

为什么爱情不香了？

5月9日，很多媒体用“明天开始，登记结婚再不用带户口本”做了新闻标题。不用点开链接，我也能猜出跟评的酸爽味道，无非是年轻人吐槽不想结婚，乃至不想恋爱。

为什么千百年来一直歌颂的爱情，在这一代年轻人嘴里就不香了呢？

为和同济大学哲学系余明锋副教授一起做节目，我看了一些资料，想从哲学的深度来谈谈这个话题。相对于目前社交媒体上基于性别冲突的“反恋爱脑”的言论——什么“母职惩罚”“妻职惩罚”，什么“男性不再被爱情资本割韭菜”。从当代人的哲学困境上，也可以解读“爱情不香”的原因：对爱情的厌弃并不局限于男或女，而是深植于现代性危机。

哲学家韩炳哲在他的《爱欲之死》一书里，承继其“优绩社会”的理论，对爱欲做了形而上学的分析：为了达到“优绩”的目的，人们疯狂地自我剥削，从卷学历到卷996，到卷身材、卷颜值。爱也被粗暴地简化成“性”，完全屈服于强制的绩效和产出；而“性”就是绩效，被简化成消费、匹配。爱情，不再是传统意义上对“生命另一半”疯狂、投入、献身，不再是“为伊消得人憔悴”中得到的崇高感。

所以，现代社会中，爱正异化成为一种可计量的、可储蓄的、冷冰冰的消费。人们是以“消费者”的身份进入爱情的竞技场里，付出爱的可兑现的货币（比如，金钱、时间、

情绪价值等），期待收获的爱情的服务、体验。

1997年，Eva Illouz就在《消费浪漫》一书中指出，爱情越来越女性化，爱情小说常常使用友好、亲密、安静、舒服的形容词描绘爱情情节。她认为当今爱情被驯化成一种消费模式，不存在风险，杜绝疯癫和狂迷。

Eva Illouz另一本更有名的著作叫《爱，为什么痛？》。韩炳哲专门分析著名电影《50度灰》，“霸道总裁爱上我”的古早故事里，构建了一种“主与奴”的消费关系，男女以契约的方式明晰彼此义务，这种爱情更像是一份服务清单。

爱情成了消费，而且是追求性价比极值的消费。爱情不再是一场探索他者，希冀在他者身上找到第二个自己、投射自己的理想对象的疯狂之旅。年轻男女谨慎小心，不愿意在爱情博弈当中

失去自己，患得患失，总觉得自己是吃亏的一方，希望享受爱情，收获愉悦感受，而不愿承担可能的刺激、伤害、冲突。而男性向的游戏《完蛋！我被美女包围了》，女性向的“腐文学”“纸片老公”，更是对这种“不敢爱，只敢消费”的市场需求的商品回应。

爱，必然指向他者；而爱欲消费，只关注自身需求。爱，太冒险；消费爱，则更为安全。很多人挂在嘴边的“甜甜的恋爱”，与其说是对爱情的渴望，毋宁说是对消费的执念。爱情不香了，这个话题可能根植于现代性中：优绩社会、内卷压力、自我优先、爱欲消费，终于把爱挤到了岌岌可危的角落。✎



沈彬

专栏作家

Columnist

假装专家，低空观察

希望享受爱情，收获愉悦感受，而不愿承担可能的刺激、伤害、冲突。