跑动的自我：消费社会中的城市马拉松文化

王　健

摘要：身处现代消费社会中的大众对身体的关注愈发强烈，最直观的表现就是城市跑步健身热潮的兴起。随着智能手机、运动手环、手表等现代移动科技的发展，在促进大众跑步健身呈现和记录方式革新的同时，也使得自恋主义文化在跑者身体上得以淋漓尽致的展现。借助跑步，个体的身体具有符号、消费、叙事、交际、认同等社会功能。同时，在这些功能实现的过程中，身体成为消费社会这个“大他者”所凝视的对象，逐渐沦为个体尤其是中产阶层跑者排解身份焦虑、满足自恋欲望的工具。不过，遭遇消费文化强势影响的个体，可以通过跑步这种“身体技术”，作为生活政治的手段完成自我赋权，促进真实的自我认同，摆脱自恋主义所营造的虚假满足，实现生活世界的真实。

关键词：马拉松　健身　自恋　身体技术　消费文化

近年来，跑步健身活动已经成为城市居民的一种时尚生活方式，在城市大众生活中迅速流行，形成了以中产阶层群体为主的城市运动景观和城市亚文化现象。城市马拉松运动在其中尤为突出。在当代由鲍德里亚指出的消费社会中，人们已经从以生产为特征的社会走向了以消费为特征的社会。有关跑步的网站、微信群、在线社区、跑步软件等已经成为跑者交流知识、分享经验的赛博空间（cyberspace），而马拉松跑者在购买运动手环、手表、运动服装、跑鞋、参赛门票以及跑步知识等方面上的费用，更是达到了年均近 7000 元。①

以马拉松为代表的跑步健身活动已经成了个体消费与规训身体的重要形式。当代消费文化对日常生活的浸淫，使得以马拉松为代表的跑步运动表现出对健身这一最初目标的偏离，最终让技术成为身体的一部分的“身体的技术化”（body technicalization）变成了身体成为技术的一部分的“技术化的身体”（technologized body），以便获得相应的社会资本。“我跑故我在”成了跑者通过跑步建构自我认同的重要过渡仪式，自恋主义（narcissism）也在其中逐渐彰显。在当前对城市马拉松流行现象的分析中，众多研究者已经从哲学②、经济学③、社会学④等角度进行了阐释。然而，目前的分析存在

① 新浪体育.《读懂 2017 中国跑者大数据，看看中国标准跑者是啥样》.［2018-01-22］. https://sports.sina.cn/running/2018-01-22/detail-ifyquptv8539669.d.html?_vt=4.

② 任慧涛：《超级马拉松、圣徒与内在体验：兼论面向未来的体育哲学》，《体育与科学》2017 年第 3 期。

③ 邢金明，刘波，欧阳井凤：《马拉松“热”背后的冷思考》，《体育学刊》2017 年第 2 期。

④ 曾远力，闫红红：《青年参与马拉松运动的社会学分析》，《中国青年研究》2017 年第 12 期。

［收稿日期］2018-05-29

［作者简介］王健，常州工学院讲师，南京大学社会学院博士研究生，研究方向：社会心理学。
江苏常州　213032

一些明显不足，很多研究只是强调了跑步的社会效益和经济效益，忽视了以马拉松为代表的长跑运动所具有的多种社会文化功能；偏重对马拉松运动的生理益处和心理健康等微观因素的分析，缺少对这一运动背后所包含的社会结构和消费文化等宏观因素的考虑。鉴于以上原因，需要在综合考虑社会文化等宏观背景因素的前提下，对微观跑步实践背后的现代性意蕴进行详细阐释。

一、作为“景观”的跑步：身体的技术化展演

城市马拉松流行的主要原因之一在于中产阶层跑者以健身的名义，通过给身体穿戴现代科技产品和运动服装来努力寻求自我认同（self-identity）的结果。现代移动科技的发展，尤其是智能终端以及可穿戴电子设备，使得跑者定义自我的方式有了新变化。不同于以往跑步形式的单调乏味、目的单一性，现代的跑步健身把锻炼身体这一基本生活需求逐渐转变成了一种“运动奇观”。在这一过程中，现代化的跑步装备，革新了跑步这种曾经单调乏味的运动的呈现方式。在技术成为身体的一部分的同时，身体也成了技术的载体，演变为一种令人耳目一新的“技术景观”。

（一）记录方式的智能化

在移动网络、智能手机和可穿戴设备还未流行之前，传统的跑步健身的信息交流和分享只能局限于三五个跑者日常接触时的沟通。随着移动网络和智能电子产品的普及，及时记录与分享自己的跑步数据和跑步状态使得跑步圈子成了一种赛博空间（cyberspace）。这就在一定程度拓展了跑步健身的功能。人们不再受制于时间或空间上的限制，设备自动记录，无需费心。跑者随时都可以通过手机的拍录功能把跑步状态、跑步场景存入手机，符合了如德波所谓的“景观瞬间性”、丰富多彩性，最终有助于跑者所营造的景观的扩展。

当代的跑步特征表现为一系列图像和数字符号，是由制造电子照片、短视频、音频、数字记录等设备再现出来无数的形象。这些可视化的技术，不仅为跑者提供了不断进行自我审视的工具，而且还使得个体对自我的感觉依赖于自我形象的消费，方便了人们的孤芳自赏。同时，智能手机所具有的拍照和录像功能，在方便跑者传播和交流信息的同时，改变了跑步本身的性质，使得跑者的日常仿佛罩上了一个巨大的“回音室”，或者类似于一个墙壁上镶满镜子的大厅，跑者的生活因此被塑造为一系列图像或数字化符号，服务于自我满足和他人欣赏。正是这些虚拟形象的泛滥，破坏了个体对现实的感觉。现实似乎成了智能手机所呈现的样子，没有这些移动设备的数字化呈现，个体仿佛无法相信自己的感觉。这些虚拟的图像和符号就为跑者的生活和自我的存在提供了有效的感官证据。

（二）跑步管理的“麦当劳化”

从一定意义上而言，参加长跑健身或者跑马拉松作为一种“象征符号”，已经成为中产阶层是否与时尚生活方式合拍的标志。跑步相关 APP、智能手环等软件和设备的出现，使得瑞泽尔（George Ritzer）所说的“麦当劳化”（McDonaldization）的一些特征在跑步健身中得以体现。传统上的跑步健身，可以说是一个人的独自创作和自我欣赏，现在的跑步健身则完全可以用可视化的方式，体现着可计算性、可预测性和控制。这些设备成了跑者身体向赛博空间的延伸，成了跑者科学规训身体的有效工具。身体皮肤的界限感被打破，跑者希望私人的信息被群体营造的公共空间接纳和认可。

首先，马拉松健身的可计算性特征，这表现为跑者借助可穿戴设备自动记录实时的运动状态，并在跑者结束运动后，生成数据信息，以供个体参考。比如，对于把跑步作为一种深度休闲（serious leisure）方式的跑者，听着随身设备中的配速，计算好何时补充水分，后半程如何不掉速，以确保最终科学完赛争取拿到 PB（个人最好成绩）。其次，跑步数据的呈现和分析，极大地方便了跑者对自身实际运动状况的审视与监控，进而修正或完善着下一步的运动规划。这就在当今明显摇摆不定的社会中满足了个体对确定性的需求。鉴于此，这种可以预测和确定的“跑步世界”对时常陷于“地位恐慌”的中产阶层群体充满了吸引力。马拉松跑者通过这种可以预测的方式进行健身运动，遵循着

跑步的规则和要求，在科学的指导以及训练的情况下，最终使得个体的所言所行都具有了相当程度的可预测性。最后，马拉松的控制特征主要体现在对身体的管理上。个体选择马拉松健身，一系列针对身体的“改造”便随之而来。比如，如何选择合适的跑鞋与服装、采取哪种方式进行跑前训练、如何科学饮食等都聚焦于跑出理想成绩的目标，跑者在其中自觉或不自觉就会接受来自团体或者其他媒介的管理和教育，进而完成了对身体的控制。

（三）互动体验方式的虚拟化

城市大众参与跑步的最初动因本在健身，然而随着国外和国内两岸三地的一众明星偶像加入马拉松长跑行列，这一运动无形中逐渐成了一种文化潮流和运动时尚，打上了社会资本的烙印，去哪里跑、成绩如何、投入多少，已经明显表现出了阶层区隔的色彩。很快，马拉松在当代众多大中城市中已经成了一种文化景观，“明星的景观生活成为了普通大众在平庸生活中所向往的虚幻世界”①。中产跑者试图通过马拉松所具有的社会资本价值来消解“身份焦虑”，似乎只要在跑马拉松，明星所代表的社会价值光环就会一直萦绕在左右。以咕咚、悦动圈、乐动力等 APP 为代表的跑步软件，营造了一种理想的虚拟空间。这一空间为亲近和自我表达提供了一些新的可能性。从网络中诞生的社会群体，有足够多的人投入充分的情感，进行足够长的公共讨论，由此在赛博空间形成了人际关系网络，成了一种“虚拟共同体”。② 在这一虚拟共同体里面，中产阶层日常生活中所面临的压力、焦虑、鸡零狗碎的琐事统统不存在，这里只有单纯的跑者，群体中的归属感、安全感、荣誉感都得到了确立，可以尽情享受运动带来的极大的精神慰藉。因此，APP 等在线软件，把浑浊的世俗乱象幻化成了澄明之境，在那里只有个体所热爱的东西。马拉松跑者不仅仅是在健身或竞争，还在上演着一种强调共同价值观的仪式，这就需要见证人，需要通晓表演规则与内在含义的热情观众，观看不仅不会破坏内在价值，还能使得比赛更加完善。

二、“驯服的身体”：跑步的社会功能分析

身体既是一种中介又是一种实践。跑步所具有的健身和社会心理功能，更好地体现了身体的被规训、镜像性以及交流功能。③ 驯服的身体意味着个体通过对身体的严格管理，来让身体成为可预知的客体；而镜像的身体则是通过身体来反映周围的一切事物的方式获得。建立在消费文化的基础上，身体就变得像它能够使用的物体一样可以预知，对象成为一面镜子，通过消费的典型媒介无限制生产欲望，寻求在一种无限循环的占有中成为自我形象的一部分。交流的身体就是一种实践的身体，其典型特征在于身体就处于自我创造的过程中。

消费文化中的身体被经验的方式变成不断增加的“工作”，个体倾向于把身体视为自我的部分，可以被修正、形塑。跑者通过饮食与运动来呵护身体并非单单为了健康，还为了良好的自我感觉。在跑步这一身体实践中，记录和分享数据和动态只是完成了跑步的起初仪式，这一仪式背后的社会功能才是跑者乐此不疲的最深层的动力。对于中产阶层跑者而言，大部分人通过跑步健身，获得线上和线下的人际互动和沟通，进而间接取得或提升如阶层、身份、地位等形式的社会资本。

（一）跑步健身首先重在对身体形态的强调

符合社会文化审美要求的身体从古至今都是人们追求的目标。古希腊美学中对美的欣赏与强调就曾集中体现为健美的身体。随着文化的变迁，身体美学标准也在发生着变化，但是优美的身体曲线这一标准在现代社会中一直没有改变。身体的健美成了一种新的美学叙事。“紧随身体成为消费主体而

① 张一兵：《景观拜物教：商品完全成功的殖民化——德波〈景观社会〉的文本学解读》，《江海学刊》2005 年第 6 期。

② 周丽昀：《现代技术与身体伦理研究》，上海大学出版社，2014 年，第 94 页。

③ 汪民安，陈永国：《后身体：文化、权力和生命政治学》，吉林人民出版社，2003 年，第 419 页。

来的便是众多消费品借助大众传媒呈现给消费者众多青春、美丽、健康、有活力、有情趣的理想化身体形象，似乎借此告知人们使用此物便可以像广告中的人体形象一样魅力四射、光彩照人。于是，大量存在的视觉形象主宰了消费文化中人们对身体的理解，人们开始对身体、自身外表格外敏感和关注，不断借助外在的消费品来美化和保养自己的身体。”① 进而，这种“日常生活的审美化”② 使得跑步健身逐渐成了一种身体美学实践。跑者通过严格按照跑步手册或是科学锻炼的技巧和原则，根据标准体重的体质指数（BMI）要求，不断塑造着自己理想的身体形态。这主要在于现代人的自我对如何向他人展示自己尤其感兴趣，在个体对幸福与完满的追求中，外表变得越来越重要了。“这些所谓的身体计划，都是旨在对于身体的外表获得一种有效的控制以增强个人获得更多满足的能力”③，在良好的身体与外在形象在被其他跑者羡慕和点赞的同时，身体美也间接成了一种网络社交资本。

（二）跑步赋予个体身体叙事的主动性进而实现“以身言事”

文字叙事和图像叙事之间有着“互文性”的关系，跑者通过手环上传数据、通过社交自媒体上传文字信息、配以自拍图像，重新建构了一种自我想要呈献给公众的运动叙事。这种叙事背后暗含着与跑者有关“我在何处完成了某个目标”的自我叙事。这种叙事之所以能有效，在于移动社交媒体的独特性，其后的叙事脚本都是跑者本人创造。不同于运动赛场上被动的参赛者，以健身为初始目标的跑者完全掌控了信息的制造和呈现方式，这就让跑者的运动叙事的自主空间得以最大化。比如类似腾讯捐步手机应用所设置的每日步数排行，提醒着个体不得不像工作记录一样去定时打卡。这种记录下的文字或数字，不仅仅是一种记录，还表达着一种实际发生的行为。如奥斯汀（John Langshaw Austin）所言，“所有言语都是一种施事行为”④。因此，记录的跑步数据和呈现的跑步图像都在“言说着”跑者的个体品质和社会资本特征。个体在跑者圈发布有关自我的跑步数据和相关图像，实际上就是对自我身份的宣誓、对所属群体的认同。

（三）作为肉体的“能指”变为自我认同的“所指”

能指（signifier）表示具体事物或抽象概念的语言符号；所指（signified）则是语言符号所表示的具体事物或抽象概念。两个概念均来自索绪尔（Ferdinand de Saussure）所提出的结构语言学。从外部来看，跑者通过对作为肉体的身体进行有计划的锻炼，从而达到健身和塑身的目标。但在当前的消费社会中，健身的主要目的不仅仅是改善生物学意义上的身体，即所谓的“能指”，而是在于肉体形象的改善所带来的非物质化的收益，即社会资本和精神意义，即“所指”。对于跑者，健身有时并非跑步的重点指向目标，利用在线互动以及线下的跑步实践创造团体归属感和自我认同感才是关键。通过实时互动、聊天群、跑步社区等，跑者维系了一种特有的身份感，通过仪式化的行为和特有的亚文化用语，跑者群体的凝聚力和亲密度得以维系。马拉松所具有的显著的运动仪式感，进一步增强了马拉松跑者的自我范畴化和社会比较，从而建立了强大的群体认同。

三、文化凝视与功能异化：马拉松背后的自恋主义

当代马拉松运动已经成了一种城市流行运动消费文化。“消费文化时刻把握正在流行的进行自我身体保养的观念——这一观念鼓励个人采用手段（工具）性的策略以对抗身体机能的退化和衰老的发生，同时消费文化也把以上观念和身体是快乐以及表现自我的载体相结合。”⑤ 从《2015 年中国跑

① 李雷：《消费文化语境下的身体美学》，《文艺争鸣》2010 年第 17 页。

② 凌继尧：《对“日常生活审美化”研究的反思》，《东南大学学报（哲学社会科学版）》2007 年第 6 期。

③ 乔安妮·思特维斯特尔：《时髦的身体：时尚、衣着和现代社会理论》，郜元宝等译，广西师范大学出版社，2005 年，第 100 页。

④ 奥斯汀：《如何以言行事》，商务印书馆，2013 年，第 7-14 页。

⑤ 汪民安，陈永国：《后身体：文化、权力和生命政治学》，吉林人民出版社，2003 年，第 419 页。

者调查报告》[①] 中可以看出，处于现代性文化中的马拉松，由以下几个方面构成：一是构成跑者主体的是中产阶层；二是马拉松的直接后果是跑者身体的改善；三是跑者的成果的表达和展现方式是运动装备和在线的可视化图像和数据；四是跑步的生产目的是为了健身和锻炼意志力并在社交网络上交流。当前所谓的“油腻中年男”、“中年少女粉”等网络流行词，无不暗示着皱纹、松垮的肉体以及发福的迹象、秃顶等随衰老而出现的问题理应得到遏制，个体自身要进行积极的身体锻炼与保养，美容、健身以及其他休闲方式都是必要手段。除此之外，从外表是内在自我的反映来看，忽视身体的直接后果就是降低自己作为一个人的可接受性，也是一个人懒惰、低自尊乃至道德失败的标志。就如福赛尔（Paul Fussell）在《格调》一书中所引用的一则广告词：“您的体重就是您的社会等级的宣言。一百年前，肥胖是成功的标志。但那样的日子已经一去不复返了。今天，肥胖是中下阶级的标志。与中上层阶级和中产阶级相比，中下阶级是前者的四倍”[②] 一样，身体背后暗含的有关社会地位、阶层身份的隐喻。因此，现代消费社会中的马拉松景观的特殊性正是在于被规训的身体形象的呈现以及分享和互动过程中的消费。

中产阶层跑者对身体形态的关注，主要在于自我是否符合消费文化这个“大他者”凝视的要求，进而演变为对理想身体的过度重视与迷恋。正如拉什（Christopher Lasch）所言，折磨新一代自恋主义者的不是内疚而是一种焦虑。中产阶层群体并不企图让别人来承认自己存在的确凿无疑，而是苦于寻找生活的意义。[③] 从现实角度来说，自恋主义显然代表了对付现代生活的紧张和焦虑的最佳方法，于是目前主要的社会条件总是倾向于培养出人们身上不同程度地存在着的自恋特性。[④] 实际上，马拉松健身运动已经成了个体满足自恋的一种具身体现（embodiment）形式。由弗洛伊德（Sigmund Freud）所开创的精神分析学派对自恋的研究，主要是从客体关系（object relations）角度，强调个体对高于现实自我（actual self）的理想自我（ideal self）所具有的超我（superego）的压迫性要求，是通过把自恋作为一种心理病理现象所进行的心理微观层面的解析。在面对由不同个体所构成的群体的心理状况时，拉什对“自恋主义”的解析，则可以很好地诠释马拉松文化所凸显的不同于个体现象的群体心理所具有的突生性质。拉什认为“焦虑的、自我关注的自恋性格，正逐渐取代了弗洛伊德时代那种深受超我意识压抑的歇斯底里型性格”。[④⑤] 现代人尤其是马拉松跑者的自主性集中体现在移动记录设备所具有的众多自恋性质的功用方面，其中最主要的用途之一就是“自我审视”，这就使得一个人对自我的感觉依赖于自我形象的消费。因此，跑者对身体的过分关注，形成了如德波（Guy Debord）所言的“视觉表像化的颠倒世界”，健美的身体曲线成了个体最真实的存在，成了精神的源泉，导致了当代人的“身体崇拜”。

同时，通过各种线上和线下媒体广告和宣传，个体对身体美所具有的资本价值趋之若鹜，本能的冲动一再被勾起，这就使得消费社会的消费价值观得以实施。通过实际的跑动，及时地把实时在线数据或跑步状态以文字或图片的方式分享给群体，进而实现了让自我形象在特定公共空间中的凝视。换言之，个体通过把本属于自己私人领域的特定权利让渡给跑步团体所营造的公共空间，自觉接受社会价值观的评判，从而不断强化对身体的规训并实现自我认同。这一过程也实现了个体对自我以及特定公众对自我的监视。在这种过程中，个体的身体已经不属于他自己，在不断被客体化和对象化的过程中，身体已经成了一种消费符号。让他人观看，主动呈现自我的信息，由此建立起虚拟的人际互动和跑者圈，跑步所具有的叙事和交流意义从而得以实现和呈现。本着对跑步团体的信任，上传和分享自己的跑步装备、跑步数据、客观跑步状态和主观感受，个体实现了对于团体的社会认同，进而实现了

① 爱燃烧.《中国跑者调查报告丨原来你是这样的跑者》.[2016-04-27]. http://iranshao.com/articles/2553-runner-report.

② 保罗·福塞尔：《格调》，梁丽真、乐涛、石涛译，广西人民出版社，2002年，第64页。

③④⑤ 克里斯托弗·拉什：《自恋主义文化——心理危机时代的美国生活》，陈红雯、吕明译，上海译文出版社，2013年，第4页，第47页，第32页。

心理的归属感，这种归属感则进一步强化了作为一名跑者的自我认同。在此基础上，跑者分别在自身和团体中实现了理想身份和人际关系的再生产。最终，跑者通过跑步达到了心理和社会意义上的双重满足。

然而，在由贝克（Ulrich Beck）所言的现代性风险下，社会自我通过赛博空间的虚拟化，产生了对个体真实自我的损害，跑者忙于制造一种非真实的理想自我，忽略了个体差异性背后所具有的生命本真意义，逐渐迷失在线上或线下跑者圈所营造的同质化的完美身份的体验感上。个体通过刻苦甚至近乎苦行僧般的虔诚努力所要达到的目标，不过是对消费文化这个大他者的盲目屈从。线上群体已经把赛博空间中的身份认同为自我了，“自我被碎片化，真实性和确证性被驱逐，他者的自我建构起一个非真实的自我。是以伪自我的形式展开的他我”①。这种身份的建构可以理解为伪自我在赛博空间的一种形式，自我的虚假性在于其不确定性，进而模糊了现实社会与虚拟社会的界限。②

因此，马拉松所营造的“理想身份”早已偏离了每个普通跑者所应有的形象。在一定意义上，跑者通过长跑所建立起的自我身份，是一种“伪身份”，身体则成了制造这种虚假身份体验的工具。甚至在大部分时间，不断刷新的跑步数据、更新的装备、各个赛事地点、获取参赛资格等内容都远远重于“健康的身体”。马拉松运动为个体提供了如戈夫曼（Owen Goffman）的拟剧理论中的一个很好的“前台”，跑者在观看者面前刻意呈现出固定、合宜的表现情景。个体就成了在虚拟空间中为了展示而展示的物化客体，跑者对于体型和审美的过分关注，最终使得长跑健身所应该具有的原初功能被遮蔽乃至扭曲。

总之，马拉松的功能异化背后动因就在于自恋主义过分泛滥的结果。跑者服从于自恋式的理想自我，身体被置于“价值符号”之下，导致了一种计划性的自恋，把对美的控制的、功能性的颂扬作为对符号的利用和交换，“你对你的身体负责，必须在它身上投资，使其产生效益——不是依据快乐秩序，而是用大模式反映和中介的符号，依据影响力的组织图表等进行投资。”③ 由此，跑者就在消费文化的强势影响下，形成了以身体的社会功能异化为特征的自恋主义。

四、抗争的身体：马拉松与生活政治

在当代消费社会，随着“劳动的身体”（the laboring body）向“欲望的身体”（the desiring body）的转化，身体成了消费符号，成为社会意义的载体。④ 身体成为自恋性的社会意义代码，从属于整个消费社会符号系统，身体符号在消费语境中，演变成了一种“符号暴力”，最终成了一种新的话语霸权。⑤ 消费社会中马拉松所体现出的自恋主义，严重遮蔽了跑步健身的应有之义，扭曲了塑造真实自我的作用。

然而，虽然跑步文化具有自恋主义的特征，但是跑者在基于不同生活际遇的情况下，对于生活世界的扭曲现象也会潜藏着不同形式的抗争的可能性。消费社会中跑者的身体实践，虽然与消费时尚密不可分，但也与现世政治有关，可以建构社会议题和进行政治动员。⑥ 历史上，体育运动本身就具有减少社会不平等、增进社会流动的作用，就像“身体和女性一样在整个西方历史上遭到了奴役、流放”。⑦ 为反抗这种奴役，身体成了重要的策源地，女性主义将身体带入学术讨论和政治行动的反思

① 孙士聪：《身份认同与审丑狂欢的兴起——网络文化的伦理学维度》，《汉语言文学研究》2012 年第 2 期。

② 周丽昀：《现代技术与身体伦理研究》，上海大学出版社，2014 年，第 193 页。

③ 汪民安，陈永国：《后身体：文化、权力和生命政治学》，吉林人民出版社，2003 年，第 50 页。

④ Bryan S. Turner. *The Body and Society*. London：Sage，1996：26.

⑤ 廖述务：《身体美学和消费语境》，上海三联书店，2011 年，第 104 页。

⑥ 刘涛：《图像政治：环境议题再现的公共修辞视角》，《当代传播（汉文版）》2012 年第 2 期。

⑦ 鲍德里亚：《消费社会》，刘成富、全志刚译，南京大学出版社，2000 年，第 150 页

中，男性主义者则是重申男性身体把异性恋的男性特征作为支配性表达，身体进而具有与权力和知识相关的性质。[①] 因此，社会弱势群体，如女性、体弱者或身体能力受限者，就可以通过跑步健身，一定程度上抵抗来自男权社会或者强势群体的歧视，实现选择和建构自我与身份认同的生活政治。比如，奥林匹克运动会中的女运动员通过体育竞赛证明了女性完全可以获得和男性一样的成就。进而，跑者所追求的身体的健美、跑步的生活叙事以及跑者群体间的交流目标，就是一种良好自我认同的表现。跑步尤其是马拉松长跑运动所具有的对现实社会结构不平等的抵抗作用以及自我认同的建构功能，对于被“无意义、虚空、浮躁、不稳定”等社会消极气氛笼罩下的个体，无疑提供了更多的主体选择权和能动性。

此外，跑者之间的线上交流与分享，从在一定意义上说打破了传统上的私人领域，这就使得公共领域的一些信息能纳入私性空间。虽然个体的隐私在一定程度上可能遭到公开的监控与审视，但是更大的益处则在于，个体可以把公共议题纳入自我领域，进而公共议题成为分内之事，这样就可以一定程度上打破如美国社会学家米尔斯（Charles Wright Mills）所谓的“事不关己、高高挂起”这种冷漠旁观的中产心态；同时，由于个人的关切得以在公共空间中表达，这也就有利于个体参与公共事务，进而增加普通个人对公共话语的影响力。由于城市马拉松并非一群人的“健身狂欢”，而是具有城市形象宣传和文化品牌塑造等其他经济与文化效应的事件，因此，跑者的积极参与，势必影响到当地政府对城市公共设施和居住生态的重视。跑者在跑步健身中的切身体验、赛后的在线分享，都是对城市公共治理绩效的间接监督。这对于空气、河流以及城市基建与卫生都起到了改善作用，反过来这也促进了跑者对现代社会所应有的公民身份和公共精神的表达。

五、结　语

现代或后现代世界是一个混乱不堪的社会大漩涡，其特征就在于确定性的丧失。在这个世界中，“一切固定的东西都消融到空气里去了”。这种生活的碎片化的结果，就是焦虑和身份认同的危机。[②] 亚文化中的个体会利用运动以及其他一些流行的文化产品来标榜自己与众不同的趣味、生活方式。在跑步亚文化中，身体既可以作为自我身份的再生产的“工具”也能成为反抗消费文化和自恋主义裹挟的“武器”。工具意义上的身体，已经成了被消费社会价值观任意摆布的客体，借助身体规训技术，身体成了消费文化这个“大他者”的玩物。不过，对于作为武器的身体而言，跑者的身体就可以成为彰显本真自我的中介，从而夺回本就属于自我的而被诱惑让渡出的主体权利。福柯指出，身体技术能使个体通过自己的力量，或他人的帮助，进行一系列对身体、灵魂、思想、行为、存在方式的操控，以此达成自我的转变，以求获得某种智慧、纯洁、完美或不朽的心态。[③] 既然自我能够通过身体技术服从于消费文化，也能通过身体技术反抗这种魅惑下的扭曲。对于跑者而言，身体不仅仅是被社会文化规训的对象，也是可以成为健康与特立独行之美的载体。只有跑者回归到日常生活，不刻意迎合任何所谓的虚假自我意识的要求，摒弃过度的自恋主义欲望，关注内心的真实体验，方能实现真正意义上的自我认同。最终，马拉松才会成为解构消费文化所刻意创造的“虚假认同”的有效身体实践手段，从而建构出真实的自我。

（责任编辑：谢莲碧）

① 周丽昀：《现代技术与身体伦理研究》，上海大学出版社，2014 年，第 59 页。

② 乔安妮·思特维斯特尔：《时髦的身体：时尚、衣着和现代社会理论》，郜元宝等译，广西师范大学出版社，2005 年，第 100 页。

③ 米歇尔·福柯：《自我技术：福柯文选Ⅲ》，北京大学出版社，2016 年，第 54 页。