

女“性”商品化:男女平等的巨大障碍

□吴灿新(中共广东省委党校 哲学教研部,广东 广州 510050)

[摘要] 改革开放以来,女“性”商品化的泛滥,成为当今中国实现男女平等的巨大障碍。女“性”商品化主要表现为性交易、性贿赂、性广告、“买卖”婚姻等,其主要根源是市场经济的物化和拜金主义之深刻影响以及主观上的两极思维方式。要在最大限度上抑制女“性”商品化的泛滥,必须坚持依法治国与以德治国相结合,确立和大力宣传科学的“贞操观”。

[关键词] 女“性”商品化;男女平等;科学“贞操观”

[中图分类号] B82—053 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1003—8744(2013)03—0053—06

一、女“性”商品化泛滥的表象及其危害

在改革开放历程中,随着商品经济特别是市场经济的崛起,女“性”商品化日益泛滥起来,概括起来,主要表现如下:

第一,性交易。女“性”商品化泛滥最赤裸裸的表现形式,是直接的商品交换式的性交易。表现有三种基本形式:第一种是公开的“妓女”形式,没有任何的掩饰,进行一种赤裸裸的性交易。据有关调研发现,在这种性交易最猖狂的时候,不少地方都有“公开”的被当地百姓称之为“人肉街”、“人肉广场”的地方,娼妓与嫖客可以当面“讨价还价”议定价钱。第二种是“三陪”形式:陪舞、陪唱、陪吃等,是较为隐蔽

的性交易。在此说其“隐蔽”,不是指“三陪”本身,而是这些“三陪”女性基本上都是“隐蔽”的“妓女”。有调查发现,这些“三陪”女性,如果只局限于“三陪”,“只卖艺不卖身”,是不可能在此“行业”生存下去,一定要被“炒鱿鱼”。第三种是更加“隐蔽”的性交易。在此说其更“隐蔽”,是因为这些性交易,往往都是以很堂而皇之的“职业”作为掩护。例如,一些“桑拿女”、“按摩女”、“沐足女”,“发廊女”等,往往具有双重身份,而公开的职业身份为“辅”,为“虚”,隐蔽的妓女身份却为“主”,为“实”。那么,中国的妓女究竟有多少?这无疑是个谜。据《人民日报》1996年9月5日报道:1991—1995年,全国公安机关查获卖淫嫖娼的人数是153.3万,卖淫团伙3.2万个,卖淫窝点

收稿日期:2013—3—16

作者简介:吴灿新(1953—),男,中共广东省委党校哲学教研部教授,主要研究方向为伦理学。

3万个,收容卖淫嫖娼人员7万多人。现在据不少网民估计,其数量也许是几百万,也许是一千来万。

第二,性贿赂。性贿赂是女“性”商品化泛滥的另一赤裸裸的表现形式,它本质上也是将性作为商品来交换利益,也是性交易。与直接的性交易不同的是:性交易基本上是一种(当下的)现金结算式交易,而性贿赂基本上是一种(非当下的)非现金结算式交易;性交易的对象是嫖客(只要出得起钱,无论其身份),而性贿赂的对象往往是权贵(通俗地说就是掌权的官员与有钱的老板)。当下,性贿赂似乎成了许多“行业”的潜规则。性贿赂有两种基本形式:一是客体型性贿赂。在这种形式中,女性是作为“客体”,被动地作为性商品被送给某权贵,以达成贿赂。在这种形式中,又有两种形式:一种是赤裸裸的“性商品”形式,送给某权贵进行一次或多次的“性消费”;另一种是温情脉脉的“情妇”或“二奶”形式,送给某权贵作情妇或二奶。二是主体型性贿赂。在这种形式中,女性是作为“主体”,主动地把自身作为性商品送给某权贵,以达成贿赂。在这种形式中,也有这样两种形式:一种是赤裸裸的“性商品”形式,主动让某权贵进行一次或多次的“性消费”;另一种是温情脉脉的“情妇”或“二奶”形式,主动给某权贵作情妇或“二奶”。

第三,性广告。性广告是女“性”商品化泛滥的一种比较隐蔽的表现形式,即将女性体貌性征作为商品出卖给商家,商家利用这些女性体貌性征通过一定形式的媒体,去吸引人们的注意力,公开而广泛地向公众传递一定的商业信息,以达到扩大经济效益之目的。性广告有许多种类,最常见的一种是通过强力展现女性体貌性征的性感魅力,去吸引人们的关注和模仿。这种商业广告有两种情况:一种是“小尺度”展现女性体貌性征的性感魅力;另一种

则是“大尺度”展现女性体貌性征的性感魅力。前者重在女性的知名度与影响力;后者则重在女性的特别体貌性征的性感魅力,当今风靡一时的各式各样的女性选美活动,就是其中的典型一例。还有一种是“准广告”性质的性广告,通过强力展现女性体貌性征的性感魅力,甚至是性感行为,来达到吸引人们对特定商品的关注之目的。这种性广告表现形式繁多,如影视片中的性暴露镜头、各种文艺表演中的性暴露场面等等。

第四,“买卖”婚姻。“买卖”婚姻,是女“性”商品化泛滥的一种更加隐蔽的表现形式。随着市场经济的崛起,拜金主义的广泛流行,“买卖”婚姻又重新兴起。只不过“买卖婚姻的形式正在消失,但它的实质却在越来越大的范围内实现,以致不仅对妇女,而且对男子都规定了价格。这“不是根据他们的个人品质,而是根据他们的财产来规定价格”。^[4]当今的“买卖”婚姻除了极少数的拐卖妇女和赤裸裸地索取高额礼金之形式外,更多的是当今的女性在选择她们的婚姻时,主要考虑的不是男子的个人品质,而是他们的财产状况。而我们在生活中还可以发现,在艺术影视模特业以至体育界中的女明星,甚至于长得有点“似模似样”的女子,都十有八九是非“有钱人”不嫁。

女“性”商品化泛滥,必然成为当今实现男女平等的巨大障碍。男女平等的前提是“人”的平等,而“人”的平等以人格为标准。“人”要使自己成其为真正意义上的“人”,就必须要有起码的“尊严”。人的尊严,来自于社会与自我两个方面。从社会来说,在客观上必须提供给他人能够有“尊严”地生活的条件;从主观上来说,必须把每一个人当作人。从自我来说,必须把自己当作人,要自立、自强、自尊、自爱。但女“性”商品化泛滥导致人的物化或商品化,从社会与自我两个方面摧残人的尊严,

扭曲女性的人格。一个人格被扭曲、女性被物化、人的尊严特别是女性的尊严被摧残的社会和时代,要真正做到男女平等,无疑是一件极其艰难的事情。另外,男女平等的决定性条件是女性素质的提升,女“性”商品化泛滥恰恰阻碍了女性素质的提升。市场经济是当代商品经济的最高表现形态,其本性在于追逐经济利益的最大化,因而也是追求经济效率的最高化。在这个意义上,市场经济是一种效率经济,而效率经济最根本最重视的不是人的外在要素,而是人的内在素质。在竞争激烈的市场经济中,素质是竞争的最终法宝。而女“性”商品化泛滥,必然导致女性内在素质的下降,造成竞争能力的衰弱,从而在客观上难以真正实现男女平等。

二、女“性”商品化泛滥的根源

当下中国女“性”商品化泛滥的根源,就在于市场经济之中。市场经济作为现代商品经济,它同以往一切经济形态的根本区别,就在于其他经济形态本质上追求“使用价值”,而市场经济则追求“交换价值”。众所周知,市场经济的核心是“资本”,而“资本家”则是市场经济时代的“宠儿”。早在150年以前,马克思就曾惊奇地发现:“如果有10%的利润,资本就会保证到处被使用;有20%的利润,资本就能活跃起来;有50%的利润,资本就会铤而走险;为了100%的利润,资本就敢践踏一切人间法律;有300%以上的利润,资本就敢犯任何罪行,甚至去冒绞首的危险。”^[2]作为人格化的资本,资本家的本性是由资本的本性所决定的,他的一切所作所为,都是由资本的本性所驱使的。无限地榨取剩余价值(利润),是资本家从事一切经济活动乃至非经济活动的出发点和最终归宿。资本家的这一贪婪本性,并不取决于他个

人的禀赋和个性,而事实上是由他赖以生存的生产关系所决定的。不仅资本家本性如此,所有独立的经济主体作为经济人也在不同程度上受市场经济本性之影响。

同时,市场经济作为商品经济发展的高级形态,它以商品交换为基础。“商品作为物品,是简单而又平常的,但物品作为商品,却是复杂而又神秘的”。^[3]马克思曾经这样形容过商品,说“它是一件非常奇怪的东西,充满着形而上学的烦琐性和神学的微妙性”。^[4]商品之所以让人感到神秘,是由商品形态本身引起的。随着劳动产品取得商品形态之后,人类劳动的同一性质,便表现为商品的价值;用时间计算的人类劳动力的支出,便表现为商品的价值量;而人们之间互相交换劳动的关系,则表现为商品与商品互相交换的关系。正因为这样,在人眼里商品这种劳动产品就取得了一种神秘的特性。劳动产品之间的价值关系,本来是人们自己的社会关系,即人和人之间的生产关系。但是在商品生产者看来,这种生产关系却成了物和物之间的关系,乃至物对人的统治关系。这种情况,很像人们在宗教迷信方面的偶像崇拜。马克思把这种人们在自己观念中对商品的歪曲反映,称之为“商品拜物教”。由于货币是商品价值的代表,商品拜物教就自然演变成货币拜物教。而货币拜物教作为一种道德观念,就成为拜金主义。因此,随着商品经济和市场经济的发展,拜金主义必然滋生起来,它从经济领域向整个社会领域蔓延开来,在拜金主义者那里,不仅一切都可以变作“商品”进行交换,而且,货币就是一个无所不能的“神”。因为“货币的特性的普遍性是货币的本质的万能;因此,它被当成万能之物”。^[5]无疑,正是市场经济的一般性所滋生的拜金主义,导致了人的物化,特别是女性的物化。于是,女“性”商品化泛滥成为了改革开放历程中一种

不可避免的道德代价。

除了客观上的根源外,还有主观上的原因。这与我们长期以来形而上学的思维方式普遍流行分不开。在传统社会,由于以小农经济为基础,因而它注重经验、感觉、感情,从而形成两极思维方式。这种两极思维方式对事物的认识不是肯定,就是否定;而这种否定不是扬弃,而是全盘否定和完全抛弃。在计划经济时代,我们强调精神万能,高举道德的旗帜猛烈地批判“物质刺激”、“金钱挂帅”,忽视经济建设和法制建设;而在市场经济时代,我们则走上了另一个极端——在高度重视经济建设和法制建设的同时,我们又忽视了道德建设,高扬起“物质刺激”、“金钱挂帅”的大旗。于是,我们必然走上了一条高度重视物质文明建设,轻视精神文明建设的畸形发展之路。邓小平在总结改革开放的经验教训时就曾严肃指出,我们最大的失误是思想教育,物质文明和精神文明必须两手抓,两手都要硬。可是,在举国上下都把“以经济建设为中心”曲解为“以GDP为纲”的实际引导下,处处依然“见物不见人”,在不同程度上把思想道德建设放在“说起来很重要,干起来就忘掉”的地位上,从而使中国出现日趋严重的道德滑坡状况。

与此相适应的是,改革开放以来,我们在反思以往道德建设上盲目追求共产主义道德的崇高要求,以同一高层次的道德准则去规范全体人民,使道德建设逐渐流变为“假、大、空”之沉重教训的基础上,把道德建设从天上拉回到了人间。我们在批判以往“假、大、空”的做法时,又把道德的先进性要求也一起否定掉了,甚至于也把我们一些优秀的传统美德一起给否定掉了。我国传统道德文化,源远流长,博大精深,既有宝贵的精华,无疑也有封建性的糟粕。但是自从“五四”以来,国人就偏向于对传统道德文化的全盘否定;到了十年动乱时期,这种否定

已经登峰造极。在“左”的思潮严重影响下,以往的一切道德文化几乎都成了“封资修”的东西,统统属于被彻底扫荡之列,连道德修养也成了“黑修养”,从而在很大的程度上割裂了社会主义道德文化与传统美德的传承关系,使许多优秀传统美德,难以为继;也使许多社会主义新道德,缺乏深厚的文化传统根基,而难以深入人心。改革开放后,我们在努力学习国外特别是西方发达国家的优秀道德文化的过程中,国人好走极端的本性又一次发作了。一些西方文化的盲目崇拜者打着所谓“学习西方先进文化”的旗帜,大力鼓吹“十五的月亮还是西方的圆”。某些所谓的“社会学家”、“性学家”打着“更新观念”的旗号,不仅疯狂地践踏我国的许多优秀传统美德,更把一些西方资产阶级“性解放”的腐朽思想观念奉为至宝;而一些大众传媒则在经济利益的诱惑下,也大力盲目吹捧,疯狂猎奇,从而把道德建设引向了歧途,加速了女“性”商品化的泛滥。

三、抑制女“性”商品化泛滥的策略

女“性”商品化泛滥是市场经济的必然产物,因而,要想在市场经济消失之前“消灭”它,是一种不切实际的空想。然而,社会发展是合规律性与合目的性的统一,我们虽然不能彻底“消灭”它,但是却可以在最大限度上抑制它的泛滥程度,将女“性”商品化的危害性降低到最小的程度。

抑制女“性”商品化泛滥的基本策略,就是坚持以德治国与依法治国相结合。市场经济是法制经济,现代社会是法治社会,依法治国是我国的一项基本治国方略。而男女平等,实现妇女解放,则是我国的一项基本国策。要最大限度地实现男女平等和妇女解放,就必须予以法制上的坚强保障。因此,无论是制度安排

上,还是在法制建设上,都必须要有强烈的性别意识,都必须坚定不移地打击女“性”商品化的各种违法犯罪行为。例如,要继续严厉打击各种卖淫嫖娼行为,持续重拳出击拐卖妇女行为等;要将性贿赂纳入法律体系之中,重点打击干部队伍中的养情妇、包二奶行为等等。无疑,没有法制,抑制女“性”商品化泛滥是无法实现的;没有道德建设,抑制女“性”商品化泛滥也同样难以真正实现。

从根本上来说,大到治国安邦,小到抑制女“性”商品化泛滥,都既需要法治,也需要德治,这是因为法律与道德两者各有所长,各有所短;只有两者之间取长补短,相互支持,才能真正保证社会长治久安。法律依托的主要力量是国家暴力机器,是一种强制性、他律性力量;道德依托的主要力量是人们的内心信念,是一种自觉性、自律性力量。法律发挥作用,主要是在人们的行为产生结果之后,重在惩罚和警示;道德发挥作用,主要是在人们的行为发生之前,重在引导和激励。法律具有明确性和现实性,人们的行为即使产生了再大的恶果,如果法律上对此没有明确的条文,法律只能“望其兴叹”;道德具有模糊性和理想性,尽管社会发展进程中会不断产生出许多尚未形成具体规范要求的新的行为,但是道德可以按其一定的观念和准则进行推延性的指导和规范。因此,社会对人们行为的调节,必须要强制性和自觉性相结合,他律性和自律性相结合,惩罚和激励相结合,警示和引导相结合,明确性和模糊性相结合,现实性和理想性相结合。法治和德治对立统一,只有两者相互结合,才能产生最大最佳的效果。

抑制女“性”商品化泛滥的关键一环,是建立科学的“贞操观”。改革开放以来,大大小小的这个“家”那个“家”的,都把“贞操观”视为封建思想道德观念而横扫之,从而使人们获得了

“性解放”。这种粗暴的简单化的极端思维,不能不为之付出沉重的社会道德代价。从人类的发展史来看,女性的“贞操观”的本质,是女性解放的必然产物,是女性从兽性走上人性的客观要求,是女性获得人格独立尊严的基石。人类在原始社会曾经经历过一个群婚制的时代。在那个时代,所有的同一辈份的女性都是所有的同一辈份的男性的“妻子”;“起初,人们一出世就已经结了婚——同整个一群异性结了婚。在较后的各种群婚形式中,大概仍然存在着类似的状态,只是群的范围逐渐缩小罢了”。^[6]随着人类的性意识的觉醒,羞耻感的增强,女性首先要求改变这种没有个人任何自由选择的“屈辱”状态,从而推动着群婚制向个体婚制进化。正是在这种性进化中,女性的“贞操”意识萌生并逐渐形成了,它使人类的“性”真正从动物之“性”进化为人类之“性”,女性开始获得自身的人格尊严。正如恩格斯所说的,“我们已经看到,巴霍芬认为由群婚向个体婚的过渡这一进步主要应归功于妇女,是多么的正确”。^[7]然而,这一进步女性却为之付出了惨痛的代价——淫游制:“这种淫游制直接起源于群婚制,起源于妇女为赎买贞操权利而作的献身牺牲。”^[8]随着私有财产的出现,原本负载着女性性觉醒与人性要求的“贞操观”被异化,成为压迫、束缚女性的巨大枷锁。因为这种“贞操观”最根本的就是要求“丈夫在家庭中居于统治地位。以及生育只可能是他自己的并且应当能继承他的财产的子女”。^[9]封建社会把这种“贞操观”推上了极致,完全成为扼杀女性独立发展的强大武器。

资本主义的出现,是商品经济发展的必然结果。因此,资本主义与商品经济(市场经济)有着天然的血缘关系。为了适应商品经济(市场经济)发展的需要,为了适应资产阶级腐朽生活方式的需要,彻底否定“贞操观”,推动女

性的“性解放”就成为了资本主义和商品经济(市场经济)发展的必然要求。而事实上,一方面,“自古就有的淫游制现在在资本主义商品生产的影响下变化越大,越适应于资本主义商品生产,越变为露骨的卖淫,它在道德上的腐蚀作用也就越大”。^[10]另一方面,“婚姻都是由当事人的阶级地位来决定的,因此总是权衡利害的婚姻。这种权衡利害的婚姻,在两种场合都往往变为最粗鄙的卖淫——有时是双方的,而以妻子为最通常。妻子和普通娼妓不同之处,只在于她不像雇佣女工做计件工作那样出租自己的身体,而是把身体一次永远出卖为奴隶”。^[11]由此可见,性解放的本质不是对妇女真正的解放,而是在把人之“性”还原为动物之“性”的基础上,将女性“贞操观”彻底异化,也把“性”本身彻底异化,从而,在更深并且更隐蔽的层面上加重了对女性的奴役。

社会主义理应比资本主义更加进步,否则,就没有其存在的理由。由于历史的曲折,市场经济在中国社会主义初级阶段将长期存在。但是,它毕竟要受到社会主义基本制度和先进文化的约束和引导。社会主义必须推进男女平等,妇女解放,而不是任凭女“性”商品化泛滥。要做到这一点,除了法制的支援之外,十分关键的就是要确立并大力宣传科学的“贞操观”,彻底否定私有制社会对女性“贞操观”的异化,还其本来面貌。科学的“贞操观”负载着女性从兽性解放出来,走上人性的标志,它既是女性获得人格独立尊严的基石,又是女性人格独立尊严的体现。人固然来自于动物界,但人在本质上是一个社会产物。因此,所有与生俱来的“动物性”,都必然打上社会的深刻烙印,并受社会的约束与引导。人类之“性”在人类社会历史上获得的最大道德进步,就是“整个过去的世界所不知道的现代人人性爱”^[12],而“现代的性爱,同古代人的单纯

的性要求,同厄洛斯(情欲),是根本不同的。第一,性爱是以所爱者的对应的爱为前提的;从这方面说,妇女处于同男子平等的地位,而在古代的厄洛斯时代,决不是一向都征求妇女同意的。第二,性爱常常达到这样强烈和持久的程度,如果不能结合和彼此分离,对双方来说即使不是一个最大的不幸,也是一个大不幸;为了能彼此结合,双方甘冒很大的危险,直至拿生命孤注一掷,而这种事情在古代充其量只是在通奸的场合才会发生。最后,对于性关系的评价,产生了一种新的标准,人们不仅要问:它是婚姻的还是私通的,而且要问:是不是由于爱和对应的爱而发生的?”^[13]因此,人类之“性”本质上不是纯粹“自然物”,而是“社会物”。因而,科学的“贞操观”是真善美的统一,也即性关系的发生符合客观(自然的、社会的)规律,属于真正的互爱,属于婚姻,属于忠贞,出于自主、平等、尊严、文明。当然,这种科学的“贞操观”决不是仅仅对女性而言,而是对男女两性的共同要求。

[参考文献]

- [1][6][7][8][9][10][11][12][13]马克思恩格斯选集(第4卷)[M].北京:人民出版社,1995.77.77.80.63.64.73.69.67.75.
- [2]马克思恩格斯全集(第17卷)[M].北京:人民出版社,1963.258.
- [3]徐禾.政治经济学概论[M].北京:人民出版社,1975.59.
- [4]马克思.资本论(第1卷)[M].北京:人民出版社,1963.46.
- [5]马克思恩格斯文集(第1卷)[M].北京:人民出版社,2009.242.

□责任编辑:李三虎