

>>场景文化丛书<<
孟繁华 主编



罗杰◎著

再造形体

再造形体再造形体再造形体
再造形体再造形体再造形体再造形体再造形体
再造形体再造形体

中国文联出版社

场景文化丛书<<
孟繁华 主编

罗 勃 著

再造身体

中国文联出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

再造形体 / 罗杰著. —2 版. —北京: 中国文联出版社, 2011.2

(场景文化丛书 / 孟繁华主编)

ISBN 978-7-5059-7004-5

I. ①再… II. ①罗… III. ①美容—服务业—文化—
通俗读物 IV. ① F719.9-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 252399 号

书 名	再造形体——场景文化丛书
作 者	罗 杰
主 编	孟繁华
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389150)
地 址	北京农展馆南里 10 号 (100125)
经 销	全国新华书店
责任编辑	薛燕平
印 刷	北京隆昌伟业印刷有限公司
开 本	710×1000 1/16
印 张	8
版 次	2011 年 2 月第 2 版第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5059-7004-5
定 价	17.00 元

您若想详细了解我社的出版物

请登陆我们出版社的网站 <http://www.cflacp.com>

总序

都市场景文化与文化政治

孟繁华

在革命时期的文化历史叙述中，身体或身体的欲望是一种潜隐或被遮蔽的缺席的历史。这个时期的身体是一个不明之物，或者说对身体及其欲望是羞于言说的。如果不得已涉及与身体相关的叙事，那也一定是敌对阶级的腐朽、丑陋和糜烂。而在革命的历史叙事中身体的叙事被置换为精神领域的事件。20 世纪激进的历史叙事在国家主义的框架内展开，它叙述的主要内容只能限定于思想 / 精神领域。即便是同一阶级内异性之间的身体和欲望关系，也被认为是琐屑无聊或无关宏旨的个人事件。身体和欲望的故事始终受到压抑而难以走进历史，与我们遵循的历史叙事原则是有关的。

80 年代以后，“软性文化”开始在“地下”涌动，有趣的是，这个彰显个人欲望的“启蒙者”，是由港台

文化扮演的。邓丽君的歌曲和港台电视剧，“反哺”了大陆大众文化生产并提供了最初的制作模型。随后而来的是商业主义大潮的排天巨浪。都市场景文化如雨后春笋，一夜之间遍地花开。这些场景大多和身体及其欲望相关：影楼、美容院、选美大赛、酒吧、T型舞台、卡拉OK、人体彩绘等，喷薄而出。而这些都市场景文化的主体消费者，也大多和女性群体相关。正是在这个时期，女性主义和文化研究理论进入国门。女性在张扬自我解放，因不慎而成为男性眼中又一道奇异的风景，独白变成展览，平等、自由的争取演变为隐秘的奇观。商业主义的叙事策略和西方新潮理论来到中国，因新奇而急于诉诸实践，结出的却是意想不到的商业主义果实。

都市场景文化，是又一场在全球范围内全面展开的身体的战斗。这也是没有战线、持续不断和花样翻新的战斗，永无休止的身体消费带来了身体永无休止的紧张。与过去对女性身体占有的男性单边战斗有所不同的是，以女性为主体的身体单边战斗开始打响：美容院、健身房、桑拿浴、按摩室等是身体的战场，然后是瘦身、瘦腿、文身、文眉、文眼线、人造乳房、整容直至变性。然后是一条直线的“猫步”、三千宠爱的“选美”、旋转木马般的偶像、源源不断的绯闻、街头摇滚、街头舞蹈、夸张的床上运动，直至“下半身”写作、木子美和网上女教师的裸体照片。都市场景文化渗入到我们生活的所有角落，女性用身体独白，男性用下半身狂欢。身体叙事是现代都市文化生活最核心的剧情，青年女性则是剧情无可替代的主角。

女性的身体制造着时代的时尚，时尚推动着女性的身体故事。但这种叙事和时尚的背后一直潜隐着控制、支配、认同的文化政治，或者说，身体的消费水平和塑造程度已经成为这个时代未被言说的女性“身份”的表征。从全球范围来说，这个时尚不是第三世界和欠发达国家制造的，而是发达国家和强势文化制造的；就某个国家和地区来说，不是边缘群体和底层民众制造的，而是中产阶级引领、制造的结果。^[1]选美大赛1921年肇始于美国，它迅速成为未婚青年女性身体叙事的舞台，也成为男性“合法”地集体观赏女性身体的节日。资料表明，美国针对不同女性举办的选美大赛每年超过了70万场次。专业公司、小城镇商家、大都市实业集团都可



以成为组织者。组织者可以从中获利，^[2]默默无闻的小姐们则可因获奖一夜间暴得大名，然后走向杂志封面或进军广告、影视娱乐业，从而成为家喻户晓的“英雄”或偶像。选美大赛注重美貌也注重才华，但只有才华没有美貌，可以肯定的是与“美国小姐”绝对无缘。

美貌对女性的重要，在选美大赛中被极端化地叙述出来。于是，女性对自己容貌和身体的关注成为生活中最重要的事情。据调查表明，不同比例的女性开始“经常留意”自己的容貌，想改变自己的体重，想减肥，对腰围感到不安、想改变体形，掩饰年龄，改变大腿、小腿，改变胸部，改变身高，改变肤色、头发、手或鼻子……时尚战胜了造物主。这些“改变自己”的想法并非是女性与生俱来的，她们不得已而为之的原因是文化政治支配的结果。除了选美大赛之外，时装展示是另一种意识形态。在时装设计师那里，他们选择模特的标准几乎无一不是苗条的女子。选美要苗条、时装要苗条、战无不胜的美国女明星也是苗条；女性杂志、电视节目、健康讲座、街谈巷议、节食手册等，所有的声音和图像都在呼唤女性的苗条。^[3]体形的意识形态的制造者不仅征服或支配了民间，同时也支配着学校入学和社会就业。过于肥胖的女生和身材苗条的女生，以同样成绩申请著名高校的比例是1:3。社会就业的比例状况可能还要严重许多。因此，体形的意识形态为社会规定了隐形的测量尺度和评价标准，它是上流社会和底层社会、聪明和愚蠢、健康和病态、勤俭和懒惰、性感和性冷漠的尺度的标准。体形关乎成功、金钱、生活质量以及“出镜率”，被追逐、被赞美、被议论的程度。于是，和体形、身体相关的产业和故事不断被制造出来，减肥药品、健身场所、保健方式、瘦身秘诀、整容整形医院、吸脂术、染发药水、指甲药水、文身、服装业等商业行业开始兴起并兴盛起来。

但是，在美国身体战斗的过程中，在“美国小姐”、影视明星、成功人士走向上流社会然后陷入被制造绯闻，被“狗仔队”盯梢、拍照，被出卖、被暗算、被绑架等烦恼和恐惧的过程中，我们也发现了性别、商业、阶层、身份等文化政治的宰制和支配。这似乎是一个悖论的世界，一方面女权运动和女性主义理论在崛起，解构中心或霸权的声浪此起彼伏，女性的声音由于“政治正确”似乎无往不胜，但消费女性的事业一刻也没有停



止。在世界范围内，对女性的“整体消费”是不合法、起码是不道德的。但对女性“局部”的消费几乎愈演愈烈：女性的面部、颈部、胸部、腰部、腿部、脚、手、眼睛、鼻子、头发等能够展示的部位，每天都大量裸露地出现在电视屏幕、音像或其他媒介上。她们被用于商业目的或其他与女性无关的动机。这种“性别歧视”和男性欲望被隐藏于对“美”的夸张的宣扬中。一方面是性别和商业权力的控制，女性被“自愿”或“合法”地利用；一方面，这些被利用的女性身体为少数女性带来了巨大利益和名声，同时她们又变成了另外一种控制、被效仿的力量和对象，构成对弱势文化群体的宰割。中、下阶层在盲目地羡慕和追逐中失去了独立或自我塑造、把握生活的可能。

在中国，身体的叙事是由中产阶级引发和推动的。中国的中产阶级目前虽然还是一个暧昧的不明之物，但中产阶级的趣味却在全球化语境中提前与国际接轨。大量关于身体叙事的广告、书籍、手册、药品、场所等几乎应有尽有。在《时尚》、《体线》、《瑞丽》、《世界服装之苑》、《精品》、《今日名流》等中产阶级杂志中，打造身体、容貌等是他们推出的核心内容。“中产阶级话语空间的扩张”，是当下中国最引人注目的文化政治现象。它们虽然价格昂贵，甚至超出了大量低收入者的购买能力，但这些杂志不仅存活下来，而且成为文化消费市场抢手的商品。中产阶级杂志的成功是中产阶级话语扩张和“允诺”的结果，或者说，在这一话语中，负载着中、下阶层对未来生活的期待，尽管它并不负责“允诺”的兑现。在获得了“奔小康”的主流意识形态的合法依据后，中产阶级话语在窃喜中实现了它的话语功能。就身体叙事而言，中产阶级女性的“优雅”、“体面”、“匀称”、“靓丽”等，加剧了中、下阶层的焦虑和羞愧。急于投入身体的叙事变成了时代的号角和宣言。

表面上是都市女性自己投入了身体的单边战斗，事实上，任何一种时尚或女性的“自我”要求，都是社会文化政治合力支配的结果。仅就服装时尚而言，“它纯粹是依据男人看女人的方式来解释时尚的，完全忽视了女人作为性别人而进行的主动的自我建构。”^[4]比如“性感区的转换”，“时尚一会儿强调女性身体的这一部分，一会儿强调另一部分，都是为了防止



男人变成性厌烦者。”^[5]另一方面，媒体以合谋的角色参与了时尚的制造。在米兰，每个时装周可能有超过 850 名的记者在报道时装秀。紧随其后的巴黎时装秀上可能有 2000 名记者。争夺新闻界注意力的竞争是惨烈的。仅在巴黎，为期 8 天的时装周就要举行 100 场时装秀。^[6]媒体帝国主义对现代生活的控制已经被揭示，但它播散时尚的影响力却没有任何力量可以控制。文化研究者已经阐明：“衣服本身色彩鲜亮，线条清晰，显示出一种富于幻想的未来派风格，同时仍然很简洁。但是没有活生生的身体，就不能说这些服装充分地存在。没有运动，这些服装就变得古怪抽象朦胧怪诞。任何东西都不能比这一事实更直接地证明身体在时尚中的重要性。”^[7]这一如专家指出的那样：女性“因为她不能处于自己的地位。她试图用衣服、化妆和首饰把自己遮盖起来。她不能使用自己本身的外壳，所以她必须创造人工的外壳。”^[8]一方面是文化研究学者对女性身体塑造的文化政治的揭示，一方面是包括商业文化在内的文化政治肆意横行的支配。战斗是为了征服，但女性的身体战斗是在妥协的前提下去征服男性和世界的，或者说，她们在文化政治的支配下，在丧失独立塑造和把握个人生活的前提下，去战斗、去征服的。即便如此，女性单边紧张的身体战斗在媒体帝国主义和商业霸权主义的统治下是难以停止的。抑或说，女性身体被文化政治支配的命运几乎就是宿命的。



这套“都市场景文化书系”，在呈现都市最时尚的场景文化的同时，重要的还是怀着警惕、怀疑和批判的视角，揭示这些都市场景文化背后隐含的文化政治的掌控和支配，揭示其“日常生活审美化”背后的商业主义的利益诉求和种种意想不到的“美丽陷阱”。这是现代性的矛盾，也是当代人难以超越的困惑。需要说明的是，书系的作者都是在校的硕士、博士研究生。他们有的是我的学生，有的是我学生辈的朋友。他们在都市生活学习，不仅有文化研究良好的学术训练，更有对都市场景文化感同身受的切实体会。因此，这不是纯粹的学院学术著作，而应该看做是这些年轻人对都市场景文化有切实体会的表达或言说。

2005 年 3 月 8 日于 沈阳师范大学中国文化与文学研究所

注 释

[1] 齐奥尔格·齐美尔在《时尚的哲学》中认为：“个性本身与普遍方式相适应，而这方式本身就社会的立场而言拥有一种个性化色彩，这就以迂回的社会方式弥补了在纯粹的个人方式中被否定了的个性。由于妓女的生活方式属于要被消灭之列，她们反而常常成为新的时尚的先驱。低贱的社会地位使她们对每一件合法的事情、每一种长久的制度有着公开的或潜在的仇恨。她们对外表无休止的求新求变其实天真率直地表达了这种仇恨。在这种对新奇的、前所未有的时尚的追求中，在对异类的不宽容中，存在着一种破坏冲动的美学形式，这种美学形式对那些过着低贱生活的人而言是一种特别的因素，只要她们的内心还没有完全被奴役的话。”（见罗钢、王中忱主编《消费文化读本》，中国社会科学出版社 2003 年版，254 ~ 255 页。）但在中国，由于妓女身份的不合法性，妓女制造时尚的机会和可能性是极小的。

[2] 2004 年 2 月，一个新的网站在北京注册成功。这个网站的域名是 www.misschina.com.cn（中国选美网）。打开网页一组数字，令人无比震惊：广州：通过“美在花城”的选美活动，仅主办此次活动的电视台 2003 年总收入大约 2500 万元，总体支出大约 1100 万元，毛利 1400 万元，毛利率为 127%；三亚：三亚市长陈辞在“世界小姐”总决赛的记者招待会上表示：“希望通过这次活动令三亚更为世界所认识，并期望活动可为该市带来 1 亿美元的收入。”湖南：2002 年度星姐选举中，湖南娱乐频道收视率从平时的 4.1% 左右飙升至 15.2%，平时的市场份额 9.7%，星姐选举期间升至 24.3%。2003 年度星姐选举总冠名费 240 万元，单项冠名 70 万元；在海南第 53 届世界小姐总决赛上，一套最佳位置的看票竟拍出了 2.8 万美元的天价，创下中国商业演出及各类赛事的历史最高记录。（见《北京纪事》2004 年 2 期。）

[3] 蔡骥、孙有中：《现代美国大众文化》，中国经济出版社 2000 年版，230 ~ 231 页。

[4][5][7] 伊里莎白·威尔逊：《时尚和后现代身体》，罗钢、王中忱主编：《消费文化读本》，中国社会科学出版社 2003 年版，297 页，300 页。

[6] 纳塔莉·卡恩：《猫步的政治》，同上，306 页。

[8] 加亚特里·斯皮瓦克：《重温法国女权主义：伦理与政治》，王逢振主编：《性别政治》，天津社会科学院出版社 2001 年版，137 页。



目 录

总 序

为谁者容：

一

美容的溯本求源 /1

1. 巫术说 /2
2. 性学说 /5

美梦成真：

二

消费社会的又一神话 /11

1. 从雪花膏到扒皮膏 /12
2. 数风流美容，还看今朝 /17
3. 是谁给我一片天？ /19
4. 单身女子经济 /23
5. 搭上娱乐与体育的幸福快车 /24
6. 乾坤大挪移：变性的时代 /30
7. 绝对隐私：私人美容师 /41
8. 宠物美容院：美狗看主人 /45

9. 传媒制造的幻象 /49

身体叙事：

三

美容院的游戏规则 /56

1. 超越时间的神话 /56
2. 形象的竞争 /59
3. 隐蔽的模式化原则 /62
4. 阶层表征和格调暗示 /63

淡妆浓抹总相宜：

四

美女加工场的生产范式 /64

1. 人体美的数字理想 /68
2. 苗条暴政 /73
3. 做女人“挺”好？ /78
4. 发质理想和发色幻觉 /82
5. “锻造”的高挑身材 /92
6. 落红本是无情物 /98

两难选择：

五

自娱娱人 & 自欺欺人 /105

1. 自娱 · 自欺 /106
2. 娱人 · 欺人 /109
3. 美容 · 毁容 /113

为谁者容——美容的溯本求源

很多人视“美容”为“末技”，其实不然，美容之历史可谓久矣。甚或可以说，人类的文明史有多长，人类的美容史就有多长。

我国最早的诗歌总集《诗经》里，就开辟了美女专章《卫风·硕人》，诗中塑造了当时的标准美女形象：“……硕人其颀……手如柔荑，肤如凝脂，领如蝤蛴，齿如瓠犀，螓首蛾眉。”《卫风·伯兮》里还这样描写了一位怀春少女：“自伯之东，首如飞蓬。岂无膏沐？谁适为容！”寥寥一十六字，一个为了心爱的人而精心打扮的少女的心态被刻画得淋漓尽致，少女的娇憨模样也跃然纸上。

那么，到底人类是为谁而美容呢？关于美容的起源，众说纷纭，归纳起来，大致有两种说法，一种是巫术说，另一种是性学说。

1. 巫术说

说起巫术，您可能会觉得这是封建迷信，但是，在人类的婴儿时期，我们的生产力非常低下，掌握自然规律的能力也很差，所以早期人类会把所有关乎生存之大计的条件都归功于天神来掌握。人类最初的“美容”活动便是原始人类在从事原始宗教活动时，为了悦神，也就是说，期冀神灵能够给他们带来更多的丰收而进行的装扮。这时候，我们的祖先尽管刚刚衣可蔽体，就已经穿着他们野性的“兽皮裙”，带着他们“环保”的“树叶帽”，开始了漫漫的美容探索之路。他们把红色的花汁涂抹在嘴唇上和脸颊上，使之看起来娇艳动人、润泽健康；他们还把黛色的石粉涂在眼眶上，使得眼眶的轮廓更加鲜明，眼睛也显得更大、更明亮、更深邃、更能够通灵；他们还把好看的石头和晶莹的野兽牙齿穿起来，做成项链挂在脖子上，使颈部更显修长，映衬出整个头部的高贵。同时，他们用以红色为主的鲜亮色彩在脸上绘制出各式的图案。所有的这些，都是为了使自己能够更为神灵所关注，从而更容易实现祈求。慢慢地，在巫术活动中产生了首领，为了强调其地位的不同，他往往更着意于与众不同的装饰，“美容”便逐渐地和权力、财富、社会地位建立起了联系。

人类学家在南非的克拉西斯河口及其周边地区，发现了由红色铁矿做成的条状的物体，据测算，它们的历史居然已有四万年之久。这些条状物是由人工磨制的粉状物做成的，其中混有氧化铁、动物油脂和植物油脂。科学家们还发现，为了使其颜色更加鲜艳夺目，那时的人类还把这些条状物进行了加热。目前，关于这些红色铁矿条状物的用处还没有确切的说法，有人说也许是用于壁画的，但人类学家斯蒂文·米顿坚持认为，由于迄今为止我们在南非还没有发现形成于三万年以前的绘画作品。因此，这些颜料不可能是用来在岩洞等地方绘画的，而更有可能是在原始巫术活动中用来描绘脸部和身体的。

历史学家还在莫斯科北部发现了距今大概两万八千年的墓穴，从出土的文物可以看出，那时的人们已经开始把穿孔的牙珠子镶在袖子和裤腿边上作为衣服的装饰物。在一位 60 岁的老年男人的尸骨上，人们发现一顶缝缀着小珠的帽子、象牙手镯，还有用多达 2396 颗珠子穿成的数串珠链。这位老人和另外的小男孩都戴着坠有饰物和动物牙齿的项链，而老人旁边的一个女孩的尸骨上却没有这种项链，仅仅有几个小珠子，这可能说明了在当时不同性别的



人的装饰是不同的。

在我国北京周口店龙骨山发现的“山顶洞人”，生活在距今大约一万八千年前，这些处于“旧石器时代晚期的‘山顶洞人’就已经懂得用磨过的动物牙齿制成项链来装饰自己，并且用赤铁矿石把牙带染红”（贾兰坡《“北京人”的故居》，北京出版社 1958 年版）。

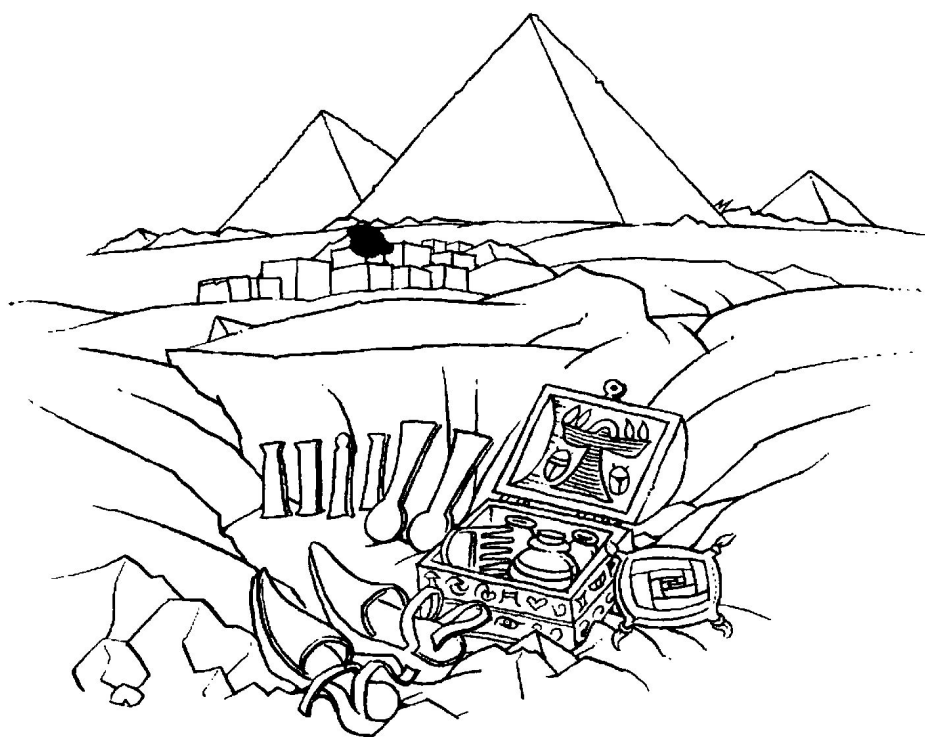
可以作为美容起源巫术说之确证的是生活在四千多年前的我们的古蜀先民，他们信仰神秘的巫文化。“1986 年出土的四川广汉三星堆青铜面具中，在宽大的云雷纹长耳的耳垂上留有圆孔，可以推测原本应该是带有耳环的。一部分人头像，在宽而浓的眉梢上绘以黛色，大而立的眼眶周围描上了深蓝色的眼影，阔而长的唇边涂上了朱丹，鼻孔或耳饰孔里也涂有朱色。”（陈德安等《三星堆：长江上游文明中心探索》，四川人民出版社 1998 年版）蜀民多信巫，三星堆出土的青铜人面像有的还有面部彩绘，他们如此地美化自己的容颜，正是为了能够取悦神灵，从而使神灵保佑风调雨顺，他们可以获得丰收。由此因“美容”而表现出生命的活力，以及对生活的热爱在神圣的宗教活动中得以展示，较为全面和系统的美容方法也逐步形成。



众所周知，古埃及也是四大文明古国之一，那是一个神秘的国度，他们有着浓厚的宗教意识，他们向往生命的无止境。因此，他们更强烈地希望通过对身体的美化来表达对神的崇敬和信仰，古埃及人已拥有了今天我们所有的大多数化妆品，甚至早在公元前 2000 年就开始使用刮胡用具，这套工具包括铜刀片和夹子。在埃及，很多早期的皇室墓穴里都设有专门的化妆室，人类学家在国王图坦克哈门的墓冢里发现了一罐三千年前的润肤剂，它是用动物的油脂和香树脂制成的。

在大英博物馆里，还珍藏着一位生活在公元前 1400 年左右的古埃及妇女所使用的化妆盒、润肤膏，化妆盒里有象牙梳、火山石、用来盛化妆品的小罐等，还有一双皮拖鞋和一方小红垫。

古埃及人的润肤品主要由动物油脂、橄榄油、坚果油、种子和花瓣等东西制成，一般都贮藏在石英、石膏罐里。古埃及的医生以医术精良及专业知识丰富而著称，他们甚至有专门用于防止皮肤变皱和变黑的秘方，男男女女都用具有美肤、排毒作用的火山石刮擦自己的身体。古埃及人还戴假发，有时也把



假发与自己的头发混在一起，这种化妆方法后来为安迪·沃霍尔所采用，现在更普遍应用到假发的制作中。

在古埃及的坟墓里藏有大量的首饰，可惜的是大部分都已被历朝历代的盗墓者所窃得。古埃及首饰制作精美，装饰复杂，主要有项饰、耳环、头冠、手镯、手链、指环、腰带、护身符及项饰平衡坠子等。古埃及人尊崇自然，因此，这些首饰大多具有仿天然色彩，蕴含着丰富的象征意义。金色是太阳的颜色，象征生命的源泉；白银代表月亮，也是制造神像骨骼的材料；天青石象征保护世人的深蓝色夜空，这种材料远从阿富汗运来；来自西奈半岛的绿松石和孔雀石，象征尼罗河带来的生命之水；尼罗河东边沙漠出产的墨绿色碧玉鲜嫩得就好像新鲜蔬菜的颜色，代表着再生；红玉髓及红色碧玉的颜色就像鲜红的血液，象征着生命。

不同于古埃及人的是，古希腊人认为人体本身是最美的。由于地理条件的原因，希腊人善航海，在与变幻莫测的大海的斗争中，人的精神、人的力量显得尤为重要，爱琴海更是滋养了他们健美的身躯。

“所以在古典奥运会上，除了竞技比赛以外，更重要的还在于人体美的展示，把最美的人体作为雕像的范本，奉为偶像来崇拜，在地上颂之为英雄，再天上敬之如神明。”（丹纳《艺术哲学》，人民文学出版社1981年版）

2. 性学说

“性”是人的一种生理本能，关于美容起源的另一种说法便是性学说，也即美容是为了吸引异性。看过《红楼梦》后，我们都知道，贾宝玉爱偷吃女人的胭脂，这些胭脂是用来涂抹嘴唇和脸颊的，看来胭脂对于男人确实有着不可抗拒的吸引力。

在今天，女人们每天化妆的必不可少的程序也是涂胭脂——口红和腮红，当然，无可否认，现在的前卫者们已经开始采用黑色、深紫色等等另类的颜色，但毕竟各种深浅不同的红色还是主流。您是否有这样的疑问，为什么偏偏要选择红色呢？从生物学意义可以这样解释，红色是作为生命动力的血液的颜色，也是乳房和生殖器官的颜色，而乳房和生殖器在性活动中恰恰是最积极的参与者，最富有性吸引力。在原始时期，性活动的目的就是繁衍后代，因此，





在面部很引人注目的嘴唇和脸颊涂抹红色——象征性器官的色彩——可以最大限度地吸引异性，从而使得自身的生殖力得以最大限度的发挥，也更有利于整个物种的生存和繁衍。

这并不是我们在这里妄加揣度，哗众取宠的说法。作为万物灵长的人类，可以运用智慧在面部模仿生殖器官的颜色，以吸引异性，然而模仿并不是人类的专利，“德国学者的研究显示，有些种属开始了自我模仿的过程。最富有戏剧性的例子是西非狒狒和埃塞俄比亚狒狒。西非狒狒雄性的阴茎呈血红色，而阴囊两侧却各有一块蓝色的斑纹。

“同样的色彩模式出现在面部，其鼻子呈血红色，面额突出呈深蓝色。似乎其面部在模仿其阴部，表现出同样的性征。当西非雄狒狒走向另一只狒狒时，其生殖器颜色的鲜明对比被走路的姿势掩盖起来了，但它仍可借助模仿生殖器色彩的面部发送重要的信息。埃塞俄比亚雌狒狒也热心采用自我模仿的手段。她的会阴周围有一圈深红的区域，周围绕以白色的乳突。会阴中部的阴唇呈血红色。这一视觉形象模式在她的胸部又再现了出来：一块裸露的血红色区域，周围环绕着同样的白色乳突。位于这块红色皮肤中部的乳头呈深红色，两个乳头贴得很近，使人强烈感到它们与其阴唇非常相似（事实上两个乳头靠得太近，所以小狒狒吸奶时同时把两个乳头含在嘴里）。她胸部的红色和会阴的

