

# “干得好”还是“嫁得好”？

## ——市场化时代女性身份认同危机及其主体性建构

吴小英

### 一、引言：干得好不如嫁得好？

2006年2月21日，中国青年报刊登了一位署名韩颖的女大学生的来信，信中表达了对周围越来越多的女生忙着跟所谓“成功人士”相亲、把目光投向婚姻、不再致力于个人奋斗这种现象的困惑：

我一直以为，实现理想要靠个人努力奋斗。但好友却认为，要实现理想，靠自己努力奋斗不仅辛苦而且遥遥无期，还浪费了宝贵的青春资源，不如直接找个“钻石王老五”来得实惠。她说：“干得好不如嫁得好，女人的事业就是要经营男人。”她坚信“物质是一切梦想的基础”，要用美貌来换取财富。（韩颖，2006）

韩颖说，她原来对这种想法“一直很不屑”，但后来发现周围有同样想法的女生有增无减。那些成功钓得金龟婿的，往往引来一片“羡慕之声”；而那些坚守个人事业和单纯情感追求的“传统女孩”<sup>①</sup>，则被人笑话为“不成熟”、思想太“落后”。

在传统社会里，女人是男人的附属品，“嫁汉嫁汉，穿衣吃饭”是普遍的共识。随着时代的进步，女性开始自立，逐渐摆脱自己的传统角色，女子不再“无才便是德”，她们获得了和男子同样的受教育权，甚至有很多女性比男性更出色。作为一名女生，我一直渴望通过自己的奋斗获得成功，但现实却和理想相差很远。女生在找工作时受挫，还有一些女强人在事业上成功了，却为此付出了婚姻方面的代价。社会发展到今天，女性解放并广泛参与到社会竞争中，在很多方面仍然困难重重，即使取得同样的成功，女人比男人要付出更大的辛劳。现在，身边越来越多的高学历女生倾向于找一个成功男士，并由此获得富足的生活。而且，她们的选择在自己和别人的眼中、从利益和传统的角度来看似乎都是美满幸福的。难道女人真的要重作男人的附属品，“干得好不如嫁得好”吗？我陷入了困惑，不知道自己该如何选择。（同上）

这位女大学生的困惑并非偶然。事实上，“干得好”还是“嫁得好”是体现市场化时代女性境况的一个最具典型性和争议性的话题。2004年由亚洲女性发展协会和北京大学中外妇女问题研究中心联合主办的首届亚洲女性论坛在新浪网上进行的《当代中国性别期待调查》显示，在896份有效问卷中，有41.6%的人赞同“干得好不如嫁得好”；642份女性有效问卷中，持赞成态度的占40.5%，持中立态度的占34.3%，不赞成的仅占25.2%（《新京报》，2004）。这一答案出现在经历了社会主义男女平等意识洗礼的中国社会，着实令人惊愕。它究竟代表了传统性别文化的复苏与回归，还是市场化时代女性的一种新的主体建构方式？这是本文想要阐明的问题。

一篇新浪时评在评论“干得好”与“嫁得好”的关系时总结道：“对于一个女人来说，是‘嫁得好’重要还是‘干得好’重要？告诉你吧——一个颠扑不灭的真理——假如你不能

<sup>①</sup> 有趣的是，国家主流话语一向所倡导的追求自尊、自信、自立、自强的女性形象，在女大学生这里居然被冠之以“传统女孩”的称号，这与通常意义上所理解的传统女性的含义大相径庭，后者指的是遵循传统社会和文化所要求的性别角色规范的那种女性，笔者下文论述中提到的“传统话语”一词中的传统亦同此含义。韩颖的这一界定方式也表明，性别话语在市场化时代的中国已经发生了转变，尤其对于年轻的80后来说，曾经的主流正作为过时的传统慢慢被遗弃，而曾经被遗弃的传统又被重新深挖出来，赋予新的含义。这种性别话语的多元性以及不同传统的更替与变迁，正是导致现代女性性别身份认同危机的直接原因。

‘干得好’，那么你就去尝试‘嫁得好’；假如你没机会‘嫁得好’，那么你就试着‘干得好’；假如你既‘干不好’又‘嫁不好’，那么你只好去讨论——‘干得好’还是‘嫁得好’！”（王耕，2003）这种调侃式的描述从女性自主选择的角度再现了市场化时代“干得好”与“嫁得好”的关系含义：“干得好”与“嫁得好”代表着两种不同甚至相悖的性别话语<sup>②</sup>。如果说“干得好不如嫁得好”的理念制约了女性个体的发展空间，那么两种性别话语的共存也为女性生存提供了可进可退的选择机会，同时也导致女性性别身份认同的危机。

社会心理学中将个体通过社会分类，在自我与某种社会类别和群体之间建立归属联系的过程称为社会认同。在这个过程中，个体还将自己所在的类别和群体与他人进行社会比较，产生内群体偏好与外群体偏见，并通过积极区分来维持和提高社会认同，获得自尊的满足（张莹瑞、佐斌，2006）。性别身份认同作为社会认同的一个方面，是随着性别社会化的过程建立起来的，包括完成性别的自我同一性（比如认定“我是一个女性”）、获得性别的社会类别归属（比如认同“我是女性中的一员”）、以及遵循文化中所要求的性别角色规范（比如认同关于女性气质和男性气质的传统规定和刻板印象）（杨宜音等，2004）。然而社会心理学家研究发现，在女性性别身份认同过程中存在着某种特殊性，就是所谓内群体认同仅仅体现在对同类别的集体情感认同上，并不能带来内群体偏好、自尊的提高和对外群体的排斥和贬低（Deaux & LaFrance, 1998；转引自杨宜音等，2004）。换句话说，一个人不会因为自己归属于女性这个群体而感到自豪或者得到更高的自尊，因为性别刻板印象决定了女性本身是“他者”和“第二性”，与它的参照群体男性相比，对这一性别身份的社会认同反而带来负面的符号意义。

因此，女性的性别身份认同其实内在地包含着一种矛盾和紧张：一方面，女性从认知、情感和行为上认同自己所归属的群体，从而获得一种安全感、力量感和自我同一性；另一方面，女性通过性别认同也看清了自己所属群体的性别地位与男性相比相对低下的现实，从而可能产生一种自卑和逃避的消极情绪（杨宜音等，2004）。女性主义者将女性在日常生活中时时体验到的这种性别认同的内在紧张表述为一种“分裂的意识”（bifurcated consciousness）（Smith, 1987: pp6-7），就是说，女性既要摆脱作为性别劣势的负面因素的束缚，向具有普遍性的社会标准看齐（这些社会标准通常被看成是偏男性化的）；同时又要回归女性的性别本位，让自己像个女人，也就是履行女性性别角色规范的要求。这两个明显相悖的维度恰好与上文中提到的“干得好”与“嫁得好”的含义相当，正是两种话语之间的分离和断裂使得女性常处于分裂的意识当中，女大学生韩颖的困惑恰巧体现了市场化时代女性性别身份认同的这种先天性危机。

可以看出，有关性别认同的已有研究更多地把个体放在对所属群体的价值和意义的被动接受与分享的静态立场上来考察，在这个意义上，女性身份是被塑造出来、固定不变的。然而性别身份认同并非仅仅受制于社会结构中的性别话语的影响，个体本身也参与了建构自我的过程，并且在与性别话语的互动中找到自己的主体位置（subject positions）（塔尔伯特，2004: p168）。有关女性身份认同建构过程中的主体性问题，近年来在一些女性主义学者的研究中越来越多地被呈现。比如澳大利亚人类学家杰华通过对北京“打工妹之家”的研究发现，对那些年轻的未婚打工妹来说，到城里打工“既代表了对个人完整性和自我理解的深刻威胁，又代表了寻找新的主体位置的令人兴奋的机会”，而在对这些威胁和机会的回应过程中，打工妹一方面复制了主流的都市话语，另一方面又以不同的方式对它进行了改造，试图为自己建构一种“更加积极的身份认同”（杰华，2006: pp245-246）。潘毅等人的研究也发现，虽然“在国家、资本、社会文化的共同作用下，‘打工妹’被塑造成一种受制度歧视的、受

---

<sup>②</sup> 根据福柯的理解，话语是历史性形成的社会建构，它通过知识的组织和传播，规定了社会秩序以及权力关系（塔尔伯特，2004: p163）。性别话语在这个意义上就是历史和社会实践中建构而成的有关性别知识、惯例和制度，它规定了两性之间所有的权力关系以及整个社会秩序的运行机制。

资本剥削的、受男性统驭的、受社会优势人群（市民）排斥的‘社会分类’”，但是“‘新生代打工妹’已经成为积极的消费主体，她们希望通过消费改变自己的外表，淡化自己与城里人、有钱人的社会差异，即在消费领域实现一种她们在生产领域无法实现的‘自我转型’，追求一种更加平等、自由、有价值、受尊重的社会身份”，尽管这种通过消费实现主体再造的空间还十分有限（余晓敏、潘毅，2008）。朱健刚和谭凯对中国外企白领女性的研究发现，女性认同是在“去性化的资本主义工作过程以及对这一过程的适应和反抗”中建构起来的，对她们来说，女性认同“不再具有固定的标准和传统的价值理性，而是被看作一种可以被不断超越的东西，甚至可以是一种策略”，她们最为关切的问题是“追求个人的发展”（朱建刚、谭凯，2001）。

这些研究对于女性在身份认同建构过程中表现出来的主体性都给予了积极的肯定，但是并没有就性别身份认同自身的内在危机问题提出充分的阐释。本文想要探讨的问题是，性别身份认同的危机为什么在市场化时代的中国女性身上表现得尤为突出？女性如何在相互冲突的不同性别话语中完成自己的主体性建构？这种建构策略对于社会主义的平等话语和传统的父权制话语有怎样的承继和颠覆？这些思考和分析或许能给所谓市场化究竟致使中国女性的社会地位上升还是下降这一争论不休的问题提供一条解释的思路。文中的资料主要来自过去5年中笔者在北京和其它地区对不同年龄、阶层和婚姻状态的女性所做的深度访谈和口述材料，它们可以为分析女性的性别身份认同危机和主体性建构问题提供经验佐证。

## 二、市场化：性别话语的多元性及认同危机

中国社会进入市场转型时期的特点之一，就是以多种话语的并存替代了原先国家话语一统天下的局面。从性别话语的构成来说，有三种话语在市场化语境中起着不可忽略的作用：首先就是作为社会主义传统之一的平等话语，这种话语来自毛泽东时代家喻户晓的男女平等理念，与此相关联的著名词汇有“半边天”、“同工同酬”、“妇女走出家门”等等，它最大的特点是一种官方话语，因而具有自上而下、不证自明的权威性。其次就是与现代性的追求相一致的基于个体主义效率原则的市场话语，即假设市场是一个足以排除一切先赋因素影响、仅仅以素质为依据的公平的竞争舞台，与此相关联的著名词汇有“妇女素质”、“妇女回家”等等。它最大的特点是将性别关系还原为一种市场资源的配置关系，由此将男女境况和遭遇的差异解释为一种天然的能力和素质差异。再次就是中国文化中经久不衰的传统话语，即父权制话语，其核心就是性别角色分工理论，与此相关联的著名词汇有“男主外女主内”、“女子无才便是德”、“贤妻良母”等等。它最大的特点是依据两性的生理差异来定位角色规范，进而最终把性别关系还原为一种身体政治。

市场化时代性别话语的另一个特点，就是不同话语之间并非平起平坐，而是相互交叠、彼此牵制，形成一种复杂的合作与制衡关系（吴小英，2009）。随着市场化的推进，原先处于主导地位的国家话语，逐步让位于市场话语，并在叙述内容和方式上发生了很大改变，强调女性自身的发展和个体素质的提高等明显具有现代化和市场取向的理念；传统话语也一改毛泽东时代被摒弃的负面形象，与市场结盟，摇身一变成为消费时代的流行性别时尚；市场话语在所有性别话语中上升到核心地位，一方面倚赖国家话语的支持将素质话语进行到底，另一方面又联合传统父权制话语，让消费文化中的身体政治获得一种合法性（同上）。因此，随着性别话语由国家主导转为市场导向，三种性别话语对女性来说可以归结为两类基本话语：其中一类是支持“干得好”的素质话语，另一类是支持“嫁得好”的身体话语。

这两类基本话语所遵循的性别规范来自两个根本不同甚至对立的范式。“干得好”隐含着一种性别平等和独立意识，强调的是作为个体在现代社会必须具备一种基本素质和竞争能力，它的焦点在于倡导公共领域的女性更多以性别遮蔽的方式表现自己。例如前面提到的朱

健刚和谭凯的研究指出，在中国外企工作的白领女性通常处在一种“淹没性别”的“去性化的工作状态”，就是说“在公司追求利润最大化的强大的驱动力下，性别的区别和性别意识被暂时‘淹没’在对理性化工作目标的追求之中”，甚至有些白领女性觉得在工作中自己就是“中性”的（朱建刚、谭凯，2001）。这种在劳动或工作中淡化性别的做法，与毛泽东时代的“铁姑娘”理念不谋而合，因此这种范式实际上获得了国家话语和市场话语的共同支持。“嫁得好”隐含着一种父权制下的性别意识，强调的是女性必须以传统性别角色规范的要求呈现自己，让自己在婚姻和两性关系的市场上赢得更高的得分，满足社会对于贤妻良母的角色预期，并更好地发挥消费文化中身体符号的作用。它的焦点在于女性不是作为独立的人，而是作为两性关系中的第二性而存在。这种范式实际上是市场话语与传统话语结盟的产物。

显然，这两类话语的范式之间存在着根本的冲突，前者将女性与男性并列置于社会公共领域，同作为人力资源的一个部分各自发挥作用，性别本身是个需要免除的因素，女性面对的是个体能力与社会需求之间的关系；后者将性别符号本身泛化为一种市场资源，男性和女性根据自己的文化定位各自配置到相应的位置上，以获得最大的市场效益。女性在这种文化中的市场定位就是身体和性的消费符号以及母性角色，她们面对的是两性关系中被凝视的目光和被固化了的期待。性别在这里不仅不是应该忽略的因素，而且恰恰是全部意义所在。所以自女性想要走出家门的那天起，这种性别身份认同的内在危机就先天地存在了。但是之所以在毛泽东时代没有充分体现出来，是因为那时候这两类话语之间的取舍与“政治正确”紧密相关，新社会的妇女若要甩掉封建包袱、跨出旧世界的一个主要标志，就是认同“干得好”而不是“嫁得好”。也就是说，国家话语已经替代女性自身消解了性别身份认同的内在危机问题，前面提到的所谓女性性别身份认同过程中内群体自尊的缺乏等负面因素，也都因为有官方的保护和主流话语的支持而得到了矫正<sup>⑤</sup>。

而在市场化时代，社会结构与个人境遇的变动使一切居于风险和不确定当中，无论工作还是两性关系、公共生活与私人领域都时刻遭遇强大的竞争对手或被淘汰的可能，市场话语的介入让人们普遍面临一种危机和不安全感，并将女性导向一个十字路口：是选择“干得好”还是“嫁得好”更合算、更有安全感？潘毅曾指出，打工妹的身份认同本质上说“产生于工作与婚姻之间的斗争，两者都极力想成为女性身份认同中的首要因素。两者之间的冲突使女性的生命变得自相矛盾、反复无常，并且支离破碎”（潘毅，2007）。这种危机和冲突感不仅发生在打工妹身上，也发生在文章开头提到的女大学生身上，甚至还发生在令人羡慕的白领女性身上。

例如在北京我曾访过一位40岁左右、掌管着一家出版公司的女性高管Xym，她在回忆自己年轻时候的经历时感慨地说，出身知识分子家庭的她从小接受的教育就是“女孩子要自立”、“一定不要依靠谁”。但是大学毕业后人家给介绍对象，却连连遭到惨败，而令她最不能容忍的是失败的原因：

“人家看不上我的都是什么情况？我比较受刺激。都是因为觉得你这女孩比较强，就是将来我驾驭不了你。就是他们包括还给我找一博士嘛，博士就说一谈、一聊，就跟介绍人说，说这个太能干。博士还嫌人家能干？越是这样嘛，他越是希望找一个在家里能够相夫教子的，所以有些时候我都有些失望说实在的，也经历了几个吧，实事求是地讲。其实也平等，大家是一个互相选择的过程，但是多数情况下可能是因为这个原因。后来就有点受刺激

---

<sup>⑤</sup> 当然这种感觉是依赖于女性自觉地把自已融入官方话语、变成无性化或者男性化的社会主义建设者这种模式来实现的，并且她们因此饱受双重负担之苦。因此应该说这种矫正是有限度的、或者说只是表面的。与其说那个时代的女性不存在性别身份认同的危机，不如说即使存在也不容选择、并且没有言说的空间。正如女性主义学者伊丽莎白·克罗（Elisabeth Croll）所言，那个时代的男女平等和妇女解放修辞被国家以强制性的大众教育的方式成功地灌输给老百姓，成为公开言说的女性唯一的修辞话语，它掩盖了女性独特的日常生活经验，但却难以突破。因为平等修辞与庆典性语言成为公共空间和日益增长的私人空间中官方容忍的唯一语言，在这套语言和修辞之外女性如何看待她们自己的经验，一直以来都是个谜（Croll, 1995）。

嘛，我说不能找太强的男的，绝对不能找太强的，因为男如果太强了，女的你就要为他去作牺牲。”（Xym访谈记录，2006年7月13日）。

这里我们可以看到作为社会公认的“女强人”内心面临的性别认同危机。尽管她在现实中认同并选择了“干得好”，并对男主外女主内的传统话语持批判态度，但面对社会盛行的“嫁得好”标准依然感觉到压力重重。所以在谈到对女儿的培养和教育时，她明确表示要选择一种与她自己的父母有所不同的方式，从小就要强调女孩跟男孩相比特别在什么地方，要给予女儿讲一些“跟女孩比较相关的东西”，除了努力学习，还要尽可能“向她让她更像一个女人、女人味更足的这方面去培养培养”。而她所理解的“女人味”，“一个是外表你要有女人味，另外呢比如说从你生活上，作为一个女人你应该会些什么东西，对吧？好像也是加了点传统的东西在里边。是不是作为一个男的不应该学做饭？我觉得潜意识里还真有这种想法。”（同上）

这种在性别身份认同建构上的代际传递与转换虽然带有明显的策略性质，但着实反映了现代女性在性别认同问题上的内在矛盾。其实从访谈过程中许多女性对于“女强人”这一称号言行不一的暧昧态度，就不难看出两类性别话语在她们身上冲突和煎熬的影子。

我曾访过北京一家著名外企的白领女性，对一位34岁的中层管理者Zca印象深刻。在交谈的短短两个小时中，她不下10次提到自己“年轻的时候”如何如何，诸如年轻的时候加班熬夜无所谓、年轻的时候不比男孩子差、年轻的时候好强、年轻的时候有热情、年轻的时候不需要别人给我安全感，等等，好像现在的自己有多苍老似的。虽然她已经在公司里做到相当高的职位，算得上成功女性，但是即使这样言谈中仍充满了危机感。

Zca：其实我以前说过，如果你对你从事的工作没有兴趣，那么你做得再长时间也没有用，因为你从中学不到新的东西；你只有觉得你在遇到困难、有去做的欲望的时候，你才能学到新的东西。

吴：为什么你要学新的东西？

Zca：因为我觉得这不是你想不想学的问题，而是说北京现在的生活环境就是这样。

吴：是为了自己有更大的竞争力吗？

Zca：如果你不往前走，就会被淘汰。

吴：还是有这种危机感，是吧？

Zca：因为一个是每年都有新人进来，另一个是技术本身发展得很快，如果你不跟上就不行；还有一个就是年轻一代他们脑子比你快，而且人家学的就是最新的知识和技术，所以你不往前发展的话，势必要遭到淘汰。

（Zca访谈记录，2006年6月15日）

这种工作和职场上的不安全感也影响了Zca对于家庭生活的选择和安排上。她已经结婚8年，但是坚持不要孩子。当我问她为什么选择“丁克”这种家庭模式时，她的回答是：“我可能因为，怎么说呢，性格的原因吧，因为我小的时候属于那种比较好强的人，那时候老想自己做点事情。现在觉得没那么好强了，性格软多了，但是就想自己想做什么就做什么，不太希望把精力都放在孩子身上。可是我觉得那是必然的，并不是说好或者不好，尤其是女人一旦有了孩子之后，你必然生活的重心就会转到他身上，一切都会围着他转。我觉得那很正常，但我就是不希望那样，我希望我的生活还一如既往。”Zca说她经常在办公室里听到周围的女孩生完孩子后在没完没了地谈论那些事，“那种生活我想怎么也做不到。我真的永远都不想变成那种人。”（同上）

显然，Zca属于那种高度认同“干得好”、强调个人的独立性而对传统性别规范持基本否定态度的现代女性。但即使这样，她外表看起来依然柔柔弱弱，并一再坦言自己不喜欢“女强人”这个称号。最令人惊愕的是，她跟许多时尚女性一样，对自己身体和外貌上的变化异常敏感，虽然看起来身材苗条，却以近乎极端的方式加入了减肥者的行列，多年来保持了每

天中午只喝一杯咖啡、不吃任何食物的习惯。当问到她为什么吃这么少时，她的回答很简单：“是习惯吧。因为我属于那种吸收能力特别强，吃一点就特管用的。”我问她是不是怕自己长胖了不好看，想一直保持漂亮的身材？她的回答是：“是因为女孩子总是希望自己在别人面前感觉比较好。”她也承认男人们不用考虑这些，而自己只是想保持一种年轻的、充满活力的状态，并且公司里很多女孩都这样<sup>④</sup>。

以上的例子可以看出，由全球化和风险社会带来的不确定性和不安全感，是市场化时代女性性别身份认同的内在危机表现尤为突出的一个重要原因。显而易见，消费主义以及身体话语的盛行，是市场化时代女性性别身份认同危机尤为突出的另一个原因。

消费文化中的性别取向，是与“嫁得好”背后的性别话语一脉相承的。这在美国人类学家、女性主义学者罗丽莎（Lisa Rofel）那里被归纳为“对社会性的自然化”，是“后毛现代性寓言的主旨”。在这个寓言中，“自然的”人性是“社会性别化”了的，而毛泽东时代那种“关于妇女通过僭越劳动的性别分工而实现自身解放的观念是一种企图改变固有的女性特质的违背自然的尝试”（罗丽莎，2006：p214）。根据这个寓言，“女人所渴望的仅仅是表达她们为人母和为人妻的自然的女性气质，而男性则需要通过在国家部门之外的经济开拓、旺盛的性表达以及掌控政治权力找到他们正确的男性气质”（同上，p217）。另一位女性主义学者伊丽莎白·克罗指出，中国改革开放时期的一个标志是在女性气质的形象和表现方面的新兴趣，首先集中在身体外观和修饰方面。这不仅仅是消费新兴趣的一部分，也标志着对于与男性和男性气质相区别的女性气质的重新强调。这种在性别差异方面的新兴趣和新思想可以视为是对革命期间由男性定义的被迫的女性话语的一种反动（Croll, 1995: p177）。这种消费主义的性别文化强调女性作为身体和性的特殊价值，并且这种价值取向不仅仅体现在家庭这种私人领域的角色分工，还被推向两性关系的公共市场，并通过大众传媒和广告时尚产业的迅速传播影响人们的消费嗜好、时尚标准和审美取向。市场话语与传统话语的结合，使得每位女性无法逃脱这类来自新的性别消费时尚的压力。这给坚守独立精神而又不愿放弃女性气质的现代女性带来前所未有的认同危机。

在我访谈的不同年龄、阶层和婚姻状态的女性当中，最一致的理念就是谁也不能无视自己的外貌和女性特质在自己工作和生活中的重要性。但是当问到“如果条件允许是否愿意回家当全职太太”时，大多数被访者却持否定态度。我曾访过一位全职太太Lh，当初跟丈夫在同一家外资企业工作、已经当上财务主管，生了双胞胎之后就回家当了全职太太。现在孩子已经上学，回顾这些年来的生活境况，她显得忧心忡忡，感觉自己压力很大：

Lh: 当然我是别的小孩的妈妈，对我以前的同事来说可能还挺羡慕的。但是如果换一个角度去说，假如说跟我不认识的一个女的，她可能就会觉得挺歧视。

吴: 你碰到过这样的吗？

Lh: 什么劳动的女人最美丽，什么这、那的，好像在家呆着就是寄生虫似的。

吴: 故意那样当着你的面说吗？

Lh: 我就是知道，这话就是说给我听的。但是我认识的朋友，她可能就会觉得我这样挺好的，当然社会上的人涵养可能也不是每个人都能到的。这件事儿其实本身是件挺好的事儿，但要真正做好不容易。这女的跟男的有了共同语言呗，在外面可能也会多多少少耍点花招，这女的可能在家呆着多多少少也会担心。其实做母亲这工作挺伟大的，真正做好的挺不容易的，咱们国家好像特别不认可这个。

吴: （很吃惊）其实没有啊，你觉得不认可哪方面？

Lh: 比如说起家庭主妇好象地位就特别低似的，其实你要真是把这干好了，我看比那上班的女的还那个什么呢。

---

<sup>④</sup> 有趣的是，这位被访者虽然已婚，但在言谈中一直称呼自己以及公司里的同龄女性为“女孩”，这也从一个侧面反映了她对于个体独立性的坚持以及对于传统性别规范中女性角色的恐慌和不认同。

(Lh访谈记录, 2006年6月7日)

Lh在整个访谈过程中虽然表现出很为自己作为家庭主妇的工作尤其是母亲的职责而自豪,但与此同时,她也对处在这个传统女性角色所受到的尴尬、歧视以及遥遥无期的未来充满怨言和忧虑,那种渴望被认同的感觉以及内心的矛盾和冲突清晰可见。也就是说,单纯的“嫁得好”或者“干得好”,都不能彻底解决女性面临的性别身份认同的危机问题。

市场化时代女性性别身份认同的这种内在危机,归根到底来自性别话语的多元性以及不同话语传统之间的更替与变迁。“干得好”还是“嫁得好”的问题本身包含着两面性:一方面它使女性的选择陷入迷茫和冲突;另一方面它也给女性提供了可进可退的选择空间。越来越多的女性看到了后者可能给自己的生存带来的有利的一面,因而致力于为自己建构一种更加积极的性别身份认同。

### 三、主体性建构策略:两种话语传统的承继与颠覆

根据前面的论述,“干得好”还是“嫁得好”的问题可以还原为市场化时代女性对于素质话语还是身体话语的认同与选择。这两类基本话语分别产自国家话语和市场话语、市场话语和传统话语的结合体,也可以视为是由市场话语介入对两种话语传统——社会主义的平等话语和传统的父权制话语——进行改造和重新诠释的结果。因此实际上这两类话语并非完全分离和对立,它们可以在市场导向这一点上找到共同的联结点。正是通过这种方式,年轻一代的女性将性别身份认同的建构变成了一个流动的策略,依据具体社会情境中的市场反应来调整自己的建构方式,赢得自己的主体性空间,从而巧妙地解决了性别身份认同的危机问题。而这关键需要对性别本身有一种脱离本质主义的后现代理解。

从德·波伏娃的“女人不是天生的,而是生成的”开始,女性主义一直将生理性别与社会性别的区分作为自己的理论前提,目的是为了驳斥生理即命运的说法,强调性别的社会文化建构性。但是正如后结构主义的女性主义者朱迪斯·巴特勒(Judith Butler)所批评的,这种区分“暗示了生理上性别化的身体和文化建构的性别之间一个根本的断裂”,而实际上“社会性别与生理性别的关系并不像文化之于自然那样”,它不是“文化在一个先在的生理性别上所铭刻的意义”,而是“必定指向使生理性别本身能够建立的那个生产机制”,因此“生理性别不能构成一个先于话语的解剖学上的事实”,它“其实自始至终就是社会性别”。通过社会性别这个话语/文化工具,“生理性别化的自然”或者“自然的生理性别”得以生产,并且被建构为“先于文化的”的“前话语的领域”,以“普遍理性”的语言和“政治中立”的面貌出现,这本身就是“社会性别所指定的文化建构设置的一个结果”,其实早就被预设某种“霸权文化话语的框架里”,为了巩固现有的等级制的、异性恋的二元结构(巴特勒,2009: PP8-13)。巴特勒在对性别二元论<sup>⑤</sup>进行彻底解构的基础上提出了著名的性别“表演论”(performativity,或有学者翻译成“操演论”),指出所谓性别只是建立在权力关系基础上的一种社会法则,它通过规范和表演,书写出具有性别特征的我们的身体,从而建构出我们的主体。换言之,作为社会规范的性别通过表演来创造主体(倪湛舸,2009)。性别它既不是一个名词,也不是“一组自由流动的属性”,而是“有关性别一致的管控性实践,通过操演(performatively)生产而且强制形成的”,这种操演性表现在“它建构了它所意味的那个身份”。在这个意义上,“性别一直是一种行动”(巴特勒,2009: p34)。

按照后结构主义的观点,男人和女人之所以不同,是因为我们被话语置于不同的主体位置。也就是说,主体性是被建构出来的,而不是与生俱来的。这样“我们的社会性别身份也不是固定不变的,我们在自己履行的话语实践中占据了这些位置,如此我们作为个人的身份

<sup>⑤</sup> 这里的性别二元论应该包含两层含义:一是指将性别区分为生理性别与社会性别的说法;二是在此基础上关于身体的异性恋互补性、以及有关男性气质和女性气质的二分法的性别规范。

逐渐被建构出来。从这个观点来看，我们的自我感知也不是固定的，这是一个过程，一种‘话语效果’，因此也是可变的”（塔尔博特，2004：p156）。这种批判性的视角包含两个方面：一方面是避免了把社会性别角色期待两极化或者绝对化，另一方面是把性别身份认同看作是一个不断发展、不断变化的动态过程。社会性别被理解为是一种“表演”（performance），“人们并没有预先设定的、稳固的社会性别身份，而是在不断地表演这些身份”（同上，P162）。在这个意义上，作为女人也不是一种自然事实，而是一种文化表演。这种对社会性别身份的可塑性、表演性、主体性的强调，为解决市场化时代女性性别身份认同危机提供了一条思路。

事实上，在我访谈过的许多年轻一代女性那里，“干得好”与“嫁得好”并不被视为二者必居其一的选择，她们表现出对素质话语和身体话语的同时接纳和认同。例如我曾访过一位29岁的硕士生Clh，在谈到自己的个人求学经历和理想时，多次提到了“干得好”对她的重要性。她早年中专毕业后在一家咨询公司干了6年，同时自学了大专、后来又考了大本，但是依然不满足，辞去了离家不远、收入也还不错的工作，只身来北京继续读研。当我问她为什么还要考研究生时，她的回答很干脆：

“我就觉得人生其实就是一种自我挑战的过程，我觉得人的生活并非是为了一日三餐、或者就是循规蹈矩的生活，我可能更喜欢不断地去超越我自己。可能就是以前的人生当中留给我的遗憾、失落，我就希望在以后的人生当中去补偿。因为我并不是厌学、不喜欢学，然后我就希望能够去突破我自己，我发现我有这个能力能够做到最好的我自己。我不想跟别人去比，因为每个人的生活背景、然后成长氛围、每个人的资质都不一样。但是我今天要活得更好，可能我人生的价值就更大一些。”

（Clh访谈记录，2006年7月11日）

由于她在公司的工作经历，她在研究生毕业时被一家私企老板看中，直接被任命为经理。当我问她对“干得好不如嫁得好”怎么看时，她这样回答：“我觉得这样的人生会有很大的遗憾。我觉得能力是很重要的，自己经历过、尝试过的人生才有意义。”但是与此同时，说到女性的家庭角色定位时，她又一再强调女性要“在家庭生活中充当一种舒缓剂、缓冲法”、“女人最重要的是温柔、体贴”、要“以柔克刚”等等，认为一个优秀的女人“应该是善于运用自己的优势去实现她自己的想法”，通过自己的努力得到别人的尊重和认可。她的个人目标是“一定要做一个独立的女性”，同时也希望“能上得厅堂、下得厨房，在家庭承担自己的那份责任”，“又要考虑不断地去学习、不断地去完善自我”，因为“最重要的是要有自己的生活内容和智慧。”（同上）。

显然在Clh这里，两类性别话语并不分离或对立，她可以穿梭在“干得好”与“嫁得好”的角色扮演中游刃有余，而没有自我冲突和危机感，在这个过程中她按照自己的想象构建了兼具男性气质和女性气质的性别身份认同。而这种建构不是对上一代的平等话语的简单承继，因为她非但不排斥女性气质，而且擅长以自己的女性气质赢得更多的机会；同时这种建构也不是对传统父权制话语的简单复制，因为她以自身的独立和自我充实作为最重要的生活目标。两种在毛泽东时代势不两立的性别话语传统，在Clh的自我建构策略里成为互相促进的合作因素。因为她对男人女人在市场化时代的主体位置有一个清晰准确的把握：

吴：那你怎么看在现在这个时代作为男人和女人这两个不同的角色，你觉得哪个更舒服一些、哪个更难一些？比如说作为女人有什么利弊？在哪方面比较舒服、比较容易做？因为女人要遭遇到什么更大的困难？你想过这个吗？

Clh：我想过，我觉得其实有优势也有劣势。优势比如因为你在别人看来是弱势的，就会有人去帮助你。劣势比如你被认为比别人弱一些，跟别人交流、获取人家信任的过程就比较费劲。工作上有家拖累，更加不方便一些。所以很多单位都愿意要男性。还有一些女孩子比较娇气，可能也有这方面的原因。我觉得男性现在的优势也都是双向的，就业当中就是说机会多一些，工资收入也高一些。不利的方面就是，男人之间的竞争我觉得是充满火药味

的，然后他生活的压力会来自于社会、来自于家庭、来自于朋友。

吴：所以你觉得男人面临的压力比女人大？

Clh：我觉得是不同方面。事业上女人的压力小，只要独立、并不要求她多么成功或压过男人，只要能养自己就可以了。男人在事业上会比女人有更高的要求。男性的侧重面在事业上，女性的侧重在家庭上。然后在双方父母的照顾、孩子的教育上，可能会有不同的压力。

（Clh访谈记录，2006年7月11日）

在这段叙述中，Clh将在不同话语实践中建构出来的男人和女人的不同性别身份认同放在市场话语的系统中来分析。女性可能遭遇的种种不平等在她这里都只是一种顺理成章的性别差异，而这种差异更大程度上是一种角色扮演上的差异，所以她用“在别人看来是……”而不用“是……”这样的句式来描述性别本身。对于女性处境的所谓优势劣势的把握使她清醒地知道自己在面临种种可能的压力和选择时应该坚持什么、放弃什么，从而在应对策略上掌握主动权。

这种性别身份认同上的流动性建构策略在不同层次的女性身上都有所体现。另一位 30 来岁、漂亮能干的被访者 Zyf，初中毕业后就从农村到县城打工，先后学过裁缝、干过汽车装潢，后来给一家全国最大的直销行业做推销，自称“自由职业者”。她嫁给了同在县城打工的一个老实巴交的农村小伙子，并在郊区安了家。由于丈夫憨厚老实，而她自己比丈夫“有思想”、做事“有主见”，所以成了家里的“主心骨”、“在家里相对比较有自由度”，但她直言“我的这点自由也是我自己争取的”。当问到对“男主外女主内”怎么看时，她回答说：

“我还是赞成的。虽然我很要强，但我感觉我还是喜欢这样的家庭，因为阴阳总是要调和的。如果两个都是阳、都很要强的话，我感觉那样并不是最好的。如果我有一个很要强的老公，或者他什么都能够干的话，我绝对喜欢呆在家里的。”

（Zyf访谈记录，2006年9月10日）

当我问她怎么看“干得好不如嫁得好”的说法时，她的回答是“不赞成”：

“我非常相信一个成功的男人背后一定有一个伟大的女人。我喜欢当那个非常伟大的女性。我不喜欢抱抱小孩、伺候老公，不是这样子，我的所谓在家是那种有自己的空间，不断地学习、不断地成长，能配合老公的脚步，配合他的节奏，我所说的女性是这样子。”

（同上）

Zyf也坚决反对在家当全职太太，因为她亲身体会过那种“太压抑”的环境、“没有一点点自信”的感觉。生完孩子后她不顾丈夫和婆家的反对，坚持要重新出去找工作，并且干得很不错。

Zyf：我认为真的是这样子的，我认为一个女人这样的生活（指呆在家里看孩子）没有意思，我是觉得没有意思的。

吴：你是觉得个人的空间要大一点是吗？一种独立的、不受别人牵制或操纵的感觉是吗？

Zyf：（不理睬）而且你知道吗？我觉得我自己是……我实在是我老公他们的家里那边压抑太久了。我飞出来的时候，我一旦离开那个笼子的时候，我发觉我再也不能适应回到那个笼子里去。我觉得我应该适应现代女性的一种生活。

吴：你说的现代女性的生活什么样？你想象的？

Zyf：应当是，第一个，**金钱自由，心灵自由**。

吴：你说的金钱自由是指经济上比较独立、有比较好的条件？然后心灵自由是指有好的精神空间、有自己的朋友？

Zyf：对。

吴：这个确实是要求很高的。

Zyf: 所以那时候我老公不能理解。

吴: 那他可能觉得打击很大, 他觉得你出来工作以后变了, 会不会?

Zyf: 他曾经非常反对过我, 他找到各种理由, 好像说你太卖命啦、或者说你不干我一样能养活你, 很多理由找出来。但是我自己坚持, 因为我觉得我已经不再适合回到那个环境了。

(同上)

在Zyf的叙述里, 对素质话语的高度认同并不影响她对身体话语的接纳。尽管她从头到尾未提“平等”二字, 但从谈话中透露出的对独立人格的追求是显而易见的; 尽管她向往“男外女内”、“阴阳调和”的家庭模式, 但并不认为自己充当家庭的“主心骨”(通常由男性担当)有什么不妥。她以自己的方式冲破了那种被巴特勒称为“对真实构成了一种先发制人的、暴力的限制”的自然化性别规范(巴特勒, 2009: “序1999”, p9), 颠覆了传统的父权制话语, 建构了一种新的性别身份认同, 那就是符合“两个自由”的“现代女性”。这种建构策略同样依赖于对性别的表演性、可塑性和主体性的理解。在她构想的性别蓝图里, 女人可以养家、也可以回家, 但是无论怎样必须有自己独立的空间和成长的自由。

如此看来, 现在主流性别话语中流行的“干得好不如嫁得好”的说法, 与其解释为传统性别话语的简单复归, 不如解释为市场化时代女性性别身份认同的一种新的建构策略。这种建构既表现为对两种性别话语传统(平等话语与父权制话语)的表面承继, 又表现为在市场话语的核心精神上对两种传统的颠覆。这个核心精神就是人人可以根据具体的社会情境优化配置自己的资源, 包括作为个体的素质资源和作为女性的身体资源。至于何种话语成为女性性别身份认同的首要因素, 则根据个体不同发展阶段的生活境遇和市场效果来决定。“干得好不如嫁得好”说法的流行, 说明在所谓素质话语和身体话语的较量中, 后者是更为市场化时代的主流性别话语所接受的, 因而往往让女性赢得更高的市场价值。这至少反映了现有社会结构中所隐含的不平等机制: 男性和女性作为人力资源进入劳动力市场的机会是不均等的, 或者说女性的身体资源与素质资源在市场上的估价是不对称的。用英国女性主义学者艾华的话说, 就是中国20世纪50年代的性别话语“强调女性和性别问题的公众或者社会的重要性”, 而80年代以来的社会和经济改革中的市场方针, 则导致了对这些问题的“重新私有化”。早期的意识形态标准“意味着性话语的自然化的性别等级可以与给予女性能力的思想共存”, 而现在“有关性别等级的自然化的观点, 和将女性描述为男性幻想和欲望的私有化世界里的性客体的观点之间的联系, 超越了给予女性能力的思想”(艾华, 2008: p203)。

然而从另一方面看, “干得好不如嫁得好”这一流行说法的意义, 其实不在于究竟对女性来说是“干得好”还是“嫁得好”重要, 而在于女性终于有了自主选择的可能。她们可以选择“干得好”、也可以选择“嫁得好”, 或者可以选择先“嫁得好”再“干得好”, 也可以选择先“干得好”后“嫁得好”, 总之性别话语的多元性为女性性别身份认同的多重性和流动性提供了可能。女性从过去受制于家庭的父权统治, 到后来受制于国家的权威体制, 到最后在市场化时代受制于市场的消费导向, 最主要的转变是从“被叙述的性别身份”变成了“自我叙述的性别身份”(佟新, 2003)。因为在这次以市场话语为中介的性别身份认同的建构过程中, 女性终于有机会亲身加入到性别话语的实践并成为建构的主体。正如艾华所看到的, 在以消费为目的的文化环境中, 虽然“占主要地位的话语和它们所带来的习惯做法都建立起了一种明确的标准, 在这种标准之下女性和男性都成为性别和性的服从者”, 但是“无论个人是否有意识地认识到了这些话语中占主要地位的性别种类, 他们都有意无意地通过陈述和自我陈述参与了它们的再创造”(艾华, 2008: p16)。

在一次与三位大学女教师的茶话座谈中, 我就听到了关于男女平等的一种新的叙述, 她们认为现代意义上的性别平等更多地体现在经济地位的独立和情感意识的提高, 从这一点来看, 她们觉得现时代的女性跟毛泽东时代相比能感受到更多的平等。

吴：但是你怎么看那些女的说“干得好不如嫁得好”？好像有点返回到毛泽东以前的那种趋势了。

H：毛泽东以前的趋势是完全听从你那个男的，要嫁得好。现在不一样了，现在她要嫁得好，同时还要跟那个男的有一个平等的。她又不是说我要嫁一个好的，就要完全听从他的，不是这样的一种嫁得好。

(THX 访谈记录，2006年9月21日)

两位在北京做家政的农村妇女Xh和Xc对比改革开放前后农村女性的生活，也给平等做出了不同的定义：

吴：还是现在这个时代好？

Xc：对呀。自己有能力出来挣钱。

吴：是因为现在机会多吗？

Xc：机会也多，你看出来打工很多大城市，南北都有，可以随便去。

吴：那你说男的和女的现在比过去平等一些？

Xc：是啊。现在女的和男的比真是平等了。还说什么女人半边天，女的都快整片天了。

吴：你这么看吗？

Xc：是，女的更那个，在家都是全当家的。

吴：但是现在活比以前重了是不是？

Xh：它自由啊。就是因为钱挣得多一些了，自由了。

Xc：经济好了，可以少出多少力啊，活还是这么多。但是每家都有机动三轮，除去卖菜，赶个集、串个门。确实是好了。

吴：但是你说现在男女的分工跟以前一样吗？

Xc：现在的平等。现在真是男的也自觉了。

Xh：我总觉得现在是男女平等，想以前是真的不平等（叙述以前的苦）。……因为我说现在男的女的太平衡了。它就说你干一份、我干一份，大家一起干。

(Xc 和 Xh 访谈记录，2006年6月11日)

可以看到，这种经过重新叙述的平等话语具有了新的含义，它不再是上一代那种被动的、形式上的平等，而更强调精神上的独立和平等，以及个体选择的自由。也就是说，市场话语虽然给女性生存带来更大的压力和风险，但是主体性才是她们更为看重的东西。在这个意义上，“干得好不如嫁得好”在市场化时代也具有了一种更加积极的含义，个体的独立性和自主性成为新的性别身份认同建构中最为核心的东西。

#### 四、结论

本文从“干得好不如嫁得好”的设问开始，探讨市场化时代性别话语的多元性以及由此导致的女性性别身份认同的先天性危机，这种危机源自支持“干得好”的素质话语与支持“嫁得好”的身体话语之间在范式上的根本对立和冲突。由全球化和风险社会带来的不确定性和不安全感，以及消费主义和身体话语的盛行，是市场化时代女性性别身份认同危机尤为突出的主要原因。然而依照后结构主义的观点，个体并非只能被动地受制于社会结构中的性别话语的影响，女性自身也参与了性别身份认同的建构，这个建构过程是一种动态的话语实践过程。在市场导向这一点上，素质话语和身体话语找到了共同的联结点，年轻一代的女性通过这种方式将性别身份认同的建构变成了一种流动的策略。这种以主体性为特征的建构策略继承了平等话语与父权制话语两种传统，又在市场话语的核心精神上对两种传统进行了改造和颠覆。这个核心精神就是人人可以根据具体的社会情境优化配置自己的资源，包括作为个体的素质资源和作为女性的身体资源。这样，女性就在“干得好”与“嫁得好”之间获得一种

可进可退的选择空间，从而建构一种积极的性别身份认同。

性别身份认同危机的消解依赖于性别概念的重建。按照后结构主义女性主义的观点，生理性别本身就是一个社会性别化的范畴，因而二者之间的区分是没有意义的；性别不再是一种男性气质和女性气质的僵化二分法，而是一种脱离本质主义的表演过程。在这个过程中，通过“对女性气质的积极表演”（塔尔博特，2004：p201），女性将自己在性别身份认同中处于第二性的负面符号意义，提升为在身体消费市场上具有优势地位的正面符号意义。这意味着女性的这种性别身份认同是在行动中形成的，因而决不会是一成不变的，而“把注意力转向这个过程，关注这种变化的可能性，有着潜在的解放意义”（同上，p157）。对社会性别身份的可塑性、表演性、主体性的强调，为解决市场化时代女性性别身份认同危机提供了一条思路。因此，现在主流性别话语中流行的“干得好不如嫁得好”的说法，与其解释为对传统性别话语的简单回归，不如解释为女性为摆脱自然化的性别规范“暴力”、建构积极的性别身份认同的一种策略。它的意义不在于究竟对女性来说是“干得好”还是“嫁得好”重要，而在于女性终于有了自主选择的可能，个体的独立性和自主性成为新的性别身份认同建构中最为核心的东西。

#### 参考文献：

- Croll, Elisabeth, 1995, *Changing Identities of Chinese Women: Rhetoric, Experience and Self-perception in Twentieth-century China*, Hong Kong University Press.
- Deaux, K., & LaFrance, M. (1998). Gender. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey. (eds.) *The Handbook of Social Psychology*. (4<sup>th</sup>). Boston: The McCraw-Hill Co. Inc. 788-827. 转引自杨宜音、王甘、陈午晴、王俊秀，“性别认同与建构的心理空间：性别社会心理学视角下的互联网”，载《转型时期中的中国妇女》，中国社会科学出版社，2004。
- Smith, Dorothy, 1987, *The Everyday World As Problematic: A Feminist Sociology*, Boston: Northeastern University Press.
- [英]艾华，2008，《中国的女性与性相——1949年以来的性别话语》，施施译，江苏人民出版社。
- [美]巴特勒，2009，《性别麻烦：女性主义与身份的颠覆》，宋素凤译，上海三联书店。
- 韩颖，2006，“一名女大学生心中的困惑”，《中国青年报》2月21日。
- [澳]杰华，2006，《都市里的农家女：性别、流动与社会变迁》，吴小英译，江苏人民出版社。
- [美]罗丽莎，2006，《另类的现代性：改革开放时代中国性别化的渴望》，黄新译，江苏人民出版社。
- 倪湛舫，2009，“语言·主体·性别——初探巴特勒的知识迷宫”，载巴特勒《性别麻烦：女性主义与身份的颠覆》，宋素凤译，上海三联书店。
- 潘毅，2007，《中国女工——新兴打工阶级的呼唤》，香港：明报出版社。
- [英]塔尔博特，2004，《语言与社会性别导论》，艾晓明等译，华中师范大学出版社。
- 佟新，2003，“话语对社会性别的建构”，《浙江学刊》第4期。
- 王耕，2003，“干得好和嫁得好”，见新浪网《新浪文化》，4月30日。
- 吴小英，2009，“市场化背景下性别话语的转型”，《中国社会科学》第2期。
- 杨宜音、王甘、陈午晴、王俊秀，2004，“性别认同与建构的心理空间：性别社会心理学视角下的互联网”，载《转型时期中的中国妇女》，中国社会科学出版社。
- 余晓敏、潘毅，2008，“消费社会与‘新生代打工妹’主体性再造”，《社会学研究》第3期。
- 《新京报》，2004，“调查显示四成女性认为‘干得好不如嫁得好’”，11月10日。

张莹瑞、佐斌，2006，“社会认同理论及其发展”，《心理科学进展》第3期。

朱健刚、覃凯，2001，“工作、权力与女性认同的建构——对广东一家外资企业的中国白领女性的个案研究”，《清华社会学评论》第1期。

（本文载于孟宪范主编《女性的生存状况和社会心态》，中国社会科学出版社2010年版）

**文章来源：**作者投稿

**作者简介：**吴小英，中国社会科学院社会学所家庭与性别研究室主任、副研究员。

主要研究领域：性别研究、社会学方法论。