

# 社交网站中的自拍对体像满意度的影响:外貌评论的中介作用

段长英<sup>1</sup>, 连帅磊<sup>2</sup>, 宋友志<sup>1</sup>, 孙晓军<sup>1,3</sup>

(1.青少年网络心理与行为教育部重点实验室暨华中师范大学心理学院, 武汉 430079; 2.长江大学教育学院, 荆州 434023; 3.中国基础教育质量监测协同创新中心(华中师范大学心理学院)分中心, 武汉 430079)

**【摘要】 目的:**探讨社交网站中的自拍、积极外貌评论、消极外貌评论与女大学生体像满意度的关系。**方法:**采用自拍行为问卷、外貌评论问卷、身体意象状态量表对754名女大学生进行调查。**结果:**①除积极外貌评论与消极外貌评论两者间的相关不显著外,社交网站中的自拍、积极外貌评论、消极外貌评论与女大学生体像满意度两两之间均显著相关;②社交网站中的自拍对女大学生体像满意度没有直接的预测作用,但能通过积极外貌评论和消极外貌评论两条间接路径影响女大学生体像满意度。**结论:**揭示了社交网站中的自拍与女大学生体像满意度关系的作用机制,为预防女大学生体像不满提供了参考。

**【关键词】** 女大学生; 社交网站中的自拍; 体像满意度; 积极外貌评论; 消极外貌评论

中图分类号: R395.6

DOI: 10.16128/j.cnki.1005-3611.2020.05.023

## Effect of Selfies on the Body Image Satisfaction among Female College Students: The Mediating Role of Appearance-Related Comments

DUAN Chang-ying<sup>1</sup>, LIAN Shuai-lei<sup>2</sup>, SONG Yong-zhi<sup>1</sup>, SUN Xiao-jun<sup>1,3</sup>

<sup>1</sup>Key Laboratory of Adolescent Cyber Psychology and Behavior, Ministry of Education and School of Psychology, Central China Normal University, Wuhan 430079, China; <sup>2</sup>School of Education, Yangtze University, Jingzhou 434023, China; <sup>3</sup>Central China Normal University Branch, Collaborative Innovation Center of Assessment toward Basic Education Quality, Wuhan 430079, China

**【Abstract】 Objective:** To investigate the relationship among Selfies and body image satisfaction, as well as appearance-related comments. **Methods:** Totally 754 female college students were recruited for the study, they were asked to fill out a battery of questionnaires, including the Selfies questionnaire, the Verbal Commentary on Physical Appearance Scale, and the Body Image States Scale. **Results:** ①There were significant correlations among selfies, positive appearance comments, negative appearance comments, and body image satisfaction of female college students. ②Selfies influenced body satisfaction of female college students through two indirect paths: the mediating role of positive appearance comments and the mediating role of negative appearance comments. **Conclusion:** Appearance-related comments plays a completely mediating role in the influence of selfies on female college students' body image satisfaction.

**【Key words】** Female college students; Selfies; Body image satisfaction; Positive appearance comments; Negative appearance comments

体像满意度是指个体对其全身或特定身体部位的满意程度<sup>[1]</sup>,它是个体自我发展中重要的身体自我<sup>[2]</sup>。女大学生中普遍存在体像不满的情况,As-Sa'edi等人在2013年对沙特阿拉伯的343名女大学生进行调查发现,仅有26.4%的女大学生对她们的身体感到满意<sup>[3]</sup>。低体像满意度(即体像不满)会诱发个体的低自我价值感<sup>[4]</sup>、焦虑和抑郁情绪,以及饮

食障碍<sup>[5]</sup>等问题。作为一种直观展示个体外貌和体态特征的表达形式<sup>[6]</sup>,社交网站中的自拍与体像满意度之间的关系得到了研究者的关注。值得注意的是,社交网站中的自拍与体像满意度的相关研究结果不一致(积极影响vs消极影响)<sup>[7,8]</sup>。因此,社交网站中的自拍对女大学生体像满意度的影响及其作用机制逐渐成为研究者关注的焦点。

社交网站中的自拍是指个体使用智能手机或网络摄像头拍摄自己并将照片分享到社交媒体上的行为<sup>[9]</sup>。以往研究发现,社交网站中的自拍作为一种具体的自我呈现方式,可满足个体自我呈现和渴望

**【基金项目】** 本研究得到国家自然科学基金青年项目(31872781)、中国基础教育质量监测协同创新中心重大成果培育性项目(2020-04-012-BZPK01)及霍英东教育基金会(161075)的资助。

通讯作者:孙晓军, E-mail: sunxiaojun@ccnu.edu.cn

他人关注的需求<sup>[10]</sup>,并显著正向预测积极情绪体验<sup>[11]</sup>。此外,根据积极情绪拓展建构理论,积极情绪是形成良性自我认知和态度的重要资源,有助于心理社会适应(如接纳体形)的发展<sup>[12]</sup>。相关研究也表明,社交网站中的自拍不仅与体像满意度呈显著正相关<sup>[7]</sup>,而且显著正向预测个体的身体自尊<sup>[13]</sup>。因此,本研究假设:社交网站中的自拍能显著正向预测女大学生体像满意度(H1)。

符号互动理论(Symbolic Interactionism)指出,在社会互动(如外貌评论)的过程中,他人的观点会影响个体自我的发展<sup>[14]</sup>。外貌评论是他人对我们的身体外貌做出的积极或消极的言语反馈,分为积极外貌评论和消极外貌评论,是影响个体体像满意度的重要因素<sup>[15-17]</sup>。社交网站中的自拍显著正向预测外貌评论<sup>[9]</sup>。此外,个体社交网站中的自拍收到不同性质(积极或消极)的外貌评论对个体外貌知觉态度产生不一致的影响<sup>[6]</sup>。因此,本研究拟探讨不同效价的外貌评论在社交网站中的自拍与女大学生体像满意度的关系中的中介作用,明晰两者关系不一致的问题。

积极外貌评论是他人对个体体重、体形或外貌的称赞(如你的身材很好)<sup>[15]</sup>,是体像满意度的积极预测因素<sup>[17]</sup>。以往研究表明,积极的体重或体形评论显著正向预测不同体重(体重不足、体重正常、超重、肥胖)女大学生体像满意度的发展<sup>[17]</sup>。此外,在不同文化(东方、西方)下,父母对孩子的积极外貌评论均可显著预防其体像不满<sup>[18,19]</sup>。因此,本研究假设:社交网站中的自拍通过积极外貌评论正向影响女大学生体像满意度(H2)。

消极外貌评论指故意或无意的伤害性评论(如你穿那件T恤看起来很胖)<sup>[15]</sup>,是诱发体像不满的风险性因素<sup>[6]</sup>。有研究发现,家人的消极外貌评论显著消极影响个体体像满意度的发展<sup>[18]</sup>。Herbozo等人发现,消极外貌评论显著负向预测女大学生体像满意度,且不存在种族差异<sup>[20]</sup>。因此,本研究提出假设:社交网站中的自拍通过消极外貌评论负向影响女大学生体像满意度(H3)。

值得注意的是,个体社交网站中的自拍收到的积极评论多于消极评论<sup>[21]</sup>。与此同时,个体与生俱来的自我保护机会促使个体更倾向于内化积极评价<sup>[22]</sup>,规避得到消极反馈或未得到“赞”的状态<sup>[6]</sup>,以维护积极的自我观。因此,本研究假设:积极外貌评论的间接效应值高于消极外貌评论的间接效应值(H4)。

综上所述,本研究构建一个并行中介模型探讨社交网站中的自拍与女大学生体像满意度的关系,考察社会互动(两类外貌评论)在二者关系间不同的中介作用。

## 1 研究方法

### 1.1 被试

采取方便抽样法从武汉市3所高校抽取800名在社交网站中发布过自拍的女大学生进行问卷调查,回收整理后得到有效问卷754份,有效回收率为94.25%,被试年龄范围为16-25岁( $M=19.93$ ,  $SD=1.45$ )。大一年级161人(21.35%),大二年级177人(23.47%),大三年级162人(21.49%),大四年级98人(13.0%),研一年级156人(20.69%)。

### 1.2 研究工具

1.2.1 自拍行为问卷 采用Dhir等人<sup>[23]</sup>测量个体在社交网站中发布自拍频率的问卷,共3个项目(如:你多久在网上发布一次自拍?),五点评分,得分越高表明个体在社交网站中发布自拍的频率越高。本研究中该量表的 $\alpha$ 系数为0.92。

1.2.2 外貌评论 采用杜红芹等人修订<sup>[9]</sup>的外貌言语评论量表,测量个体根据他人评论的实际情况感知到的外貌评论。该问卷共21个项目,包括以下三个维度:体重和外貌的消极评价、体重和外貌的积极评价以及一般外貌积极评价。根据Herbozo等人<sup>[20]</sup>的研究,基于评论内容性质(如攻击、侮辱;或奉承、夸奖)分为积极外貌评论和消极外貌评论两个维度,分别为12个和9个项目,五点评分,得分越高表明个体在日常生活中得到相关外貌评论的频率越高。在本研究中积极外貌评论量表和消极外貌评论量表的 $\alpha$ 系数分别为0.83、0.88。

1.2.3 体像满意度 采用魏祺等人修订<sup>[24]</sup>的身体意象状态量表,测量个体当下对自己体像的满意程度。该问卷共6个项目,九点评分,得分越高表明个体对自己体像的满意程度越高。本研究中该量表的 $\alpha$ 系数为0.91。

### 1.3 共同方法偏差检验

采用Harman单因素检验法进行验证性因素分析<sup>[25]</sup>,将自拍行为问卷、外貌评论量表、身体意象状态量表的所有条目作为外显变量,设定公因子数为1,验证性因素分析拟合指数如下: $\chi^2/df=17.24$ , RMSEA=0.15, CFI=0.38, TLI=0.33,表明本研究不存在共同方法偏差问题。

## 2 结 果

### 2.1 社交网站中的自拍、积极外貌评论、消极外貌评论和体像满意度的相关分析

相关分析结果表明:社交网站中的自拍与积极外貌评论、消极外貌评论、体像满意度均呈显著正相关;积极外貌评论与体像满意度呈显著正相关,与消极外貌评论相关不显著;消极外貌评论与体像满意度呈显著负相关(如表1所示)。

表1 描述性统计结果和变量间的相关分析

	M	SD	1	2	3	4
1 社交网站中的自拍	2.11	0.83	1			
2 积极外貌评论	2.62	2.37	0.27**	1		
3 消极外貌评论	2.54	0.81	0.09*	-0.05	1	
4 体像满意度	5.13	1.43	0.13**	0.53**	-0.22**	1

注:\* $P<0.05$ ,\*\* $P<0.01$ 。

### 2.2 中介作用检验

采用SPSS宏中的模型4<sup>[26]</sup>进行中介效应分析。在控制年龄、社交网站使用频率的情况下,结果如表2所示:社交网站中的自拍显著正向预测女大学生体像满意度( $\beta=0.13$ ,  $P<0.001$ )、积极外貌评论( $\beta=0.26$ ,  $P<0.001$ )和消极外貌评论( $\beta=0.08$ ,  $P<0.05$ );当社交网站中的自拍、积极外貌评论、消极外貌评论同时进入回归方程时,积极外貌评论( $\beta=0.52$ ,  $P<0.001$ )显著正向预测女大学生体像满意度;消极外貌评论( $\beta=-0.18$ ,  $P<0.001$ )显著负向预测女大学生体像满意度,而社交网站中的自拍对女大学生体像满意度的直接预测作用不显著( $\beta=-0.01$ ,  $P>0.05$ )。这表明积极外貌评论和消极外貌评论在社交网站中的自拍对女大学生体像满意度的影响中的中介效应显著。

其次,中介效应的检验结果如表3所示,积极外貌评论和消极外貌评论产生的总间接效应值为0.119,置信区间不含0值,说明积极外貌评论和消极外貌评论在社交网站中的自拍与女大学生体像满意度之间存在显著的中介效应。具体而言,中介效应由两条间接路径效应构成:第一,社交网站中的自拍→积极外貌评论→体像满意度(间接效应1),置信区间不含0值,表明积极外貌评论在社交网站中的自拍对体像满意度的影响中具有显著的中介作用,其中间接效应值为0.134,说明积极外貌评论是社交网站中的自拍与体像满意度重要且积极的作用机制;第二,社交网站中的自拍→消极外貌评论→体像满意度(间接效应2),置信区间不含0值,表明消极外貌评论在社交网站中的自拍对女大学生体像满意度的影响中具有显著的中介作用,其中间接效应值

为-0.015,表明消极外貌评论的效应值虽小,但与积极外貌评论的效应符号相反,显著负向影响体像满意度。此外,积极外貌评论的间接效应值大于消极外貌评论的间接效应值(0.134>-0.015)。社交网站中的自拍对女大学生体像满意度影响的路径如附图所示。

表2 变量间的回归分析

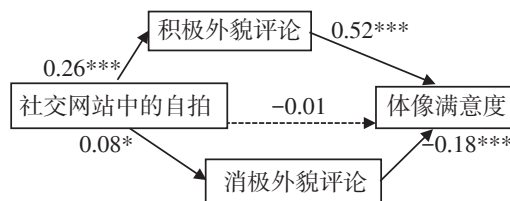
结果变量	回归方程 预测变量	整体拟合指数			回归系数显著性	
		R	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t
体像满意度	年龄	0.14	0.02	5.26	0.02	0.85
	使用频率				-0.03	-1.56
	社交网站中的自拍				0.13	3.64***
积极外貌评论	年龄	0.29	0.08	20.97	0.03	1.45
	使用频率				-0.03	-1.55
	社交网站中的自拍				0.26	7.71***
消极外貌评论	年龄	0.09	0.01	2.07	0.01	0.39
	使用频率				0.02	0.72
	社交网站中的自拍				0.08	2.29*
体像满意度	年龄	0.56	0.31	68.77	-0.01	0.24
	使用频率				-0.01	-0.77
	社交网站中的自拍				-0.01	0.25
	积极外貌评论				0.52	16.30***
	消极外貌评论				-0.18	-6.16***

注:模型中各变量均采用标准分带入回归方程,\* $P<0.05$ ,\*\*\* $P<0.001$ 。

表3 中介效应分析

	间接效应值	Bootstrap SE	Boot CI 下限	Boot CI 上限
总间接效应	0.119	0.023	0.077	0.167
间接效应1	0.134	0.021	0.099	0.179
间接效应2	-0.015	0.008	-0.033	-0.002
C1	0.148	0.021	0.112	0.194

注:Boot 标准误、Boot CI 下限和 Boot CI 上限分别指通过偏差校正的百分位 Bootstrap 法估计的间接效应的标准误差、95%置信区间的下限和上限。C1=间接效应1-间接效应2。



注:\* $P<0.05$ ,\*\*\* $P<0.001$ 。

附图 社交网站中的自拍与体像满意度关系的路径图

## 3 讨 论

研究结果表明,社交网站中的自拍显著正向预测女大学生体像满意度,这与以往研究结果相似<sup>[7]</sup>。女大学生通常在社交网站中发布经过修饰和美化的照片,符合社会美的标准和理想自我的期待<sup>[6]</sup>。这一行为满足了个体自我展示、寻求关注<sup>[10]</sup>及自我肯定的需求<sup>[7]</sup>,增强了个体的积极情绪体验<sup>[11]</sup>。而丰富的积极情绪体验可以促进个体对身体自我的接纳



和欣赏,进而促进体像满意度的发展<sup>[2,12]</sup>。因此,社交网站中的自拍对个体的体像满意度发展具有积极意义。

中介效应分析结果表明,一方面,社交网站中的自拍能够通过积极外貌评论正向预测女大学生体像满意度。这是因为与其他类型的状态(如文字)更新相比,照片可更直观地表达积极情绪,更容易得到积极反馈(如积极外貌评论)<sup>[28]</sup>。这种积极反馈意味着对个体呈现的体态或外貌特征认可和正强化,可增强个体自我效能感,促进积极的体像满意度发展<sup>[29]</sup>。此外,根据符号互动理论<sup>[14]</sup>,当女大学生在社交网站上发布符合其理想自我的自拍且收到积极外貌评论时,女大学生感受到他人对其体像的认可和接纳,符合社会文化美的标准,体像满意度增加。因此,积极外貌评论是社交网站中的自拍积极影响女大学生体像满意度的重要中介因素。

另一方面,社交网站中的自拍能够通过消极外貌评论负向预测女大学生体像满意度。尽管大多数个体社交网站中的照片会收到较多的积极反馈,但仍有7%-8%的个体社交网站中的照片会收到消极反馈<sup>[30]</sup>。消极外貌评论会强化个体的身体监视,导致身体羞耻感上升,自我价值和吸引力评估降低,体像满意度下降<sup>[31]</sup>。此外,符号互动理论指出<sup>[14]</sup>,个体在社会互动中采择他人观点发展自我,个体在社交网站中的得到的消极外貌评论越多,个体越容易内化消极外貌评论,将她们的身体客体化并将其身体看的更糟糕,负向评价自己的身体和外貌,导致体像不满<sup>[15]</sup>。

此外,研究结果表明,积极外貌评论的中介效应量高于消极外貌评论的中介效应量。这表明,尽管他人对个体社交网站中自拍褒贬不一,但总体而言,个体在社交网站中得到的褒奖远多于贬损<sup>[21]</sup>。面对不同的反馈,个体自我肯定的动机促使其更多地选择积极信息,验证和强化其社交网站的照片中塑造的理想自我<sup>[32]</sup>,维护积极的自我观<sup>[22]</sup>,有助于心理健康。

本研究结果揭示了外貌评论是社交网站中的自拍对体像满意度影响不一致的重要作用机制。其次,中介效应量的比较反映了社交网站中的社会互动的情况,为指导女大学生自我价值和自我建构教育,以及心理健康发展提供参考。鼓励社交网站用户给予他人自拍更多的积极评论,减少消极评论,预防女大学生体像不满。而且,女大学生应一分为二地看待评论,从而降低体像不满的风险。此外,本研

究也为未来实验研究探讨不同类型的外貌评论(积极 vs 消极)在社交网站中的自拍对个体自我意识(如体像满意度)影响中的作用机制奠定了实证基础。

#### 参 考 文 献

- 1 Peter J, Valkenburg PM. Does exposure to sexually explicit internet material increase body dissatisfaction? A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 2014, 36: 297-307
- 2 Castonguay AL, Pila E, Wrosch C, et al. Body-related self-conscious emotions relate to physical activity motivation and behavior in men. *American Journal of Men's Health*, 2015, 9 (3): 209-221
- 3 As-Sa'edi E, Sheerah S, Al-Ayoubi R, et al. Body image dissatisfaction: prevalence and relation to body mass index among female medical students in Taibah University, 2011. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 2013, 8(2): 126-133
- 4 Sutter C, Nishina A, Adams RE. How you look versus how you feel: Associations between BMI Z-score, body dissatisfaction, peer victimization, and self-worth for African American and white adolescents. *Journal of Adolescence*, 2015, 43: 20-28
- 5 Bucchianeri MM, Neumark-Sztainer D. Body dissatisfaction: an overlooked public health concern. *Journal of Public Mental Health*, 2014, 13(2): 64-69
- 6 Chua THH, Chang L. Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 2016, 55: 190-197
- 7 Cohen R, Newton-John T, Slater A. 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, 2018, 79: 68-74
- 8 Mills JS, Musto S, Williams L, et al. "Selfie" Harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 2018, 27: 86-92
- 9 杜红芹, 张春梅, 牛更枫, 等. 社交网站中的自拍对女性自我客体化的影响: 外貌评论的中介作用. *中国临床心理学杂志*, 2016, 24(6): 1116-1119
- 10 Sung Y, Lee JA, Kim E, et al. Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. *Personality and Individual Differences*, 2016, 97: 260-265
- 11 丁倩, 张永欣, 魏华, 等. 大学生自恋人格, 自拍行为与积极情绪的关系. *中国临床心理学杂志*, 2016, 24(3): 519-522
- 12 高正亮, 童辉杰. 积极情绪的作用: 拓展-建构理论. *中国健康心理学杂志*, 2010, 18(2): 246-249
- 13 Chang L, Li P, Loh RSM, et al. A study of Singapore adoles-

- cent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body Image*, 2019, 29: 90–99
- 14 McPhail C, Rexroat C. Mead vs. Blumer: The divergent methodological perspectives of social behaviorism and symbolic interactionism. *American Sociological Review*, 1979. 449–467
  - 15 Herbozo S, Thompson JK. Appearance-related commentary, body image, and self-esteem: does the distress associated with the commentary matter? *Body Image*, 2006, 3(3): 255–262
  - 16 Stormer SM, Thompson JK. Explanations of body image disturbance: A test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders*, 1996, 19(2): 193–202
  - 17 Herbozo S, Menzel JE, Thompson JK. Differences in appearance-related commentary, body dissatisfaction, and eating disturbance among college women of varying weight groups. *Eating Behaviors*, 2013, 14(2): 204–206
  - 18 Chng SC, Fassnacht DB. Parental comments: Relationship with gender, body dissatisfaction, and disordered eating in Asian young adults. *Body Image*, 2016, 16: 93–99
  - 19 Rodgers RF, Paxton SJ, Chabrol H. Effects of parental comments on body dissatisfaction and eating disturbance in young adults: A sociocultural model. *Body Image*, 2009, 6(3): 171–177
  - 20 Herbozo S, Stevens SD, Moldovan CP, et al. Positive comments, negative outcomes? The potential downsides of appearance-related commentary in ethnically diverse women. *Body Image*, 2017, 21: 6–14
  - 21 Bakhshi S, Shamma DA, Gilbert E. Faces engage us: photos with faces attract more likes and comments on Instagram. *ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2014. 965–974
  - 22 Giacomini M, Jordan CH. (Eds). Self-Protective Motives. In: Zeigler-Hill V., Shackelford T. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Springer, Cham, 2017
  - 23 Dhir A, Torsheim T, Pallesen S, et al. Do Online Privacy Concerns Predict Selfie Behavior among Adolescents, Young Adults and Adults? *Frontiers in Psychology*, 2017, 8(815): 1–12
  - 24 魏祺, 孙晓军, 连帅磊, 等. 社交网站使用对体像满意度的影响: 体像比较的中介作用和自我客体化的调节作用. *心理科学*, 2017, (4): 154–160
  - 25 周浩, 龙立荣. 共同方法偏差的统计检验与控制方法. *心理科学进展*, 2004, 12(6): 942–950
  - 26 Hayes AF. PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling [White paper]. Retrieved from <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>, 2012
  - 27 Etgar S, Amichai-Hamburger Y. Not all selfies took alike: Distinct selfie motivations are related to different personality characteristics. *Frontiers in Psychology*, 2017, 8: 842–852
  - 28 Souza F, de-Las-Casas D, Flores V, et al. Dawn of the selfie era: The whos, wheres, and hows of selfies on Instagram. In *Proceedings of the 2015 ACM on Conference on Online Social Networks*, 2015. 221–231
  - 29 Cline L, Gammage KL. “If You Don’t Have Anything Nice to Say, Then Don’t Say Anything at all”: Positive Appearance-related Commentary and Physical Activity. *Journal of Physical Activity and Health*, 2016, 13(4): 366–370
  - 30 Koutamanis M, Vossen HG, Valkenburg PM. Adolescents’ comments in social media: Why do adolescents receive negative feedback and who is most at risk? *Computers in Human Behavior*, 2015, 53: 486–494
  - 31 Slater A, Tiggemann M. Media exposure, extracurricular activities, and appearance-related comments as predictors of female adolescents’ self-objectification. *Psychology of Women Quarterly*, 2015, 39(3): 375–389
  - 32 Siibak A. Constructing the self through the photo selection-visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2009, 3(1):1–9

(收稿日期:2019-10-14)

(上接第1071页)

- 33 朱衡亚, 刘泉坤. 认知行为疗法联合佐匹克隆治疗失眠症. *中国基层医药*, 2014, 21(8): 1217–1218
- 34 Higgins JPT, Green S (editors). *Cochrane Handbook for Systematic Reviews of Interventions Version 5.1.0*. [updated March 2011]. The Cochrane Collaboration. Available from [www.cochrane-handbook.org](http://www.cochrane-handbook.org).
- 35 毛洪京, 徐莲莲, 余正和, 等. 个体与互联网认知行为治疗失眠症患者的疗效观察. *中华精神科杂志*, 2017, 50(1): 41–46

- 36 Bastien CH, Vallieres A, Morin CM. Validation of the Insomnia Severity Index as an outcome measure for insomnia research. *Sleep Medicine*, 2001, 2: 297–307
- 37 Koffel EA, Koffel JB, Gehrman PR. A meta-analysis of group cognitive behavioral therapy for insomnia. *Sleep Medicine Reviews*, 2015, 19: 6–16
- 38 叶圆圆, 蒋晓江, 刘娟, 等. 基于电话的认知行为疗法对失眠症疗效的系统评价. *中国循证医学杂志*, 2016, 16(3): 334–340

(收稿日期:2019-11-24)