

拍案文丛

# 性感的变奏

王绍培 著

XING GAN DE BIAN ZOU

广东人民出版社

# 性感的 变奏

柏紫文丛

广东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

性感的变奏/王绍培著. —广州:广东人民出版社,2000.10  
(拍案文丛)

ISBN 7-218-03477-2

I. ①性… II. 王… III. 随笔—作品集—中国—当代  
IV. I267.1

出版发行	广东人民出版社
经 销	广东新华发行集团股份有限公司
印 刷	肇庆新华印刷有限公司
开 本	850毫米×1168毫米 1/32
印 张	6.75印张
插 页	1插页
字 数	150千字
版 次	2000年10月第1版第1次印刷
印 数	3000册
书 号	ISBN 7-218-03477-2/I·427
定 价	15.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

# 目录 MU LU



## 辑一 性感的变奏

- |             |    |
|-------------|----|
| 时尚是一朵花      | 3  |
| 时装,性感的变奏    | 5  |
| 时尚的流变       | 7  |
| 伟哥神话        | 9  |
| 遥控器         | 12 |
| 跑步机:让道路带着你走 | 14 |
| 拿手机的男人      | 16 |
| 卡拉 OK       | 18 |
| 艺术照         | 20 |
| 咖啡与茶        | 22 |
| 关于香口胶       | 24 |
| 灰尘的光芒       | 26 |
| 女子学堂:轮回中的浮想 | 28 |
| 迪厅心情        | 30 |
| 另类不另        | 32 |
| 武装到牙齿       | 34 |

秀出世界杯	36
看非常男女直销婚姻	38
两种完整	40



## 辑二 蛮荒时代的英雄

单一化中的文化遗忘	45
消解文化中的任性	48
现代史塑造我们	51
寻找话题	56
作为当代政治的经济	60
经济文化化:新时代的竞争之道	65
特区文化:作为必要的学术假设	68
仁者与智者的争论	71
神性的头颅	77
虚妄的希望	80
意义的岛屿	84
顾准的气度	87
边缘的回溯	90
何谓知识分子	93
是美食文化,还是暴食文化?	96
温饱型文化的弊病	99
郑也夫难题有解吗?	101
格局	104
深圳:文化中的个人	107



### 辑三 与宿命对决

法大还是权大	113
与宿命对决	116
防民之口,甚于防川	119
“大市民”呼之欲出	122
学者与电视	125
也谈知识经济	128
资讯与决策	131
“一劳永逸”可以休矣	134
为什么不对消费者说不	137
绿色文化的兴起	140
比慢	143
生命进入复制时代	146



### 辑四 脸谱的颠覆

脸谱的颠覆	151
清贫与反熵	153
为寻找意义而迷茫	156
浪漫是否可能	160
“坏消息必须尽快传递”	162
浊世琉璃	165

精神贵族	167
无为的阅读	170
消逝·沉默·荒谬	173
关于张中行：一回头发现就在这里	177
阅读时尚	181



## 辑五 逆泳小调

萍水的缘分	189
天意的邂逅	191
清晨的鸟声	193
脆弱	195
成熟的代价	197
笑之种种	200
逆泳小调	202
乾陵大写意	204
思想起	206
过去的好时光	208

辑一

# 性感的变奏









## 时尚是一朵花

时尚是一朵花。它开在最美的时候，当然也开在最美的地方。假如时尚也是有本质的——一般而言，我反对在时尚方面使用“本质”这个词，我会慢慢说到理由——那它的本质就是流行。流行在日本人的语言里，意指“一时之物”，与永恒是相对的。因此时尚是花而不是种子，而且注定是要萎谢的。

恰好是时尚的萎谢成为它流行的原因——时装就是一个绝好的例证。没有一件衣服可以在天桥的夜幕中熠熠闪亮——永远地。纵然是设计大师范思哲的杰作，作为时装是一回事，作为记忆是另一回事。愈是巅峰之作，其时尚的价值存在的时间就愈是短暂，这正是昙花一现的意思。范思哲的佳作，只有类似戴安娜这样的贵妇才买得起，并且穿得出。可是戴安娜，作为范思哲的追随者，她要的永远是刚刚绽放的花。

戴安娜未必能成为一个一辈子的时尚的追逐者，就算她不死。也许真有那样的人，但我并不以为这就是明智。没有一个老人在追逐时髦的时候还能同时得到美——包括扭秧歌在内。我想张爱玲是明智的。张爱玲曾经是一个“奇装异服”的爱好者，她的理由似乎是：趁着青春之美还在的时候招摇一下子。及至她老了，她就隐遁得好像不存在了似的。既然时尚是一时之物，那么对时尚的热衷也应该是一时之事。老人应该在永恒中去发现自己的归宿。

换言之，时尚是年轻人的事。只有年轻人才会仅仅注意



那些绽放的花朵，只有年轻人才会那么快地从那些萎谢的花上转移视线。现代都市因此注定是年轻人的天下：它是时尚的，消费着时尚的，当然也是生产着时尚的。现代城市也是物欲的、现象的、浮光掠影的——也就是说城市的本质就是时尚——且让我稍稍解释一下这句话——正如我说过的，时尚没有本质。时尚是一大堆的现象，是单纯的现象，没有深度，没有里面，没有思考的余地，时尚是被感官所把握的，并且仅仅是在感官把握它的时候才是恰当的。

譬如说一朵花的美，这当然不是思想所能理解的。再譬如说，以我进咖啡屋的经验来说，当我还没有及时地抑制住思想的习惯，我会发现那是一个假惺惺的情调以及假惺惺的姿态，那些喝咖啡的人未必是在喝咖啡，他们是在作“秀”——但我认为错的其实是我。一个哪怕只是保留着思考的习惯的人注定要进入到时尚的中心。处在时尚中心的人按照另一种方式行事：

它是餐饮现象的方式——这也正是一切消费主义者采取的方式，在对物质的不停顿的追逐中消解思想的习惯、消解意义的追寻。甚至于用时尚来对抗可能冒出的思想，尤其是那些否定的思想。

时尚是一朵花。香港诗人黄维梁曾用“突然，一朵莲花”来形容他在闷热的巴士上见到的一位白衣长发的少女。时尚作为现象之花，未必有如此的清纯，但是，黄维梁描绘的情景与时尚产生的情景有相似之处，它们都有一个灰色的、无奈的背景，不同的是黄维梁的“艳遇”只有一次，而时尚却肯定不止一次。时尚的不断诞生使人对时尚的萎谢不再有惆怅之情。时尚磨钝我们的感官，直至我们发现自己已老。时尚终于有不能满足、也不能安慰我们的时候。在这时候，我们回忆那些曾经看见过花朵。



## 时装，性感的变奏

时装是对性征的强调——尤其是女性的性征。时装的极限是……香水，这是玛丽莲·梦露发明的机智的说法，她说她喜欢“穿”着某种名贵的香水睡觉。时装之所以有理由大行其道的理由是：裸体恰恰是无法强调性特征的。正如罗兰·巴特所说，女人在脱光衣服的刹那间被剥夺了性感。而时装是以遮蔽的方式说：这里有。我们可能看见些什么，尽管我们最终可能什么也没有看见。

强调性征是时装的核心，也是时装优劣的第一位标准。时装因此根本就不是衣服了。每个季度发布的时装趋势情报，在我看来是对那些愚蠢的设计师例行的玩弄。用什么样的面料、用什么样的色彩，不过是要在较为平庸的设计师之间达成某种默契，其目的不过是不要使天桥上的展示太混杂，使人无所适从。天才的设计师，或者说更本能的设计师当然无拘无束，他们围绕性征进行性感的变奏。

衣服确乎是恰当的选择——对于性感的变奏而言，仅仅就在衣服之下——这个想法很古老。不过就在肌肤之上，因此衣服是“第二层皮肤”。还有什么比衣服更适合于进行性感变奏的材料与形式吗？不明白这个道理的设计师，他们在时装里灌注气质、文化、审美，但却不知道彰显核心。衣服仅仅是在衣服作为性感变奏的媒介时，它才成为时装。

刚刚结束的米兰和伦敦的时装大展似乎是对上面这些说法的注释。急欲出人头地的设计新秀把胸线和腰线推向极限——在女性的最后的分寸；透明的薄纱与香水的差别仅仅



在于，薄纱是视觉的香水，而香水是嗅觉的薄纱，它暗示的（其实是明示的）内涵是所谓养眼的要素。

这些设计新秀至少在战略上是正确的，他们准确地把握了时装在当代语汇中的重点以及主流——当衣服作为衣服——纯粹的衣服，这与时装是不相干的。

纯粹的衣服在一种流行的“回零文化”中当然有它的意义。所谓“回零文化”，指的是回到原初状态的主张。“让建筑回到建筑”，“让语言回到语言”，这类说法已不绝于耳。但是，让衣服回到衣服的说法，将使衣服回到哪里？什么是衣服的原初状态？御寒？美化？引诱？或者只是布料与色彩的变奏？中国设计师在不能深入了解西方的时装语汇的情况下，往往用误会代替领会。比如，他们引入建筑的语汇、民俗的语汇、自然的语汇。在绝大多数情况下，他们不知道性感可以作为时装的语汇，尤其不知道什么是中国式的性感。

旗袍在它流行的时候，它未必被当做时装。但它是真正意义上的时装。中国的性感是可以通过旗袍发现的。旗袍的线条有意无意间把性征加以联络，使之呼应，它不是对某一部位的停留或强调，不如说更多的是从某一部位的出发及游走，它是在一种惆怅若失的不定的状态中掌握整体——一种离别中的依恋与回眸。

不同文化中的性感是不一样的。比如阿拉伯人的性感显然不一样。日本的和服极尽铺排渲染之能事，却要在脖子的下面留出白净的一片，那或许是日本的性感的焦点……

时装如果是性感的变奏，那设计师当然只能对感觉到了的性感进行变奏，并且，他只能（或主要是）对那些大家都感觉到了的性感进行变奏。在这方面，放之四海皆有效的国际流行趋势其实是不存在的。



## 时尚的流变

相当一阵子，城市的时尚潮流是由“坏人”来引导的。最早穿奇装异服招摇过市的必定是街头巷尾的流氓阿飞。乖乖女们穿戴打扮都千篇一律。十几年前，一位国外的女学者在某个城市呆了不到一个星期就发现，那些穿着令人赏心悦目的人往往是“不良妇女”，而有文化有身份的女性大都穿得沉闷乏味。这与她们国内的情形刚好相反。在她们国家，一个有文化有身份的妇女认为只有自己才有资格打扮得漂漂亮亮。

为什么“时尚”在我们这里一度是鉴别“坏人”的简易标志？我说是“一度”，这并不意味着现在就完全不是这样了。比如说在C城，一些高档消费开始时主要是适应从事某种“特殊职业”的人群，时尚的潮流似乎也是由她们带动的。染发现在开始普遍了，但最早尝鲜的，据说是“三陪小姐”。一些性感装束在国外的时装天桥上屡见不鲜，但在C城，仍然是良家妇女的禁忌。且让我试着解释一下这种现象。

时尚既然必定是标新立异的，那它就不可避免地带有反叛的意味。时尚是对规范的挑战，或者是公然的，或者是隐蔽的。在某些社会，时尚的生产与消费纳入到市场经济的机制之中，它的意味就不同了。在我们这样的社会，时尚首先是一种态度，是对规范的表态，是对自己的表态。一个敢于引领时尚的人，是一个不怕别人指指点点、乃至乐于被别人侧目而视的人。所谓的好人在生活方面，是不愿贸然犯规的。好人总是表现得十分守规矩。而在我们规矩或规范里，



压抑是一个显而易见的事实，主要是个性的压抑，也是自我的压抑。好人多半是压抑的，起码在公开场合是这样。因此，在某种特定场合下，好人变坏所爆发出来的能量也是惊人的。

最近 20 年来，对时尚的态度在不停的变化中。从最初时尚是“坏人”的专利，到城市年轻人追逐时尚成为普遍的现象。现在，表现在时尚方面的差异，概而言之是文化的差异。具体来说，则是审美态度的差异以及“代沟”的差异。

我认为是否能包容时尚，是一个识别我们心理年龄是否年轻的简易标准。心理年龄老化的人，绝大多数都不喜欢时尚（国外有句谚语：老狗学会新花样，指的是这一情形吗？）。他们认为时尚是年轻人的事；他们认为时尚往往不合自己的口味；他们认为时尚是肤浅的，甚至没有意义的。时尚与年龄的辩证法是这样的：退出对时尚的追逐，是一个人成熟的标志；容许别人追逐时尚，则是心理年龄依然年轻的标志。每一个老化退化僵化顽固化的人都应明了，丧失活力的人总是情不自禁地厌恶别人的活力。厌恶时尚是厌恶活力的一种。不过，老人如果有足够的智慧，就可以超越这种宿命般的境界。

替代道德判断作为排斥时尚理由的还有审美判断。我们不免习惯性地捍卫固有的审美标准。

头发要乌黑亮丽；唇齿要唇红齿白；肚脐不可轻易暴露；鞋跟或鞋底不要太高或太厚……但终于我们也开始接受不同的一切：不一定是黑发，不一定是红唇，不一定是庄重，不一定是严密……其实既往的审美意识也没有什么道理，不过是一些习惯、陈见罢了。从时尚的流变里，我们能发现，变化是不可阻挡的，正是变化才激活了人的创造力。接受、容纳变化，正是为了我们能永葆一份美丽的心情。



## 伟哥神话

辜鸿铭的茶壶配茶杯的暗喻已广为人知。在他那个年代，他的这一比喻毋宁说是贴切的。女人连绵不绝的“生产”，给了男人养精蓄锐的机会。假如再考虑到男人在家里的绝对主宰地位以及女性普遍存在的自我压抑，那么，对一个旧式男人即使在三妻四妾中也表现得游刃有余，今天的男人未必要自叹不如。

事实上，本世纪各类避孕药具的发明和使用，彻底改变了两性生活中的供求关系。怀孕一直是女性在性活动中最为担心的事情，也是女性发挥情欲主动性的最大障碍。避孕药具颠覆了男强女弱的传统关系。这主要是因为，从纯粹生理的角度看，在一次性生活中，男性消耗的能量要远远超过女性。换句话说，在性活动的领域，应该是：男人啊，你的名字不是强者。

避孕药具的意义自然不限于生理，女人重获得了情欲的自主权。更何况，现代社会风起云涌的女权理论、妇解理论，更为她的实现其自主权提供了哲学上的辩护词。我们可以进一步地认为，避孕药具与这种哲学的作用是相辅相成的。它强化了上述颠覆趋势的另一生物学上的原因：日趋严重的环境污染。环境污染对雄性生物构成更大的损害。有资料表明，全球范围内的雄性生物出现“种的退化”现象，性器萎缩，精子数量降低，人类中的男性亦未能幸免其害。

“种的退化”是莫言的小说曾经涉及的一个主题。莫言试图从社会的伦理规范中找到解释，这一努力的方向显然也





是正确的。不过，这牵涉到广阔领域中的许多因素。概括地说，社会变迁的加速，生活节奏的加快，生存压力的增强，各种挑战的增多，在更大程度上削弱了男性的而不是女性的性能力。

然而，我们文化中的男性意象，永远是强者型的。男性不像女性那样可以“居其雄守其柔”。男性没有退回的余地。男性愈是要求自己成为强者，就愈是强烈地感受到自己是弱者。弱者的事实与强者的意象，构成尖锐的冲突，成为男性内在焦虑的一个主要源头，是造成大量阳痿的重要原因。

阳痿对男性的自尊心是沉重的打击。阳痿使男性内心积累起不能“取悦”对方的歉疚，也成为男性丧失生活乐趣的一个来源——对许多男性而言，性快感甚至有一种终极意味。男性心中挥之不去的阳痿焦虑与阳痿恐惧，也可以部分地解释为什么会有一些男性热衷于反常的性活动，如包二奶、嫖妓、偷情等等。他们以报复性的行为，获得某种证明。

伟哥的出现或许可以说适逢其时。

伟哥本来不过是一种治疗男性功能障碍、帮助阳具恢复勃起的药物。当然，伟哥也是迄今为止疗效较好的药物。但是，后面这一点并不足以说明伟哥为什么会在全球刮起“性旋风”以及造成“伟哥现象”。

迄今为止，谈论伟哥作为一种时尚，已经存在了相当一段时间。这个话题显然会延续下去。

有关伟哥资讯不胫而走，诸如制造伟哥的药厂股票价格飞涨，伟哥让一些老汉重拾鱼水之欢，伟哥黑市交易活跃，伟哥调合蛋清成为女性护肤的绝品，国内 30 家企业抢注“伟哥”商标，乃至英国出现了女子“伟哥强奸队”，等等，不一而足，这些资讯配合久已流行的情欲文化，成为值