异化理论视角下大学生容貌焦虑影响因素分析

——基于《1844 年经济学哲学手稿》

王子怡

（长江大学马克思主义学院，湖北省、荆州市，434023）

摘要：容貌焦虑是流量时代下的产物，它在一定程度上反映了当今社会人们扭曲的审美观，也是新时代大学生诸多焦虑“源头”中的一种。本文从马克思的异化视角进行分析，探究大学生容貌的影响因素。一方面，当前劳动力市场的“美貌溢价”影响了大学生的价值认知；另一方面，社会医疗美容行业的营销宣传给大学生带来了错误的审美判断；还有侧重物质追求，消费主义这一思潮对大学生的思想渗透和价值引诱。面对容貌焦虑所带来的现实问题，必须引导大学生树立正确的就业观，提升就业能力；树立正确的审美观，避免审美异化；树立正确的消费观，避免消费异化。

关键词：大学生容貌焦虑；《1844 年经济学哲学手稿》；异化概念

中图分类号： G **文献标识码：** A

引言

自短视频平台掀起无效化妆与有效化妆对比风潮后，大众对自身容貌的重视程度逐渐提升，“容貌焦虑”一词走红网络。容貌焦虑是指在放大颜值效应环境中，人们对自己容貌的不自信[1]。随着颜值因素越来越深刻地融入社会与时代，容貌焦虑也波及到大学生群体。调查显示，59.03%的大学生有一定程度的容貌焦虑[2]。严重的容貌焦虑不仅会给个体带来身心困扰，形成错误的价值取向，还会造成不良的社会风气，影响社会公共秩序和善良风俗[3]，可见严重的容貌焦虑可能会影响大学生的身心健康及思想素养，从而对社会发展产生一定的负面影响。

近年来，国内对影响容貌焦虑的社会因素研究较多，主要集中在社交媒体因素和审美价值取向等方面[4][5][6][7]，较少涉及个体思想观念。而容貌焦虑本身就是个体主观意识产生的一种情绪，体现了自我客体化，甚至可以追踪到马克思主义的劳动异化。因此本研究从马克思的劳动异化理论出发，对大学生容貌焦虑的影响因素进行分析，以期通过改变主观意识来提升大学生对容貌焦虑的认知，为大学生容貌焦虑的自我调节提供相应依据，从而促进大学生身心健康发展，助力高校人才培养。

一、异化理论概述

1.马克思的劳动异化理论

[1] 新民晚报. 新民快评 容貌焦虑［EB/OL］.(2021－03－01)［2023－01－16］.https://baijiahao. baidu. com / s? id = 1692993138494713712.

[2] 近六成大学生有容貌焦虑,女生焦虑感更强［J］.名医,2021 (01):29－31.

[3] 薛可,余明阳.容貌焦虑现象的社会学思考［J］.人民论坛,2022(01):120－122.

[4] 薛可,余明阳.容貌焦虑现象的社会学思考［J］.人民论坛,2022(01):120 － 122.

[5] 李升,李敏.当代青年女性“容貌焦虑”的社会机制分析［J］.中国青年研究,2022(04):78－85.

[6] 步小花,高凤妮.使用社交媒体对女性容貌焦虑的影响:一个链式中介模型的检验［J］.新媒体研究,2021,7(21):21－26,112.

[7] 齐留柱.“容貌焦虑”与新时代审美教育的价值取向［J］.美与时代(下旬刊),2022(02):25－28.

马克思在《1844 年经济学哲学手稿》中首次提出了“劳动异化”的概念，从四个维度描述了工人的劳动异化现象，把非对象化的劳动和私有财产联系起来对资本主义进行批判。第一个是劳动者与劳动产品相异化。资本家将工人劳动剩余价值完全占有，工人劳动是为了获得更好生活，但其生产的产品越多，劳动产品就对工人束缚越大，工人无法拥有劳动产品，反而被自己生产的产品所异化，被异己力量所支配。第二个是劳动者同劳动活动相异化。因为工人的劳动是被迫的、强制的、不自愿的，在机器的束缚下，工人受资本家的奴役，丧失了自由和发展自己的机会。第三个是劳动者同人的类本质相异化。“正是在改造对象世界中，人才真正地证明自己是类存在物[8]”，然而，劳动者的类生活被异己的外在劳动所剥夺，创造世界的活动贬低成了满足人类生存需要的手段，劳动者的主体意志无法通过自由自觉的活动转化为现实。第四个是劳动过程中人与人之间关系的异化。当人与自身相对立的时候，他也与别人相对立，即资本主义社会资本家和工人极不对等的关系，两个对立阶级呈物化、非人化的关系。

2.消费异化理论

消费异化理论以卢卡奇和马尔库塞为代表。卢卡奇在马克思拜物教的理论基础上提出了物化思想，他认为人与人之间的关系表现为物与物之间的关系，人与人之间的关系却被冠以物的痕迹，其发展规律看似是自然的、一般的、合理的，也就是资本主义普遍存在的物化现象，进而工人的劳动成了机械性的活动，自主自觉的意识开始被物化，便产生了物化意识，从而使得物化现象支配工人的物化意识，而物化意识的加重不断作用在物化现象上。因此，工人在资本家的支配下逐渐形成了不合理的消费观念。消费异化理论（Consumption Alienation）以马尔库塞为代表，是西方马克思主义理论家分析当代资本主义社会的一个概念。指在资本主义社会甚至是后工业时代的消费社会，消费者把对精美物品的占有、使用和消耗当作身份地位的象征，使炫耀性消费成为展示身份的必要手段，消费具有了构建社会身份、区分社会阶级差异性的符号意义，慢慢的成为了满足人们个性的欲望和品味。它在社会中表现为消费变成了人们生活的唯一目的、消费需求一体化以及文化的大众化和商品化，资本主义私有制、“虚假需求”的诱导以及消费主义文化的盛行都是消费异化产生的原因。马尔库塞的消费异化理论指出，社会变成了“全面异化”的社会，人变成了“单向度”的人。他揭示了人们逐渐沉迷消费陷阱而无法自拔的现象及原因，认为异化的现象不仅出现在生产端，作为生产过程最终环节的消费也开始陷入异化的困境。且在生产力进一步发展的前提下，社会需要更多的消费力来保障资本家们的财富积累，无形中加剧了人们消费目的的转变，人们进行消费不再是为了满足自身的真实需要，而是为了消费而消费。这样，人们便无意识地陷入了虚假消费陷阱，认为对物的占有就等于对幸福和美好生活的拥有，导致人在某种程度上被物化了，[9]最后出现生产端和消费端的人都被产欲望所支配，成了单向度的人，对社会失去了否定精神和批判精神。[10]

二、异化理论视角下大学生容貌焦虑的成因分析

[8] 马克思.1844 年经济学哲学手稿[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译.北京:人民出版社,2018.

[9] 孙思雨,张锐然.西方马克思主义消费异化理论下当代中国大学生消费问题与对策分析[N].河南经济报,2024-03-16(011).

[10] [美]赫伯特·马尔库塞.单向度的人[M].刘继译.上海:上海译文出版社,2008.

1.劳动力市场“美貌溢价”对大学生容貌焦虑的影响

“美貌溢价”下大学生在劳动力市场上被看作“颜值价值”的商品存在，供劳动力市场挑选。劳动力市场存在“美貌溢价”现象，外貌姣好者的收入比相貌平平者高 3%-5%，而外貌丑陋者的收入比相貌平平者低 5%-10%。[11]以考利(Cawley J)为代表的一部分学者将相貌对收入的影响归因于“歧视”[12]，认为工资差异是劳动力市场上的外貌歧视造成的，外貌的姣好与丑陋决定了个人工资的多少。哈蒙梅仕等人（Hamermesh DS and Biddle JE）的研究发现外貌对收入可能存在职业拥挤、雇主歧视与生产力路径三种影响路径，并提出“美貌是一种生产力”的重要论断。[13]

在资本和劳动的对立关系中，劳动以物的形式存在于社会生产之中，劳动成了纯粹的手段，它与劳动者本身分离了，以劳动为中介形成的人与人之间的关系变成了物与物之间的虚幻关系。在劳动力市场，求职的大学生成为了“特殊商品”的劳动力。大学生通过出卖劳动力即通过劳动创造价值的能力来换取工资或报酬。由于除了知识与技能，美貌也成了一种生产力，直接影响劳动报酬。在就业形势日益严峻的当下，大学生为了顺利就业，除了努力提升自己的知识与技能水平，不得不关注自身容貌，进而产生容貌焦虑。“美貌溢价”在大学生中最大的认同点是它的存在，由于生活工作中“容貌”作用的凸显，导致“容貌”成为非官方社会系统评价的重要标准，[14]大学生不再把工作能力、核心素养当作职场竞争的全部因素，绝大多数大学生认为“美貌”是一个人进行各种选择和被选择时需要考虑的因素，承认自己也会对美貌者给予“好处”。就业的严峻形势下，人的主观性挑选是一方面原因，但究其根源，被物化的容貌不容忽视，身高、长相、妆容、衣着.....这些外在容貌越来越成为大学生应聘时需要甚至首先考虑的因素，人们在就业环境下，不知觉的将这种物化意识加重作用在劳动力市场上的“美貌溢价”，使越来越多的大学生被自己的容貌异化，被异己力量支配，把本该接受和面对的自我容貌变成了控制自己的东西，在劳动力市场中被迫接受容貌的隐性要求，使自己和自己的容貌对立，不断激生新的容貌焦虑。

2.医疗美容市场对大学生容貌焦虑的影响

医疗美容市场的裹挟是大学生容貌焦虑在马克思物化思想上的行业体现。中商产业研究院发布的《2022-2027 年中国医疗美容行业深度分析及发展趋势研究预测报告》显示，2022 年中国医疗美容市场规模达 2268 亿元，同比增长 19.87%。中商产业研究院分析师预测，2023 年我国医疗美容市场规模将达 2666 亿元，2024 年将达 2880 亿元，[15]医美行业的世界逐渐增值，而人的世界却在逐渐贬值，到底什么才是真正的美？从流行一字眉到好感度眉，再到柳叶眉，因为社会潮流的瞬息变化，甚至医美从业者自己也说不清，一些医美机构把容貌不佳污名化为“低能”“懒惰”“贫穷”，将容貌出众等同于“高素质”“勤奋”“成功”，炮

[11] Hamermesh DS,Biddle JE.Beauty and the Labor Market[J].*American Economic Review*,1994,84(5):1174-1194.

[12] Cawley J.The Impact of Obesity on Wage[J].*Journal of Human Resources*,2004,39(2):451-474.

[13] 曾湘泉,胡文馨.长得好看有多重要?——外貌对收入的影响作用及机制分析[J].华南师范大学学报(社会科学版),2019,(03):84-92.

[14] 张璐.青年群体“容貌焦虑”信息可视化设计研究[D].济南:济南大学,2023.

[15] 王怡萱编辑.医美企业的护肤产业如何竞争[EB/OL].https://health.ynet.com/2024/06/07/3771170t3817.html.北青网,2024-06-07.

制“人生苦短，早做早美”等广告文案。[16]以单一刻板的审美标准和扭曲的价值观逐渐在大学生内心形成“整容改变命运”的审美观念，宣告着几乎只有靠医美才能实现人生价值，使人们越来越被自己生产的医美产品所异化，被异己力量所支配；从医美客户越来越倾向于年轻化，越来越不理智，[17]看到大学生同人的类本质相异化，“正是在改造对象世界中，人才真正地证明自己是类存在物”，“自由的有意识的活动恰恰就是人的类特性[18]”，人所能够发挥的主观能动性正是人与动物的本质区别所在，但是对个人容貌，越来越多的人追求某某明星同款，渴望拥有“高鼻梁”、“双眼皮”、“S 形身材”，这种选择看似是主观性的发挥，实际上陷入了自我客体化，无形中迎合了医美市场，在畸形的审美观中，把自己抽离出来，用局外人的眼光来审视和评价自己。医美市场的出现和发展导致一部分大学生丧失了自我性，把更多注意力放在身体的外在展示；医美的直接和间接宣传动摇大学生的想法，去犹豫和考虑自己在意的医美项目；甚至让部分大学生变得越来越不自信，加剧了想要借着医美改变自己的想法，影响了大学生的金钱观和价值观。

3.侧重物质追求对大学生容貌焦虑的影响

马克思指出，物化劳动使人的身体和他的精神本质相异化，[19]把肉体和精神对立了起来；物化劳动还通过价值形式把劳动产品变成物化意识，商品拜物教和货币拜物教塑造出一种物质主义价值观。在此背景下，人们往往过度追求物质自我，即过度追求容貌、身材等肉体的我以及个体的所有物，导致物质自我与精神自我的失衡，产生自我认同危机。关于物质主义，不同学者有不同看法，有将物质主义定义为相比于其他生活，物质生活领域被认为高度重要的一种状况。[20]还有学者把物质主义定义为消费者对世俗财务所赋予的重要性[21]，结合相关定义，可知大学生容貌焦虑在物质主义上的体现是外在美貌的拥有比心灵上的获得更加有价值，是过度关注容貌、物质财富等物质自我，忽视了精神自我。

大学生的容貌焦虑就是马克思异化理论和当代物化现象的显著体现。虽然马克思的劳动异化理论和以马尔库塞为代表的消费异化理论是针对资本主义社会，但看到，随着社会经济的快速发展，物化作为商品经济的产物，不分社会制度的不同，逐渐深入的渗透到人们的生活中。一方面，社会整体发展水平提高，物质财富的快速积累和科技的发展是现代社会的表象，全球化趋势加强，网络和通讯技术更加发达，政治文明和民主进程不断推进。[22]另一方面，人们却又无法回避资本主义发展产生的现代性弊病。资本的过度积累让人反被资本所役。科技的快速发展让一切都被冲入一种无距离状态中，人存在的意义被遮蔽。快节奏的社会，人们趋于追求“看得见”的价值，颜值、身材、名利、虚荣.....甚至不仅在消费端，还在生产端占有和物化人的属性，人不再是主体，而是逐渐成为倚赖于物的存在，人与人、人与自身的关系表现为僵硬的物化形式，人们也愈发屈从于这种物化形式，物化意识随之全面

[16] 付安玲,秦少卿.“颜值社会”大学生的“容貌焦虑”与审美纾解[J].山东开放大学学报,2022,(03):48-52.

[17] 林江,李梦晗.“身体控制的迷茫”:当代青少年整形消费低龄化现象透视[J].中国青年研究,2019,(04):104-111.

[18] 张春贵,李兴伟.以自由看待马克思[J].唯实,2009,(04):9-12.

[19] 秦步焕,王中汝.马克思异化思想的演变探析——从《1844 年经济学哲学手稿》到《德意志意识形态》和《资本论》[J].科学社会主义,2019,(01):33-37.

[20] Sirgy MJ.Materialism and quality of life[J].*Social Indicators Research*,1998,43:227-260.

[21] Ahuvia AC, Wong NY. Personality and values based materialism:Their relationship and origins[J].*Journal of Consumer Psychology*,2002,12(4):389-402.

[22] 黄艺.人学视域下的思想政治教育异化及扬弃[J].法制与经济(中旬),2011,(12):202-205.

浸入人们的日常生活，其中，大学生的物化现象重点体现在劳动力市场的“美容溢价”、医疗美容市场行业和侧重物质主义追求，这种物欲的追求和异化的加深带来了容貌焦虑因此，因此基于异化理论，对大学生容貌焦虑这一现象提出相对应的思想引导对策，在就业观、审美观、消费观上解决大学生容貌焦虑问题。

三、大学生容貌焦虑的思想引导

（一）引导大学生树立正确的就业观，提升就业能力

1.树立正确的成才观，以积极的心态应对劳动力市场

大学生需要树立正确的成才观，不受容貌“挑拨”，以扎实的核心素养和拔高的能力水平应对就业挑战。姜思达在《奇葩说》上曾说：“你可以一天整成一个范冰冰，但不能一天学成一个林徽因”，美貌在职场固有优势，但美貌不是全部，真正能让人走得远的是一个人内在的能力和品质，因为容貌是天生的，能力和素质却是可以后天培养的。大学生要树立正确的学习观和成长观，志存高远，保持良好的学习习惯，打牢专业基础，相信是金子总可以发光。学会用理性的眼光、平静的心理看待自身容貌，迷茫时不盲目跟风，面对诱惑不慕虚荣、不务虚功，敢于吃苦，敢于奋斗，不空想吃“颜值饭”、“青春饭”，脚踏实地，以过硬的专业本领勇于接受社会挑战，增强个人本领意识。

大学生应该看到，美貌可以“炮制”，但一个人的才华却永远夺不走，学习是提升自我，实现理想的最佳途径，成人成才靠的不是“花瓶美貌”，而是内在能力和品质，任何较量下，真枪实干才能走得更远，大学生不仅要有理论的求真学问，还要在实践中学，在职场中拿出真功夫来，以积极、正确的心态应对劳动力市场，用能力战打赢容貌战！

2.树立职业平等观和多种方式就业观

正确的职业平等观和多种方式就业观帮助大学生积极就业，不以容貌优劣论价值，而是在平凡岗位上也能创造价值，找到自信。当前，大学生一方面就业压力大，另一方面，社会又存在部分岗位扎堆，部分岗位无人问津现象，不少大学生认为毕业不找个光鲜亮丽的工作等于十几年的书都白读了，认为只有所谓“体面”的工作才能证明自己的价值，甚至随着社会思想的日益多元化，小时候成为科学家、发明家、航天员的梦想都变成了偶像明星、游戏主播、网红等，这种物质化和功利化的择业观一定程度造成和加剧了大学生的容貌焦虑，非常不利于大学生的健康发展。习近平总书记认为“青年是社会上最富活力、最具创造性的群体”[23]，指出“青年学生富有想象力和创造力，是创新创业的有生力量”[24]，大学生不应该因循守旧，满足现状，不能眼高手低，懒散无为，择业时应摒弃偏见和歧视，以平等的心态看待不同职业，哪怕从底层做起，哪怕尝试自己创业，要不怕失败，时刻保持谦卑踏实的学习态度，积极适应社会需求，以发展的眼光要求自己，努力增强社会实干能力和工作奉献精神，练就创新创业本领，积极进取，戒骄戒躁，相信三百六十行，行行出状元，以优秀的美、出彩的美赢得青睐，勇于在创新创业实践中焕发出青春的光彩和力量[25]；此外，大学生也可以投身基层，在社会服务中找到价值，不看自己没有的，看到自己拥有的，冲破容貌焦虑的“小天地”，到祖国和人民最需要的地方去，发扬“人人为我，我为人人”的奉献精

[23] 习近平.习近平谈治国理政 第一卷[M].北京:中国外文出版社,2018:51

[24] 习近平.致 2013 年全球创业周中国站活动组委会的贺信[N].人民日报,2013-11-09(001).

[25] 李颖.新时代大学生就业观研究[D].保定:河北大学,2021.

神，在基层服务中锻炼个人意志，绽放青春之花，展现青春奋斗美！

（二）引导大学生树立正确的审美观，避免审美异化

1.树立马克思主义审美观

马克思的美学思想可以引导大学生跳出外在美的局限，追求真正的美。马克思认为，相较于认识世界，人更应该去改造世界，其美学思想在实践的哲学基础上对审美异化现象进行批判和消解，马克思认为人只有参与实践并且遵循着美的规律才能实现自由全面的发展和真正的美，由此，他提出了“劳动创造美[26]”的精辟论述。在马克思美学思想的指导下，大学生应把握客观实际，按照美的规律构建美，知道变美需要一个过程，像整形和过度医美这种盲目追求很有可能带来不可逆的伤害，大学生可以设立阶段性目标，通过健康饮食、适当运动的方式改变自己的身材和外貌，[27]循序渐进达到理想效果；其次要重构自我审美，使审美具有感性意识。引导大学生在审美实践中肯定自我，拒绝“虚拟”审美，积极参加社会活动，不受社会舆论、网络环境的影响，不沉浸在美貌 P 图，避免被网络上的单一审美观绑架，保持良好的生活习惯，不依赖他人的眼光生活，不按照他人或社会的要求来改变自己，从自我出发去确证人的本质和意义价值；三是要加强审美的实践追求，促进人性的解放。大学生应该看到，审美是多样的，不仅仅是相貌之美，还有人性之美、品格之美、智慧之美，要在实践中不断提升自我，用正直的人品、良好的修养、得体的语言获得他人的尊重和欣赏，通过自爱、自尊、自律、自立、自强创造美，热爱生命，热爱生活，培养高雅的举止、博大的气度，追求真正的“美”。

2.增强辨别意识，拒绝物化审美

当代审美文化的新倾向是审美多元化的必然结果 但也应该注意到多元化并不是一窝蜂、一刀切。一些学者提到我国国民的审美趣味每况愈下，实际也就是我们日常生活审美过多的表现出了“世俗化”与“物化”的倾向[28]。对此大学生要时刻保持警惕，始终将自己作为“人”的主体性来对待，即“自我的感受”，学会积极乐观的接纳和包容自己，而不是为了取悦别人将自我感受与外界声音分开、遵循客体为主体服务，把个人的身体健康放在首位，多在能力培养上提高自己，增强自我认可度，不被医美市场支配，学会识别商家的圈套。其次，大学生要以全面客观的视角看待自身，端正审美态度。自我认识的偏差是引发“容貌焦虑”的原因之一，大学生需立足于自身，全面地正视自我，既要看到自己的优点，又能正视自己的不足，多与自己对话，把自己的关注点放在身体积极的一面[29]，扬长避短，充分发挥个人优势，努力提升各项短板，找到最佳赛道；最后，大学生要提高审鉴赏能力，学会自己创造美。当前的审美潮流体现了审美取向的狭隘化，大学生需理性对待，不被庸俗化、片面化的潮流牵着鼻子走，在充分吸收符合社会主流价值的审美教育内容的基础上，提高审美鉴赏力[30]，不盲目跟风，在旅行中感受自然之美，在博物馆中感受历史之美，在展览会上感受艺术之美，在真诚待人中感受人性之美，树立正确的多元审美观，自觉发现美、感受

[26] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯原著选读:第 4 卷[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译.北京:人民出版社,2000:378

[27] 付圣宣.走出“容貌焦虑”困境的马克思美学思想分析[J].西部学刊,2023,(18):150-153.

[28] 谭时康.当代审美文化的世俗化与物化倾向[J].商情(教育经济研究),2008,(02):4.

[29] 高琳.“整得漂亮”不如“活得精彩”[N].中国妇女报,2021-09-27(008).

[30] 付安玲,秦少卿.“颜值社会”大学生的“容貌焦虑”与审美纾解[J].山东开放大学学报,2022,(03):48-52.

美和创造美。

（三）引导大学生树立正确的消费观，避免消费异化

1.提升消费认知能力，摒弃消费主义思潮的消极影响

增强消费主义辨别意识是大学生提升消费认知的前提，能帮助大学生警惕“容貌消费”的价值符号的引诱。马克思认为人“以其需要的无限性和广泛性区别于其他一切动物”[31]，可见个体的需求和欲望是人类进行生存生产活动的重要动力[32]，但这种需求不应该是无理的、无节制的，大学生作为国家的未来、民族的希望，自身应具备一定的自制能力和理性辨别能力，在面对消费主义思潮下的糖衣炮弹时，要理性辨别和抵御，不盲目跟风，不一味追求，注重理论知识的学习，时刻保持清醒头脑，根据自身经济情况和消费习惯制定恰当的消费计划。增强自制力，不被医疗美容行业牵着鼻子走，不与身边同学在衣着打扮上攀比，不在美妆化妆上追求名牌，合理规划自己的大学生活，培养正确的消费观；其次，要正视消费需求，通过价值观教育强化的自身消费理性，通过幸福感教育平衡自身的物欲追求，通过审美教育弱化符号消费对自身的影响[33]，使大学生理性认识自身需求和欲望，消费时做到以刚性需求为主，物质消费与精神消费相协调，通过在社会实践的历练中达到对人的本质需要的认识，走出消费主义幻境，[34]培养健康社会心态。最后要坚持以马克思主义消费思想和习近平总书记绿色消费观武装自己的头脑，“加强生态文明宣传教育，强化公民环境意识，推动形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式，形成全社会共同参与的良好风尚[35]”，努力提高抵御消费异化思想消极影响的能力。

2.注重精神追求，增加精神消费

物质消费向精神消费转变在一定程度上有利于大学生从追求外在美向追求内在美转变。精神追求是精神消费的前提，要实现精神追求的最终归宿，大学生需要确立精神支柱，提升精神境界，实现社会价值与自我价值的统一，[36]在精神价值中寻找精神生活的动力和源泉，积极感应信仰、理想的积极图景，在精神交往中找到满足自我精神发展的需要，在一定的、必需的物质生活基础上，通过消耗和享受精神文化产品满足文化生活的需要。如旅游、艺术、阅读等具有情操陶冶作用的休闲娱乐活动，在这些活动的追求中，满足个人审美，创造和超越更高层次的精神需要。其次，大学生应该自觉反省人生的意义，思考自己的价值和使命，努力在有限的生命里寻找无限的价值，不盲目追求物质财富和享乐，而是寻找灵魂的觉醒和精神的成长，珍惜时间和生命，更多关注自己的内心世界和精神修养，让生活慢下来，重视休闲娱乐生活，自觉提升生命的高度和厚度，提高审美品位，提高生活品质。最后，要树立正确的精神消费观：例如每月更新阅读书目，增加文本书籍的购买、参加相关培训课程，抓住知识经济时代的发展点、多参观博物馆、艺术馆、展览会等，在优秀文化、荟萃思想中提高精神境界。自觉筑牢思想堡垒，坚持马克思幸福观，驳斥物质主义和享乐主义，学会在马

[31] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集第 42 卷[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译.北京:人民出版社,1979:97.

[32] 付春格.消费主义思潮影响下新时代大学生消费观存在的问题及对策研究[D].郑州:河南工业大学,2023.

[33] 张林.消费主义思潮下大学生消费观培育研究[D].锦州:辽宁工业大学.2016.

[34] 李伟.消费主义对大学生社会心态的影响及其应对[J].河南社会科学,2021,29(11):10-18.

[35] 习近平.习近平谈治国理政 第二卷[M].北京:中国外文出版社,2017:396.

[36] 伍廉松.论社会主义核心价值观对大学生精神生活的引领[J].思想政治教育研究,2020,36(02):94-98.

克思主义幸福观的引导下，追求物质幸福与精神幸福的和谐统一，[37]用更多的时间和精力投资自己的内在美。

结语

世界上没有完全相同的两片树叶，也没有长相完全相同的两个人，即使是双胞胎，也会有细微的外表差异和迥然不同的性格特征。美没有定式，容貌更没有标准，从我们诞生在这个世界，每个人就是一段美丽历程的开始。如何找到自己的美，唯一的答案是自信、健康和向上。大学生群体甚至社会群体中存在的容貌焦虑值得我们去关注和思考，只有透过这一现象里的思想根源，才能正本清源，发散性解决其他相关的外在显性原因。奥斯特洛夫斯基曾说："人的美并不在于外貌衣服和发式，而在于他的本身，在于他的心。要是人没有内心的美，我们常常会厌恶他漂亮的外表"[38]。社会需要的真善美需要当代青年先建立正确的个人审美观，国家需要的文化自信需要当代青年先建立自我自信，但愿大学生早日放下背负和枷锁，去追求真正的自由，感受生命的厚重，感受思想的厚重，让灵魂熠熠生辉。

参考文献

[1][德]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集第 42 卷[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译.北京:人民出版社,1979:97.

[2]Hamermesh DS,Biddle JE.Beauty and the Labor Market[J].American Economic Review,1994,84(5):1174-1194.

[3]Sirgy MJ.Materialism and quality of life[J].Social Indicators Research,1998,43:227-260.

[4][德]马克思,恩格斯.马克思恩格斯原著选读:第 4 卷[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译.北京:人民出版社,2000:378

[5]Ahuvia AC, Wong NY. Personality and values based materialism:Their relationship and origins[J].Journal of Consumer Psychology,2002,12(4):389-402.

[6]Cawley J.The Impact of Obesity on Wage[J].Journal of Human Resources,2004,39(2):451-474.

[7]孙思雨,张锐然.西方马克思主义消费异化理论下当代中国大学生消费问题与对策分析[N].河南经济报,2024-03-16(011).

[8][美]赫伯特·马尔库塞.单向度的人[M].刘继译.上海:上海译文出版社,2008.

[9]谭时康.当代审美文化的世俗化与物化倾向[J].商情(教育经济研究),2008,(02):4.

[10]张春贵,李兴伟.以自由看待马克思[J].唯实,2009,(04):9-12.

[11]黄艺.人学视域下的思想政治教育异化及扬弃[J].法制与经济(中旬),2011,(12):202-205.

[12]习近平.致 2013 年全球创业周中国站活动组委会的贺信[N].人民日报,2013-11-09(001).

[13]张林.消费主义思潮下大学生消费观培育研究[D].锦州:辽宁工业大学.2016.

[14]习近平.习近平谈治国理政 第二卷[M].北京:中国外文出版社,2017:396.

[15][德]马克思.1844 年经济学哲学手稿[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译.北京:人民出版社,2018.

[16]习近平.习近平谈治国理政 第一卷[M].北京:中国外文出版社,2018:51

[17]曾湘泉,胡文馨.长得好看有多重要?——外貌对收入的影响作用及机制分析[J].华南师范大学学报(社会科学版),2019,(03):84-92.

[37] 李强,吴国清.消费主义思潮下大学生价值观的异化与消解[J].哈尔滨职业技术学院学报,2022,(02):96-99.

[38] [苏联]尼·奥斯特洛夫斯基.钢铁是怎样炼成的[M].梅益译.北京:人民文学出版社,2021.

[18]秦步焕,王中汝.马克思异化思想的演变探析——从《1844 年经济学哲学手稿》到《德意志意识形态》和《资本论》[J].科学社会主义,2019,(01):33-37.

[19]林江,李梦晗.“身体控制的迷茫”:当代青少年整形消费低龄化现象透视[J].中国青年研究,2019,(04):104-111.

[20]伍廉松.论社会主义核心价值观对大学生精神生活的引领[J].思想政治教育研究,2020,36(02):94-98.

[21]新民晚报. 新民快评 容貌焦虑［EB/OL］.(2021 - 03 - 01)［2023 - 01 - 16］.https://baijiahao. baidu. com / s? id = 1692993138494713712.

[22]近六成大学生有容貌焦虑,女生焦虑感更强［J］.名医,2021 (01):29 - 31.

[23]步小花,高凤妮.使用社交媒体对女性容貌焦虑的影响:一个链式中介模型的检验［J］.新媒体研究,2021,7(21):21 - 26,112.

[24]李颖.新时代大学生就业观研究[D].保定:河北大学,2021.

[25]高琳.“整得漂亮”不如“活得精彩”[N].中国妇女报,2021-09-27(008).

[26]李伟.消费主义对大学生社会心态的影响及其应对[J].河南社会科学,2021,29(11):10-18.

[27][苏联]尼·奥斯特洛夫斯基.钢铁是怎样炼成的[M].梅益译.北京:人民文学出版社,2021.

[28]薛可,余明阳.容貌焦虑现象的社会学思考［J］.人民论坛,2022(01):120 - 122.

[29]李升,李敏.当代青年女性“容貌焦虑”的社会机制分析［J］.中国青年研究,2022(04):78 - 85.

[30]齐留柱.“容貌焦虑”与新时代审美教育的价值取向［J］.美与时代(下旬刊),2022(02):25 - 28.

[31]付安玲,秦少卿.“颜值社会”大学生的“容貌焦虑”与审美纾解[J].山东开放大学学报,2022,(03):48-52.

[32]李强,吴国清.消费主义思潮下大学生价值观的异化与消解[J].哈尔滨职业技术学院学报,2022,(02):96-99.

[33]张璐.青年群体“容貌焦虑”信息可视化设计研究[D].济南:济南大学,2023.

[34]付圣宣.走出“容貌焦虑”困境的马克思美学思想分析[J].西部学刊,2023,(18):150-153.

[35]付春格.消费主义思潮影响下新时代大学生消费观存在的问题及对策研究[D].郑州:河南工业大学,2023.

[36]王怡萱编辑.医美企业的护肤产业如何竞争[EB/OL].https://health.ynet.com/2024/06/07/3771170t3817.html.北青网,2024-06-07.

Analysis of Influencing Factors of College Students' Appearance Anxiety from the Perspective of Alienation Theory — Based on the Economic and Philosophical Manuscripts of 1844

Wang Ziyi

(Jingzhou City,Hubei Province,434023)

Abstract: Appearance anxiety is a product of the era of traffic. To a certain extent, it reflects the distorted aesthetic views of people in today's society and is also one of the many "sources" of anxiety for college students in the new era. This article analyzes from Marx's perspective of alienation to explore the influencing factors of college students' appearance. On the one hand, the "beauty premium" in the current labor market has affected college students' value perception. On the other hand, the marketing and promotion of the social medical aesthetics industry have brought wrong aesthetic judgments to college students. There is also the ideological infiltration and value inducement of college students by the trend of thought that focuses on material pursuit and consumerism. Facing the practical problems brought about by appearance anxiety, it is necessary to guide college students to establish a correct employment outlook and enhance their employment ability. Establish a correct aesthetic view and avoid aesthetic alienation; Establish a correct consumption concept and avoid consumption alienation.

Keywords: Appearance anxiety among college students;"Economic and Philosophical Manuscripts of 1844";The concept of alienation

作者简介（可选）:王子怡,长江大学马克思主义学院 2024 级思想政治教育专业硕士生