

编者按

生命,是一个宏大的主题。本文作者根据女性主义的宗旨和特色,归纳出女性主义伦理对于“生命”的几点重要阐释。女性主义伦理首先把生命视为一种关系存在;坚持认为生命是一个身心统一体,无论是身体还是心灵都不是一个孤立的存在,在一个人的生命过程中,身心始终是统一在一起的,一刻都不曾分离;每一个生命都需要关怀是女性主义伦理对于生命的重要理解。

阐释“生命”意涵 丰富关怀伦理

我们正处于一个能够通过 CRISPR-Cas9 技术编辑人类基因的时代。1949 年,海德格尔《技术的追问》一书出版,批评技术的现代性,在四重结构——大地、天空、人终有一死(mortals)和诸神(divinities)中思考生命的存在。他深刻地指出:人终有一死的事实已经证明了人的有限性,然而现代性技术却无视这一事实,仅仅把人类视为追求物质利益的算计者,从而使生命失去本真的存在意义。应当说,海德格尔敏锐地预测到现代性技术可能给人类带来的无尽忧思和灾难,告诫人们应当回过头来重新思考生命的价值和意义。生命,对于任何学科来说都是一个宏大的主题,既便在女性主义伦理视域内,也难以获得一个系统的、包罗万象的,以及被普遍认同的知识体系。即便如此,我们还是可以根据女性主义的宗旨和特色,归纳出女性主义伦理对于“生命”的几点重要阐释。

生命是一种关系存在

女性主义伦理首先把生命视为一种关系存在。许多女性主义学者都从不同角度论述这一观点,例如后现代女性主义者琼·斯科特(Joan Scott)认为,社会性别的两大核心要素分别是以性别差异为基础的社会关系和权力关系。社会关系组织的变化总是与权力关系的变化同步进行。美国女性主义科学家桑德拉·哈丁强调,性别已从以往的依附于个体的事物转变成一种社会关系结构和符号体系。性别总是通过社会等级体系建立起来的,我们每个人都生活在各种社会力量互建建构和维持的社会矩阵中,都处于不同社会等级链接点中的那个属于自己的位置上,个体的社会性别化是社会关系结构与意义体系的结果,而不是它们的原因。巴特勒的政治伦理中有一个重要概念:“可生存性”(livability),她强调面对来自自然的伤害,人类社会必须

团结起来,共同应对各种危机,例如气候变化和新冠疫情的灾难。而面对人类自身彼此有可能相互伤害的事实,人类更应当清醒地意识到,人是一种关系存在,“我的生命依赖于他人——那些我并不认识和可能永远都不会认识的人们,这种对于陌生他人的依赖是不以人的意志为转移的。”女性主义政治哲学家南希·弗雷泽也借鉴黑格尔的“承认”理论探讨人与人之间的相互承认对于生命“可生存性”的重要意义。既然人们都意识到人类的易受伤害性和每一个人都会死去,以及生命必须在与他人的关系中才能诞生、发展和延续的事实,我们就必须思考如何在生命的关系存在中保护生命的问题,以及如何在制度建构中使人与人之间具有平等的主体性,以及由此而来的相互承认。女性主义伦理对于生命是一种关系存在的认知可以为全球团结起来,共同抗击新冠疫情提供一种有力的伦理诠释。

生命是一个身心统一体

女性主义伦理坚持认为生命是一个身心统一体,无论是身体还是心灵都不是一个孤立的存在,在一个人的生命过程中,身心始终是统一在一起的,一刻都不曾分离。身体既不是一种自然存在,也不是纯粹的物质生物体,而是如同性别和社会性别的区分与整合一样,是一种历史的、文化的、生物的,以及社会的集合物。

在西方伦理思想史上,物质、身体、自然、女性常常被当作相似物一并进行讨论,因而女性主义伦理对于这些概念的认知既反映出对于以往伦理学理论的反思和批评,也预示着女性主义思维在相关观念和理论方面的创新,例如女性主义科学哲学家唐娜·哈拉维认为,自然与文化是不可区分的,宇宙是一个充满物质符号的行动者,这一丰富而有启示性的人物便是赛博格、狡猾的郊

狼和易感肿瘤的小鼠。自然意味着当代社会复杂的实践,我们必须结合人类、其他物种,以及人工技术的历史来定位,自然也必须包括在行动者,例如人类和非人类、有机体和非有机体与其他世界的对话之中。而且,非人类实体应当作为主体,而不是客体参与这一对话,并由此产生一种新的伦理关系,使人与自然在相互尊重中产生相互改变。女性主义伦理对于生命的这种认知摒弃了自笛卡尔以来现代性哲学中的身心二元论,不仅把人的生命变成能动的主体,一个身心统一体,并对自然有一种新的阐释,由此为处理人与自我、人与人、人与自然的伦理关系提供一个新的视角和思路。

每一个生命都需要关怀

每一个生命都需要关怀是女性主义伦理对于生命的重要理解。关怀伦理学家内尔·诺丁斯认为,关怀由关怀方和被关怀方构成,关怀是一种关系行为,关怀的本质因素在于关怀方与被关怀方的关系。另一位女性主义关怀学者琼·特朗托也试图界定关怀的本质,强调关怀至少应当包括三个方面:“首先我们把关怀视为一种‘人种行为’,我们使用这一术语是因为人们之间如何彼此关怀是人之为人的特性之一。其次我们把关怀描述为一种行为,一种实践,而不是一系列原则和准则。再次我们的关怀定义包括一个标准,但是一个具有灵活性的标准:我们之所以关怀为的是能够尽可能美好地在这个世界生存。对于什么构成最佳关怀的理解取决于生活方式,一系列的价值观念和条件,以及人们所从事的关怀实践。”因而,对于女性主义关怀伦理来说,关怀是一种关系实践和行为,正因为有了关怀人类种族才得以生存、发展和延续,而且关怀实践也不断地在修复这个世界,通过关怀使每个人都能得到最好的生存条件。关怀不仅是



肖楠专栏

《刑法规制家庭暴力犯罪困局探析——以丈夫家暴为视角》

作者:母磊

近年来,家庭暴力成为舆论关注的热点话题,家庭暴力犯罪更是时刻牵动着社会公平正义的神经。然而我国刑法在规制家庭暴力犯罪时却陷入了困境,动摇司法公信力的罪刑失衡现象时有发生。本文认为,造成困境的原因主要有三个:从立法层面来看,法律的制定有其主观性;从刑法解释的层面来看,社会危害性理论自身存在弊端且仍被滥用;从实践层面来看,刑法理论与司法实践缺乏联动。破解困局,需要引入累积性思维,完善刑法相关理论体系,同时引入性别视角,以便从整体上认知家庭暴力犯罪,建立科学合理的操作规则。

来源:《华中科技大学学报(社会科学版)》2021年第3期

《科学教师专业发展的性别再生产图景》

作者:常亚慧 洪晨

科学教师的知识结构与专业匹配是当前中小学科学科目教学备受非议与关注的焦点,渗透在其中的性别问题更是成为制约科学科目日常教学与科学教师专业发展的困境。本文尝试突破为性别刻板印象所遮蔽的科学教师专业发展研究,基于性别社会学理论来探究社会性别分工对女性科学教师专业发展的影响。本文采用问卷调查走进行动主体,阐明科学教师教育现状,通过访谈探析科学教师的职后专业发展现状,厘清其专业发展的社会结构性成因,梳理女性科学教师专业发展的行动逻辑。研究发现:学科性别隔离与职业性别区隔的双重桎梏加剧了女性科学教师的弱势地位,科学教师需要打破性别藩篱,从组织制度生活中和社会性别建构缝隙中寻找专业发展的可能路径。

(作者为清华大学哲学教授、博士生导师)

观点秀场

从性别差异走向性别中立:营销行业发展新趋势

· 阅读提示 ·

当下营销行业中,性别差异化的营销策略正逐渐转向性别中立的营销策略,这一点在近年“妇女节”各商家所采取的形式多样的品牌推广方案中可见一斑。性别差异化营销方式的逐渐失效,营销行业营销思维的整体转变,及反营销行业性别歧视规范和标准的陆续出台,是促使营销方式发生转变的重要因素。发挥性别中立营销策略潜能,生产者和广告商应细化基于消费者实际需求的产品分类标准,主动讲好推动女性发展的品牌故事。

■ 刘天红

当下,营销行业的营销策略正在发生变化,以往注重以性别作为产品分类标准,在产品功能、价格、设计上采取性别差异化策略,在宣传战略上复制性别刻板印象的营销策略,正在被淡化性别分类,注重消费者自由选择与多元发展的理念所替代。基于消费者性别观念转变的性别差异化营销方式的失效、营销行业整体营销思维的转变,及相关行业标准、规范的规制,是导致这一转变的重要因素。

从“性别差异”走向“性别中立”

性别差异化营销倾向于在产品功能、外观设计、价格、推广策略等方面强调男性和女性消费者的区别。性别差异化营销模式是一个相对“现代”的概念,伴随资本主义大生产而逐渐产生。社会学学者伊丽莎白·斯威特(Elizabeth Sweet)的研究表明:至1975年,西尔斯百货目录中就只有不到2%的儿童玩具明确其目标客户是男孩儿还是女孩儿;到1995年,基于性别差异化的儿童玩具已占西尔斯百货的50%左右,同样的情况,在成年人商品市场上也存在,家居产品更多销售给女性,运动器材等则更多销售给男性。

性别差异化的营销策略,在产品功能、外观设计等性别分化的基础上,也产生了价格上的性别区分,同样的产品,卖给女性消费者的价格与卖给男性消费者的价格不同。一项针对包括794种产品的调查显示,针对女性消费者的价格平均比针对男性消费者的价格高7%,这就是近年来备受批评的“粉红税”现象。

此外,性别差异化的营销策略,还表现为复制、强化刻板性别形象,这包括:将女性刻画为消费者、男性刻画为生产者角色,鼓吹女性强大的消费能力,并将其与女性个人价值实现挂钩;强调男性更看重产品核心技术,注重产品的功能性、技术性,女性更在乎产品使用体验、外观;男性消费决策更为理性,女性消费决策更为感性等。

尽管性别差异化的营销策略依然广泛存在,但不可否认,近年来,性别中立的营销方式越来越得到认可。性别中立的营销方式在产品设计和、开

发、生产及推广等各个环节中都更注重打破传统性别叙事,提倡给予女性更多自主选择权、倡导女性审美多元化,主张为大龄单身女性营造宽容、友好的文化环境,倡导男性参与家务劳动,为女性职业发展及女性领导者提供舆论支持等。

营销策略转向性别中立的原因

多种因素推动营销行业逐渐放弃性别差异化的营销策略,而选择更符合先进价值导向、具有更高人气的性别中立的营销策略。其中,营销行业营销思维的整体转变,性别差异化营销方式的逐渐失效,及反营销行业性别歧视规范和标准的陆续出台,是促使营销方式发生转变的重要因素。

第一,营销行业营销思维正在发生转变。当前,互联网+、大数据、O2O、AI技术、区块链、共享经济等新概念层出不穷,促使营销行业进一步摆脱早期以产品为导向的营销模式,更注重以消费者需求为中心,并逐渐进入以价值凝聚社群、以数字化为基础定向营销的阶段。“现代营销之父”菲利普·科特勒在《营销革命4.0:从传统到数字》一书中阐明了“营销4.0”的概念。在“营销4.0”阶段,营销注重帮助消费者实现自我价值,强调以数字化(大数据、社群等)为基础,与消费者积极互动,以价值观驱动,让消费者更多参与价值创造。“性别平等”作为一种契合人类美好情感与愿望的普世价值观,具有强大凝聚力,以“性别平等”为蓝图,呈现品牌理念、讲述品牌故事,可以凝聚起越来越多的消费者。在此意义上,走向性别中立的营销方式是营销行业自身发展的必然选择。

第二,性别差异化营销策略往往适得其反。传统性别观念正遭受挑战,基于传统性别观念的性别差异化营销策略也常常适得其反,将特定群体拒之门外——比如,不认同传统性别观念的人、性少数群体等。传统性别观念正在变得模糊,“性别是一个连续谱,而非男、女二元对立”,这一观念也使得基于性别差异的营销策略缺少合理性。学者塔米·基姆(Tami Kim)等人的研究表明,营销策略中所呈现的基于身份的刻板印象会激起消费者的反感情绪,使其放弃购买此类产品;来自哈佛商学院的研究亦表明,营销中过度突出目标消费群体的性别特征,会降低消费者购买此产品的欲

望。此外,如果厂家和广告商仅依赖于粗浅的性别分类标准,会降低其深入探索消费者需求的欲望和热情,进而掣肘企业发展。

第三,相关行业规范的制约。广告、营销行业中对女性的刻板化、物化和污名化现象一直以来都是性别研究关注的重要议题。在实践领域,很多国家都出台了相关法律条款,营销行业中也出台了一系列与之相关的行业标准。我国妇女权益保障法第四十二条明确规定,“禁止通过大众传播媒介或者其他方式贬低损害妇女人格。”近期出台的《深圳市广告性别平等审视指南》,也在广告性别平等审视、处理等方面进行探索,制定了广告性别平等审视制度,并对相关职能部门、广告主体职责予以规定。这些外在的约束力量也促使企业逐步转向体现先进性别理念的性别中立的营销方式。

让性别中立的营销方式更有效

“性别中立”的营销方式契合于先进性别理念,具有强大的价值凝聚力。发挥性别中立营销方式潜能,生产者和广告商应进一步细化契合于消费者需求的产品分类标准,主动讲好尊重女性人格、促进女性发展的品牌故事。

第一,探索更多元、更符合消费者需求的产品分类体系。在物质产品极大丰富的时代,针对消费者多元化需求的精准分类依然是打动消费者的重要途径。但这种分类不应局限于简单、粗暴且并不能反映消费者真实需求差异的“性别”上(某些“性别”因素确起重要作用的产品除外,比如药品),而应该致力于探索更为多元的分类体系,比如针对不同年龄、不同品味、不同收入、不同生活方式、不同兴趣爱好的消费者群体,推出不同产品。

第二,强化性别平等价值观引领,讲述性别平等故事,打造品牌影响力。当下,消费者的消费行为早已不再局限于满足生理需求、安全需求等低层次需求,而更追求自我实现等高层次需求的满足。包括女性在内的消费者寻找有助于自我实现的产品,也从产品消费中获得精神力量。富有性别平等情怀、善于打动消费者的品牌故事具有极大潜力,也将成为推动社会观念变革的重要力量。

《刑法规制家庭暴力犯罪困局探析——以丈夫家暴为视角》

作者:母磊

近年来,家庭暴力成为舆论关注的热点话题,家庭暴力犯罪更是时刻牵动着社会公平正义的神经。然而我国刑法在规制家庭暴力犯罪时却陷入了困境,动摇司法公信力的罪刑失衡现象时有发生。本文认为,造成困境的原因主要有三个:从立法层面来看,法律的制定有其主观性;从刑法解释的层面来看,社会危害性理论自身存在弊端且仍被滥用;从实践层面来看,刑法理论与司法实践缺乏联动。破解困局,需要引入累积性思维,完善刑法相关理论体系,同时引入性别视角,以便从整体上认知家庭暴力犯罪,建立科学合理的操作规则。

来源:《华中科技大学学报(社会科学版)》2021年第3期

《科学教师专业发展的性别再生产图景》

作者:常亚慧 洪晨

科学教师的知识结构与专业匹配是当前中小学科学科目教学备受非议与关注的焦点,渗透在其中的性别问题更是成为制约科学科目日常教学与科学教师专业发展的困境。本文尝试突破为性别刻板印象所遮蔽的科学教师专业发展研究,基于性别社会学理论来探究社会性别分工对女性科学教师专业发展的影响。本文采用问卷调查走进行动主体,阐明科学教师教育现状,通过访谈探析科学教师的职后专业发展现状,厘清其专业发展的社会结构性成因,梳理女性科学教师专业发展的行动逻辑。研究发现:学科性别隔离与职业性别区隔的双重桎梏加剧了女性科学教师的弱势地位,科学教师需要打破性别藩篱,从组织制度生活中和社会性别建构缝隙中寻找专业发展的可能路径。

来源:《当代教育与文化》2021年第3期

《从性别平等到论域转换:社会主义女性体育观的嬗变》

作者:陈亨明 杨冠强

长期以来,“性别平等”尤其是“男女平等”作为热点话题被社会所广泛讨论。在追求性别平等的过程中,新中国在继承马克思主义女性观的基础上,结合中国国情、民情等不断进行着社会主义女性体育观建构。在由追求“极端”的性别平等到追求差异中的性别平等,再到建构性别平等中性性作为“整体”而非被“解构”个体的思想转变中,社会主义女性体育观发生了嬗变。中国的女性体育也在此过程中实现了发展与升级,女性在由模糊性别界限的体育参与,到正视性别差异允许有性别偏好的体育参与,再到多元的体育参与转变过程中,逐渐实现了女性体育主体性回归。

来源:《体育与科学》2021年第3期

(素波 整理)