

# “佛系”时尚与当代转型社会中的“男性气质”实践

姜云飞<sup>1</sup> 张智慧<sup>2</sup>

(1. 上海财经大学人文学院 上海 200433 2. 上海大学社会学院 上海 200444)

**摘要:** “佛系+X”现象自2017年底红透网络,不到2年开始退潮,虽套用“佛”名却明显表现出时尚型亚文化的特点。在众多研究中,一直忽略了对其最早缘于“佛男子”这一性别背景以及与当代转型社会“男性气质”实践的关注和讨论。因此本文首先梳理了新世纪以来从“花美男”-“草食男”-“佛系男”这一青年时尚的衍变背景,探讨了“佛系男”在权力欲和竞争性、性支配等方面对传统男性气质的消解;最后简略回顾改革开放40年以来当代“支配性男性气质”的变迁,揭示男性气质是关联和表征着政治经济文化多方力量博弈的重要符码;“佛系”时尚的流行与衰微,正折射出当代中国转型社会男性气质实践的多元复杂。

**关键词:** 佛系; 时尚; 男性气质

**中图分类号:** D432.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 2832-9317(2023)02-0061-07

**DOI:** 10.12424/HA.2023.030 **本文链接:** <https://www.oc-press.com/HA-202302-061.html>

自2017年12月11日微信公号“新世相”在《第一批90后已经出家了》的网文中推出“佛系”一词以来,快速衍生出各种“佛系+X”的时尚称谓。这一波“佛系”热潮,迅速引发了知识文化界的高度关注。专家学者们分别从哲学、宗教社会学、传播学、文学等多学科以及犬儒主义、现代性、青年亚文化、转型社会心态、文学中的青年形象、消费社会“负性幻觉”的精神分析等多个视角,对这一青年文化现象进行了全方位透视。<sup>[1]</sup>有专家认为“佛系”文化,虽取了一个很传统的名字——佛,但就其性质来说是以时尚的方式面世进而扩散开来的,因而属于一种“典型的基于时尚的亚文化”。<sup>[2]</sup>其中,对“看

淡一切,不争不抢,不求输赢,不问前程”这一“佛系”特征,专家们基本上解读为青年人的消极悲观和逃避冷漠,<sup>[3]</sup>当然,其中也不乏肯定的声音:如汪行福教授认为佛系青年亚文化是对当今功利价值观的“温和抵抗”和纠偏。<sup>[4]</sup>然而,这些考察和研究都忽略了一个有关“佛系”的直接缘起,即来自2014年日本某杂志介绍的一种“男性新品种”——“佛系男子”,这说明佛系流行最早的发端与性别有关,因而笔者觉得在对“佛系”的观照中,性别研究视角尤其是男性气质研究大有文章可做。

[3] 参见《探索与争鸣》,2018年第4期、第5期相关专题文章。

[4] 汪行福:《佛系是一种消极的善》,“大体上说,佛系在行为上有两个特征,一是低欲望,二是低对抗。人们往往批判它的前一方面,而忽视了它的后一方面。却不失为社会病态现象的解毒剂……对盛行的功利至上、权力至上的俗文化,对一言不合就恶言相向的戾文化,对表里不一、装腔作势的假文化来说,都不失其纠偏作用。”参见《探索与争鸣》,2018年第4期。

[1] 差不多在“佛系”刚流行不到二个月,《探索与争鸣》杂志社便联合复旦大学于2018年2月9日,举办了“佛系:中国社会心态新动向”圆桌会议,接着连续在第4、5期发表了一批有关“佛系”文化现象的研究成果。

[2] 邹诗鹏:《作为亚文化以及社会情绪的“佛系”现象》,《探索与争鸣》,2018年第4期。

**基金项目:** 国家社会科学基金重大项目“文化强国背景下公民道德建设工程研究”(项目编号:21ZD060)子课题三的阶段成果。

**作者简介:** 姜云飞,上海财经大学人文学院,副教授。  
张智慧,上海大学社会学院,博士后。

## 一、男性气质症候：从“花美男”“草食系”到“佛系男”

众所周知，男性阳刚女性阴柔是传统社会男女有别的性别规范。虽然这样的性别刻板印象一直遭到女性主义理论的批判和解构，但在大众文化和日常生活层面并没有发生根本性的变化，直到2001年，由于台湾偶像剧《流星花园》的流行，“花美男”进入大众视野，开启了华语圈男性气质转向的指示灯，与1980年代为中国女性所崇拜和寻找的“男子汉”——日本影星高仓健所饰演的银幕硬汉形象形成了鲜明的对比。于是媒体上这类具有颠覆特征的男性气质审美逐渐成为一种被接受和认可的男性气质生产方式，在电视娱乐节目中尤其盛行。如2005年“超女”冠军李宇春引发“中性”审美热潮后，东方卫视紧接着推出《加油，好男儿》，此后《快乐男生》和《我型我秀》也相继抢滩，成功推出了向鼎、魏晨和师洋这样的“花美男”形象，如今当红的鹿晗、华晨宇等明星也属同一系列。

而这一波青年时尚的流行，显然与日本动漫文化的影响密不可分。有人认为，随着经济飞速发展的时代结束，日本已经由偏男性型的“竞争社会”转变为女性型的“和谐社会”<sup>[5]</sup>，因而安于现状、精致生活的青年男子应运而生。日本女作家深泽真纪在2006年就敏锐捕捉到这种新时代男性特征，创造了一个新词：“草食男”。很快“草食系”男性形象迅速被消费文化所吸收，投影在不少日本动漫作品中。他们不再像传统的“九州男儿”（高仓健塑造的形象）那样积极进取，热衷于建功立业、拯救苍生的大事，也不再表现那种男性化的坚毅冷峻和铁肩担当。他们甚至不再对女性具有强势的征服欲和攻击性，终结了那种必须由男方主动告白、主动付钱、主动求婚的老一辈交往方式，在男女交往的任何环节上都喜欢AA制，跟喜欢的女生同居一室也能相安无事。这样的男性一开始还只是少数“新物种”，但到了2009年，“草食系男子”在当年日本的流行语大奖赛中一举夺魁。之后，日本男性在不断地加快“草食化”的速度，到了2013年，日语

[5] 黄文炜：《近年来日本盛产“女子力男子”》，2018-03-05<http://sh.qq.com/pc>

中又增添描绘男孩子的热词：“盐颜”。此系男生一般五官清秀，皮肤白皙，衣色偏淡，具有小清新和文艺范。随着“盐颜系”男生的进化，出现了越来越多的类似女生举止的男生，于是被冠以“女子系”（“伪娘”），特点是喜欢用化妆品和美颜用品，喜欢自拍，最想要一个功能齐全的压力锅，还主动表现出婚后有包揽家务的愿望。<sup>[6]</sup>2014年，“女子力”又在日文网络中高频出现，指注重美丽与清洁、良好的着装品位；经常打扫房间，喜欢做菜或缝纫；总是微笑，注意细节，会照顾周围的人等。作家原田曜平写了一本《女子力男子》的书，采访了具有“女子系”特征的男孩儿，他们认为没有必要千篇一律地遵从男人“应该像个男子汉”的社会规范，只要做自己喜欢的就可以。因而作者以为，“女子系”男性是日本社会打破单一性别观和价值观后出现的多元化性别存在，是社会的进化而非退化的表现。<sup>[7]</sup>

至此，从“草食系”男子不怎么主动恋爱，到外观和生活方式女性化的“女子系”男子，日本这类男性进一步衍化，变得凡事无欲无求，喜欢一个人待着，不想恋爱，于是在2014年，日本又添新词：“佛系男子”——意思是“比草食系男子更加夸张，就连草都不吃，只喜欢一个人待着的男子”。<sup>[8]</sup>当这个词出现之后，很多人认为它绝对不会昙花一现，因为日本开始进入“低欲望社会”，<sup>[9]</sup>“佛系男子”必将伴随着这种社会形态长期存在。

然而，值得注意的是，这个词并没有在日本大火起来，反而是2014年，中国媒体在某个介绍日本女星的时尚杂志特集里，推出“现在我们来攻略佛系男子吧”这样的主题，通过照片介绍，报道了“日本新属性的男子类型”。<sup>[10]</sup>之后，经过了三年蛰伏

[6] 陈言：《从九州男儿到佛系男生——让人唏嘘的日本男性形象转变》，《光明日报》，2018年01月24日13版。

[7] 参见唐辛子：《在日本，为什么有“女子力”的男人越来越受欢迎？》，《新周刊》491期，2017年10月12日。

[8] 陈言：《从九州男儿到佛系男生——让人唏嘘的日本男性形象转变》，《光明日报》，2018年01月24日13版。

[9] 大前研一：《低欲望社会》，台湾·天下文化出版社，2016年09月。

[10] 浦上早苗：《在中国“佛系青年”的概念大肆流行——由来是日本的“佛男子”》，龙腾网·论坛·休闲文化翻译区，2018-4-13。<http://www.ltaaa.com/bbs/>

酝酿,最后通过迅猛发展的社交网络新媒体的发酵,终于在2017年底,推动了这个网络流行语在中国青年中的升温蹿红。其背后的政治经济因素、消费文化推手和青年社会心态方面的原因,上文提及的专家学者的研究都已有所涉及,<sup>[11]</sup>这里不再赘述。本文的重点是联系新世纪以来流行的“花美男”,考察在中国这两年蔚为成风的“佛系男”,在哪些方面对传统男性气质构成了颠覆与消解。

## 二、“佛系男”对传统男性气质的消解

如果说,“花美男”的时尚流行风尚打破了阳刚高大这一性别化的男性审美规范,主要在男性形象和审美方面对传统男性气质进行了消解和颠覆,那么“佛系男”则在权力欲和竞争性、性别角色分工、对女性的征服欲等方面都表现出了深层的解构和“温和的抵抗”。

### (一)对竞争性和操控性的扬弃

随着2017年底“佛系”的爆红,2018年初一款标榜“养生的”佛系游戏《旅行青蛙》(原名旅かえる,由游戏公司HitPoint研发的休闲小游戏),也迅速在广大“佛系”青年群体之间流传。这款游戏以其婉约、呆萌的简笔画风和简单的游戏界面让人眼前一亮,又因无须玩家一直在线投入大量时间和精力而吸粉无数。玩家只要通过收集三叶草去商城买东西,青蛙带着这些东西出门旅行。旅行途中,青蛙会邮寄照片,回来还会带些当地的土特产。但是青蛙何时出门、何时回来、带什么东西回来都是不受玩家控制的,因此其随性、自由、不确定感,既投射了青年玩家对“说走就走”、自由自在的生活方式的向往,<sup>[12]</sup>同时也完全有别于传统电子游戏对于人性中的操控欲和竞争欲的迎合,反而是一副“听天由命”的做派,恰恰命中了当今“佛系”文化中“随意”“怎样都行”的核心,可以说,作为一款放置类手游,《旅行青蛙》将“佛系”理念体现得淋漓尽致。其次,在《旅行青蛙》中,玩家角

色通常分为两种:一种玩家通过养“蛙儿子”扮演青蛙父母的角色,另一种玩家则扮演了青蛙自己的角色。<sup>[13]</sup>

无论代入哪一种角色,玩家在这款游戏中投射的都可以是自己的理想父母角色与理想儿子之间的温情互动。无论玩家以自身性别代入父亲还是母亲角色,这个旅行青蛙游戏让玩家享受到的始终是与一个理想的男性“儿子”(日本也有投射为出门在外的丈夫)沟通陪伴的替代性满足。对男性玩家来说,在虚拟关系中承担和体验“主内”的养育者的责任意识 and 情感联结,打破了现实中传统男性“主外”的角色边界。而对女性玩家来说,这个“儿子”的随性、自由的生活方式,若即若离、不闻不问却又彼此牵挂的沟通风格,都是对当下中国“丧偶式养娃”或“紧盯盯人式”教育中父母与子女之间控制与反控制的紧张权力关系的一种超越。总之,在佛系养蛙的双重心理投射中,我们看到的不仅是青蛙的“说走就走”和“听天由命”随性洒脱,更有在每日以养蛙“修炼佛性”的生活方式中,表现出当代男性角色分工的内转和“养育性”等情感因素的渗入。

因而在这一点上,“佛系”也刚好表现出对父权男性气质的颠覆和放逐。传统父权社会的核心运作机制就是等级制,不仅在男女两性之间制造等级性的压制和服从机制,也提倡通过强力竞争,在社会组织模式中贯彻以控制和统治为核心的“剑式”文明权力金字塔,<sup>[14]</sup>使得我们社会长期来过于崇尚竞争。从婴幼儿开始,就强调“不要输在起跑线上”;熬过以分数和排名挂帅的十几年应试教育,高考时还得千军万马争抢一根独木桥;毕业了进入职场官场,更是到处充满着钩心斗角的办公室政治。而“佛系”那种不争不抢、输赢皆可的豁达,不操控不在意的随和,以及自我克制、一切随缘,以不冲突不对抗为原则的处世哲学,似乎也不失为从强调支配与竞争的父权男性气质死胡同迷途知返的一

thread-473696-1-1.html

[11] 参见《探索与争鸣》,2018年第4期、第5期相关专题文章。

[12] 参见陈贝蕾:《爱上一只不回家的蛙》,《中国企业家》,2018.03.05。

[13] 杨春瑶(2018).《旅行青蛙》缘何刷爆朋友圈——对《旅行青蛙》游戏模式、游戏理念的探析及反思[J].新闻研究导刊.(4).

[14] 理安·艾斯勒:《圣杯与剑》,程志民译,社会科学文献出版社,2009。

条幽径。

## （二）男性性征服欲的退潮

谁都知道，父权社会规定每个男人在父系宗法脉络中必须承担传宗接代的繁衍功能，这一功能要求甚至被儒家上升到“不孝有三，无后为大”的纲常伦理规范的高度，为此还建立了三妻四妾的婚姻制度，保障男性宗法等级社会的香火绵延，也建构了男性性欲望的多发性和不可抗性。因此，男人是荷尔蒙动物，用“下半身思考”；男人“重性轻情”等等说辞貌似天经地义，比如成龙婚外出轨生子可以轻描淡写地以“犯了天下男人都会犯的错误”而轻松开脱。在这样的性规范中，女性是男性的欲望客体，以身体美貌换取男人的财产资源来保障生活，因而男性占有女性的数量越多，越证明其在男性社会的财富名望地位的高值。男女两性在性上的期待和附加值就形成了著名的“赚赔理论”：传统社会规范把男性放在主动的、占有的、征服的——也就是“赚”的位置上；把女人放在被动的、被掠夺的、被掌握的——也就是“赔”的位置上，然后再在男女中间建立起冗长复杂的讨价还价过程（又名求偶过程）。<sup>[15]</sup> 总之，这种对女性的性占有和性征服，正是彰显、夸耀男性特质的一个重要砝码。而佛系男子似乎完全脱出了这个性征服的魔圈，他们有一个经典的说法：“总是嫌谈恋爱太麻烦，不想在上面费神费时间，也不想交什么女朋友，就单纯喜欢自己一个人，和女生在一起会感觉很累”。性支配欲的退潮，以及对传统婚姻模式的逃避与疏离，可说是对父权社会占支配地位的男性特质的鲜明消解与颠覆。

## （三）男性“强者神话”面具的脱落

父权文化定义男性天生比女性优等，因而在地位上表现为男尊女卑、男强女弱，与此相对应的便是男主外女主内的角色分工。为了确保性别制度的畅行无阻，从家庭到社会，性别文化保障男性从小在生存和教育资源等方面的优先权，但同时也在他们身上寄托了建功立业、光宗耀祖的厚望。因而男性在享受性别红利的同时也必须承担保家兴邦的重

[15] 何春蕤：《豪爽女人》，皇冠文化出版有限公司，2004年7月，第20页。

任。在此框架下，男人必须遵循“感情事小功业最大”的原则，个人一己小我的需要必须服从于集体大我的要求，树立外向性目标且要执着追求，死而后已，不然就会被贬损为胸无大志、目光短浅的“蠢种”或“小人”。因而，外在目标的大小、高低、贵贱的价值评判也成为衡量男性自身的价值尺码，于是官位、金钱和名声就成了男性终其一生孜孜追求的目标。可以说，父权文化在赋予男性强者特权的同时，也给他们带上了“强者”的面具和枷锁。<sup>[16]</sup> “男儿有泪不轻弹”“男儿膝下有黄金”等古训，几乎褫夺了男人表达脆弱的权利，失去人类用眼泪冲刷痛苦悲伤的生理本能。如同1990年华语流行歌曲《男人哭吧哭吧不是罪》中所泣言：“日日夜夜惊着面具睡”。男性研究理论正是看到这种男性“强者神话”对男人人性的戕害，提出了“男性觉悟”和“男性解放”的必要性。<sup>[17]</sup> 如果说流行歌曲表达了男性对强者神话认同后身心所遭受伤害的觉醒和控诉，那么崇尚“佛系”的青年根本就拒绝了这样的神话陷阱的塑造，他们一上来就对外在的功名成就不走心、不执着，且崇尚“极简主义”，对盲目攀比和物质主义拜物教大不以为然。他们的内心往往具有以下特点：希望按照自己喜欢的方式和节奏去做，不愿受外界和别人看法的干扰。这一点有时候也被批判为90后青年自我中心的集中表现，但也有学者给予了肯定：“从佛系的思想特征可以看出，在道德意识层面，它强调通过与意识形态和社会习俗强加的价值和规范保持一定的反思距离，以便建构某种自我认同意识；在行为上，它表现为通过自我克制减少社会冲突的交往理性特征，却不失为社会病态现象的解毒剂”。<sup>[18]</sup> 而从男性气质角度看，的确在无意中颠覆了传统男性“强者神话”下必须积极进取、建功立业的主旨，动摇了男性中心的父权性别制度的核心基座。

然而必须看到，性别从来就不是孤立存在的现

[16] 周华山：《阅读性别》，江苏人民出版社，1999年9月，第63页。

[17] 方刚：《男性研究与男性运动》，山东人民出版社，2008年3月，第160-164页。

[18] 汪行福：《佛系是一种消极的善》，《探索与争鸣》2018年第4期。

象，以上也只是在将男性气质视为父权制性别角色的一种常规模式下作出的分析。事实上，现实中的男性气质远没有这么静态稳定。瑞文·康奈尔就认为男性气质是“在性别关系中的一个位置”，是“男性和女性争取这一性别地位的实践，以及这些实践对身体经验、个性和文化的影响。”<sup>[19]</sup> 强调男性气质的多元性和流动性。也就是说，个人的男性气质既受性别文化所塑造，同时个体的实践和身体的能动性也会对整体的性别文化进行再现、协商或抗争。

### 三、当代转型社会男性气质的多元实践

当然，仅仅认识到男性气质的多样性是不够的。康奈尔指出，“我们还必须认识不同类型男性气质间的关系，即联合、支配和从属的关系。这些关系通过排除与包含、胁迫、剥削等实践建立起来。”因而她把男性气质实践大致分为：霸权/支配性男性气质（hegemonic masculinity）、从属性男性气质（subordinate masculinity）、共谋性（complicit masculinity）与边缘男性气质（marginal masculinity）这四大类。其中，“霸权/支配性男性气质”是社会主导的理想型男性气质，是一种被广泛认可和接受的生活标准和男性的社会隐喻，成为既定时间内文化所赋予强大控制力和支配性的男性气质，在与女性气质以及其他男性气质的对比中来凸显自己的霸权地位。<sup>[20]</sup> 因此，霸权/支配性男性气质也会随着时代政治经济因素的影响而出现不同导向。在当代中国，在种族、阶级、宗教、年龄和性倾向等其它社会结构并不特别分明的情况下，有学者提出了占社会主导的支配性男性气质经历了从1950-1970年的“革命英雄”到1980年的“文化英雄”/“改革英雄”再到1900年以后的“成功人士”这样的一个演变轨迹。<sup>[21]</sup> 以改革开放40年来说，

1980年是男性知识精英以“文化英雄”的姿态引领社会浪潮，引发“寻找男子汉”的风尚，深度参与并影响了社会改革进程，甚至被誉为“改革英雄”——为国家民族前行开路的急先锋和领路人形象，恰好为刚刚度过政治动荡期的新政权提供了经济改革的合法性，成为新的国家意识形态的代言人。因而“寻找男子汉”、全民讨论、塑造“男子汉”风潮其实是在隐喻的意义上呼唤百病缠身的中国/中华民族尽快康复起来，再次屹立于世界之林，内在隐含着“男性主体=国家主体”的隐秘逻辑<sup>[22]</sup>。这种隐含逻辑被学者钟雪萍认为表征着1980年中国社会男性气质在世界格局和现代化版图中的深层焦虑。<sup>[23]</sup> 而1990年代以来的社会转型，使得经济领域的“成功人士”逐渐开始在中国社会呼风唤雨，替代文化精英成为男性成功的标杆，致使学界男性知识精英的“价值”与“魅力”在多数时刻逊色于商界领袖。但指点江山的儒家文化因子、对社会发言的现代知识分子责任感，并不会因此消泯，尤其当这波“佛系”青年时尚袭来时，学界精英迅速做出了令人赞叹的反应。但也正如其中一位学者自嘲的那样：“佛系”这个网络流行热词，居然引起这么些学者“一本正经”地进行学术讨论，不免会被网络青年嘲笑为“小题大做”和“无事生非”。<sup>[24]</sup> 那么，我们是否可循此进一步追问：这样的快速反应背后，是否也在某种意义上呈现出了男性知识精英的性别实践的位置？——通过评价“佛系青年”的不求上进、老年心态、颓废逃避等，即通过对性别秩序中更低位的男性气质行为进行话语干涉和引导，释放来自被消费霸权男性气质边缘化的焦虑与不满？无意识中投射了重回1980年代霸权/支配性男性气质中心地位的渴望与期待？

[19] 【美】R·W·康奈尔：《男性气质》，柳莉等译，社会科学文献出版社2003年版，第97页。

[20] 【美】R·W·康奈尔：《男性气质》，柳莉等译，社会科学文献出版社2003年版，第103-111页。

[21] 参见张伯存：《中国当代文学和大众文化中的男性气质》，北京：中国文联出版社2010年版。刘传霞：《1950-1970年代中国文学的男性想象》，《中国图书评论》2016年第7期；刘传霞：《论新时期文学的男性形象再现与男性气质建构（1976-1989）》，《海南师范大学学报》，2017年第5期。刘传霞：《全球化与消费主义话语中的男性再现》，《山东

社会科学》，2015年第8期。

[22] 关于“男体=国体”的论点，参见张伯存：《中国当代文学和大众文化中的男性气质》，北京：中国文联出版社2010年版，第42页。

[23] 参见 Xueping Zhong. *Masculinity Besieged? Issues of Modernity and Male Subjectivity in Chinese Literature of the Late Twentieth Century*. [M]. Duke University Press, Durham and London. 2000.

[24] 孙向晨：《佛系现象：披着美丽东方外衣的现代性消极后果》，《探索与争鸣》2018年第4期。

更有意味的是,1980年“寻找男子汉”的呼声,在2017年似乎有了一个完美的回响。由吴京自导自演的《战狼2》以创纪录的近57亿元人民币票房收入,成为中国电影史上最卖座的电影。吴京表示他拍《战狼》电影,就是觉得眼下社会太“娘”了!他要表现“战狼精神”,就是“想表现中国有爷们”,让社会“少点娘炮”。<sup>[25]</sup>“娘炮”,就是典型的霸权/支配性男性气质对类女性化的“从属男性气质”的贬损称谓,也即上述的“花美男”形象,他们或是完全反叛了人们对于男性角色的社会预期,在电视中合法化地展现男性身上的女性气质,或是用秀美外貌和温柔沉静的性格挑战一向为“霸权/支配性男性气质”所尊崇的粗犷与阳刚,展现了男性气质的另类可能性。总之,娱乐节目通过电视编码的狂欢化方式,践行着消费文化的商业逻辑,既表征了消费社会商业资本主导下的男性气质生产机制和形象特征,又寓颠覆于娱乐,在悄然地解构着传统性别文化的刻板规范。<sup>[26]</sup>然而也正因为此,花美男形象不断遭到拥有话语霸权的男性气质代言的贬损打压。仅在演艺界除吴京外,还有谢霆锋、冯小刚等大腕都在公开场合炮轰过“娘化现象”,知名编剧汪海林更是在微博上公开指责“娘炮”走红已“威胁国家审美安全”,<sup>[27]</sup>一时间网络上出现了从梁启超“少年强,则国强”的语义逻辑推演而来的“少年娘,则国娘”的舆论纷争,把青年男性形象与国家未来命运直接挂钩。更有2018年9月6日晚,官媒新华社在“新华视点”栏目播发署名“辛识平”的评论《“娘炮”之风当休矣》,对“娘炮”现象进行严厉批评,显示出集体话语对男性气质的再次强势规训。所不同的是,1980年的“男子汉”和五四时期的“新青年”,都是当时政治经济文化多方力量推动下理想男性气质的正面型构,而当今对“娘炮”的声讨则是一种

[25] 《战狼精神是什么?吴京:想表现中国有爷们,少点娘炮》<http://ent.sina.com.cn/m/c/2017-07-28/doc-ifyinwvu2909447.shtml>

[26] 吕鹏:《消费社会背景下的电视娱乐节目与男性气质》[J].现代传播.2011年第6期。

[27] 《少年娘,则国娘!人民日报评男生“娘化现象”》2018-08-14.参见网址:[https://www.sohu.com/a/247040832\\_117993](https://www.sohu.com/a/247040832_117993)

反向建构,其中一脉相承的依然是“男体=国体”的内置逻辑。

饶有意味的是,仅仅过了不到三个小时,人民日报便发表了署名“党报评论君”的文章《什么是今天该有的“男性气质”》,对新华社评论进行回应。明确表示不认同所谓“娘炮”“不男不女”等带有贬损性的说法,认为现代社会拓宽了审美场域,对“娘化”这一种多元生活方式应进行包容。指出男性气质的构建不必与外貌审美相勾连,更应该发扬内在的勇气、坚强和担当等诸多品质<sup>[28]</sup>,显示出国家话语层面令人欣喜的具有性别平等底蕴的男性气质的建构导向。

总之,由以上简略提到的40年来当代男性气质的变迁、权威媒体评论对所谓男人“娘化现象”针锋相对的观点中,我们也可见出,男性气质从来就不仅仅是一个单一的性别议题,而是直接关联和表征着国家政治经济文化趋势的重要符码。而“佛系”时尚的风行,折射出另一种自甘“边缘”的探索性男性气质的实践倾向,即便如今已被“躺平”等新的流行时尚所覆盖,但其内核其实有相通和迁延的痕迹,对理解当代中国转型社会男性气质实践层面多元流动的复杂格局依旧具有重要的价值。

#### 参考文献

[1] Xueping Zhong. *Masculinity Besieged? Issues of Modernity and Male Subjectivity in Chinese Literature of the Late Twentieth Century*. [M]. Duke University Press, Durham and London, 2000.

[2] 何春蕤.《豪爽女人》[M].台北:皇冠文化出版有限公司,2004.

[3] 理安·艾斯勒.圣杯与剑[M].程志民译,北京:社会科学文献出版社,2009.

[4] 吕鹏.消费社会背景下的电视娱乐节目与男性气质[J].现代传播,2011(6).

[5] (美)R·W·康奈尔.《男性气质》[M],柳莉等译,北京:社会科学文献出版社,2003.

[28] 早在2018年8月13日,人民日报海外版05版“社会经纬”栏目就以“社会需要啥样的性别气质”为题发表整版文章,呼吁对“阴柔之风”进行包容。配发的评论《多元社会需要包容》认为,“娘化”其实是一种生活方式,不能因为一个男子着装像女性,就让他无法在社会立足。

- [6] (美) R·W·Connell. 《性 / 别: 多元时代的性别角力》[M]. 刘泗翰译, 台北: 书林出版有限公司, 2004.
- [7] 王金林. 佛系: 反消费症候或内置式出走[J]. 探索与争鸣, 2018(4).
- [8] 汪行福. 佛系是一种消极的善[J]. 探索与争鸣, 2018(4).
- [9] 杨春瑶. 《旅行青蛙》缘何刷爆朋友圈——对《旅行青蛙》游戏模式、游戏理念的探析及反思[J]. 新闻研究导刊, 2018(4).
- [10] 张伯存. 中国当代文学和大众文化中的男性气质[M]. 北京: 中国文联出版社, 2010.

## **"Buddha-like" fashion and practice of "masculinity" in contemporary transitional society**

Jiang Yunfei Zhang zhihui

**Abstract:** The phenomenon of "Buddha-like+ X" has become popular on the internet since the end of 2017. Although the name of "Buddha" is applied, it clearly shows the characteristics of fashionable subcultures. In many studies, attention and discussion about its earliest gender background of "Buddha-like men" and the practice of "masculinity" in contemporary transitional society have been ignored. Therefore, this article first sorts out the evolutionary background of the youth fashion from "beautiful men"- "grass-fed men"- "Buddha-like men" since the new century; then discussed the deconstruction of traditional masculinity by "Buddha-like men" in terms of power desire, competitiveness, and sexual dominance. Finally, a brief review of the changes in contemporary "dominant masculinity" since the 40 years of reform and opening up, revealing that masculinities is a connection and a sign of multilateral forces of political economy and culture. The popularity and decline of the "Buddha-like" fashion is a reflection of the diversity and complexity of the masculinity practice in contemporary Chinese society.

**Key words:** buddha-like; fashion; masculinity