

从“小鲜肉”现象看男性身体的表征与物化

詹俊峰

(华南师范大学 外国语言文学学院, 广东 广州 510631)

[摘要]当代中国社会以男性身体为审美对象的“小鲜肉”现象表明,随着男性身体逐渐失去其超验属性,表征成为认知男性身体的重要途径。表征导致男性身体的物化,使之变成以色相标记自身交换价值的肉体。不过,在男性身体物化的反拨作用下,男性身体的表征变成了一个颠覆自身的伪命题。

[关键词]“小鲜肉”现象;男性身体;身体表征;身体物化

[中图分类号]G124 **[文献标志码]**A **[文章编号]**1674-117X(2016)05-0047-06

On the Representation and Objectification of the Male Body from the Perspective of “Young Fresh Meat” Phenomenon

ZHAN Junfeng

(School of Foreign Studies, South China Normal University, Guangzhou, 510631, China)

Abstract: The “young fresh meat” phenomenon in contemporary China that sets the male body as its aesthetic object reveals that representation has become essential for the perception of the male body due to the gradual loss of its transcendental qualities. The representation of the male body leads to its objectification, reducing it to the corporeality whose exchange value is marked by its sex appeal. However, the objectification of the male body has a washback effect, which renders the representation of the male body a pseudo-proposition that subverts itself.

Key words: “young fresh meat” phenomenon; male body; representation of body; objectification of body

当代中国社会的流行文化时常炮制出一些引人侧目的新潮用语,“小鲜肉”即是一例。在大众审美趋向表层化、视觉化、快餐化的今天,传统文化所推崇的男性内在品质,诸如才学、品格、胸怀、担当、涵养等,逐渐被人遗忘,“小鲜肉”一跃成为衡量男性审美价值的重要标尺。作为近年来的网络热词,“小鲜肉”指“年龄小、貌美且皮肤鲜嫩的肌肉男”,尤指“年轻、帅气、有肌肉的新生代男偶像”。^[1]如此看来,“小鲜肉”包含年纪、外貌和身材三条衡量男性美的标准,它们均与男性的生理属性紧密相关,蕴含了人们对于男性身体的“秀色可餐”程度的期待,体现了当代社会男性身体越来越被肉体化的趋势。一般而言,“身体”指人或动物的生理组织的

整体,同时承载着个体的生命和精神,以身体的边界将自我主体性与他者相区隔;而“肉体”则更多强调身体的自然属性,与心灵、精神或灵魂相分离,但是心灵扭曲或精神堕落会带来肉体的贬值。身体一旦被剔除心灵、精神或灵魂,变成单纯的肉体,便成为空洞和肤浅的代名词。身体降格为被欲望凝视的客体,沦为色相。“小鲜肉”一词即是强调男性肉体的“卖相”,将男性肉体商品化,贴上了交换价值的标签。

从“小鲜肉”现象中不难看出,男性身体在当代社会面临着被物化的危机,而“小鲜肉”作为男性身体在当代社会一种颇具影响力的表征形式,与男性身体遭受的物化之间存在着千丝万缕的联系。有

收稿日期:2016-06-16

作者简介:詹俊峰(1979-),男,广东饶平人,华南师范大学副教授,文学博士,研究方向为西方文论和英美文学。

鉴于此,本文以“小鲜肉”现象为切入点,追溯男性身体表征的历史根源且挖掘其意识形态,探讨当代社会男性身体的表征和物化之间的关系,并评价男性身体的表征和物化对于重构男性主体性以及促进性别平等的影响。

一 男性身体:从超验到表征

中国传统文化提倡“身心合一”的身体哲学,身体不仅是人类本体存在的基石,也是人类理解自然规律和构建社会伦理的重要参照物和根本出发点。学者张再林认为,中国哲学的发展史本质上就是一部身体哲学的发展史,“先秦哲学标志着身体的挺立,宋明哲学则意味着身体的退隐和与之相偕的心识的觉醒,而明清哲学则代表着向身体的回归的运动。”^[2]⁵²具体而言,中国传统文化的身体观可以细分为儒家文化倡导的“道德的身体观”和道家文化为代表的“养生的身体观”,两者均注重身体与精神的和谐。^[3]不仅如此,中国传统文化的身体观也非常注重身心与外部世界的关系。在张再林看来,中国文化视域中的身体既是“我们每一个人亲切可感的血肉形身”,但又与外部世界存在着你中有我、我中有你的联系。具体而言,个人的身体与整个宇宙身物合一,以天下众生作为延伸和扩展,与永恒的形上存在相联结。^[4]总之,中国传统文化视野中的身体既不独立于精神,也不自绝于外界,而是作为个体完整生命的一环和世间万物的一分子。

从性别角度看,中国文化中的身体是具有性别差异的身体,但两性身体存在着互补关系。张再林指出:“如果说儒家的身体更多地代表了一种男性化的身体的话,那么道家的身体则更多地代表了一种女性化的身体,原因是前者提倡一种阳刚强劲的男性话语,后者则提倡一种阴柔静弱的女性话语。”^[2]⁵⁵学者燕连福据此认为,中国哲学的“儒道互补”有利于“消解男权话语的独白,维系男性女性两种话语在中国文化中保持动态平衡”。^[5]可见中国传统文化中,两性身体之间的互补和平衡关系大过于对立关系。五四运动之后,中国社会的身体观不可避免地受到了西方观念和思考方式的影响,中国传统文化中这种身心和谐、身体与外界和谐以及两性身体互补的动态平衡观也受到了冲击。以至于当代中国人思考身体问题时,打上了深深的西方文化烙印。

西方对于身心关系的探讨由来已久。古希腊

在人的裸体中看到灵与肉的和谐之美,而柏拉图等哲学家则提倡崇尚灵魂、贬低肉体的二元对立观点,将灵魂提升到超验的理念世界。基督教中同样强调肉体与灵魂的分离,肉体是堕落腐朽且短暂的,灵魂则是神圣而永恒的。灵与肉的关系被性别化是比较新近的事情。19世纪末,西方心理学研究开始以所谓科学的方式研究两性差异,这对社会科学领域和现代社会如何理解男性的本体存在产生了深刻的影响。比如,男性的本体被基于两对二元对立关系之上:男女差异,以及肉体性(corporeality)与社会性(sociality)之间的差异。女性的存在主要是肉体性的,受到情感和欲望的支配;而男性的存在则超越肉体性而进入了社会性的范畴,是理性与意志的化身。^[6]换言之,男性代表灵,女性代表肉,由此得出男性优于女性的结论,这无疑是西方父权文化意识形态的体现。

西方文化的身心二分观可谓“心高于身”的意识哲学,因此,男性身体相对于女性身体的优越之处,就在于他对于肉体性的超越。西方现代性将男性的肉体视作一种缺席的在场,其肉体的短暂显现只为了证明男性本体存在对于肉体性的超越。男性一旦被确立为社会性的动物,其肉体便从符号秩序中悄然退场。“男性身体”成为一个缺乏肉体的理念性存在,仿佛它从来就是一个不需要解释其意义来源的超验符号。这个符号抹消了自身能指和所指之间的关联痕迹,恒定地存在于父权制的象征秩序中,像永动机一样推动整个父权宇宙的运转。“男性身体”仿若没有历史,也无法被解析为更小的物质结构单位,这种无论在时间还是空间的维度上都坚不可摧的完美表象为男性提供了坚实的本体论支点。在这种以超验的身体作为男性本体的父权文化中,男性仿佛生来就比女性高尚、强大、勇敢、理智、果断、具备领袖气质。甚至在他还没出生之前,父权的意识形态就已经把他询唤为男性主体。如西方马克思主义学者阿尔都塞所言:“孩子在出生之前一直就是一个主体了。按照特殊的家庭意识形态构型,孩子被指定为这个构型中的主体,一旦它成为母腹中的生命,它就会被“期望”于这个构型之中。在这种[...]结构中,上述主体将‘找到’预先已确定的‘它’的位置,即‘变成’有性别的主体(男孩或女孩)”。^[7]

然而在现实生活中,成为男性主体却并非总是那么轻而易举。由于其超验存在的本质,“男性身

体”是一个坚硬的核心,任何想找到其内部更深层结构的企图只会以失败告终,以至于所有关于男性主体的神话无法被男性身体内化,毕竟男性身体的本体本不应存在表里之分。同理,男性主体神话也无法被附加在男性身体之上,因为这样便会暴露这类男性神话的外在性、随意性和非本质性。男性个体可以无止境地接近这个男性身体,但是却永远无法进入其核心,更不用说坚定地占有它,以建立起稳定的男性主体。如果超验的男性身体的确是男性的本体所在,那么生理上的男人就应该自然而然地拥有这个本体,男性个体天生就是男性主体。倘若男人必须经过后天努力变成男性主体,那么男性身体就不足以作为男性本体的基础。20世纪70年代开始,西方男性研究学者提出的“男性性别角色焦虑”(male sex role strain)概念,便是男性身体的超验性地位开始削弱的有力证据。^[8]

既然男性身体不能为男性本体提供稳固的基础,那么,认知男性本体存在的理想途径便落到了男性身体的表征上。表征(representation)代表着原件与副本之间泾渭分明但又唇齿相依的关系,表征就是副本对于原件的再现。因此,表征行为暗示着人们眼前看到的这个身体副本是有本质和根源的,通过表征,人们可以透视到男性本体的隐约轮廓。那么,这个模糊的男性本体到底在哪里?之前纯粹精神理念化的男性身体显然不足以担此重任。表征使人们重新关注男性身体的肉体表面,于是那个长期以来被消音和隐蔽的肉体受邀重新出场;而曾经作为男性本体基石的灵魂、心灵、精神、理性等此时纷纷被祛魅,被一个叫做“男性气质”(masculinity)的事物取而代之。男性气质是社会性别研究中的一个重要概念,代表着与男性相关的一系列性格、行为和角色,既受到社会性别话语的定义和约束,也受到生理性别基础的支撑和制约。正是在这个意义上,男性气质是男性身体的一个重要表征形式,只是在这个关于男性身体的表征之下,男性身体的超验性已经被悄悄替换为形而下的男性肉体。由此可见,从男性身体的超验性到表征性的转变,意味着男性本体存在中灵与肉的二元对立已经变成了生理性别与社会性别的二元对立。前者以“灵”为中心,以“肉”作边缘,构成了灵肉归一、超验自明的男性身体,后者则以“男性身体”为里,以“男性气质”为表。不过细究起来,作为社会性别的男性气质处于颇为吊诡的地位。常见的观点是,男

性气质真实地反映了男性身体的内在本质,可见男性气质是男性身体的内在结构性的体现。不过,由于男性气质本身是社会性别,因而只是男性身体的外部表征。男性身体是被表征的原件,而男性气质则为之副本。于是,男性气质既在男性身体之内、又在其之外,这种既为里又为表的矛盾属性,使之没有资格成为男性本体存在的稳定基础。因此,关于男性气质的社会性别研究尽管起步于社会建构主义,但最后往往回归到以男性身体为纲的本质主义窠臼。男性身体的表征(“男性气质”)体现了一种分裂的男性主体性,具有无法解决的内部矛盾。

二 男性身体表征的物化作用

男性身体在由超验性向表征性转化的过程中,男性身体的“灵性”被“肉体”所取代,原本被心灵、精神和灵魂驱逐到男性身体的边缘地带、被消音和隐形的肉体得到了表征。于是,男性身体走下神坛,在消费文化中渐渐显露出其物质性的肉体原形。男性气质即是这种男性身体的表征,而男性身体得到表征的直接后果,便是被物化为可见的、世俗的、性感的、被商品化的肉体。

男性身体的表征发生在社会和个人两个层面。在社会层面,父权制性别意识形态在公民社会树立起权威的男性气质模式,以榜样的作用,结合制度性权力,使这种男性身体的霸权性表征模式得到社会上大多数人自愿的认可和赞同。在个体层面,个人在父权制性别意识形态的询唤下,主动臣服于其权威,积极通过性别实践形塑或改造自己的身体,强化和凸显自己在身体和精神上可见可感的男性特征,试图表征自己所内化的所谓男性本质。代表着父权制性别意识形态的“霸权性男性气质”(hegemonic masculinity)是男性身体的复杂表征形式,通过对于完美范例的展示,制造出一种在男性气质的表征之下存在着男性本体的印象。“霸权性男性气质”是在性别关系结构中处于霸权地位的男性气质模式,对于女性气质及其他类型的男性气质均起到支配作用,它必须符合所处的具体社会历史环境的文化理想,有利于维护男性的权威和特权,且得到了机构性权力的支持。^[9]父权制性别意识形态利用“霸权性男性气质”这一特定男性主体模式,支配或排除了其他个别男性主体模式,制造出被剥夺了全部自由且主动俯首称臣的男性主体;而所有男性主体在私人领域所进行的性别实践,无不受制于这种

父权制性别意识形态,且无论他们是受到支配还是排斥,永远处在这种意识形态的作用范围之内。因此,在父权制性别意识形态所支配的性别关系结构中,除了“霸权性男性气质”这个大主体,其他所谓的男性主体都是不折不扣的“客体”(object)。

在父权制性别意识形态的作用下,男性身体的霸权性表征模式将大多数男性主体给客体化或物化,这是父权制内部男性在权力关系、生产关系和象征关系等维度所形成的结构关系,与情感关系无关。^[10]因为父权制的性别意识形态以异性恋为唯一合法合理的性欲投注模式,父权制表征“霸权性男性气质”的根本目的在于巩固异性恋霸权以及维护男性权威和特权。正因如此,父权文化对于男性身体的表征(尤其是视觉表征)是相当有限的。毕竟,男性身体的表征是把双刃剑,既可能以男性身体的完美典范(如阿诺·施瓦辛格的肌肉男形象)来巩固“霸权性男性气质”的支配地位,又可能导致男性身体成为被凝视的客体,使男性身体被物化。在异性恋霸权的父权文化中,异性恋男士不会(且不应该)带着情欲观看另一男性的身体,他们可能也意识不到自己的身体会被女人或别的男人凝视和物化,因为男性一直以来都是凝视行为的施行者,而非接受者。正如美国学者彼得·雷曼(Peter Lehman)所言,“避免对于男性身体的性感化表征以及谨慎控制其有限的暴露程度,两者均起到了支撑父权制的作用”。^[11]雷曼曾以男性生殖器官的表征为例,指出“展示、书写或谈论阴茎有可能会解除其神秘感,从而导致其去中心化。确实,父权文化中对阴茎的敬畏要么依赖于使之藏而不见(如我们看到的电影)或谨慎规范其表征(如色情片)”。^[11]以上例子说明,表征的确会导致男性身体被人观看,但这种观看并不一定带着性欲。也就是说,表征并不一定会导致男性身体被物化,至少在异性恋霸权的意识形态所支配的父权文化中是如此。

既然在父权文化中表征并不一定会导致男性身体被物化,那么为何在当下的中西方媒体中出现了越来越多关于男性身体的直接、露骨、性感化、物化的表征?澳大利亚学者布赫宾德(David Buchbinder)曾经从几个方面探讨西方社会男性身体的物化性表征的成因,包括凝视主体与客体的变化、艾滋病现象的影响、社会劳动分工的变革等等。^[12]那么,以“小鲜肉”为代表的国内男性身体表征所导

致的男性身体物化现象,又该作何解?

首先在个人层面,一些男性(尤其是年轻男性偶像)积极通过健身塑形和时尚打扮,为自己塑造出“小鲜肉”的形象,主动去迎合他人对于“小鲜肉”的定义和期待。这些男性开始自觉地成为审美的客体,开始有种被凝视的自觉性。就此而言,父权制文化对于男性身体表征的控制和影响似乎在削弱(不过事实并非如此)。而另一方面,随着女性审美主体的逐渐强势和男性同社会性交往(homosexuality)的滥觞,某些男性越来越不避讳自己身体被表征、甚至物化的倾向,主动卖萌卖腐,卖弄色相,以换取个人利益。这不但反映了当代社会某些男性心态的微妙变化,也反映了性别政治大气候的变迁。

在社会关系层面,新型社交网络便成为男性身体被迅速“小鲜肉”化的一个重要途径。“小鲜肉”一词本是网络用语,其主要使用者为青少年,还有一些自觉占据了审美主导地位的成年人。该词通过在由微博、微信、贴吧等为主导的网络进行爆炸性的、病毒式的传播,形成了铺天盖地的符号语境,对于广大网民产生了牵制影响。网络技术本身对于人性的异化是科技伦理的一个反面案例。有史以来,人类一直在借助外部工具来强化自己,帮助自己理解和改造外部世界,然而科学技术的创新和超越却每每带来人性的异化。如利奥塔(Jean-François Lyotard)所言,“‘科技进步’并非是在响应人类的必要需求。相反,这种进步似乎总是以扰乱人类个体或集体存在为后果的”。^[13]网络技术以消费社会的符号秩序为母体,以其即时性、开放性和易用性迅速拥有强大的意识形态建构和生产关系再生的能力,因而精通网络技术的个人完全可以利用网络工具影响和介入他人的主体建构过程。在“小鲜肉”的例子中,特定的男性身体被商业机构(尤其是商品生产和销售者)以文字和视觉符号加以表征,经由网络,将其肉体性无限放大,男性身体的纵深感被平面化为仅具有色相的肉体。而受此影响的个体男性主体无论选择购买与“小鲜肉”相关的商品,还是亲自进行性别实践把自己变成“小鲜肉”,均相信这是出于自己的意愿,而非受到消费主义意识形态的影响,这当然是消费主义意识形态给这些男性主体造成的幻觉。可见,“小鲜肉”是消费社会的男性身体被符号化、商品化的结果,是商业机构利用网络技术并结合消费者的欲望所炮制

的文化神话。年轻的男性肉体形象及其涵义被封装为符号后,再附加上一层“令人垂涎的新鲜肉类”的意指,变成交际网络中和商品市场上流转的具有符号价值的消费品。

目前,中国出版监管部门所依照的法律法规对于“男性身体”这个特殊事物尚未有清楚的管制条例。正因如此,文化市场上出现了如下矛盾现象:性感裸露的女性身体被当作不适宜在大众媒体进行传播的洪水猛兽(例如,电视剧《武媚娘传奇》因女性角色衣着过于裸露而回炉重剪),而性感裸露的男性身体则肆无忌惮地充斥着各大媒体的版面(例如,当《小时代》系列电影以数位“小鲜肉”的半裸形象作为卖点时,这种物化男性身体、以性感为卖点兜售商品的典型做法却并未引来监管部门的批评监督)。可见,以“小鲜肉”为代表的男性身体的表征现象暴露了目前国内文化市场监管的盲点。男性身体的物化性表征得以大肆传播,一方面体现出男性身体在消费社会的物化作用冲击下失去了其超验的主体地位,沦为被消费和玩弄的肉欲符号;另一方面则说明文化监管部门未能及时更新自身性别观念,没有意识到女性身体所遭受的物化性表征的历史同样可能在男性身上重演。

三 男性身体的物化对于其表征的反拨作用

在后现代消费社会,男性主体面临前所未有的危机。一方面需要不断强化自己身体的男性气质表征,以继续捍卫父权制的权威地位,另一方面却要应对消费主义意识形态对于男性身体的物化作用。于是,当代男性陷入了一种悖论:为了巩固男性主体性地位,男性不得不关注如何表征自己的身体,以便使自己的男性化身体成为可以被欲望的对象。这实际上是一种自卑情结的体现,是一种对阉割焦虑的补偿,即用一种非真实的外部表征来掩盖核心本体的缺失。如果他不这样做,便会失去性吸引力,就不会成为异性欲望的投射客体。可是一旦这样做了,便会使男性身体的表征失去了其初衷,导致男性身体被进一步物化。此外,男性身体的表征基于父权制的某种霸权性男性气质模式,是对于该模式的向往和模仿。男性在试图借用该模式表征自身男性气质的过程中,已经将这种比自己完美的男性身体当作欲望的对象,这一方面涉及到男性的身份认同(即“我想要变成你”),而另一方面涉及到男性的欲力投注(即“我想要占有你”)。无论

是男性对其他男性肉体的凝视,还是对自身肉体的凝视,都体现了一种朦胧的同性情欲。而在传统父权文化中,男性身体的男性气质表征应该是与异性恋的性欲投射保持一致。为此,男性只能够以极端的大男子气概克服男性的凝视中所潜藏的同性情欲的威胁,保持一种男性同社会性的微妙平衡。

无论如何,进入后现代消费社会之后,父权文化的深度和历史感受到了极大冲击。在消费主义的影响下,男性的身体被加速物化。消费主义意识形态将男性身体变成可消费的商品,以物化的男性身体表征掩盖(甚至替代)了男性的本体,使男性身体被进一步祛魅和剥夺主体性,仅剩下其性吸引力。这一幕也曾经发生在女性身上,曾几何时,媒体上充斥着浓妆艳抹、搔首弄姿的女性形象,而这些物化的女性身体表征充分体现了消费时代“性就是卖点”(sex sells)的口号。女性主义学者奈奥米·沃尔夫(Naomi Wolf)指出:“消费文化以下列事物为支柱:充斥着各式性克隆物的市场,想要物的男人和想被物化的女人,以及千变万化、用完即抛、由市场操控的欲求之物”。^[14]而今在这个市场上,又多了一种类型商品,那就是以“小鲜肉”为代表的被物化的男性身体。

男性身体被物化的结果,并非简单地被变成被凝视之物而已。物化作用进一步取消了男性身体的主体性和能动性,使之在消费符号的表征作用下,离本体越来越远,越来越无力成为表征的原件,最终成为被表征所掩盖、所改造、所虚拟的客体,变成可以被拼贴、调戏、嘲弄和抹消的对象。表征历来被认为是对某种真实之物的符号性再现。但是男性身体在物化作用下,反而显得越来越不真实,充其量只是一种现实,一种可以被想象和象征化的所谓现实,一种用协调一致的完美外表所掩饰起来的、被各种人为的逻辑和经验所粘贴起来的所谓现实。对于男性身体的表征努力掩盖这种真实的缺场,以符号人为地复活了已经被抹消的男性身体,以拟象——亦即代表真实的符号——取代了真实本身。男性身体的表征不再清楚地标示着能指和所指之间的再现关系,男性身体彻底变成拟象,再也无法具象和言说自己的真实,总之,男性身体不再是坚不可摧的本体论支点。在“小鲜肉”的例子中,观众已经不在乎这种“小鲜肉”形象的本质性或人为性,不关心这种表征是否对应着真实的男性身体。在这些人眼中,银幕上所呈现出来的年轻帅

气、鲜嫩壮硕的男性肉体本身就是“里”，而非通常意义上的“徒有其表”。复杂立体的意指世界被压扁成为一个平面的点。男性现实中的肉体被罔顾，而媒体上表征的男性身体形象成为新的真实。男性身体陷入了仿真世界的可怕怪圈，成为滑动的能指，符号的游戏。于是，关于后现代消费社会中男性身体表征的讨论便成了一个伪命题。

在现代之前，男性身体是超越肉体的灵性存在；而在现代时期，男性身体变成生理性别与社会性别斗争的场所；到了后现代消费社会，男性身体被进一步世俗化和物化。从历史发展来看，男性身体一直处于被祛魅的过程中，从超验，到表征，到物化，这是一条逐渐走向衰落的道路，男性身体变得越来越无足轻重。表征是男性身体被物化的起源，而物化恰恰构成了反思和批判男性身体表征的源动力。物化后的男性身体沦为被改造和象征化、被分析和批判、被消费和玩味的对象，使男性身体由父权社会中男子气概的本体论支撑演变成消费主义性别意识形态的作用客体。男性在不断审视自己身体的男性气质表征过程中，既构建起基于自卑情结和阉割焦虑的不稳定的男性身份认同，也陷入了自己不完美的身体与霸权性男性气质的完美表征之间构成的回路，打破了男性生理性别、社会性别和异性恋取向之间的协调性。这种互相矛盾又互相转化的关系逻辑说明，男性身体从来不是纯粹的生理之物，而是各类性别观念进行斗争的场所。可以预见的是，只要人类历史的车轮不断滚滚向前，那么改造男性身体的进程便永不停止。

参考文献：

[1] 佚名. 2014 娱乐年鉴词典 [N/OL]. [2015 - 01 - 08]. http://epaper.nandu.com/epaper/C/html/2015 - 01/08/node_691.htm.

- [2] 张再林. 作为“身体哲学”的中国哲学的历史[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2007(5).
- [3] 段立颖. 中国古代的身体观念及其发展途径[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2008(7): 32 - 34.
- [4] 张再林. 意识哲学, 还是身体哲学: 中国传统哲学理论范式的重新认识[J]. 世界哲学, 2008(4): 8 - 9.
- [5] 燕连福. 中国哲学身体观研究的三个向度[J]. 哲学动态, 2007(11): 53 - 54.
- [6] WITZ A, MARSHALL B. L. The Masculinity of the Social: towards a Politics of Interrogation [M]// MARSHALL B. L. Engendering Modernity: Feminism, Social Theory, and Social Change. Boston: Northeastern University Press, 1994: 19 - 35.
- [7] 阿尔都塞. 意识形态与意识形态国家机器(续)[J]. 李迅, 译. 当代电影, 1987(4): 39 - 40.
- [8] PLECK J. H. The Myth of Masculinity [M]. Cambridge, Mass: MIT Press, 1981.
- [9] CONNELL R. W. Masculinities [M]. 2nd ed. Cambridge, Polity Press; Sydney, Allen & Unwin; Berkeley, University of California Press, 2005: 67 - 86.
- [10] CONNELL R. Gender in World Perspective [M]. 2nd ed. Cambridge and Malden, Polity Press, 2009: 75 - 87.
- [11] LEHMAN P. Running Scared: Masculinity and the Representation of the Male Body [M]. 2nd ed. Detroit: Wayne State University Press, 2007: 30.
- [12] BUCHBINDER D. Studying Men and Masculinities [M]. 1st ed. New York, NY: Routledge, 2012: 142 - 145.
- [13] LYOTARD J. F. Defining the Postmodern [M]// LEITCH V. B. et al. The Norton Anthology of Theory and Criticism (Volume One). New York City: W. W. Norton & Company, 2001: 1614.
- [14] WOLF N. The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women [M]. HarperCollins Books, 2002: 144.

责任编辑: 黄声波