

当代女性身体消费的伦理反思

陈莉妤, 陈长里¹

(湖南工业大学 思政部, 湖南 株洲 412008)

摘要: 消费社会的来临, 在商业机制的鼓动之下, 女性身体获得了前所未有的消费/自由和解放⁰。表面看来, 这是女性/自由的选择⁰, 女性身体的/自由和解放⁰; 其本质上是深受/美丽暴政⁰的凌辱, 女性身体成了消费对象, 女性的身体内涵发生嬗变, 受强制程度比以往更加强烈。

关键词: 炫耀性消费; 功用美丽消费; 身体自残消费; 功用色情消费

The Ethics Review of Contemporary Women's Body Consumption

CHEN Liyu CHEN Changli

(Ideological and Political Department, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412008, China)

Abstract With the arrival of the consumption society and agitated by the commercial mechanism, female body consumption is unprecedentedly "free and liberated". On the surface, women are "free to choose", their bodies "free and liberated". In essence, they are deeply insulted by "beauty tyranny", their bodies becoming consumption target; what their body stands for undergoing changes, the intensity of their being forced stronger than any other period of the past

Key words showing off consumption, consumption for beauty's sake, body injured consumption, pornographic consumption

在商业机制的鼓动之下, 女性身体获得了前所未有的消费/自由和解放⁰。然而, 在商品兜售欲望的催促下, 女性对审美暴力下的男性标准和流行标准的认同, 女性身体审美达到/陌生化⁰的境遇, 沦为美学暴力下的献祭品。女性由身体的普遍消费逐步走向到反自由反本然的自我制造。笔者侧重从伦理学的角度, 剖析女性身体消费存在的困境, 规范女性健康消费。

一 身体的内涵

一般而言, 身体有着两层含义, 一方面, 身体是物质与精神的复合载体, 绝非单纯的/肉体⁰, 而是个人主体精神的物质化呈现, 诚如柏拉图在《理想国》⁶书中, 将身体视之为精神和肉体和谐发展的载体; 另一方面, 身体是一种文化符号, 一种知识形态

或话语范畴。人是物质(自然)身体和社会身体的复合体, 社会的身体限制了自然的身体感知的方式, 身体的自然经验又总是受到社会范畴的修正, 并保持一种特殊的社会方式。

进入 20 世纪以后, 身体的社会意义凸显出来, 身体的文化内涵引起了学者的浓厚兴趣, 其中包括弗洛伊德、萨特、梅洛·庞蒂、米歇尔·福柯等人, 他们对身体的文化及符号学意义进行了研究。尤其是波德里亚, 他从消费社会的角度, 探寻身体的社会意义和伦理内涵。他把身体纳入消费计划和消费目的之中, /在消费的全套装备中, 有一种比其他一切都更美丽, 更珍贵, 更光彩夺目的物品))) 它比负载了全部内涵的汽车还要负载了更沉重的内涵。这便是身体。^{0[1]138}在波德里亚看来, 被遗忘的女性身体开

¹ 收稿日期: 2009-07-10

基金项目: 湖南省教育厅资助项目阶段成果/企业人力资源管理的伦理审视⁰(07C245)

作者简介: 陈莉妤(1977-), 女, 湖南茶陵人, 湖南工业大学社会科学部讲师, 硕士, 主要从事应用伦理研究;
陈长里(1973-), 男, 湖南茶陵人, 湖南工业大学商学院副教授, 博士, 主要从事应用伦理研究。

始大胆走到前台,女性身体在知识和理性前的不适感逐步淡化,女性身体开始游走在高技术含量、含文化价值的商品中,体验到审美的狂欢和身体的自由。

二 女性身体消费的伦理困境

在消费社会,由于商业的炒作和女性自身等问题,不少女性禁不住诱惑,一味追寻时尚,甚至为了一些不正当利益,不惜自身自由和尊严,刻意追求外在美丽,过分注意自身外表性感,甚至出卖自己身体等消费异化现象。

(一)炫耀性消费

在现实社会生活中,个体的社会身份既是固定的,又是多样化的,还是不断变化的。在这种情况下,消费品所代表的身份,既有可能与个体的真实身份重合,也可能与个体的某个特定身份发生冲突,或者是创造了一个新的身份。因此,不少女性为了向外界显示本人的身份、地位而代理消费和炫耀消费。她们的消费不仅仅是为了自身,往往也成为衡量丈夫赚钱能力、家境档次的尺度和体面人家不可忽略的“门面”。为了维护和炫耀男性的荣誉,那些主妇便执行着“代理消费”的任务。她们所消费的是她丈夫的财富和身份,所有消费行为都必须能清楚地向他人显示这一点,因为这种代理消费的目的并不是消费者本人的生活丰富程度,而是在于提高为之执行消费的那位主人的金钱荣誉。^[2]

在现代社会里,女性的身份地位和自我价值似乎是通过消费的档次和品牌来得以标示。在购物中心和各类商店,消费品和服务被划分为不同的类别、等级和档次,这是一种隐性的命令:要求高薪阶层的女性应该去高档的商店,而低薪阶层的应该去低档的商场,分属不同阶层和处于不同社会地位的女性依次对号入座。她们为了使自己不落后于他人,总是处于一种竞争的张力之中,依靠不断提高自己的消费档次或“品位”来赢得其他人的认同。消费市场抓住了女性的这一心里,不断制造或更新“时尚”,使不少女性“心甘情愿”地跟着时尚走。实质上,时尚消费是一种符号消费,该消费品不是作为一种有使用价值的物品而存在,而是作为一种表征一定社会意义的符号。一旦某商品背离了时尚,那它就丧失了消费的价值,时尚所象征的成功、身份、地位和人生价值也没有了。随着时尚的变换,消费品的寿命大大缩短,许多仍具有使用价值的消费品在“用完”前失去了消费的价值,这种时尚消费表现了一种奢侈的生活态度及行为方式。在这种时尚的霸

权面前,女性显得身不由己,她们丧失了自主性。她们不断地被物化,被符号化,成为消费的豪华机器。

(二)功用美丽消费

爱美之心人皆有之,美丽固然无可非议,但是一旦“美丽迷信”流行,其结果相当严重。在商业神话的鼓吹下,美丽失去其应有的自然性和神圣性,沦为资本的一种形式。“美”的平民化和商业化神化了美的功能,使美成为近乎于宗教,“美”仿佛成了一剂万能灵药,成为女性通向自主、成功、富有的一条捷径。因此,不少女性为了获得“成功”,不惜一切代价追求自己的外面美丽。

当前不少女性为了在求职或工作中受到更多的“青睐”,特意注重通过服装、首饰、化妆品来增加自己的美丽程度,甚至借助医疗美容技术来改形、隆鼻、隆乳、提臀、吸脂等,改善容貌和形体的美,塑造良好形象,即“速效美丽”。

这些“速效美丽”过分强调女性外表的美丽、性感,认为自己的容貌而不是精神气质,往往成了取得成功的关键。美丽外貌也就成为某种商品的代言人,成为商业运作手段,成为一种可以实现经济增殖的工具。当美丽成为经济,脸蛋和能力同时具备了商业价值的时候,“美女经济”活动所带来的奖金、名誉等,对美女构成了冠冕堂皇的“软暴力”。这“软暴力”或“美的暴政”不仅使女性身体饱受虐待,还使其精神倍受摧残。也可以说,女性身体正以一种反自恋的目光,进行着迎合他人目光的自恋式的自我美化工程;一种以时尚审美标准,不自由的刻板标准来进行着貌似自由自主的身体改造;一种自恋式的针对自我的美容美体投资,被商业逻辑利用为针对吸引他人的投资;一种看似个性化的自我美饰,却是一种取消个性化甚至埋葬个性特征的行为。女性身体在大众文化下深陷于美丽的困境。女性“自悦”式的消费投入与节食减肥一样是为了“他”,“自我取悦”的是更好地取悦男性。^{[1] 93}

(三)身体自残消费

长期以来,身体被认为是一种不光彩的存在,需要理性加以克制的对象,人们不屑也不敢对着一副“皮囊”关注太多,惟恐因对肉体过分关心而轻贱了精神的高贵。然而,当代大部分女性对身体的态度却发生了戏剧性转变,身体护理由一种道德避讳变成了一种炫耀性需要,从私人生活空间移入了公共消费的空间。特别是铺天盖地的美丽广告使女性认为,美不是自然赋予的,相反,它是任何一个女性都应该而且能够获得的,只要对自己的身体进行修理。

因此, 女性成为各种产品的 / 实验田 0, 女性的身体被分割成供各种商品流通的区域和场所。她们对身体进行一番加工, 使之更趋完美和性感, 展现越来越多的、令人动情的部位。其中减肥和整容成为女性身体加工的主要对象。

减肥成为女性生活必不可少的组成部分。5纽约时报 6主编杰克·罗森塔在一篇获普利策奖的社论 5肥胖色情 6中说到, 女人的肥胖已经成了很难被人原谅的 / 当代色情 0。肥胖的人是可耻的, 比真正的色情更可耻。作家毕飞宇也在小说中写过 / 减肥 0, 他认为, 女人对脸部和臀部的焦虑等值于政治家对国家和人民的忧心忡忡。也就是说, 节食, 对男人来说, 是主要是为了健康而不是其他原因, 而对女性而言, 则主要为了赢得男性青睐。整容成为女性遐想的天堂。据统计, 截止到 2002 年底, 我国美容从业者已高达 1120 万人, 全国城镇美容就业机构高达 154 2 万所。满街爆满的 / 美容院 0, 成了加工美丽的工厂; 昏天黑地的化妆品, 成了装满美丽的原材料; 祛斑、漂白、纹眉、做眼、矫牙、面膜、丰乳、健身等活动, 成了加工美丽的流水作业。由于美容业不规范经营, 不少女性美容不成反而毁容, 更有甚者因整形手术而丧失生命。

从表面看来, 今日的整容之潮与昔日的缠足之风有着天壤之别, 前者似乎是无强制性的 / 自由选择 0, 而后者则是封建礼教的强迫, 但从本质上看, 整容之潮所固有的强迫机制并不亚于强迫缠足, 所不同的是前者的强迫机制以 / 自由 0 与 / 自愿 0 的形式出现。女性的这种 / 自由 0 和 / 自愿 0, 其实质是一种更隐蔽、更入木三分的强制性。女性在摆脱一种暴力统治的同时, 又不自觉地陷入到另一种新暴力形式的统治之中, 这种新暴力形式就是受到男性鼓励的美学化的性感形象。她们并不以自己拥有的美为美, 而是以别人以为的美为美。

(四) 功用色情消费

在历史上, 女性作为欲望净化的目标, 其身体受到了伪道德的奴役, 而现代社会则将女性、身体、性欲同一化, 以为只有性解放才能解放女性, 只有色情消费才能解放女性。因此, 女性的 / 性 0 成了现代消费的主要话题。

男性对女性身体的消费是一个过程, 首先是感官与视觉的满足。为此, 不少女性扔掉了法律和道德的束缚, 用庸俗、低劣、肮脏的内容充实原本相当于虚拟空间的 / 美丽经济 0。人体艺术走上闹市供

人意淫, 模特大赛上美女动作轻佻, 就连 / 人体秀 0 也被堂而皇之地照搬到国内。其次, 对女性的占有与使用。在所谓 / 性解放 0 的名义下, 资本将女性充分感官化、肉欲化, 使其身体更具有消费性, 更符合性感的美学。在这一消费过程中, 那些拥有资本权利和地位优势的男性, 正是通过对女性这一最高级最精美的消费品消费, 来体验到优越感和成就感; 而女性则越来越多地变成被挑选、被赏玩的物品。在今天的中国, 性交易似乎成为半公开的产业。

这些性服务在有些国家已取得合法化地位, 但是在中国, 不管是站在传统道德的角度, 还是站在完善健全人的人性角度, 性服务合法化之害远大于所谓的利。一方面, 性服务合法化不仅会带来方方面面的社会危害。另一方面, 在性服务合法化的游戏规则下, 消费者和他的消费对象之间并没有任何情感上的联系, 在一定程度上加快了人的物化进程, 爱也成了消费品。

总之, 在这些消费表象背后, 女性是否真正获得自由, 实现了解放? 答案是否定的。就在人们为过去女性身体的 / 非自然化 0 即道德异化而感到愤怒, 为现代女性身体的解放而欢呼的时候, 历史又悄无声息地滑向了另一种悖论。我们所欢呼的 / 身体 0 再一次背离 / 自然性 0, 而且异化的程度更深, 最后将女性消费推至顶峰))) 消费自己身体。虽然女性身体摆脱了过去受漠视的境遇而获得 / 个体自由 0, 但是她们步入了他者化、物化、异化的领域。因为女性身体消费并非建立在她们自己的真正需求和享受之上, 而是建立在对社会意义的欲望之上。这种消费不是女性自由的选择, 而是与她自身发展相背道而驰的; 这种消费, 看似是女性自我的选择, 实质上是更深、更强的 / 自虐 0。

参考文献:

- [1] [法] 让·波德里亚. 消费社会 [M]. 刘成富, 译. 南京: 南京大学出版社, 2001.
- [2] [美] 凡勃仑. 有闲阶级论 [M]. 北京: 商务印书馆, 1998 : 95.
- [3] 苏珊·布朗米勒. 女性的人体形象 [M] / 社会性别研究选译. 北京: 三联书店, 1998 : 129.

责任编辑: 卫 华