

【伦理与道德】

# 身体消费的伦理困境及其重构\*

张晓芳 寇东亮

**摘要:**在现代性进程中,消费活动越来越表现为通过改造和重塑人的身体来生产和满足需求的过程,身体的需求和欲望得到充分关注,现代经济生产出一系列为身体服务的产品,甚至身体本身也成为商品。现代消费成为人的身体功能的不断扩展和延伸,身体消费正在成为现代生活的景观之一。作为消费品的身体是时尚的身体,也是需要不断被塑造的身体。身体消费面临的伦理困境在于身体的被操纵和被控制,这主要体现为身体的可替代性和可凝视性。对身体消费进行积极的伦理重构,既要在伦理观念上立足人本身,重新思考人的本质,更要在伦理实践中确立全面性的身体意识,开展整全性的身体实践。

**关键词:**身体消费;消费主义;理性的身体;实践的身体

**中图分类号:**B82

**文献标识码:**A

**文章编号:**1003-0751(2020)03-0100-07

现代消费主义愈演愈烈,身体消费逐渐成为现代人建构自我的重要方式之一。人的消费行为源于人的需要,身体消费蕴含着人与自我、人与人、人与社会之间的关系,因此蕴含着一种伦理的语境。跟以往社会对身体的约束和禁锢不同,现代人试图在追求所谓的大众定义的“美”的过程中不断寻求突破,于是,身体不再是被压抑、被束缚的无意识的容器,而是完全属于自己并可以自由支配的最好的资本——甚至可以当成升值的筹码,是标准工业流水线下诞生的外表精美的商品。趋之若鹜的消费者沉迷这种“表象美”无法自拔,不仅消费,同时还崇拜身体商品,由此也衍生出形式多样、内容丰富的“身体消费”产业链。这加速了人的物化,人的身体也逐渐成为欲望的工具,成为消费主义资本运作的驱动要素之一。

## 一、现代性进程中的身体消费:界定与阐释

身体消费是以“身体”为主要对象的一种消费

活动。具体来说,首先,身体是一种资本,应当是美丽的、时尚的、可供观赏的,既可以转化为经济资本,也可以充当文化资本,这是身体成为商品的前提。其次,经过塑造的身体形象应当是符合社会审美要求、值得炫耀、也经得起展示的过程。最后,身体在商品化之后使个体获得心理上的愉悦体验,这种替代性满足以放弃身体的自主性为代价,这是身体商品化之后的归宿。对身体消费的考察,源于学者们在美学意义上对身体的思考。西方学者,“如费瑟斯通、鲍德里亚、布迪厄、布莱恩·特纳、克里斯·西林、约翰·奥尼尔等都把所谓身体美学理解为当代大众在消费文化的诱导、教唆下采用从物质到技术的一切手段形塑身体外观的审美实践”<sup>①</sup>,国内学者,如陶东风也认为,“消费社会中的文化是身体文化,消费文化中的经济是身体经济,而消费社会中的美学是身体美学”<sup>②</sup>。在这个意义上,现代消费是人的身体功能的延伸,通过改造和重塑人的身体形象来满足需求。人们对身体的改造

收稿日期:2019-12-03

\* 基金项目:国家社会科学基金重点项目“中国特色社会主义自由观建构中的思想资源及其创新整合研究”(17AKS009);河南省哲学社会科学规划项目“新时代人民美好生活需要视域中的消费主义意识形态批判研究”(2019CKS040)。

作者简介:张晓芳,女,郑州大学马克思主义学院博士生,中原工学院马克思主义学院讲师(郑州 450001)。

寇东亮,男,陕西师范大学哲学与政府管理学院教授,博士生导师(西安 710119)。

和塑造是社会和文化形式具体化、生活化的体现,这对身处于社会群体内的个体的自我认同和身份建构有着不可或缺的作用。人的身体作为一种消费符号,受到了市场、商业、媒体等话语手段的重新打造和塑形,通过语言、图像等形式生产和组织起来,转化为人的内在的生活需求和满足他者的鉴赏、观看的生存需求,成为欲望的对象和内容。身体和身体形象完全被纳入庞大的消费体系内,身体符号不仅是观念意义上的能指符号,也是现实意义上的所指符号;或者说,身体不仅是观念中的美好形象,也是现实中的商品形象。因此可以说,身体消费是现代消费的重要组成部分,是现代消费主义的表现形式之一。

身体消费中的身体是技术性的,这要归功于不断发展的传媒技术和医疗技术。大众传媒善于借助身体形象制造“偶像”,不断激活身体的消费属性,使身体成了承载价值感、存在感、成就感等身份认同的“展示品”,而用来展示的身体有着理想化、图像化、碎片化和标准化的特性。身体的理想化包括形体和样貌的理想化,这说明了身体有很大的开发价值。媒介通过塑造的各种理想化身体形象刺激人的身体消费欲望,这似乎是扭转人生境遇的切入点。不同的形象表达不同的价值,身体不一定完美,但一定要有特点,这样在趋同于大众审美的同时,与“平庸的大多数”或者过去的自我区分开,完成人的理想化追求。身体的图像化表现在商业社会借助图像技术放大了视觉和感官功能,很多报纸杂志、广告影像、电视节目中充斥着各种关于身体的场景,吸引人的是人的身体或身体的一部分。人们追求“腹肌”“马甲线”等城市健身新时尚,健身房、运动场成为城市文化新景观,这意味着身体形象既是图像的组成部分,也是不断变化并传播出去的新图像。身体的碎片化,是指人们对身体某一具体部位进行重点塑造。从近年来整形、整容市场的繁荣可以看出,有些人选择遵循延续数年的“三庭五眼”“三高四低”“黄金定律”的审美标准进行局部“修整”,把身体切割、细化成一个个局部,比如把眼睛、鼻子、牙齿、下巴、乳房、腰、臀、腿、足等部位,以一种“再造”的方式,打造局部或整体之美。身体的标准化是在强调,无论是局部身体还是整个身体的美,都要通过一系列精准数字来定义,这是适合社会大众审美需求的新标准。对“标准”的追求是永无止境的,围绕“标

准”打转的人只能分为没有达到标准的、已经达到标准的以及将要超出标准的几种,这样一来,人的身体再次受到了操纵和控制,成为围绕标准而奋斗的消费品。

身体消费中的身体也是物质性的,时尚产业和人不断增长的物质需求等因素的共同作用,为整个社会提供了建构和突出身体的平台。市场通过大众传媒加快了时尚潮流的传播,将身体美学理念和医疗美容科技手段充分结合,刺激并制造更多理想化的身体形象,建构现代消费中身体形象的社会化意识形态。波德里亚就把人的身体、自我建构的欲望与消费社会的发展结合起来,认为身体是“最美的消费品”——身体是“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……人们给它套上的卫生保健学、营养学、医疗学的光环,时时萦绕心头的对青春、美貌、阳刚/阴柔之气的追求,以及附带的护理、饮食制度、健身实践和包裹着它的快感神话——今天的一切都证明身体变成了救赎物品。在这一心理和意识形态功能中它彻底取代了灵魂”<sup>③</sup>。在这里,身体是美丽的、时尚的,应该成为一种资本,也必须应当加以包装从而吸引他人的注意。这个过程使身体被“按照符号政治经济学的方式组建起来,成为时尚和消费的对象”<sup>④</sup>。在这个基础上,身体要成为人最大的资本,必须遵循各种标准以呈现出更美好、更感性的形象,才能更具价值。而人们所遵循的标准,往往是媒体、广告等不断制造的关于身体美学的“标准”,涵盖了一系列精准的数字和概念。当越来越多的人想要接近市场化审美标准的时候,这个所谓的标准就必须变得更加精细和准确。尽管在不同阶段的社会“标准”会有所不同,但基本上每一阶段被社会公认的“美”在流行一段时间后会变成在流水线上批量生产的产品,因此,越来越雷同的“身体”在加深人的审美疲劳的同时,也会收获更多“撞脸”的尴尬。

现代消费中人们的身体观大致有两种:一种观点认为,身体是自己的资本,是彰显快乐和证明自我的载体,消费是释放欲望、解放身体的重要渠道,他们愿意通过身体消费实现自我价值;而另一种观点则指出,现代消费以其娱乐化、符号化、图像化的特性物化了人的身体,人的身体以身体形象需要以更贴合社会审美的面貌展现出来,这使得身体沦为工

具,受到奴役和控制,并使人本身沦为丧失主体性的被动客体。这两种截然不同的身体观折射出现代人对身体的关注和对“美”的追求。“美”是人们所渴求的,商业化的审美激发了越来越多的人对自己外貌的不满,他们的爱美之心需要消除或降低部分先天因素的影响,更需要身体的承担和成全。变化后的身体带来了各种认同:关于自我身份的确立和塑造,关于被他人、社会的接纳和认可。这些人花费更多时间和精力在减肥塑形上,为了身体的苗条、体态的轻盈一定把自己塞进比之前码数更小的衣服里。对身体的苛求,既要依靠外部服装,也要回到身体本身。不仅是女性,越来越多的男性也开始关注整形,现在还有一大波为提高个人形象、增强自信以换取好工作的青年学生。经过“变形”后的身体依然是现实的,是基于个别需求的具有普遍审美的身体。同时,身体的外观、形态和重量,也是社会等级的一个写照。比如说,肥胖曾经是富有、富足的代名词,在如今却被认为是一种懒惰和意志缺乏、健康不达标的暗示,似乎人的自制、自律要通过展示被塑造的身体及身体形象才能反映出来。尽管身体消费是消费领域当中提升经济效益的一种手段,加深了人们在网络环境中的社会交往,促进了人们在心理层面的自我构建。消费主义作用于人的身体,为身体消费创造种种可能,它使人的欲望膨胀,人淹没在身体消费之中,身体被淹没在感官的刺激、情感的宣泄和欲望的膨胀之中。

## 二、身体消费的伦理困境:物化与反思

在消费主义意识形态的作用下,人们借助身体完成自身及物的生产和塑造,身体消费由此成为一切生产、组织与消费的重要组成部分。身体消费的需求和欲望、身体及身体形象表现出来的差异被前所未有地表现出来,不同的主体之间以及主体对自身身体的处理方式上产生了一定的伦理冲突,原本是最为私人领域的身体,正在成为消费社会中人们急于开发的新的宝藏,人的身体陷入了“物化”的伦理困境。从现实性上来说,身体是人拥有的为数不多的固定财富之一,是人的社会资本和身份建构的基础。在资本主义社会里,“如果弯腰驼背,四肢畸形,某些肌肉的片面发展和加强等,使你更有生产能力(更有劳动能力),那么你的弯腰驼背,你的四肢畸形,你的片面的肌肉运动,就是一种生产力。如果

你精神空虚比你充沛的精神活动更富有生产能力,那么你的精神空虚就是一种生产力……如果一种职业的单调使你更有能力从事这项职业,那么单调就是一种生产力”<sup>⑤</sup>。这就是说,如果身体的美丽或壮硕能给人带来更多好处,那这样的能被社会高度接纳的身体形象就是一种生产力,然而这种“生产力”恐怕并不是对人的“高度赞扬”<sup>⑥</sup>。美好的身体形象以风格化的影像形式传播,逐步获得人们的欣赏和认同、喜爱和追捧。这种对待身体的态度影响着人的生活态度和价值理念,是人生存危机的一种表现形式,彰显着依旧存在的身体焦虑、身体期待和身体认同,离不开主体对自己、对他人和对社会的要求,折射了个人与他人、个人与社会的关系。

当前社会对身体的审视和塑造已经明显地超越了性别概念,不仅是女性,男性的身体也成了被消费的对象。人们对身体塑形的需求和欲望得到充分关注,生产出的一系列服务身体、改造身体和重塑身体的产品,身体本身成为被塑造、被奴役的商品,这主要体现在以下两个方面。

一是身体的可替代性。“替代”通常意味着被替代者的消亡。马克思在《资本论》中分析工人与机器之间的斗争时指出,资本主义生产方式下机器夺去了人“身体上和精神上的一切自由活动”<sup>⑦</sup>,“使工人的劳动毫无内容”<sup>⑧</sup>,“排挤和潜在的代替了大量工人”<sup>⑨</sup>。也就是说,工业革命时代纺织机器的出现替代了人的劳动及其工作意义上的身体。而不愿被机器取代并丧失劳动机会,他们拒绝这种丧失了主导权的取代,他们破坏机器就是“反对资本的物质存在方式”<sup>⑩</sup>,是反抗物化,或者说是反抗物化形式。但物化形式仅仅是一个开端,“物化”或“物”最终将取代人的劳动甚至人的一切。而在现代社会,消费主义的价值观一路高歌,身体的消费就是物的“人格化”和人本身的“物化”。理想化的身体几乎算是一种经过设计和打造、能够模拟“物”的可使用和可交换基本特性的、独特的表现形式。主体通过塑造理想化身体,在得到更为丰富的生命和情感体验之余,也不得不跟随如手术仪器、体重秤上的一系列精准数字变化,完成对标准的崇拜和对技术的依赖。技术、数字、商品将人的生活世界完全包裹起来,制造了更多机器,也制造了更多标准。机器取代身体令人变得更虚弱和懒惰,标准取代智慧使人变得更无聊和愚蠢。人们对技术的依赖和市场化

的审美越来越强,人的情感和意志也就变得日益脆弱。人们很难去“敬畏生命”,而是需要机器、数字的维系和定义,想方设法改造身体,最终成为机器性的消费身体。然而无论人的身体形象有什么样的变化,一旦要依赖身体来实现自身价值,最终都有无法缓解的焦虑和不安,暂时的快感只会让他们加速沦陷在新一轮的消费怪圈中。

二是身体的可凝视性。身体的可凝视性与身体的图像化是紧紧联系在一起的,这是一种基于“看与被看”状态下的“眼睛的欲望”。消费社会中的各种美容美体、整容整形,甚至是时装时尚等,都在直白或者委婉地劝告人要以“更美”的形象接受“凝视”。在这个意义上,人们对自我和他人的认识和评价,直观上依赖于人们的视觉。马克思指出,“人对于世界上的任何一种人的关系——视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉、思维、直观、情感、愿望、活动、爱,——总之,他的个体的一切器官,正像在形式上直接是社会的器官的那些器官一样,是通过自己的对象性关系,即通过自己对象的关系而对对象的占有,对人的现实性的占有;这些器官同对象的关系,是人的现实的实现”<sup>⑩</sup>。从这个角度来说,在人的社会交往过程中,人的身体和身体形象处在一种“看与被看”的状态。也就是说,人与人之间彼此互相凝视,身体及其形象变化既需要他者的凝视,也需要自己的凝视。一方面,身体形象要投射在他人眼中才具有意义,通过区分职业、地位、喜好乃至年龄,以时尚的、个性化的、独一无二的方式来向社会与他人展示自己的与众不同,折射出人的审美与趣味。另一方面,对于人本身来说,自我形象的“再生”带来的满足感与重生感,也要通过“凝视”来完成。从这个意义说,身体本身也是一个“他者”——一个需要被自我重新认知、辨识的“他者”。同时,个体在凝视和被凝视之间,展示自己的身体及形象,展示自己的能力和价值。这是因为,人们“不仅通过思维,而且以全部感觉在对象世界中肯定自己”<sup>⑪</sup>。不同的标准要求人在不同程度上改变自己的身体,以实现一种被凝视。与以往社会塑造的刻板身体形象不同,现代理想化的身体形象,更像是一次身体打磨,甚至是一次重生,使人在社会交往中拓宽交往的可能性。对于积极展示身体形象的人来说,他者的凝视不是一种压力,而是一种肯定和鼓励。然而,资本逻辑与商业社会的合谋,身体所具有的物性特征,在

于身体不仅仅是简单的“物”的存在,而是具有个性化和社会化象征意义的符号。问题在于,人们凝视这些作为符号的身体的同时,也在被这些符号凝视,这是一种隐性的社会压力,人、人的身体和人的一切,都成为被大众凝视的对象化存在。

身体作为商品,每一个细节的挖掘都是无穷的。一个身体形象被打造出来,就会成为他人的身体,成为资本和其他消费者沟通的媒介。当看到他人的“美”时被刺激起的购物欲,橱窗、柜台的展示,广告的滚动播放,都会加速身体消费的可延续性。而市场流行的关于“身体美”的话语体系,把身体纳入一个可比较、可塑造的体系,人们想要使自己的身材符合身体消费权力体系中描绘的理想范式,就必须接受这种美的规训,甚至将这种规训发扬到极致——整容堪比换头。因为身体消费没有停留在“爱美之心,人皆有之”的“美的需求”上,而是在消费主义作用下具备了更加鲜明的社会文化表征。身体的变化必须要符合时代发展与身份地位的需要,达到甚至超过预期的心理需求和社会的审美标准。时尚的身体几乎已经成为引领现代消费潮流的风向标,它通过改变、塑造身体形象而获取他人或自身对外在身体形象的认同,不断帮助人们在交往过程中减轻他们自身的心理负担和审美焦虑。这种对外形的在意,实际上折射出了他们对自我的低认同——用一堆数据和标准来实现对身体外形的严格控制,用时尚、潮流来完成对身体形象的包装。与化妆不同的是,整容、整形本身就需要身体(肉体)承受一定的痛苦,而且是不可逆转的。即便在塑造身体的过程中会遭受痛苦,但这也是为了变得更美而必须经历的“蜕变”,这更像是享乐主义与禁欲主义的一种结合。在这个过程中,人的具体生活空间被消费品包围,不断有新的潮流出现并流行,人们在追求美、实践美的路上丧失了对自己身体的支配权和主导权。

技术的更新换代、媒体的循循善诱、数据的精细准确,每一个因素都在帮助消费社会制造身体消费。社会的商业化决定了人的社会意识,社会商业越成熟,身体消费在战略上表现为精准化、在操作上表现为流程化。从其发展的速度来说似乎是不可避免的,是现代社会消费升级的必经之路。究其本质,是起核心作用的资本逻辑将人限制在一系列生产与消费关系中,是身体成为释放欲望的商品,凸显了现代消费主义的异己特性。波德里亚指出,人们通过身

体消费彰显个性,对身体的极度关切本身也暗含着对身体的极大压制。他进一步说明,“‘被重新占有’了的身体从一开始就唯‘资本主义的’目的马首是瞻:换句话说,假如它得到了投入,为的就是使它能够结出果实。身体之所以被重新占有,依据的并不是主体的自主目标,而是一种娱乐及享乐主义效益的标准化原则、一种直接与一个生产及指导性消费的社会编码规则及标准相联系的工具约束。换句话说,人们管理自己的身体,把它当做一种遗产来照料、当做社会地位能指之一来操纵”<sup>⑬</sup>。个体追求标准化的美,群体追求样板化的美,像是一种“被操纵”的集体无意识,最后都成为市场化、商业化流水线上千篇一律的待售商品。而人永远不能跟时尚潮流并驾齐驱,在这种不对等中,商业化审美在一定程度上进行着对人身体的操控与控制,并且这种操纵和控制与以往生产占主导地位的社会相比变得更隐蔽、更复杂。因此可以说,社会化和商业化审美对身体的塑造,在一定程度上是彻头彻尾的压制和毫不客气的驯化。作为消费品的身体,是手段还是目的,这是人们需要思考的现实问题。如果把身体当成手段,身体就是无限的资源,可以全方位、多角度地开发和利用,以实现“我可以”需求的满足和膨胀;如果把身体当成目的,身体就是有针对性的目的,渴望通过变化消除或者消解焦虑不安,以实现与过去的决裂,完成“我是”的塑造。在这个意义上,身体“被重新占有”的过程,就是被商业化诱导、被社会化塑造的过程。

### 三、身体消费的伦理重构:观念与实践

身体消费成为一种潮流,或者说是一种生活方式,已经成为现代社会的景观之一,隐含了现代消费主义的控制功能。身体的确是“容易被驯服的”,因此身体已经成为消费和被消费的对象。身体消费用“对美的追求”来加以修饰,是一条向消费主义无条件臣服、以换取更多机会和金钱的捷径。如果人们的身体必须要通过“消费主义”才能定义,如果这个消费行为是良性的,延伸出的社会影响是积极的,那么,何来青少年把光鲜亮丽、工作轻松挣钱快的“网红”当成理想职业,何来一批又一批的年轻人加入“整容大军”?人在身体消费过程中过度改变身体形象,本身就是物化自己,这不能不引发对身体消费行为的深刻反思和对重建身体的可能性的现实

呼唤。

在现代消费中重建身体的可能性,需要考虑两个方面的问题。

1.需要在观念上回到人本身,重新思考人的本质和人的身体存在的客观性

对于人来说,身体是载体也是象征,是感性也是动力,理解人的身体的客观现实性必须要认识人的自然属性和社会属性。

一是自然属性。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出,人的肉体“只有靠这些自然产品才能生活,不管这些产品是以食物、燃料、衣着的形式还是以住房等等的形式表现出来”<sup>⑭</sup>。人必须要依赖自然界提供生活资料才能生存,自然界是人“无机的身体”<sup>⑮</sup>,人的“肉体生活和精神生活”<sup>⑯</sup>都同自然界有着不可分割的联系。在这个意义上,肉体组织是人“有机的身体”,自然界是人“无机的身体”。可以说,人是一个多层次的、复杂的存在,是“肉体的、有自然力的、有生命的、现实的、感性的、对象性的存在物,这就等于说,人有现实的、感性的对象作为自己本质的即自己生命表现的对象;或者说,人只有凭借现实的、感性的对象才能表现自己的生命”<sup>⑰</sup>。自然属性是人的生命力的象征,是人认识世界和改造世界的物理基础,是人不断被实践验证的先天具有的区别于动物的劳动创造能力。

二是社会属性。现代消费在很大程度上实现了人的身体解放和个性自由,可以说,身体是人们现实生活中消费需要的载体和依据,个性化和社会化的需求影响着人的身体解放和身体的自由支配。大多数人选择改造身体源于对自身的不满和焦虑,改造后的身体消除了原本的自然状态,取而代之的是社会化和普遍的大众化。马克思认为,人是“有生命的个人的存在”<sup>⑱</sup>,而要了解整个人类的历史,“第一个需要确认的事实就是这些个人的肉体组织以及由此产生的个人对其他自然的关系”<sup>⑲</sup>。在分析人与动物的差别时,马克思认为,“一当人们自己开始生产自己的生活资料,即迈出由他们的肉体组织所决定的这一步的时候,人本身就开始把自己和动物区别开来。人们生产自己的生活资料,同时间接地生产着自己的物质生活本身”<sup>⑳</sup>。“身体”就是马克思所谈及的“人的肉体组织”,是从属于人本身的,是一种具体的、实在的生产因素。在这个意义上,身体是社会的产物,也是社会生产力发展变化的隐喻。

需要注意的是,消费的身体是指经由现代消费建构的身体,凸显了现代消费对人的存在和发展的塑造和压制。在这里,身体不是医学、生物学意义上专有名词的堆砌,不仅是个体赖以存在的物质基础,更是个性化和社会化的产物。身体是一种随着社会历史发展变化而变化的客观实在,既是生物有机组成部分,也是社会构建的产物。在我国,改革开放以前,社会普遍忽视了身体的正常需求,身体成为生活的附属品,在人的物质世界和精神世界里存在着不同程度的缺席。改革开放之后,国人被压制的身体得到了极大的解放,身体的合法性地位重新被确立起来。人已经不能满足于用外在的服饰包装,注重从视觉、触觉上给人以直观的印象,而是更希望用先进的科技手段和医疗设备通过整形手术改变身体的形态和构造。人们习以为常的“身体”被塑造成各式各样的形态,从积极的角度来说,身体是快乐、健康、自信和展示自我、实现自我的载体。“现代人对自己的身体给予了前所未有的关注、呵护和利用,围绕身体的消费行为与人的自我认同直接相关,身体消费成为现代人自我认同的一个重要途径。‘身体转向’是消费文化的表征,消费文化突出了身体的在场性。”<sup>②</sup>现代人关心自己的身体,关心身体形象和身体享受,这是社会的一大进步。“身体转向”带有一系列隐喻,一方面,身体的在场释放出人的强烈的个性化和社会化需求,并制造出更多适应大众需求的标准和观念;另一方面,现代人的自我意识不断凸显和增强,“身体的在场”突出了现代人对身体的极大关注。然而,身体仅仅是身体,不是人的全部也不能作为人的全部。

## 2. 需要构建理性的身体和发展实践的身体

一方面,身体是社会构建和社会关系的隐喻,在手段与目的、象征与现实、隐喻和希望、理性和感性之间形成新的张力。个体主义和消费主义甚嚣尘上,科技进步和社会多元化发展,身体的体验将成为个体和社会生活的重要内容。因此,既要有对感性的身体的尊重,也要有对理性的身体的探索。消费感性是人在情感和体验上欲望和偏好的满足和实现,往往意味着一种冲动和满足。消费理性是人基于理性思考后有目的的选择,重在对资源的有效分配和整合,更多考虑最大限度地发挥资源的实效性。人的身体是自然属性和社会属性的有机统一,身体经过社会化的改造成为物质性存在,并不断赋予主

体更多的社会文化象征意义,它的制约性和导向性更明显一些,在一定程度上制约了人对自身身体的理解。身体原本是需求实现的手段,但在消费主义作用下日益成为感受和享受的目的。关于身体的各种欲望不断被创造出来并根植于人的头脑中,同时,人身体的欲望又让人不断投身到具体商品消费中。人在被消费主义控制的同时,人的非理性的消费欲望、消费冲动、消费行为被无限放大,人的身体在消费活动之中被包围、被控制、被奴役,人和人的身体完全成为消费社会制造出的“样品”。这种消费逻辑控制了人的思想和意志,压制了人的主体性,人完全变成一种感性存在。尽管有意识地开发和塑造身体意味着身体意识的觉醒和张扬,但身体不能也不应该“全面沦陷在资本与消费主义意识形态伪造的消费自由空间里”<sup>②</sup>。人必须要走出“物化”的生活方式,把自己塑造成“具有全面而深刻的感觉的人”<sup>③</sup>。这种“全面而深刻”的感觉,包含着人对所有精神与物质、崇高与卑微、真诚与虚假、理想与现实的感觉。

另一方面,人们塑造理想身体,源于人对自身以及生活现实的现实渴望,也是对身体绝对性和相对性的改造和追求。身体的绝对性在于生命的不可逆转性,身体的相对性在于身体在社会变化发展中被赋予新的内容和形式,从而不断发挥影响和作用。人需要“身体的发展”,身体的绿色、健康,内在和外在的统一,都是可持续发展。比如说,都市社会里流行的“跑步健身”,是城市文明的产物。健康的身体本身就是一种美,更象征着一种自我管理和自我实现的力量。人们追捧各种运动方式塑造健康和健美,这本身就是对身体资本和生活态度的肯定,这是新时代人们身体审美和美好生活愿望的重要组成。因此,身体的实践需要更加贴合个体本身特质,凸显个性独特的审美情趣和鲜活的生命力量。同时也要注意,日常生活中人的身体也存在很大的差异,但这种差异更多表现在利益、欲望和需求上。身体和身体的差异,彰显着个人财富和社会地位的不同,这表现在行为模式和服装款式上。身体消费所满足或引导的是一种体面生活的消费,无论是塑形、整容等身体形象的塑造方式,还是广告形象的时尚风格,都是为具备一定购买力的人服务的,但有购买力的人不一定有自控力。因此,必须要加强对身体的支配和管理。就像管理学中有柔性和刚性之分一样,身体

管理同样也有善待和苛待之分。对身体的训练和约束是为了让人学会更好的自律和自控自身。“人必须不断平衡自己的各种需要,使其保持一种有机生态状态。只有这样,人才能从这种需要的平衡与和谐中,把身体从自然性或动物性的‘自在的身体’不断提升为社会性或文化性的‘自为的身体’,从而遏制和消解身体的沉沦或异化。”<sup>②④</sup>身体与身体的差别不是人生命中的决定性因素,当物质因素成为社会发展的重要衡量标准时,身体重新得到关注,精神却依然游荡在旷野。人不能在将要失去思考能力的时候才感受智慧,不能在将要丧失主体地位的时候才寻求自我。而如何审视自我,如何在真正意义上解放身体和塑造价值,才是人们目前需要关注和进一步思考的。

#### 注释

- ①方英敏:《什么是身体美学——基于身体美学定义的批判与发展性考察》,《贵州大学学报》(社会科学版)2016年第1期。②陶东风:《消费文化语境中的身体美学》,《马克思主义与现实》2010年第2期。③⑬[法]让·波德里亚:《消费社会》,刘成富、全志刚译,南京大学出版社,2000年,第139、143页。④仰海峰:《时尚、身体与拜物教》,《江苏社会科学》2013年第4期。⑤⑥《马克思恩格斯全集》第42卷,人民出版社,1979年,第261页。⑦⑧⑨⑩《马克思恩格斯文集》第5卷,人民出版社,2009年,第487、487、517、492页。⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒《马克思恩格斯文集》第1卷,人民出版社,2009年,第189、191、161、161、161、209、519、519、519、192页。㉓㉔寇东亮:《技术时代的“身体生态”危机及其消解》,《自然辩证法研究》2014年第8期。㉕林滨、邓琼云:《消费意识形态视域中的身体消费审视与解读》,《东北大学学报》(社会科学版)2019年第4期。

责任编辑:思 齐

## The Ethical Dilemma of Body Consumption and Its Reconstruction

Zhang Xiaofang

Kou Dongliang

**Abstract:** In the process of modernity, consumer activities are increasingly manifested as the process of producing and satisfying demands by transforming and reshaping the human body. The needs and desires of the human body have therefore received fully attention. The modern economy produces a range of products that serve the human body, and even the human body itself becomes a commodity. Human body functions have been continuously expanded and extended in the process of modern consumption, and body consumption is becoming one of the landscapes of modern life. As one of the commodities, the body is fashionable as well as constantly-shaped. The ethical dilemma of body consumption lies in the manipulation and control of the human body, which is mainly reflected in the substitutability and gazeability of the body. We need to actively reconstruct the ethics of body consumption, which is not only to rethink the essence of human beings based on the ethical concept of human beings, but also to establish comprehensive body consciousness and carry out holistic body practice in ethical practice.

**Key words:** body consumption; consumerism; rational body; practical body