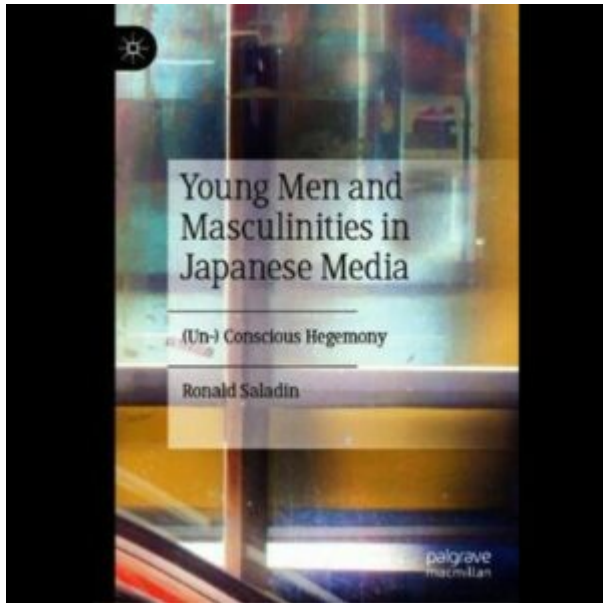


关于罗纳德·萨拉丁所著《年轻男子与男性气质在日本媒体中的表现：有意识或无意识的支配性男性气质》的书评



译者：张榕榕、栾晨涛、陈渲、李海荫

自20世纪80年代以来，日本几乎家家户户都会购买印刷杂志。当时女性杂志获得了极高的人气，并有许多新杂志出版。尽管在所有非明确女性向的日本杂志的出版过程中，男性的品味和偏好一直被优先考虑，但专门面向男性时尚及其生活方式的杂志一直到20世纪90年代才出现、并一度历经繁荣期。日本的印刷媒体市场持续保持强劲，其中男性杂志等流行出版物是不可或缺的一部分。

作者罗纳德·萨拉丁[Ronald Saladin]探讨了自20世纪90年代至21世纪初出版的两个日本男性杂志中男性气质如何体现，旨在揭示其如何传达男性气质的构建，及如何（重新）对现有的性别秩序进行定义。

他的调查围绕着这样一个想法展开：杂志作为一种媒介，使得年轻人能够了解当前所流行的时尚潮流和生活方式，从而建立起联系，创建一种身份认同。杂志被视作为一种文化产物，以男性向和女性向的形式在日本青年文化中传递性别和身份的构建。读者不仅仅是这些信息的被动接受者，还能通过在特写专栏中引领时尚潮流、接受关于其生活方式和人际关系的采访来参与到制作过程中。

萨拉丁集中分析了两个典型的年轻男性杂志[ChokiChoki(チヨキチヨキ)]和《Men's Egg(メンズエッグ)》。在这两个杂志中，构建性别的方式主要是衡量文章和连环漫画中对于“理想”男人的刻画，以及其相对应的女性定位。无论女性被描绘成是否有发言权、主动还是被动、提供服务还是接受服务，描绘女性形象的方式都清楚地表明了杂志中男性

所扮演的角色。

萨拉丁写道□□ChokiChoki□的目标受众为所谓的“草食系男子”（草食系男子）。这些男子表现出一种“柔性男子气质”，其被描述为具有某些传统意义上的女性行为，如使用化妆品或在意自己的外表，腼腆害羞、对恋爱关系和性不感兴趣。

□Men's Egg□杂志的目标读者则是辣妹青年文化中的男性群体，即“辣妹男”□gyaru-o□□这种亚文化形成于20世纪90年代，当时日本东京涩谷地区的女高中生们化着夸张的妆容、追求古铜色皮肤且穿着性感，形成了一种特定的时尚风格。“辣妹男”就是辣妹□gyaru□源自英文单词“girl”□风格所对应的男性，他们同样穿着浮夸，追求古铜色皮肤、逆梳蓬松的彩色头发并纹有纹身。

虽然这两个杂志所描绘的男性类型都表现出了前几代人眼中的女性化特征，但萨拉丁发现，这些男性类型并没有展现出一个全新的理想男性形象。在两个杂志中，这些描绘仍没有摆脱传统性别秩序下的男性气质形式，即“支配性男性气质”。

□Men's Egg□杂志把“轻浮男”（通过外表、体魄和魅力吸引、诱惑和满足女性的男性）作为男性的理想形象。同样，尽管□ChokiChoki□的读者是“柔性男子”，杂志中的女性也被描绘成男性的战利品或家庭主妇。此外，非异性恋者的取向并不被认可，而恐同信息则映射出杂志所彰显的异性恋意识形态占据主导地位。

萨拉丁认为，尽管这些杂志已允许了一些社会可接受行为的变化，包括男性装扮自己和向女性伴侣表达情绪等，但其仍未摆脱父权理念下人们对于男性形象的期许，而是遵循既定的性别秩序。他得出的结论是这两个杂志都构建了一种核心仍是“支配性男性气质”的混合式男性气质，最终重新制定了一种性别秩序，即让一些男性占据社会主要地位。

萨拉丁的著作就日本杂志、日本青年文化以及男性时尚和生活杂志的性别层面提供独到的见解。该书是对日本文化背景下媒体所描绘的男性气质的现有研究的重要补充，并且对于日本印刷媒体感兴趣的研究者而言十分重要。

标题背景图片由三木由仁□MIKI Yoshihito□摄/Flickr提供。书本封面由作者罗纳德·萨拉丁（Ronald Saladin）提供。