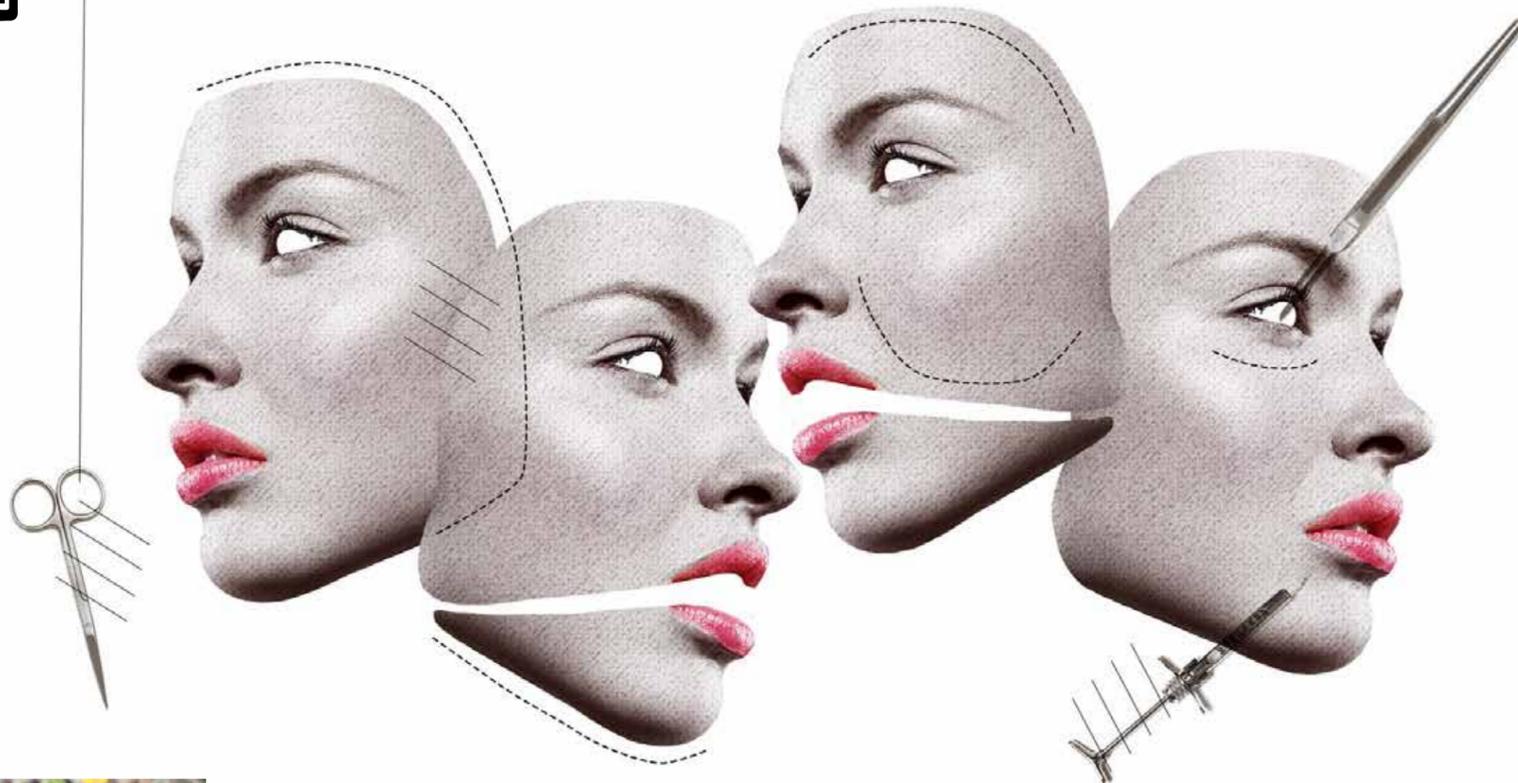


# #METOO IN KOREA “不美丽”的权利

在女权主义风潮的席卷下，女性在生活方方面面的无偿付出备受关注。然而当把追求美丽，或更确切地说，把美肤也归于这一范畴似乎略显激进。原因在于，作为社会化产物的我们，自然而然地认定爱化妆就是外放，积极敷面膜就是自爱。一旦陷入这种论调，人生苦短、善待自己就成了这些行为的正当理由。然而问题在于，光洁的皮肤不再是内心快乐的体现，反而成为了众多女性的义务，一向被贴上“爱美”标签的韩国人正对这种既定的社会认知进行反抗。



Ana Sofia Elias、Rosalind Gill和Christina Scharff在2017年出版的《美学劳动》中提到，我们当今所处的社会被新式可见性所操控，“新自由主义使所有人都成了‘美丽投资者’”。变美是一项永恒的投资，是不稳定的文化资产，是机会的一扇窗。在一些语境中，它甚至成了一种道德责任。拿韩国举个例子，早间新闻主播林贤珠去年4月引起舆论热议，原因是她是第一个在韩国电视直播中不是为了搞笑而佩戴眼镜的女性。国外网站 Quartz 上有一篇讨论她这一举动的文章，更像是一篇声明和测试。在文中，Isabella Steger 举了另外一个例子：在韩国，上班的时候不化妆有时会被认为是非专业的表现。她写道，就像一些观众看待林女士的选择时的态度一样。尽管化妆上班的韩国职业女性比例确实也高于世界其他地区（受韩国流行乐的影响），但是职场上的这种关于美丽的舆论仍然仅适用于女性。

当然，韩国并不是第一个男权国家。Naomi Wolf 在1990年代初写到过，在这个世界的大多数地方，美被“极其广泛地用作雇佣和提拔女性的标准”。她把这一点理解为女性解放的直接后果，职场上的美学期待则是女性成功的障碍。“越接近权力，女性身上的自我觉醒和牺牲就越会放大。”Wolf 在《美丽秘密》中写道，“1980年代美学意识形态的胜利正是源于真实的恐惧……女性权力的力量直接作用在女性波长将彻底打破这个系统中脆弱的平衡关系。”这个现象是世界性的，但显然韩国对于美的标准比其他国家都要严苛。首尔被称为“整容之都”，这个城市人均接受整容手术的数量居全球首位，整容的女性年龄也最小——双眼皮手术和植毛甚至经常会被用来当做毕业礼物。韩国的美和整容业息息相关。作为全世界

的巅峰，每一个首次接触韩国整容业的人必定会被它所用到的美容要素震惊：蜗牛黏液、鲑鱼子、海星、驴奶、奶酪、胎盘、蜂毒、火山灰。美容编辑 Katie Thomas 接受 BBC 采访时所说，维持当地产业的配方或药剂“一般来说要比全世界早10到12年。”美容也是韩国最赚钱的产业，2017年估值超130亿美元。但是这个行业很可能已经达到了饱和点，有充分的迹象表明我们所熟知的美容文化也可能衰退。

伴随着席卷世界的 #me too 活动，一股女权主义风潮也在韩国兴起。去年10月，女性群体已经第五次走上街头抗议偷拍视频——在公共试衣间和公共厕所隐秘拍摄的视频，然后通过特定网站在网上共享。同时，在如潮般的批评声中，首尔地铁终于做出了减少整容手术广告投放，并在2022年全面禁放的保证，此前所有地铁站几乎被形形色色的整容广告包围，处处提醒上班路上的女性可以通过手术提升个人形象。后来出现了“挣脱束身衣”运动，它根植于社交媒体，经常和美妆博主教孩子画面部轮廓的视频一起出现，其标志性画面包含女性的中性板寸发型自拍、一堆脏兮兮的空粉底罐、磨成粉的眼影、切断的口红，耳钉成了拼写标语和口号的工具。松开社会压力这一层束身衣，这项女权运动的成员希望摆脱束缚：她们抛弃护肤品、美容储备和传统美学信条。#탈코르셋的标签已经有了600万浏览量，这里记录着她们浮夸的草根狂欢，破坏化妆品和面膜的画面，以及类似 Lina Bae 的“我不漂亮”的视频，她们不漂亮，但是这没什么错。注意，它所表达的并不是不管我们什么长相，每个人都是漂亮的，其目的是削弱我们对于外貌的重视度。这才是真实的信息：只要去做最贵的手术、用最好的化妆品、做到最严格



的自律，韩国社会所定下标准的美丽对任何想要追求美的人来说都不是遥不可及的。但是，为什么她们就应该这样做？美容就是浪费时间。在一篇关于这项运动的文章中，《卫报》澄清了它的抱怨。文章写道，韩国的女人“必须在上班前两个小时起床化妆”，“还要每天睡前执行10几步的护肤步骤”。这些劳动非但收不到报酬，而且相当昂贵。

“这个产业从女性身上赚了大量的钱，却只能回报她们对于美丽的幻象。”@korean\_womyn\_ 这样告诉我，她把反对韩国严苛的美女标准的 vlog 放在一个热门 YouTube 频道上，“为什么女性要漂亮？女性和男性一样生来赤裸，唯一的区别是生殖器的形状和胸部的大小。这世界还没有什么是完全女性化的。男性可以相比出生时的样子一成不变，女性却必须在生活中竭尽全力遵循自己的女性特质。”像这个国家的许多其他女性一样，她决定叫停这个做法。她的家人朋友尽管一开始很震惊，但是渐渐地也接受了她的改变。她说：“现在他们把我当一个人看，而不是玩偶娃娃。”放弃了化妆品，@korean\_womyn\_ 用美丽换来了尊敬。“美丽无法带给你任何权利或人权，”她解释道，“我们正在争取不美丽的权利。”

如果韩国的美容产业确实比其他地方早十年，那我们能否理解为“挣脱束身衣”运动预示着全世界美容业的终结？我想说，这是不可能的。尽管现在女性确实不怎么化妆了，但至少美肤疗法在目前仍然受到很多人的支持。然而营销广告片正在改变他们的策略去迎合更年轻更清醒的女性。像“抗衰老”这种宣传语早已过时不再使用，且很多最近发布的美妆线，如 Beautiful Rights 会将品牌销售额的很大一部分捐赠给女性福利组织，如 Planned Parenthood。这是为了回应买家的需求，同时表明一种新的意识觉醒正在蔓延：即使这并不能代表美丽的终结，但一个正在催生廉价、快速、无副作用美肤手段的新时代就要来临了。

1. 韩国 #Metoo 运动  
2. 韩国街头整容广告宣传  
3.4. 女性破坏化妆品为响应“挣脱束身衣”运动号召