

□毛拉·甘奇塔诺

## 美的道德价值

恰恰是富裕的白人女性，会在时尚和医学的驱使下将肥胖污名化——医生和时尚设计师的意见再次汇集到女性杂志上，这些杂志不断地论述理想的身体、“自然美”和“女性气质”的本质。

女性逐步取得的社会权力、财富、力量、勇气，都必须优先用于改善外表。女性终于可以做自己了，但“做自己”并不是一个自由空间，可以根据每个人的偏好去设计；它其实是个标准空间，由一系列必须遵守的规则和程序构成。因此，自然美只不过是越来越多人工操纵的结果。

第一波女性主义运动浪潮也落入了这个陷阱。它的闪光点是质疑了所有的社会结构，但最后局限于白皮肤、瘦削和自然美的身体。在运动中，女性主义者努力证明她们和男人一样是文明人，配得上投票权，于是“反女性主义者不断嘲讽她们，将她们描绘成丑陋、肥胖的模样。为了抵制这种嘲讽，女性主义者开始展示自己年轻、白皙、瘦削和诱人的形象”。

在一些自诩“文明媒体”的美国报刊上，比如《生活》和《哈珀周刊》，“符合标准的身体”这个概念越来越多见：他们向富裕的、受过教育的白人读者提供大量漫画，其不仅嘲讽女性主义者，也嘲讽非裔美国人和移民。

大量有关“文明的身体”的论述后来传播到世界各地，但它并非源自美国，而是源自法国。在法国，《嘉人》《你的美丽》等杂志，特别是《你的美丽》，一期接一期地构建理想女性轮廓的神话，培养女性要“配得上”和“争取”穿上时尚服饰的信念。这些杂志面向富裕的女性，但也面向社会地位不高的女性——她们希望嫁给富有的男人，因此必须证明自己的“文明”和“优雅”。

## 健身与久坐的生活

在这一背景下，促使女性用健身房来补救久坐生活的推动力诞生了：女读者们必须腾出时间来锻炼，如果她们在日常生活中工作时间长，经常坐着，就更要注意。她们无论如何都要鼓起勇气去运动，因为工作“永远不该妨碍美丽”，当今健身房的原型就是为了满足这种新需求而出现的。这套关于体育运动和训练的叙事源自女性杂志，今天听起来仍然异常耳熟，因为我们所有的传播渠道，包括社交媒体



# 谁把她们困在“美丽牢笼”里

网络词汇“服美役”，意指为了迎合大众的审美和社会对外貌的要求而做“美的服役”。这个词的出现，让大众重新审视那些出于迎合、讨好的非自愿装扮。在新书《服美役：美是如何奴役和消费女性的》中，意大利作家毛拉·甘奇塔诺从现代对“美的定义”出发，讲述所谓现代女性之美是被控制和制造的：制定“美丽”标准的阶层利用摄影、广告、时尚杂志、电影等传媒手段去宣传标准统一的美，然后利用服装尺码、消费主义对女性实施隐性的“美役”压迫，在制定规则之后，他们又利用女性的消费去完成资本和权利收割。作者认为，在女性认识到所谓标准之美是虚无的之后，我们能否重新夺回对美的定义至关重要——美从来不应该束缚女性的，它应该是一种更广大、更自由和灵动的感受。

体上都能遇到它。

罗贝塔·萨萨泰利指出，身体规训经历了一个商业化的过程，创造出一套术语、一些工具和关于性别、场所（现代健身房）的密码。与以前相比，健身是全新的事物，而且已经嵌入消费社会中。这一现象也在学术界引发了一系列互相矛盾的思考。事实上，一方面它将体育运动民主化了，让过去被排斥在体育外的人也能参加体育活动；另一方面，这种开放与健康的关系并不大，更多与外表相关。世界卫生组织建议每天运动30分钟，因为我们绝大多数人都处于久坐的生活状态下，也因为运动对心理和生理健康都有重要影响。然而，健身习惯这套叙事和它的传播并非基于健康原因，也不是为了对引发久坐的制度进行社会批判，而是源自对变美的追求，以及为了证明一个人可以在一天的几个小时内完成所有事情。

这就能解释，健身为什么经

常带来愧疚感、失败感、沮丧感，导致人们认为自己没有足够的动力、勇气和自制力，不具备充分的多任务处理能力。

久坐作为一种社会产物，已经成为表演焦虑的重要来源，也是一个有待全力解决的独立问题。

### 神奇女侠有脂肪团

社会学家罗塞拉·吉吉认为，今天的脂肪团就等于19世纪欧洲女性的紧身胸衣：一种货真价实的刑具，目的是让腰像蛇一样细，把胸部向前挤，使下背部向后拱，以获得S形曲线。在《有闲阶级论》一书中，托尔斯泰·凡勃伦指出，紧身胸衣不适于穿着者工作，会使她们难以做出流畅的动作：换句话说，富裕的女人只是一种装饰，是她丈夫的“名片”，她只需要照顾好自己的美貌。

然而，紧身胸衣和脂肪团的区别在于，紧身胸衣主要是有闲

阶级的象征，而脂肪团则成了每个女性的烦恼：每个人都从自己的时间和经济能力出发，试图“解决问题”，但从来都没法儿消除压力：手术刀、草药茶、自然疗法、新设备、日常仪式（干刷、保健品、按摩紧身衣），还有每周都要记得做的治疗，有的要做一次、两次，有的是三次。人们会为自己不能坚持而产生负罪感，同时又因为做出承诺而浪费了精神能量，给本来就极其紧张的日常生活增加了负担。

如今，脂肪团被认为是脂肪组织肥大，并不属于真正的病理现象。其实早在20世纪70年代末，它就已经被定义为一种“虚构的疾病”。然而，尽管脂肪团一直以来都是女性身体的一部分，但经过了几十年的病理化叙述，提到它时，人们很难不去想自己的身体出了问题。乔治·维加雷洛写道：“脂肪团首先诞生于对裸体及其不美观部分的凝视，并与医学手段和一个有待建立的市场交织在一起。”

“我认为自己是个聪明女人。但是，为什么我一天二十四小时都在想脂肪团？”伊贾巴·谢戈在为《国际周刊》撰写的一篇文章中点评了亚历克斯·德坎皮笔下的神奇女侠。亚历克斯·德坎皮是《动感漫画》中神奇女侠的绘制者之一，在他笔下，这位女英雄不再穿短裤，而是换上了覆盖双腿的服装。在漫画里，神奇女侠解释了做出这个选择的原因：有人在照片墙上放了一张照片，上面是她在墨西哥发生一场毁灭性地震后，拯救了成千上万的人。之后这张照片被疯传，因为她的腿上有脂肪团。神奇女侠很不高兴地说，人们没有评价她的行为，而是纠缠于这个细节。

罗塞拉·吉吉推测，作为“疾病”的脂肪团诞生于特定历史时期的法国，也就是在两次世界大战之间，因为在那些年里，尚未获得投票权的女性在公共领域和有偿劳动市场中占据了更多的空间，成为文化活动和工业产品的消费者。此时“瘦”已经成为自控和独立的象征，也代表着自由行动和自由选择的能力，因此，女性成为美容业的一个完美的目标消费群体。根据苏珊·博尔多的说法，恰恰是在两性之间的权力关系发生变化、女性展现出更强的独立性时，美容业试图重新建立性别体系。实际上，长期以来，杂志只是充当了女性的镜子，放大了她们的不安全感，而没有真正推动她们以一种新的方式展示自己、改变权力关系。比如，这些杂志并没有对女性说，寻找一个富有的丈夫可能只是找了个牢笼，它们只会说，要想抓住合适的男人并与之相匹配，就不能大意、不能懒惰，而要积极主动、态度坚定。

（本文摘选自《服美役：美是如何奴役和消费女性的》，标题为编者所加。题图为随书赠送明信片插图，爱画的海树绘制）



《服美役：  
美是如何奴役和消费女性的》  
[意]毛拉·甘奇塔诺 著  
张亦非 译  
联合读创 | 北京联合出版公司

编辑:曲鹏 美编:陈明丽

“讲文明 树新风”公益广告

齐鲁晚报

## 低碳生活

## 绿建未来

