	1	
5 主觀幸福感	-.416**	.597**	.752**	-.640**	1

註：** $p < .01$

第六節 假設檢定

本研究旨在探討 Instagram 的熱門照片中「有無 Fitspiration 意涵」及「有無自我憐憫意涵語錄」對女性的「正向身體意象」、「強迫運動傾向」、「主觀幸福感」的關係；以及「自我憐憫」及「社會比較」對上述此一關係的影響。本節將逐一驗證本研究的假設。

一、非 Fitspiration 訊息（例：旅行照片）與 Fitspiration 訊息（例：健身照片）對女性的正向身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福感之影響

H1：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較低的正向身體意象。

H1 主要想要探討的是「非 Fitspiration 訊息」及「Fitspiration 訊息」對女性正面身體意象的影響為何，於是本研究透過獨立樣本 t 檢定進行假設一的事前比較（*priori comparisons*），如表 4-8 所示「非 Fitspiration 訊息」與「Fitspiration 訊息」兩組之間的女性身體意象具有顯著差異（ $t(52) = 7.94, p < .001, d = -2.02$ ）。再者，根據表 4-9 所示，「非 Fitspiration 訊息（ $M = 4.87, SD = 1.08$ ）」的正面身體意象明顯高於「Fitspiration 訊息（ $M = 2.63, SD = 0.99$ ）」，發現接受 Fitspiration 訊息的女性擁有較低的正面身體意象，因此 H1 成立。

H2：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較高的強迫運動傾向。

本研究以獨立樣本 t 檢定進行 H2 的事前比，透過表 4-8 發現「非 Fitspiration 訊息」與「Fitspiration 訊息」之間的強迫運動傾向具有顯著差異 ($t(54) = 8.06, p < .001, d = 2.22$)。

透過表 4-9 可得知，接受「Fitspiration 訊息 ($M = 5.18, SD = 1.06$)」的女性強迫運動程度明顯高於「非 Fitspiration 訊息 ($M = 2.77, SD = 1.13$)」，亦即接受 Fitspiration 訊息的女性會有較高的強迫運動傾向，因此 H2 成立。

H3：與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較低的主觀幸福感。

本研究透過事前檢定進行 H3 假設檢定。根據表 4-8 所示，「非 Fitspiration 訊息」及「Fitspiration 訊息」對於「主觀幸福感」的差異達顯著性 ($t(54) = 12.68, p < .001, d = -3.39$)。再根據表 4-9 結果顯示，「非 Fitspiration ($M = 4.99, SD = 0.51$)」女性的主觀幸福感高於「Fitspiration 訊息」($M = 3.29, SD = 0.49$) 的女性，換言之接受 Fitspiration 訊息的女性的主觀幸福感較低落，因此假設 H3 成立。

二、「社會比較」在非 Fitspiration 訊息（例：旅行照片）與 Fitspiration 訊息（例：健身照片）中與女性的正向身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福的關係。

本研究考慮到受試者的 Instagram 使用情況及運動基本情況是否會對中介變項「社會比較」及依變項「身體意象」及「強迫運動傾向」、「主觀幸福感」有所影響，因此將「使用 Instagram 與否」、「一週使用 Instagram 的頻

率」、「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人帳號與否」及「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人數」、「運動與否」、「一週的運動頻率」及「每一次運動所需時間」做為共變項並將其控制住後，對假設 H4A、H4B 及 H4C 以「PROCESS」的中介模型四 (Hayes, 2013) 進行驗證，結果顯示均不受到共變項的影響，因此以下的假設驗證均不加入上述變項。

H4A：相較與非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別

（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致受試者有較低的正向身體意象。

本研究使用拔靴法 (Bootstrapping) 重複取樣 (resample) 5000次，使原樣本能夠更趨近母體分配，分析結果相較於單次分析更細緻及具有統計上的代表性。本研究使用學者Hayes (2013) 發表的巨集「PROCESS」模型四以檢驗其「社會比較」的中介效果。

透過圖 4-1 可得知，「非 Fitspiration 訊息」及「Fitspiration 訊息」的信賴區間為 ($B = -.05$, $SE = .16$, $95\%CI = [-.3936, .2701]$)，表示中介不成立，女性正面身體意象並不會受到社會比較的顯著影響，因此判斷 H4A 沒有成立。但根據表 4-6-2 可以發現「Fitspiration 訊息 ($M = 4.61$, $SD = 1.54$)」的女性社會比較傾向高於「非 Fitspiration 訊息 ($M = 2.58$, $SD = 1.37$)」，雖然假設 4A 的驗證並沒有得到數據支持，但確實發現了相較於非 Fitspiration 訊息，Fitspiration 訊息會引發較高程度的社會比較作用。

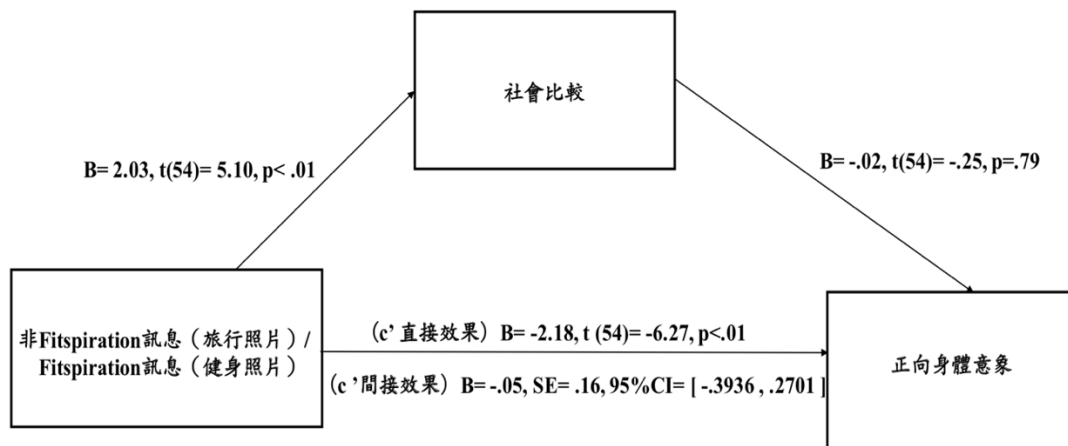


圖 4-1 中介模型檢驗圖 (社會比較 & 正向身體意象)

注：以非Fitspiration訊息在前為基準比較

H4B：相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致受試者有較高的強迫運動傾向。

本研究使用學者 Hayes (2013) 的「PROCESS」模型四以檢驗其「社會比較」的中介效果，同樣透過拔靴法重複取樣 5000 次。如同假設 H4A 所發現的，Fitspiration 訊息會引發較高程度的社會比較作用之外，再根據如圖 4-2 所示，「非 Fitspiration 訊息」及「Fitspiration 訊息」的信賴區間為 ($B = .81, SE = .22, 95\% CI = [.3957, 1.2925]$)，代表完全中介效果存在。本研究發現「社會比較」會正向影響女性的「強迫運動傾向」，導致接受 Fitspiration 訊息女性的強迫運動傾向較高，故判斷假設 H4B 成立。

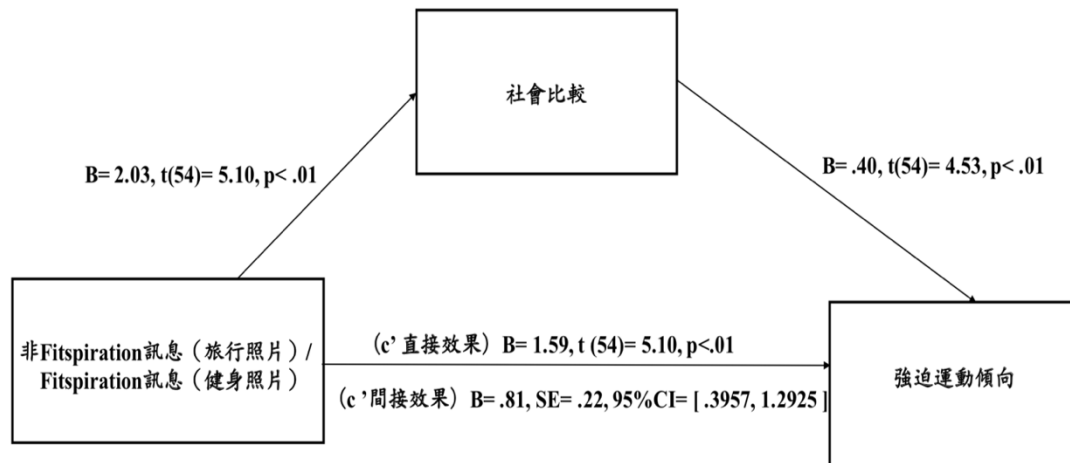


圖 4-2 中介模型檢驗圖 (社會比較 & 強迫運動傾向)

注：以非Fitspiration訊息在前為基準比較

H4C：相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration訊息組別

（例：健身照片）的社會比較程度較高，進而導致受試者有較低的主觀幸福感。

本研究使用學者 Hayes (2013) 的「PROCESS」模型四以檢驗「社會比較」對「非 Fitspiration 訊息」及「Fitspiration 訊息」的中介效果，透過拔靴法重複取樣 5000 次。首先，如同假設 H4A 及 H4B 所提及「Fitspiration 訊息」會引發較高程度的社會比較作用。但根據圖 4-6-3 結果所示，「非 Fitspiration 訊息（例：旅行照片）」及「Fitspiration 訊息（例：健身照片）」的信賴區間為 ($B = -.03$, $SE = .09$, $95\%CI = [-.1256, .2485]$) ，代表中介不成立，因此判斷假設 H4C 不成立。

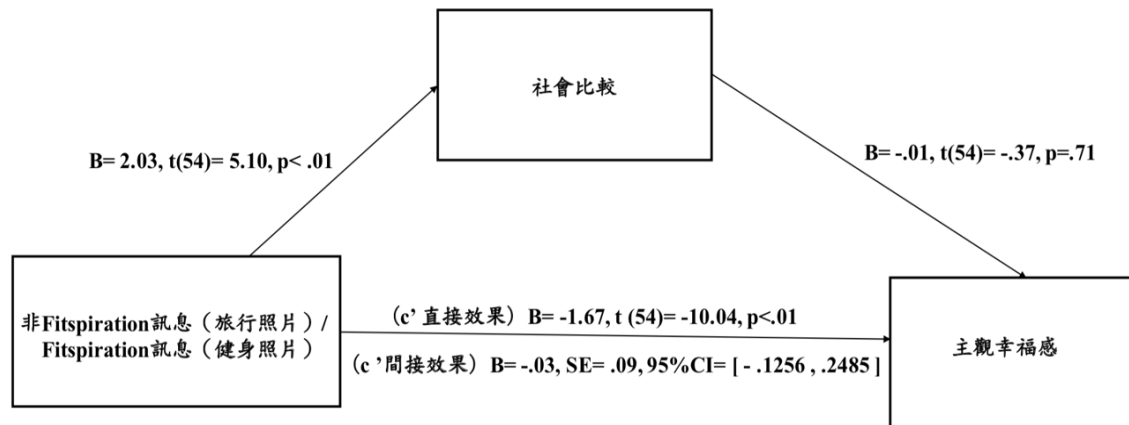


圖 4-3 中介模型檢驗圖 (社會比較 & 主觀幸福感)

注：以非Fitspiration訊息在前為基準比較

三、Fitspiration 訊息 (例：健身照片) 與具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息 (例：健身照片搭配自我憐憫語錄) 對女性的正向身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福感之影響

H5A：相較 Fitspiration 訊息組別 (例：健身照片組)，具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別 (健身照片組搭配自我憐憫語錄) 女性會有較高的正面身體意象。

本研究以獨立樣本 t 檢定進行 H5A 的事前比較，如表 4-8 所「Fitspiration 訊息」與「具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息」之間的正向身體意象具有顯著差異 ($t(54) = -4.58, p < .001, d = -1.27$)。

再根據表 4-9 所示，接受「具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息 ($M = 3.94, SD = 1.11$)」的女性身體滿意度明顯高於「Fitspiration 訊息 ($M = 2.63, SD = 0.99$)」，發現接受具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息的女性其正向身體意象程度較高，因此 H5A 成立。

H6A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的

Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較低的強迫運動傾向。

本研究透過事前比較進行 H6A 檢定，如表 4-8 所示，「Fitspiration 訊息」與接受「具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息」對女性強迫運動傾向的差異達到顯著性（ $t(54) = 3.90, p < .001, d = 1.08$ ）。

再透過表 4-9 對比之下可發現，接受「具有自我憐憫的 Fitspiration 訊息（ $M = 3.99, SD = 1.47$ ）」與「Fitspiration 訊息（ $M = 5.18, SD = 1.06$ ）」相較之下，接受具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息的女性強迫運動傾向較低，因此 H6A 成立。

H7A：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的

Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的主觀幸福感。

本研究透過獨立樣本 t 檢定進行事前比較，透過表 4-8 得知，「Fitspiration 訊息」與接受「具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息」的女性其主觀幸福感的差異達到顯著性（ $t(54) = -7.05, p < .001, d = -1.94$ ）。再根據表 4-9 所示，接受「具有自我憐憫的 Fitspiration 訊息（ $M = 4.26, SD = 0.86$ ）」的女性比起接受「Fitspiration 訊息（ $M = 3.29, SD = 0.49$ ）」的女性，前者的主觀幸福感較高，因此 H7A 成立。

四、「自我憐憫」在 Fitspiration 訊息（例：健身照片）與具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息（例：自我憐憫語錄搭配健身照片）中與女性的身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福的關係。

本研究考慮到受試者的 Instagram 使用情況及運動基本情況是否會對中介變項「自我憐憫」及依變項「身體意象」、「強迫運動傾向」、「主觀幸福感」有所影響，因此將「使用 Instagram 與否」、「一週使用 Instagram 的頻率」、「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人帳號與否」及「追蹤 Instagram 上的台灣健身名人數」、「運動與否」、「一週的運動頻率」及「每一次運動所需時間」做為共變項並將其控制住後，對假設 H5B、H6B 及 H7B 進行 PROCESS 中介模型四（Hayes, 2013）進行驗證，結果顯示均不受到共變項的影響，因此以下的假設驗證分析將不列入上述變項。

H5B：相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而提高正向身體意象。

假設 5B 探討的是「Fitspiration 訊息」及「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息」與「正向身體意象」的關係中，「自我憐憫」是否具有中介效果，並採用 PROCESS 中介模型四（Hayes, 2013）來進行驗證，透過拔靴法重複取樣 5000 次來估算信賴區間。

根據表 4-9 所示，「Fitspiration 訊息（ $M = 3.55, SD = 0.65$ ）」的女性自我憐憫低於接受「具有自我憐憫意涵 Fitspiration 訊息（ $M = 5.20, SD = 0.50$ ）」的女性，本研究發現「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息」可提高女性的自我憐

憫程度。再透過圖 4-4 結果得知，「Fitspiration 訊息」及「具有自我憫憫意涵 Fitspiration 訊息」的信賴區間為 ($B = 1.53$, $SE = .36$, $95\%CI = [.8766, 2.3044]$)，代表「自我憫憫」會正向影響「正向身體意象」，且 c' 直接效果沒有達到顯著水準 ($B = -.21$, $t(54) = -.50$, $p = .61$)，可見中介效果存在，其屬於完全中介。結果發現接受「具有自我憫憫意涵的 Fitspiration 訊息」女性自我憫憫程度較高，進而提升其正面身體意象，因此 H5B 成立。

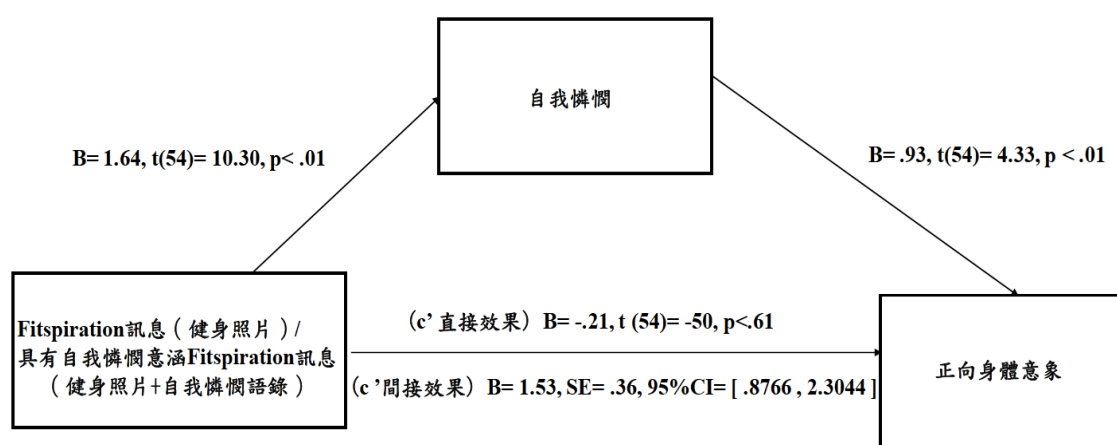


圖 4-4 中介模型檢驗圖 (自我憫憫 & 正向身體意象)

注：以 Fitspiration 訊息在前為基準比較

H6B：相較 Fitspiration 訊息組別 (例：健身照片組)，具有自我憫憫語錄的 Fitspiration 訊息組別 (健身照片組搭配自我憫憫語錄) 女性有較高的自我憫憫程度，從而降低強迫運動傾向。

本研究為了探討「Fitspiration 訊息」及「具有自我憫憫意涵的 Fitspiration 訊息」與「強迫運動傾向」之間是否會受到「自我憫憫」的中介，因此採用 PROCESS 的中介模型四 (Hayes, 2013) 進行驗證，透過拔靴法重複取樣 5000 次來估算信賴區間。結果得知 (如圖 4-5 所示)，「Fitspiration 訊息」及「具

有自我憐憫意涵Fitspiration訊息」的信賴區間為 ($B = -1.36, SE = .41, 95\%CI = [-2.1915, -.6053]$)，代表「自我憐憫」會負向影響「強迫運動傾向」，也就是說透過提升女性的自我憐憫程度能夠降低女性的強迫運動傾向。而c'直接效果也沒有達到顯著水準 ($B = .19, t(54) = .41, p = .67$)，可見中介效果存在且屬於完全中介，接受「具有自我憐憫意涵的Fitspiration訊息」女性自我憐憫程度較高，進而降低其強迫運動傾向，因此H6B成立。

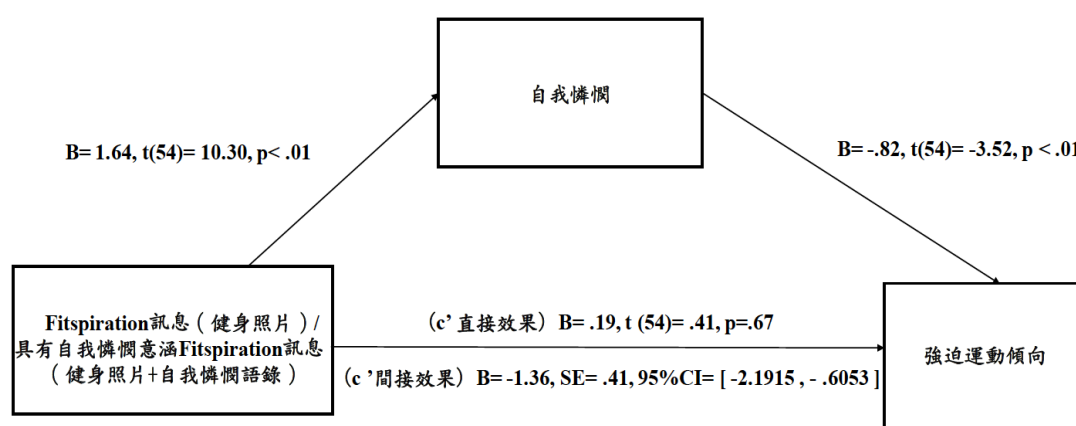


圖 4-5 中介模型檢驗圖 (自我憐憫 & 強迫運動傾向)

注：以Fitspiration 訊息在前為基準比較

H7B：相較 Fitspiration 訊息組別 (例：健身照片組)，具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別 (健身照片組搭配自我憐憫語錄) 女性有較高的自我憐憫程度，從而提升主觀幸福感。

假設 H7B 探討的是「Fitspiration 訊息」及「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息」與「主觀幸福感」的關係中，是否會受到「自我憐憫」的影響，因此採用「PROCESS」的中介模型四 (Hayes, 2013) 進行驗證，透過拔靴法重複取樣 5000 次來估算信賴區間。結果得知 (如圖 4-6 所示)，

「Fitspiration 訊息」及「具有自我憐憫意涵 Fitspiration 訊息」的信賴區間為 ($B = .62, SE = .18, 95\%CI = [.2764, 1.0011]$)，意即「自我憐憫」會正向影響「主觀幸福感」，也就是說透過自我憐憫能提升女性的主觀幸福感。而 c' 直接效果也沒有達到顯著水準 ($B = .34, t(54) = 1.58, p = .11$)，因此得知中介效果存在且屬於完全中介，接受「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息」女性自我憐憫程度較高，進而提升其主觀幸福感，因此 H8C 成立。

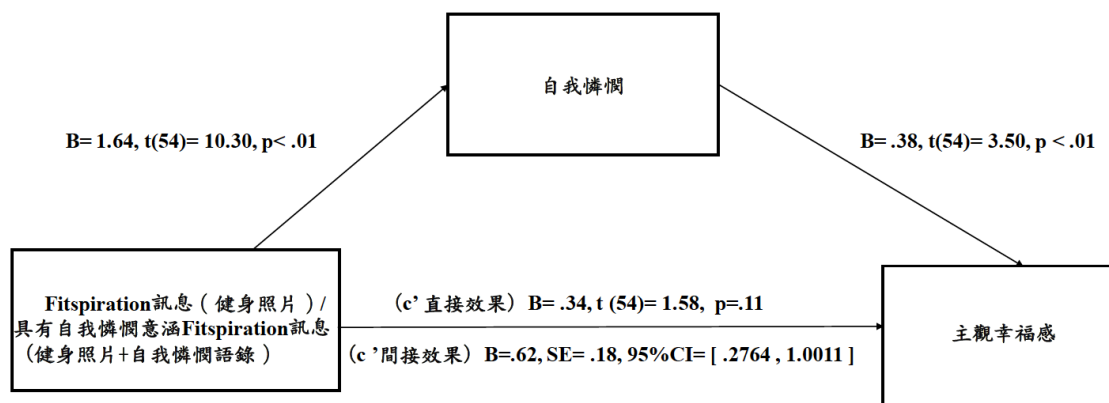


圖 4-6 中介模型檢驗圖 (自我憐憫 & 主觀幸福感)

注：以 Fitspiration 訊息在前為基準

表 4-8 各變項間簡單比較

	旅行照片組			健身照片組		
	VS			VS		
	健身照片組			健身照片組+自我憐憫語錄		
	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>d</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
身體意象	7.94	<.001	-2.02	-4.58	<.001	-1.27
強迫運動傾向	8.06	<.001	2.22	3.90	<.001	1.08
主觀幸福感	12.68	<.001	-3.39	-7.05	<.001	-1.94

注：計算效果量 (*d*) 時，都以健身照片組為參照組。

表 4-9 各變項間描述性統計

	健身照片組		旅行照片組		健身照片組 +自我憐憫語錄	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
社會比較	4.61	1.54	2.58	1.37	4.56	1.47
自我憐憫	3.55	0.65	4.78	0.46	5.20	0.50
身體意象	2.63	0.99	4.87	1.08	3.94	1.11
強迫運動傾向	5.18	1.06	2.77	1.13	3.99	1.47
主觀幸福感	3.29	0.49	4.99	0.51	4.26	0.86

五、假設檢定小結

本研究假設檢定結果，如表 4-10。

表 4-10 研究假設檢定結果

	研究假設	結果
H1	與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片）， Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較低的 正向身體意象。	成立
H2	與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片）， Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較高的 強迫運動傾向。	成立
H3	與非 Fitspiration 訊息組別比較（例：旅行照片）， Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的女性會有較低的 主觀幸福感。	成立
H4A	相較與非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片）， Fitspiration訊息（例：健身照片）組別的社會比較程度較 高，進而導致其女性有較低的正向身體意象。	不成立
H4B	相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的社會比較程度較高，進而導 致其女性有較高的強迫運動傾向。	成立

H4C	<p>相較非Fitspiration訊息組別（例：旅行照片），Fitspiration 訊息（例：健身照片）組別的社會比較程度較高，進而導致其女性有較低的主觀幸福感。</p>	不成立
H5A	<p>相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性會有較高的正面身體意象。</p>	成立
H5B	<p>相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而提高正向身體意象。</p>	成立
H6A	<p>相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較低的強迫運動傾向。</p>	成立
H6B	<p>相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的自我憐憫程度，從而降低強迫運動傾向。</p>	成立
H7A	<p>相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）女性有較高的主觀幸福感。</p>	成立

H7B 相較 Fitspiration 訊息組別（例：健身照片組），具有自我憐憫語錄的 Fitspiration 訊息組別（健身照片組搭配自我憐憫語錄）受試者將有較高的自我憐憫程度，從而提升主觀幸福感。

成立



第五章 結論

第一節 發現與討論

一、Fitspiration 訊息有無對女性的正向身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福感的影響

根據檢定結果顯示，相較於非 Fitspiration 訊息（例：旅行照片），當 Instagram 上的訊息具有 Fitspiration 意涵時（例：健身照片）會對女性的正向身體意象造成更多的負面影響，也與過去的研究相符（Tiggemann & Zaccardo, 2015）。而本研究再加入了 Fitspiration 目前較少研究的面向：「強迫運動傾向」及「主觀幸福感」，同樣發現了 Fitspiration 訊息會提高女性的強迫運動傾向及降低其主觀幸福感，因此本研究認為在 Instagram 上與其他非 Fitspiration 訊息相比之下，具有 Fitspiration 意涵的訊息除了會對「正向身體意象」有負面影響之外，也會造成個體在身體及心理上的其他的負面影響，如使強迫運動傾向加劇和主觀幸福感降低。

二、Fitspiration 訊息中的「社會比較」對女性的正向身體意象、主觀幸福感及強迫運動傾向的影響

根據上述分析結果可以看出，無論是 Fitspiration 訊息（例：健身照片）或是具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息（例：自我憐憫語錄搭配健身照片）組別的女性，都比非 Fitspiration 訊息（例：旅行照片）組別的女性擁有更高的社

會比較傾向。換言之，在 Instagram 各類型的熱門照片中，健身照片更容易引起女性的社會比較傾向，也就是說 Fitspiration 訊息與個體社會比較傾向之間具有顯著關聯性。接著據此延伸，探在社會比較在「Fitspiration 及非 Fitspiration 訊息」中對於身體意象、強迫運動及主觀幸福感的影響為何。本研究發現，「社會比較」只對強迫運動傾向具有中介效果，但對身體意象和主觀幸福感則沒有中介效果，本研究將接著分析究竟其原因為何。

首先，與本研究的假設相符，社會比較對個體的強迫運動傾向具有顯著影響。本研究認為，可能與個體接受 Fitspiration 訊息中的「健身照片」後所產生的運動動機 (sport motivation) 及目標取向 (achievement goal theory) 有所關聯性。根據 Nicholls (1989) 的目標取向理論指出，個體在運動時，會透過兩種方式來判斷自己的運動能力高低：第一個方式是採用工作涉入的方式 (task involvement)，指的是個體會透過與自己比較，並以運動表現好壞來判斷自己的能力。而第二個方式是採自我涉入的方式 (ego involvement)，指的是個體需要透過與他人的比較，超越他人來判斷自己的能力或失敗及成就。

個體在運動時，個體所處在的週遭環境會影響個體在運動時的目標取向。換言之，個體在運動時決定採用工作涉入或自我涉入來判斷自我的能力會受到當下環境刺激而有所改變 (Netwon & Duda, 1993; Nicholls, 1989)。再者，過去有研究指出 (Nicholls, 1989; Walling & Duda, 1995)，自我涉入高者在參與運動的動機多半是建立在「社會比較機制」上，個體必須透過擊敗他人或超越他人表現才能判斷自己的運動能力。而也因如此，本研究實驗中所提供的 Fitspiration 健身照片中，也許傳遞了「強壯的體格」、「敏捷的動作」、「強而有力」、「擁有較強的運動能力」等的女性形象。據此，可能激發了受試者

當下的自我涉入程度，並將「與他人向上比較」做為其運動動機，產生了想要超越他們或打敗他們的想法及動力。在這樣的情況之下，受試者可能會產生想要運動的強烈慾望，進而使得受試者的強迫運動傾向也隨之提高，因此社會比較在強迫運動傾向中發揮了其中介的角色。此結果為本研究的重大發現之一，因為過往有許多研究指出強迫運動會造成個體在身心理上的負面影響如飲食障礙、受傷及憂鬱等，對個體所帶來的影響不容忽視，未來可以針對 Fitspiration 中的強迫運動傾向做更進一步的研究。

接著，與本研究先前的預期不符的是，社會比較對個體的身體意象和主觀幸福感不具有顯著的影響能力，此結果也與過往 Tiggemann 及 Zaccardo (2015) 在 Fitspiration 研究裡所指出的「社會比較」會影響女性的身體意象結果不相同。本研究推斷結果與過去不相符的原因為：雖然過去已經有不少研究認為「社會比較」在媒體及閱聽人的身體意象之間具有關聯性 (Clark & Tiggemann, 2006 ; Levine & Murnen, 2009)，但大多研究都是集中在「身材纖細」的明星及模特兒身上。然而，本研究的比較對象是來自日常生活中的一般女性，並且具有「健壯美」身材。這和以往所比較對象的「身份」或「身材」並不相同，再加上過去有研究指出東西方男女性的身體意象程度及對體重控制程度高低有所不同，其結果指出亞洲的男女性的正向身體意象都較低落，對控制自身體重的程度也較高 (Wardle et.al, 2006)。根據以上所述之情形，都有可能造成本研究所得出的結果與以往國外的發現有所不同。

根據 Festinger (1954) 的研究指出，社會比較屬於一種社會行為的發展及學習機制，人們會藉由比較而產生不同的「社會表現」來適應社會 (George, 1986)。換言之，人們會考慮、觀察及比較周遭環境他人的外表和行為，以確

認自己的屬性，判斷自己的外貌或表現是否符合社會期待（ Oliver & Thelen, 1996 ）。而人們會根據這些社會標準、他人的評價、社會互動產生自身的身體意象及主觀幸福感程度高低（ Emmons & Diener, 1986 ； Thompson, 1993 ）。過去有研究指出，社會文化會影響個體的身體意象高低程度，其研究對澳洲及新加坡女性進行其身體不滿意程度調查。結果發現，在東西方文化不同之下，新加坡女性的身體不滿意程度高於澳洲的女性（ Soh et.al, 2008 ）。據此，本研究推斷，台灣的社會文化和風氣也許是影響女性的社會比較及身體意象程度高低的原因之一。

延續以上的推斷，很有可能是因為台灣目前的文化及主流審美觀仍然以「纖細」身材為主，如媒體上的廣告或電視節目上仍然標榜窈窕及纖細為理想體型，而受試者的週遭環境的女性也有可能以纖細身材居多。因此除了本研究的健身照片會影響受試者的身體意象及主觀幸福感之外，受試者所處在的週遭事物或環境也會影響到受試者判斷自己身體意象及主觀幸福感高低。據此推斷，具有 Fitspiration 意涵的訊息（例：健身照片）雖然會對女性的身體意象及主觀幸福感造成負面影響，並且會提升女性的社會比較傾向，但可能仍然存在其他因素在這關係中進行干擾，再加上身體意象和主觀幸福感屬於比較複雜的個體認知概念，因此導致社會比較與身體意象及主觀幸福感之間的關係不顯著。

整體而言，除了社會比較之外，受試者所處的週遭環境或其他外在因素很有可能導致「社會比較」在身體意象及主觀幸福感並沒有成功的發揮其中介作用。但本研究仍然發現了 Fitspiration 訊息與社會比較之間具有顯著關係，並且

對強迫運動傾向有影響，而還會對閱聽者可能造成哪一類的後續影響，此點值得未來研究持續進行探討。

最後，除了上述所提及的原因之外，雖然目前並無找到相關文獻可以證實，但本研究推斷另一個原因是：「強迫運動」是屬於一種實質的行為表現，並且是一個負面的行為，但「正向身體意象」及「主觀幸福感」則屬於認知及情感面，並且是正面的情感。因此，未來也許可以研究當個體在不同的行為及認知情感上，「社會比較」其扮演的角色為何，瞭解個體在正負面行為或認知有所不同時，「社會比較」在其中的中介影響力是否有所不同。

三、Fitspiration 訊息中含有「自我憐憫」意涵對女性的正向身體意象、強迫運動傾向、主觀幸福感的影響。

根據假設檢驗可得知，與「健身照片的 Fitspiration 訊息」相比之下，觀看「具有自我憐憫意涵的 Fitspiration 訊息」的女性的自我憐憫程度與前者比較起來明顯高出許多，而其正向身體意象及主觀幸福感也較高，而強迫運動傾向則較低。這和 Slater (2017) 所提及的研究結果相似，證明透過提高個人的自我憐憫程度，可以有效的降低因 Fitspiration 訊息所帶來的負面影響。過去有研究提出 (Nelf, 2013)，個體能透過培養及訓練提升其自我憐憫程度，因此個體可以將其做為接受 Fitspiration 訊息時的一個主動且有效的保護方式。透過在健身照片中加入具有自我憐憫含義的句子，或是訓練個體提高自身的自我憐憫程度，都有可能鼓勵和促進個體更加自我接納，瞭解和尊重自己的身體、欣賞自己身體的獨特性，不再強迫自己運動，減少負面情緒的產生 (Tylka & Wood

Barcalow, 2015)，在女性的負面身體意象及強迫運動傾向起到保護作用（Kelly et.al, 2014）。因此本研究認為「自我憐憫」在 Fitspiration 訊息中扮演重要的角色，並能做為有效的保護因子，在如何減輕媒體為閱聽人所帶來的負面影響及提升其正面影響的研究提供了新穎且有力的方向。

第二節 學術與實務貢獻

一、學術貢獻

學術上對與 Fitspiration 相關研究仍然佔少數，而目前的研究大多聚焦在歐美地區，而亞洲地區對 Fitspiration 訊息的研究甚少，因此本研究藉此探討 Fitspiration 訊息對台灣女性的影響究竟為何，並瞭解與歐美地區目前所做的研究有否相似或相異之處。結果發現，與歐美地區目前所做的研究擁有相似之處，與非 Fitspiration 的訊息相比之下，Fitspiration 訊息確實會為閱聽者帶來更多的負面影響。

另外，過去的 Fitspiration 訊息研究大多專注於對閱聽者的負面影響（Griffiths et al., 2018；Talbot et al., 2017；Tiggemann & Zaccardo, 2015），但卻鮮少提及是什麼「因素」或「心理機制」造成女性們會產生負面影響，也忽略了要如何改善或抑制 Fitspiration 所造成的負面影響，因此本研究將「社會比較」及「自我憐憫」做為中介變項並加入研究中，討論這兩者在 Fitspiration 與女性之間的影響為何。首先，本研究發現具有 Fitspiration 意涵的照片確實會引起女性有較高的社會比較傾向。再者，本研究發現社會比較會影響女性的強迫運動程度高低，而對身體意象和幸福感則沒有影響。但就如上一小節所提及的，也許身體意象和幸福感是較為複雜的概念，因此除了社會比較之外，個體很有可能會受到其他因素影響其身體意象及主觀幸福感程度高低。在具有

Fitspiration 意涵的照片中，「社會比較」仍然是一個重要的影響機制，未來也許可以深入探討究竟是什麼原因會造成觀看健身照片後會提高個體的社會比較傾向，並且了解除了強迫運動之外，是否還有其他負面的影響存在。

最後，研究結果支持了「自我憐憫」能做為有效的保護因子，減輕人們暴露在 Fitspiration 訊息中時所受到的負面影響。Fitspiration 是社群上新興的一種生活態度，過去並沒有太多著墨於此領域的研究。而過去的 Fitspiration 大多認為 Instagram 健身照片會為人帶來負面影響，卻鮮少提出要如何避免或預防負面的影響，此一發現補充了過去研究上的不足。本研究認為，Fitspiration 訊息的初衷本是為了鼓勵人們健康的運動及生活，而卻因為太過於強調照片中的「身材」而對閱聽者造成了負面影響。因此「自我憐憫」在 Fitspiration 訊息的中介歷程中就發揮了其重要的角色，不僅減少 Fitspiration 所帶來的負面影響，更能鼓勵個體用正面及健康的心態去接受這些訊息，進而為其帶來正面的效果。透過以上的發現，本研究對個體在接受 Fitspiration 訊息時的心理歷程及機制提供了一個基本參考，以利後續研究深究社會比較及自我憐憫對個體在接受 Fitspiration 訊息的正負面影響為何。

二、實務貢獻

本研究證實了與其他 Instagram 上熱門的照片（例：旅行照片）相較之下，健身照片會造成女性有較低的正面身體意象、主觀幸福感及提高其強迫運動傾向，研究結果強調了閱聽者接觸 Fitspiration 媒體的潛在危害。因此本研究建議健身名人們在發佈健身照片時，可以搭配具有自我憐憫的文字，將貼文重點內容聚焦在「以健康的心態追求理想中的身材」、「不再對自己過於苛刻」、「學習欣賞及尊重自己的身體」，強調 Fitspiration 原有的初衷「健康的運動及

飲食」，不要讓 Fitspiration 訊息本末倒置，避免對閱聽者造成更多的負面影響，鼓勵大眾們接受並尊重不同且多元的身材，發揮身為網絡名人應有的社會責任。

此外，當 Fitspiration 做為一種社群媒體上的新生活態度時，閱聽者也應避免過度接觸只強調「單一化身材」的 Fitspiration 訊息，更要注意避免過度將社群媒體上的人物與自己做比較，要適時調適自己在 Instagram 上所接受的訊息，不要盲目的追求理想中的身材進而忽略了最重要的身心靈健康。

第三節 研究限制及研究建議

一、 研究限制

本研究認為，受試者除了在社群媒體上接受 Fitspiration 訊息之外，很可能之前就已經接觸過各種各樣與瘦理想相關的訊息，像是在電視及雜誌上，因此受試者在其他媒體環境中所接收到的瘦理想訊息程度高低及相關性無法確切得知，因此是否會對受試者的社會比較傾向、身體意象程度高度、強迫運動感及主觀幸福感有所影響也無法得知。

此外，本研究此次的研究對象全為女性，雖然過往的研究曾指出女性比起男性更容易在身體意象上出現負面的情緒和主觀意識，正向身體意象也較低（Cash & Brown, 1989；尤媽媽，2001）。但根據 108 年台灣體育署所公布的數據，男性規律運動人口比例為 36.5%，較女性（30.7%）高出 5.8%，而男性的運動時間也比女性多出 17.06 分鐘（台灣體育署，2018）。因此男性同樣的可能也會對社群媒體上的運動相關資訊感到興趣，並追蹤 Instagram 上的健身名人，具有 Fitspiration 意涵的訊息也許也會為男性帶來不同的正負面影響。本研

究沒有將性別做為一個研究變項之一，故無法探討 Fitspiration 訊息對不同性別之間的影響是否有差異。

二、研究建議

本研究目前主要是以 Instagram 的健身照片做為 Fitspiration 的代表訊息，未來研究可以針對更多不同媒體例如 Twitter、Facebook 及 Youtube 上的 Fitspiration 訊息進行研究及比較，以瞭解不同媒體上之 Fitspiration 訊息是否都具有相似或不同的影響。此外，本研究目前採用圖片做為實驗刺激物，未來也可以加入具有 Fitspiration 意涵的影片，像是 Youtube 上的健身影片，瞭解圖片及影片對閱聽者的影響是否具有差異。

另外，本研究本次是在短時間內讓受試者觀賞 20 張圖片後，成功的發現了以上的照片的會對女性的身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福感有顯著影響，因此未來研究可以嘗試做一個長期的縱貫性研究（longitudinal research），觀察受試者在長期接受 Fitspiration 的訊息之下會不會有更為明顯的影響或是或產生不同的結果。

延伸上一節研究限制所提到的性別限制，本研究建議未來學者可以同時針對 Fitspiration 對男性及女性的影響進行探討，瞭解男性的身體意象、強迫運動傾向及主觀幸福感為何，與女性相較之下的差異及相似點又為何。

參考資料

中文部分

尤媽媽 (2001)。《大學生體型及其身體意象相關因素之研究-以中原大學新生為例》。國立台灣師範大學衛生教育研究所博士論文。

OpView 社群口碑資料庫 (2018 年 6 月 28 日)。〈健身風潮興起-2018 年健身輿情分析〉。上網日期：2019 年 12 月 20 日。取自：
https://www.opview.com.tw/media_report/20180628/4534

I 運動資訊平台 (2017 年)。〈中華民國 108 年運動現況調查〉。上網日期：2019 年 12 月 28 日。取自：<https://reurl.cc/7XDyg5>

英文部分

Andrews, F. M., & Withey, S. B. (1976). Americans' well-being: Specific life concerns. *Social Indicators of Well-Being*, 249-281.
https://doi.org/10.1007/978-1-4684-2253-5_8

Atienza, F. L., Balaguer, I., & García-Merita, M. L. (2003). Satisfaction with life scale: Analysis of factorial invariance across sexes. *Personality and Individual Differences*, 35(6), 1255-1260. [https://doi.org/10.1016/s0191-8869\(02\)00332-x](https://doi.org/10.1016/s0191-8869(02)00332-x)

Baer, R. A., Lykins, E. L., & Peters, J. R. (2012). Mindfulness and self-compassion as predictors of psychological wellbeing in long-term meditators and matched nonmeditators. *The Journal of Positive Psychology*, 7(3), 230-238.
<https://doi.org/10.1080/17439760.2012.674548>

- Boepple, L., Ata, R. N., Rum, R., & Thompson, J. K. (2016). Strong is the new skinny: A content analysis of fitspiration websites. *Body Image, 17*, 132-135. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.03.001>
- Breines, J. G., & Chen, S. (2012). Self-compassion increases self-improvement motivation. *Personality and Social Psychology Bulletin, 38*(9), 1133-1143. <https://doi.org/10.1177/0146167212445599>
- Brown, T. A., Cash, T. F., & Lewis, R. J. (1989). Body-image disturbances in adolescent female Binge?Purgers: A brief report of the results of a national survey in the U.S.A. *Journal of Child Psychology and Psychiatry, 30*(4), 605-613. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.1989.tb00272.x>
- Brown, T.A., Cash, T.F., & Mikulka, P. (1990). Attitudinal body-image assessment: Factor analysis of the body-self relations questionnaire. *Journal of Personality Assessment, 55*(1), 135-144. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5501&2_13
- Cash, T. F., Phillips, K. A., Santos, M. T., & Hrabosky, J. I. (2004). Measuring “negative body image”: Validation of the body image disturbance questionnaire in a nonclinical population. *Body Image, 1*(4), 363-372. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.10.001>
- Chiesa, A., & Serretti, A. (2011). Mindfulness based cognitive therapy for psychiatric disorders: A systematic review and meta-analysis. *Psychiatry Research, 187*(3), 441-453. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2010.08.011>
- Clark, L., & Tiggemann, M. (2006). Appearance culture in nine- to 12-Year-Old girls: Media and peer influences on body dissatisfaction. *Social Development, 15*(4), 628-643. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9507.2006.00361.x>

- Collins, R. L. (1996). For better or worse: The impact of upward social comparison on self-evaluations. *Psychological Bulletin*, 119(1), 51-69.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.119.1.51>
- Compton, W. C. (2000). Meaningfulness as a mediator of subjective well-being. *Psychological Reports*, 87(5), 156. <https://doi.org/10.2466/pr0.87.5.156-160>
- Coverley veale, D. M. (1987). Exercise dependence. *Addiction*, 82(7), 735-740.
<https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.1987.tb01539.x>
- Dalley, S. E., Buunk, A. P., & Umit, T. (2009). Female body dissatisfaction after exposure to overweight and thin media images: The role of body mass index and neuroticism. *Personality and Individual Differences*, 47(1), 47-51.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.01.044>
- Davis, C., & Fox, J. (1993). Excessive exercise and weight preoccupation in women. *Addictive Behaviors*, 18(2), 201-211.
[https://doi.org/10.1016/0306-4603\(93\)90050-j](https://doi.org/10.1016/0306-4603(93)90050-j)
- Deighton-Smith, N., & Bell, B. T. (2018). Objectifying fitness: A content and thematic analysis of #fitspiration images on social media. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 467-483. <https://doi.org/10.1037/ppm0000143>
- DiBisceglie, S., & Arigo, D. (2019). Perceptions of #fitspiration activity on Instagram: Patterns of use, response, and preferences among fitstagrammers and followers. *Journal of Health Psychology*, 135910531987165.
<https://doi.org/10.1177/1359105319871656>
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>
- Diener, E. (1985). Satisfaction with life scale. *PsycTESTS Dataset*.
<https://doi.org/10.1037/t01069-000>

- Diener, E., Kahneman, D., & Helliwell, J. (2010). International differences in well-being. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199732739.001.0001>
- Dijkstra, P., & Barelds, D. P. (2011). Examining a model of dispositional mindfulness, body comparison, and body satisfaction. *Body Image*, 8(4), 419-422. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.05.007>
- Dittmar, H. (2009). How do “Body perfect” ideals in the media have a negative impact on body image and behaviors? Factors and processes related to self and identity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 1-8. <https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.1>
- Dittmar, H., & Howard, S. (2004). Thin-ideal internalization and social comparison tendency as moderators of media models' impact on women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 768-791. <https://doi.org/10.1521/jscp.23.6.768.54799>
- Emmons, R. A., & Diener, E. (1985). Personality correlates of subjective well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11(1), 89-97. <https://doi.org/10.1177/0146167285111008>
- Emmons, R. A., & Diener, E. (1986). Influence of impulsivity and sociability on subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(6), 1211-1215. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.50.6.1211>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. (2015). Appearance comparisons and body image in women's everyday lives. *Journal of Eating Disorders*, 3(S1). <https://doi.org/10.1186/2050-2974-3-s1-o20>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>

- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, A., & Galindo, M. (2013). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(1), 1-14.
<https://doi.org/10.1007/s10964-012-9898-9>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Frederick, C. M., & Morrison, C. S. (1996). Social physique anxiety: Personality constructs, motivations, exercise attitudes, and behaviors. *Perceptual and Motor Skills*, 82(3), 963-972. <https://doi.org/10.2466/pms.1996.82.3.963>
- Garner, D. M., Olmstead, M. P., & Polivy, J. (1983). Eating disorder inventory for anorexia nervosa and bulimia. *PsycTESTS Dataset*.
<https://doi.org/10.1037/t64315-000>
- Ghaznavi, J., & Taylor, L. D. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, 54-61.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.006>
- Goodwin, H., Haycraft, E., Taranis, L., & Meyer, C. (2011). Psychometric evaluation of the compulsive exercise test (CET) in an adolescent population: Links with eating psychopathology. *European Eating Disorders Review*, 19(3), 269-279.
<https://doi.org/10.1002/erv.1109>
- Griffiths, S., Castle, D., Cunningham, M., Murray, S. B., Bastian, B., & Barlow, F. K. (2018). How does exposure to thinspiration and fitspiration relate to symptom

- severity among individuals with eating disorders? Evaluation of a proposed model. *Body Image*, 27, 187-195.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.10.002>
- Grogan, S. (2006). Body image and health. *Journal of Health Psychology*, 11(4), 523-530. <https://doi.org/10.1177/1359105306065013>
- Grossman, P., Niemann, L., Schmidt, S., & Walach, H. (2004). Mindfulness-based stress reduction and health benefits. *Journal of Psychosomatic Research*, 57(1), 35-43. [https://doi.org/10.1016/s0022-3999\(03\)00573-7](https://doi.org/10.1016/s0022-3999(03)00573-7)
- Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2004). Idealized media images and adolescent body image: “comparing” boys and girls. *Body Image*, 1(4), 351-361.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.10.002>
- Hargreaves, D., Tiggemann, M., Polivy, J., & Quinto, L. (2006). Media influences on body image: Positive versus negative effects. *PsycEXTRA Dataset*.
<https://doi.org/10.1037/e511092014-048>
- 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>
- Homan, K. (2010). Athletic-ideal and thin-ideal internalization as prospective predictors of body dissatisfaction, dieting, and compulsive exercise. *Body Image*, 7(3), 240-245. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.02.004>
- Homan, K. J., & Tylka, T. L. (2014). Appearance-based exercise motivation moderates the relationship between exercise frequency and positive body image. *Body Image*, 11(2), 101-108.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.01.003>

- Keeton, W. P., Cash, T., & Brown, T. (1990). Body image or body images?: Comparative, multidimensional assessment among college students. *Journal of Personality Assessment*, 54(1), 213-230.
https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5401&2_21
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48, 331-339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.009>
- Leone, J. E., Mullin, E. M., Maurer-Starks, S. S., & Rovito, M. J. (2014). The adolescent body image satisfaction scale for males. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 28(9), 2657-2668.
<https://doi.org/10.1519/jsc.0000000000000439>
- Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2009). "Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders": A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 9-42.
<https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.9>
- Lewis, S. P., & Arbutnott, A. E. (2012). Searching for Thinspiration: The nature of internet searches for pro-eating disorder websites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(4), 200-204.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0453>
- Linde, J. A., Jeffery, R. W., Finch, E. A., Ng, D. M., & Rothman, A. J. (2004). Are unrealistic weight loss goals associated with outcomes for overweight women? *Obesity Research*, 12(3), 569-576. <https://doi.org/10.1038/oby.2004.65>

- Loya, B. N., Cowan, G., & Walters, C. (2006). The role of social comparison and body consciousness in women's hostility toward women. *Sex Roles, 54*(7-8), 575-583. <https://doi.org/10.1007/s11199-006-9024-0>
- Markland, D., & Ingledew, D. K. (2014). Exercise motivations inventory-2. *PsycTESTS Dataset*. <https://doi.org/10.1037/t39084-000>
- Magnus, C. M., Kowalski, K. C., & McHugh, T. F. (2010). The role of self-compassion in women's self-determined motives to exercise and exercise-related outcomes. *Self and Identity, 9*(4), 363-382. <https://doi.org/10.1080/15298860903135073>
- McCreary, D. R., & Saucier, D. M. (2009). Drive for muscularity, body comparison, and social physique anxiety in men and women. *Body Image, 6*(1), 24-30. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2008.09.002>
- Meyer, C., Taranis, L., Goodwin, H., & Haycraft, E. (2011). Compulsive exercise and eating disorders. *European Eating Disorders Review, 19*(3), 174-189. <https://doi.org/10.1002/erv.1122>
- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). "Selfie" harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image, 27*, 86-92. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- Mosewich, A. D., Crocker, P. R., Kowalski, K. C., & DeLongis, A. (2013). Applying self-compassion in sport: An intervention with women athletes. *Journal of Sport and Exercise Psychology, 35*(5), 514-524. <https://doi.org/10.1123/jsep.35.5.514>
- Mosewich, A. D., Kowalski, K. C., Sabiston, C. M., Sedgwick, W. A., & Tracy, J. L. (2011). Self-compassion: A potential resource for young women athletes.

Journal of Sport and Exercise Psychology, 33(1), 103-123.

<https://doi.org/10.1123/jsep.33.1.103>

Murray, C., & Fox, J. (2002). Body image and prosthesis satisfaction in the lower limb amputee. *Disability and Rehabilitation*, 24(17), 925-931.

<https://doi.org/10.1080/09638280210150014>

Neely, M. E., Schallert, D. L., Mohammed, S. S., Roberts, R. M., & Chen, Y. (2009). Self-kindness when facing stress: The role of self-compassion, goal regulation, and support in college students' well-being. *Motivation and Emotion*, 33(1), 88-97. <https://doi.org/10.1007/s11031-008-9119-8>

Neff, K. D. (2003). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85-101.

<https://doi.org/10.1080/15298860309032>

Neff, K. D., & Pommier, E. (2013). The relationship between self-compassion and other-focused concern among college undergraduates, community adults, and practicing meditators. *Self and Identity*, 12(2), 160-176.

<https://doi.org/10.1080/15298868.2011.649546>

Nelson, D. L., Castonguay, L. G., & Locke, B. D. (2011). Challenging stereotypes of eating and body image concerns among college students: Implications for diagnosis and treatment of diverse populations. *Journal of College Counseling*, 14(2), 158-172. [https://doi.org/10.1002/j.2161-](https://doi.org/10.1002/j.2161-1882.2011.tb00270.x)

[1882.2011.tb00270.x](https://doi.org/10.1002/j.2161-1882.2011.tb00270.x)

Newton, M., & Duda, J. L. (1993). Elite adolescent athletes' achievement goals and beliefs concerning success in tennis. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 15(4), 437-448. <https://doi.org/10.1123/jsep.15.4.437>

<https://doi.org/10.1123/jsep.15.4.437>

Nicholls, J. G. (1989). The competitive ethos and democratic education. *Choice*

Reviews Online, 27(02), 27-1049-27-1049. <https://doi.org/10.5860/choice.27-1049>

- Prichard, I., McLachlan, A. C., Lavis, T., & Tiggemann, M. (2017). The impact of different forms of #fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women. *Sex Roles*, 78(11-12), 789-798. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0830-3>
- Raggatt, M., Wright, C. J., Carrotte, E., Jenkinson, R., Mulgrew, K., Prichard, I., & Lim, M. S. (2018). “I aspire to look and feel healthy like the posts convey”: Engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. *BMC Public Health*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5930-7>
- Reis, N. A., Kowalski, K. C., Ferguson, L. J., Sabiston, C. M., Sedgwick, W. A., & Crocker, P. R. (2015). Self-compassion and women athletes' responses to emotionally difficult sport situations: An evaluation of a brief induction. *Psychology of Sport and Exercise*, 16, 18-25. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2014.08.011>
- Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of Consumer Research*, 18(1), 71. <https://doi.org/10.1086/209242>
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65-71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>
- Schaefer, L. M., & Thompson, J. K. (2014). The development and validation of the physical appearance comparison scale-revised (PACS-R). *Eating Behaviors*, 15(2), 209-217. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.01.001>

Schilder, P. (2013). The image and appearance of the human body.

<https://doi.org/10.4324/9781315010410>

Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482-490.

<https://doi.org/10.1037/ppm0000182>

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>

Soh, N. L., Touyz, S., Dobbins, T., Surgenor, L., Clarke, S., Kohn, M., Lee, E. L., Leow, V., Rieger, E., Ung, K. E., & Walter, G. (2008). Body image disturbance in young north European and east Asian women with and without eating disorders in Australia and in Singapore. *European Eating Disorders Review*, 16(4), 287-296. <https://doi.org/10.1002/erv.836>

Stormer, S. M., & Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: A test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders*,

19(2), 193-202. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1098-108x\(199603\)19:23.0.co;2-](https://doi.org/10.1002/(sici)1098-108x(199603)19:23.0.co;2-w)

[w](https://doi.org/10.1002/(sici)1098-108x(199603)19:23.0.co;2-w)

Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image. *Body Image*, 3(3), 211-227.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.07.004>

- Sundar, S. S. (2013). How does technology persuade?: Theoretical mechanisms for persuasive technologies. *The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice*, 388-404. <https://doi.org/10.4135/9781452218410.n23>
- Talbot, C. V., Gavin, J., Van Steen, T., & Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of Eating Disorders*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0170-2>
- Thompson, R. A., & Sherman, R. T. (1993). Helping athletes with eating disorders. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 25(8), 978. <https://doi.org/10.1249/00005768-199308000-00023>
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63(1-2), 79-90. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61-67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Veenhoven, R. (1994). Is happiness a trait? *Social Indicators Research*, 32(2), 101-160. <https://doi.org/10.1007/bf01078732>
- Walling, M. D., & Duda, J. L. (1995). Task and ego orientation in sport questionnaire-modified. *PsycTESTS Dataset*. <https://doi.org/10.1037/t64677-000>
- Wardle, J., Haase, A. M., & Steptoe, A. (2005). Body image and weight control in young adults: International comparisons in university students from 22 countries. *International Journal of Obesity*, 30(4), 644-651. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0803050>

- Wasylikiw, L., MacKinnon, A. L., & MacLellan, A. M. (2012). Exploring the link between self-compassion and body image in university women. *Body Image*, 9(2), 236-245. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.01.007>
- Watson, D., & Clark, L. A. (1994). The PANAS-X: Manual for the positive and negative affect schedule - Expanded form. *University of Iowa*.
<https://doi.org/10.17077/48vt-m4t2>
- Wilson, P. M., Rodgers, W. M., Loitz, C. C., & Scime, G. (2007). ‘It's who I am ... really!’ the importance of integrated regulation in exercise Contexts1. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 11(2), 79-104.
<https://doi.org/10.1111/j.1751-9861.2006.tb00021.x>
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106(2), 231-248.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.231>

附錄：正式施測問卷

說明頁

感謝您填寫本問卷。本研究目的在於了解 Instagram 使用者的使用習慣，有鑑於本研究實驗素材的選擇，研究參與者必須為有 Instagram 使用經驗的人。現在，請您回想剛剛在 Instagram 上所看到的照片或文字，並回答以下問題。所有資料數據僅供學術用途使用，敬請放心填寫。

第一部分

這裡將詢問您平時使用 Instagram 的經驗，請依照自身情況選出最適合的答案。

1. 是否有使用過 Instagram？ 是 否
2. 一週使用 Instagram 的頻率？ 一至兩天 三至四天 五至六天 每天
3. 是否有追蹤 Instagram 上的台灣健身名人帳號？ 是 否
4. 您追蹤的 Instagram 台灣健身名人大約為幾位？ 答案：

第二部分

這裡將詢問您平時運動的習慣（有無運動習慣都可填寫），請依照自身情況選出最適合的答案。

1. 是否擁有運動的習慣？ 是 否
2. 一週運動天數？ 答案：
3. 每一次運動大約多久？ 答案：

第三部分

請您回想剛在 Instagram 上所觀察的圖片，綜合帳號裡所有照片的整體感觀依序回答第一題至第三題，第四題則勾選是與否。

1:「非常不同意」、2:「不同意」、3:「有點不同意」、4:「普通」、5:「有點同意」、6:「同意」及 7:「非常同意」為填答選擇

1. 上述 Instagram 帳號裡所看到的照片均健身照片。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意
2. 上述 Instagram 帳號裡所看到的照片整體上是吸引我的。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意
3. 上述 Instagram 帳號裡所看到的照片整體上是我喜歡的照片類型。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意
4. 上述 Instagram 帳號裡的圖片底下有文字。 是 否

第四部分

請您回想剛在 Instagram 上所觀賞的圖片後，依據您「現在」對於自身身體的滿意程度，依序填答以下問題：

1:「非常不同意」、2:「不同意」、3:「有點不同意」、4:「普通」、5:「有點同意」、6:「同意」及 7:「非常同意」為填答選擇。

- | | | | | | | | | | |
|--------------------|-------|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 1. 我對我的小腹感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 2. 我對我的大腿感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 3. 我對我的肩膀感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 4. 我對我的手臂感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 5. 我對我的胸部感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 6. 我對我的腰圍感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 7. 我對我的臀部感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 8. 我對我的身材感到滿意。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 9. 我認為我的身材非常吸引人。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 10. 我的身材讓我感到很有安全感。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |

第五部分

請您回想剛在 Instagram 上觀賞圖片時，您「當下」是否有以下所述的想法或感受：*（請勿依據過往的運動習慣填答，以直覺及現在的感受回答即可）

1:「非常不同意」、2:「不同意」、3:「有點不同意」、4:「普通」、5:「有點同意」、6:「同意」及 7:「非常同意」為填答選擇。

- | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|-------|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 1. 我現在覺得我必須透過運動來的改善我的身材 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 2. 我現在覺得我平常吃得太多了，因此我必須做更多的運動。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 3. 我現在感到愧疚並且認為我應該養成運動的習慣。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 4. 我現在覺得我必須透過運動來燃燒更多的卡路里和減輕體重。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 5. 我現在覺得如果我不去運動的話，我的體重就會繼續增加。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 6. 我現在對我的身材感到不滿並且認為我應該養成運動的習慣。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |

第六部分

請您回想剛在 Instagram 上所觀賞的圖片後，依據您「現在」對您的生活滿意程度，依序填答以下問題：

1:「非常不同意」、2:「不同意」、3:「有點不同意」、4:「普通」、5:「有點同意」、6:「同意」及 7:「非常同意」為填答選擇。

- | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 1. 大致上，我目前的生活都接近於我的理想生活。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 2. 我滿意我的生活。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 3. 我現在處在非常好的狀態下。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 4. 如果讓我重新活一次，我幾乎不會想改變什麼。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 5. 到目前為止，我已經得到希望在人生中擁有的重要人事物。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |

第七部分

請您回想剛在 Instagram 上所觀賞的圖片後，依據您「當下」的感受和心情，依序填答以下問題：

1:「非常不同意」、2:「不同意」、3:「有點不同意」、4:「普通」、5:「有點同意」、6:「同意」及 7:「非常同意」為填答選擇。

- | | | | | | | | | | |
|--------------------|-------|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 1. 在看這些照片時，我感到正面。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 2. 在看這些照片時，我感到愉快。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 3. 在看這些照片時，我感到羞愧。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 4. 在看這些照片時，我感到沮喪。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 5. 在看這些照片時，我感到滿足。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 6. 在看這些照片時，我感到焦慮不安 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 7. 在看這些照片時，我感到自豪。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 8. 在看這些照片時，我感到罪惡 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |

第八部分

請您回想剛在 Instagram 上所觀賞的圖片時，您「當下」是否有以下所述的想法：

1:「非常不同意」、2:「不同意」、3:「有點不同意」、4:「普通」、5:「有點同意」、6:「同意」及 7:「非常同意」為填答選擇。

1. 當我看到剛剛上述 Instagram 裡的人物時，我會聯想到自己的外貌或體型。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意
2. 當我看到剛剛上述 Instagram 裡的人物時，會將他們的身型外貌與自己的
外貌與自己的身型外貌做比較 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意
3. 當我看到剛剛上述 Instagram 裡的人物時，會將他們身體的部分
(例如腿部、手臂及胸部)與自己的身體的某個部位做比較。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意

第九部分

請您回想剛在 Instagram 上所觀賞的圖片時，您「當下」是否有以下所述的想法及感受：

1:「非常不同意」、2:「不同意」、3:「有點不同意」、4:「普通」、5:「有點同意」、6:「同意」及 7:「非常同意」為填答選擇。

- | | | | | | | | | | |
|---|-------|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 1. 感覺自我不足或不愉快時，更應該要仁慈的對待自己及關心自己。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 2. 我試著去瞭解並接受我所不滿意自己的地方。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 3. 艱難或氣餒的事情竟然都發生了，我就要逼自己堅強地去面對。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 4. 我難以忍受自己的某些部分。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 5. 雖然我認為自己某方面不夠好，但我會提醒自己這種感覺每個人都會有。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 6. 我把失敗和自我不足看做是每個人都會面對的情況。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 7. 目標及理想無法達成時，我會感到失落及難過。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 8. 當我在為某事而掙扎努力的時候，我覺得別人在同樣的事情上一定
比較輕鬆。 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |
| 9. 令人難過或失敗的事情已經發生了，我就用一個平衡及正面 | 非常不同意 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 非常同意 |

的角度來看這件事情

10. 當我感到沮喪或是認為自己不足時，我會讓自己的情緒保持穩定。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意
11. 我認為自己某方面有所不足，並且心理充滿著一種自己不夠好的感覺。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意
12. 我把不愉快的事看到太重了。 非常不同意 1 2 3 4 5 6 7 非常同意

