

奇葩采茶方式贬损的不仅是女性价值

——消费主义文化再反思

全国妇联妇女研究所研究员 马焱

奇葩采茶方式，这种女性身体的被观赏、被消费，不仅仅是一种资本攫取利润的经济现象，更严重的危害是它复制、重构着把女性视作“花瓶”的封建落后性别文化，消解、对抗甚至瓦解包括男女平等在内的社会主义核心价值观。

又到一年采茶季。源远流长的中国茶文化，蕴涵着深厚的精神文化，反映着中华民族悠久的文明礼仪，其中“采茶”便是典型的中国文化符号。而近期一些奇葩的采茶方式很难让人将其与典雅厚重的传统茶文化联系在一起。

奇葩采茶：资本与性别歧视文化的合谋

据媒体报道，今年3月，江苏某景区一群采茶妹身着爆乳古装采茶；今年4月，杭州某茶园，一群采茶妹用高难度瑜伽动作“一字马”采茶，大秀性感身姿……消息一出，这些衣着暴露的采茶妹立刻成为人们观赏、谈论的焦点，而采茶本身的文化意涵却被忽略。这些奇葩的采茶方式，并非今年才出现。2011年4月，河南某景区恶俗策划“C罩杯处女口唇采茶秀”，并发布招聘启事，要求采茶女C罩杯以上胸围、没有性经历、皮肤光滑无疤。此“招聘”一出，舆论哗然。当地政府随后叫停了这一“奇葩招聘”，将其认定为低俗炒作，对当事者进行了批评教育，并责令停止炒作。2013年6月，广州某茶叶博览中心，中外女模特烈日下穿着三点式进行煮水、洗茶、泡茶和斟茶等表演……近几年来，奇葩的形式不断翻新变化，而不变的是部分商家以突出女性的身体和“性”特点来刺激人们消费并从中渔利。

这些奇葩的采茶方式，折射出了在消费主义文化盛行时代，资本是如何借助商业化的力量将女性身体物化、商品化，从而实现资本与性别歧视文化的“成功”合谋。由于文化具有相对独立性和代际传递性，“男尊女卑”、妇女作为“他者”、“附属物”等积淀几千年的歧视妇女的封建落后性别文化至今还顽固地残存在许多人的头脑中。在父权/夫权文化中，女性是被观看的对象，是被动的性指向者，男性是主动的观看者、评论者和消费者。

在如今这个高度市场化、商品化的消费社会里，为实现资本的无限度增值，一切社会存在物都可能成为商品刺激人们的消费欲望，女性的身体和性特征便成为当前社会最吸引眼球的消费品。部分商家利用封建传统性别文化中男女两性观看与被观看的主客体关系，极力挖掘女性的观赏价值，以女性的容貌和性特征为卖点刺激公众对其产品的消费欲望，已成为商业资本促销的重要手段。奇葩的采茶方式只是资本与性别歧视文化合谋的一个很小侧面，近几年引发热议的“女体盛宴”、车展中衣着暴露的“车模秀”以及各种内衣广告代言的模特走秀等等，都是将女性物化为“性玩物”和“特殊商品”，追求眼球经济的产物，只是表现形态不同罢了。

必须遏制损害女性尊严的落后性别文化

这种女性身体的被观赏、被消费，不仅仅是一种资本攫取利润的经济现象，更严重的危害是它复制、重构着把女性视作“花瓶”的封建落后性别文化，消解、对抗甚至瓦解包括男女平等在内的社会主义核心价值观。奇葩的采茶方式向社会传递的信息是：女性最大的存在价值仅停留在被看的视觉层面，在于容貌、形体等外在形象，而非通过自身努力和创造性劳动实现个人的发展和对家庭、社会的贡献。这种以突出女性的性特征和观赏价值，把女性价值与外在容貌相绑架的

价值导向，凸显了旧式父权中心文化对女性价值的规训，向社会传递了女性生存空间狭小、价值单一的信息。这种公然赤裸裸地宣扬女性靠出卖“色相”而生存发展的做法，直接挑战了强调文明、平等、公正的社会主义核心价值观，挑战了党和政府坚持贯彻男女平等基本国策的价值立场，其带来的消极负面影响是极其深远的。一方面将误导公众对女性价值的准确判断，影响公众树立男女平等的价值取向，尤其对于价值观正在形成过程中的青少年负面影响更甚。

由于男女平等是社会公平正义的重要内容，因此从长远看，对于全社会培育和践行社会主义核心价值观极为不利，有损整个社会对文明、和谐、自由、平等、公正等社会主义核心价值观理念的追求。另一方面，对于女性个体尤其是外在形象达不到所谓“美女标准”的女性而言，除了自尊受到伤害以外，找不到任何改变命运的正确方向，而且还会让这类女性产生自卑感，甚至会把所遇到的困难和挫折归因为难以改变的个人相貌。不仅如此，还伤害着整个女性群体的人格、价值和尊严。近年来，持续风靡的女性过度“减肥”和“整容”与以上片面强调女性外在容貌和身材的价值导向不无关系。

在我国，男女平等基本国策的提出已有 21 个年头，把妇女作为一个独立的、有尊严的、与男性一样享有平等权利的人来看待，是中国共产党自成立以来一贯坚守的政治主张和价值追求。去年，习近平总书记在纽约全球妇女峰会上明确提出：“努力构建和谐包容的社会文化。男女共有一个世界，消除对妇女的歧视和偏见，将使社会更加包容和更有活力。我们要以男女平等为核心，打破有碍妇女发展的落后观念和陈规旧俗。”

从世界范围看，提倡尊重包括妇女在内的人的尊严、公平正义和非歧视的平等价值观已成为国际潮流。1995 年第四次世界妇女大会的纲领性文件《北京行动纲领》中倡导：要把妇女描绘为具有创造性的人、极其重要的行动者、发展进程的促进者和受益者，而不要将妇女描绘为低人一等的人和利用妇女作为性玩物和商品。2015 年 9 月联合国首脑会议审议通过的《改变我们的世界：2030 年可持续发展议程》中倡导：各国政府、国际组织、商业界和其他非国家行为体和个人必须协助改变不可持续的生产和消费模式，创建有活力、可持续、有创新和着眼于人的经济，促进持久、包容性的可持续经济增长，增强妇女经济权能，让所有人平等和有尊严地在一个健康的环境中充分发挥自己的潜能，让所有人都有体面工作。

在国内外大力倡导破除有损妇女尊严、有碍妇女发展的性别偏见和陈规旧俗的今天，像“奇葩采茶”这种迷失在市场经济大潮漩涡中、为追求自身经济利益而进行恶俗炒作的“眼球经济”，显然是逆历史潮流而动，不可能具有可持续发展的潜力，很难达到长久吸引消费者的目的。相关商家应顺应国内外尊重女性、促进性别平等的发展大势，主动适应经济发展新常态，积极响应国家创新驱动发展战略，参与供给侧改革、转方式、调结构，在实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的经济发展方面多下功夫。同时，建议相关政府管理部门和行业协会制定完善行业规范和行业标准，对以突出女性容貌和性特征为卖点、牺牲女性人格尊严的“眼球经济”加大惩处力度，让违规违法者付出应有代价。