

分类号 G21/185

UDC

密级

编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

论文题目 规训与挣扎：社交媒体语境中女性身材焦虑的话语转向——以小红书平台为例

研究生姓名：陈茵林

指导教师姓名、职称：张翼 副教授

学科、专业名称：新闻与传播

研究方向：网络与新媒体

提交日期：2024年5月15日

# 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，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经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的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。

学位论文作者签名：陈茵林 签字日期：2024.5.31

导师签名：张翼 签字日期：2024.5.31

导师(校外)签名：景海峰 签字日期：2024.5.31

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名：陈茵林 签字日期：2024.5.31

导师签名：张翼 签字日期：2024.5.31

导师(校外)签名：景海峰 签字日期：2024.5.31

**Discipline and Struggle: The Discourse  
Turn of Female Body Anxiety in the  
Context of Social Media  
——Taking Xiaohongshu Platform as an  
example**

**Candidate : Chen Linlin**

**Supervisor : Zhang Yi**

## 摘要

社交媒体的兴起和发展拓宽了人们的话语空间，同时也增加了人们，特别是女性，对身体形象的关注和压力。在现代社会中，人们的外在形象常常被放大甚至成为评判个人的标准。然而，这种标准却往往是狭隘又不合理的，对于那些没能达到所谓标准的人来说，可能会感到身心焦虑，甚至产生自卑情绪。

本研究以客体化理论和现代女性主义理论为理论基础，运用深度访谈法、文本分析法和参与式观察法，以小红书平台中的女性用户和#拒绝身材焦虑#话题中的文本内容为研究对象，阐释了当代女性身材焦虑的社会体验，分析了女性身材审美话语何以建构，她们如何规训自己的身材以及如何跳出规训的桎梏。女性的身材焦虑在社交媒体中得到了极大展示，她们身体的完整与割裂并存，理想化他人与自我贬低并存，身材攀比和寻求认同并存。社交媒体通过文本话语和图像话语建构了审美标准，女性用户在他人的凝视中对身材进行了一系列的自我规训，将身材客体化、表演拟剧化、身体物品化。幸而在社会文化氛围、媒体平台的引导和管理以及个体认知与自我接受等多方影响因素发生转变的情况下，女性开始接纳自身、提高自我意识、转变审美意识。在此基础上，本研究对推动女性拒绝身材焦虑提出了一些建议。

本研究力求拓展身体形象问题研究的视野，为身体形象问题研究提供新的视角，对社交媒体平台管理提供相关启示。

**关键词：**社交媒体 身材焦虑 小红书平台 话语

# Abstract

The rise and development of social media have broadened people's discourse space, while also increasing people's attention and pressure on body image, especially women. In modern society, people's external image is often magnified or even used as a criterion for judging individuals. However, it is often narrow and unreasonable. For those who fail to meet the so-called standards, it may lead to physical and mental anxiety, and even feelings of inferiority.

This study is based on the theories of objectification and modern feminism, using in-depth interviews, textual analysis, participant observation, and focusing on female users of the Xiaohongshu platform and the content texts in the # Refuse Body Anxiety # topic to explain the social experience of contemporary female body anxiety. It analyzes how female body aesthetic discourse is constructed, how women regulate their own bodies, and how to break free from the constraints of discipline. Women's body anxiety has been greatly displayed on social media, where their physical integrity and fragmentation coexist, idealizing others and debasing themselves coexist, and body comparison and searching acceptance coexist. Social media constructs aesthetic standards through textual and visual discourse, and female users engage in a series of self-discipline towards their bodies under the gaze of others, including objectifying their bodies, dramatizing their performances, and objectifying

their bodies. Fortunately, with the transformation of various influencing factors such as social and cultural atmosphere, media platform guidance and management, and individual cognition and self acceptance, women have begun to accept themselves, improve self-awareness, and transform their aesthetic consciousness. On this basis, this study puts forward proposals for promoting women refusing body anxiety.

This study aims to expand the perspective of body image research, provide new perspectives for body image research, and provide relevant enlightenment for social media platform management.

**Keywords:** Social media; Body anxiety; Xiaohongshu platform; Utterance

# 目 录

<b>1 绪论</b> .....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究意义.....	1
1.2.1 理论意义.....	1
1.2.2 现实意义.....	2
1.3 概念界定.....	2
1.3.1 社交媒体.....	2
1.3.2 身材焦虑.....	3
1.3.3 话语.....	4
1.3.4 小红书平台.....	4
1.4 国内外研究现状.....	5
1.4.1 社交媒体.....	5
1.4.2 身体形象.....	5
1.4.3 社交媒体对身体形象的影响.....	6
1.5 研究设计.....	8
1.5.1 研究方法.....	8
1.5.2 研究对象.....	9
1.5.3 研究问题.....	10
1.5.4 研究思路.....	10
1.5.5 研究样本的选择与数量.....	11
1.5.6 研究结果.....	11
1.6 理论基础.....	13
1.6.1 客体化理论.....	13
1.6.2 现代女性主义理论.....	14
<b>2 现状：女性身材焦虑在社交媒体的呈现</b> .....	16
2.1 身体的完整与割裂并存.....	16
2.2 理想化他人与自我贬低并存.....	17

2.3 身材攀比和寻求认同并存.....	18
<b>3 规训：女性身材审美话语的建构与规范.....</b>	<b>20</b>
3.1 社交媒体建构审美标准.....	20
3.1.1 文本话语引导身材议题.....	21
3.1.2 图像话语展演完美身材.....	22
3.2 用户自觉规训个人身材.....	23
3.2.1 身材客体化.....	23
3.2.2 表演拟剧化.....	24
3.2.3 身体物品化.....	25
3.3 他人凝视时刻监督.....	26
<b>4 挣扎：社交媒体中女性身体焦虑话语的反抗与转向.....</b>	<b>28</b>
4.1 女性身材话语的转向形式.....	28
4.1.1 话语行动转向：从规范与批评到支持与自我接受.....	29
4.1.2 审美意识转向：多元与健康为主导.....	31
4.1.3 主体意识觉醒：从“他视”到“她视”.....	33
4.2 影响审美话语转向的因素探讨.....	35
4.2.1 国家制度引导健康审美.....	35
4.2.2 媒体平台担起导向责任.....	36
4.2.3 女性群体提升自我认同.....	38
<b>5 社交媒体语境中拒绝身材焦虑的归因分析.....</b>	<b>39</b>
5.1 小红书平台女性身材话语转向的解读.....	39
5.1.1 消费浪潮下的自我觉醒.....	39
5.1.2 女性主义引领下的身体解放思潮.....	40
5.2 推动拒绝身材焦虑的建议与策略.....	41
5.2.1 塑造积极健康的身体意象.....	41
5.2.2 创建多元审美的社交话语空间.....	42
5.2.3 创新和发展马克思主义女性解放理论.....	43
<b>6 结语.....</b>	<b>44</b>



参考文献 .....	45
附录 1：访谈提纲 .....	51
附录 2：受访者情况一览表 .....	52
附录 3：#拒绝身材焦虑#话题文本（部分） .....	53
后记 .....	56

# 1 绪 论

## 1.1 研究背景

中国身材焦虑问题可以追溯到近几十年来中国社会发生的许多变化。在过去，国人的主要关注点是基本的生存需求，而不是外貌或身材。然而，随着经济的发展和社会的变迁，人们开始对身体形象产生更多的关注和压力。2021年2月，根据全国2063位大学生关于容貌焦虑的问卷调查结果，中青校媒得出结论，有超过半数（59.3%）的大学生受到容貌焦虑困扰，该数值在女性中的占比更是达到59.67%，男性则为37.14%。在现代社会中，人们的外在形象常常被放大甚至成为评判个人的标准。然而，这种标准却常常是狭隘又不合理的，对于不符合标准的人们容易造成身心伤害和自卑情绪。

在此情形下，许多人开始加入到打破这种标准化的行动中，社交媒体成为这场行动的主要阵地。小红书平台作为一个相对独立、女性用户占据主导地位的社交平台，近年来开始出现越来越多的女性用户参与到拒绝身材焦虑话题的讨论之中。但是，目前学界针对这种身体审视和焦虑情绪的研究相对有限，主要是年轻学者在关注和探讨相关问题与现象，因此，本文选取小红书平台作为研究平台，通过对该平台女性用户参与“拒绝身材焦虑”话题的行为和相关内容的调查研究，阐述女性在资本逻辑中逐渐被规训的路径，探讨女性在小红书平台讨论相关话题时获得了怎样的体验和感受。

## 1.2 研究意义

### 1.2.1 理论意义

第一，理解社交媒体对身体形象观念的塑造作用：通过研究话语转向过程，可以深入了解社交媒体在塑造个体身体形象观念方面的作用机制，拓展关于身体形象认同和塑造的理论。

第二，揭示社会文化因素对转变身材焦虑的影响：研究社交媒体中女性身

材话语转向背后的社会文化因素，有助于探索社会和文化背景对个体身体形象观念的塑造和转变过程的机制。

第三，拓展身体形象问题研究的视野：通过关注社交媒体语境中女性身材焦虑话语的转向，可以为身体形象问题研究提供新的视角，从社交媒体的角度深化对身体形象问题的理解和解释。

## 1.2.2 现实意义

第一，促进女性身体认同。本研究可以帮助深入了解女性身材焦虑话语转向对身体认同的影响，为塑造积极的身体意向提供参考和启示，促进女性身体认同的提升。

第二，提高身材焦虑的社会关注与干预策略制定。通过研究能够更全面地理解和应对女性身体形象问题，为制定相关社会干预策略和推进关注女性身体形象问题的社会活动提供科学依据。

第三，推动审美多样性。研究社交媒体语境中女性身材焦虑话语转向有助于推动审美多元化理念。通过揭示女性身体形象话语从规训和批评转向支持和自我接受的趋势，可以减少对女性身体的指责和歧视，鼓励社会对女性不同身材的接纳与尊重。

## 1.3 概念界定

### 1.3.1 社交媒体

社交媒体得名于 Social Media，也有学者将其译为社会化媒体。学界普遍认为该概念滥觞于美国学者安东尼·梅菲尔德的一本名为《What is social media》（《什么是社会化媒体》）的电子书。他认为，社会化媒体是一种赋予用户充分参与度的新型在线平台，具备参与性、开放性、互动性和社群化等特点。<sup>①</sup>社交媒体是一种基于互联网的平台，它允许用户创建、分享或交换信息、想法、职业兴趣、娱乐内容或其他各种形式的表达。这些平台通常具有高度的互动性和

<sup>①</sup> Antony Mayfield. What is social media [M]. iCrossing,2007:5.

即时性，使得用户能够通过评论、点赞、转发等方式与内容或其他用户进行互动。常见的社交媒体平台包括 Facebook、Twitter、Instagram、微信、抖音、小红书等。

根据社交媒体的定义，社交媒体语境可以定义为在社交媒体平台上进行交流和互动时的特定背景和环境。这个语境不仅包括了社交媒体的技术特性，如即时性、互动性和用户生成内容，还包括了社交互动的社会文化背景。在这个语境中，信息的传播、接收和解释都受到社交媒体平台的设计、用户行为、社会规范和文化价值观的影响。

### 1.3.2 身材焦虑

一个心理学概念涉及了个体对自身身材优劣的感知，即身体意象，也就是个体对外在自我形象的认知，特指自身外貌在他人眼中的显现及此看法在个人心中的反映。这一观念作为自我理解的关键构成要素，是人在生命早期便开始发展出的自我意识。该理论于 1934 年首次在澳大利亚心理分析家保罗·席尔德 (Paul Schilder) 的学术专著《人体的意象与外貌》中阐述出来。他认为身体意象并不局限为一种感性的构造，更是一种行为态度的表现及人际交往反馈的结果。在他看来，身体意象是个人对自身外貌的想象和认知，在自我认知的过程中，这些形象会逐渐塑造出真实的体态特征。后来，学者们对“身体意象”这一概念赋予了更为广泛的理解和诠释，超越了保罗·席尔德的定义，将重点转向体重满意度、尺寸感知准确性、外观满意度、身体满意度、身体关注、身体尊重、身体图式、身体感知、身体欣赏、身体接受等。英国曼彻斯特城市大学心理学系教授格罗根·莎拉 (Grogan Sarah) 将身体意象定义为：一个人对自己身体的感知、想法和感觉。

当前，人们谈及的身材焦虑在心理学中被解读为“身体意象失调”现象。所谓身体意象失调，即个体对自己体型的负面认知以及由此产生的消极情感体验及行为模式。所以，本文将身材焦虑定义为个体对自己的身体形象感到极度不满意、担心和焦虑的心理状态。这种不满意可能源于社会对“理想身材”的标准、个体对自身外貌的感知和评价以及与他人的比较等因素。身材焦虑作为一种主观体验，可能受到社会和文化因素、个人价值观、自尊和自我认同等多

种因素的影响。同时，身材焦虑是一种负面情绪和心理状态，可能对个体的心理健康和身体健康产生负面影响。当然，不同个体对身材焦虑的体验可能因人而异。

### 1.3.3 话语

话语 (Discourse) 是一个多层次、跨学科的概念，它在语言学、社会学、心理学、文学批评和文化研究等领域中都有广泛的应用。话语是一个复杂的概念，它不仅包括语言的实际使用，还涉及到社会互动、意义建构、文化实践、权力关系以及文本与语境的相互作用。话语是我们理解世界、表达自我和与他人交流的基本工具，同时也是社会结构和文化形态的重要体现。本研究所涉及的话语指语言使用和意义建构。在最基本的层面上，话语指的是语言的实际使用，包括口头或书面的交流。这涉及到语言的结构、语法、词汇以及修辞等方面。同时，话语不仅仅是语言的表达，更是意义的建构过程。通过话语，个体和群体构建了对世界的理解和解释，包括知识、信仰、价值观和意识形态。

### 1.3.4 小红书平台

小红书平台创立于 2013 年，历经数次变革，成功建构了拥有高度用户粘性的多元 UGC 社区。其最初是以分享购物体验及美妆护肤经验为主的社群，之后逐步演进为一个多元化综合平台。从目前小红书平台的 slogan “你的生活指南” 可以看出其已经不再是一个简单的产品安利平台，而是涉及了生活的方方面面。小红书平台主要吸引年轻用户群体，尤其是 90 后，为他们提供一个发现和分享潮流生活方式的空间。用户可以通过短视频、图文等形式记录和分享自己的生活点滴，包括美妆穿搭教程、旅游攻略、美食健身日常等内容，通过分享个人体验和推荐，可以影响其他用户的购买决策和生活方式选择。与此同时，小红书平台将内容社区和电商功能相结合，允许用户直接在平台上发现和购买商品，这也为品牌和商家提供了营销和销售的渠道。不仅如此，小红书平台还是一个社区，用户之间可以通过评论、点赞、转发等方式进行互动和交流。总之，小红书平台是一个集内容创造、社区互动、商业电商于一体的生活方式分享平台，特别受到年轻用户的青睐，并且对生活方式的内容创造和消费

文化有着显著的影响。

## 1.4 国内外研究现状

### 1.4.1 社交媒体

学界普遍认为美国学者 Antony Mayfield 是社交媒体（Social media）一词最早的使用者，他于 2007 年在一本名为《What is social media》（《什么是社交媒体》）的电子书中阐释了对社交媒体的总体性认识。他为社交媒体下的简短定义成为了中外研究者的研究起点。Antony Mayfield 认为，社交媒体是各类公开交互式在线媒介的总和，其突出特性在于公开性、互动性、互通性及社区化。他指出，社交媒体的独特之处在于赋予了每一位用户制作及传播信息的权利与机会。在西方学术界，学者对社交媒体的理解较为广泛，更加强调用户在创作和互动方面的重要性。在这种视角下，无论是“博客”、“微博”还是“微信”，亦或是“百度百科”都具有这样的功能，都可以被归为社交媒体这一范畴中。但保罗·莱文森否定用社交媒体来指代这种新的交流方式，他认为一切媒体都具有社会性，这并不是新一代媒介的独有特性，他将以上媒体都称为继传统媒体和新媒体之后的“新新媒体”。

国内关于社交媒体的认知最初存在一定的局限与模糊，认为社交媒体仅局限于微博与人人网，亦有混淆其与社交网络（SNS）关系的情况。但随着设备的更新换代，社交媒体也随之迅速发展壮大，并成为人们生活不可或缺的一部分。根据第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，互联网普及率达 77.5%，即时通信用户规模达 10.6 亿人，占网民整体的 97%。社交媒体已逐步代替传统门户及搜索引擎，成为获取新资讯与热点事件的主要途径。此外，其独特的互联网人际交往模式，使得个体能克服时间和地域阻隔，产生深度互动与影响力。

### 1.4.2 身体形象

保罗·席尔德在其著作《人体的意向与外观》中首次明确提出了身体形象的概念，即身体在个人眼中的定位。该定义深入剖析了个体对客观身体的主观

感受及看法。斯雷德指出，客观的身体形象受多种因素影响，如社会、文化、历史等，需重点关注自我身体形象的感知与态度。<sup>①</sup>之后，马斯·凯什进一步丰富了该理论，强调身体形象不仅包涵外在表现，而且包含身体的感知、情绪、认知与行为等多个心理层面。而在布尔迪厄的理论中，身体被看作文化资本的象征，形象塑造成为了获取此资本的关键之一；福柯认为身体是权力驯化的产物；鲍德里亚则视身体为最美的商品，美丽健康的身体形象成为了人们获得社会认可与展示个性的重要途径。

国内关于身体形象的研究成果主要集中于体育学、文学和社会学领域，近年来新闻传播领域的研究成果有所增加。且国内研究主要依托于经典的身体形象相关理论开展，研究对象以女性和年轻群体为主。例如对中学生身体形象的自我认知与测量、对大学生身体形象的研究、对青年女性身体形象的建构研究等。

### 1.4.3 社交媒体对身体形象的影响

通过梳理国内外文献发现，社交媒体对身体形象的影响研究主要以女性为主体，因为女性比男性更易受到客体化媒体信息的影响，表现出来的对外表的关注和焦虑也更明显。相关研究都集中讨论其负面意向，主要包括两个方面，一方面，社交媒体呈现完美的身体形象；另一方面，社交媒体所呈现的完美身体形象引发了广泛的身材焦虑问题。

国外相关研究表明，随着时间的推移，媒体所描绘的瘦削体形实际上变得越来越瘦了。<sup>②</sup>媒体中充满了不现实的理想外表，并传递信息称可以通过吸引力将理想的外表与社会奖励联系起来以实现群体认同。女性不仅会通过媒体看到符合主流审美标准的媒体人物的视觉形象，还会遇到旨在说服她们任何人都可以而且应该变得有吸引力的媒体信息。<sup>③</sup>相关研究发现，在社交媒体上花的时间越长，女性对自己的外表则越不满意，这在更大程度上内化了瘦的理想。人们

---

<sup>①</sup> Slade P D. What is Body Image? [J]. Behaviour Research & Therapy, 1994.32(5): 497-502.

<sup>②</sup> Evans, P C. "If only I were thin like her, maybe I could be happy like her": The self-implications of associating a thin female ideal with life success[J]. Psychology of Women Quarterly,2003(27): 209-214.

<sup>③</sup> Burkley, M., Burkley, E., Stermer, S. P., Andrade, A., Bell, A. C., & Curtis, J. The ugly duckling effect: Examining fixed versus malleable beliefs about beauty[J]. Social Cognition, 2014: 32.

总是倾向于将自己的外表与他人的外表进行比较，这在很大程度上引起了身材焦虑。

国外学者 Hart 等人于 1989 年首次发现并确定了身体焦虑的概念，他们将身体焦虑视为以体格为对象的社会性焦虑中的一个具体亚型，即个体担忧别人观察或者评估身体形象时所经历的焦虑程度。当前社交媒体更偏爱强壮型男士及骨感型美女，因为这符合所谓的大众审美观，不少人因自身体形相貌未能达到此审美标准而倍感压力。身材焦虑逐渐成为一种广泛存在的社会问题，也越来越多地展现在社交媒体上，因为对大多数女性来说，社交媒体中的审美标准是难以达到的。社交媒体的使用在一定程度上会增加人们的身体焦虑<sup>①</sup>，并且人们参与社交媒体中涉及外表比较和判断的行为，可能比社交媒体的使用频率更容易导致容貌焦虑。<sup>②</sup>近期美国心理学协会的报告指出，短期内大幅降低社交媒体使用率的青少年及年轻人群体，其对外表认知与体重感受方面取得显著且积极改善。<sup>③</sup>

国内相关研究表明，各类社交媒体平台塑造了各种网红形象，相较于明星而言，“网红”更加贴近人们的现实生活，其影响可能更加深远，更容易对普通女性产生不利影响。<sup>④</sup>社交媒体上的体型符号有强化和夸大女性“身体缺陷”的风险，A4 腰、反手摸肚脐、天鹅颈、直角肩、精灵耳等身体标签在社交媒体上风靡一时，理想的身体形态被奉为可供效仿的权威，<sup>⑤</sup>表象的身体形象经过去真实化处理后，成功转化成为无法直接指向现实世界的身体拟像，这种经过精心构建的，以完美比例呈现出来的身体拟像，展示的是一种超真实的身体美，<sup>⑥</sup>这容易引发个体的认知偏差。<sup>⑦</sup>

2020 年 11 月 17 日，腾讯视频网站发布了国内首部女性独白剧《听见她说》，一系列疑问的提出使“女性身材焦虑”这一问题在国内开始得到关注，并

---

<sup>①</sup> Korkmazer B, Yurdakul F, Şükriye Ö, et al. A Cross-Sectional Study on the Relationship between Smartphone Addiction and Depression, Anxiety and Social Appearance Anxiety in Young Adults[J]. Journal of Istanbul Faculty of Medicine, 2021, 85(1): 91-97.

<sup>②</sup> Hawes T, Zimmer-Gembeck M J, Campbell S M. Unique associations of social media use and online appearance preoccupation with depression, anxiety, and appearance rejection sensitivity[J]. Body Image, 2020, 33: 66-76.

<sup>③</sup> 本刊讯. 减少社交媒体使用量可显著改善年轻人的形象[J]. 数据分析与知识发现, 2023, 7(04): 100.

<sup>④</sup> 田甜. 社交媒体与女大学生的“理想美”建构研究[J]. 中国青年研究, 2023(06): 94-102.

<sup>⑤</sup> 王育红, 于风. 媒体镜像对女性美的扭曲——从“A4腰”“i6腿”谈起[J]. 青年记者, 2017(17): 14-15.

<sup>⑥</sup> 梅琼林. 视觉文化传播时代的审美化生存[J]. 文艺研究, 2008(06): 13-20.

<sup>⑦</sup> 郭婧祎. 社交媒体中体型符号对女性体型审美影响研究[D]. 郑州大学, 2021: 2.



引发了社会对于身体审美的探讨与思考。<sup>①</sup>已有研究表明，社交媒体的使用与身体形象满意度呈现负相关。<sup>②</sup>在个体被动地参与社交网络活动时，与外貌有关的信息会引发个体进行向上的社会比较行为，这样的信息浏览越多，个体对自己的身体满意度越低，<sup>③</sup>越倾向于自我客体化。<sup>④</sup>此外，对数字技术的依赖也可能引发身材焦虑。使用运动社交媒体能够给个体的身体自尊同时带来正面影响和负面影响。<sup>⑤</sup>亦有学者明确提出“反身材焦虑”概念，指女性在面对社会对身材进行过分评定时，女性采取激进或改良的方式来减轻和消除由于对自身身材缺乏信心所带来的焦虑情绪。<sup>⑥</sup>

对现有研究的评价：

通过对既有文献的分析可以发现，社交媒体对女性身材的负面影响越来越受到关注。如今随着社交媒体的飞速发展，女性身体与媒介的联系将更为紧密，媒介将对女性身材产生更加深远的影响。但是，目前国内对女性身材焦虑的相关研究数量较少，且多为学位论文，学者较为年轻，学术视野较为狭窄，亟需进行更全面深入的研究。因此，本文尝试从社交媒体的角度深化对身体形象问题的理解和解释。

## 1.5 研究设计

### 1.5.1 研究方法

#### 1.5.1.1 深度访谈法

本研究选取了 20 位在小红书平台上对于标签 #拒绝身材焦虑# 话题具有一定浏览量的女性用户作为深度访谈样本，她们属于小红书平台的长期活跃用户，且对小红书平台上的身材焦虑话题有持续性关注。为确保访谈调研成果的

---

<sup>①</sup>王瑶瑶. 媒介镜像与现实思考[D]. 山东师范大学, 2022.

<sup>②</sup>孔怡. 社交媒体对大学女生身体意象的影响研究[D]. 浙江大学, 2014.

<sup>③</sup>王晨迪. 被动性社交网站使用对相貌负面身体自我的影响[D]. 西北师范大学, 2020.

<sup>④</sup>邓靓琪. 社交媒体使用对女性自我客体化的影响[D]. 华中科技大学, 2019.

<sup>⑤</sup>徐同谦, 晏圣古. 中国大学生运动社交媒体使用调查及其对运动卷入度与身体自尊的影响研究[J]. 中国媒体发展研究报告, 2016(00):279-290+304-305.

<sup>⑥</sup>陈琳. 女性反身材焦虑话语呈现与行为研究——以微博平台为例[J]. 新媒体研究, 2022, 8(14):61-63+104.

科学性及其有效性，笔者以#拒绝身材焦虑#为话题焦点，与部分被访对象保持持续的沟通联系。初始阶段，主要利用网络聊天以及视频通话进行预访谈，整理思路，进而针对性地设计深度访谈提纲。访谈提纲的主体内容涵盖以下几个方面：第一，小红书平台中的女性身体图景构成了怎样的女性身材景观；第二，小红书平台上有关女性身材焦虑的笔记是否对个人的身体认知与自我情绪产生了影响；最后，面对诸多“理想化”的、被大力宣扬的身材，她们采取了何种方式应对。

### 1.5.1.2 文本分析法

文本分析法是一种通过对文本数据进行收集、处理、分析和挖掘，从中提取有用信息和洞察的方法。本文以小红书平台中的#拒绝身材焦虑#话题相关笔记为研究文本，对该话题下的内容按热度进行排列，选取了前 500 条进行归纳整理，并以此作为分析依据进行分析。

### 1.5.1.3 参与式观察法

参与式观察为科研工作者探究被调查对象的生活环境，以匿名形式全情投入其日常社交互动中，实施非干扰性隐秘观测。在本研究中，笔者作为研究者，深入到小红书平台社区，积极参与了女性群体关于“身材焦虑”、“拒绝身材焦虑”等话题的交流，同时详细观察她们在社区中发布的图像和言论。为了更全面地研究小红书平台上女性用户对“身材焦虑”的态度，笔者还加入了与该主题紧密相关的讨论，尽可能从多个角度来了解“身材焦虑”在小红书平台社区的内涵和影响范围。通过这种深度参与的方式，以期能够感受和深入剖析女性用户面临身材焦虑时的真实情感状态，从而获得更深入的研究思考。

## 1.5.2 研究对象

小红书平台已成长为国内发展势头强劲、用户规模持续增加的女性社交应用。据统计，截至 2023 年 1 月 31 日，小红书平台用户数已逾 3.5 亿。该平台于 2020 年 6 月就实现活跃用户破亿，仅两年时间又跃升至 2 亿，一举成为互联网社区的翘楚。虽面临短视频崛起对市场的冲击，但在微博、哔哩哔哩之后，

小红书平台仍保持了月活用户过亿的成绩。调查数据表明，小红书平台主要用户群体集中在 25-34 岁之间，2023 年超过 80% 的用户每日都会使用该平台，超过半数的用户更是每日多次使用，并且，女性用户依然占据主导地位，达到 70% 左右。鉴于此，考虑到其在社交媒体市场的领军地位、庞大的女性用户以及#拒绝身材焦虑#话题阅读量接近 5 亿次，本研究将小红书平台作为研究社区，以小红书平台中的女性用户和#拒绝身材焦虑#话题中的内容文本为研究样本，从媒介规训、女性用户自我客体化、主体意识等角度，深入探究以小红书平台为代表的社交媒体平台对女性身材的规训，以及女性主体意识觉醒的过程。

### 1.5.3 研究问题

社交媒体凭借其强大的社会影响力，塑造出一个个完美的身体意象，引导着用户追求“肤白”、“态幼”、“身瘦”的身体状态，使其投身于关注“美白”、“瘦腰”、“瘦腿”、“减肥”的行列中。女性的身体始终处于被凝视、被规训的状态，引发了一系列的身材焦虑现象。但在后现代化进程中，女性不断追求自我、塑造自我，关于女性身材的话语逐渐从规训和批判转向支持和自我接受。由于小红书平台作为女性用户占据绝对比重的主流社交媒体平台，故本文选择将小红书平台中关于女性身材焦虑的话语呈现作为研究重点，主要回答以下问题：

1. 女性承受了怎样的身材焦虑？
2. 她们的身体观念产生了什么变化？发生这种转向的原因是什么？
3. 拒绝身材焦虑何以呈现？自我认同何以达成？

### 1.5.4 研究思路

本研究选题为“规训与挣扎：社交媒体语境中女性身材焦虑的话语转向——以小红书为例”，研究内容为女性身材焦虑问题的呈现与转向。本研究同时采用了三种研究方法，研究思路如下：

首先在小红书平台进行长时间的参与式观察，参与“身材焦虑”、“拒绝身材焦虑”等相关话题的讨论，并加入相关社群观察用户行为，为了解小红书平

台中女性身材焦虑问题以及转向情绪奠定基础。与此同时，寻找、确定访谈对象，并保持联系。

其次，在小红书平台检索“拒绝身材焦虑”，以“最热”为标准展示结果，将结果文本逐条统计到 Excel 表格，并进行初步的数据处理，删除完全重复部分、表情和特殊符号等。再使用 KH Coder 对挖掘的“拒绝身材焦虑”的笔记文本进行高频词和主题词共现关系对比，旨在全面把握小红书平台上关于“拒绝身材焦虑”言论的总体特性。在此基础上设计访谈提纲并进行预访谈。

最后，确定访谈提纲，进行正式访谈。记录访谈结果，整理备用。

### 1.5.5 研究样本的选择与数量

本文以“最热”为标准，统计了小红书平台中话题标签#拒绝身材焦虑#前 500 条笔记内容。由于小红书平台发布笔记的门槛低，用户基数大，因此搜集到的数据存在文本特征稀疏、表达不规范、多表情符号及数据冗余等特点，所以采集到的原始数据并不能直接用来进行统计分析，在分析前必须进行数据预处理，将采取的数据进行合并处理。首先，针对完全重复的数据，删除完全重复部分，以确保尽可能保留有用的文本信息；其次将英文替换为对应中文；再次，删除内容中的数字、表情和特殊符号等；最后，利用 KH Coder 进行去除停用词和文本分词处理，得到预处理后的文本数据。处理后的数据为 489 条，使用总词数为 36337 个，异词数为 8746 个。

### 1.5.6 研究结果

通过高频词汇统计可以发现，在“拒绝身材焦虑”主题下，“身材”是用户最为关心的对象，“焦虑”是整个过程中最主要的表现和情绪体验，但“拒绝”却不是最被人们提及的行为。由表 1.1 可知，“吃”、“减肥”、“运动”是最被提及的三种行为；“瘦”和“体重”仍是该话题下用户最关注的两个对象，但“穿搭”或许能让她们直视自己的身材。也就是说，对于女性身材焦虑的引发或缓解中，运动既是减肥的良药又是健身的搭档，饮食是减肥、健身以及健康等成功与否的关键。

表 1.1 #拒绝身材焦虑#话题高频词汇（前 20 位）

词汇	出现次数	词汇	出现次数
身材	1205	体重	183
焦虑（名词）	710	身体	178
吃	313	觉得	172
减肥	306	开始	167
焦虑（动词）	246	生活	165
运动	239	穿	160
健身	220	拒绝	156
穿搭	206	女孩	146
瘦	199	想	140

通过主题词共现网络图（图 1.1）可以看出，女孩们的焦虑不仅来源于身材，也与容貌相关。“坚持”和“训练”围绕着“运动”；“减肥”事关“吃”、“瘦”和“体重”；“健身”已然成为“日常”。但是，在围绕“焦虑”的同时，出现了“拒绝”态度，“女性”“开始”更加在意“身体”的“健康”和状态；“健身”不再是“微胖”“女孩”的唯一选择，通过“穿搭”或许也可以缓解焦虑；“健康”、“需要”两词相连，且线条较粗，由此可以推测，拒绝身材焦虑主要与健康相关，而且是根据自身需要所做出的决定。

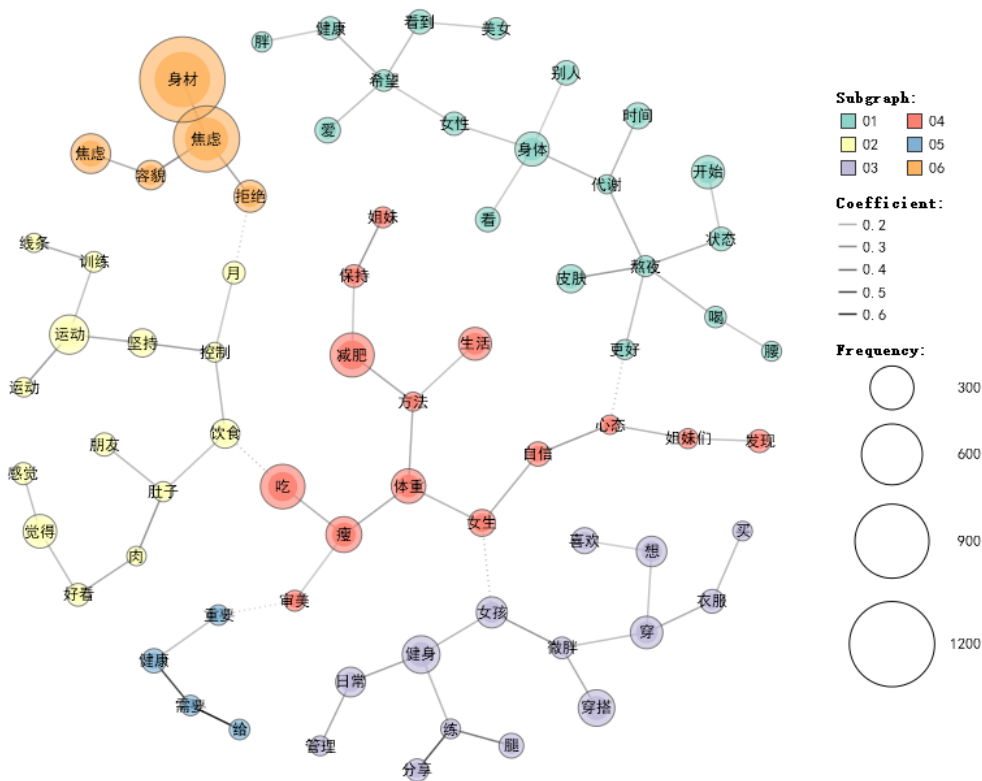


图 1.1 #拒绝身材焦虑#话题词共现网络

## 1.6 理论基础

### 1.6.1 客体化理论

客体化理论最初是为了理解女性的负面经历和行为而发展起来的。客体化理论认为，社会中的女性被视为物体或事物，而不是人。她们的身体通常被认为是分开的，对于女性来说，身体不被视为一个整体，而是一个身体部位的集合，唯一的目的是供他人使用。由于这种物化，妇女开始相信她们的存在是为了被他人利用。图 1.2 模型通过客体化理论展示了其影响路径。

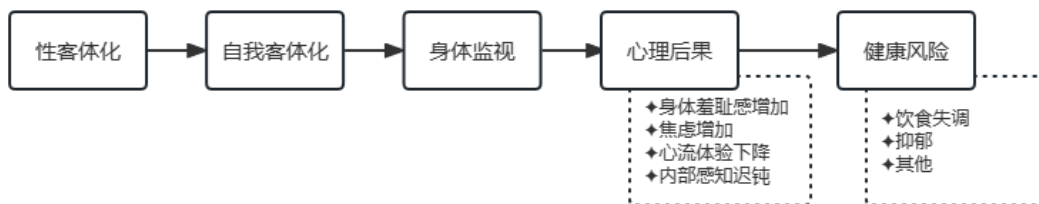


图 1.2 自我客体化的过程和后果（改编自 Fredrickson, Roberts, Noll, Quinn & Twenge, 1998）

根据客体化理论，女性通常被视为男性使用的性对象，这一过程被称为性客体化。且有研究表明女性比男性经历了更多的性客体化，这一现象在媒体中也显而易见。例如，广告中的女性经常以挑逗的姿势或穿着清凉的形象出现，有时广告布局还会将女性头部裁掉，只展示身体。相比之下，男性通常穿着更整齐，面部表情更端庄，并且在照片中往往处于相对于女性的权力地位。

性客体化的结果就是女性自我客体化。女性更加关注自己的身体的外表，而非内在的品质。为了确保自身的外表被人接受，自我客体化的个体需要不断思考自己的身体是什么样子，自身会不断监视自己的外表。有研究表明，高自我客体化特质的女性拥有高自我监视。<sup>①</sup>她们认为如果自己的外表是被认可的，那么就有可能受到更好的对待，因此，女性成为了她们“自己的第一个测量员”。<sup>②</sup>

<sup>①</sup> Calogero R M, Tantleff-Dunn S E, Thompson J. Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions[M]. American Psychological Association, 2011:119-138.

<sup>②</sup> Berger J. Ways of seeing[M]. Penguin UK, 2008:46.

随着时间的推移，自我客体化和身体监视可能会对心理、身体和情绪状态产生负面影响，如身体羞耻感增加、焦虑增加、内部感知迟钝等。身体羞耻感是一种自我意识的情绪，会在女性认为自己没有达到内在化的社会标准或理想的身体时产生。<sup>①</sup>自我客体化会导致两种类型的焦虑：外表焦虑和安全焦虑，但社交媒体中的人们更多地关注外表焦虑，特别是女性。在客体化环境中，他人对女性身体或外貌方面的评价，会影响女性注意力高度集中的维持状态，明显降低女性在参与具有挑战性的脑力活动和身体活动的的能力，即“心流体验”下降。<sup>②</sup>当女性过度关注自身的外表时，便会忽略对内在生理状况和内心感受的关注。研究表明，外表焦虑水平高的个体更容易患有神经性厌食、神经性贪食等饮食障碍。女性不仅比男性更看重自己的外表，而且这些感觉与抑郁症状有关。<sup>③</sup>有研究发现，女性的身体羞耻感和抑郁之间存在中度关系。同时，自我客体化还会导致减肥、整容、医美、抽烟等其他问题。

### 1.6.2 现代女性主义理论

女性主义一词是对英文单词“feminism”的意译，词义为妇女解放。西方女性主义思想的启蒙可以追溯到19世纪下半叶，20世纪初开始传入我国并被译为女权主义。20世纪后半叶，女性主义理论有了更为宽泛的理解，而女权主义也开始向“女性主义”过渡。在女权主义的基础上，女性主义更注重强调女性的个体特质，并致力于追求两性平等，追求女性自我价值的实现，更为关键的是，基于女性性别视角来分析男权社会中男女不平等的源头并探索解决路径。女性主义思想的崛起，不仅是人类漫长历史发展中的一次重要的理论进步，而且具有里程碑式的重要意义。女性主义历经百年发展，体系庞大，故本文仅讨论与女性拒绝身材焦虑相关的研究成果。

女性主义思潮的蓬勃兴起丰富了女性面临的个体解放问题的理论支撑。法国学者克里斯蒂娃认为，社会文化环境乃是导致女性的主体性遭受压迫的主要

---

<sup>①</sup> Castonguay A L, Brunet J, Ferguson L, et al. Weight-related actual and ideal self-states, discrepancies, and shame, guilt, and pride: Examining associations within the process model of self-conscious emotions[J]. *Body Image*, 2012, 9(4): 488-494.

<sup>②</sup> 郑盼盼, 吕振勇. 自我客体化对女性心理健康的影响及其机制[J]. *心理科学进展*, 2015, 23(1): 93.

<sup>③</sup> Nolen-Hoeksema S, Morrow J, Fredrickson B L. Response styles and the duration of episodes of depressed mood[J]. *Journal of abnormal psychology*, 1993, 102(1): 20.

原因之一，主张解决这种情况的方法就是要深刻反思并颠覆传统的语言和文化体系，破除各类符号系统及理论论述系统的同质化现象，勇敢地走向彻底转变的改革之路。”<sup>①</sup>我国学者李银河对女权意识的诠释强调了受害者意识这一观念，即意识到社会权力分配的不公平，并且意识到自己正在遭受这一不公的侵害。<sup>②</sup>随着社交媒体平台的崛起，女性主义的话语和行动领域得到了前所未有的扩展，不仅为女性诉求的表达开辟了新的渠道，同时还使得表达主体和表达方式愈加多元化，角色分工日益明确。2013年，网友对美国超级碗赛事刊播的大量物化女性的广告表示强烈谴责，发起了#Not Buying It#的话题标签活动，他们筛选性别歧视广告并让其曝光于社交网络之上，以此向赛事主办方施压，此举获得 Clark-Parsons 的赞誉，被称为“与媒体对女性形象的错误再现战斗”。<sup>③</sup>在新冠肺炎疫情期间，微博主题标签#看见女性劳动者#成为了众多女性自媒体的发声平台。她们利用这一平台持续开展女性主义的积极行动，对现实世界产生了重要影响。<sup>④</sup>可见，社交媒体已经成为女性参与维护自身权益的重要平台。社交媒体语境中女性“能动”的“可见性”彰显出强大的性别解放潜力。女性在社交媒体中聚集，通过社交媒体平台的协商互动，产生情感共鸣，通过对话或自说自话产生自我效能与彼此的认同感。女性用群体经验和话语修辞改造或重新书写了女性身体美的定义与标准。

---

<sup>①</sup> Kristeva J. Revolution in poetic language[M]. Columbia University Press, 1984:278.

<sup>②</sup> 李银河. 女性权力的崛起[M]. 北京文化艺术出版, 2003:114 .

<sup>③</sup> Clark-Parsons, R. Not Buying It: Hashtag feminists expand the commercial media conversation. Feminist Media Studies,2014.14(6):1108-1110.

<sup>④</sup> 冯剑侠. #看见女性劳动者#: 新冠疫情中的女性自媒体与话语行动主义[J]. 新闻记者, 2020 (10) :32-44.



## 2 现状：女性身材焦虑在社交媒体的呈现

在当今社会，身材焦虑已然成为一种普遍现象，特别是在青少年以及年轻女性群体中表现得尤为突出。这种焦虑往往源于社会对理想身材的过高期望和过分强调外表的价值观。此外，社交媒体和广告中被持续展示和不断重复的完美形象加剧了女性对自身身材的不满和焦虑。觉得自己太矮，就选择断骨增高；想拥有“漫画腿”，就切断小腿肌肉神经；就连阴部整形手术都大受追捧。越来越小的衣服尺码，让女性产生了社会对其的身材要求越来越苛刻了的感觉，从而进一步引发焦虑。

### 2.1 身体的完整与割裂并存

多种复杂因素的影响导致了女性的身材焦虑，社交媒体中呈现的理想身体形象无疑加深了这种焦虑。有媒体曾对影响女性焦虑的身材问题进行了调查，结果显示女性对其不同身体部位的不同细节存在不同的焦虑状态，见表 2.1。

表 2.1 女性身材的焦虑问题汇总

女性身体部位	焦虑问题
面部轮廓	额头扁平、额头突出
	颧骨凹陷、颧骨突出
	下颌宽大
	下巴内缩
	后脑勺扁平
五官	耳垂太小、耳朵外廓
	鼻头圆、鼻梁矮、山根不够高
	单眼皮不精致、双眼皮不高级
	唇形不好看
胸部	胸部过大或过小
	胸部下垂或外扩
上肢	手臂拜拜肉
	肩窄不高级、肩宽太魁梧
	厚背、圆肩、斜方肌
腰腹	腰粗、腰扁
	小腹突出

续表 2.1 女性身材的焦虑问题汇总

女性身体部位	焦虑问题
臀部	屁股大、屁股扁
	屁股下垂
下肢	粗壮大腿、肌肉小腿
	脚踝筋脉不明显

资料来源：一条，她用女性身体做展：我们受够了！（2021.06.04）

由此可见，当代女性对身体的要求过于严苛甚至病态。女性整个身体从上到下被分割为多个局部，大到腰腿，小至脚踝，无一不体现了女性对所谓“理想身材”的追求和对自身身材的焦虑。这一特点在图 1.1#拒绝身材焦虑#话题词共现网络也得到了体现，“腰”、“肚子”、“腿”等关键词是女性运动健身时关注的重点部位。

## 2.2 理想化他人与自我贬低并存

美国传播学家李普曼在其著作《舆论学》中提出“拟态环境”理论，认为我们所接触的资讯环境并非真实环境的完全反映，而是由媒体在传播过程中有意加工并重塑而成的。他强调，媒介信息对人们的意识产生了巨大影响。现代电子传媒技术日益进步使得人的感官得以全面激活，让我们能够更深入地体验和感受媒介打造的虚拟环境。人类在其中审视自己的身体，也审视他人。

小红书作为一款主打女性社交的平台，实质上构成了一种“拟态身体环境”。<sup>①</sup>由于其虚拟社群中瘦身群体比例高于实际社会，导致追求瘦身成为主流意识形态和行为准则。这个风气使得女性用户热衷于展示其优雅身形，塑造出所谓的“人人都是瘦子”的“理想身材乌托邦”，进一步导致社交网络中形成统一的理想身材标准。当女性沉溺在这样的氛围中时，极易导致对外界体形以及自我认知产生歪曲理解。任何人在围观那些充斥理想身材图片的环境下，都会觉得自己是这个“理想世界”的边缘人物。在众多筷子腿、马甲线的对比下，即使身材匀称，也可能被认为是“肥胖”的。长时间处于这样的“拟态身体环境”中，容易让用户对真实世界产生认识偏差，将“虚拟身体环境”投射于现实生活，模糊虚拟与现实之间的界限，虚拟与现实便混为一谈。由此，在和他

<sup>①</sup>黄倩. 小红书平台女性“理想身材”的媒介化呈现研究[D]. 西南大学, 2023.

人的身材对比中，他人的身材总是“纤细的”、“有肌肉的”、“符合社会标准的”，自我的身材总是“肥胖的”、“粗壮的”、“不尽如人意的”。她们亟需成为拥有“理想身材”的“大多数”，避免自己的身材成为女性群体中的“异类”，避免自己成为现实世界的“落伍者”。

“我身高 158cm, 体重 90 斤。我的理想身材是练出帕梅拉那样腰臀腿。路漫漫其修远兮！塑形的道路还长呢！继续加油！”（受访者 WYX）

“我身高 158cm, 体重 95 斤, 腰围 67, 胸围 84, 肩宽 35, 我感觉自己还是有点胖, 拍照总觉得不显瘦。我也不知道要减到多少斤才能上镜不胖。”（受访者 ZL）

在理想化他人之后，小红书平台的女性用户对自身身材的看法愈发严苛和挑剔，自我身材意识得到了显著提升。那些理想化的身材形象使女性产生自卑和焦虑感，同时也激发出幻想与期待。这使得个人心理状态变得极其敏感且易受打击，女性更加频繁地关注自身的身体状态以寻求调整和改进。当她们审视镜子里的自己时，会迫切渴望修复自己所有的身体缺陷，并且难以转移视线。她们痴迷照片中的个人形象，不断地批判现实的自己，永不知足。美图软件将女性的身材期待外化，充斥着使用者内心的美好愿景。然而，当个体外表与其行为举止出现巨大反差时，不可避免地会引发更大的矛盾，转变为一种无意识的自我欺骗。线上越是狂欢，线下就越是焦虑，人们越是想要在虚拟空间中逃避现实生活的丑陋，就越可能在现实生活中得到更多的挫败感。

## 2.3 身材攀比和寻求认同并存

攀比（social comparison）是一个永恒存在的行为，社交媒体加剧容貌焦虑的主要原因在于它让所有同辈共处一室，由此产生严重的同辈相竞和压力（peer pressure）。过去对传统媒体类型的研究发现，人们倾向于将自己的外表与他人的外表进行比较，由于媒体的曝光，女性加剧了对身体的不满。<sup>①</sup>当女性将她们的外表与她们认为的比自己更有吸引力的人进行比较时，可能会产生负面的身体形象。每天大量的图片在小红书平台上发布，为众多女性提供了可随时与同辈相较美的对象。此外，由于个体往往在社交媒体展现最佳态，导致其

---

<sup>①</sup> Tiggemann M, McGill B. The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction[J]. Journal of social and clinical psychology, 2004, 23(1): 23-44.

用户更易与其他用户构成侧向攀比。由于缺乏与其他用户的直接接触，小红书平台女性用户很难准确地衡量其他女性在平台中的形象是否真实。因此，女性在小红书平台观赏那些“高颜值”的同龄或名人们的影像时，容易产生自己外貌吸引力不足之感。进一步讲，这或许诱发了她们对于自身身体形象的过度关注。

小红书平台中女性进行身材攀比的目的是为了取得认同，包括自我认同和社会认同。作为小红书的主要受众群体，女性所获信息多为关系其兴趣的领域，精准的用户画像可使其接收契合需求的信息。某些女性在频繁翻阅有关身材管理和身材焦虑的笔记后，获得关于塑形的相关知识；还有一些女性从这种焦虑感中寻找激励，力求借助外在压力打造理想身材，从而构建自我认同感。同时，在社交媒体“以瘦为美”、“完美身材”的主流审美中，“好身材”与个人品质、生活质量、审美情趣等联系在一起，拥有好身材的女性被视作为有毅力、懂生活、有品味的个体，更能赢得同性的钦佩与异性的青睐，在职场竞争中也更具优势。一旦个人身材的全部或局部达到网络热门身材的标准，就能同时享受他人羡慕的目光和更多的优越感与社会认同。

### 3 规训：女性身材审美话语的建构与规范

女性身材审美话语的呈现与构建背后存在着媒介教化、用户自我规训和他人监督三种要素。在社交媒体平台中，用户自主生成了绝大部分内容，平台中标签的建立与使用则进一步加深了用户与平台之间的联系和互动。女性用户自主生产并传播“理想身材”的图景，在多样化的情感互动中促进了她们对自我形象和他人形象的理解与认知。但显而易见，社交媒体平台中女性身材的展示，绝大多数都经过了精细的打磨和刻画，并非现实生活的真实写照。这无疑会导致大量女性陷入审美误区，盲目追逐所谓的“热门身材”。女性的思想模式也逐渐陷入误区，将“瘦即是美”的审美观念视为理所当然，甚至推崇“越瘦越美”的极端观念，这一趋势表明她们追求的或许并非真正符合自身审美品味的形象，而是他人眼中的审美观感。女性的身体被异化的审美标准捆绑，思想也无法摆脱这个枷锁，在此背景下，女性陷入了一个凝视与被凝视的困境：她们既是男性观众中的一员，共同参与对其他女性身材的审视与批判；同时，她们又是被男性和其他女性凝视的角色。借此机会，消费主义逐渐发展出大量以女性身体作为主要消费品的产业链。可见，尽管已经步入自媒体时代，女性身材审美的话语权依然没有完全掌握在女性自己手中。

#### 3.1 社交媒体建构审美标准

话语是处理或阐述某种实践特定议题知识的手段：实际是一些观念、形象与实践交织的线索或框架，引导我们准确谈论特定问题、社会行为及社会构造，并在关联议题、行为与设施层面对行动作指导。众所周知，这些话语结构指导着我们对于特定主题以及社会活动层面的表达，同时也约束着我们在面对特定主题和社会活动时，哪些事情是可行的，哪些是不可行的；另外，它们还规定了在某个特殊语境下哪些知识才是实用的、相关的，甚至被认定为是“真实”的；并且告诉我们，何种类型的人或者“主体”能准确反映出它们的特色。话语这一概念已经从原本狭隘的意思扩展到了广泛含义，用于表征和诠释

所有文化和意义生成过程中的结构。<sup>①</sup>在福柯看来，知识和权利共同决定了话语。

截至 2023 年 10 月 31 日，小红书平台中#理想身材#话题已经有 13.4 亿浏览量。该话题的简介为“哪种身材最让你把持不住想要流口水？骨感美？还是肌肉线条美？还是蜜桃臀？还是马甲线？是小腰精？还是麒麟臂？”由此可见，在小红书平台这个社交社区中已经构建起了一个追求完美身材的理想国度。其中的笔记无论是呈现的整体身形，还是被割裂的身体部位，都在建构并强化“瘦即是美”的审美观念，都在提醒女性用户“你的身材还不够理想”。长时间暴露于公众视线中的苗条形象可能使部分女性误解为这是普遍的美的标准。

### 3.1.1 文本话语引导身材议题

社交媒体平台的快速崛起与兴旺发展极大地促进了人们对日常生活的记录和分享，相较于传统的面对面沟通交流方式，越来越多的年轻人尤其是女性群体，更加愿意选择在高匿名性的网络环境中展开各种充满兴趣的话题研讨、探索未知领域、汲取生活经验。越来越多的人热衷于寻求网络关注和虚拟社交，以此来弥补现实生活中缺失的归属感。随着图文结合型社交媒体平台的兴起，关于女性理想身材的展演展现出其独特之处，其特定的行为主体、文本范式及呈现手法建构出一个独具特色的以女性身体为主题的集中展示社区。

社交媒体给予了女性自由书写自己身体故事的途径，这种话语的生产形成了一个支配性的话语空间，以此来实现权力关系的再生产。小红书平台有效地满足了女性对网络社交的参与和交流的期望。女性可以通过平台展示自身形象，进行点赞、评论及分享等多元化的互动活动。由此，小红书平台的女性社群性质催生了一种独特的现象，即由现代女性群体共同参与的身体叙事，每一位个体都有权表达他们对于身体的看法和思考，与其他成员分享个人的身体形象、讲述身体故事。在这个乌托邦式的理想社群中，每一位使用者既是内容的制造者，又是传播者，同时还是消费者，这样的内容传递方式和用户间建立的交互联系共同塑造了社区的独特互动文化。当以女性身体为核心议题时，便会

<sup>①</sup>周宪. 福柯话语理论批判[J]. 文艺理论研究, 2013, 33(01): 121-129.

建构出一副独具特色的女性群体身体互动画面，她们共同探讨并构筑心中的“理想身材”图景，个体的身体叙事由此展开，她们精心规划个人形象，通过不断地尝试和探索实现个性化的自我塑造，叙述自己的故事。

现代社会对身体的驯服是以媒介传播为中介的，个人的驯服往往是通过自身的审美实践体现出来。<sup>①</sup>近年，各大社交媒体对女性身体审美的引导悄然转向为单一的“瘦”标准。诸如“筷子腿”、“iPhone 腰”和“反手摸肚脐”等图文频现小红书首页，助长这种单一审美风潮。这种现象的背后，“卡路里”、“零糖”、“零卡”等与健身减肥有关的话题也日益受到关注。一时间，发布纤瘦身材的照片、视频并配以健康饮食的文字内容迅速席卷小红书平台。在影像时代的今天，身体已然转化为一种叙事符号，无论是以动态还是静态的展示方式，无论是在场还是虚拟的呈现模式，都推动了“理想身材”的建构和展现，身体的呈现自然也成为了各类博主吸引流量的关键要素。

### 3.1.2 图像话语展演完美身材

小红书平台中的文字交互方式颠覆了传统的书写及叙述模式，其中的图片元素则发挥着建构现实和深化沉浸式体验的重要作用。部分女性借助小红书平台，利用视频、照片等影像展示直角肩、蜜桃臀和筷子腿等身体要素，即使未达到大众审美，通过美图软件的瘦脸、拉长腿部等功能也可以达到理想的体态。滤镜、特效及音效的运用，让展示的内容更具视觉吸引力。

视频图文内容以强烈直观的方式吸引拥有相同需求的女性，而高精度的大数据推荐技术使她们在登陆平台后便立即陷入满是理想身材的信息海洋中。这就使得如今我们在日常生活中，无论是哪个社交媒体平台，最热门的女性议题几乎都与女性如何保持苗条身材、变得更美的方式有关。这类与身体形象塑造紧密相连的话题，就像电视节目在无形中建构了上层社会对美的认知一般，在社交网络中传播并巩固了女性对“以瘦为美”的追求，建构了女性身体形象意识。随着时间推移，越来越多女性接受了社交媒体所传达的审美观，她们通过参照社会对美的标准来塑造个人身形，将自身条件和平台所展示的“理想身材”作比较，以追求完美。在这个过程中可能会引发身材焦虑，进一步降低她

<sup>①</sup>常亚金. 规训视角下健身视频对女性身体形象建构的影响研究[D]. 兰州大学, 2023.

们对身材的满意程度，促使其采取更多的身材管理和自我修整措施以达到理想状态。

### 3.2 用户自觉规训个人身材

费瑟斯通教授提出了这样一个观点：在后现代社会中，身体已经成为了自我认知的核心组成部分，对于个体来说，他们可以通过对身体进行打理和改造来塑造自身形象，并将之视为自我表达的有效手段。在此过程中，个体的“现代个人认同感”与这种身体改造行为紧密相联。因此，个体肩负起了“身体维护”的重任，以此来保证自身身体状况或外貌达到消费文化中所倡导的价值观——健康、活力及美丽。对于当下的年轻群体，尤其是年轻女性群体来说，身体已经成为彰显个性、赢得认同的重要媒介。所谓的“身材出众”并不仅仅是一句简单的赞美，更多时候被大众视为一种实实在在的“社会资本”；<sup>①</sup>并且，这种身材优势还与特定的生活模式有着密切的关联。这种展演型的生活方式已遍布 Instagram、小红书平台等国内外社交平台上，被人们奉为追求精致、享受幸福的理想标准，且与当下流行的时尚潮流、旅行体验、美食品尝、影视娱乐等领域紧密相伴。这种生活方式已经逐渐成为一种被众人热烈追崇的美好信念。

#### 3.2.1 身材客体化

《连线》杂志编辑盖里·沃夫和凯文·凯利使用了一个术语——量化自我（quantified-self），用以描述那些通过科技手段搜集、储存以及分析自身日常生活数据的行为模式。狭义的“量化自我”主要是指借助各类数据指标来对自身的身体健康状况进行深度剖析挖掘。具体而言，就是运用便携式传感器及手机应用等新技术，对个人行为进行精确监测与详尽记载，并借助众多数据参数，深入探索和解析自我。比如“体重”、“行走步数”、“休息时长”、“卡路里摄入量”以及“心理压力”等方面的信息。从广义的层面来看，量化自我的概念则覆盖整个个体的生活领域：旨在主动从个人或者群体的视角出发进行自我数

<sup>①</sup> 克里斯·希林：身体与社会理论[M]. 李康译. 北京大学出版社, 2010:14.



据的搜集整理，以便能够更清晰地审视自我，从而进行反思和自我调控，实现个性化的调试，主动地改良自己的身体和行为。

量化的本质在于客体化。“未经审视的生活不值得过”，自我量化背后的动机，实际上是通过引入各种数据指标，将个体自身转化为一个方便观察和理解的具体对象，目的是为了“更好地自我审视”。其内在动机不在于收集数据本身，而是期望从数据中提取清晰而客观的信息，以便实现自我的“定量评估”。福柯在《规训与惩罚》中提出了由边沁设计的环形监狱模型，它能促使囚犯自发遵守纪律并严格履行看守的命令，这被他称作全景敞视主义（panopticism）。这种自我规训的形成，依赖于一种“凝视”装置，即主体通过想象他人视角，进行自我规范。然而，小红书平台上的女性用户并非总是被动受到审视，而是更多地选择积极呈现自己，以求获得他人的关注和认可。这种行为驱动了她们对自身健康管理的持续努力。这就是量化自我时代下用户身体监控所蕴含的新的深远含义：用户需要面对自我监控与他人审视的双重压力，但他们通常会主动参与，甚至积极建构这种来自内外部的双重监控。与此同时，各色健康软件、时间管理软件也都纷纷接入社交功能，为用户营造了一个主动接受监督的环境。

小红书平台中的部分女性用户热衷于展示自己的身材，但这种展示有可能是割裂的，即将身体的部位分割开来，不展示身体的全部面貌，只展示符合大众审美的单一或多个部位，比如千篇一律的“筷子腿”、“直角肩”、“蚂蚁腰”等。女性用户主动把自我监视转变为公众监视，将自身的腰围、臀围、腿围等身体数据公布在自己的笔记中，使得图片和视频中所展示的身体部位更加具象。她们以打卡的方式来实现自我和公众的监督。与此同时，她们还会不断地与平台中的其他女性进行身材比较，不断地追求更为“理想”的身材。由此，形成了“身材图像呈现——用户接收图像信息——用户产生认知与判断——影响用户行为”的身材链式展示和反馈模式。

### 3.2.2 表演拟剧化

美国社会学家欧文·戈夫曼的《日常生活的自我呈现》阐述了“拟剧理论”，他将人类社会比作一个巨大的舞台，其中两个核心概念是“前台”与“后

台”。“前台”代表了个体行为有规律的展现；“后台”则相对放松，同样由演员掌控。以此视角观察小红书平台，可将其理解为媒介化的舞台，在此不论男女，皆能展示自我形象，精心编排“前台”，呈现出理想的自我，而真实生活则转变为潜在的“后台”。电子屏幕巧妙地划分了“前台”与“后台”，原本可见的现实生活被隔离为无形的“后台”。在“前台”中，表演者可以借助美颜等科技手段把自己塑造成理想中的形象，并进行精心策划和练习，以便更好地适应“前台”的表演需求。

身体是承载自我表现的最佳平台。女性借助小红书平台实现了身体的高度情境化传播与展现。用户可以在小红书平台这个舞台中自由发挥，展现真实的自我，或者塑造虚假的自己。即使无法拥有令人羡慕的身材，也可以通过滤镜、PS 等现代修图手段轻易地打造出理想的身形；即使没有坚持每天锻炼，也可以通过摆拍等欺骗手段打造自律的人设。无论在现实环境还是网络虚拟世界，女性对于美的追求以及美好形体的展示，都反映了她们对社交媒体所打造的“舞台化”、“艺术化”身体的向往和模仿心理。当代女性身体线上与线下的界限越发模糊，更重要的是，她们已经将这种审美观念融入到日常生活中。她们沉浸在这样的舞台演出中，陶醉于受众的热烈掌声与赞美声，只要这些笔记不被清除，表演内容就可以永久陈列，并被反复观看。

### 3.2.3 身体物品化

身体，不仅是一个物质躯体，它还是一种社会性的表达，承载着政治、哲学、文化、社会等内容。美国社会学家约翰·奥尼尔将“消费身体”视为五大身体形态之一，形象地揭示了当代社会中身体所处的价值结构。在这个框架下，身体既是资本生产的资源，同时也是消费的商品。消费身体关注人们从生到死过程中的身体需求。资本和媒体合谋建构了一套话语暗示机制：女性的美丽身躯即为资本与势能，能够帮助她们在职场竞争中拔得先筹，在感情生活及人际关系中占有优势。广告、媒体以及电影等行业，宣扬完美身形的声音铺天盖地，导致变美俨然成了女性的义务。一方面，女性严苛地进行自我审查以达“社会标准”；另一方面，消费主义盛行，不断提示女性身体有缺憾，需借助消费才可填补。然而消费文化宣扬的完美女性身材图像其实只是通过数字技术制

作出的一种超真实场景，是扭曲变形的虚假呈现。

在《消费社会》中，鲍德里亚提出了一个观点：在众多消费商品中，身体是一种特殊商品，其美丽、珍贵和吸引力超越了其他所有商品，它比负载了全部内涵的汽车还要负载了更沉重的内涵。布莱恩·特纳指出控制饮食、健身、美容等身体管理已经逐渐演变成为一种全新的生活方式——“自我消费（consumer self）”。例如，小红书平台上各种关于皮肤护理、健身减肥的笔记就是一场关于身体的消费狂欢。随着新的消费热点的不断涌现，女性开始比以往任何一个时期都更加注重塑造自我形象和身材管理，女性的身体被赋予了极高的消费价值，已经逐渐沦为消费社会中最典型的投资对象之一。

### 3.3 他人凝视时刻监督

萨特认为，通过他人的注视，个体的存在得以确认，“他人只需注视，便已足够让我‘真正’成为我本身”。在此之前，拉康率先将“凝视”一词用于镜像理论：他认为人照镜子，镜子中的“自己”存在于想象界。人凝视镜子中的自己时，其实是反作用于塑造自我，和他人区分。后来，拉康对凝视这一概念做了进一步的阐释，他认为任何主体都无法逃脱来自其他领域的凝视。<sup>①</sup>在福柯的眼中，凝视即是权力。他人的凝视并非真正意义上帮助个体认识自身，更多的是一种对主体行为的规训，即权力的压迫。即使是没有身材焦虑的人，也会在意自己在他人眼中的形象。

“如果单个的人说我太胖或者太瘦，我不会在意，但如果一群人都这样说，我就会想自己是不是真的太瘦或者太胖，我就会考虑减肥或者增肥。”（受访者 WX）

“我不介意别人评价或者指点我的身材，但是我会在意。因为别人指出来肯定是我（身材）不好的地方，我就可以进行改善。”（受访者 WQH）

因此，当女性用户将其体态数据与塑身经验上传至小红书交流平台时，“他人的凝视”便开始发挥作用，逐渐强化为一股强大的社会性监督力量。

关于女性身材的审美观，历来由男性主导。在《规训与惩罚》中，福柯定义了“规训”一词。他认为，“规训”的主要功能在于改造和规范个人的肉体

<sup>①</sup> 赵阳. 欲望与权力: 抖音男性身体展演类短视频中的性别化凝视[D]. 北京外国语大学, 2023

行为，使其既能够按照预定的指令来行动。<sup>①</sup>大众传媒与商品社会紧密相连，催生了崭新的男性凝视和女性景观形式。在社交媒体时代，这类抽象景观日益显露，人们通过移动通讯工具与即时社交软件对社会动态进行 24 小时不间断的审视。规训，作为一种特定的权力手段，不仅可以干预、训练、监督个人行为，也能够构造知识。这种权力规训的直接产物就是身体。男性设定严格的评价体系，女性的身材成为了父权制度下男权欲望和权力的投射。男权社会通过塑造女性形象，向她们灌输这样的观念：对于女性而言，身体才是最具决定性的资本；只有拥有年轻貌美的外表，才能赢得社会的认可，吸引异性的青睐。

现实社会对女性身材的诸多要求，深刻反映了社会对女性的规训和凝视。在访谈过程中，部分被访者不约而同地表示接触到了来自社会以及周围的人对自身身材的批评和调侃。无论是在日常生活中还是在互联网的世界里，人们似乎喜欢用嘲讽或责备的方式来对待体重超过标准的人群。社会规范对女性身材的规训日益强化，导致女性自身对体形产生更大的压力与不安。此外，男性对女性体重变动的监视更类似于无时无刻的“监督”。在这种双重压力下，女性往往会深感身材禁锢之重，以至于不敢放松对自己的要求。

---

<sup>①</sup> 米歇尔·福柯. 规训与惩罚: 监狱的诞生[M]. 刘北城, 杨远婴译. 北京: 三联出版社, 1999: 169.

## 4 挣扎：社交媒体中女性身体焦虑话语的反抗与转向

在这个信息爆炸、注意力稀缺的时代，赢得观众注意力的人即是权力的掌控者，这也适用于女性追求完美身材的活动。从她们决心要瘦身的那一刻开始，她们的身体已然陷入了无处不在且无声无息的统治之中，这些权力不声不响却能够轻而易举地俘获女性的身心，让她们心甘情愿地接受控制。媒体、资本及他人的凝视等因素联合建构了这一复杂的权力体系，压制并诱导追求“标准化身材”的纤细女性。然而，这种“标准”实则是对体形的操控以及惩罚机制的建构，导致女性沦为“单向度的人”。但并不代表所有女性都是“射程范围”内的对象，她们中也有一部分选择勇敢反抗。受访的 20 位女性用户都明确表示有过身材焦虑的经历，但有 13 位表明现在不会再因为身材而感到自卑和焦虑。如今随着社交媒体的发展，媒介话语权下放，民间意见领袖接连涌现，舆论的发展趋势日渐难以预测，中间更是出现了诸多变量，这使得解构身材焦虑话语成为可能。

### 4.1 女性身材话语的转向形式

如今，追求“以瘦为美”的理想身材已然成为潮流，掀起了“全民瘦身”的狂欢，但在各种观点、话语相互交织碰撞的新媒体环境中，女性瘦身话语并非坚不可摧。近年来，社交媒体平台中的女性身体形象及其传播方式已经悄然改变。传统时代，媒体往往借助规范化和标准化的身体形象来作为女性美丽与魅力的象征。但是，随着女性主义思潮的崛起和社交媒体的广泛应用，新的趋势出现了，人们开始关注、强调和推广女性身体积极性的传播理念。这种趋势强调女性要接纳自我并赞美自己的身体形象，鼓励她们摆脱外部那些过度苛刻的审美标准和束缚，以实现身心的真正自由和幸福。在提倡追求多元和自由的今天，这种转变强调了女性的身体多样性、自主权和积极乐观的态度，试图消除身材焦虑并推动女性身体解放。

作为一个兼具影响力和用户活跃度的社交媒体平台，小红书平台无疑为广大女性提供了一个开放且包容的空间，供广大女性用户尽情分享身体积极性的

见解和经历，传递自信、接纳和赞美的信息，鼓励其他女性跳出外界对身体的期待和标准，树立自己的身体价值观念。这种积极的身體形象价值观涵盖了诸多方面，如对体型多样性的欣赏，对健康和快乐生活的推崇，以及对权力结构和社会期待的质疑和挑战等。这种转向对于扭转既有的身体标准和规范有着重要的引领作用，赋予女性更大的权力和更多的机会去定义和塑造自己的身体形象，进而推动整个社会对身体多样性和积极性的认可与尊重。

#### 4.1.1 话语行动转向：从规范与批评到支持与自我接受

实践证明，尽管女性可能面临众多外在的禁锢和约束，但是她们对于自我身体的掌控力度却在持续提升。女性在日常生活、工作中积累了丰富经验，生理和心理层面发生了深刻变化，女性的身体正在逐步实现某种程度上的“自主性”。女性有权依照自身的需求来决定如何塑造自己的身体，他人的评价仅仅扮演着补充和参考的角色。女性有权根据自己的需求选择不同类型的健身项目、设定不同的健身目标，建立起自己的身体审美标准。但是，女性关于身体叙事的话语并不完全独立于个体之外。从受访者的叙述中可以了解到，实际上没有任何人能够完全摆脱他人的观点和社会观念的牵制。女孩们在讨论“拒绝身材焦虑”这一话题时，仍然不可避免地涉及“减肥”、“运动”、“健身”等与体重、塑形相关的内容。她们身处于追逐“完美身材”的社会中，不可避免地要面临来自外界的影响和与他人进行对比的压力。

“我昨天和朋友逛街，一条街都是卖的女生的衣服，然后我特别喜欢一条蓬蓬裙，但是最大也只有 m 码。我甚至都算不上胖，只是胸大而已，但我拉链都拉不上。”（受访者 ZMM）

“人真的会被环境影响，我们宿舍每个人都在下意识地减肥，体重下到 80 斤，上到 120+，但是个子高的都在减肥。室友用极端方式减肥，晕倒什么的事我都亲眼见识过，这种环境真的容易焦虑。”（受访者 QK）

她们遇到的情况绝非偶然，现实就是各类媒体充斥着宣传瘦削身材的内容。好在新时代女性对于“完美身材”的过度追求正在逐渐减弱。通过相关笔记和受访者的有关对话可见，部分女性对主流的“理想身材”持有明确的抵触心理。这种反感情绪无疑展示了当前社会瘦身言论被消解的趋势。

“有人说我有时间在这研究拍照，不如好好想想怎么减减肥。Hello? Who are you? 我身上的肉都是我凭着本事一口一口吃出来的，凭什么你让我减我就减啊？本美女自己开心快乐就好。不要以为隔着屏幕抓不着你就在那儿随意地评判别人的身材和容貌。女人们听好了，千万不要把价值焦点只放在身材和容貌上，咱们身上的发光点可不止是这些！对于欣赏咱们的人说一句谢谢，不欣赏咱们的人直接再见。反正女孩子就是这个世界最可爱、最迷人的生物，不接受任何反驳！”（小梨涡涡笔记内容）

“从我记事开始，大家都在说我胖，这种焦虑一直伴随着我。直到我来加拿大之后这种焦虑才开始慢慢减少。我在这里好像真的没有遇到过像国内女生那样长期钻研和纠结于减肥变美的女生。现在对于我来说长胖和变瘦都是人生的一个阶段而已。我现在瘦身的区别在于我是以自己的标准为准，而不是以别人的标准为我减肥的标准。”（ViccoZh 张 ng 笔记内容）

“对自己太苛刻太累，人生苦短，要学会享受生活，而不是为难自己。只要没有影响到身体健康，没有必要去减肥，每个人都有自己的美。培养自己的兴趣爱好，人生真的会不一样，处处充满乐趣。对于某些键盘侠，可能语文没学好，普信=自恋过度，但自信≠自恋。”（受访者 LY）

“完美身材”究竟如何定义？这一被认为客观且广泛的现象实际上从未产生过。维密宣扬的女性魅力和没有一丝赘肉的“完美身材”，却反受其害地沦为了“刻板女性形象”的代表。英国美容品牌 Superdrug 曾举办过一个“有关完美的认知”（Perception of Perfection）活动。在这一次营销活动中，品牌方提供了一张模特的身体照片，邀请 18 个国家的设计师按照自己的理想型来对这个模特的照片进行 PS 处理。他们一共收到 600 张处理过的图片，下面展示了其中的一部分：



图 4.1 “有关完美的认知”活动收到的部分图片

依据同一张图片，PS 出来的结果千差万别，这就是所谓有关女人身材的“完美认知”——根本就没有统一的标准和依据。最近几年“身体认可”（body positivity）理念逐渐流行，包括一些维密模特、蕾哈娜等公众人物也在推动。不少品牌也开始推崇模特“零 PS”、“大码模特”。为了杜绝“以瘦为美”的社会风气，英、法等欧洲国家甚至相继出台法令取缔纸片模特。采用大码模特不是时代的进步，而是纠正偏激认知的觉醒。

#### 4.1.2 审美意识转向：多元与健康为主导

在当前社会背景下，媒介对于女性身体形象的话语建构日益显著。我们不难看到，媒介已然为女性建构了一个典型的虚拟环境，在此环境中，类似于“瘦身”这样的话题占据核心地位，将美丽定义为了一种看似“标准化”的符号。然而，“瘦即为美”的理念亦非铁板一块，在大众话语权力不断提升之际，这一观念正在逐渐受到挑战和消解，多元审美观正在逐渐形成。在一系列女权运动的推动下，越来越多女性勇敢地接纳自身原本的模样，社会对于女性身材的审美也开始跳出追求“完美”的怪圈。日益增多的女性逐渐意识到广告宣传



的夸大效应。在审美追求上，女性的态度发生转向，她们反感被过度宣扬的“瘦”，审美观呈现多元化趋势。经过反复比较和自省之后，现代女性逐渐认识到，现行的媒介生态环境与实际社会现状存在差异，同时也明确了要达到视觉媒体中理想形象所具备的难度。因此，越来越多的女性摆脱固有的审美观，冲破刻板印象，开始在社交网络上大胆展现真实自我，从而推动了多元审美的发展。

在小红书平台#拒绝身材焦虑#话题下，许多女性勇敢地晒出自己的身材，表明自己平时晒出来的照片中身上没有多余的赘肉，肌肉紧实又完美，但实际上自己的腰腿上都有松弛的“肥肉”。饰演经典电影《泰坦尼克号》女主角露丝的演员凯特·温斯莱特曾对一位为了减肥而切掉一部分胃，并且患上了厌食症的粉丝说：“姑娘，我想脱掉衣服，让你看看我下垂的胸，粗壮的腰。这个PS过的完美女人不是真的我。”歌手王菊曾在《吐槽大会》中坦言：“偶像要白、要瘦，而且不能有任何的瑕疵。但是我跟大家不一样。我，一眼望去，全是瑕疵。”她也曾在一档关注身体塑形的综艺中疯狂瘦身20斤，但是她却有了一种焦虑心理，即便真的瘦了也依然觉得自己很胖。“有的时候稍微多吃一点东西，我就会觉得那个肥肉瞬间从腰间长了出来。”这样的心理让王菊意识到，多元化审美没有错，不管你是什么样子，当你爱自己，对自己非常用心的时候，别人是可以感受到的，别人也不会轻易的看轻你。如今的王菊也会坚持运动，但无论是健身、跳舞还是举铁，目的都不是为了减肥，而是为了身体健康，为了保持良好的精神状态。

“两年前的我还是觉得女生就是瘦瘦的才叫好看，随着自己逐渐有自己的审美观点，越来越喜欢健康美，喜欢紧实的肌肉和阳光充满活力的小麦色健康肤色。还有大腿带给人们的是矫健而有力量。女孩子的美从来就不被定义，在基于健康的前提下，我更喜欢活力充沛，健康而有力量。”（受访者 FQQ）

“我特别喜欢许知远在《吐槽大会》里的金句：审美的偏狭是一种智力的缺陷！听完特别爽。我太烦单一的审美了，比如‘白幼瘦’。美不是只有一味的瘦，而且我们要承认每个人的基因、骨骼差异，一个大骨架的女人，怎么都不可能瘦成竹竿的。……我的一个好朋友，她说她从来不会因为自己的胖而自卑。我特别喜欢骨子里自信的人。杨天真也说过，胖不是一种原罪，除非胖影响了健康，否则真的不用为了别人的眼光去减肥。”（十一小姐的笔记内容）

《淮南子》有言：“佳人不同体，美人不同面，而皆悦于目。”健康之美、自然之美，亦是个性之美、差异之美。爱美之心，人皆有之。欣赏美、向往美是人之常情，人人都有追求美的权利。但追偏了、求过了，效果往往适得其反。只要是健康的、自然的，就一定是美的。正如庄子说：“素朴而天下莫能与之争美。”我们每个人都不必对照某一种流行的“美容模子”，自怨自艾、迷失自我，更不必趋之若鹜。

#### 4.1.3 主体意识觉醒：从“他视”到“她视”

女性主体意识乃是将女性视为中心的自主意识。该意识体现于女性理性地审视、积极承担自身所面临的重要责任，诸如历史使命、社会责任以及人生义务等。此意识亦助力女性对自身特点有清晰认知，投身社会变革，实现个人发展需求与价值。女性主体意识乃是激发女性独立、自主，充分展示主观能动性与创新力的内在动力。<sup>①</sup>

在长达两千多年的父权制社会背景中，我国女性曾长期把自身视为被物化的男性附属品，以被动的姿态去满足自身的生活需求，直到现在，这种情况依然存在。女性的个体主权被削弱，呈显出顺从状态，成为一种被统治的客体，承受男性角色的控制。在这样的背景下，男性担当起构建社会经济与政治单元、司法体系以及风俗习惯的主要职责，而女性则默许并接受了这一既定趋势，甚至以自我约束的方式维护着男权社会的次序，并尝试塑造一种能满足男性审美观的“女性”形象。她们也因此失掉了自身的主体性。女性才从缠足的束缚中挣脱一百多年，不幸的是，现今又再次陷入到了“以瘦为美”的窘境之中。在这个过程中，女性始终扮演着男性凝视对象的角色。“男性凝视”

(male gaze)最早由艺术评论家 Laura Mulvey 提出，是指男性通过长时间的观察，借此区分自身与被观察对象的身份界限，有意或无意地借此“构建自己身份”的手段。男性审视的目光不自觉地释放他们的欲望，并无形地构建他们心目中所认定的女性“应具魅力”的刻板形象——拥有白皙皮肤、身材凹凸有致、温柔贤惠等特质。部分女性可能在此文化环境中会采取男性的角度来审视

<sup>①</sup> 陈文联. 从依附走向自主: 近代中国女性主体意识觉醒的历史轨迹[J]. 湖南涉外经济学院学报, 2005, 005(002): 45-49.

自身的价值，从而不自觉地让自己转化成审美主体，进行“自我物化”，开始自我批判或批判其他女性，产生“羞愧感”，进一步反省自我并约束行为，以期达到男人所设定的理想标准。在男性眼中，这种凝视是一个戏谑的玩笑，他生怕你不凝视他，这是注意力的争夺。但是对于女性来说，这是生命不能承受之轻的无法言说。

所以，在解构男权中，女性凝视是另一种形式的反击。相比男性对女性的身体关注，女性更多地社会地位、经济状况以及生活习惯等方面全面审视男性。根据女性的观察，一名男子是否堪称“优秀”，往往取决于其能否满足“好男人”的社会标准。相貌不能令凝视主体满意的男性是“油腻男”、“猥琐男”，经济实力不能令其满意的男性是“屌丝男”、“软饭男”，性能力不能令其满意的男性是“牙签男”、“金针菇”，不愿做供养者的男性是“小气男”、“鸡贼男”，无法对凝视主体无条件顺从和讨好的男性是“直男癌”，如果男性干脆拒绝凝视主体的凝视，那就是“男权”。从朋友圈到微博，甚至在正规新闻中，许多男性作为被凝视的客体，大量的女性作为凝视的主体，在男性身上满足了窥视和审判的快感，体验了掌握话语权的优越感。在这种情况下，部分男性开始迎合女性目光下的社会规范，“耙耳朵”、“怕老婆”、“绅士风度”、“上进心”、“大方”、“舍得花钱”等成为他们的优良品质。男性形象开始趋向于温顺又多金的供养者，他们通过女性视角来反思自我、调整自我，时刻要求自己符合女性要求的形象。他们对女性审视的依赖越来越强，以至于失去了对自我的认同感，将女性视角作为他们评判自己的标准，如同被凝视的女性那样。

“男性也会说：你们反过来凝视我们呀。但实际上他们把这当做玩笑话来讲，因为大多数时候显然女性没有能力成为施暴方，所以即使是男性认为‘你们可以反过来凝视我们’，事实上也不会存在这种平等的凝视，女性无法像男性凝视我们一样凝视他们。这个不对等的根源就是两性生理上的力量差异和社会观念对于他们约束的不同。解决不了这些问题，永远不可能有真正的‘女凝’。”（战斗小龙的笔记内容）

“能反制男性凝视对等的是 gay 对他们的凝视，比如一个比他高比他壮的人对男的说：你的喉结真漂亮，摸一下应该很舒服吧。所以很多男的才会说什么怕被 gay 喜欢，他们害怕自己成为客体。”（女性摆脱 Dang 负羞辱了吗的笔记内容）

尽管在当今社交媒体平台上，女性明显具备成为“看者”的能力与可能，但在现实生活中，女性仍然在诸多方面受到偏见和歧视，因此，这种在社交媒体上的“看者”身份实际上并不能真正改善她们所面临的困境，只能给她们带来短暂的想象中的慰藉。<sup>①</sup>同时，女性凝视容易转化为女性仇视，从而搭建起男女性别二元对立的壁垒。或许我们应该做的是以女性独特的生命经验去解构男权，构建起多元、包容、流动且充满女性力量的世界，而非局限于强弱角色的定位与划分。

## 4.2 影响审美话语转向的因素探讨

审美作为一种主观化的感知及评价方式，每个人都有独特的审美观点和偏好。而审美观念并非独立形成的，它受到外界因素的塑造和影响。社会文化背景、各类媒体和广告、个体经验与情感经历都在不同程度上改变着女性的审美观。

现代女性审美观念的演变历程可谓是从狭隘、闭塞逐步演变为开放、多元，又由被动接受转变为积极探索的过程。这些变化既反映出女性在整个社会中的地位 and 角色正在发生深刻转变，同时也是她们对于自我价值体现与幸福生活追求的反映。当前，我国女性审美话语的转向搭载着社交媒体的时代列车，与女性主义思潮相互碰撞，与我国日益蓬勃的经济发展和 社会进步要素紧密相扣，呈现出形式多样、广泛社会动员力等鲜明特点。

### 4.2.1 国家制度引导健康审美

从身体社会学角度分析，身体具备双重特性。首先，个体身体无法忽视其生物性特征，即作为自然生命的物质实体，满足生存所需；其次，身体的社会属性因独特的符号象征意义而凸显，这类观点是随着社会不断演进而逐步形成的。因此，对女性身体美的评价受相应历史背景及社会环境的限制和塑造。当今人类社会已经步入崭新的历史阶段，女性群体开始摒弃以往附属男性的观念，致力于寻求身体的解放和自我价值的重新定义。随着当代经济文化繁荣，

<sup>①</sup>彭兰. 媒介化, 群体化, 审美化: 生活分享类社交媒体改写的“消费”[J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2022, 44(9): 129-137.

女性个体拥有更强的经济实力和更开放的思想，可以自主表达情感，这种转变也使女性的身体审美观念产生了多元化演变的趋势。

全民健身制度的广泛推广和深入人心，树立了以科技锻炼塑造身心健康及美好生活的社会主流导向。自新中国建立后，国家对体育政策作出调整，从倡导强健体魄为社会主义建设服务转向关注“健康生活方式的培养”。政府特别强调女性群体是全民健身计划的主要关爱对象，尤其指出“女子体育应以维护身心健康，提升生活质量为主旨”。在全民健身活动逐步稳固、规范和常态化的趋势下，愈来愈多的女性加入了健身大军，其目的在于改善体质，实现科学健康的生活模式。

与此同时，国家有关部门近年来一直在整治医美乱象，国家卫健委等部委多次联合打击非法医疗美容服务。针对治理医美广告问题，相关部门已经提出了首项具体措施，重点打击那些违背社会公序良俗，制造外观焦虑的行为。例如，人们的外貌遭不佳时，往往被错误地归咎于诸如“智力低下”、“懒散”、“贫困”这些贬义词；相反，外貌出众则常被误解为“高综合素质”、“勤劳”和“成功”的象征。由此，在中国经济和社会深度变革且全球经济交流日益丰富之际，女性审美文化经历了显著的现代化和个性化转变。她们开始主动选择自己的审美方式，不再仅仅顺从主流。那种充满强烈自我主张和独立意识的中性美和身体美等审美诉求，显然是对主流审美观念的一种挑战。现阶段女性审美文化的开放、张扬及多元化特性恰恰反映出此类文化形态丰富多样并蓬勃发展的现状。

#### 4.2.2 媒体平台担起导向责任

习近平总书记曾在文艺工作座谈会上强调，追求真善美是文艺的永恒价值。艺境的至臻归于触动人心，净化灵魂，揭示自然与生活乃至心灵的美。文化娱乐业作为社会审美的定向器和指针，从业者应负有重任，以对美的严正态度保持公正的价值观，推崇高雅、健康之审美观，摒弃庸俗审美。各类媒体应持高度责任感，担起审美观念传递、审美形象建立以及社会健康审美风气践行之责。

近几年来，关于女性议题的话题在各类媒体平台上相当火爆，其讨论程度

达到了前所未有的高度。从《都挺好》女主角苏明玉的经历引起了广大观众的强烈关注与深切共鸣，到《三十而已》、《二十不惑》等女性群体生活题材的电视连续剧成为荧屏上的焦点之作，在众多女性议题中，女性身材焦虑无疑是尤为突出且不容忽视的重要话题。例如，大张伟在《脱口秀大会》中说到：“就女的瘦这事儿是谁说的？是不是因为杂志上一直在说女孩一定要瘦？办杂志跟设计女装的那帮男的不喜欢女的你明白吗？”电影《芭比》的片尾，创始人露丝·汉德勒挽着芭比的手，一脸慈爱地说：“你不会觉得创造芭比的人就会看起来和芭比一样吧？我身高1米5，做了双乳切除手术，我有财务问题，被国税局起诉，离开了自己一手创立的公司。”虽然她给很多女孩一个公主梦，但她却不是生活在梦幻里。她是一个真实的、复杂的人，有着大众眼中并不完美的身材，但依然不影响她受人爱戴和敬佩，也不影响她爱自己的身体。

小红书平台也曾是散播身材焦虑的主流社区，但现在这个社区中#身材焦虑#和#拒绝身材焦虑#两个话题呈现出势均力敌的态势。身材焦虑话题能够在小红书平台大肆渲染，而后又遭到抵制的很大一部分原因在于其相对公平的流量机制、监测机制和用户自主选择机制。首先，在小红书平台中，任何笔记被展示的几率是相对公平的，只要笔记内容不存在违规现象，那么无论是达人笔记还是素人笔记，在展示规则上基本都是公平的。其次，小红书平台限制人工干预流量的情况。在小红书平台中，一篇笔记权重的高低是由笔记本身的内容、图片质量、账号质量和站外流量、推荐流量和搜索流量来共同决定的。作为平台的小红书平台会进行检测，一旦发现人工干预流量的情况就会清除相应笔记。同时，平台也会对一些规定的敏感词汇进行监测，有时候只是因为一个小小的词语就导致整条笔记违规，并被平台限流。可以说，在众多社交媒体平台中，小红书平台的平台规则最严格的。最后，小红书平台专门设置了“不感兴趣”和内容反馈按钮，这在一定程度上给予了用户自主选择的权利。用户可以将不感兴趣的内容进行及时清除和反馈，甚至可以拉黑相应笔记的主人，平台的推送机制则会根据用户的操作减少该类型笔记的推荐。这样的平台机制有利于在最大程度上维护社区秩序、提升内容质量和保护用户权益。这对于用户追求个性审美和多元审美也是大有裨益的。

### 4.2.3 女性群体提升自我认同

舒斯特曼指出，虽然身体美学关注的重点在于身体外在形态及其标准化要求，但是更为深刻的含义则在于研究和探索身体本身所具备的功能。他认为，情感、思维以及欲望等心理活动皆为身体通过感官感知外部世界而产生的自然反应，要实现对自我的关注和关爱，我们必须承认并坦然面对我们身体的情感和欲望。因此，要塑造完整的身体美观念，深入挖掘内在感性认识至关重要，特别是在提升身体自由度方面。美感的灵魂在于身心的谐调交融，设定符合这一理念的审美观念时需依循这一原则，使形体外貌与其内在素质相映成趣，以达到内外兼优，从心灵深处确认自身体形之美的地位。如今，越来越多的反抗话语和图像在社交媒体平台上广泛传播，这无疑有助于推动那些身体认知失调的女性重新审视自己的身体，引导她们接受不完美的身体自我并赋予积极意义；话语标签下集结而成的“对抗性”群体成员间互相赞美彼此的身体，鼓励女性采取行动反击“瘦即是美”的观念，以此提升自我认同。

当代女性逐渐意识到，媒体所推崇的“完美身材”本就是虚幻又难以企及的，在经历了长久的对比与焦虑中缓过神来，决心做自己身材的主人。身材的塑造更多是出于对“自我期望形象”的追求而非仅仅遵循所谓的“应有的样子”。她们成功地摆脱了身材焦虑的困扰，但同时并不纵容自己的身体走入肥胖的极端。她们努力弱化对外形的关注程度，更加重视身体的健康运作机制，所有关于身体的思考和处理方式都围绕着健康这一核心展开。她们深知并接受身体是自我不可或缺的组成部分，感激它为我们提供了生命活动所需的各种机能，以满足当下的生活需要。

女孩们说：“高矮胖瘦并不应该成为定义一个人的标准，要知道我们每个人都是独一无二的个体。不要让外界的标准成为我们的枷锁，我们要学会与自己和解，接受那个不完美的自己。一味的迎合别人的眼光只会让自己反复进入一种恶性循环。如果你以我身体为由嘲笑我，那么我也想告诉你，你对我的百般注解和识读并不构成万分之一的我，却是一览无遗的你。”

## 5 社交媒体语境中拒绝身材焦虑的归因分析

### 5.1 小红书平台女性身材话语转向的解读

“拒绝身材焦虑”一词本身就由负面词汇组成，但在小红书平台#拒绝身材焦虑#这个话题中，近半数的情绪词是中性或正面的，表明在这个“否定+否定=肯定”的语境中，有近一半用户希望获得和传递正向的情绪价值。这既有摆脱身材焦虑束缚的冲动，又有时代发展大潮冲击下的迷茫。

#### 5.1.1 消费浪潮下的自我觉醒

时代的洪流瞬息万变，消费主义如潮水般汹涌，无尽的攀比被视为人生意义的象征。然而，如今一股“消费降级”的思潮正悄无声息地转变着人们对生活的态度，越来越多的人开始从消费噪音中清醒，重新审视和定义自我价值。

在过去，女性被消费主义所蒙蔽，对身材的理解变得模糊而片面，如今，越来越多的人跳出消费主义的陷阱，开始接纳现实。她们明白好身材的本质并非舞台上的光鲜，而是舞台下的真实与直接。根据埃森哲的数据，中国有近4亿年龄在20-60岁的女性消费者，如果按照人口数量来计算，她们足以构成世界第三大经济体，每年掌握着高达10万亿人民币的消费支出，体量接近德国、法国和英国零售市场之总和。女性消费者一面在不断塑造新的市场，一面也在不断被新技术和新经济重新定义。最显而易见的变化就是不断“升级”的消费观念。埃森哲出品的《中国消费者洞察》显示，新一代女性用数字和体验完成了“自我关注、自我取悦”的进阶修炼，她们持守“正念消费主义”，更关注抽象的品牌背后具体的人物、时间、呈现的内容和价值观，不管是推广还是零售，当代女性更倾向于看见开放透明的台前幕后，而不是面无表情的职业空壳与冠冕堂皇的营销文案。

女性摒弃了对身体进行无尽改造的观念。她们无需透过服饰、妆容、整形等手段以迎合社会期望，成为人们眼中欲望化身的“商品”。女性试图跳出理想



身材和物品相关联的圈套中，她们拆穿媒体和广告主塑造的完美身材形象，对女性好身材的定义呈现多元化，体现出女性自我意识的觉醒。

### 5.1.2 女性主义引领下的身体解放思潮

女性主义的核心在于倡导女性权益平等，旨在推进社会改革与进步。自上世纪八十年代起，女性主义逐渐显露为一项全球化趋势与运动，致力于消除社会对女性的偏见和刻板印象。女性主义观念的涌现及其蓬勃发展推动了我国女性身体自主权的释放。

波伏娃主张女性身体应成为女性获取自由的独特背景和媒介，而非仅作为一种预设和局限性的特征。<sup>①</sup>因此，邀请众多女性积极投身于社交媒体上关于真实身材展示的活动，对于女性身体的解放具有深远的影响。因为真正的女性文化必然取决于女性集体的崛起和发言权的确立。目前社会中部分女性通过社交媒体发出了反对“理想身材”和“白幼瘦”的强烈呼声，这无疑为那些渴望挣脱社会规范束缚的其他女性提供了一个开放的沟通平台，极大地促进了她们追求真实自我的意愿。<sup>②</sup>女性们正在逐步突破社会对女性形体设定的固有规范与期待，在展演真实身材的过程中以更加健康多元的形象建构女性身材，实现女性对“身体形象多元化建构”议题的探讨，提升女性在网络空间中的话语权，将更多的注意力聚焦于自身内在，通过主导自己的身体审美逻辑来反抗社会微观权力的规训。

一部分女权主义学者主张，女性身体建构研究需紧密贴合日常生活，深入剖析其中所蕴藏的权力结构及运行方式，以助力女性主体意识觉醒和自我解放。此外，他们认为瘦身话语实则为男性审美标准对女性的强制性灌输，每位女性都应有深刻认知并自觉抵抗这种扭曲的社会现象。例如，知名女性主义学者纳奥米·沃尔夫就曾尖锐批评 90 年代美国女性普遍陷入过度关注身体外在美，追求时尚，忽视实际健康状况的极端趋势。这些理论推动了女性主义对女性身体政治的研究，同时引导众多女性逃离减肥话题之囹圄，寻求全新的个人发展。说到底，女性主义一直都是一场突破性别角色的约束——它需要我们去

<sup>①</sup> 王玉珏. 朱迪斯·巴特勒身体政治学理论研究[D]. 南京大学, 2012.

<sup>②</sup> 常亚金. 规训视角下健身视频对女性身体形象建构的影响研究[D]. 兰州大学, 2023.

探索更多的自我可能性。真正的女性独立是希望女性能够有自己的价值判断：知道自己想成为怎样的人，并且有能力、有勇气去实现。

无论是何种理论的引领，女性身体解放的思潮和行动是很有必要的。它能够让女性在社会和文化意义上获得平等的自由和权利，同时增强女性对自己身体和性行为的认识和自主控制，也有利于打破刻板印象，推动女性和男性在性别观念上的平等。同时，通过身体解放，女性能够获得更多的社会参与和表达机会，发展出多样化和非传统的性别身份。

## 5.2 推动拒绝身材焦虑的建议与策略

容貌与身材是我们每个人与生俱来的基础属性，我们并不需要为与生俱来的东西而焦虑。女性不应该被定义为她们的身体形态，她们应该被尊重并赋予自由选择自己的外貌和形象的权利。因此，我们应该积极拒绝这种身材焦虑的文化，展现女性自信大胆的生活。

### 5.2.1 塑造积极健康的身体意象

Avalos 等学者首次阐述了积极身体意象的四个组成部分，即对身体的整体赞许（不考虑外观）；接受所有的身形容貌（从体重到缺陷等）；尊重并注意身体保健；抵制不良文化影响，如媒体倡导的美丽标准。这些元素使得个体可以欣赏他们身体的每一个细节及其功能；充分认可和赞美自己的身体，不论是与社会期待相符还是相反；体验愉悦、满足、信心和快乐；尊重自身特点并保持健康生活方式；消化有益信息而隔离或逆转有害的信息。因此，引导个体树立积极的身体意象显得尤为重要。

塑造积极的身体观念应从以下几方面着手：认知层面的干预以调整认知冲突；注重身体机能与功能的提升；增强个体自我意识。针对认知失调，可采纳针对性的解决方案，通过引导参与者公开抵抗“身材焦虑”的思潮从而推动积极观念的形成。身体机能主要表现在身体能力、身体健康状况及其内在运作机制等多方面，同时也包含了富有创新性的努力实践。身体功能可以包括身体能力，健康和内部的身体过程，以及创造性的努力。关注身体功能可以通过转移

对身体外表的关注来帮助促进积极的身体，<sup>①</sup>提升女性审美定位使得她们能挑战主流审美。当面对不符实际的身体描述时，女性应批判外部标准，而非质疑自身体型。同时，积极塑造身体形象需借助行为实践来实现。科研数据显示，实践能有效提升身体积极性，相应地，良好的身体形象有益于身心健康，推动身体和精神的协调发展。<sup>②</sup>体育运动为个体构建同自我身体间更为密切且赞赏的联系提供了可能。研究显示，相较于非运动员，参加运动训练的学生往往具有更高的身体及机能欣赏水平。

### 5.2.2 创建多元审美的社交话语空间

追求美感自由乃人性本能之一，寻求审美共鸣亦是自然行为。基于共通审美观构筑的社区，因为相对弱化了传统经济文化的影响，呈现较少权力色彩和更具民主的氛围。<sup>③</sup>所以社交媒体应当鼓励或至少容忍各种类型的审美群体的发展。

社交媒体提供了建构女性话语的场所。通过在社交平台搭建女性社群，人们将焦点转向这一群体，聚焦于女性主题及其生活方式和价值观，进一步为女性构建专属的话语空间。但身陷身材焦虑的女性往往容易忽略这庞大的社交网络是由算法技术支撑的，那些符合大多数人视觉价值和审美风向的作品更容易得到其他用户的青睐和平台的流量推送。对此，媒体应该及时发声，引导社会进行深入的讨论，如“拒绝身材焦虑”、“我爱我身上的每一块肉”等主题分享，让人们乐于关掉滤镜，展示真实的身材与样貌。我们每个人都应该知道“你不必非得长成玫瑰，你乐意的话，可以做茉莉、做雏菊、做无名花、做千千万万。”

值得注意的是，我们应当反思并改变我们在社交话语中使用的词汇和表达方式，避免使用贬低、歧视或偏见的词语。通过鼓励积极、尊重和包容的言论，可以打破对身体形象的刻板印象，让每个人感到被接纳和尊重。社交媒体

<sup>①</sup> Voelker, D. K., Petrie, T. A., Huang, Q., & Chandran, A. Bodies in motion: an empirical evaluation of a program to support positive body image in female collegiate athletes[J]. *Body Image*, 2019, 28: 149-158.

<sup>②</sup> Menzel, J. E., Thompson, J. K., & Levine, M. P. Development and validation of the physical activity body experiences questionnaire[J]. *Bulletin of the Menninger Clinic*, 2019, 83(1): 53-83.

<sup>③</sup> 常江, 王雅韵. 审美茧房: 数字时代的大众品位与社会区隔[J]. *现代传播(中国传媒大学学报)*, 2023, 45(01): 102-109.

可以引导用户使用积极正向的标签，例如#做自己#、#女性成长#、#女性力量#、#我想成为的女人#等。

### 5.2.3 创新和发展马克思主义女性解放理论

女性主义诸多议题与现实生活中的女性境遇紧密相连。因此，每项研究必须兼顾理论的现时性及其蕴含的前提性假设。然而，当前针对女性主义的研究却仅限于解决现实层面存在的问题，未能将之视为人本的全面发展与自我实现的整体抉择，缺乏将女性主义问题置于全人类形而上学精神追求这一宏大背景下进行考量的理论意识和实际意义，这构成了女性主义最为深远的问题。进一步而言，研究者需关注女性主义理论与实践两个层面的核心要素。首先，妇女运动的主要目标是变革性别不平等待遇，学术研究必须在此共识之上深化；其次，批判男权制和男性中心主义并非为了追求所谓的男女对立，而是落实两性在社会、政治、艺术等领域的和谐并存。

通过不断革新和发展马克思主义革命理论中关于女性解放的理论，我们有望纠正当前对女性身体的肤浅认识，从而更深入理解女性本质。马克思主义革命理论为女权主义提供了至关重要的思想基础。其阶级划分理论清晰呈现出文明社会中的不公及阶级剥削现象，呼吁所有被压迫者为自由公平而战，并勾画出共产主义的未来蓝图。马克思主义指出，要将妇女解放运动与无产阶级解放运动紧密结合，二者具有高度一致性。西方女性主义专家如知名美国学者 Joan Scott 与 Joan Kelly-Gadol 等均源于马克思学派。马克思关于人类社会的研究以及对性别议题的剖析分两条线索进行：其一，关注物质生产活动，重视人类主体，依托历史事实，解读妇女地位变迁历程及其解放条件。其二，矢志于以社会发展趋势探讨女性问题，强调妇女的成长与全人类的解放密不可分。<sup>①</sup>可以说，马克思和恩格斯的女性主义理论堪称引领未来女性主义发展的重要指南。<sup>②</sup>

<sup>①</sup> 乔蕊琳. 女性主义的后现代转向与新型女性文化的建构[D]. 黑龙江大学, 2023.

<sup>②</sup> 鲍美珠. 女性主义的马克思主义[M]. 重庆: 重庆出版社, 2008: 170.

## 6 结 语

本文对小红书平台中“拒绝身材焦虑”话题相关内容进行文本分析，对相关女性用户进行深度访谈，发现女性群体在社交媒体中对“完美身材”的话语呈现出由规训转向挣扎与抵抗的趋势。这是由国家制度引导健康审美、媒体平台担起责任和女性群体接纳自我等多种因素共同作用的结果。

身材焦虑这个问题其实是一件无的放矢的事情，会让自己陷入负面的死循环却又无能为力。它本身就是一群有权制定规则的人所创造的一个陷阱，一旦开始身材焦虑就会陷入他们的落网之中。要避免这些焦虑陷阱就需要不断地审视自我和认知世界，比与容貌和解更有价值的是与容貌下的“本我”和解。

“审美多元”并不是一句口号，一种政治正确，也不是一种精神束缚，它是由心底里认可的一种理解世界的形式。多元化的审美观，并不是抓住一种小众审美观不放，然后以高人一等的姿态去唾弃其他的主流审美。它强调的是“包容”——虽然自己不喜欢，但也理解并尊重不同形态“美”的存在。面对各种观念不断输入的当下，我们需要具备足够的独立思考和判断能力，才能够在繁杂的信息长河中选择到真正有价值的东西并对其持辩证态度。

本研究仍需改进之处，首当其冲的在于身体建构理论既广博又复杂，该研究主要探讨传播学主题，因此运用身体理论的高度稍显不足。其次，本论文的研究重点在小红书平台女性用户群体以及#拒绝身材焦虑#话题相关的文本数据。由于小红书市场规模庞大且数据持续演变，样本选取难免受限制。最后，本文的研究对象和访谈对象为女性，未涉及男性，具有局限性，未来研究可以考虑细分研究对象类型，丰富理论支撑，提升研究深度。

## 参考文献

### （一）中文文献

#### （1）专著类

- [1] 鲍美珠. 女性主义的马克思主义[M]. 重庆:重庆出版社, 2008:170.
- [2] 布莱恩·特纳. 身体与社会[M]. 马海良等译. 春风文艺出版社, 2000:85.
- [3] 郭硕博. 福柯的生存美学思想研究:从“关怀自身”到女性主义[M]. 中国社会科学出版社, 2017:120.
- [4] 克里斯·希林:《身体与社会理论》[M], 李康译, 北京大学出版社, 2010:3-14.
- [5] 李银河. 女性权力的崛起[M]. 北京文化艺术出版, 2003:114.
- [6] 米歇尔·福柯. 规训与惩罚:监狱的诞生[M]. 刘北城, 杨远婴译. 北京:三联出版社, 1999:169.
- [7] 萨特. 存在与虚无[M]. 陈宣良等译. 生活·读书·新知三联书店, 1997:374.
- [8] 让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢译. 南京大学出版社, 2000:120.
- [9] 约翰·奥尼尔:《身体形态——现代社会的五种身体》[M], 张旭春译. 春风文艺出版社, 1999:90.

#### （2）期刊论文类

- [1] 本刊讯. 减少社交媒体使用量可显著改善年轻人的形象[J]. 数据分析与知识发现, 2023, 7(04):100.
- [2] 曹博林. 社交媒体:概念、发展历程、特征与未来——兼谈当下对社交媒体认识的模糊之处[J]. 湖南广播电视大学学报, 2011(3):65-69
- [3] 常江, 王雅韵. 审美茧房:数字时代的大众品位与社会区隔[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023, 45(01):102-109.
- [4] 陈琳. 女性反身材焦虑话语呈现与行为研究——以微博平台为例[J]. 新媒体研究, 2022, 8(14):61-63+104.
- [5] 陈文联. 从依附走向自主:近代中国女性主体意识觉醒的历史轨迹[J]. 湖南涉外经济学院学报, 2005, 005(002):45-49.

- [6] 丁未. 新媒体赋权:理论建构与个案分析——以中国稀有血型群体网络自组织为例[J]. 开放时代, 2011(01):124-145.
- [7] 冯剑侠. #看见女性劳动者#:新冠疫情中的女性自媒体与话语行动主义[J]. 新闻记者, 2020(10):32-44.
- [8] 孙琬君. 男性凝视的颠覆与女性观看空间的创造——大众文化下女性角色的建构与解构[J]. 世界美术, 2006(3):7.
- [9] 李俊一, 尹清, 沈先昕. 性客体化经历对女性自我客体化的影响:被调节的中介模型[J]. 中国临床心理学杂志, 2015, 23(6), 1089-1093.
- [10] 刘显翠, 周爱保. 以身心创幸福:促进积极身体意象的策略[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, 43(06):213-220.
- [11] 梅琼林. 视觉文化传播时代的审美化生存[J]. 文艺研究, 2008(06):13-20.
- [12] 彭兰. 媒介化, 群体化, 审美化:生活分享类社交媒体改写的“消费”[J]. 现代传播:中国传媒大学学报, 2022, 44(9):129-137.
- [13] 冉华, 刘瑀钜. 理想建构抑或算法规训——年轻女性习惯性自拍编辑行为的质性考察[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2021, 35(06):154-160.
- [14] 宋素红, 朱雅琪. 社交媒体使用与女性负面身体意象的关系研究[J]. 当代传播, 2019(06):29-34+38.
- [15] 田甜. 社交媒体与女大学生的“理想美”建构研究[J]. 中国青年研究, 2023(06):94-102.
- [16] 徐同谦, 晏圣古. 中国大学生运动社交媒体使用调查及其对运动卷入度与身体自尊的影响研究[J]. 中国媒体发展研究报告, 2016(00):279-290+304-305.
- [17] 王育红, 于风. 媒体镜像对女性美的扭曲——从“A4腰”“i6腿”谈起[J]. 青年记者, 2017(17):14-15.
- [18] 王玉慧, 谢笑春, 陈红, 雷雳. 女性身体意象失调:社交网站的影响及作用机制[J]. 中国临床心理学杂志, 2017, 25(06):1079-1082+1087.
- [19] 杨蕾, 徐华女. 客体化媒体信息对女性自我客体化和身体羞耻感的影响[J]. 中国临床心理学杂志, 2016, 24(05):788-794+799.
- [20] 杨向荣. 身体的审美反思及其审美之道建构[J]. 社会科学文摘, 2022(07):58-60.

- [21] 曾丽红, 叶丹盈. 美妆视频对女性身体意象态度的影响[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(03):133-140.
- [22] 曾丽红, 叶丹盈, 李萍. 社会化媒介赋权语境下女性“能动”的“可见性”——兼对B站美妆视频社区的“可供性”考察[J]. 新闻记者, 2021(09):86-96.
- [23] 赵云泽, 张竞文, 谢文静等. “社会化媒体”还是“社交媒体”?——一组至关重要的概念的翻译和辨析[J]. 新闻记者, 2015, (06):63-66.
- [24] 郑盼盼, 吕振勇. 自我客体化对女性心理健康的影响及其机制[J]. 心理科学进展, 2015, 23(1):93.
- [25] 周宪. 福柯话语理论批判[J]. 文艺理论研究, 2013, 33(01):121-129.

### (3) 学位论文类

- [1] 常亚金. 规训视角下健身视频对女性身体形象建构的影响研究[D]. 兰州大学, 2023.
- [2] 邓靓琪. 社交媒体使用对女性自我客体化的影响[D]. 华中科技大学, 2019.
- [3] 郭婧祎. 社交媒体中体型符号对女性体型审美影响研究[D]. 郑州大学, 2021.
- [4] 黄倩. 小红书平台女性“理想身材”的媒介化呈现研究[D]. 西南大学, 2023.
- [5] 黄子妍. 社交媒体使用对女大学生外貌焦虑的影响研究[D]. 上海外国语大学, 2021.
- [6] 孔德男. 女性主义关于女性身体建构的批判与反思[D]. 长春: 东北师范大学, 2010.
- [7] 孔怡. 社交媒体对大学女生身体意象的影响研究[D]. 浙江大学, 2014.
- [8] 乔蕊琳. 女性主义的后现代转向与新型女性文化的建构[D]. 黑龙江大学, 2014.
- [9] 王晨迪. 被动性社交网站使用对相貌负面身体自我的影响[D]. 西北师范大学, 2020.
- [10] 王瑶瑶. 媒介镜像与现实思考[D]. 山东师范大学, 2022.
- [11] 王玉珏. 朱迪斯·巴特勒身体政治学理论研究[D]. 南京大学, 2012.
- [12] 赵阳. 欲望与权力: 抖音男性身体展演类短视频中的性别化凝视[D]. 北京外国语大学, 2023.

### (4) 报纸类



- [1] 吴楠, 赵徐州. 人类社会现代转型中的女权主义[N]. 中国社会科学报, 2017-04-18(001).

## (二) 外文文献

### (1) 专著类

- [1] Antony Mayfield. What is social media [M]. iCrossing.2007:5.
- [2] Berger J. Ways of seeing[M]. Penguin UK, 2008:46.
- [3] Calogero R M, Tantleff-Dunn S E, Thompson J. Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions[M]. American Psychological Association, 2011:119-138.
- [4] Grogan S. Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children[M]. Routledge, 2017: 39.
- [5] Kristeva J. Revolution in poetic language[M]. Columbia University Press, 1984:278.

### (2) 期刊论文类

- [1] Avalos, L., Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. The Body Appreciation Scale: Development and psychometric evaluation[J]. *Body Image*, 2005(3):285-297.
- [2] Burkley, M., Burkley, E., Stermer, S. P., Andrade, A., Bell, A. C., & Curtis, J. The ugly duckling effect: Examining fixed versus malleable beliefs about beauty[J]. *Social Cognition*, 2014: 32.
- [3] Cash T F. Body Image: Past, Present and Future[J]. *Body Image*, 2004, 1(1): 1-5.
- [4] Castonguay A L, Brunet J, Ferguson L, et al. Weight-related actual and ideal self-states, discrepancies, and shame, guilt, and pride: Examining associations within the process model of self-conscious emotions[J]. *Body Image*, 2012, 9(4): 488-494.
- [5] Clark-Parsons, R. Not Buying It: Hashtag feminists expand the commercial media conversation[J]. *Feminist Media Studies*, 2014, 14(6):1108-1110.
- [6] Dimas M A, Galway S C, Gammage K L. Do you see what I see? The influence of self-objectification on appearance anxiety, intrinsic motivation, interoceptive awareness, and physical performance[J]. *Body Image*, 2021(39): 53-61.

- [7] Evans, P C. "If only I were thin like her, maybe I could be happy like her": The self-implications of associating a thin female ideal with life success[J]. *Psychology of Women Quarterly*,2003(27): 209-214.
- [8] Fardouly J, Vartanian L R. Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns[J]. *Body image*, 2015(12): 82-88.
- [9] Fredrickson B L, Roberts T A. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks[J]. *Psychology of women quarterly*, 1997, 21(2): 173-206.
- [10] Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Noll, S. M., Quinn, D. M., & Twenge, J. M. That swimsuit becomes you: sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance[J]. *Journal of Personality & Social Psychology*, 1998,75, 269-284.
- [11] Frith, K. T., Shaw, P., & Cheng, H. The construction of beauty: A cross-cultural analysis of women's magazine advertising[J]. *Journal of Communication*, 2005:55, 56-70.
- [12] Hart E A. Leary M R, Rejeski W J. The Measurement of Social Physique Anxiety[J]. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 1989, 11(1):94-104.
- [13] Hawes T, Zimmer-Gembeck M J, Campbell S M. Unique associations of social media use and online appearance preoccupation with depression, anxiety, and appearance rejection sensitivity[J]. *Body Image*, 2020(33): 66-76.
- [14] Jankauskiene, R., Baceviciene, M., & Trinkuniene, L. Examining body appreciation and disordered eating in adolescents of different sports practice: cross-sectional study[J].
- [15] Menzel, J. E., Thompson, J. K., & Levine, M. P. Development and validation of the physical activity body experiences questionnaire[J]. *Bulletin of the Menninger Clinic*, 2019,83(1):53-83.
- [16] Myers T A, Ridolfi D R, Crowther J H, et al. The impact of appearance-focused social comparisons on body image disturbance in the naturalistic environment: The roles of thin-ideal internalization and feminist beliefs[J]. *Body image*, 2012, 9(3): 342-351.

- [17] Nolen-Hoeksema S, Morrow J, Fredrickson B L. Response styles and the duration of episodes of depressed mood[J]. *Journal of abnormal psychology*, 1993, 102(1): 20.
- [18] Pidgeon, A., & Harker, R. A. Body-focused anxiety in women: associations with internalization of the thin-ideal, dieting frequency, body mass index and media effects[J]. *Open Journal of Medical Psychology*, 2013(2):17-24.
- [19] Piran, N. New possibilities in the prevention of eating disorders: The introduction of positive body image measures[J]. *Body Image*, 2015(14):146-157.
- [20] Rogers E M, Singhal A. Empowerment and communication: Lessons learned from organizing for social change[J]. *Annals of the International Communication Association*, 2003, 27(1): 67-85.
- [21] Schilder, Paul. The Image and Appearance of the Human Body[J]. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 1936, 83(2):227-228.
- [22] Slade P D. What is Body Image? [J]. *Behaviour Research & Therapy*, 1994.32(5): 497-502.
- [23] Szymanski D M, Henning S L. The role of self-objectification in women's depression: A test of objectification theory[J]. *Sex roles*, 2007(56): 45-53.
- [24] Tiggemann M, Kuring J K. The role of body objectification in disordered eating and depressed mood[J]. *British Journal of Clinical Psychology*, 2004, 43(3): 299-311.
- [25] Tiggemann M, McGill B. The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction[J]. *Journal of social and clinical psychology*, 2004, 23(1): 23-44.
- [26] Voelker, D. K., Petrie, T. A., Huang, Q., & Chandran, A. Bodies in motion: an empirical evaluation of a program to support positive body image in female collegiate athletes[J]. *Body Image*, 2019(28):149-158.
- [27] Zimmer-Gembeck M J, Rudolph J, Webb H J, et al. Face-to-face and cyber-victimization: A longitudinal study of offline appearance anxiety and online appearance preoccupation[J]. *Journal of youth and adolescence*, 2021: 1-13.

## 附录 1：访谈提纲

1. 您在小红书平台上看到的明星或者网红的身材如何？
2. 您认为小红书平台等社交媒体中的女性体型普遍如何？
3. 您会受到外界环境的影响而试图改变自己的身材吗？
4. 您认为现实生活中正常女性的体型应该是怎样的？
5. 您认为的好身材是怎样的？
6. 您介意别人评价或指点你的身材吗？
7. 您因为身材而感到焦虑过吗？
8. 您如何缓解自己的身材焦虑？
9. 你会选择什么方式表达你对美的理解？
10. 从您自身感受出发，你觉得目前小红书平台里有关女性身材的笔记或者评论友好吗？
11. 您认为小红书平台在反对身材焦虑这一话题上起到了怎样的作用？

## 附录 2：受访者情况一览表

序号	受访者	年龄	地区	职业
1	WYX	28	长沙市	媒体人
2	ZL	25	中山市	学生
3	WX	25	成都市	教师
4	WQH	16	杭州市	学生
5	ZMM	27	北京市	公务员
6	QK	21	北京市	学生
7	LY	30	武汉市	自由职业
8	FQQ	26	成都市	企业职员
9	WZQ	26	福州市	健身教练
10	ZHW	28	贵阳市	公务员
11	FQX	27	简阳市	医生
12	HC	25	深圳市	媒体人
13	LDJ	25	厦门市	学生
14	YYJ	24	成都市	学生
15	DXL	31	北京市	医生
16	LZY	23	武汉市	学生
17	QJT	26	南京市	企业职员
18	JYN	29	泸州市	教师
19	FZ	27	西安市	企业职员
20	CC	19	太原市	学生

## 附录 3: #拒绝身材焦虑#话题文本 (部分)

序号	作者昵称	笔记评论数量	笔记内容	发布日期
1	ED5	597	推荐几款平时做得多的腿部训练运动十分钟运动时长短 难度系数小 在家轻松练 反正躺着也是躺着 不妨试试 拒绝身材焦虑 腿部塑形 腿部拉伸 理想身材 我的运动日常 新人博主 运动打卡 大长腿 拒绝焦虑 练腿 健身穿搭	2023/10/25
2	反作用力	1814	这家中性风的淘宝店铺必须推荐给大家 看看这个模特信息 立马就是要加购下单的 大多数店铺成片是好看的 但是不是好看又有参考性的 这家店铺在模特的选择上很有意思 瘦的胖的高的矮的都有 在推荐页的商品里脱颖而出 爱了爱了 淘宝 私藏店铺 中性风 微胖女孩穿搭	2023/6/5
3	糖果曼曼	2891	我说的是我自己 看到这个小姐姐的时候惊呆了 想明白了一件事 追求更好的自己没有错 但是真的要摆正心态 不要过度 拒绝病态 拒绝身材焦虑 身材焦虑 容貌焦虑身材焦虑 反身材焦虑 减肥要有良好的心态 健康生活 减肥 腿粗 更新了腿套小姐姐的男团舞 就录了这一段	2023/1/7
4	欧阳春晓 Aurora	587	曾经吃了没文化的苦 被女生体重不过百的畸形审美洗脑十几年 被体重焦虑绑架十几年 在节食挨饿 激素紊乱 暴食暴肥 催吐 节食挨饿的恶性循环中挣扎十几年 偏头痛姨妈紊乱多年七年前开始健身后疯狂学习营养知识 才终于自我救赎脱困成功 彻底摆脱秤上数字的束缚 开始关注体脂率 瘦体重 腰围和腰臀比这些真正和健康挂钩的因素 做健身教练后一直保持一百二十至一百二十五斤 一米六八 每天控制热量和尽量选择高蛋白食物的情况下想吃啥吃啥 从不忌口 不再泡健身房 把运动当完成任务和额外工作 而是做自己喜欢 感兴趣的运动 跳舞 钢管 瑜伽 骑自行车等等 平时有意识地保持正确的体态 抽空就做足弓 髋胯功能和柔韧性训练 从内而外变得健康 强大 明媚 自信 幸福 不断暗示自己遵循生物的本能 变强 提高命质量 而不是文化洗脑 瘦弱 降低生命质量 相信我 身材会自然而然达到基因能达到的最好形态 状态八月会给大家出一套十八天的重建足弓 髋胯功能提升 结合瑜伽柔韧增强的系统训练 感兴趣的崽崽们可以提前关注一下 见人不如健身 健身 腰臀比 身材焦虑 欧阳春晓沙漏腰	2023/7/9
5	奥特曼不相信光的存在	6437	今天老师夸我好漂亮腿好长呢 开心心 女孩子真的很容易满足的 多夸夸女孩子吧我的随手拍 每日穿搭 女生必看 穿搭 天蝎座	2023/3/2

序号	作者 昵称	笔记 评论 数量	笔记内容	发布日期
6	单眼皮的破蛋儿	2611	画画不易 未经允许禁止盗用 禁止盗用 如果我有儿子 我会带他看看现实生活中女孩们真实的动态美 而不是偏信网络上美颜滤镜后无法达到的扭曲美丽 如果我有儿子 我会教他欣赏理解不同身材女孩的美丽 而不是被网络格式化出来的审美裹挟 如果我有儿子 我会教她尊重支持女孩们的爱美权利 而不是用自己的审美或者道德去绑架她 如果你是个女孩 你只需要拒绝身材打压 保持快乐 这次的创意灵感来自匈牙利艺术家莱尼·莫纳尔的作品 保持自我美丽不被定义 微胖女孩 身材焦虑 自信 女孩话题 微胖女孩穿搭	2022/7/16
7	Heyyyy	684	首先 我不是女铜 其次 在抖音上看到直接迷恋对象的身材 好爱啊 希望大学毕业之前练成梦中情肌啊啊啊	2022/7/18
8	我是90斤大美女	656	不觉得饿 我的腰肢很细 体态很好 是那种远远看过去一眼大美女的感觉 我的腰臀比性感而不妩媚 我的腿有肉感但匀称修长 在现实中看着很美 我好爱这样的自己 我的高我感谢你给我这样完美的身材 减肥日常 显化 辣妹 梨形身材 辣妹日记 腰臀比 显瘦穿搭	2023/10/19
9	路遥	4811	一米七三 八十七斤 太瘦了确实不好看 显得不协调 真的是随随便便一米八既视感 别人瑜伽塑形 我的瑜伽是翘臀训练 噗 从小瘦到大 常有朋友让我多吃点 实际上我的饭量并不小 曾经有朋友推荐蛋白粉 考虑到我运动量不够最后没尝试 之前想美黑 晒了一周后 就特像营养不良 体重到一百零五斤左右我就很满意了 增肥 瘦	2022/4/17
10	十五好饿	648	健身之前我就是那种平板身材 很瘦 九十多斤 也没什么肉 接触了健身改变很大 所以想追求线条感的身材就去多做无氧 根本不会练几天就变成金刚芭比 见人不如健身 我的健身日常	2022/9/22
11	月季园	361	衣服只是衣服 再华丽的珠翠也生来就是附属 可只有人 永远是最鲜活且独一无二的个体 如果有人对你的身材有任何质疑或侮辱 不要去责怪自己 去跟那个人说 管好你自己吧 随笔 文案 身材焦虑 容貌焦虑	2021/10/5
12	生蚝世界	100	明星和网红是靠脸吃年轻饭的职业 且收入极高 所以她们花大量精力 财力和人力提高容貌 保持身材 从投入产出来看是很值得的 我们不从事这个职业 吃不到这个红利的人 何苦拿这种极端标准难为自己 图什么 亏不亏 外貌焦虑 身材焦虑 拒绝身材焦虑 网红 追星 整容	2022/3/20
13	上岸拿十万!	354	逛街看到一个身材巨好的辣妹 羡慕的泪水从嘴角流了出来 自从胖了之后腿上大大小小的纹根本数不过来 好久没有体会到穿短裙的感觉了	2023/9/6

序号	作者昵称	笔记评论数量	笔记内容	发布日期
14	不在佳	299	先说说我坚持下来的变化：体重下降了 马甲线也清晰可见 心心念念的腰臀比也拥有了 衣服尺码也小了一码 甜辣风的衣服也能驾驭得很好 整个人现在有种自信明媚的气场 全身黄气少了 皮肤干净顺滑了好多 我之前天天熬夜放飞自我 身材才开始走样 皮肤也出现好多问题 蜡黄 黑眼圈 小肚子 看着至少老五岁 每天都很焦虑 好在妈妈带我去看了中医 让我内调保养 坚持快一年啦 说下心得 很简单且易坚持 个人经验 仅供参考 戒掉熬夜，饮食清淡 戒掉熬夜后 一般二十三点前睡 真的立干见影 痘痘少冒了好多 还有饮食清淡 少油少盐少糖 可以很大程度帮助皮肤净化 全身会越来越干净的感觉 内调 去湿气 湿气重的姐妹需要先祛湿 四神汤 我没啥湿气 日常就吃吃山药粉健脾胃 感觉身体的津液真的充盈好多啊 胃口好很多 上厕所很规律 人也精神多了 纤美悠 薏仁胶囊 这个是内调之后吃得最久的一个了 小基数掉称不容易 光靠运动也会觉得很吃力 所以我就每天在早晚饭后吃三粒纤美悠 在提代谢的基础上帮助燃脂 不到两周感觉身体轻松一点了 掉称速度开始加快 同学都说我现在的的身材不穿都好看 好离谱 养肤 身材好了皮肤自然不能落下 熬夜脸黄长痘我都是喝的八珍粉 带有姜黄的八珍粉去黄气还是蛮好的 两盒喝完脸色看着干净不少 小脸蛋摸着光滑细腻的手感很好 运动 每周运动三到四次 根据自己的喜好和身体状况去选 我自己是比较喜欢游泳 每次游完都感觉特别放松特别爽 我始终认为健康的身材和皮肤比再贵的服饰饰品都显高级 内调是个长期的过程 坚持才有结果 算一种修行吧 内调 变美我熟 身材管理 灵感笔记 好身材 甜辣	2023/9/15
15	姗姗	4147	当戒糖开始的那一刻笑容就不见了 戒糖 身材焦虑 抗糖	2022/11/22
16	仙度仙度	1130	窝在家里不出门 又长肉肉了 不过我还挺喜欢肉感一些的身材 感觉很性感 日常 我的日常 每日穿搭	2023/3/22
17	漂亮崽崽	10	我认为的美好身材不一定是极瘦或极丰满 但一定是蕴含着无限生命力的 散发着自信 蓬勃 健康 美貌 很迷人的 用激进减肥措施把自己弄的人不人鬼不鬼 苗条也好微胖也好 极瘦不好肥胖也不好 我支持积极的身体意象 反对肥胖羞耻 我追求美好身材 追求很多无与伦比的东西 无论胖瘦都接受自己 认同自己的价值 怒怼任何拿外表做文章的垃圾 我们每一位公主都宝贵的很也漂亮的很 瘦子饮食习惯 理想身材 健康减肥	2022/4/19



## 后 记

时光像手中抓不住的流水，好像留下了什么，又好像什么都没有留下。即将挥手告别，还是要说些感谢的话。

感谢老师们的谆谆教诲，拓宽了我的眼界与见识；感谢张老师的无私奉献，指引了我前进的道路；感谢室友们的热情可爱，化解了我身在异乡的孤独；感谢同学们的包容理解，提醒我向善向美；感谢至亲至爱的支持鼓励，激励我勇敢前行。

最后，感谢参加本论文评阅、答辩的各位专家和老师！