

# 时尚杂志对青年女性美学观的影响

杨 扬

(北京理工大学党委宣传部)

**[摘要]**时尚杂志充斥着靓丽的图像、知性的文字和体贴的语气,它们在给读者带来视觉快感的同时,也向读者传达了一种新鲜的美学判断。在时尚杂志所引导的女性美学观中,身体是女性美的中心,而时间美学观和空间美学观是女性美的两个基点,背后隐藏着现代性的追寻、安全感的诉求、消费观念的刺激、男性凝视的快感等美学缘由。时尚杂志潜移默化地向青年女性传达了一种新鲜的美学判断,但其所倡导的美学观是病态的、不健康的,在批判这种美学观的同时,青年女性应该在自我独立的基础上追求一种健康的、朴素的、自然的女性美。

**[关键词]**时尚杂志;女青年;大众文化;女性美学

**[中图分类号]**B83 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1006-1789(2013)04-0077-07

我国的期刊市场上充斥着大量的女性时尚杂志,这些杂志大多有着诱人的标题、靓丽的图像与精致的印刷,消费时尚杂志的主导人群为现代都市的女性,她们或者是身在职场的白领,或者有钱有闲贵为家庭主妇,再或者就是一群追赶潮流的高校女生。

对女青年而言,时尚杂志已不仅是着装参考或者是化妆秘籍,它已慢慢退化为女性的美丽圣经和性情指南,其中流露出的美学理念潜移默化地影响着女性的精神建构。女性时尚杂志所倡导的女性美学观,其背后有深刻的美学缘由,现代观念、消费文化、男权社会、女性经验等都是其滋生的土壤,潜沉于浮华背后的这些碎片共同构成了女性时尚杂志的华丽感和现代感。

## 一、时尚杂志所倡导的美学观

女性美,应该是世界上所有美好感觉中最让人怦然心动的一种美感,但时尚杂志所包装的女性美,却充满了强烈的时代精神与世俗元素,显得病态妖娆。时尚杂志费尽心血为我们勾勒出的女性美是有着深厚的美学内涵的,其中,对身体的关注是这种美学观的中心,与此同时,这一女性美学观也切合着时间和空间上的审美步伐,力求达到一种综合化、立体化的理想境界。

### (一)身体的狂欢

从古至今,身体在女性的字典里都有着无与伦比的意义。维特根斯坦在《哲学研究》一书中曾明确指出:

**[收稿日期]**2013-04-10

**[作者简介]**杨扬,北京理工大学党委宣传部,主要研究方向为文化传播、高校文化研究。

人的身体是人的灵魂的最好的图画。女性与躯体的崇拜本是人类固有的一种生命情结,女性躯体所呈现出的美感与活力,凝结着人类优雅和谐的情感与舒展旺盛的生命力。在西方,从梅洛·庞蒂创立以身体为基础的存在现象学开始,身体便成为我们关照这个世界的一个关键词。今天,身体早已失去它原本天然纯朴的意义,渐渐变为一个多层次多维度的概念。

在现代社会,身体已不仅是生命的承载、肉体的负荷,具有着生理学的意义,同时在某种层次上,身体也渐渐拥有了经济意义与文化意义。在我们生存的当下,身体被赋予了更多的社会内涵,这也正如福柯所认为的,身体不仅可以理解为一个生物学实体,同时它也可以被视为一个社会建构。<sup>[1]</sup>在现代社会,身体的意义是多重的。首先,身体是最明显的交往符号,能给人最直接最清晰的视觉印象。其次,附着于肉身之外的穿戴、衣着、姿态等,能综合为身份识别符码,通过这些外在的标识我们可以清晰地判断出一个人的社会关系与文化身份。再次,在消费主义风行的当下,一些经济学的规则渐渐进入思想领域,因此在某些情况下,身体可以等价为一一定的社会财富,这也正如有些学者所认为的“在身体成为资本的这种现代性图景中,身体资本可以转化为经济资本,也可以转化为文化资本”。<sup>[2]</sup>

米兰·昆德拉说,相貌美是女人最具兑换力的资产,它可以用来换取社会地位,换取金钱,甚至换取爱情。<sup>[3]</sup>在现代人的观念里,女性的身体可以让渡为一个物品,放在社会的大天平上称量,它能够帮助女性兑换更多的社会财富与人情资本。苏茜·奥巴赫说:“(女人的)身体并非她的居所,而是准商品,它难以捉摸,但却是她们表面形象的关键组成部分。”<sup>[4]</sup>因此,女性美早已成为现代女性所拥有的一种潜在的商业资本,它们可以用之来等价交换更多的商业财富。

与此同时,现代传媒也颇为关注女性身体。传媒对身体的关注,不仅将身体视为女性美的一种表征,更将其视为强化现代性与消费观的一个工具。在全球化的传媒霸权中,自我与身体已成为了新生活方式的试验田与栖居地。仿佛只有透过身体,我们才能透视到现代文明的丰硕成果;也仿佛只有透过身体,现代性的终极意义才可以得到表述与证明。

在这样观念的冲击下,女性时尚杂志便紧紧抓住时代风向与女性心理,按照现实的要求去制造身体时尚、打造身体范式,而作为个体的女性则亦步亦趋地紧随时尚的步伐,去装点与修饰自己的身体。

在女性的世界里,身体是生命意义的起点和归宿。今天,女性们越来越精细地打点自己的身体,力求让自己身体的每一个部分、每一寸肌肤都绽放迷人的光彩,以张显自己与众不同的个性与品位。如今女人身体的每一部位都可以发展成为一个产业,如针对皮肤,有专门的护肤品、专业的美容院;针对头发,除了有专门的洗发护发品外,还有专业的美发厅,可以给头发提供剪、烫、染等各种服务;如今就是针对指甲,除了各种颜色的指甲油外,还兴起了形形色色的美甲行,其可以给指甲绘画、镶钻使之变得更美丽更娇艳。在大众传媒的协助下,文化产业越来越显示出自己强大的经济潜力,而女性美作为文化产业的一个潜在部分,也越来越具有生命力。女性美已逐渐进入商业领域,在21世纪,所谓的“美丽行业”已显示出了蓬勃的发展潜力。

## (二)雕刻时间

女人和时间,一直存在着一种微妙的关系。时尚杂志以“优雅地变老”为口号,为现代女性塑造了一个“不老”的美丽神话。这种美学观一再强调,女人的一生都是美的,女性应该在不同的年龄里活出不同的风貌,在不同的岁月里展现不同的风姿。

青年时期,是朝气蓬勃的美;中年时期,是妩媚端庄的美;老年时期,是慈爱娴静的美。这也正如著名女作家毕淑敏所说的:“少年时像露水一样纯洁,青年时像白桦一样蓬勃,中年时像麦穗一样端庄,老年时像河流的入海口,舒缓而磅礴。”<sup>[5]</sup>时尚杂志一再告诉现代女性要用一颗淡定而积极的心态面对生活,即心态平和、内外兼修,优雅地对待时间给予的成熟和坚韧。

在时尚杂志的观念里,真正的女性美是经得起时间的考验和历练的,她们的美会在不同的时刻呈现不同的状态,在岁月和人性的历练中,女性美会越显成熟与动人。但是要保持这种美,就要学会积极的保养与修饰,因此时尚杂志适时提出了各种延缓衰老、永葆青春的方案,试图“帮助”现代女性获得更持久更坚固的美,而现代女性也天真地相信,这些所谓的方案可以帮助她们对抗时间的无情与残酷。

## (三)粉饰空间

除却美学时间观外,时尚杂志也为现代人提出这一理念:一个美人便是人们期待在她的空间里所发

现的一切视觉形式的总和,而所有这些预见也是她自身的一种真实写照。<sup>[6]</sup>这里便隐含着建构女性空间的意味。

时尚杂志一再告诉现代女性,女性美不单只是自身身体的美,更是她身上以及她的生活空间里能看到的所有符码的美。要判断一个女人是否是美人,不是靠她的容貌与身材,而是综合考察她的生活空间,即居住环境、生活用品、服装、才情、兴趣,等等。时尚杂志倡导现代女性要为自己构建一个优美的生活家园,即关注生活的细节,从衣装到饰品,从食物到居室,从情感到技艺,女性都应该细细打点。海德格尔所倡导的“诗意地栖居”已演变成为现代人的一种生活方式,现代女性应该把自己的生活装点得精致而温馨,充满诗情画意,使自己的人生全方位地美起来、立体化地灿烂起来。于是,从家居到烹饪,从旅行到健康,从情感到理财,时尚杂志的关注点无所不在,无所不及。

时尚杂志所倡导的女性空间,与充斥于现代社会“日常生活审美化”的这一观念息息相关。从德国哲学家威尔什提出的美学转向开始,美学便成为一个“超越传统美学”的美学,审美已不仅仅是一项艺术活动,更是一种思维方式与生存方式。随着物质生活水平的提高,人们要求日常生活越来越具有审美意趣,从办公室到家居,从着装到饰品,艺术化的欲求一直存在。韦尔施说:“我们生活在一直前所未闻的被美化的真实世界里,装饰与时尚随处可见。”尼采一再强调“审美化的生存”,强调人应该是“生活的诗人”,于是我们看到,现代人对美的关注超出了以往任何时代,人们怀着诗意而浪漫的情结打造每一个生活细节,日常生活的各个方面都趋向于审美化,美诠释的是行为而不单只是相貌。

## 二、简论隐没于时尚杂志中的女性美学

女性时尚杂志所倡导的女性美学观,其背后有着深刻的美学缘由,现代观念、消费文化、男权社会、女性经验等都是其滋生的土壤,而潜沉于浮华背后的这些碎片共同构成了女性时尚杂志的华丽感和现代感。

### (一) 寻觅中的安全感

周宪曾一针见血地指出:“时尚乃安全。”<sup>[7]</sup>现代都市缺乏牢不可摧的信念,人们已不再能从单一的理念中获得自身的整合感,因此流行与时尚对现代人而言,更像一支麻醉剂,可以帮助人们来逃离出这个纷杂复杂的社会。在现代社会,因为主流价值的幻灭,社会的公共认同性十分薄弱,个体已无法从政治意识形态、阶级观念与家族情感中获得认同,寻得归所。因此,流行与时尚对现代都市人而言便具有了宗教般的诱惑力与感召力,它们可以给心性薄弱的现代人以莫大的安慰。在某种程度上,时尚可以帮助现代人抵御现代虚无症,防止现代人心灵支离破碎,帮助他们找到安身立命之地。

齐美尔在谈到时尚产生的社会动机时曾指出:“建构时尚的两种本质性社会倾向——一方面是同化的需要,一方面是分化的需要。”在他看来,时尚的双重目标即是“分化”与“同化”。“分化”在于一部分人追求个性,想要显示出自己的与众不同,而“同化”在于一部分人加入到时尚的行列,因为他们想要寻觅到归宿感,这也正如齐美尔所说:“时尚一方面具有普遍的模仿性,跟随社会潮流的个体无须为自己的品味与行为负责,而另一方面,又具有一定的独特性,对个性的强调,对人性的个性化装饰。”此外,齐美尔还认为“女性支持时尚的程度特别强烈”,因为时尚最大限度地为女性提供了两者的兼顾。在他看来:“女性都处于弱势的社会地位,她们总是受制于‘惯例’,只做认为‘正确’与‘适当’的事,处于一种被普遍认可的生存方式中,出于责任与自我保护,寻找惯例、平均化与一般化。”<sup>[8]</sup>

女性天生缺乏安全感,她们终其一生都在寻找安定与归宿。在主流价值观淹没的当下,时尚对现代女性而言,便有了统合其审美观的价值与意义,透过时尚,现代女性可以觅得到宗教般的归宿与安定。因此,女性们将更多的注意力投向了时尚,投向了琐碎的快乐与内在的身体,她们希望可以从中找到希望与寄托。而自恋也渐渐成为我们这个时代的一大主题,越来越多女性拒绝政治热情、拒绝宏大叙事,只是将个人囚禁于狭小的个人天空,以求安稳与自全。

### (二) 失落的女性经验

回望当下社会,商业化和城市化越来越普及,一方面它极大地丰富了物质生活,给人们带来了便利;另一方面,生活在现代都市,人们在精神上感到了空前的孤独与苦闷。从表面上看,交通与通讯的繁荣打破了人与人之间隔绝的状态,缩短了人与人之间的距离,增强了人与人之间的联系,仿佛可以使人们的关系显得

更亲近更紧密,然而这种关系大多是建立在物质利益的基础上的,更多地关乎个人的功利,远离真实的情感。在经济规律支配的社会中,真情难觅,物质的丰富导致了情感的匮乏,这种矛盾正如陶东风先生所说:“人们空前地连在一体,同时又空前地分裂成‘原子式的个体’,陷入一种无根的漂流状态。”<sup>[9]</sup>

现代女性受这种社会变迁的影响更为深刻,现代化导致一种结构差异的出现,即家庭生活与工作场所的分离,这使得现代女性开始走出家庭、走向社会。在传统社会,家是社会的基本单位,一切社会经济活动与文化活动都与家庭相关,那时候,女性大多被禁锢在家里,因此她们可以很轻易地从母亲和姐妹那里寻得女性经验。而在现代社会,资本主义的发展逐步削弱了家庭的功能与作用,社会将女性撕裂为一个个孤立的个体,人与人之间更多的是利益上的联系而非情感上的沟通,在这种隔绝的关系中,女性经验这样一个颇具私密性的话题很难得到良好的沟通与分享。

成长对女性而言,其意义是双重的,成长既是一个生理过程,同时也是一种精神境遇。“从生理状况来说,女性的成长是一段晦涩的历史:发育、初潮、性经验、生育甚至流产,每一个环节的发生,都使得女性的行动力量多了一层禁锢,女性的生理变化总是被作为一种羞耻,一种必须加以回避和遮掩的事件来处理,于是相对地在心理上,女性的成长带来的不是自信的增长、探索的热情,而是背对世界的退却和躲闪,而私人经验的讨论,则为女性正视自己的生命历程提供了一种可能。”<sup>[10]</sup>在女性成长的过程中,她们会遇到各种各样的困惑,有生理上的过渡,如瘦身、塑形、化妆等一些关于外貌与身材的知识,有也一些私密话题的分享,如自我身体的变化、性生活,等等。同时她们也会遇到一些心理上的难题,如在家庭关系中“人妻、人媳、人母”的困惑,甚至社会关系中人与人之间利益的偏颇与平衡。身为女性,她们自身对这一领域抱有极强的探知心,迫切希望得到各种真实而有用的信息,从而使自己能平稳而安全地渡过各种成长期。但是在男性文化的合围下,女性习惯于采用男性的方式去言说,在这样的话语体制下,女性的特质很难得到张扬与呈现。自古以来,女性生活经验就是私密而稀缺的,女性总是站在时代的边缘观望主流文化,她们在夹缝中小心翼翼地守望着自己的精神家园。

面对女性经验自古以来的隐匿性与稀缺性,面对当代人缺乏交流、封闭心灵的现状,时尚杂志的出现,无疑为现代女性心灵的整合与女性经验的传播提供了一个良好平台与契机。时尚杂志常常变身为一个闺房密友,以略带温情的口吻向女性读者传授各种有益的生活资讯,而这些资讯又正好是现代女性们所迫切需要的。

### (三) 消费的陷阱

当代中国已步入商业社会的行列,在消费主义盛行的当下,任何文化意识都只是大众消费的一种文化符码,时尚杂志自问世以来一直带有浓厚的消费气息,其目的之一就是刺激人们消费、指导人们消费。时尚杂志的逻辑在于其将消费品位与文化品质挂钩,它利用现代女性对美好人生的向往,带她们进入一个富丽堂皇的消费世界。时尚杂志在引导与塑造女性美学观的同时,也潜在地培养着女性们的消费观,如果女性想要获得广告上所宣扬的性感形象,就必须得去购买相应品牌的化妆品和衣饰来包装自己,在这种软广告的背后,传媒的霸权与消费性一览无余。

如今,人们生活的世界叮叮当当挂满了各种符号。在现代都市社会,生活方式、消费方式与人们的身份认同慢慢联系在一起,人们不但消费商品的使用价值,也消费着商品的符号价值。鲍德里亚说,在当代西方社会,人们消费的已不是物品,而是符号。在20世纪末的中国,人们消费的也不仅是商品,而是商品作为时尚符号所指称的现代生活方式与生活风格。我们的住宅、厨房、食品以及西方世界通行的所有消费习惯,都是意向性的符号,体现着某一地位的生活方式,它们的标志性功能比以往任何时候都要突出。消费高价位的商品,不仅代表着持有者有强大的购买力,而且也代表着他拥有较高的文化层次和社会层次。在这里,消费方式有了区隔身份的作用,传统的等级观念渐渐退场,而消费方式却成为区别人们身份的一个重要标志。当人们看到某一物品时,人们不仅解读着商品的价值与档次,同时也解读着其持有者的身份与地位。

在某种程度上,女性常常更多地与消费联系在一起。“购物本性被视为某种程度的女性活动……购物活动使女性得到快感,美感和情感得到满足。”<sup>[11]</sup>在现代社会,时尚杂志常常将女性视为消费行为的代言人,他们一再培养女性的消费人格,强调女性的物欲和商品化。在时尚杂志诱导下,现代女性自然而然地掉入

为她们专门设计的温柔陷阱,在成为时尚杂志美丽神话的信徒的同时,也顺带成为时尚消费品的奴隶。

#### (四)被凝视的快感

在现代社会,男性占据了社会大部分的资源与财富,现代女性必须适应男性的口味、按照男性的尺度来塑造自己、取悦男人,否则她们就得不到资源与财富。现代男性依照自我的审美制造出一些性感娇艳的摩登女郎,这些女性大多光鲜夺目,不识柴米油盐,远离生活的侵蚀,男性们控制传媒,以媒介的手段制造出大量充斥了此类女性美的影像。现代女性在欣赏这些影像时,会不自觉地受到这种美学观的影响,而张扬于媒介中的这些妖娆性感的女性美,渐渐地也演化为现代女性无意识的心理欲求。

在传媒中,女性常常被刻板化为两种形象:从属化、传统化的贤妻良母与现代化、色情化的时尚女性。这是因为在男性的期待视野里,温顺恬静、性感妩媚的女性美能让他们得到满足与快感,于是他们依照自己的审美观制造出女性美的模板,然后他们控制传媒,通过大众文化的熏陶来潜移默化地教导现代女性,通过这样的洗脑教育,性感妩媚的女性美也渐渐过渡成为女性心中的楷模与榜样。

有学者认为,如今的时尚“纯粹是依据男人看女人的方式来解释时尚的,它忽视了女人作为性别人而进行的主动的自我建构”。<sup>[2]</sup>所以说到底,现代女性美学是一种病态的美学观,它从男性的视角出发,为现代女性倾情打造、精心设计,而在这个过程中,缺席的却正好是女性自身。因此,这样一种美学观遮蔽了女性自身的判断力,规避了女性的个性意识,在男性的审美霸权里,女性慢慢麻醉,失去了个性与自我意识,失去了女性特质与自我定位。男性的审美理想遮盖了现代女性自我的美学判断,她们渐渐看不到自我的存在,只是一味地盲从男性的话语规则。与此同时,男性目光摧残现代女性身体,强迫女性达到一个虚构的“完美神话”。现代女性特别顺从男性的思维方式与审美逻辑,她们深深地陷在男性视野的局限中。对身体精益求精的关注,使现代女性忘却了性情上的修炼与提升,生命哲学、个性解放、人格培养等关乎性灵的事物在一一远离女性世界,社会舞台留给女性的只是一具华美的空洞的身体,妖娆华美,却空无一物。

### 三、时尚杂志对青年女性的影响

时尚杂志在为青年女性提供美学标准与模式时,其自身不可避免地打上了商品化、性化、物化等属于这个时代的各种烙印,时尚杂志所提倡的美学观遮蔽了女性的判断力,规避了女性的个性意识,在男性的审美霸权里,女性慢慢麻醉,失去了个性与自我意识,失去了女性特质与自我定位。青年女性若是沉浸于这样的美学中,会渐渐丧失了情感层面的丰富性与真实性,在精神层面也慢慢失却独立性与判断力,渐渐远离了宏大叙事,对社会现状与公共领域的关注力慢慢减少,渐渐习惯于缩身于狭小阴暗的女性天空以寻求安稳与适意。

时尚杂志为青年女性打造的美学观,使青年女性对自我的身体投入了更多自恋般的关注,对身体的过分关注以及这种竭力保养自我的思维观,常常使现代女性沦为自身存在的敌人,在时尚杂志所打造的精致完美女性美面前,焦虑与束缚成了青年女性的普遍心理。时尚杂志教导女性要细心地保护自己,要在时间和男人面前保持自己的优雅和迷人,这样的美学观使青年女性读者会时常对一些正常的、健康的、美好的事物怀有敌意:好吃的东西会破坏体形,笑得太多要生皱纹,工作使人憔悴和衰老,生育会改变身材……总之,一切潜在的破坏身体美的事物,她们都要提防和拒绝。因此时尚杂志所打造的美,远不能给青年女性带来愉悦与惬意,而是成为束缚她们身心的毒药。另外,时尚杂志所强调的全方位、立体化的视角打造现代女性家园,美进入到女性生活的各个领域,从服装到饰品,从情感到才艺,从居住环境到生活用品,美的痕迹无所不在。在这种美学观的引导下,青年女性们醉心于私人空间的营建与完善,追求娇嫩华贵的女人味,陶醉于自身的狭小阴暗天空。这样一种美,柔弱无力、单薄局促,它麻醉青年女性的身心,瓦解青年女性的解放意识,迷乱着青年女性自身的定位,使青年女性更深地陷入个人主义的漩涡。

时尚杂志所倡导的“消费偶像”会对青年女性价值观形成误导。这些所谓的“偶像”,并不提供新思想与新观念,相反,他们只是贪婪地消费各种资源,通过自身的生活方式,变相地向大众教导一种消费主义的生活方式。这些所谓的“消费偶像”,有着令人羡慕的职业与收入,追求个人生活的品味和风格,追求完美的快乐与幸福。他们表面上以一个上流者的姿态,宣扬有品味、有个性、有涵养的生活,但实质他们是最宏大的消

费文化的符号与象征,他们是对消费文化的默认与褒奖,这些会让青年女性走向过度消费的极端,培养他们重外表轻内涵的品格,形成误导。

#### 四、真正的女性美

在谈到女性美时,女作家毕淑敏曾说:女人需要美丽。美丽是女人最初也是最终的魅力。女性美,对女人而言有着至关重要的意义,而女人也应该把美当作一生的事业来经营,认清什么样的女性美才是纯粹的、长久的女性美。

##### (一)独立

在笔者看来,当青年女性在追求美时,第一准则便是独立。对女性而言,人生最基本的诉求便是人格独立与精神自由。现代女性在建构女性美时,其出发点应该是女性自身,只有在此基础上,女性美才能获得一个良性的发展起点。只有当女性作为一个自然人在发展,作为一个有理智的人去辨别,作为一个有灵魂的人去自由生活时,只有当女性拥有一颗独立的心去打造女性美时,她们所设计的美才是能给人带来安然与快乐的美,才是真正适合她们自身的美。女性美应该由女性自我来定义,女性必须在自我、男性和整个社会相互斗争、协商、建设的过程中来建构新的女性美。现代女性必须突破重围而寻找迷失的自己,重塑自己的人格,只有在此基础上建构的女性美,才是健康纯粹的女性美。

##### (二)自然健康

真正的女性美应该是自然健康的。庄子说,“朴素而天下莫能与之争美”,朴素的生活哲学往往能给人带来最纯净最坦然的快乐,同样,朴素而健康的女性美,常常才是最持久最清新的美。在现代社会,减肥已成为一种时尚,女孩子不管胖瘦,均把减肥挂在嘴边,其实最好的体重与身形不是靠自虐般地节食或者是吸脂等整容术而达到的,最好的身材是靠良好的生理循环而达到的。合理的饮食、正常的作息、平和乐观的心态是保持女性美的重要方式,只有顺应天道、顺应自然,才能收获最温情最纯粹的美,而那些靠整容达到的美、靠脂粉的装饰与堆砌达到的美,不但给人的身体带来伤害,而且这样的美大多数是脆弱的、短暂的。

##### (三)和谐

美在于和谐,即面容的和谐、身形的和谐、灵与肉的和谐、内在美与外在美的和谐。契诃夫指出:人的一切都应该是美丽的,面貌、衣裳、心灵、思想。在修炼女性美时,除了服饰与妆容的修饰外,现代女性还应该注意修炼内在性情。回溯中国古代所倡导的女性美学观,除了对身体美的描摹外,更重要的是对女性内在美的赞叹。卫泳认为“美人有态,有神,有趣,有情,有心”,“数者,皆美人真境。然得神为上,得趣次之,得情得态又次之”,其中,得心却是最重要的,只有与美人心心相印,和和美美,才是得到了真美。此外,中国古代还注意女性的性情特征,即所谓的女人味,人们普遍认为女性应该温柔、含蓄、细腻、端庄、娴雅、仁爱、善良、贴心,在这些女性气质烘托下的美才是真正的女性美,才能持久散发出光芒与魅力。朱熹说:“美者,声容之盛;善者,美之实也。”东方女性的心理情感特征为娴静、温柔、谦恭、善良、含蓄、细腻,等等,这些内在美常常会由内而外地渗出女性的体表,化为一件隐形的华服,给女性美增添魅力与容光。美,说到底,就是一种感觉,一种喜悦而惬意的感觉,而真正的美,常常来自于深层次的感受,如内心的宁静与安详、灵性的净化与提升,等等,只有通过这些感受,人们才能收获到持久而清新的美。古龙说过,爱笑的女人,运气不会太差。内心充满阳光的人,常常会由内而外地散发光芒,使每一个看到她的人都能收获喜乐与安详,这样的女性美才是持久而永恒的。

歌德说:“伟大的女性,引领人们向上。”在笔者看来,女性美也应该有这样一种接近神性的力量,能给人以升华和感召。真正的女性美,不但可以给人感官的愉悦,但最重要的是,她应该如优美的大自然一样,可以给人以心灵的安宁与净化,给人以精神层面的提升与高拔。有女性学者认为:“如果想判断女人走的路是否正确,就要看她们在奋斗中有没有得到快乐。”<sup>[13]</sup>同样,现代女性在为自己打造女性美时,更应该去思考,这个美的典范有没有给她们的性灵带来真正的滋润,有没有给她们的的心灵带来真正的快乐。

## 参考文献:

- [1][4][8][11][12] 罗钢、王中忱. 消费文化读本[M].北京:中国社会科学出版社.2003:215-215、47-253、285-286、294-295、349.
- [2] 王岳川.中国镜像[M].北京:中央编译出版社.2001:337-340.
- [3] 林木.美女经济文化现象透视[M].成都:四川人民出版社.2004:432-433.
- [5] 毕淑敏.毕淑敏作品?话说女人[M].长春:时代文艺出版社.2008:20.
- [6] 文洁华.美学与性别冲突[M].北京:北京大学出版社.2005:121-125.
- [7] 周宪.崎岖的思路:文化批判论集[M].长沙:湖北教育出版社.2000:196-198.
- [9] 陶东风.社会转型期审美文化研究[M].北京:北京出版社.2002:45-48.
- [10] 陶东风.当代中国的文化批评[M].北京:北京大学出版社.2006:215-218.
- [13] 杰梅茵·格里尔.女太监[M].天津:百花文艺出版社.2002:262.

### The Influence of Aesthetics Hidden in the Women's Fashion Magazines on Female Youth

Yang Yang

(Propaganda Department of the Party Committee, Beijing Institute of Technology)

**Abstract:** The fashion magazines are often filled with beautiful images, intellectual text and thoughtful tone. Besides the visual pleasure, fashion magazines also bring a fresh aesthetic judgment to the readers. In female aesthetics of the fashion magazines, female body is the center of women's aesthetics. The aesthetics of time and the aesthetics of space are two basis points of female beauty. This paper attempts to find out the female aesthetics hidden in the women's fashion magazines. For the female youth in the university, fashion magazines deliver a fresh aesthetic judgment to them. This paper attempts to dig aesthetics hidden in the women's fashion magazines, and reflect on the influence of aesthetics. Finally, this paper comes to the conclusion that this female aesthetics is unhealthy. And the author calls out the contemporary women to pursue a healthy, simple and natural female beauty.

**Key words:** Fashion Magazine; Female Youth in the University; Popular Culture; Female Aesthetics

责任编辑 袁晓兰

## 简讯

### “上海困境儿童保护”研讨会召开

2013年6月28日下午,上海社会科学院青少年研究所、上海市儿童发展研究中心以及上海市社会学学会青年社会学专委会在上海科学会堂联合召开“上海困境儿童保护”研讨会。上海市妇儿工委办公室常务副主任田熊、上海社会科学院青少年研究所所长杨雄作重要讲话。会议由上海社科院青少所研究员董小苹主持。来自上海、北京、徐州等城市的专家学者、儿童工作者、基层社工、社会福利工作者40余人参加了本次研讨会。本次关于困境儿童保护的交流讨论能够为未来的政策法律制定提供有效支撑,研讨会希望通过促进困境儿童的全面健康成长,以“儿童梦”托举起“中国梦”。