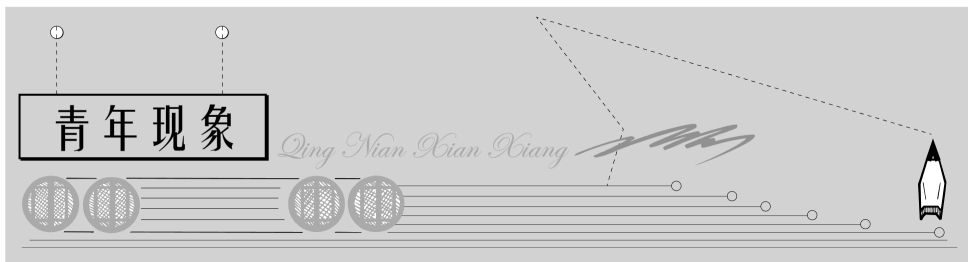


李升, 李敏, 2022. 当代青年女性“容貌焦虑”的社会机制分析[J/OL]. 中国青年研究(4): 78-85. DOI:[10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0055](https://doi.org/10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0055)

青年现象
Qing Nian Xian Xiang



当代青年女性

“容貌焦虑”的社会机制分析

□ 李 升 李 敏

摘 要: 当前社会中出现的“容貌焦虑”成为困扰青年女性群体的重要社会心态问题。基于质性研究方法,从身体社会学的角度出发探究青年女性“容貌焦虑”形成的社会机制。研究发现,青年女性“容貌焦虑”的社会因素关联了构建亲密关系与寻求社会认同的双重维度,为此青年女性既要接受社会性别规训的审美凝视,又需通过身体消费实践以拒绝“容貌焦虑”。信息网络媒介的发展虽使女性有了更为开拓的自身呈现空间,却也强化了社会审美文化和消费社会文化,加之媒介宣传中对身体形象标准的强化与身体消费误导的制造,从而使青年女性陷入“社会审美-容貌焦虑-身体消费”的循环往复的社会场景之中。

关键词: 青年女性; 身体社会学; 容貌焦虑; 社会审美; 身体消费
DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0055

一、问题提出

当代青年女性日渐热衷于塑造更加美好的身体形象,由此产生的“容貌焦虑”现象日趋扩散,困扰着无数女性个体的精神与日常生活。一项关于医美市场的统计数据显示,从2017年开始,中国已经成为仅次于美国的全球第二大医美市场,且近年来发展势头迅猛;从选择医美消费的人群年龄段来看,2021年时30岁以下的青年群体占比达到了近80%,

其中“90后”“95后”人数成为医美消费主力;而从性别构成来看,选择医美消费的人群中女性占比达到近90%^[1]。医美市场火热的背后,揭示出当前女性尤其是青年女性对于身体形象认知的焦虑状态,并产生出对身体“修饰”或“再造”的消费实践,随之而来的经济纠纷与社会矛盾也不断增多。中国消费者协会官网的统计显示,近年来医美投诉数量持续增加,在投诉事件领域中排序始终位于前十^[2]。

为应对媒体媒介日渐充斥的制造“容貌焦虑”的宣传,2021年8月国家市场监督管理总局网站发布关于征

“容貌焦虑”主要是指受社会审美标准和社会媒介语境影响，个体对自己的外貌、体型等身体形象产生不自信、不满意与不认同的负面情绪，从而陷入一种焦虑的状态。

原因

- 国外研究一方面重在从个体层面的心理因素、儿童期或青春期时的负面社会经历等方面来解释,尤其是女性重视外表和身体评价的自我客体化成为忧郁或焦虑的重要原因
- 社交媒体平台上存在大量营销号将贩卖“容貌焦虑”作为流量密码牟取无德利益，受众与宣扬“容貌焦虑”的“完美网红”建立起准社会交往的关系(媒体的推波助澜)
- “容貌焦虑”在微观上表现为由身体向内联结于心理的状态，宏观上则表现出由身体向外关联于社会的结果，即“容貌焦虑”不仅仅是个体的心理状态，更会成为弥散于社会之中的社会心态。(容貌焦虑存在于社会当中)
- **社会规训与获得社会认同,自我认同与消费主义观念**
- 社会因素
 - 构建亲密关系的“缺陷”与“受挫”
 - 寻求社会认同的“装扮”与“改造”

方法

因此，不仅需要从个体层面加强青年心理健康教育和服务，使其形成自尊自信、理性平和、积极向上的良好心理素质，还需要更多从社会层面关注青年女性“容貌焦虑”的形成机制及结果，通过对社会性别规范更为正面的引导与改善，在社会层面培育起积极正向的关于身体的社会价值观与开放包容的审美文化。同时需要持续优化青年群体的文化环境，构建更为丰富的美育氛围，媒体和网络媒介的内容与传播需有益于青年群体的健康成长，避免消费社会中的身体商品化消费意识形态侵蚀社会舆论，以此推进在社会中形成整体性、全面性、积极性的美感文化。

梁爽, 管浩男, 2024. 如何拒绝“容貌焦虑”? [N]. 江门日报, 2024-09-04(A05).

如何拒绝“容貌焦虑”？

江门日报记者 梁爽 通讯员 管浩男

近期，国产剧《九部的检察官》热播。剧中，一小女孩对外貌不满意，产生强烈的容貌焦虑，在不良的诱导下，不惜冒着生命危险整容，结果差点酿成悲剧。

《九部的检察官》探讨了“容貌焦虑”低龄化的现象，引发广泛的社会关注和讨论。而当下，“容貌焦虑”“身材焦虑”“美丽羞耻症”等经常成为热搜名词。那么，我们该如何拒绝“容貌焦虑”？

“容貌焦虑”低龄化

“我没有优点，但有一大堆缺点，不够瘦，不够白，不够好看……”近年来，“容貌焦虑”呈现低龄化趋势，越来越多未成年人开始对外貌感到焦虑，甚至采取极端方式来改变容貌。

“容貌焦虑是指个体对自身容貌的消极认知、消极情感体验及相应行为调控，即个体因整体外表被他人消极评价时引起的焦虑情绪。”江门市妇幼保健院心理专科心理治疗师李君霞介绍，其表现为比他人更关注身高、体重、相貌等是否符合“标准”，一旦做出否定的自我评价，会害怕与人交往，甚至拒绝参加集体活动。

青少年的“容貌焦虑”从何而来？主观因素为自我不接纳、自我价值不认同、自我审美局限、期待获得他人关注；客观因素为同伴群体干扰、家庭负面影响、社交媒体不良引导。李君霞建议，面对容貌焦虑，可以通过以下方式“接纳”自己。

一是认识自己。心理学有个名词叫作“焦点效应”，指人们在不经意间把自己的问题放到无限大，比如在出丑时，总以为别人都会注意到。所以人们容易过度放大自身的缺点或优点，过于在意别人的看法和评价。容貌通常只有本人才会完全在意，这就是心理学上的“焦点效应”。我们应该从内心接受自己的不完美，全面地认识自己。一个人对自己了解得越多，认同感就越多，对自我的接纳就越多。

二是塑造自信。我们要以更加全面的标准认知自己的价值，接纳自我的外貌特征，发掘自我的独特价值。进行积极的自我暗示，多发掘自己的优点，多赞美和鼓励自己，把注意力放在更多有意义的事情上，多读书、多锻炼、培养兴趣爱好，跳出别人给自己设定的框架，重新定义属于自己的标准。

减少对身体形象的比较

网络舆论信息繁杂，青少年在浏览信息时容易被误导。社交媒体上关于减肥、穿搭、化妆、整容等信息层出不穷，冲击着我们的眼睛和大脑。“我们看到的推送内容，很有可能是被精心处理过的。我们往往容易忽略自己的优点，总是认为自己的美是虚假的，而别人的美是真实的。”李君霞说，要理性分析网络舆论，不盲目跟从，有自己的见解。

此外，青少年应该减少对身体形象的比较。比较行为本身是无害的，但频繁地进行比较反而会引发问题，破坏人际关系，并带来负面情绪，伤害自我价值。李君霞建议，尝试管理进行身体形象比较的行为，进行自我觉察的练习，还可以通过不同的方式来打破这种模式，比如转移注意力、寻求支持和帮助等。如果正饱受“容貌焦虑”的煎熬，无法自助，可以寻求父母、朋友的帮助，也可以寻求心理健康老师、心理咨询师等专业人士的帮助，向他们倾诉烦恼和想法，厘清思绪，走出困境。

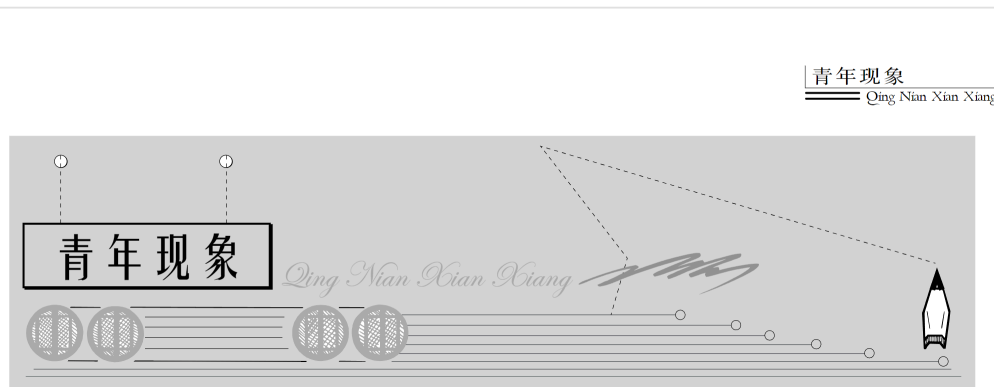
家长可以做什么？李君霞建议，多关注孩子身心状况，正确认识青春期的心理特点。少拿孩子与他人比较，也不要夸大外在形象的重要性。多肯定和鼓励孩子，让孩子认识到自己正处在

做法

- 认识自己
 - 焦点效应的存在，一个人对自己了解得越多，认同感就越多，对自我的接纳就越多。
- 塑造自信
 - 跳出已有评价体系，勇于接受自我，发掘自我优势优点，勇于接纳

- 减少与他人的比较

刘燕, 2022. 审美与自我呈现: 青年女性容貌焦虑的深层逻辑[J/OL]. 中国青年研究(5): 85-92. DOI:[10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0072](https://doi.org/10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0072).



■ 审美与自我呈现: ■ 青年女性容貌焦虑的深层逻辑

□ 刘 燕

摘 要: 青年女性受现代审美理想的制约程度比男性更深。美是一种文化现象, 审美取向是根植于物质文化和精神文化中的, 它随着美学得以存在的那些事物、技术、观念和能动物者而不断变化。制度困境下的情感体验、大众媒体建构的单一审美场域、消费文化背景下女性外貌的商品化和个体对美貌本身的认知与追求引发了青年女性的容貌焦虑。后颜值经济时代, 个人形象被简单外化为身体外形、面部吸引力被赋予“指标”属性、个人认同感和与身体有关的活动相关。青年群体在建构个人形象和身体风格时应强调自己的审美和叙事, 注重内在美和情感感染力的培养, 做到个性与外形的统一。

关键词: 青年女性; 容貌焦虑; 审美; 自我呈现
DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0072

容貌焦虑相关话题, 如“你有容貌焦虑吗”“如何解决容貌焦虑”“拒绝容貌焦虑”“如何看待容貌焦虑低龄化”“精灵耳整容”等频上微博热搜, 阅读量过亿。越来越多的人开始出现不同程度的容貌焦虑, 这也引起了不同群体对容貌焦虑的广泛关注和讨论。

所谓“容貌焦虑”, 是现代社会中人们对自己的长相或身材感到不满意而产生忧虑或苦恼心理。中青校媒面向全国2063名高校学生就容貌焦虑话题开展的问卷调查, 结果显示, 59.03%的大学生存在一定程度的容貌焦虑。其中, 女生(59.67%)中度焦虑的

比例高于男生(37.14%)”^[1]。当容貌焦虑不只是少数年轻人的偶发心理问题, 而成为一定规模的社会现象时, 其背后隐藏深刻的社会生态及机制。若容貌焦虑被视为是从系统一行动者的互动中形成的, 且又通过这种互动产生影响, 从这一分析性二元论视角来看, 容貌焦虑是理解现代社会生活之心理特征的关键, 它体现了年轻人经历的行为、认知或体现的状态、阶段。从经验层面研究容貌焦虑, 有助于阐明其机制。引发容貌焦虑的现实原因以及这种焦虑如何影响互动中的行动者是本文予以讨论的核心问题。

中国青年研究 → 05/2022

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

✎ 概念界定

什么是审美: 美的流变, 审美观点的改变

- 20世纪60年代末，年轻人追求苗条，苗条成了青春和健康的代名词。80年代初期，健美成了美貌概念中的首要因素，运动成为塑造健康美丽体型的一种手段。90年代初期，人们开始聚焦于美丽本身，关注依托技术进步的化妆品、医疗等。全球化和全球消费文化浪潮在促使审美取向趋同的同时，基于本土文化环境的审美特征也不断凸显。
- 女性身体被商品化

原因

- 谁定义了“美”
 - 制度困境下的一种情感体验
 - 容貌焦虑的引发既不能忽视主体的能动选择，也不能忽视社会结构的影响和限制。
 - 大众媒体构建的单一审美场域和话语形式
 - 年轻群体有较强的技术使用和信息获取能力，他们每天在各类社交媒体上获取大量的信息。媒体呈现的美女、帅哥或标志性形象被认为是“已确立的认可”，众多标志性形象一方面会以一种潜移默化的形式影响年轻人对美貌的判断，甚至通过主体间性在年轻群体中塑造一种阶段性审美；另一方面这种视觉标志性形象会产生一种隐形比较，个体可能会不自觉地认为自己长得没有别人好看，进而出现容貌焦虑，审美也因此单一化。
 - 消费文化背景下女性外貌的商品化
 - 受到消费主义观念影响，女性更愿意为自己的美貌买单
 - 个体对美貌本身的认知与追求
- 谁接受了这个定义
 - 身体作为情感和价值传递的媒介
 - 为提高面容吸引力所做的努力—从头到脚的全套护肤、化妆、医美、健身—都是日常生活中非常重要的内容，并发展成一种刚需。并且，这一过程被认为是改变自己和创造美的过程，也是传递情感和价值的一种方式。
 - 面部吸引力被赋予“指标”属性
 - 容貌和外形成个人形象表征