

中图分类号:

单位代号: 10280

密 级:

学 号: 18723920

上海大学



硕士学位论文

SHANGHAI UNIVERSITY
MASTER'S DISSERTATION

题 目	90 后青年脱发问题的社会建构
--------	-----------------

作 者

陈正耀

学科专业

社会学

导 师

张敦福

完成日期

2021.5.10

姓 名：陈正耀

学 号：18723920


论文题目：90 后青年脱发问题的社会建构

上海大学

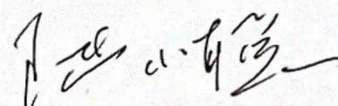
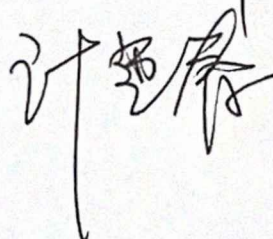
本论文经答辩委员会全体委员审查, 确
认符合上海大学硕士学位论文质量要求。

答辩委员会签名:

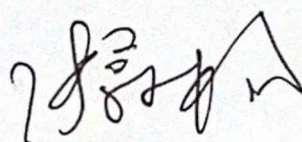
主任:



委员:



导 师:



答辩日期:

2021.5.29

姓 名：陈正耀

学 号：18723920

论文题目：90 后青年脱发问题的社会建构

原创性声明

本人声明：所呈交的论文是本人在导师指导下进行的研究工作。除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已发表或撰写过的研究成果。参与同一工作的其他同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

签 名：陈正耀 日期：2021.6.11

本论文使用授权说明

本人完全了解上海大学有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留论文及送交论文复印件，允许论文被查阅和借阅；学校可以公布论文的全部或部分内容。

（保密的论文在解密后应遵守此规定）

签 名：陈正耀 导师签名：张毅福 日期：2021.6.11

上海大学社会学硕士学位论文

90 后青年脱发问题的社会建构

姓 名：陈正耀

导 师：张敦福

学科专业：社会学

上海大学社会学院

2021 年 5 月

A Dissertation Submitted to Shanghai University for the Degree
of Master in Sociology

**The Social Construction of Post-90s Youth's
Hair Loss Problem**

MA Candidate: Chen Zhengyao

Supervisor: Zhang Dunfu

Major: Sociology

School of Sociology and Political Science, Shanghai University

May, 2021

摘 要

伴随着向消费社会的转型，身体逐渐从“工具性客体”演变为需要精心呵护的“展示性主体”，加之“健康意识”的普及，越来越多生理现象被纳入到应当加以改变的范畴，脱发现象正是其中较为典型的存在。结合中国逐步迈入消费社会的现实背景，互联网上有关 90 后青年脱发现象的热议成为本文研究问题的缘起，进而吸引笔者探讨身体、脱发与 90 后青年自我建构三者之间的关系。

以脱发问题作为切入点，本文主要分为三部分。首先，本文探讨了消费社会中头发意涵的演变，并结合中国社会现实环境的变迁，论证头发意涵逐渐脱离了原先政治与宗教的范畴，而被 90 后青年群体视作身体展示的重要组成部分，并成为助推自我认同转变的有效载体。其次，本文揭示出脱发现象的医学表述、健康意识视阈下 90 后青年对脱发现象的心理感知，以及社会交往过程中的他人凝视与羞耻感构成了脱发现象问题化的主要原因。此外，脱发问题背后所蕴含的社会隐喻则包括与理想身体形象的背离、对丧失头发整饰消费选择的恐惧以及逾越社会分类后的污名化。最后，本文探讨了 90 后青年应对脱发问题的三种行动策略，分别是反身性头发护理技术、防脱发产品消费以及选用植发手术，从而延缓脱发问题的加剧，并塑造出令自身满意的自我认同。通过对上述内容的探讨，本文认为在当今中国消费社会语境中，90 后青年自我认同的塑造与外在身体形象高度相联，而医疗技术的进步与消费主义伦理的蔓延则为他们的自我认同转变提供了现实条件与合理性话语。

关键词：消费社会；头发意涵；脱发问题；自我建构

ABSTRACT

The body, coming in to a consumer society, has been transformed from a "methodical object" to a "displaying subject" in need of good care. With the popularization of "health awareness", more and more physiological phenomena have been categorized as objects that needs to be changed, among which hair loss is the most typical one. At the time that China is entering a consumer society, the discussion on hair loss among the 90s generation on the internet is of interest to this paper and, in turn, attracts the author to discuss the relationship among body, hair loss and self-construction of post-90s youth.

Starting with hair loss problem, this paper is mainly divided into three parts. First of all, this paper discusses the evolution of the meaning of hair in the consumer society. In combination with the changes of China's social environment, it demonstrates that the meaning of hair has gradually separated from the original political and religious categories, and is regarded as an important part of the body display by the post-90s youth, it also has become an effective carrier to promote the transformation of self-identity. Secondly, this paper reveals the deviation between the mental perception of hair loss symptoms and medical expression of 90s youth, including the ideal body image divergence, fear of loss consumer choice and experiencing social stigma for transgressing. The deviation is resulted from the process of social interaction and staring by others, and the social metaphor constitutes the hair loss. Finally, this paper discusses three strategies adopted by 90s generation to deal with hair loss, which are reflective hair care technology, hair loss prevention products consumption and hair transplantation surgery. Through the discussion above, this paper argues that the self-identity of post-90s youth is highly related to body image, and medical technology and consumerism ethics provide realistic conditions and reasonable discourse for their self-identity transformation.

Keywords: consumer society; the meaning of hair; hair loss problem; self-construction

目 录

摘 要	1
ABSTRACT	2
目 录	3
第一章 绪论	4
1.1 研究背景	4
1.2 研究意义	5
1.3 文献回顾	6
1.3.1 身体研究、消费社会与自我建构	6
1.3.2 头发与脱发现象研究	10
1.3.3 文献评述	12
1.4 研究问题的提出	13
1.5 研究方法	14
1.5.1 访谈法	14
1.5.2 受访对象选取	15
第二章 头发意涵：90 后青年的观点	17
2.1 为什么是头发？	17
2.2 从“手段”到“目的”：头发整饰与身体展示	19
2.3 90 后青年自我建构的变动性与头发的可塑性	21
第三章 脱发现象的问题化及其社会隐喻	23
3.1 脱发现象何以成为问题	23
3.1.1 医学界对脱发现象的具体界定	23
3.1.2 健康意识视阈中的脱发现象	24
3.1.3 社会互动中的他者凝视与羞耻感	26
3.2 脱发现象背后的社会隐喻	27
3.2.1 与理想身体形象的背离	28
3.2.2 对丧失头发整饰消费选择的担忧	30
3.2.3 逾越社会分类的污名化	32
第四章 重塑自我：90 后青年应对脱发问题的行动策略	35
4.1 身体技术：由“传统”到“反思”	35
4.1.1 反身性头发护理技术	35
4.1.2 90 后青年对身体活动的主动控制	37
4.2 90 后青年防脱发产品消费的原因叙事	39
4.2.1 商业广告对消费欲望的制造	39
4.2.2 作为“亚文化资本”的防脱发产品消费	41
4.3 植发手术是一个好的选择吗？	43
4.3.1 植发手术的定位与可接受性	43
4.3.2 90 后青年植发手术后的自我建构	45
第五章 结语与讨论	47
参考文献	49
附录	55
作者在攻读硕士学位期间所作的项目	57
致谢	58

第一章 绪论

1.1 研究背景

改革开放后的中国社会，发生了由“生产者社会”向“消费者社会”的转变（王宁，2009），与此同时，以“80后”与“90后”为代表的中国新生代青年开始登上社会舞台。随着经济快速增长、人民生活水平不断提高，新生代青年群体的消费观念也不断涌现出新的变化：他们不再秉承着传统的保守节约观念，而是更加注重改善自身的主观感受，以及更倾向于在休闲娱乐中加大投入（李春玲，2019）。但不可否认的是，社会的高速发展同样也导致年轻一代所背负的社会压力也越来越严重，失眠、脱发、“过劳肥”等生理疾病也开始频频出现在90后青年群体之中。在《2020国民健康洞察报告》¹《2019上海白领健康指数报告》²等综合性健康调查报告中，脱发问题、皮肤问题、肠胃问题等生理问题成为90后青年群体最为关心的健康困扰。

在这一背景之下，近年来互联网上有关90后青年“护发战争”、“拯救发际线”等话题的探讨引起了笔者的注意。在这些热议话题的背后，似乎隐藏着当下中国社会中90后青年有关“身体问题”的担忧。作为身体的重要组成部分，头发因其生长位置的特殊性、丰富的可塑性历来被人们赋予多种多样的社会意涵（Synnott, 1987）。纵观历史和各种文化环境，头发都具有相当重要的象征意义：它可以作为性别、年龄、价值观、社会地位和群体成员身份认同的社会信号。与医学和生物原因分析不同，对头发意涵和脱发现象问题化过程的社会学探讨，可以更好地帮助我们理解头发因何成为90后青年自我认同的重要影响因素，以及他们自信或尴尬的来源等。此外，探究90后青年对头发整饰的关切和有关脱发现象的应对策略选择，同样可以帮助我们了解90后青年的身体观，进而挖掘提炼出这一群体独特的身体感知与自我认同建构策略。

¹ 来自199it网：《丁香医生：2020国民健康洞察报告》，登入日期：2020年1月22日，网页链接：<http://www.199it.com/archives/1000843.html>

² 来自CNIT网：《上海白领体检异常率99%，脱发成90后的第五大健康困扰》，登入日期：2021年1月7日，网页链接：<http://www.cnit-research.com/content/202101/43074.html>

1.2 研究意义

由于在消费社会中身体的重要性不断得到凸显,其美学与展示功能逐渐取代了原先的宗教禁忌与政治意涵(Featherstone, 2010),与其他组成部分相比,头发因其丰富的可塑性而极为符合消费社会中有关“求新”的要求,因而能够被90后青年加以利用。尽管目前中国社会学界对身体的理论与经验研究方兴未艾,但目前主要的焦点仍旧是作为整体的身体,缺乏针对特定的身体部位开展研究。因此,本研究力图拓展身体与社会理论,避免对身体展开抽象的讨论,而更倾向于针对身体的具体部位进行细致翔实的探讨:头发作为身体的一部分,它自身独特的物理特性与社会意涵可能会给90后青年的自我认同带来哪些影响。当原本作为一种生理现象的脱发问题,在经由90后青年的具身化体验后,其会被改造成具有文化意义的社会现象,因而成为生理现象与社会性议题的交叉点,并兼顾两者在阐释过程中所发挥的作用。本研究试图查明这一过程背后的内在机理,探讨脱发现象因何被90后青年行动者视作需要加以解决的问题,同时作为生物性与社会性之间的交叉点,脱发问题又会对90后青年自我认同带来的哪些影响。

逐渐成为互联网讨论热潮的“90后脱发”议题,背后似乎隐含了浓密乌黑的头发对90后青年来说存有着极为重要的象征意义,因此防脱发产品、植发手术等消费产业的迅猛崛起看起来显得极为正常,它们标志着市场经济下新一轮消费机遇的出现。在整容、医美等行为不断被社会污名化的今天,一些接受医美治疗的青年群体会受到身边人的不理解,被误解为是一种爱慕虚荣的行为。有鉴于此,通过结合消费社会的整体运行逻辑与90后青年个体的理性行动,本研究力图澄清头发在消费社会中所承载的社会意涵,其自身的生物特性又将会如何影响90后青年群体的消费行动,以及护发、植发消费是如何经由消费者个人与消费主义两者合力被塑造成合理自然的需求。对这些问题进行澄清与回答,一方面有助于我们了解作为身体管理手段的防脱发产品、植发等新兴产业的出现与发展背后的实际运作逻辑;另一方面,也能够帮助90后青年利用恰当的方式来指导自己未来的自我认同与身体管理。

1.3 文献回顾

1.3.1 身体研究、消费社会与自我建构

(1) 身体由“缺席”转为“在场”

在传统社会学理论研究中，身体虽然没有遭到学者的忽视，但大多数时候是作为一种“缺席在场”的形式进入到研究者的视野之中，并没有被学者持续地研究（希林，2010：9）。因此，身体始终被认为是帮助个人实现行动目标的工具手段，其自身并不具有独立力量。在这一背景之下，社会学研究者自然将关注焦点放置在行动者的意志之上，而不是其具象的生物性存在。究其根源，这是自笛卡儿以来“身心二元论”的主要遗产，在这一理论假设之下，整个社会学理论的基本原则是将所有外部世界当成一个需要加以改造的物体去经历，这其中也包括了人类自己的身体（特纳，2000：91）。因此，“意识”在这里似乎占据了绝对的主导地位，而“身体”却像是需要被加以审视与改造的对立面。由此而来，经典社会学理论的主要观点通常将“自我”与“社会”对立起来，而个人的身体是不被包含在这个“自我”范畴之内的。

由于社会结构不断出现新的变化，许多现实问题已经很难通过“身心二元论”的研究视角得到有效解答，众多社会学家也开始把身体作为重要的研究对象纳入到社会学的研究之中，自此，身体作为物质性与社会性的双重存在，一改往常只受到医学、生物学等自然科学的关注，而逐渐被包括社会学在内的人文社会科学所重视（赵方杜，2012）。一方面是因为伴随着工业革命的完成，生产性的身体逐渐被消费性的身体所取代，人们开始对身体施加更多的消费目光，这既是现代资本主义再生产的需要，同时也契合消费社会中人们不断逐新求异的需求（鲍雨、章敏敏，2014）；另一方面，大多数现代社会学家出于对身心二元论观点的驳斥，希冀通过对“身体”的研究，从而挖掘出更多能够化解“行动-结构”之间张力关系的分析变量，这其中以特纳、费瑟斯通与埃利亚斯等人的研究最为典型。

特纳（2000：99）详细阐述了在身体研究中社会学的主要研究方向，认为其涉及到与理性化和社会化相关的历史分析。此外，他还从饮食管理的角度出发，认为饮食控制在产生温顺、有纪律的身体中具备重要的作用，并重新阐释了人口老龄化的问题，指出资本主义晚期人口结构变化的核心与饮食、慢跑和养生等一系列日常行动有关（Turner，1982）。费瑟斯通（1982）在特纳的理论基础之上，

进一步拓展了身体在现代消费社会中所代表的多样意涵。由于现代技术的不断进步发展，人们拥有了越来越多的手段来改变身体的表现内容。社会行动者也不再像传统社会学家所设想的那样对身体“不屑一顾”，而是开始将其作为可供表演的舞台，以此展示出多样的自我概念。不同于福柯有关社会结构对身体规训的看法，埃利亚斯（2009：496-498）通过回溯西方有关“文明”概念的进程，着重指出了人们对自身一系列身体行动——例如吐痰、擤鼻涕以及就餐行为等——的内在控制，并将个人对自我身体与情感的控制视作文明程度的指标。在这里，身体成为个人需要精心改造的对象，而不是任由野蛮情感自然而然的宣泄，这背后所深藏的现象是个人越来越关注自己的身体与行动，同时也越来越趋向于自主地去监控自己的身体活动。

总的来说，从个体感知与社会建构两个维度出发，可以粗略地将当下的身体研究划分成三种类型：强调个人体验的自然化身体，侧重社会建构的社会化身体，以及弥合社会结构与个体行动两重分割的结构化身体（希林，2011：75）。自然身体观突出身体的主体性，认为身体是人们感知和体验世界的物质基础，同时也是行动者开展实践的现实前提。尽管这一观点有助于帮助我们找回以往社会研究中被长期忽视的身体对象，但对生理性身体的过分强调无疑会阻碍研究者挖掘隐藏在个人身体背后的社会因素。因此，社会身体观主要将身体视作社会的定位场所，也就是说，在身体的自然特征之外，更为重要的是它还会受到社会的形塑。身体是个体在社会中生存的物质载体，而外在的社会结构与文化装置会赋予身体额外的影响与约束。可以看出，前两种观点在身体与社会两个因素中都各有侧重，但毫无疑问也会导致理论视角的偏颇极端，故而为了消除身体与社会之间的隔阂，结构身体观在两者之间做了折中处理，其中布迪厄建构的“惯习”、“场域”概念，吉登斯提出的“制度”、“资源”以及“结构二重性”概念等，都是结构化身体的典型观点：一方面侧重强调社会结构会给身体施加难以抵抗的影响，但另一方面也指出身体在社会结构的生产和再生产中发挥着重要作用。

（2）消费社会中的身体与自我建构

随着工业革命的不断深入开展，社会上的商品也从以前的稀缺逐渐转向了丰盛，当整个社会由“以生产为中心”演变成“以消费为中心”的时候，那么我们就有理由称其为“消费社会”。鲍德里亚（2000：2-6）在其著作《消费社会》中

详尽阐述了西方消费社会形成的内在机理与过程,“消费控制着整个生活的境地”,人类的一切愿望与要求都希冀通过消费来满足。此外,消费社会中的商品也不是呈现出孤立状态,而是成为一种体系,其内部各部分之间相互关联,互为支撑。消费社会的兴起源于一系列社会结构的转变:由禁欲主义到享乐主义、由神圣到世俗、由注重工作领域到偏重消费领域(贝尔,2007:71-74),这些转变标志着传统工业社会中的行为规范准则逐渐被人们所抛弃,转而拥抱一种更加不拘一格、挥霍无度、尽情享乐的价值判断标准。正是在外在商品的极大丰富与人们内在心理欲望难以满足的双重作用之下,消费社会最终得以孕育而生,消费主义也一跃成为晚期现代性社会中的主导思想,并成为指导个体开展社会行动的准则(Warde,1990; Featherstone,1990)。改革开放后,中国也慢慢迈入到消费社会行列之中,王宁(2007)分别从消费制度、主体结构、国家让渡,以及激励合法性等方面阐述了消费社会在中国得以出现并不断发展的前提条件,论证得出中国逐渐由“苦行者社会”稳步转变成为“消费者社会”。但随着消费社会运行机制的不断转变,原有的理论视角一时间难以捕捉到其中细微的变化,因此德波(2006:3)适时地提出了“景观社会”概念,以此来解释现代消费社会中商品如何对个体产生潜移默化的影响作用。他认为“景观”某种程度上是商业产品完全侵入市民社会生活的展现,这也就意味着无论行动者主观上消费与否,在客观上都在被动的接受着消费社会中的图像冲击。

鉴于物质性消费容量毕竟有限,加之享乐主义、浪漫主义、大众媒介等思想观念和技术手段的更新换代,消费者的注意力也逐渐从物质性产品的消耗转向文化性产品的消费,商品拜物教就不可避免地演变为“形象拜物教”(周宪,2001)。在日常生活不断被审视和反思的同时,日常生活的审美化倾向也随之出现(林晓珊、朱益青,2019;费瑟斯通,2000),它不仅赋予消费者更多的自主性,同时也使得他们将审美态度投向了自己的身体,希冀通过一系列手段来使得自己的身体形象符合审美需要(刘悦笛,2005),例如美容、美甲到化妆等,不一而足。由此可见,在消费社会之中,身体也不再只是从个体生理维度加以反思的对象,而是摇身一变成为供他人注视的考察客体,个人身体的生理价值已经部分地被替换为抽象表征的展现,进而与个体的自我认同相互勾连。

在现代社会中，“自我建构”成为人们需要自主去完成任务，因而逐渐演变为亟需被解决的问题（Maguire、Stanway, 2008）。这部分使得人们逐渐抛弃了原先单一的工具主义身体观——仅仅将身体视作是一种理所当然的生理安排、一种仅用于生产的实用工具，而是开始希冀通过消费来达到掌控身体机能与形象的现实目的（鲍德里亚，2000：139-142）。正如米德（2005：109）所言，身体与“自我”是两个相辅相成的存在，前者虽然不能简单地等同于后者，但后者也不能脱离前者而存在。也就是说，生物学意义上的身体对于“自我”概念的形成来说是必不可少的，身体某些部分的缺失与破坏可能会直接损害个体有关“自我”的认知。通过详细描述人们日常行动中对身体所施加的控制，戈夫曼（1989：14）对人们通过控制自己身体的一举一动，从而在他人眼中塑造出良好形象的过程进行了详细论述。在个人开展“印象管理”之时，持续地控制身体行动是建构和保持个体自我认同的关键：它能够防止个人本体性安全感的衰竭，避免由于外在环境的变化而造成个体内部自我认同的崩溃。不仅如此，理性规划在自我概念的建构与维持中发挥着重要作用，同时“自我是现代性的独特产物”，“外貌”则作为自我规划的核心要素而存在，进而标志着身体作为一个整体成为行动者现代性反思的一部分（吉登斯，1998：112）。不仅如此，个人身体与反思性自我认同的联结，也意味着一种自恋式文化的兴起，这与社会结构的变迁是分不开的（拉什，2013：2-3）。当个体发觉他们对外在社会环境的影响力不断减弱，那么最终的结果就是不断回归到自身，将注意力重新投向自己的身体，关注饮食质量、看重健身行为、注意情绪平和等日常生活中的点滴小事，也逐渐被赋予额外意涵，标志着身体成为反思性自我认同建构的重要场所。

无论是健身（高昕，2019；彭秀祝，2020）还是整容（张方旭、文军，2017），跑步（宋庆宇、刘能，2018）还是减肥（董雨蒙，2016），多种类型的身体活动都能帮助青年人群塑造出理想的身体外观，进而成为自我身份认同的重要组成部分（高修娟，2019）。可见随着消费社会的来临，90后青年对身体的看法也在发生变化，即逐渐从一种工具主义的身体观向消费整饰的身体观转变（赵方杜，2010），他们越发觉得身体不是自在给定的自然产物，而是需要加以惊喜呵护的展示客体，这种身体转向很大程度上归功于消费主义的兴起（汪民安、陈永国，

2004），它使得身体在 90 后青年眼中被呈现为一个需要不断加以改变的对象，并作为自我建构的重要组成部分而存在（Karamallah et al., 2018）。

综上所述，在消费社会中，身体、消费与自我建构三者之间呈现出交叉影响的关系。在这里，从个人的身体展示到商品消费可以概括为以下两个论点（Falk, 1994）。首先，身体的物质性存在既是主体构成的生理基础，或者更准确地说，是被称为“自我认同”的心身实体。其次，现代消费的主题被定位于自我认同建构，为个性化的两面提供了分离和完成的可能。可见在消费社会中对个人的身体展示提出了更高的要求，它使得个体将自身的身体形象看作是需要加以解决的问题，并在特定的社会规则之下展示出令自己 and 他人满意的形象。身体形象在消费社会中表现出被管理的姿态，这种姿态被希林（2011：34）归纳为“作为社会定位场所的身体”，他指出社会积极鼓励人们被以某种特定方式形塑自身的习性与外貌。同时这一姿态也意味着，身体展示在现代消费社会中广告与传媒的影响下成为无处不在的符号象征，加之以休闲为导向的第三产业迅速发展，更进一步助长了社会施加给个体保持良好外貌形象的责任。在这一背景之下，无论是出于生理还是社会原因，90 后青年都不得不去实现某种程度上的身体控制，进而建构出符合自身需要的自我认同。

1.3.2 头发与脱发现象研究

（1）头发象征：控制、性别与抵抗

头发是我们在日常生活中经常看到并非常关心的事物，它一开始可能更多地与琐碎的日常实践有关，而不被认为是学术研究的对象。然而，我们为头发所赋予的丰富象征意义，以及看待头发的多样化方式，这些都使得头发作为象征符号变得既与历史，同时也和社会文化相联结起来。因此，尽管头发看起来很普通，但这非但没有使它不符合学术研究的要求，事实上反而因为头发容易被人所忽视，致使有关头发文化意义方面的研究能够富有启发性。

传统有关头发的研究大多集中在人类学学科，主要是从象征与仪式的角度来阐释头发所扮演的角色（王叶菲，2006）。涂尔干（1999：176）在其著作《宗教生活的基本形式》中，通过对“神圣事物”与“世俗事物”的区分，探讨了个人与社会的关系。他指出社会的神圣性在个人身上同样有所体现，尽管整个有机体中都遍布着神圣性，“但有些特殊的部位则格外明显……尤其是血和头发。”由于

头发自身的神圣性，因而作为一种人为修剪的动作，剪发也就变成了仪式行为，需要遵循特定的仪典。无独有偶，另一人类学大师利奇（1958）也表达过类似的观点。他驳斥了以往有关“剪发是阉割行为的象征”的看法，认为需要将个人象征与公共象征进行区分，不能简单地将个人的“剪发”行为上升到公共层面。在有关的争论中，霍皮克（1969）提出了与利奇略有差别的观点，认为将性压抑视作普遍的象征观点是存在争议的，因为“关于客观世界的象征是可以被验证的，而关于潜意识的分析却并不能以此来类比。”因而他将注意力转向特定发型与外在社会结构之间的关系，将发型视看作是社会控制的具体表现形式——长发标志着个人摆脱了社会控制，而剪发则是处于特定社会规范的统治之下。此外，头发在一些少数民族的成年礼中也同样具有非常重要的文化意义（看本加，2020），以此标志出不同族群之间文化现象的丰富性与多样性。

随着女权主义的兴起，两性身体的差异逐渐被学者所注意到，其中头发的样式自然也被用来作为论证性别作为社会建构的重要论据，但一些学者并没有将其单独挑出来加以论述，而是与其他体毛（Body Hair）一起进行讨论。通过发放问卷的方式，Basow（1991）部分验证了“无毛理想”作为女性气质的重要组成部分的标准是如何得以形成的。相比之下，Rose（2001）则直接点明“发型”在女性抵抗主流规范之中的重要作用，力证女性的身体远不是“温顺的”，她们常常敏锐地意识到主流文化规范对她们发型的期望，因此女性会有意识地通过适应这些期望、抵制这些期望或结合这两种策略来寻求权力。而在亚文化研究的书写中，研究者侧重关注行动者通过改造身体形象来释放出社会文化意义上的信号，尤其关注青年人群的一系列行动，其中与头发意涵直接相关的则是伯明翰学派对朋克与光头党等群体进行的研究（赫伯迪格，2009：84-85；克拉克，2015：199）。这些研究显示，头发，尤其是发型的样式对于青年人群塑造出别具一格的自我身份认同与建构社会群体区分是至关重要的，通过采取“拼贴”、“同构”与“表意实践”等手段，朋克青年与光头党会挪用主流文化实践的意义表征，借助带有强烈冲击力的光头与直立紧绷的发型来标识出自身与主流文化规范存在差异的自我认同，进而强调对主流文化规范的抵抗。

（2）脱发现象与自我认同

从对脱发现象的学术研究来看，现存文献大多局限在医学领域，以探讨脱发现象出现的原因、如何有效治疗脱发现象为主。其中脱发类型主要包括脂溢性脱发、早秃以及斑秃等，而治疗方法则有激素调节剂与生物反应调节剂两种类型（陈声利、孙建方，2004；吴承艳等，2015）。

在人文社科领域中，从男性气质、个人外貌与消费主义之间的联系出发，Ricciardelli（2011）通过对 14 名加拿大男性开展访谈，指出消费文化培育了一种将男性气质和个人外表日益交织缠绕的氛围，而脱发现象的出现使得他们的自尊心或自信心有所下降，并且开始对自我认同产生更加消极的感觉。无独有偶，蔡晓雨（2019）同样持有相似的看法，指出“脱发焦虑”可以被视作是风险社会下存在于 90 后青年群体中的身体问题，并对他们为应对这一焦虑所采取的一系列策略展开详细的论述。作为呈现式身体的重要组成部分，脱发现象不仅影响着个人的自我认同，同时也会导致对自我的负面评价，这部分与黄盈盈和鲍雨（2013）的研究结果相呼应。她们发现那些因患有乳腺癌而接受化疗的女性，会因为脱发现象的出现而强化她们对自身身体的不健康感知，同时有关“残缺”的身体呈现也会影响她们的日常生活。为了掩盖患病事实，她们大多会戴上假发，以此来弥补因脱发现象而遭到损害的外貌形象。而为探究与“脱发现象”有关的互联网讨论是如何从个体层面的健康议题向社会性话题发生转变的，张育铭（2019）则通过对热门微博进行文本分析，认为微博发布时间、文本长度、是否原创以及内容题材选取等都是影响与脱发现象有关议题转变的重要因素。由此可见，在与脱发现象有关的社科研究中，脱发现象不被视作是纯粹的生理现象，同时还蕴藏着多样的社会文化意义，这为阐释社会行动提供了较为新奇的切入点。

1.3.3 文献评述

在对与身体、头发意涵与自我建构相关的研究进行梳理之后，本文认为身体与自我建构的关系虽然在某种程度上逐渐被人文社科学者所重视，但有关双方如何互动并相互作用仍存在着诸多亟待解答的问题。事实上，尽管一些研究探讨了身体作为自我建构物理定位的存在，以及社会系统是怎样发挥其约束和塑造作用，但这些建构理论由于过分强调方法论上的客观主义，致使研究者忽视了个体行动者的能动性。不仅如此，以社会化约论代替生物本质论的倾向在现存研究中依然

存在,也就是说,将身体视作社会规范的派生物,最终致使研究视角从一个极端走向另一个极端。

在对“头发”的研究中,一般是采用文化分析的视角介入,将“头发”视为象征符号,进而探讨它在规定有序与无序、塑造两性的社会角色以及抵抗社会主流规范中发挥作用的方式。但由于较少注意到头发自身独特的生物性质,因而研究者在对头发进行文化解释的时候很难达到格尔茨(2014: 31-36)所提倡的“深描”要求。同时,头发所发挥的作用也逐渐从宏大的政治与宗教议题之中脱离出来,开始更多地与个人层面上的身份认同与生活政治联系起来。以往对脱发现象的研究尽管揭露出人们在面临经由脱发现象带来的身体认同危机,但却很少去探究脱发现象因何原因成为人们需要去解决的问题。如果不以对脱发现象成为问题的原因进行讨论为前提,那么过于强调社会建构的脱发焦虑则显得有些随意和缺乏理论上的依据(黄金麟, 2006: 14)。为避免以往研究中存在的缺陷,本研究以探讨在消费社会中 90 后青年赋予头发的全新意涵作为出发点,利用脱发问题揭示出生理被动性、个体能动性以及社会结构限制性三者之间的内在张力,并挖掘出在社会力量的影响下,脱发现象如何被 90 后青年转化为亟需被解决的严重问题。

1.4 研究问题的提出

正如身体的地位与作用会随着时代的发展而发生变化一样,头发意涵的变动同样是迅速和无处不在的:它不仅突出了个体形象的变化,也体现了意识形态的差异与社会生活领域中的诸多不同。因此,我们不能将其简单地理解为一个固定模式,而应该采用一种动态视角,以便展示出头发在不同时期、不同社会环境,以及不同人群中所具有的意涵。这些意涵不仅是性别和意识形态决定的,同时也被归纳为时尚的表征。作为身体的重要组成部分,头发因其自身所具备的一些特殊属性而受到 90 后青年的关注。因此,本研究的第一个问题是在消费社会语境之中,头发会被 90 后青年赋予哪些全新的意涵,而这些意涵又如何反过来影响他们的日常生活与自我认同。

或许部分是因为头发在消费社会之中被赋予了重要意义,因此脱发现象的出现慢慢成为 90 后青年的热议话题,并逐渐转变成一种社会性问题与焦虑(蔡晓雨, 2019)。因此,对脱发现象的问题化过程的探讨,为我们了解消费社会中的

需求制造，以及 90 后青年身体观的变化提供了较为适合的切入点。除了与脱发现象有关的医学表述，90 后青年对脱发现象所持有的态度同样是本研究关心的议题，它意味着脱发现象的问题化过程与 90 后青年的日常生活经验紧密相连。故而，本研究的第二个问题便是脱发现象作为一种生理现象之外的社会性议题，它是如何在医学表述、个体感知以及社会交往之间的互动作用中被 90 后青年视作亟待解决的问题，并被填充进额外的社会隐喻。

俗话说，哪里有需求，哪里就有市场。反过来，消费者的需求同样也可以被市场培育出来。那些与身体形象有关的焦虑，不断驱使着消费者去购买那些能实现其现实目标的商品与服务（奥尼尔，1999：102）。在求新逐异的现代消费社会之中，身体形象不再是传统意义上一以贯之的稳定状态，而是化身成一个又一个日常规划，需要消费者去逐一分析和解决。反映到脱发现象上，伴随着科学技术的进步，人们缓解脱发现象的手段也开始变得多种多样，从种类繁多的防脱发产品到植发手术等，这些似乎都为消费者提供了缓解脱发现象的途径，给 90 后青年提供了找回重塑身体形象的手段。因此，本文的第三个问题着眼于在面临脱发现象时，90 后青年消费者出于何种理由采取哪些措施来应对脱发问题，并最终重新塑造出令自身满意的身体形象与自我认同。

1.5 研究方法

1.5.1 访谈法

作为一种质性研究方法，深度访谈的内容包括研究者在与受访对象进行交谈的过程中获得第一手研究资料，进而探讨研究者所关心的社会问题的产生原因与发展历程，并提出相应的解决思路与方法，主要有前期抽样、具体提问、资料分析以及论文写作等环节（孙晓娥，2012）。由于本研究的主要问题在于探讨头发在 90 后青年群体中的象征意涵，脱发现象问题化的过程以及相应的应对策略选择，故而采取半结构式访谈方法收集资料，并且在与 90 后青年对话的过程中，有可能进一步挖掘出以往研究者所忽视的方面。基于受访对象的自我阐述与表达，研究者能够切实了解到受访对象的身体感知、消费观念的形成与变化，以及 90 后青年为何对脱发现象产生担忧的潜在隐喻。鉴于时间与地理位置等因素的限制，访谈主要通过微信语音、面对面访谈的方式进行，每位受访者的平均访谈时长为

45 分钟，部分访谈在经过受访者的同意后录音，并在对相关访谈资料进行分析整理的基础上形成本文的写作框架。

1.5.2 受访对象选取

尽管脱发现象遍布在各个年龄段，但出于下列原因，本文拟将受访对象集中于 90 后青年。首先，青年时期是个人自我认同的关键节点，90 后青年对于借用身体实现自我认同具有非常浓厚的现实兴趣。其次，中国的现实环境意味着在大学之前的青少年群体都很难自主选择发型，更遑论染发烫发等行为。相比之下，上了大学、参加工作后的 90 后青年在身体管理方面拥有更大的自主权。最后，脱发作为一种生理现象，在中年群体更多的被认为是由年龄、社会压力等因素所导致，故而可能会遮蔽其中的个体心理因素、消费话语以及社会文化环境的影响。与黄盈盈和鲍雨（2013）所强调的由于其它生理疾病所导致的脱发现象不同，本研究不仅从客观上对受访者的脱发与否以及严重程度作出区分，同时也强调由受访者去结合自身的主观心理感受来做出相应评定，并据此回答后面的一系列问题。根据质性研究有关选取受访对象的“典型性”与“代表性”要求（王宁，2002；潘绥铭等，2010），笔者通过简单随机抽样和滚雪球抽样方式选取了 16 名“90”后青年开展访谈，所有受访者的基本情况见下表。

表 1：受访对象基本信息

序号	性别 ¹	年龄	职业	脱发程度 ²
1	F	23	在校学生	严重
2	M	24	私企职工	一般
3	M	23	在校学生	严重
4	F	25	国企职工	一般
5	M	26	公务员	一般
6	M	26	私企职工	一般
7	F	27	私企职工	严重
8	F	26	私企职工	严重
9	M	25	在校学生	不严重
10	F	23	在校学生	一般
11	M	24	在校学生	严重
12	F	26	私企职工	非常严重
13	M	25	私企职工	非常严重
14	M	24	在校学生	严重
15	F	26	私企职工	一般
16	M	24	私企职工	一般

¹ M 为男性，F 为女性。

² 脱发程度由受访者自身根据心理感受与实际情况给出评定。

第二章 头发意涵：90 后青年的观点

在日常互动过程中，身体承担着最为直接的展示功能。在消费社会语境下，人们之所以会认为，要以一种工具性的方式来关注自己的身体形象，部分是因为个人的外貌会影响自身的社会地位和受欢迎程度（高修娟，2019）。作为身体形象的重要组成部分，头发在行动者整体外貌形象的塑造中发挥着重要作用。“头可断、发型不可乱”这一略带调侃性质的话语虽然有些夸张，但却揭示出头发在帮助个体向他人和社会呈现出让自己满意的、符合社会规范的身体形象中的作用。因此，本章主要探讨随着中国逐步迈入消费社会之中，头发在这一社会语境下因何被 90 后青年所看重，以及它又会被赋予哪些与以往相比截然不同的社会意涵，这些社会意涵与晚期现代性社会中 90 后青年的自我认同又会存在哪些关联。

2.1 为什么是头发？

在以往社会中，头发无论是在政治、宗教还是性别范畴内都分别被赋予了诸多额外的社会意涵，例如政治权力的控制（孔飞力，2012）、宗教习俗的禁忌（涂尔干，1999：176）抑或是性别规范的象征（Rose，2001）。随着现代社会的到来，人们的思想观念也逐渐变得开放起来，因此头发所承载着的诸多意涵也在慢慢淡去。但作为生理毛发的一种，头发因其自身所处位置的特殊性仍旧很容易被 90 后青年所注意到，对其加以利用也成为顺理成章之事。

头发当然很重要了，别人一眼看过来首先看到的脸，然后就是你的发型、发色什么的。如果我看到一个人的头发很乱，就会觉得很难受，想着这个人怎么也不把头发梳梳好。像我的话，一般出门之前都会花大概十分钟的时间打理头发，要么是根据今天穿的衣服挑选合适的发型，要么就是早上出门理顺一下，总之就是不想让别人感觉自己的头发乱糟糟的，很影响个人的形象。（F1）

我觉得合适的发型和发色对个人形象来说是可以起到加分的作用的，对个人的社会交往也会有影响。首先头发要干净，这样自己的心情会感觉好一点，然后别人看起来也会很舒服。如果头发打理的很适合自己的话，会给自己的外貌加分，给别人留下一个好印象。毕竟头发也算是外貌中最吸引注意力的一部分了吧，就跟一个人的眼睛和鼻子一样，如果看起来很好看就会对个人外貌有改善的作用。

（M3）

在受访者的描述中，我们能够察觉到头发并不是仅凭自身来发挥作用的，而是要结合行动者的整体形象去加以思考。在个人的一生中，我们会对自己的身体形象不断做出改变，但这种改变并不是随心所欲的，而是会受到社会规范、经济成本以及活动时间的限制。在现实处境与理想形象的混合之中，人们会塑造出独特而又不断变化的外貌。尽管 90 后青年正处在自我认同转变的关键时期，但囿于经济、职业等方面的原因，90 后青年的消费欲望与自身消费能力之间存在着难以克服的张力，也就是说，这一群体的消费欲望难以通过相应的消费能力来得到满足。这种脱节现象所展示出的就是消费欲望的“符号刺激”与消费能力的“结构抑制”之间的张力（王宁，2012）。因为 90 后青年要么大多仍是在校学生，要么是刚参加工作不久，都没有足够的经济来源支撑自己的大额消费，但这一群体对转变自我认同与商品消费又有着极为强烈的需求，因而如何借助已有资源来缓解消费欲望与消费能力之间的内在张力就显得尤为重要。相比其它消费商品来说，有关头发的改变较为便捷和价格低廉，因此易于为 90 后青年所接受和追捧。

打理头发虽然也会花点时间，但比起买衣服、做美容来说还是很方便的，而且它还便宜呀，不用花什么钱。像我现在还在上学，家里也只给了日常的生活开销，自己也不可能把所有的钱都花在打扮上面，所以平时的时候也就是画画淡妆，然后把头发打理的适合自己一点，可能等以后自己赚钱了就可以去买更好的化妆品呀、更贵的衣服吧，现在也只能在头发上做出改变了。（M9）

不局限于在校学生，那些刚刚进入职场的 90 后青年同样也持有类似的看法：

自己才刚刚从学校毕业，身上也没什么闲钱，所以只能在平时生活中节约一点，尽量减少开支。除了生活必要支出以外，自己能花在其他方面的钱其实并没有多少。但是个人形象还是要顾及的嘛，在公司里看到别人每天都是衣着光鲜的，自己也会想着怎么样才能够改善一下自己的形象，表达出自己的态度，这不我就抽空去做了个发型，把头发烫了一下，感觉整个人的精神气质就出来了。（F12）

可见，作为头部的重要组成部分，头发被 90 后青年视作为身体的延展，它能以非常直观的方式展现出个人的自我形象，同时也反映出相应的社会文化中占主流地位的价值规范，并被用来创造出行动者所想要表达的文化意义。由于头发本身的物质特性，以及 90 后青年所处的社会经济地位，他们对头发的重视一方面是由于对头发所处位置的特殊性的考量，认为在社会交往中头发是最容易被他人

人所注意到的部分，因而需要加以打理；另一方面，90 后青年所处的社会位置决定了他们的消费行为会受到经济条件的制约，对头发进行整饰修理的背后则表现出在消费文化背景下经由精打细算而带来的适度快感。在现代社会中“美的形象”迅速受到 90 后青年的追捧，“美貌就是资本”、“颜值就是生产力”等日常用语也从侧面反映出 90 后青年越来越重视外貌在社会生活中所扮演的角色，而头发整饰便成为其中的重要环节。

2.2 从“手段”到“目的”：头发整饰与身体展示

现代性所带来的重要影响之一，表现为在带来“祛魅化”过程的同时，也极大地削弱了宗教在提供生活意义方面的作用。遗憾的是，现代性在“毁灭”的同时却并没有给重新确立人生意义提供可供借鉴的参考标准，因此这一任务需要由现代社会中的个体行动者主动去完成（陶东风，2003）。正如吉登斯（1998：22）所言，现代性的本质是一种超越了传统规范的社会秩序，人们会不断借助自我反思对所有社会行动进行监控，以此来塑造自身所想要传递的形象。在当今的消费社会中，资本主义商业组织逐渐发挥出原先宗教、国家等主体的功能，接管了意义赋予的角色。由于社会环境不断发生变化，身体功能也转而呼应晚期现代性社会中的反身性要求，就头发而言自然也不例外。

随着头发整饰手段的蔓延与流行，在 90 后青年的眼中，头发也逐渐从简单的生理毛发转向蕴含多样的身体展示意义，他们普遍会通过对头发加以整饰的手段来实现自己的目的，例如颜色多变的染发、随心所欲的卷发、任意长短的接发等。头发物理性质的可塑性催生出 90 后青年群体对头发意涵的不同看法：新的发色或发型被认为有助于营造出良好的身体形象，它代表令人愉悦的生活方式和更为值得追求的生活品质（费瑟斯通，2000）。在这一背景之下，90 后青年利用自己所拥有的资源去采取相关行动也就不那么令人感到惊讶了。

像我的话，如果觉得心情不好了，或者是现在的发色看腻了，我就会去染个新的颜色。这样子就会觉得生活不会那么无聊，至少还可以通过自己的努力去改变一些东西。每次染完头发照镜子的时候，都会觉得自己看起来跟以前不一样了，会觉得自己变得更加精致、好看一点。（F15）

我很少会去染头发，但偶尔会把头发剪的特别短，因为觉得短头发看起来会比较干练一点，因为长头发打理起来实在是太麻烦了，而且自己的脸型也更适合

短发。如果平时闲着没事做的时候，也会尝试着去弄一个自己以前没有弄过的发型，这样会给人一种不一样的感觉。（M6）

90 后青年对头发意涵的看法相较以往，更加凸显它在自我认同与展示中所发挥的作用，而要想理解这一转变背后隐藏的内涵，则不仅要看到 90 后青年群体所处的现实社会位置，更要联系外在社会环境的变迁对他们的身体观念与社会行动带来的改变。在改革开放前，国家话语尤其侧重工具主义的身体观，强调把身体消费维持在劳动力简单再生产的水平。在这一阶段，消费仅仅是一种手段，一种使得社会生产与再生产顺利循环的手段（王宁，2012）。与之相对应，晚期现代社会中则将消费本身作为根本目的，即它主要不是为了生产而消费，而更倾向于注重享乐和自我感受，为了一种良好的心理状态而作出的努力（陶东风，2010）。

平时打理头发就是为了让让自己开心呀，都是在不断尝试中找到适合自己的发型、发色，然后就可以改善自己的整体形象了，其他的倒是没有想过。我觉得头发应该算是装饰物吧，也没什么其他的实际用处，只要好看、适合自己就行了。（M5）

正如部分受访者所述，与其它身体器官相比，头发的特殊性在于它不存在任何生产意义上的作用，不像手用来工作、脚用来走路、嘴用来吃饭。也就是说，头发只具备纯粹的消费功能——用于展示和装扮。头发整饰所蕴涵的展示意味在当下的消费社会中尤为明显，它不仅影响 90 后青年的社会交往，同时还会决定个体的社会欢迎度以及合群程度。进一步来看，身体也从主体为完成各项目的而使用的工具变成需要精心加以呵护装扮的客体（费瑟斯通，2010），包括头发在内的各种身体组成部分无疑都需要围绕这一目的去做出改变。“打理头发跟你化妆、敷面膜、买衣服其实是一样的，都是为了让让自己好看一点，不然谁愿意在这上面花时间呢。你看以前女孩子都不怎么关心腿毛、腋毛，但现在我身边的朋友可在乎这个了，天天吵着要去做激光脱毛呢。（F7）”从政治、宗教与性别等社会范畴脱离出来的头发，在消费社会中经过个体整饰成为身体展示的重要组成部分，这同样也标志着身体展示逐渐成为个人“身体规划”（Body Project）的一环（Featherstone，1999），指示出在晚期现代性社会中，传统规范消解的另一面是

对身体展示的反身性关注，并且与个体的自我认同高度相关，这为下文的探讨提供了现实基础。

2.3 90 后青年自我建构的变动性与头发的可塑性

在晚期现代性社会之中，稳定、持久且单一的自我认同成为一种奢望。由于无法再去依靠传统叙事所给予的社会关系与行动结构，那么个体就必须时刻维持有关自我认同的叙事，以此来满足个人本体性安全感的需要（伯基特，2012：215；Bauman，1996）。也就是说，在现代社会中，个人自我认同的建构与本体性安全感的维护，越来越离不开对日常生活行动的连续规划，同时也必须找到合适的承载物去实现“生活方式”的平稳过渡。如果说工业社会中所呈现出来的自我建构是“固态的”，那现代消费社会中的自我建构则表现为一种“液态性”，表现为捉摸不定的流动状态（鲍曼，2002：189）。联系到 90 后青年所处的社会位置来看，进入大学或踏入社会都属于生命周期中的重要转变节点，同时也意味着自己所扮演的社会角色在发生变化，因而合理利用自身所拥有的资源，塑造出社会环境与个体偏好所要求的崭新自我形象也就显得极其重要（Maguire、Stanway，2008）。

以前在高中的时候学校是不让男生留长头发的，更别说染发、烫发了。现在上了大学了，就想着毕竟是人生当中的一个新阶段，不想在像高中那样安分守己，所以就去染了个淡红色的头发，一来是觉得现在没人管着自己了，可以想干什么就干什么，二来是自己以前就觉得红色的头发更适合自己，黑色的有点显老，感觉不太好看。（M11）

现在没有那么多精力去收拾自己了，一切都得以工作为主，而且自己也快要步入人生的正轨了，觉得不能再弄一些很奇怪的造型，像染头发的话就不太可能了，因为自己平时都要跟其它一些公司的领导打交道，如果染一些奇奇怪怪的颜色，会让别人觉得自己业务能力不行，所以一般自己都是尽量梳个干练一点的发型，这样会节省很多打理的时间。（F4）

在自我认同的转变过程中，头发物理形态的改变可以发挥出巨大的推动作用。虽然头发看似普通，但实际上却是人体最具可塑性的事物，同样也能作为诸多象征意义的载体（汪民安，2005：71）。鉴于头发自身的生理特征：麻木性、柔软性，以及暴露性，这些都为 90 后青年对它的改造提供了前提与可能。外貌作为个人认同的重要组成部分，其作用需要通过一系列的实质“材料”才能得以正常

发挥（王宁，2001），在这其中头发扮演着非常重要的角色：卷发意味着性感、多情，而直发则是单调、乏味的象征。因此只需对头发进行简单的改造，个人的外在形象就会发生不容小觑的变化。

我觉得，发型对一个人的外在形象有很大的影响。像我的话，以前一直以来都是直发，后来听到室友说看起来太单调了，不能给人眼前一亮的感觉，我就去烫了个头发，也就变成了现在这个样子。刚烫头发的那几天，确实会觉得自己看起来要酷一些，比原来的自己要好一些。（M3）

每个人都是不一样的嘛，这个不一样不只体现在观念方面，同时外貌也会随之发生变化，比如我文静一些，就会留长头发；相反，如果是一个假小子，那她肯定会更喜欢短头发。（F8）

头发在颜色、长短、风格等方面的改变，往往体现出个体有关自我的看法，它们或是工具性的、或是情感性的，因而具备不同的象征与规范（Susan, 2018）。这些象征意义的存在，使得 90 后青年可以通过对头发的形状、颜色以及长度的改变来塑造不同的自我形象，进而建构出不同时期、不同社会环境所要求的相应的自我认同，并最终帮助个体顺利完成社会角色的转变。同时，这也与贝克（2011）所强调的“自我规划”遥相呼应，部分说明传统社会中个体所能赖以利用的固定资源已经不再可靠，转而需要通过一系列的个人努力才能在现代社会中制造出稳定的生命意义，同时也需要自己去承担由自由选择带来的意外风险。

综上所述，头发不仅是生理存在，同时也是社会存在：它既是个人自我表达与展示的重要方式，又是自我和群体身份认同的象征。可见，无论是有关身体展示，还是树立或改变个体的自我认同，头发都不像人们通常所认为的那样无关紧要，反而在帮助 90 后青年自我建构目标的实现中发挥着重要作用。因此，头发能够被视作是社会差异的象征，这里则潜藏着两层含义：一是头发对 90 后青年如何理解与建构自我是非常重要的，它部分是由于头发作为身体的重要组成部分，其自身所在的位置与特性决定了头发能够帮助个人树立起理想的社会形象；二是对头发作出的一切改变都属于文化行为，也就是说没有所谓的“自然”头发：无论是梳头发、剪头发，还是染发烫发等，所有与头发有关的活动都是在更为广阔的特定文化语境中进行的，因此不能将其简单地视为个体层面无意识的日常行动，而要注意结合外在的文化环境来进行探讨。

第三章 脱发现象的问题化及其社会隐喻

在探讨了消费社会语境中 90 后青年关于头发意涵的观点后，本文认为头发对现代人，尤其是处于人生上升阶段的 90 后青年来说，它不仅是一种装饰物品，同时也蕴藏着丰富的象征意义。这些象征意义为本章即将要探讨的内容提供了必要的前提。鉴于脱发现象兼具生理表征、个体感知与社会互动三重方面的意义，因此在探讨脱发现象因何成为 90 后青年亟待解决的社会性问题时，不仅要顾及到医学上的相关表述，同时也要回到 90 后青年的日常生活当中，才能更为详尽地呈现出其中的复杂图景。

3.1 脱发现象何以成为问题

身体形象涉及到人们日常生活中的描述与体验，同时对特定的个人来说，它也可能造成一系列令人不安的心理感受与需要被解决的严重问题，这与身体形象分类标准、社会互动以及日常话语使用密切相关（Díaz, 2018: 8）。与受访者的交谈内容显示出，脱发现象之所以被 90 后青年视为是需要解决的问题，不仅仅是因为它在医学界被定义为需要加以治疗的皮肤疾病，同时也部分源自于它会造成个人对自身身体形象产生不满，在深层次上表现为与消费社会中的健康意识，以及社会互动过程中出现的羞耻感相互联结。

3.1.1 医学界对脱发现象的具体界定

雄激素性脱发是目前被医学界认为最主要的脱发类型，表现为前额顶部渐进性脱发，是一种常见于 20-40 岁男性的皮肤疾病，同时也存在于一定比例的女性之中。医学界根据不同的脱发类型和严重程度，将脱发症状划分为五个等级，每种类型与等级都表现出不同的脱发特征（侯麦花、朱文元，2004）。关于脱发现象所造成的不良后果，重点在心理方面会给患者造成严重的负担与压力（胡小平等，2009），而工作压力、生活作息、饮食不规律、睡眠不足等都可能成为诱发或加重脱发病症的重要因素。

我是前段时间自己洗头发的时候发现头发掉的特别多，然后就去医院看了一下。医生说是有中度的脱发现象，建议我平时要注意自己的饮食，同时也需要延长休息时间，这样可以缓解脱发现象。自那以后，我才慢慢把脱发看作是需要认真对待的问题，以往都还觉得挺正常的。（M3）

以前对脱发都是无所谓的态度,觉得是正常现象,后来发现掉的实在有点多,就去医院看了一下,医生说是有点轻微的脱发现象,需要平时多注意一下,不然会掉的越来越多。后来自己就慢慢也关注了这方面的信息,看看能不能找到一些解决的办法。(F10)

脱发现象作为人体新陈代谢的一部分,在一般情况下并不会被 90 后青年所注意到,但在超过了一定的数量之后,他们则会转而寻求医学的帮助,希冀找到解释自身头发在短期内大量脱落的原因。受到医学界对脱发问题具体界定的影响后,90 后青年逐渐放弃了自身对脱发问题的简单判断,转而接纳医生对自身脱发问题所给出的诊断,慢慢将脱发现象视作成医学意义上需要被加以解决的问题。尽管脱发现象作为一种病症很早就进入到医学界的视野之中,但遗憾的是,现今有关脱发的病因及发病机制尚未被查明,因此在实际判断过程中存在着较大的伸缩空间。在脱发现象治疗方面,目前仍旧是以保守治疗为主,主要依靠涂抹米诺地尔溶液、口服非那雄胺等手段,尚未有根治脱发现象的医学方法出现,这也为 90 后青年群体自主寻求应对策略提供了隐含条件。

3.1.2 健康意识视阈中的脱发现象

伴随着医疗社会化进程的不断加快,越来越多原先被视为正常的生理现象被纳入到医学范畴,被视作需要运用技术手段加以治疗的疾病。以“健康”和“疾病”概念为中介的社会现象范围的扩展,体现出社会与个体对异常行为控制所赋予的重要性(Crawford, 1980)。现代消费社会中的“健康意识”相比传统工业社会而言更具包容性,它指示出个人普遍提高了对“何为健康”的认识兴趣,以及对改善个人健康状态的关切。这些都表明消费社会中的健康意识是一个复杂的社会范畴,不能简化为生理疾病的预防与治愈,更不能简单地借用医学表述来加以概括。

前段时间洗头的时候突然发现自己的头发掉的好像有点多,感觉比以前掉的多多了,所以才慢慢发现自己的头发好像越来越稀疏了,而且发际线也在不断往后移。问过身边的朋友后,他们也表示自己的发际线确实往上移了不少,而且自己平时在网上也看到过对 90 后青年脱发话题的讨论,所以觉得自己可能也有脱发的情况存在。(F15)

我觉得脱发会很影响一个人的健康形象,像我现在就特别注意自己的头发密度和发际线的高低,如果有一段时间头发掉的多了,那我肯定就会觉得是这段时间自己的饮食出了问题,总之脱发会给我带来一种不健康的感觉,不像生病但也不代表自己很健康,还是需要多加保养,注意平时的饮食和作息。(M16)

若以传统生产主义的观点来看,脱发现象充其量不过是影响外貌的美观程度,并不会对社会成员的健康状态产生不良影响。但这一症状在消费社会之中却呈现出截然不同的状况,因为社会准则规定了个体成员必须拥有一种“身体的良好感觉”(鲍曼, 2002: 118; 宋庆宇、刘能, 2018),而这种感觉在很大程度上并不是由行动者个人独自决定的,它指涉出社会结构规定的形象标准,具体到个人身上时会被细分为一个又一个指标:身体挺拔、皮肤白皙、衣着整洁等,这些指标综合后会形成个体与社会“合谋”的完美身体形象,从而导致 90 后群体在脱发现象出现时表现出更低的容忍度。因此,90 后青年对保持身心健康的焦虑,以及担负扩大化的身体看护责任,统统借由脱发现象的出现找到了释放的出口。即使部分受访者的脱发程度并不能达到医学上有关脱发现象的标准,但在“健康主义”的裹挟下,他们也不得不对提高对身体控制权的重视,希冀将身体的任何变化都掌控在自己手中,即便只是轻微的脱发现象也需要被纳入到管控的范畴。这种转变,部分使得脱发现象成为 90 后青年需要加以解决的身体问题。

我倒是没在意过自己一天到底掉多少头发,只是因为不久前身边的朋友偶然跟我说了一句“我觉得你的头发看起来不如我当初认识你时那么茂密了”,自那以后自己才开始慢慢注意到自己好像确实有点脱发的问题,说不紧张那是不可能的,虽然现在感觉还没那么严重,但肯定也会怕变成秃顶。(M6)

透过受访者的回答,可见 90 后群体对脱发现象的定义和医学表达是存在一定偏差的,具体表现在一些 90 后青年并不是用脱发数量来判断自己是否有脱发现象,而是通过与以往自我形象做对比从而得出结论。不得不注意的是,在受访者的心理感知中,即便自己目前的脱发现象并不严重,但它却是类似秃头、发际线不断上移等极端情况的“前奏曲”,这一潜在威胁意味着 90 后青年存在着将脱发现象夸大化的倾向,进而在无形之中增添了许多心理压力。

3.1.3 社会互动中的他者凝视与羞耻感

尽管研究视角略有差异，但福柯与埃利亚斯两人有关“身体控制”的论述对当代的身体研究仍然存有长足深远的影响。福柯（1999：232）从边沁的“全景敞视主义”作为切入点，深入浅出地对现代社会中生活化权力是如何以一种不易察觉的形式作用在身体上进行分析。区别于福柯的观点，埃利亚斯（2009：496-497）尤为强调个人自身将社会规范内化于心的过程，他主要用“羞耻”与“难堪”这两个概念加以概括，侧重解释行动者个体是如何与外在的社会规范之间进行互动并实现成功社会化的。作为个人心理层面上的一种冲动，羞耻感表面上显现为个体对自身社会接受度降低的恐惧，但深层次之中却蕴含着个体社会融合的实现受到了阻碍，它使得个人对自身所处的社会地位感到不满却又无可奈何，而那些格格不入的特征反过来让行动者时刻感到自己处在低人一等的境地。

反映到现实境况之中，理想形象与现实之间的落差构成了 90 后青年内心矛盾冲突的来源：他们一方面将外在社会环境所塑造出来的完美“外貌”作为标杆，另一方面又不得不接受自身外在相貌上的不完美，同时还要忍受他人不经意间地调侃取笑，这些都给他们的心理造成了巨大的压力与负担。90 后青年为了免于社会互动中的窘迫，因而对自身的脱发现象产生了压迫感，并进一步造成诸多其他的负面情绪。此外，部分受访者认为背离外界通行标准的外貌会让他们的生活变得更加艰难，外貌上的不足会降低他们的自尊，并且使他们的自我意识受到损害。与此同时，个体有关自身身体形象的形成不仅会受到自身生理实在外貌的影响，同时在社会互动过程中，他人的反馈与评价同样会影响到自我对身体形象的认知态度。

说真的，自己其实特别害怕别人一直盯着我的头发看，感觉很不自在。就算是走在路上的陌生人往我头上看了一眼我也很害怕，觉得自己的缺点好像完全暴露在他人的视线之中。所以我出门的时候一般都会戴着帽子，实在不行的话一般都会埋着头走路，尽量不和其他人有目光接触。（M9）

别人有时候跟我聊天，提起我脱发的事情我会觉得很羞耻，不太好意思跟别人解释到底是怎么回事。虽然他们可能没有什么恶意，但还是很难接受，所以我一般很少主动聊起脱发这方面的话题。（F12）

伴随着互联网逐渐深入到人们的日常生活之中，虚拟社交所具备的“脱域”性质也超越了时间与空间的界限（吉登斯，2011：14），在任何时间、任何地点人们都可以互动交流，但方便的背后却也造成一些令人意想不到的问题。具体表现为在虚拟社交中，90后青年的身体会持续出现在他人的屏幕中（郑勋，2019），通过发表文字评论，他人能够轻松的表达出自己对他人身体的看法，这在面对面社交之外又给90后青年造成了新一轮的心理压力与负担。

我本来还觉得自己头发的状况还蛮好的，平时也会网上跟风发一些有关脱发的段子，直到有一次跟朋友聚餐后发了张合照在朋友圈，有人评论说：“XXX，几年不年，额头亮了不少啊。”直到那个时候我才真正意识到原来自己的发际线相比以前已经上移了很多，而且确实最近头发掉的也越来越多了。后来我就把那条朋友圈给删掉了，现在也很少在朋友圈发自拍了，因为总是害怕别人会注意到我的发际线，如果有人评论的话还会被其他人看到，感觉有点尴尬，也有点羞耻，不知道该怎么去回复。（F7）

无论是在虚拟还是现实社会交往过程中，一旦他人触及到个人的敏感部位，或者说羞耻阈限，那么这时候的目光凝视就不再是令人喜悦的源泉，而是变成让人心生厌恶的感受来源，并引出个体心理层面程度不一的羞耻感觉（埃利亚斯，2009：502）。换句话说，由他人目光的凝视和个体对理想形象要求之间的混合杂糅，造成了90后青年内心对外貌形象受损的强烈恐惧与担忧。他们对头发稀疏或发际线上移的担忧情绪非常强烈，这些受访者对脱发程度的认知可能部分程度上被夸大了。事实上，一些受访者的脱发现象可能很难被其他人所察觉到，但他们却非常担心，认为自己的外貌美观程度大大下降。他们每天会花费大量的时间在镜子前强迫性地检查头皮，反复梳理头发，不仅如此，他们也会仔细观察别人的外表，拿自己的头发和别人的做比较。一些受访者也会抱怨，认为他们对完美外貌的追求干扰了他们正常进入社会环境以及与他人开展互动的能力。正是在追求“美的形象”与脱发现象问题化的双重作用下，90后青年开始积极寻找脱发现象的应对策略，并进而付出精力、时间与金钱去改善自身的脱发现象。

3.2 脱发现象背后的社会隐喻

疾病，不仅仅被视作医学事件，同时也会被当作修辞手法或社会隐喻加以看待。在桑塔格（2003）的著作《疾病的隐喻》中，她详尽探讨了作为流行疾病的

结核病、艾滋病等是如何在个人与社会之间的互动中被隐喻化的，换言之，“从仅仅是身体的一种病”转变成社会中其他成员的道德评判，因而病人不仅仅要承受由疾病所带来的身体压力，同时也疲于应付附着在疾病上的道德指责。以此结论作为起点，脱发现象的背后同样潜藏着某些值得关注的社会隐喻，故而本研究这一部分着重探讨脱发现象背后社会隐喻的具体表征。

3.2.1 与理想身体形象的背离

无论是在生理、心理还是社会层面，个人的面部都是不容忽视的，它对提高自我认同和社会接受度的重要性都是不言而喻的。通过对柏拉图、亚里士多德以及荷马等人的思想进行梳理，Synnott（1990）进一步发展了“美即是善，善即是美”的观点。这里的“美”可以被看作是内在的或外在的，自然的或人为的，主观的或客观的。通过询问有关自身理想的身体现象描述，大多数受访者都提到了与“美”“好看”等有关的形容词，并强调头发在维持自身理想外貌形象中所发挥的重要作用。

理想外貌的话，应该就是脸和身材比较重要吧，如果不去做整容手术的话，像身高、长相一般来说后天就不太会发生变化了。我觉得一个人只要干干净净的就好了，整体要给人一种比较舒服的感觉，具体来说就是不管是发型、妆容还是服饰都要适合自己，找到一个比较平衡的点就会好很多。当然，如果脱发实在是严重的话，肯定会有点减分吧，毕竟这个社会还是很看重这个的。（F12）

我倒是没有怎么想过理想外貌这个问题，但是我觉得只要把自己身上的一些小毛病能够改掉就已经很好了，像我的话因为脱发然后发际线比较高，所以平时就会留刘海，不会主动去把额头露出来。其他的话，就是买衣服的时候买一些深色的衣服，这样会比较适合自己，有些时候也会学着网上的搭配，看看有没有自己能用上。（M6）

现代消费社会中个人的理想身体形象早已不局限于正常生理功能的发挥，同时还与身体外观、自我展示等要素高度联系在一起，这不仅受到个体有关“美的标准”的影响，而且外在社会环境中的文化要素、社会交往中的他人态度等同样会激发 90 后青年个体的身体意识。作为身体外表一个重要而独特的组成部分，头发在身体形象感知与身份认同中起着重要作用：它可以很容易地在长度、颜色

和形状上作出改变，以创造不同的风格，而恰当的风格可以用来帮助人们融入不同的社会群体、突出自己的身体形象，乃至获得额外的回报。

以前的我对自己的相貌还是挺有自信的，加上身高也还可以，所以在大学的时候也谈过几个女朋友，但工作以后发现自己对女生越来越没有吸引力了，后来才发现原来是脱发的原因。自从工作以后自己天天熬夜，发际线是一天比一天要高，而且也变得越来越稀疏了，整个人看着都没什么精神，可能是因为这个，现在自己也不太爱跟别人打交道了。（M2）

好的外貌形象当然有好处了，网上不是有“颜值就是生产力”的说法嘛，而且你看那些小鲜肉明星虽然演技唱歌都不行，但是就因为长得好看，所以还是有大把的粉丝喜欢他们。其实就算是普通人，长得好看肯定会有优势啊，不管是在学校还是在职场，他们都更受欢迎一点。（M13）

由此可见比起生物意义来说，头发更具有心理和社会层面上的意义。由头发与理想身体形象的关系来看，脱发现象所带来的问题不仅仅是造成个人内心的焦虑，更为严重的是当 90 后青年群体普遍将发量的多少视作评判个人魅力高低的标尺之时，脱发现象无疑“宣判”部分 90 后青年彻底与“美”无缘，同时也意味着他们很难达到自身理想的身体形象。考虑到 90 后青年正处在人生上升阶段，因此他们对脱发现象的出现无疑显得尤为敏感，在日常打理头发、清洗头发的过程中，90 后青年会不自觉地关心自身的脱发情况，并且表达出对脱发现象的出现而感到焦虑，这背后隐藏着的是他们因背离自身理想身体形象而出现的心理落差感。

值得引起注意的是，无论是男性还是女性受访者，他们都表达出脱发现象对自身性别特质的损害。在晚期现代性社会之中，自我认同、性别气质和身体外表日益交织在一起（Charmaz, 1995），加之消费文化培育了这样一种氛围，即鼓励人们将自己的外表视为值得投资的东西（Nixon, 1996），这就致使行动者更加在意自己的外表形象，对头发的管理自然也在其中。总体而言，受访者大多将性别气质作为一种无形的现实来讨论，其根源在于日常生活中所遭遇的具体性别气质在发挥作用，无论这些形式是通过个人现实生活体验还是外在社会媒介进行传播的。

男的还是要梳个大背头才有成功人士的气魄,你看那些公司老总那个会留长发和刘海呀,不是有句歌词叫“把头发梳成大人模样”吗,其实就是这么个道理。不过我现在是不敢梳背头了,听别人说把头发往后梳会掉的更严重,所以还是有点难受的。要是自己不脱发就好了,那样我可能也会梳个背头试试看。(M6)

像电视里的那些女明星的头发大多都又黑又亮,搭配出来就感觉很好看,一想到自己的头发平时都是一把一把的掉,总是会在洗头发的時候害怕自己有一天变成秃头了怎么办,连自己的头发都保护不了,感觉很难受。因为头发对于女生来说还是很重要的,我妈妈就一直教育我说女孩子要好好保养自己的头发,所以现在一直脱发弄的我很害怕。(F8)

对许多受访者来说,头发是可以用于表达自我认同的物质手段,是评判自己是否好看的关键因素。事实上,头发作为人体的组成部分是相当独特的:它很容易改变或影响一个人的外貌。通过受访者的回答,我们能够发现身体被 90 后青年分割成不同的部分,而不是作为一个整体来对待。因此,尽管受访者可能对他们整体的身体形象满意程度较高,但却会对自己身体外貌的某些部分不满意,而且普遍的担忧会与头发有关:他们害怕自己的头发可能会变薄、变白或者变得稀疏。这些担忧的背后,体现出 90 后青年因脱发现象而背离理想身体形象后有可能遭致的负面心理状态,进而影响到他们的正常生活。

3.2.2 对丧失头发整饰消费选择的担忧

在论及消费社会中行动者的伦理规范时,坎贝尔(1983)试图采用韦伯式的论述风格,强调以往的经济学家们未能对现代社会中个体的消费行为提供充分的解释:他们往往将注意力集中在个体行动者身上,而忽视了群体压力和文化规范。坎贝尔指出现代消费者角色的一个重要特征是,在任何情况下,无论消费者实际上消费的是哪一种商品或服务,他们都服从于一种“想要”(want)的基本义务。这一事实并非根植于人类心理,而是来源于我们的社会文化之中,它构成了消费主义的伦理基础。在传播技术大为发展的今天,广告、明星影像、大幅展画等消费景观给青年群体的心理状态带来长远影响,他们对于某种商品或服务的消费欲望也因而发生改变。

在我印象里,那些代言化妆品、衣服品牌的明星大多发型都特别好看,而且时不时地就会换个发型或者发色什么的,每次都会给我不一样的感觉。所以在不

知不觉之中自己也会觉得如果经常换发型或者发色的话,自己会不会也有同样的效果。(F4)

鉴于头发丰富的可塑性在改变个人形象中所发挥的重要作用,90后青年在消费主义的浸染中逐渐培养起崇尚多变发型的欲望,而脱发现象的出现却意味着部分90后青年无法保持多种多样的发型风格,也无法在此基础之上加以改变,只能接受和维持难以自然好转的现状,而这是消费社会行动伦理所不能容忍的。鉴于当代社会中消费行为的合法性主要来自于浪漫主义,而它所崇尚的是样式多变、风格奇艺等内涵,因此人们总是需要在不断求新逐异中发掘不同的体验(坎贝尔,1983)。那些由于各种原因导致无法满足这一要求的消费者无疑是消费社会之中的“弃儿”,部分丧失了作为消费者所拥有的不断选择的权利(鲍曼,2010:64-65)。脱发现象使得90后青年害怕自己失去享受消费社会中多变发型风格的自由,因而脱发现象的隐喻不仅仅是生物意义与审美意义上的,同时还需要联系到消费社会中的求新本质,它无疑取消了一部分现代90后青年进入消费社会的“入场券”,进而丧失了成为消费社会中“新公民”的资格,使得他们在消费社会中自由进行头发整饰消费选择的权利无法正常实现。

我一直以来就很喜欢染头发,可能隔几个月就会染一次,或许就是染头发太频繁了吧,所以最近头发掉的特别厉害,每天照镜子感觉自己的头发是一天比一天少,后来我就再也不染头发了。我觉得自己的头发再这样掉下去的话,也许我以后也都不敢再去染头发了,一想到这个自己就有点心痛,以后就要和美美的发色说再见了。(F1)

脱发最让人难受的事情就是到最后你会发现自己的发型跟别人就没什么区别了,而且你也不敢去染头发、烫头发,只能按照最传统的方式去保养它。你想想看,我还是个年轻人,现在却因为脱发变得跟中年人一样了,而且自己也不能像其它男生一样随便换发型,怎么想都觉得很可怕。(M11)

脱发现象导致的最终结果就是发量大大减少,致使90后青年行动者难以通过头发管理与他人进行区分,并且也会对个人形象造成损害,这与消费社会中的“区分”逻辑是截然相反的,因而难以被90后青年所接受。随着个体化思潮在中国的出现与快速发展(阎云翔,2012),90后青年大多希望通过消费来凸显出自我个性,反过来在现代社会中个体特性也需要依靠消费才能得以张扬,但脱发

现象的出现则在一定程度上限制了 90 后青年消费者的个体能动性。这一现象的出现，为我们揭示出个体能动性与结构限制性之外的矛盾关系，即 90 后青年的消费欲望与个体生理条件的不匹配。考虑到这一因素之后，脱发现象所带来的消费困扰便很容易被 90 后青年所察觉，他们开始意识到脱发现象的持续恶化有可能会影响到他们后续消费行为，这些因素的叠加进一步加剧他们对有可能丧失往后头发整饰消费选择的担忧与恐惧。

3.2.3 逾越社会分类的污名化

有关“污名化”的研究遍布在社会心理学、社会学、人类学等众多人文学科中，作为一种分析性概念，“污名化”在解释特定群体因何被区别对待时有着丰富的学理内涵（郭金华，2015）。与本研究相契合的观点是戈夫曼（2009）有关“污名化”的论断，他指出个人理想的社会认同与真实的社会认同之间的偏差，使得个体所拥有的可能遭受污名化的特征变得更加引人注目，因此这些特征的存在标示出个体违背了相应的社会规范，因而被视作需要加以区别对待的异类。由此可见，污名化部分对应到个体特征与社会成见之间的差距，也就是说，污名化问题并不会凭空出现，只有当特定社会中的绝大多数成员都赞同某种特定规范，因而形成对这一规范所指向的群体的特定偏见时，污名化问题才得以最终出现。

纵观人类历史，头发的存在和脱落通常被人们分别视作活力和衰老的象征，而许多文化也会赋予秀发以美丽、青春、阳刚和幸福的光环，一头浓密的头发往往被认为是阳刚和力量的正面特征，而脱发则意味着个体的衰老（Kligman、Freeman, 1988）。通过与受访对象的交流，本研究大致勾勒出 90 后青年对理想身体形象的看法，青春、活力等词汇通常被用来形容 90 后青年，他们同样被认为是早上八九点钟的太阳，给人带来朝气蓬勃的感觉，这些都是社会环境赋予 90 后青年的分类标准（余家玫，2019），进而塑造出 90 后青年群体特定的自我身份认同。因此，当 90 后青年将浓密的头发视为青年人群理想外貌的重要组成部分时，脱发现象的出现，也就意味着部分 90 后青年对现行社会有关青年人群分类标准的违背与破坏。

平时自己也不太会注意到自己的脱发情况有多严重，但是在看到别人浓密的头发之后，总是会不自觉的想到自己严重的脱发情况，因为大家每天都在一起工

作,感觉就自己脱发比较严重,有点形象上不合群的感觉。平时一起出去的时候,自己心里也不太能接受,总感觉有点不太开心。(M14)

总之就是变得不太自信了吧,每次一想到自己头发快掉完了就觉得很自卑,本来自己长的就不算帅,加上脱发真的是雪上加霜,看来自己这辈子跟“帅”就无缘了吧,谁都会期待自己能够好看一点,这样子可能问题也就少一点了吧。(M13)

早期脱发现象还不太严重的时候自己也没放在心上,但最近慢慢发现自己的头发真的变得越来越少了,而且跟身边同事见面的时候他们也会说自己看着有点显老,因为头发的缘故看起来起码要老十几岁,偶尔他们也会跟我调侃叫我大叔什么的。虽然知道是开玩笑,但心里还是会有点膈应吧。(M16)

正如前文所述,90后青年之所以对脱发现象感到恐惧,主要是因为他们认为自己与社会规范——求新逐异以及追求“美”的外表——相背离,这是导致脱发现象这一生理表征转换为价值判断的前提条件和基础,而想要永葆青春的愿望也部分解释了90后青年对与脱发现象相联系的衰老的恐惧:当脱发现象这一原本属于中年人群的特质出现在90后青年身上时,他们会产生过早衰老(Premature Social Aging)的感知(Singer, 1974),象征着自己逾越了社会环境对青年人群的分类标准。可以看出,这种对脱发群体的污名化实质上是经由社会互动所建构而成的,同时消费社会中的公共秩序对何为“美的身体”的形象建构也起到了推波助澜的影响作用。也就是说,90后青年对自己脱发现象感到不安其实并不单单是个体层面的“杞人忧天”,而更多表现为一种社会规范强加给个人的心理感受,这在与其他人进行社会互动之时尤为明显。

由于在现实的社会互动过程中,大多数人囿于时间、金钱以及精力等方面的局限,往往难以采用多元化的标准去对评价互动中的另一方,因而会出现“以偏概全”的现象,即行动者根据互动对方所具备的某个特征来作为互动行动的指南。当整个社会都崇尚一种“拥有一头乌黑浓密油亮的秀发才是美”“脱发现象只是中年人群的生理问题”等观念时,那么90后青年出现脱发现象也就被理所应当地视作一种“不正常的”、“不美观的”“难以接受的”的外貌特征。

有些时候跟同学聊天,她们有意无意都会避开讨论头发的话题,也不太会跟我分享这方面的经验,可能是怕伤害我的自尊吧,毕竟自己的脱发现象还是挺明

显的。虽然知道她们也是好意，但总觉得心里不舒服，觉得自己好像需要别人特别照顾一样。(F10)

前段时间自己跟家里人介绍的对象相亲，本来之前在微信上聊的好好的，但是一见面还没说几句就分开了。后来听媒人说对方觉得自己其他方面都挺好的，但是唯一一点就是自己的发量让她很难接受，然后就没然后了。其实我觉得跟她各方面都挺聊得来的，谁知道被人家给“一票否决”了呢。(M2)

可以看出，90 后青年脱发患者受到的污名化对待不像肥胖症、艾滋病、结核病等疾病那么明显，而是显得更为隐蔽和难以捉摸：他们不仅被视为不符合主流审美标准的“异类”，同时在人际交往中也会被他人视为需要加以特殊照顾的群体。潜藏在这些表征的背后，是整个社会对脱发现象的系统污名化。这一现象的出现，既与行动者个体的身体感受有关，同时也必须联系现实的社会境况才能加以解释。它从违背主流审美标准开始，但值得注意的是，我们不仅要看到社会交往对 90 后青年所施加的影响，同时 90 后青年自身的观点也同样决定了脱发现象作为一种污名化特征会影响到他们日常的行动策略。在 90 后青年开展社会交往之时，他人对自身外貌的反馈不仅会影响个体对自身身体形象的认知，同时也有可能会导致原先并不严重的脱发现象被放大，致使 90 后青年内心产生额外的焦虑。

第四章 重塑自我：90 后青年应对脱发问题的行动策略

塑造出令自己满意的身体形象是 90 后青年自我建构过程中的重要一环，其中涉及到诸多日常生活实践：服装搭配、健身塑形、化妆美发等，一言以蔽之，90 后青年需要付出一系列的努力，以此来满足社会主流的审美规范。在医学表述与“尚美文化”的双重作用下，由脱发现象所引致的一系列问题是 90 后青年所无法回避的。因此，90 后青年针对脱发现象所采取的应对策略（Bury, 2006），以及之后重新建构自我认同的过程便成为本研究最后想要探讨的议题。

4.1 身体技术：由“传统”到“反思”

“身体技术”意指人们逐渐懂得了以一种传统的方式去使用它们自己的身体，它超越了具体的行为与实践，更强调将这些技术进行汇总并形成抽象的概念总和。莫斯（2008：98-100）从性别、年龄、效率以及继承方式四个维度对身体技术进行了区分，并列举出睡眠技术、休息技术、运动技术、照料身体的技术等具体身体技术表征，而本研究关注的“洗发”、“护发”等行为则属于“照料身体的技术”。尽管日常的洗发行为看起来并不引人瞩目，但在意识到自己的脱发现象后，却给 90 后青年对头发的看法与护理方式带来变化。

4.1.1 反身性头发护理技术

当行动者开始对身体展开反思性的考量，并积极学习更加多样的身体技术去护理头发之时，无疑标志着他们开始采取一种与以往截然不同的身体观来辅佐身体的管理。在莫斯有关“身体技术”的论述基础之上，Crosssley（2005）根据现代社会中不断涌现出的与身体技术有关的新特质，提出了“反身性身体技术”（Reflexive Body Techniques）概念。他指出这一概念能够对“身体改造”（Body Modification）和“身体保养”（Body Maintenance）进行有效分析，并提炼出有关“主我”与“客我”之间反思性分离的内涵。无独有偶，林晓珊（2013）通过对驾校中学员获取驾驶技术的过程开展田野调查，指出行动者在学习驾驶技术的同时也是在反身性地运用自己的身体，以期最终实现“人-车混合体”的目的。可见，将“反身性”概念（肖瑛，2004）与“身体技术”相联系，不仅能直观地展示出个体日常行动背后所蕴藏着的理性内涵，同时也能够有助于挖掘因现代科学技术的出现而对自然化身体技术所造成的改变与影响。

洗头发作为一项有效的“身体保养”技术，在保持头发干净卫生的同时，也涉及到行动者个体缓慢意识到头发中所蕴含的物质性特征。由于在日常行动中，身体通常被视作用来达成现实目的的工具，我们一方面需要依靠它来开展所有生活实践，但另一方面人们在具体行动过程中却很少会注意到身体的存在，因而导致身体的物质性方面长期处于“隐身”状态，不为人们所察觉与重视。但脱发现象的出现，在一定程度上使得 90 后青年的身体观念发生转变，他们不得不重新正视身体的物质性存在，并且需要学习更多经过反身性思考后的身体技术来缓解脱发现象。

变化还是有的吧，以前洗头发都是随心所欲的，什么时候觉得油了就什么时候洗。现在慢慢觉得不能再这样下去了，所以也开始有意识地去培养定期洗头发的习惯，而且也会避免洗头发的时候很用力的去抓挠。这些都是自己平时逛微博、刷 B 站学到的，有些时候会看到某某医院的专家介绍的一些防脱发小窍门，自己想着试试看总没坏处。（M5）

可见，一种新型身体护理技术的出现，意味着由身体执行的一系列崭新的行动，它涉及到知识和理解的形式，并被完全包含在身体行动之中。尽管不同的身体技术的复杂性与重要性看起来略有差异，但不可否认的是它们对身体来说具备相同的意义，即以特定的方式维持和改变身体外貌和形态。随着脱发现象的出现与程度加重，90 后青年开始以一种积极应对的心态去学习有关脱发现象出现的原因，并且期望依靠自身的努力改善脱发现象。在学习相关技术的同时，90 后青年开始慢慢将身体当作一个整体去看待，同时也意识到外在的社会环境同样会对到自己的身体产生影响。

自己以前洗头发就是每隔两天洗一次，洗发水的话也是感觉哪个好就买那个，觉得味道好闻就行。自从发觉头发掉的厉害以后，自己就开始对洗头发的时间、水的温度、洗头发的手法开始留意起来。因为平时自己也会逛微博、B 站什么的，偶尔会看到有一些皮肤科的专家推荐的洗头发的程序，说是能让头发掉的少一点，后来自己就照着他讲的做。虽然没有感觉跟以前没什么太大的变化，但也算是求个安心吧。（F10）

简而言之，反身性头发护理技术的接受与使用并不是 90 后青年个体独自的发明，而是受到个人认知、社会互动以及规则性话语合力推动而成的。在这其中，

“专家话语”开始替代“传统护发手法”指导 90 后青年开展日常洗发行动，指涉出晚期现代性社会中个人借助专家这一“抽象系统”来应对生活中所可能出现的各种风险（吉登斯，1998：163），进而重塑和维持个人的本体性安全感。一方面，反身性头发护理技术作为有效手段能够帮助 90 后青年缓解脱发现象；另一方面，它也在潜移默化中改变 90 后青年有关自我认同的看法，并塑造出与以往截然不同的身体观：更侧重身体的物质性，而不仅仅是达成现实目标的手段。

4.1.2 90 后青年对身体活动的主动控制

在身体逐渐被纳入到社会学学科研究视阈中时，有关身体的掌控与规训便成为这一研究视角的重要组成部分，其中最具代表性的成果莫过于福柯与埃利亚斯所作出的论述。福柯（1999：155）注重的是身体中所承载的规训权力，即从微观视角出发探讨权力在人体中的运转与发挥作用的模式。而埃利亚斯（2009：231-236）则透过中世纪时宫廷社会生活中人们的种种行为，探讨得出“文明”概念是从人们有意识地控制自己内心的欲望、理性化自身的举动中得以产生的，而外在的社会强制经过不断的内化过程，最终形成一种更为隐蔽的自我控制，并塑造出与以往截然不同的监管身体的行动模式。

在被问及“是什么原因导致了脱发现象的出现”时，大部分受访者都认为这并不仅是头发的问题，而是选择将身体作为一个整体去阐述相关原因，其中学业任务繁重、工作压力过大，生活作息不规律，饮食结构失调等是比较常见的回答。一些受访者着重强调了在特定时间阶段，自己的脱发现象会变得较为严重，例如熬夜赶课程论文、在规定日期之前上交工作方案，或者是遭遇到重大生活挫折等。可见脱发现象不仅仅是简单的生理疾病，更与 90 后青年所处的社会位置相关联，因此可以将其视作类似“指示器”的存在，它的存在暴露出社会环境与个体行动者之间的互动进行得并不顺利，个体行动者与社会结构之间的固有张力与矛盾也得到显现。

脱发肯定不止是头发的问题呀，我觉得更多的还是跟现在年轻人的社会压力有关系，熬夜加班、暴饮暴食，不仅仅是会脱发，而且对身体也会造成很多不良影响。（M14）

像我的话，平时脱发的情况还好，一旦到了期末考试的时候就疯狂掉头发，可能是因为那段时间自己每天都会熬夜复习，而且又很担心自己会挂科，可能是压力太大导致的吧。（F10）

对引致脱发现象出现的原因的理解指引着 90 后青年群体有关身体护理策略的选择，为了保持身体外貌的美观，他们不能容忍脱发现象的持续恶化，因而目光自然就投向如何通过主动监视身体状况来改善脱发现象。具体来看，包括控制日常的不经意行为，压抑自身过剩的欲望，并形成一整套经过反思性建构的生活方式，以此帮助抑制脱发现象的进一步恶化。尽管这些方法不一定能产生出明显的效果，但受访者仍然相信这样做是有用的，并且表示出对那些不采取措施去制止脱发现象进一步恶化的青年人的不解。在“如果你看起来好，感觉就会好”的消费文化哲学中，身体是个人快乐的来源，而对身体的无视通常也意味着对自我的不尊重。

在意识到自己有点脱发之后，就会想着是不是自己最近睡得太晚了，还是运动量少了，又或者是饮食太油腻了，后面的话就会有意识地早点上床睡觉，而且也很少会去吃烧烤、麻辣烫这些东西，觉得可能注意自己的作息饮食，脱发现象也会减轻一点。（M3）

良好的生活方式肯定是会有改善的吧，以前自己的生活有点顺便，都是想吃就吃、想睡就睡，没有什么计划，现在的话会改变一些，因为想着会加剧脱发嘛，所以会对身体多加保养。其实我挺不理解那些一边熬着夜一边喊着脱发的人，觉得他们可能并没有把脱发当回事，可能只是看网上讨论的比较多，所以自己也跟风说一下。（F8）

至此，经由个体的理性规划所建构的新型生活方式得以出现，它在改变 90 后青年身体观的同时，也提供了相应的身体技术去应对日益加重的脱发现象。当 90 后青年开始有意识地去施展身体行动，并且做到理性规划日常活动时，此时的身体便从原先的“工具”转变为需要加以精心呵护的“客体”：无论是饮食、锻炼、作息还是休闲方式，这些原本只是单纯的日常行动也开始被附上理性手段的目的。为了防止脱发现象的进一步加剧，为了拥有更加美观的外貌形象而付出努力。这些努力的背后，潜藏着的是 90 后青年有关脱发现象和身体外貌的普遍

焦虑，它既涉及到社会文化对“美丽外貌”的话语建构，同时反过来它又是 90 后青年对其积极回应的结果。

4.2 90 后青年防脱发产品消费的原因叙事

在保持良好身体形象已经成为个体责任的当下，各种防脱发产品（防脱发洗发水、生发仪等）的出现也逐渐成为 90 后青年应对脱发现象的“得力助手”。然而要想探究青年群体有关防脱发产品的需求是如何出现，并且成为一种行动指南指引消费行为的开展，我们必须回到 90 后青年的日常生活之中，进而展示出 90 后青年对防脱发产品的消费需求是如何被激发出来的。根据受访者的回答来看，本文认为，90 后青年有关防脱发产品需求除了被自身想要抑制脱发现象的欲望激发出来，同时也受到外在资本商业环境、同辈群体推荐的影响。

4.2.1 商业广告对消费欲望的制造

消费社会与传统工业社会相比，其中最为显著的区别就是可以通过消费的手段实现大部分的现实愿望，而这又离不开广告、娱乐产业等因素的推波助澜。作为消费社会发展与前进的助推器，商业广告在制造青年群体的消费欲望和生活需求方面发挥着重要作用。如果说传统社会中商家大多只能依靠电视、收音机等媒介才能利用广告创作出商品宣传的效果，而如今随着互联网技术的快速发展、智能手机硬件设备更新迭代的速度越来越快，作为消费者的青年群体已然身处在一个由图片、视频广告所包围的商品世界之中。无论是上下班途中、外出游玩的旅程中，抑或是呆在家里用手机打发时间，人们总能发现发现自己会受到商业广告宣传的影响（Featherstone, 1982），并且导致他们的消费观念也出现一些变化。

对我影响最大的应该还是那些广告、电视上的明星吧，特别是在上下班的路，每次看到那些挂在墙上的巨幅广告心里都会觉得很别扭，因为自己确实最近脱发很厉害，所以看到那些护发、植发广告的时候就会觉得自己应该要去做一些改变，或许这些产品真的能抑制脱发现象的进一步恶化也说不定呢。（F15）

现在的大数据不知道有多么神奇，每次我只要打开淘宝、B 站软件，都疯狂给我推送防脱发产品，还有就是护发、植发的经验，想不看都不行。本来自己对脱发现象其实不算太在乎，但看广告看多了也就尝试着买了一些防脱发产品，现在还在用，也不知道会不会有那么神奇的功效。（M11）

可见，消费社会的生产与再生产是经由众多因素的合力才得以实现的，其中商业广告无疑是非常重要的一环（鲍德里亚，2000）。在众多护发、防脱发产品广告的“狂轰滥炸”之下，90后青年对自身头发的质量与密度的关注度也在不断提高，保养和爱护自己的头发变得不再是一件极为私人的事情，反而变成一种需要主动承担的责任。消费社会中每个人都有义务去呈现出良好的身体形象，这既是符合社会规范的生活方式，同时也是现代社会对个人合理行为的一种期待（柯倩婷，2015）。据笔者观察，目前市面上盛行的洗发产品大多以“防脱”、“生发”作为一个重要卖点，一些产品甚至直接将“防脱”字样放大并印在外包装上，以期给消费者留下深刻印象。

也不知道为什么现在的护发产品这么注重防脱功效，以前都没有发现。最近去逛超市，很多洗发水什么都会说自己用了什么中药材、生姜之类的，可以起到防脱固发的作用，而且好像生怕别人不知道似的，非得把这些功能标示出来，想看不到都不行。（F4）

在多数防脱发产品的广告中，商家聘请的代言人无一例外都拥有一头乌黑亮丽的秀发，并且普遍采用使用产品前后对比的方式来突出产品的功效：在使用了该产品之后，头发由白到黑、由多到少、由干涩到油亮等。这给受众带来如下影响：首先是极具对比性的视频，给消费者传递了强烈的自信心。它们让90后青年相信脱发现象是可以被逆转的，并且是应该需要去处理的问题。这就意味着，在商业广告的视阈中身体形象不是自然生成的，而是人们通过一系列手段建构而成的，并且强调“自然的不一定是美的”，只有在消费者使用某一产品或服务之后，身体的美才会被展现出来并被他人所接受（陶东风，2001）。其次，代言明星的完美外貌会给消费者造成极大的心理压力，使得青年群体感到自卑与担忧，进而导致对自己身体产生极大的不满意，这种不满意大多是经过与他人的对比之后才得以出现的，而“消费后才会变得更好”则是商家给90后青年灌输的人生信念。

至此，90后青年对自身身体形象的反思性监控得到空前地加强。他们由于一方面正处于人生的上升阶段，亟需借助外在的物质资源形成稳定的、积极的自我认同（胡溢轩，2015），但同时这种反思性监控也会使得青年群体变得更加脆弱、焦躁不安，脱发现象的出现无疑使得90后青年必须持续面对自身身体外貌

上的不完美，以至于引发许多不良情绪。在这里，90 后青年中存在的“身体悖论”逐渐浮现在我们的眼前，即他们一方面纵情享受，希望通过消费获得愉悦感受和寻找生命意义；但另一方面，他们又必须严格控制自己的行为，并保持社会满意的良好身体形象，进而建构起符合自身需要的自我身份认同。这一身体悖论的出现，并不意味着矛盾和冲突，反而逐渐生成一种全新的消费文化：90 后青年群体会有理性地去消费而不是陷入完全无意识的狂欢，借助节制性地挑选适合消费的领域与场所，并把自身的身体也变成适合消费样态。

4.2.2 作为“亚文化资本”的防脱发产品消费

在有关“文化资本”的研究中，布尔迪厄（2015）是无法绕开的关键人物，他创新性地将人们所拥有的资本总量、不同类型资本的比例关系以及时间维度相融合，对现代社会中的阶级区分、不平等的生产与再生产，以及文化资本隐蔽的运作方式作出了详尽的分析。尽管如此，布尔迪厄有关“文化资本”的看法仍具有时代局限性，因此桑顿（2013：357-366）适时地提出了“亚文化资本”概念，主张弥补布尔迪厄相关研究中的不足。她认为“亚文化资本”与“文化资本”之间的一个重要区别就在于前者相当重视媒介在亚文化资本运作中所发挥的作用。与文化资本运行逻辑不同的是，在亚文化资本运转体系中媒介不仅仅是不同人群之间区隔的标志物，而且也作为定义和传播文化知识的途径在发挥着重要作用。相比较社会对职场或学校等正式场所排序分类的重视不同，青年群体更倾向于通过消费、娱乐或者风格塑造等手段来凸显出不同于主流范畴的亚文化实践（马中红，2016），这些亚文化实践既在青年群体内部构成资本积累的圈层分化，同时也是形塑出 90 后青年社会身份认同的有力举措。

随着新媒体时代的到来，90 后青年的社会交际范围不断扩大，交往重心也逐渐从线下往线上迁移，互联网上有关脱发现象与防脱发产品的讨论自然也会对他们产生足量的影响。以微博、知乎、B 站等为代表的新媒体平台的崛起，代表着一种与传统媒介截然不同的传播机制：相较于传统媒体强调精英主义、注重一对多或点对点不同，新媒体时代则更侧重于“平民主义”，凸显出全民传播效应（韦路、丁方舟，2013）。当与脱发现象有关的话题频频出现在微博、B 站等新媒体网站，自然会吸引众多 90 后青年参与到“拯救发际线”、“你的头发还好吗？”等话题的讨论中，在与受访者的交流过程中，笔者发现这些讨论不仅涉及到个人

脱发感受的经历分享,同时围绕着防脱发产品的消费也显现出明显的圈层分化关系(杨小柳、周源颖,2018)。

我平时就很喜欢拍视频分享自己的生活,然后最近因为脱发比较严重嘛,所以就买了很多网上热门的防脱发产品来用,最后再根据自己的实际使用体验做成视频上传到 B 站上,不知不觉中就多了几千粉丝,而在之前自己只有一两百左右。很多粉丝在评论区里说自己没有那么多钱买很多产品去试,所以想看过我的视频之后再决定,而且他们也会期待我尽快更新视频,这样子就不用自己去踩雷了。(F10)

谁不希望对自己好一点呢,可是目前市面上的防脱洗发水比一般的要普遍贵出不少,自己平时也舍不得买很贵的洗发水,只有偶尔碰到搞活动才会买那些大牌的,自己也不懂哪些防脱发产品有效,只能平时看看微博、小红书上别人的使用体验后再决定是否购买。(F15)

通过购买多种防脱发产品并在视频网站上分享自己的使用体验,部分 90 后青年在防脱发产品使用领域获得了一定的话语权,并受到那些同样在意脱发现象的 90 后青年的追捧。为了保持自身所处的优势地位,他们会不断购买各种新上市的防脱发产品,以期通过在新媒体中持续输出使用体验而获得关注。至此,围绕着防脱发产品而建构出的独特消费场域得以形成,与吃穿住行等必需品消费不同,防脱发产品消费目前大多在 90 后青年群体中盛行,因而“亚文化资本”概念更能够捕捉到 90 后青年在防脱发产品消费中的圈层分化逻辑。它的具体表征是以微博、B 站以及小红书等网络媒介作为“主要阵地”,而那些对防脱发产品的种类、功效了如指掌的 90 后青年则占据着“支配地位”。尽管 90 后青年是否患有脱发现象是不确定的事件,但在采取策略应对脱发现象之时却因亚文化资本存量的高低而显现出确定性差异。

此外,借助“亚文化资本”概念,本研究还发现防脱发产品消费不仅在 90 后青年群体内部之间建构出地位高低的区隔,同时也帮助部分 90 后青年形成区别于中年群体的社会身份认同。

其实自己对脱发现象好像也不是特别在意,但是总觉得年纪轻轻就秃了总归是不太好的。而且要是真的放任不管又好像说不过去,年轻人就应该好好打理自己嘛,脱发毕竟还是可以控制的,总不能像那些中年大叔那样顺其自然吧,反正

我是做不到那样。年轻的时候就应该要“买买买”，还可以用一些药物把头发拯救回来，要是到了中年可能就真的没有机会了。（M11）

部分 90 后青年之所以花费大量金钱去购买防脱发产品，其背后隐藏的驱动力在于彰显自身的年轻身份，他们认为“年轻”就意味着要对自己的外貌负责，并且会通过不懈努力将自己与中年脱发人群区分开来。一些受访者表示，如果不去为缓解脱发现象而作出努力，那么自己可能会沦落到中年人群无法缓解自身脱发现象的地步，这自然是他们所无法容忍的事情。因此对防脱发产品的非必要消费，从侧面展现出 90 后青年消费行为背后所潜藏的抵抗心态。一方面在消费领域他们可以借助购买类似防脱发产品这种非生活必需品来彰显自身的年龄特征，以此来缓解由于脱发现象而遭致的“过早衰老”的污名化问题；另一方面，它也会造成 90 后青年群体内部的区隔与分化：对防脱发产品的消费成为一种区分手段，对防脱发产品种类、功效的熟悉成为“亚文化资本”存量的表现形式，对 90 后青年提高自我认同与社会可接受度形成推动力。

4.3 植发手术是一个好的选择吗？

自工业革命后，人类不仅提高了改造外界环境的能力，同时也开始将这些技术运用于自身，美容、整形、丰胸等利用医学技术改变自然身体的例子层出不穷，这也就致使生物态身体的定式逐渐被推翻，人们越来越憧憬通过一系列手段突破由生理因素设置的屏障，以此实现身体机能的完全掌控（Featherstone, 1999）。作为一项“身体改造”（Body Modification）技术，植发手术大体上属于以往我们所认知的美容手段，但它的风靡程度仍不如其他整容手术。因此，本节主要探讨的问题围绕植发手术如何成为 90 后青年的选择，以及植发手术后个人自我形象与认同建构的过程。

4.3.1 植发手术的定位与可接受性

植发手术发展至今已有百年历史，随着科学技术的不断发展，植发手术的效果与以前相比已经有了长足进步。现在主流的植发技术主要有 FUE（无痕植发技术）和 FUT（有痕植发技术）两种，从技术原理来看两者相差不大，主要区别在于后者需要在后枕部提取一块梭形皮瓣，而 FUE 技术则不需要开刀。尽管目前社会上对整容的看法褒贬不一，支持者认为这是个人能动性的表现，认为个人能

够通过实际行动改变自身的不利处境，帮助个体达成向上的人生目标；但也有人表达出相反的观点，认为植发手术与整容手术类似，其背后是资本主义商家在推波助澜，它们会利用大众媒介、明星广告、互联网传播等手段对普通人难以拥有的完美外貌形象进行营销，以此加深人们对自身外貌的焦虑，进而推销整容产品或手术，实现商业盈利目的。但具体到整容手术当中，社会对不同类型整容手术的接受度也略有差异，而探讨植发手术在其中的定位，以及它又是如何反过来给 90 后青年选择植发手术提供合理性，便成为一个值得探讨的议题。

植发手术跟其它整容手术相比还是有很大差异的吧，它又不会说要在你脸上动刀子，只是把后面的头发移植到前面来，而且风险也小很多。你只听说过有人因为整容去世了，但植发手术目前还是不会有生命危险的，所以我会去植发，但是不会去整容。（M3）

植发手术便宜啊，不像整容那么贵，而且花的时间也很多，当天植好以后我就回家了，之后只要每隔几天来医院洗下头就好了，感觉比割双眼皮、削骨什么的要简单的多，而且也不耽误自己的时间。（F7）

通过将植发手术与其他整容手术进行对比，90 后青年对不同类型的整容手术形成了不同的看法。透过他们的回答，“危险程度”、“复杂程度”以及“昂贵程度”是衡量某种整容手术能否被接受的主要标准。相较于其它整容手术动辄削骨填肉来说，植发手术因其价格低、时间短以及手术过程简单等特征而为 90 后青年所推崇，反过来这也降低了他们对植发手术的抵触情绪。吊诡的是，在与受访者交流的过程中，笔者发现他们给出的有关采取植发措施的原因却大同小异，其中被普遍提及的是自身对外貌的满意程度不够，同时外界他人的评价也是重要的影响因素。即便如此，90 后青年在选择进行植发手术的过程中也并非没有遇到困难，家人的不理解、身边朋友的劝阻都可能会动摇他们继续植发的决心。

本来我家里人都答应我说暑假的时候可以去植发，结果后来不知道什么的又不让了，说什么好端端地要花钱遭那个罪干嘛，现在的头发看起来也挺好的。他们不知道我从高中开始就因为自己脱发导致发际线高而感到自卑，平时都不敢把前面的头发撩起来，遇到风了就要用手压着头发，生怕刘海被风吹起来。本来以为终于可以摆脱脱发的困扰了，没想到家里人又不愿意了，现在也不知道该怎么办。（F10）

本来自己前段时间也想着去植发，因为马上要相亲了，想着把头发弄的好看一点，但是在跟身边的朋友说起这个事情后，他们就觉得没有必要，说我现在这样挺好的，还没到要去植发的地步。后来自己工作忙起来也就忘记这件事情了，不过相亲的时候对方并没有注意到我的头发有什么异样，所以我也就打消了植发的念头。（M6）

尽管身处个体化社会之中，人们越来越强调自我对身体主动权的掌控，但这也不能遮盖身体由于发挥着社会交往的作用，因而会具备的社会形态。也就是说，部分 90 后青年之所以选择植发是为了让自己更能够被社会他人所接受，或者说更符合当下通行的“美的标准”。而一旦自己所做出的努力被社会中的重要他人所质疑，那么一意孤行地坚持去植发的话，最终结果就可能会是南辕北辙，与最初的行动目标背道而驰。由此可见，植发手术在 90 后青年之中的可接受性不仅会受到他们本人的意愿影响，同时身边人的反馈同样是 90 后青年在作出消费选择时不可忽视的一环。所以，他们既可能会因为他人的意见而去改变自己的身体，同时反过来也会压抑自身想要改变的欲望，达成与自我外在形象的和解。

4.3.2 90 后青年植发手术后的自我建构

尽管与移植他人器官有可能引致的生理排异不同（李怀瑞、葛道顺，2018），当下的植发手术主要是将自身的后枕部毛囊移植到头上的其他部位，因而在这一过程中不牵涉到“他人”，也就不会出现生理排斥的情况，但对植发后自身的身体形象建构仍旧是摆在 90 后青年面前的全新挑战。在采取植发手术后，90 后青年所面临的首要问题就是如何接受自我的新形象，这是因为植发手术不仅改变了外在身体形象，同时也改变了 90 后青年有关自我认同的看法。在这一过程中，部分 90 后青年会对以往固有的自我认同产生错乱与迷失，开始对植发后的自我形象产生怀疑，并导致自我认同出现不连续的情况。尽管植发后的 90 后青年表示自己的自信心会得到增强，但是另一方面在和周围他人进行交往的时候也会收到一些负面反馈，因而对自身心理造成额外的负担与压力。

刚植完发的那段时间其实是很不适应的，因为你照镜子的时候会发现自己变得跟以前不太一样了，虽然变好看了一点，也变得更自信了，但总觉得有些不真实，像是在看别人一样，有点不习惯。（M3）

你不知道怎么跟周围人解释植发这件事情，因为刚植完发的时候还是很明显的，像我身边的人知道我植发以后对我的态度都有点不对劲，说我爱慕虚荣，为了变好看不择手段什么的，所以我很怕别人会问我的头发怎么了，我一般都是开个玩笑就过去了，并不会继续聊下去。（F15）

尽管植发手术不会牵涉到“他人”，但由于身体在具备个体性的一面之时同时也存在社会性的一面，这也就使得 90 后青年在植发之后既要去面对自我的新形象，同时也要找到合适的途径重新融入到原先的社会群体之中。为了应对可能会出现种种问题，植发后的印象管理便成为 90 后青年行之有效的实践策略（鲍雨、黄盈盈，2014）。在访谈过程中，部分受访者表示自己在植发不久后会尽量避免向他人谈及此事，直到新植的头发变得自然后才会跟比较亲密的人分享植发经历。同时他们也会刻意保持原来的发型，尽量不被周围他人察觉到自己有过植发的经历，从而或多或少地降低自己遭遇他人询问与打量的概率。

我的话就是尽量避免刚开始的时候把植过发的地方露出来，平时也会戴个帽子，自己的话也不会去刻意打理，就让它安安静静地长出来就行。这样子做的话，自己看的要顺心一点，别人也不会发现什么异样。在恢复好之前，我一般不会跟别人说我植过发，不然他们会觉得我很怪异，会为了脱发而去植发，总感觉有点小题大做。（F7）

作为“个人前台”的组成部分之一，合适的“外表”在自我构建中会发挥出重要的促进作用，而这需要个人的精心控制与安排规划，包括服饰、表情以及言行举止等（戈夫曼，1989：23）。为了建构植发后自身的新形象，以及维持原有的自我认同，90 后青年针对现实处境制定出了有效的应对策略。通过对崭新形象的积极管理，他们开始慢慢适应植发后的新形象，一方面逐渐立足于植发后的自我形象建构出与以往略有差别的自我认同，在“表演性自我展示”的帮助下重新认识自我；另一方面，经过精心管理后的形象展示也能帮助 90 后青年逐渐获得周围他人的认可，体现出个体在遭遇结构性困境之时所展现出来的能动性与反思性，这也意味着社会融合并不是一蹴而就的、稳定的社会联结，而是需要行动者主体不断与周边的重要他人开展持续性地、反思性地社会互动才能得以维持。那些通过植发改变了自身外貌的 90 后青年需要依靠适合的策略完成这一过程，进而保持和谐稳定的自我认同与社会关系。

第五章 结语与讨论

随着中国逐步迈入消费社会，90 后青年对外貌展示也变得越来越重视起来，在这一背景之下，任何有损于外貌形象的生理特征都显得不再那么容易被 90 后青年所接受。近些年互联网上频频出现的有关“90 后群体脱发话题”的讨论吸引了笔者的注意，对这些讨论的好奇构成了本篇论文研究问题的缘起。此后，笔者开始着手展开研究与调查，从头发意涵、脱发现象问题化过程与社会隐喻，以及应对脱发问题的行动策略三部分出发，本文认为身体外貌的塑造已然成为现代社会中 90 后青年个人行动与社会结构之间互动的结合点，它部分体现出 90 后青年的个体能动性，但我们依然不能忽视社会结构给个体观念与行动所带来的限制与引导。

本文发现，与以往人类学（涂尔干，1999），历史学（孔飞力，2012）以及女性主义（Hope，2004）所持的观点不同，本文发现在现代消费社会之中，头发已具有截然不同的社会意涵：90 后青年更习惯于将其视作一种可加利用的身体物质资源，用来展示自我形象与形成良好外貌的有效工具，这部分与亚文化研究中的观点不谋而合（赫伯迪格，2009；克拉克，2015）。而之所以会出现这样一种状况，一方面是由于头发的可塑性与 90 后青年彰显自我的需求不谋而合，加之改变头发的便利性也与青年群体所处的社会经济地位相适应；另一方面是因为附着在头发上的宗教、政治与性别的意涵在逐渐减退，资本主义商家有关“美丽形象”的宣传帮助塑造了 90 后群体对头发的看法，从而接管了改造头发意涵的角色。因此，头发在消费社会中所发挥的重要作用使它获得了 90 后青年的关注，这也为脱发现象的出现引起 90 后青年的担忧埋下伏笔。

在这一背景下，脱发现象作为一种皮肤疾病，不仅具有医学上的生理意义（胡小平等，2009），在经由个体感知、社会互动与消费主义三者的融合建构之后，也逐渐成为 90 后青年亟待解决的社会性问题，同时也派生出诸多生理意义之外的社会隐喻。与医学上的判定标准不同（吴承艳等，2015），90 后青年对脱发现象的感知大多采用心理标准，这种感知通常以消费社会中的“健康主义”作为标准，认为脱发现象的出现代表着身体健康出现损害，因而不能简单地用医学话语加以概括。此外，与一般的生理性疾病不同，脱发现象蕴涵着丰富的社会隐喻（桑塔格，2003）：与理想身体形象的背离，对失去“求新逐异”的消费权利的担忧，

以及对脱发现象的污名化都让 90 后青年因为脱发现象感到自身陷入到困境之中。不仅如此，在内化社会尚美规则后，90 后青年对他者目光的凝视会生发出一种羞耻感，而这只有联系个人与社会之间的张力关系才能被外人所了解。正是由于医学话语与社会话语之间的偏差，最终导致脱发现象的社会隐喻不断扩大，加之个体化社会中个体照看自身身体责任的增强，因而生活方式的改变与采取合适手段去应对脱发现象便成为应有之义。

值得注意的是，消费主义话语的不断蔓延与医疗技术手段的飞快发展，两者的相互缠绕重叠，既为 90 后青年选择多样的手段去应对脱发现象提供了合理性话语，同时也夯实了实现这一目标的现实基础。对应身体社会学中有关结构限制性与主观能动性关系的讨论脉络（希林，2011），本文认为 90 后青年为应对脱发现象所采取的一系列措施，不仅是个体主观能动性的体现，同时也凸显出社会结构与个体行动之间的张力关系。纵观 90 后青年的应对策略选择，其中外部环境影响因素包括个体化的责任伦理、商业广告中的消费主义宣传以及青年群体内部的等级划分。除了外部影响因素之外，90 后青年自身的身体观与护理技术同样发生了一系列变化，他们开始反思性的去看待自己的身体，并积极学习与护理头发有关的技术，并且借助植发手术来改善因脱发对外貌带来的不良影响，进而迎合反思性自我建构的需要。因此，本文认为借由探讨 90 后青年应对脱发现象所采取的举措，揭示出当代社会 90 后青年群体自我建构与社会结构之间的互动过程与内在张力，这些措施是 90 后青年群体树立满意的自我认同的有效手段。

鉴于本研究将着眼点主要放在 90 后青年有关脱发现象的看法与应对策略上，因而在某种程度上忽视了中老年群体所可能存在的不同之处；同时也因没有对头发意涵的具体嬗变做出历史性的分析，使得本研究在解释头发所具备的重要性时缺少足够的证据支撑，这部分导致后文有关脱发现象严重性的阐述有所断裂。除此之外，脱发作为一种生理现象，与其它类似的医学症状进行对比研究，能够为我们了解脱发现象与 90 后青年自我建构之间的关系做出额外的贡献。如何进一步回答这些问题，则是笔者未来思考的方向。

参考文献

- 埃利亚斯著,王佩莉、袁志英译.文明的进程:文明的社会起源与心理起源的研究[M].上海:译文出版社,2009.
- 奥尼尔著,张旭春译.身体形态:现代社会的五种身体[M].沈阳:春风文艺出版社,1999.
- 鲍曼著, 欧阳景根译.流动的现代性[M].上海:三联书店,2002.
- 鲍曼著,仇子明、李兰译.工作、消费与新穷人[M].长春:吉林出版社,2010.
- 鲍雨,黄盈盈.经历乳腺癌:疾病与性别情境中的身体认同[J].妇女研究论丛,2014(2).
- 鲍雨,章敏敏.身体的双重实践:从前工业社会到消费社会[J].理论界,2014(5).
- 贝尔著,严蓓雯译.资本主义文化矛盾[M].南京:江苏人民出版社,2007.
- 鲍德里亚著,刘成富、全志钢译.消费社会[M].南京:南京大学出版社,2000.
- 伯基特著,李康译.社会性自我:自我与社会面面观[M].北京:北京大学出版社,2012.
- 布尔迪厄著,刘晖译.区分:判断力的社会批判(上册)[M].北京:商务印书馆,2015.
- 蔡晓雨. 90 后脱发焦虑的建构[D].南京大学,2019.
- 陈声利,孙建方.米诺地尔治疗脱发的药理与临床研究[J].国外医学.皮肤性病学分册,2004(5).
- 德波著,王昭风译.景观社会[M].南京:南京大学出版社,2006.
- 迪克·赫伯迪格著,陆道夫、胡疆锋译.亚文化:风格的意义[M].北京:北京大学出版社,2009.
- 董雨蒙.女性减肥行为的社会学分析[J].赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版),2016(4).
- 费瑟斯通著,刘精明译.消费文化与后现代主义[M].南京:译林出版社,2000.
- 福柯著,刘北成、杨远婴译.规训与惩罚:监狱的诞生[M].北京:生活·读书·新知三联书店,1999.
- 高昕.权力规训视域下的健身实践——以健身房为例[J].中国青年研究.2019(12).

- 高修娟.大学生身体外观管理的社会学分析[J].青年研究,2019(06).
- 戈夫曼著,黄爱华、冯钢译.日常生活中的自我呈现[M].浙江:人民出版社,1989
- 戈夫曼著,宋立宏译.污名——受损身份管理札记[M].北京:商务印书馆,2009
- 格尔茨著,韩莉译.文化的解释[M].南京:译林出版社,2014
- 郭金华.污名研究:概念、理论和模型的演进[J].学海,2015(2).
- 侯麦花,朱文元.雄激素性脱发的分类进展[J].临床皮肤科杂志,2004(10):644-646.
- 胡小平,王万卷,钟绮丽,于波,马刚.320 例男性型脱发量表分析及非那雄胺治疗的临床研究[J].西安交通大学学报(医学版),2009,30(05):620-623.
- 胡溢轩.身体技术与自我认同:当代大学生时尚行为的社会心理分析[J].中国青年研究,2015(7).
- 黄金麟.历史、身体、国家:近代中国的身体形成(1895-1937) [M].北京:新星出版社,2006.
- 黄盈盈、鲍雨.经历乳腺癌:从“疾病”到“残缺”的女性身体[J].社会,2013(2).
- 吉登斯著, 赵旭东、方文译.现代性与自我认同:现代晚期的自我与社会[M].北京:生活·读书·新知 三联书店,1998.
- 吉登斯著,田禾译.现代性的后果[M].南京:译林出版社,2011.
- 看本加.头发宴:青海贵德藏族女孩成人仪式研究[J].西南民族大学学报(人文社科版),2020(5).
- 柯倩婷.整形广告、美貌理念与身体文化[J].妇女研究论丛,2015(1).
- 孔飞力著,陈兼、刘昶译.叫魂:1768 年中国妖术大恐慌[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2012.
- 拉什著, 陈红雯、吕明译.自恋主义文化[M].上海:译文出版社,2013
- 李春玲.改革开放的孩子们:中国新生代与中国发展新时代 [J] .社会学研究 .2019(3).
- 李怀瑞,葛道顺.移植真的成功了吗?——器官移植受者的后移植困境及其应对策略[J].山东社会科学,2018(7).
- 林晓珊,朱益青.雅致生活:城市女性日常生活中的鲜花消费[J].妇女研究论丛,2019(4).

林晓珊.反思性身体技术:一项汽车与身体的扎根理论研究[J].社会学研究,2013(06).

刘悦笛.日常生活审美化与审美日常生活化——试论“生活美学”何以可能[J].哲学研究,2005(1).

马中红.文化资本:青年话语权获取的路径分析[J].中国青年社会科学,2016(3).

米德著,赵月瑟译.心灵、自我与社会[M].上海:上海译文出版社,2005.

莫斯著,林宗锦译.人类学与社会学五讲[M].桂林:广西师范大学出版社,2008

潘绥铭、姚星亮、黄盈盈.论定性调查的人数问题:是“代表性”还是“代表什么”的问题——“最大差异的信息饱和法”及其方法论意义[J].社会科学研究,2010(4).

彭秀祝.“雕刻身体”:青年健身群体的身体实践与情感体验[J].中国青年研究,2020(03).

桑顿.《亚文化资本的社会逻辑》[A].陶东风、胡疆锋编.《亚文化读本》[C],北京:北京大学出版社,2011.

桑塔格著,程巍译.疾病的隐喻[M].上海:上海译文出版社,2003.

宋庆宇,刘能.中产阶级的身体管理:以跑步运动为例[J].中国青年研究,2018(10).

孙晓娥.深度访谈研究方法的实证论析[J].西安交通大学学报(社会科学版),2012(3).

陶东风.广告的文化解读[J].首都师范大学学报(社会科学版),2001(6).

陶东风.身体意象与文化规训[J].文艺研究,2003(05).

陶东风.消费文化语境中的身体美学[J].马克思主义与现实,2010(02).

特纳著,马海良等译.身体与社会[M].沈阳:春风文艺出版社,2000.

涂尔干著,渠东、汲喆译.宗教生活的基本形式[M].上海:人民出版社,1999.

汪民安,陈永国.身体转向[J].外国文学,2004(1).

汪民安.身体、空间与后现代性[M].南京:江苏人民出版社,2005

王宁.“国家让渡论”:有关中国消费主义成因的新命题[J].中山大学学报(社会科学版).2007(4).

王宁.从苦行者社会到消费者社会:中国城市消费制度、劳动激励与主体结构转型 [M].北京:社会科学文献出版社,2009.

王宁.代表性还是典型性?——一个案的属性与个案研究方法的逻辑基础[J].社会学研究,2002(5).

王宁.消费与认同——对消费社会学的一个分析框架的探索[J].社会学研究,2001(1).

王宁.消费欲的“符号刺激”与消费力的“结构抑制”——中国城市普通居民消费张力的根源与后果[J].广东社会科学,2012(3).

王叶菲.关于毛发象征的人类学研究方法的反思[J].邵阳学院学报,2006(4).

韦路,丁方舟.论新媒体时代的传播研究转型[J].浙江大学学报(人文社会科学版),2013(4).

乌尔里希·贝克、伊丽莎白·贝克-格恩斯海姆著,李荣山、范譞、张惠强译.个体化[M].北京:北京大学出版社,2011.

吴承艳,孙世发,周雯.脱发治疗研究进展[J].中药药理与临床,2015(2).

希林著,李康译.身体与社会理论[M].北京:北京大学出版社,2010.

希林著,李康译.文化、技术与社会中的身体[M].北京:北京大学出版社,2011.

肖瑛.“反身性”多元内涵的哲学发生及其内在张力[J].中国社会科学院研究生院学报,2004(03).

阎云翔著,陆洋等译.中国社会的个体化[M].上海:上海译文出版社,2012

杨小柳,周源颖.“亚文化资本”:新媒体时代青年亚文化的一种解释[J].中国青年研究,2018(9).

余家玫.“放纵”与“保养”:“90后”青年的身体悖论及其社会学意涵[D].华东理工大学,2019.

约翰·克拉克.《光头党与社群的神奇恢复》[A].斯图亚特·霍尔,托尼·杰弗逊编.《通过仪式抵抗:战后英国的青年亚文化》[C],北京:中国青年出版社,2015.

张方旭,文军.整容过程中的身体建构——一项身体社会学的研究[J].安徽师范大学学报(人文社会科学版),2017(4).

张育铭.脱发“养成记”:基于内容分析法的微博“脱发”议题影响因素与话题变迁关系研究[D].云南大学,2019.

赵方杜.身体规训:中国现代性进程中的国家权力与身体[D].南开大学,2010.

赵方杜.身体社会学:理解当代社会的新视阈[J].华东理工大学学报(社会科学版),2012(4).

郑勋.身体空间的“可见性”生产与自我认同危机——基于社交媒体语境的探索[J].长白学刊,2019(05).

周宪.视觉文化与消费社会[J].福建论坛(人文社会科学版),2001(2).

Basow S. The Hairless Ideal: Women and Their Body Hair[J]. Psychology of Women Quarterly, 1991(1).

Bauman Z. From Pilgrim to Tourist – Or a Short History of Identity, in S. Hall and P. du Gay (eds) Questions of Cultural Identity. London: Sage, 1996.

Bury M. The Sociology of Chronic Illness: A Review of Research and Prospects[J]. Sociology of Health & Illness, 2006(4).

Campbell C. Romanticism and the Consumer Ethic: Intimations of a Weber-style Thesis[J]. Sociology of Religion, 1983(4).

Charmaz K. The Body, Identity and Self[J]. Sociological Quarterly, 1995(4).

Cosmetic Surgeries in the City of Ahvaz, Iran. " Biomedical Research 29 (10).

Crawford R. Healthism and the Medicalization of Everyday Life[J]. International Journal of Health Services, 1980(3).

Crossley N. Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and Maintenance[J]. Body & Society, 2005(1).

Díaz F. Body Image as an Everyday Problematic[M]. New Yoke: Routledge, 2018.

Falk P. The Consuming Body[M]. London: Sage Publications Ltd, 1994.

Featherstone M. Body Modification: An Introduction[J]. Body & Society, 1999(2-3).

Featherstone M. Body, Image and Affect in Consumer Culture[J]. Body & Society, 2010(1).

Featherstone M. Perspectives on Consumer Culture[J]. Sociology, 1990(1).

Featherstone M. The Body in Consumer Culture[J]. Theory Culture & Society, 1982(2).

Hallpike C. Social Hair[J]. Man 1969(2).

Hope C. Caucasian Female Body Hair and American Culture[J]. The Journal of American Culture, 2004(1).

Karamallah, Mostafa Haghi et al. Sociological Study of the Factors Affecting Body Management[J]. Biomedical Research 2018(10).

Kligman M, Freeman B. History of baldness: From magic to medicine[J]. Clinics in Dermatology, 1988(4).

Leach E. Magical Hair[J]. The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland, 1958(2).

Maguire JS, Stanway K. Looking good: Consumption and the problems of self-production[J]. European Journal of Cultural Studies, 2008(1).

Nixon, S. Hard Looks: Masculinities, Spectatorship and Contemporary Consumption[M]. London: UCL Press, 1996.

Ricciardelli R. Masculinity, Consumerism, and Appearance: A Look at Men's Hair[J]. Canadian Review of Sociology, 2011(2).

Roberta M. Cultural History of Hair in the Middle Ages[M]. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2020.

Rose W. Women and Their Hair[J]. Gender & Society, 2001(5).

Singer E. Premature social aging: The social-psychological consequences of a chronic illness[J]. Social Science & Medicine, 1974(3).

Susan J. Hair: An Illustrated History[M]. New York: Bloomsbury Publishing Plc, 2018.

Synnott A. Shame and Glory: A Sociology of Hair[J]. British Journal of Sociology, 1987(3).

Synnott A. Truth and goodness, mirrors and masks: I. A sociology of beauty and the face[J]. British Journal of Sociology, 1990(1).

Turner B. The discourse of diet[J]. Theory Culture & Society, 1982(1).

Warde A. Introduction to the Sociology of Consumption[J]. Sociology, 1990(1).

附录

访谈提纲

亲爱的朋友：

您好！非常感谢您百忙之中接受我的访问。本次访谈的内容是本人硕士论文写作的一部分，主要内容是青年群体有关头发与脱发的看法。接下来问的问题全部属于开放式问题，没有标准答案，希望您能够根据自己的真实想法来回答。对于访谈中您的所有回答全都被保密并仅限于本人硕士论文的写作，请您不要有任何的顾虑！最后再次真诚地感谢您的配合，谢谢。

上海大学社会学院

第一部分：受访者情况简介

姓名，年龄，职业。

第二部分：有关头发的态度

1. 您认为头发在现代生活中的重要性如何？
2. 您平时会在意自己头发的长短、弯直以及颜色吗？
3. 您每天会花多久打理头发？
4. 您会注意别人的头发状况吗？
5. 您大概隔多久会修剪一次头发呢？觉得有什么变化吗？
6. 您有过染发、烫发或者其他发型管理的经历吗？
7. 您对你现在的外貌形象满意吗？有想过做出一些改变吗？
8. 您认为发型与个人性格有关系吗？
9. 您觉得什么会影响个人有关头发的打理呢？
10. 您对于男性留长发、女性剪短发怎么看待呢？

第三部分：有关脱发的认知

1. 您现在脱发情况大概是什么程度？从不严重到非常严重（五级）
2. 您是什么时候开始注意到脱发这个问题？当时第一感受和想法是什么？

3. 您觉得是什么原因导致了脱发呢？
4. 在意识到自己脱发以后，您是还像以前一样方法管理头发？还是采取新的补救方法？这段补救过程和心理历程您能展开讲讲么？
5. 在这段经历中是否有产生过放弃补救，顺其自然的想法，具体因为什么
6. 脱发是否经常困扰您？大概一周会有几次因为它而破坏心情？
7. 您一般什么时候会想到自己的脱发问题呢？
8. 您觉得脱发是一件不健康的现象吗？
9. 您认为脱发给您的生活哪些方面带来影响？
10. 您认为发量多少与年龄有关系吗？
11. 您觉得脱发以后有导致你的形象受损嘛？
12. 您觉得这个社会崇尚什么样的美感形象呢？
13. 您觉得脱发是一种需要加以治疗的疾病，还是一种正常的生理现象呢？
14. 您对互联网上与脱发有关话题的热议有什么看法？

第四部分：护发与植发

1. 您平时会使用护发素，或者其他护发产品吗？
2. 对于市面上的护发产品和植发技术，您抱有一种什么样的态度？
3. 您有额外学过洗头发的技巧，或者其他护发的手法吗？
4. 您是出于什么原因去植发的呢？
5. 您觉得植发是医学意义上的手术吗？
6. 在植发的过程中，您的感受如何？
7. 植发之后，您觉得达到了您当初想要实现的效果吗？
8. 您周围的人是如何评价您植发这一行为的呢，您又是如何做出回应的呢？

作者在攻读硕士学位期间所作的项目

1.论文《互联，便利与活动多样化：智能手机对农村老人积极老龄化的影响研究》在“第三届长江中下游新闻传播学研究生会议”上宣读，并荣获论坛一等奖。

2.论文《短视频媒介中青年亚文化特征嬗变的再审视》在“浙江传媒学院第四届研究生学术论坛”上宣读，并荣获论坛一等奖。

致谢

三年研究生时光转瞬即逝，回首望去，有过快乐也有过悲伤，有过欢笑也有过泪水。硕士毕业论文的完成，既意味着自己学校学习的结束，也为即将到来的社会生活打开大门。回想起三年前，自己刚到上海大学社会学院报道时仍是懵懂无知的少年，尽管自己没有继续向上攀登学术的阶梯，但三年的硕士研究生训练使得自己无论在学识还是人生阅历上，都已然收获颇丰。

首先，本篇论文的顺利完成，主要得益于导师张敦福教授的指导，他那严谨治学的态度让我在论文写作中少走了许多弯路。当然，自己也要感谢两位同门，在每次读书会时，自己都能从她们的激烈讨论中得到灵感，进而推进本篇论文的撰写进度。此外，还要感谢那些接受自己访谈的受访者，没有与他们敞开心扉的交谈，也就不会有支撑起这篇论文的实证材料。

其次，我要感谢同住在 S2 楼 416 寝室的所有成员，即便大家都处在撰写论文、寻找工作的关键节点，但他们仍旧对本篇论文的不足之处提出了诸多有益的建议。同时，和谐欢乐的宿舍生活也是支撑自己愉快度过硕士时光的重要因素，在平日里自己遇到困难时，他们总会及时给予帮助。

最后，我要感谢自己的家人，没有他们的无私奉献，我不可能有如此安逸的学习环境，尤其是我的母亲，她那朴素的人生哲学总能让我在失意时找到继续前进的方向。