

数字化的自我技术：社交媒体女性健身者的自律呈现与主体建构

姚颖超，万义

(吉首大学 体育科学学院, 湖南 吉首 416000)

摘要：运用网络民族志方法，以福柯的自我技术理论为视角探讨社交媒体中女性健身者的自律呈现与主体建构。研究认为：社交媒体中女性健身者的自律呈现包括自律健身的视觉呈现、话语呈现和互动呈现3个维度。女性健身者的主体建构分为：主体对抗：身体焦虑与自我规训的互构；主体抑制：道德品质与数字资本的互构；主体剥削：自我赋权与自我异化的互构。在数字技术介入下，数字化的自我技术为女性提供了重塑主体性的技术路径，又将女性主体深刻卷入算法规训与资本运行的漩涡中。

关键词：社交媒体；女性健身者；自律呈现；主体建构；自我技术理论；网络民族志

中图分类号：G80-05 文献标志码：A 文章编号：1006-7116(2025)05-0049-09

Digital self-technology: Self-discipline presentation and subject construction of female fitness enthusiasts on social media

YAO Yingchao, WAN Yi

(School of Sports Science, Jishou University, Jishou 416000, China)

Abstract: Using the method of online ethnography, this study explores the self-discipline presentation and subject construction of female fitness enthusiasts in social media from the perspective of Foucault's self-technology theory. The present study holds that self-discipline presentation of female fitness enthusiasts on social media includes three dimensions of visual presentation, discourse presentation, and interactive presentation of self-discipline fitness. The subject construction of female fitness enthusiasts can be divided into subject confrontation: the mutual construction of body anxiety and self-regulation; subject inhibition: the mutual construction of moral quality and digital capital; and subject exploitation: the mutual construction of self-empowerment and self-alienation. Along with the intervention of digital technology, digital self-technology provides a technological path for females to reshape their subjectivity, and also deeply entangles themselves in the vortex of algorithm training and capital operation.

Keywords: social media；female fitness enthusiasts；self-discipline presentation；subject construction；self-technology theory；online ethnography

社交媒体以势不可挡之势成为我国健身文化快速发展的重要环节，深刻影响着社会性别文化与个体实践。这一背景下，社交媒体女性健身实践作为观察后现代女性主义的重要窗口，受到国内外广泛关注和讨论。健身是女性建立主观能动性^[1]、把握风险社会生活节奏^[2]、维护自我的有效方式^[3]，社交媒体中的女性健身、健美形象是反抗现实中的宗教规范和父权制权力的潜在工具^[4]。我国研究发现社交媒体女性健身实践同样对女性自我觉醒^[5]、女性平等^[6]、破除性别偏见^[7]、

线上伦理关系表征^[8]具有积极的社会作用。然而，深入我国社交媒体进行田野调查发现，女性健身者彰显着更加具有“自律”道德的健身价值观，维持这种价值观的目的在于展现女性在身体锻炼、生活、道德平衡中建构起的女性主体性，且随着消费社会与数字技术在女性健身文化中的深度嵌入，女性主体建构也变得更加复杂，社交媒体女性健身实践不仅是女性主体性实践创新，还适应了数字技术与健身文化的融合，构造出一种自律健身的数字化主体建构形式。这启示我

们,将社交媒体和自律健身结合,能够为观察女性健身者的主体建构开辟新视角,有助于全面、动态地揭示当前中国社会的女性主体建构,对理解数字化背景下的女性主体建构具有重要意义。

目前我国关于社交媒体女性健身者主体建构的研究成果多侧重于具身身体层面^[8],忽视了社交媒体维持数周、数月甚至数年持续不断的自律健身呈现。深入调查发现,在社交媒体中,女性健身者认可拥有“完美身体”是女性身份必须具有的象征,并通过在社交平台展现自己对身体控制、管理身体和反思性行动的自律能力,建构女性免于束缚、主动获得自我^[9]的自律主体性,作为维持健身价值和实现自我的文化核心,自律健身是彰显当代女性自我赋权的数字化自我技术形式^[10]。自我技术理论是法国哲学家米歇尔·福柯^[11]晚年提出的认识主体和真理问题的理论,认为自我技术“能够通过自己的力量或者她人的帮助,进行一系列对自身身体及灵魂、思想、行为、存在方式的操控”^[12],实现对自我的“赋权”。自我技术不仅关乎自我对真理的吸纳,更关乎自我与他人、自我与公共生活间基于权力和责任的治理问题。社交媒体的自律健身凝结着不断生成的技术与主体,是一种蕴含“真理、伦理和修习”的道德伦理实践,不仅强调自我节制、坚持,也通过数字边界重塑女性主体建构的社会形式。本研究从自我技术理论出发,将社交媒体女性健身实践的身体管理(运动、饮食)、健身仪式(拍照、分享)和情感精神(自我提升、认同),共同放置在以自律健身呈现为女性健身者自我技术实践的解释框架下,解决以下问题:社交媒体中女性健身者如何呈现自律健身?在自律呈现中女性健身者的主体建构包括哪些方面?数字技术对女性主体建构有什么影响?通过对上述问题的解答,以期更加清晰地认识当前中国社交媒体中的女性健身文化,并回应福柯提出的自我技术在处理数字化背景下女性主体建构问题中的指导作用与新趋势。

1 研究设计与方法

采用网络民族志方法,以质性研究范式为主,探究社交媒体中女性健身者的自律呈现与主体建构。具体研究中,将小红书作为观察女性自律健身的社交媒体场景,小红书搭建的女性社交平台中,女性健身者分享健身计划、健身知识、健身饮食和健身穿搭等,形成典型的社交媒体女性健身空间^[13];通过女性健身者持续性分享有关带有“自律”标签的健身文本、图片和视频,社交媒体不断生成着女性自律健身文化。基于这一平台,通过参与观察和文本数据编码方式收集和处理资料,具体被观察者是分享小红书笔记的女性健身

者,这些女性健身者截至2025年2月28日,至少坚持健身和分享笔记1年,研究者成为她们的小红书粉丝并与她们取得联系,取得同意后,对公开方式发布的笔记文字、视频和评论作为自律呈现的文本资料。

采用深度访谈法加深对女性健身者主体建构的认识。具体采用非结构化的深度访谈,确保访谈的开放性与灵活性,保证参与者能够充分表达个人经历和观点。随着访谈的深入,问题和概念不断形成和明晰,访谈提纲也随之进行着修改,每一次访谈都为下一次访谈提供新依据。遵循自愿原则对16位女性健身者进行访谈,访谈对象的基本信息见表1。研究者采用线上访谈,主要通过小红书私信、微信语音的形式。访谈时间30~40 min,围绕3个话题展开:(1)如何自律健身;(2)为何自律健身;(3)如何认识健身自我与主体。在访谈过程中,研究者在实施访谈前全部获得访谈者的知情同意,确保她们充分了解研究目的和内容,并在访谈结束文本转录后得到受访者检查。在正式观察和访谈前,本研究通过相关机构伦理道德委员会的伦理道德审查。

表1 受访者信息

| 编号 | 年龄 /岁 | 健身 年限 | 受教育 程度 | 职业 | 访谈 形式 |
|-----|----------|----------|-----------|--------|----------|
| T01 | 37 | 2 | 本科 | 博主 | 小红书 |
| T02 | 32 | 3 | 硕士 | 普拉提主理人 | 小红书 |
| T03 | 45 | 2 | 博士 | 公司职员 | 微信 |
| T04 | 39 | 1.5 | 本科 | 文员 | 小红书 |
| T05 | 21 | 1 | 硕士 | 自由职业 | 微信 |
| T06 | 22 | 2 | 本科 | 公司职员 | 小红书 |
| T07 | 29 | 3 | 本科 | 公司职员 | 小红书 |
| T08 | 31 | 7 | 硕士 | 自由职业 | 小红书 |
| T09 | 25 | 1 | 本科 | 公司职员 | 微信 |
| T10 | 30 | 4 | 本科 | 服装店主 | 小红书 |
| T11 | 27 | 8 | 本科 | 健身教练 | 小红书 |
| T12 | 22 | 6 | 本科 | 门店店员 | 小红书 |
| T13 | 21 | 2.5 | 本科 | 公司职员 | 小红书 |
| T14 | 27 | 6 | 本科 | 教师 | 小红书 |
| T15 | 34 | 1 | 本科 | 公司职员 | 小红书 |
| T16 | 26 | 3 | 本科 | 自我职业 | 微信 |

质性资料采用主题式编码分析:(1)对转录的媒介文本进行编码。将访谈资料通过概念化和范畴化进行开放编码,归纳相似概念。在编码中反复回溯原始数据,将收集数据与女性自律健身、主体建构与自我技术理论的研究联系起来,最终形成社交媒体女性自律健身的呈现维度。(2)对访谈文本进行编码,总结和归纳主题概念间关系,形成女性健身者主体建构内容,在分析中,研究者会选取具有代表性的个人经历和观点。

2 社交媒介中女性健身者的自律呈现

通过对社交平台女性健身者自律呈现参与观察, 将发表的文字、图片和视频作为文本资料编码, 识别

出社交媒体女性健身者的自律呈现体现在3个维度: 自律健身的视觉呈现、自律健身的话语呈现、自律健身的互动呈现(见表2)。

表2 社交媒介女性健身者的自律呈现

| 编号 | 社交平台原始文本例句 | 概念化 | 范畴化 |
|-----|--|------|-----------|
| T01 | 谁懂这组图的含金量, 练出腹肌马甲线(一些早餐搭配) | 身体表征 | 自律健身的视觉呈现 |
| T04 | 健身+内调, 马甲线易如反掌, 第一步: 先降体脂, 第二步: 一定强度的各类型训练..... | | |
| T05 | 健身 LIVE, 练出翘翘蜜桃臀; 细腰翘臀真的太好看了, 谁懂呀 | | |
| T02 | 阳光是最好的滤镜, 练臂有新的突破总是最开心的事, 拍到好看的(臀部)照片第二开心 | 时空标记 | |
| T07 | 你永远可以相信早起健身, 开始很简单, 床上鞋子, 从走路散步开始, 只要你穿好衣服鞋子, 你就成功了一半 | | |
| T10 | 六点起床, 外面天还是黑黑的, 但是可以一边健身, 一边看月亮, 每天早起两个小时, 一年就多出一个月时间 | | |
| T08 | 从 106 到 88, 实况(照片)下的真实干货 | 设备技术 | |
| T09 | 2024 年健身高光时刻, 全年健身全勤(图片), 除了坚持健身房的力量训练, 还尝试了普拉提、射箭、攀岩 | | |
| T03 | 华为手环 9 早上空腹有氧+无氧, 白色确实很好看, 运动过程监测心率和热量, 效果很不错~坚持 | | |
| T06 | 今日练背, 龙门架练背教程, 图 4 是成套三个动作(V 柄下拉、V 柄划船、八字握把下拉), 图 5 是调节和位置(高度、重量、调节) | 技术话语 | 自律健身的话语呈现 |
| T12 | 自律给我自由/金刚芭比也是芭比/几个月能完成的事, 为什么要拖一辈子 | | |
| T14 | 疼痛是进步的刻度; 没有文案, 只有流汗; 连自己的身材都掌握不了, 你拿什么掌握你的人生 | | |
| T04 | 昨日消耗卡路里 478 大卡, 饮食记录早餐: 大杯美式+两个鸡蛋, 午餐: 一个燕麦包+无糖豆浆+每日坚果, 晚饭: 炒西兰花+苦瓜鸡蛋+去皮鸡扒 | 抵抗话语 | |
| T09 | 身高 160, 体重 100, 身体围度更新: 体脂 22、肩宽 42, 大臂 24, 腰围 59, 臀围 91, 大腿 50, 小腿 32 | | |
| T02 | 姐妹别焦虑, 大家都一样, 我为啥(图片)没有小肚子, 我吐气收住了而已。你不用怀疑是不是练的没效果, 女孩子吃完饭都会有小肚子 | | |
| T08 | 健身博主的真相, 两张照片同一天拍的, 只不过吃饱了和空腹的区别, 谁发照片不找个角度 P 一下, 不要和别人比, 你自己进步就好了 | 互动反馈 | 自律健身的互动呈现 |
| T13 | 饮食克制与锻炼坚持成就自我 | | |
| T06 | (评论)看到梦想的样子, (身材)太好看了 | | |
| T14 | (评论)酷美娘 MAN 平衡完美的姐姐, 哈哈哈哈哈谢谢妹妹 | 情感劳动 | |
| T11 | (评论)这就是我余生的追求了, 感觉运动确实是心理的考验, 特别是后期 | | |
| T08 | (评论)在你身上看到了自律, 请问运动做的那些呢 | | |
| T07 | (评论)姿势很帅, 上衣也好看 | 互动反馈 | |
| T08 | (评论)太赞了, 向你学习, 姐妹教一下拍照姿势 | | |

2.1 自律健身的视觉呈现

自律健身的视觉呈现包括身体表征、时空标记和设备技术, 视觉呈现遵循以下固有流程: (1)女性健身者利用健身房哑铃、杠铃、瑜伽垫器械减脂塑形的同时, 借助蛋白质、脂肪和维生素等食物和营养补剂直接作用于锻炼效果, 通过记录健身的身体数据、运动重量和数量调整锻炼、饮食计划; (2)借助手机、相机、

镜子等物质环境元素, 融合展现健身身体所特有的衣服、鞋子等健身装备, 形成视频和图片; (3)在社交媒体通过编辑、剪辑健身图片、视频和文字, 健身打卡等方式, 最终以“保持身材”为中心的自律健身以视觉呈现在社交媒体中。

首先, 身体表征是女性健身者自律视觉呈现的核心目标, 为在社交媒体表达自律健身成果, 不惜严格

进行饮食控制,如受访者 T12 指出“我比较极端,第一个月每周至少 5 天断食 20 小时以上”。而更多的人采用有规律的温和食物和器械设备维持身体成果,“小红书很多人问我练成这样是怎么吃怎么练的,我告诉她们坚持有氧加无氧,每天至少会跟练一次,有时间的话我一般早上去练一个小时高强度训练,基本各个部位都能训练到,没有时间就在家跟练半小时,很多人不是不信,而是坚持不下来,看我坚持下来,很多人也愿意去跟着我练”。自律健身已经成为女性主体和追随者在社交媒体中达成的健身共识。其次,在不同的时空标记中,身体具体化的物质性即具身可以分化出各种不同的身体样态^[14]。而在特定社交媒体中,受访者 T09 总结说“(小红书)美是要有丰富的肌肉,适当的脂肪,有腰有臀有健康的身体”。再如 T02 配图并发文“阳光是最好的滤镜,练臀有新的突破总是最开心的事,拍到好看的(臀部)照片第二开心”。可以发现社交媒体对身体特定部位进行视觉呈现,身体审美有着固有视觉体现偏好。最后,在“身体表征、时空标记和设备展示”的视觉呈现结构中,社交媒体女性自律健身不仅与身体的视觉呈现有关,也与物质、经验、技巧紧密联系。依托健身器材、智能设备等“健身锻炼”的物质技术,以此保持肌肉、身材或者体重稳定性,同时通过手机、相机等设备进行“臀部侧身”

“腹肌正面”等特定姿势展示。健身者 T08 写到“从 106 到 88, 实况(照片)下的真实干货”,通过全年形态姿势近乎相同的图片, T09 在年末发布“2024 年健身高光时刻,全年健身全勤(图片),除了坚持健身房的力量训练,还尝试了普拉提、射箭、攀岩”的特定“身体”文案。在这些“身体”文案中,除了看得见的健身设备外,视觉呈现更多是隐形的,其中内涵着女性健身者编辑健身文案时,按动手机拍摄按钮、打字编辑、拍照姿势、滑动点击按钮、剪辑视频等一系列页面信息外的物质技术。掌握技术不再只是工具,而是女性健身者与世界的关系施加了一种建构性的影响,调解人们的知觉与实践^[15],视觉呈现实现女性健身者

“自律健身”具身化和在场化的同时,在显性和隐形数字技术作用下,自律最终达成在社交媒体中女性健身者视觉呈现的隐形书写^[16]。

2.2 自律健身的话语呈现

自律健身的话语呈现通过励志话语、技术话语和抵抗话语 3 方面呈现女性健身者坚持自律健身的价值、意义与反思。首先,自律健身的励志话语不仅是身体管理的维度,对于女性自我赋权而言,它富有人生哲理。如 T14 在自己的发文中说“连自己的身材都掌握不了,你拿什么掌握你的人生”。女性健身者相信

“自律即自由”,本质上是对“想要通过身体控制获得自由意志和独立人格,获得人的尊严,就必须不断培养自己的理性能力、管理身体和反思能力”^[10]的价值认同,这是女性想要通过自律健身呈现的自我思想与精神。其次,仅有励志话语作为价值呈现并不能表达自律健身的实际行动。在社交媒体中,自律的话语呈现通常围绕包括饮食、训练计划、时间和次数的健身技术话语展开,以充分佐证自律在日常健身中的行为方式。具体包括:(1)分享和记录固定的锻炼时间和成果,如一周 2~3 次,每次时间控制在 30~60 分钟,以力量和综合训练为主;(2)分享严格的饮食摄取热量,如分享早、中、晚 3 餐的饮食记录,控制蛋白质、脂肪和碳水的合理比例;(3)分享锻炼技术,如发布“蹲腿力量训练”“减脂有氧训练”等身体全部或局部锻炼的健身动作、重量和次数。最后,自律健身的抵抗话语呈现是为呈现出一种通过自律健身获得成功“掌握”自我的能动主体^[17]。在这一过程中,话语呈现也表达了女性健身者的反思和抵抗,以构建起更加完整的自律健身话语呈现。如通过腹肌和无腹肌的对比图,表达出“你不用怀疑是不是练的没效果,女孩子吃完饭都会有小肚子”。同样的“真相” T08 也发布过,“健身博主的拍照真相,只不过吃饱了和空腹的区别”。上述案例可以发现,女性健身者通过“戳破”没有永恒“腹肌”的“真相”,抵抗“完美身材”视觉呈现的焦虑和压力。

从励志话语到技术话语再到抵抗话语,三者共同形成了社交媒体女性健身者对自律健身的认识与反思。对于受访者而言,“每月生理期前抓住可以运动的每一天,训练助力引体 12 次 42 kg,高位下拉 12 次 43 kg”是“稀松平常”的小事,一切都是为了如受访者 T04 总结的“把主动权选择权交在自己手上,在高压快节奏的生活状态中找到自己的‘掌控感’”。这表明在女性自律健身实践中,自律呈现具有话语多元和情感流动特征,认同和反思的话语结构可以在不同健身情景和情感体验下进行转换和适应。

2.3 自律健身的互动呈现

在社交媒体中,女性不仅是自我能动实践的主体,还会与其他主体产生社交互动。在自我认同赋权中,个体通过自恋式的形体保养、运动身体约束,表达自我关怀和成长^[18]。社交互动中,身体约束从自我技术上升到群体互助,进而促使女性健身者维持连贯的自律呈现。这种社交互动可能会强化女性健身者的自律呈现,这也是社交媒体自律健身呈现的一种方式。

互动呈现主要包括互动反馈和情感劳动两方面,二者相互影响,共同促进自律健身在社交媒体的表达

与呈现。一方面, 在互动反馈中, 自律是她们获得社会认同的品质和人设, 女性健身者因其媒介交往和身材成果收到反馈赞美, 激发女性健身者完成个体自我到互动的道德情感。如 T12 说“好多姐妹都夸我身材线条感绝了, 说我看似纤细实则有力, 毫不留余地分享感染更多女性同胞都去力量健身”。评论者的赞美和疑问可以使女性健身者感到自我满足和自豪, 特别是同为女性群体的认同, 强化情感体验激发女性健身者更加投入自律健身中, 自律呈现进而成为女性健身中情感劳动的重要部分。另一方面, 对于大多数女性健身者而言, 坚持分享有关自律健身视频和经验的情感带动, 能够享受互动反馈带来的自我价值感, 促进自律健身的情感表达与维持。如受访者 T02 肯定这种满足和自豪感, “通过健身我更加了解我的身体, 也可以感染别人运动, 我可以影响别人就是最好的反馈”。自律健身的互动呈现不仅是身体经验分享, 也是女性主

体进行深刻情感体验的过程, 无论是“健身一年越练越胖”的消极情感, 还是“自恋是健身人通病”的积极情感, 都促使女性健身者成为察觉和掌握自我情感的主体, 有助于提升主体性反思与批判, 也符合女性对自我成长的期待。

3 社交媒介女性健身者的主体建构

深入分析访谈资料, 可以发现社交媒体女性健身者的主体建构包括 3 个方面: 主体对抗、主体抑制、主体剥削(见表 3)。在具体的社会实践中, 自律呈现的话语、视觉和互动与主体建构的对抗、抑制、剥削互为表里、相互影响(见表 4)。“自律呈现”促使女性健身者达成主体性与真理契合, 完成自我认同赋权。如果说自律呈现是女性健身自我赋权主体建构的实现, 那么这个动态过程中, 更加涉及女性健身者如何平衡自我与技术、自我与异化的深层次技术治理问题。

表 3 社交媒介女性健身者的主体建构

| 编号 | 原始访谈例句 | 概念化 | 范畴化 |
|-----|---|------|------|
| T02 | 自我否定期特别是居家自己练的, 就喜欢看人健身房练出来的蜜桃臀 | 身体焦虑 | 主体对抗 |
| T13 | 最开始学着健身网红吃无油无糖的食物, 告别面包甜点告别中式饮食, 这样的自律建立在压抑上, 看似健康而严格, 但是这并没有让我真正的同时享受运动和食物 | | |
| T07 | 由于上半年低碳饮食加过度运动, 导致经期出走, 食欲极端不稳定, 每个月的姨妈日子都会无比焦虑和痛苦, 生理期现在还没有来 | | |
| T04 | 每月生理期前抓住可以运动的每一天, 最近训练助力引体 12*42 高位下拉 12*43 等 | 自我规训 | |
| T01 | 最近健身时都佩戴了华为 watch fit 2 手表, 除了能够记录心率, 还可以根据消耗的热量做合理的饮食规划, 比较全面 | | |
| T09 | 克制比放纵更接近自我, 心率和汗水是不会骗人的, 中年才懂内啡肽带来的成就感 | | |
| T06 | 很多人问我, 为什么 40 多岁还能保持这样的身材? 其实答案很简单: 自律 | 道德品质 | 主体抑制 |
| T07 | 最近发现 lululemon 和 montsurf 健身衣很舒服, 拍照也更显身材, 感谢商家支持 | | |
| T08 | 如果无法从食物中获得足够的蛋白质, 我推荐健身后半小时内喝 fiboo 纯净蛋白粉作为补充剂, 大部分人每天的蛋白质的摄入量都是不够的, 所以多少都得喝一点 | | |
| T09 | 3000 个粉丝以前做梦都在想文案, 到了 8000 个想明白了, 小红书这个平台目前变现能力一般, 只接过两个广告, 总收益 500 加上一桶蛋白粉, 把健身作为副业赚钱也不太现实 | 数字资本 | |
| T09 | 我了解过 100 多万粉丝的健身博主, 一年能挣大几十万, 她们做的早的, 自己开私教课程 | | |
| T05 | 健身带给我的不仅是身材, 是一种大大方方的自信 | | |
| T10 | 长期做一项运动, 运动会带给脑神经系统长期愉悦的刺激, 我因此获得力量、爆发力、耐力, 还有毅力和自信 | 自我赋权 | 主体剥削 |
| T04 | 自从每周健身三四次, 我的生活彻底开挂了, 不是单纯瘦了, 而是有了掌握人生的地气 | | |
| T11 | 社交平台信息杂乱, 你不知道她的身材是真的练出来的, 还是“科技”了, 看多了很怀疑自己的训练成果好慢 | | |
| T03 | 有段时间, 天天称体重, 测体脂, 别人一说“你健身怎么没瘦”, 就疯狂健身节食, 生酮什么的都试过, 最夸张时候 1 天 6 练, 身体完全吃不消, 休息不好, 生活工作没精神 | 自我异化 | |

表 4 自律呈现与主体建构间的相互关系

| 自律呈现 | 主体建构 | | |
|------|--|--------------------------------------|-----------------------------|
| | 主体对抗：身材焦虑与自我规训的互构 | 主体抑制：道德品质与数字资本的互构 | 主体剥削：自我赋权与自我异化的互构 |
| 视觉呈现 | 健身身体对比(蜜桃臀、直角肩)与健身身体细节对比(体脂率) | 自律健身图片、视频与浏览、点赞数量 | 力量感身体(举铁特写)与健身穿搭(运动内衣+拍照姿势) |
| 话语呈现 | 自我鼓励(如自律给我自由)与量化健身指标(训练组数、早中午晚餐) | 自律道德动员(如没人疼就去健身, 健身完浑身疼)与社交标签(#健身打卡) | 赋权性宣言(如女性不止柔美, 也可以强健、有力量) |
| 互动呈现 | 评论区的身材焦虑共鸣(如健身后吃饭后的腹肌形态)与健身日常安排(计划、饮食)指导 | 女性自律健身道德的情感支持(如点赞、互关、评论) | 如将体脂率、体重、点赞、粉丝量等数据等同于自我价值 |

3.1 主体对抗：身体焦虑与自我规训的互构

在女性健身者的主体建构中, 一方面通过情绪分享、自我疏导来对抗身体焦虑, 另一方面通过自律健身的自我感知监视、自我技术监视的实施构建规训。女性健身者对自我的理解处于焦虑和规训互构的主体对抗中, 即追求和实现自我既要自律、克制, 又要主动调节焦虑、压力, 身体焦虑与自我规训并存。

自律健身始终伴随着“身体焦虑”, 当身体焦虑具有女性特征如面临“生理期”延迟的担心时, T07 如实在个人账号中发布相关信息, “评论告诉我要拉高碳水, 去看看内分泌科, 很多人都说我也经历过这个阶段, 让我不要责备自己, 慢慢我吃的不那么节制调节好了, 生理期开始正常了”。通过情绪分享获得应对方式和鼓励话语, 帮助女性健身者调整身体和心理, 稳定自我。当提到多次放弃的念头时, 受访者 T13 说自己时常陷入自我怀疑, 再慢慢与自己和解, “最开始学着健身网红吃无油无糖的食物, 告别面包甜点和中式饮食, 这样的自律建立在压抑上, 看似健康而严格, 但是这并没有让我真正的同时享受运动和食物, 大家应该从所谓的自律中跳脱出来重新审视自己, 也问问自己, 自己的自我目的”。但当谈及成就自律健身获得的自信时, 受访者 T13 强调通过健身活动实现意识品德、行动品德、自我发展的整体性提升, “从每一件小事做起, 比如控制熬夜, 控制消费, 到学会自我节制, 才能真正驾驭自我, 真正控制和主宰自己的人生, 因为我健身, 要长肌肉, 身体会劳累, 会酸疼, 所以我会做好饮食, 睡眠更好, 吃东西更好”。

女性健身者面对身体焦虑身体状况不佳、工作无法平衡时, 会选择寻求新的健身动作、饮食和实践方案, 进行自我规训的动态调整。一方面, 女性健身者自我规训中的自我感知监视。自我感知监视包括对饮食、身体维度自我控制, 也包括明确自律健身所感受到的“身体焦虑”“刻板印象”, 她们仍会选择通过自律构建自我主体性。正如 T13 在访谈最后说: “坚持

运动是最公平的一件事, 努力了就一定会看到自己努力的成果。”另一方面, 技术监控是自我规训的规范工具, 如受访者 T11 说“健完身用 1 到 2 个小时制作笔记视频、图片, 配乐、修图、剪辑, 这些以前不敢想的现在全学会了”。虽然女性健身者能够决定什么时间、什么地点和什么环境上传健身笔记, 但是个体能够独立规划的身体风格和健身形式是极少部分, 因为健身笔记包含着健身器材的行为规范、运动设备的数字技术规范、社交媒体的审美标准。也就是说, 只要女性仍在通过社交媒体呈现自律健身技术, 那么身体焦虑与自我规训就在主体建构的“天平”两端, 需要时刻平衡和关注, 因为女性健身者的成就感源于不断调整和培养的自我控制能力, 以获得对自我的掌控感, 而物质性工具和物质性身体自然就是其中的不可或缺的环节。因此, 通过健身来缓解身体焦虑, 身体焦虑、压力也会进一步内化为女性健身者的自我规训, 这种互构往往伴随着女性主体建构的“理想与现实”的进一步对抗。

3.2 主体抑制：道德品质与数字资本的互构

在女性健身者通过身体焦虑与自我规训的互构中构建自我主体时, 往往伴随着主体建构中自我与技术对抗, 在道德品质与数字资本的相互转化、彼此强化的动态博弈中女性健身者主体建构反而会遭遇抑制。

笔者在访谈中发现, 即使是在单一的社交媒体中, 女性健身者通过践行坚持、自律等道德品质而获得的自我认同与资本收益不一定成正相关, 过度关注社交媒体上的流量反馈, 可能会导致蕴含道德品质的健身行为从自我满足转变为对外界认可的追求, 激进的健身行为削弱女性自主性, 道德品质因此被扭曲。如受访者 T09 说: “做梦都在想文案, 耗心耗力, 把健身作为副业赚钱也不太现实。”同时, 女性健身者的自律健身只是社交媒体平台货币的准入标准, “数字资本”的获取不是一劳永逸的, 需要长期坚持与分享, “商业合作”“粉丝量”的数字资本转换具有一定滞后性和变

动性^[19], 当“粉丝量”“商业合作”成为对女性主体的奖赏时, 无形中形成对“肌肉维度再度增长”“提升分享频率”的隐形契约。如受访者指出“每个月接广价格是有上下浮动的, 根据账号播放量、涨粉数量, 来定每个月不同的价格”。女性的自主性与能动性反而会受到平台制约和规定。

以上现象的出现存在两方面深层次原因, 一方面, 道德品质与数字资本二者相互转化, 塑造“自律-资本”共谋下的女性主体性。如女性健身者在页面编辑的“自律”标签, 图片和视频内容强调“早晨六点早起健身”以展示自己的时间管理能力, 将日常生活转变为道德品质的自律、坚韧、上进等品质通过话语呈现编码变为可量化的身体资本, 进而成为流量推送的“平台货币”。如受访者T09有1万粉丝数量, 涨到8 000粉丝时收获了“500元和一桶蛋白粉”的收益, 作为自律健身榜样, 她在社交媒体的道德品质展仍带来粉丝量、浏览量等数字资本转化。另一方面, 道德品质与数字资本彼此强化, 促使女性主体性接受社交媒体资本运行的规训。如受访者T09透露, “小红书博主做得好的要么是健身后的美照和视频, 要么是身材没有脸蛋重要, 不想露脸很难生存”。商业资本不仅增强女性价值感, 也使她们更愿意遵循社交媒体对自我的影响, 尽管感受到资本运行对自我的控制, 但女性健身者还是愿意通过分享健身成果获得点赞和评论。总之, 道德品质与数字资本互构可能影响女性主体建构的失衡, 如果女性健身者极易因追求“流量”认同而异化道德品质, 如过度节食、过度训练, 不仅会导致个体道德品质趋于数字资本控制下的同质化, 更会抑制身体多样性、自我接纳多元形式的流动与发展。

3.3 主体剥削: 自我赋权与自我异化的互构

尽管自律健身是一种身体控制感, 更是自我价值感的增强, 但数字技术介入会加强女性健身者间的激励、竞争与欲望, 内化并自愿服从剥削逻辑^[20]。对于数字社交媒体的女性健身者而言, 其主体剥削存在于自我赋权与自我异化的互构。

正如大多数受访者认为通过自律健身掌握身体、增强自信心和成就感, 能够实现“自我赋权”, “自律和执行力, 才是实现美丽与丰盛目标最重要的一步”。面对懒惰、拖延的人性本质, 受访者T07说, “偶尔发一些和人性弱点相关的健身设备省钱、发泄焦虑情绪, 数据也会往上涨”。而在访谈中也不难发现, 尽管自律健身中的自我赋权是一个主张积极面对建构的过程, 但是这一过程中健身心理、身体状态面临着极大的不确定性, 女性自我很容易出现动摇。如受访者T11坦言: “有时感觉自我有时不自我, 运动时自愈也是治

愈, 想过放弃, 和食物较劲, 但每次看到自己的变化, 隐隐的肌肉、逐渐明显的线条感, 还是会再度爱上自己。”更为重要的是, 这种自我价值认同往往伴随着自我赋权的失控。如受访者T03说, “长期自律两天去一次健身房, 不吃甜食, 最近两三年一直过这样的日子, 大家都说我变得好看了, 也有了些粉丝, 但对我自己就太焦虑了、完全不敢放松下来, 很容易暴饮暴食, 不敢停下来”。正因为社交媒体的自律健身呈现需要女性将有悖自律的生活方式完全剔除, 在文字、照片、视频构建的自律呈现中展现“完美”自我, 一定程度上, 因为“他者”的隐形规训, 女性自我主体性削弱并扭曲产生自我异化危机, 自我异化意味着自律健身呈现中的自我价值与自我劳动难以真正在主体建构中实现完全倾向于积极意义的平衡。女性自律健身者的初衷是抵抗传统性别秩序规训, 解放女性身体, 健身审美正在经历呈现多元化趋势。如有受访者说“原来会觉得白幼瘦好看, 屁股大是丑陋, 力量健身之后觉得屁股大是丰满, 是一种身体优势”。尽管身体审美从单纯的“瘦”到“蜜桃臀”等力量美感的转变, 但在笔者的观察中, 这种“腰细臀大”的身体审美似乎也正在形成一种女性自我剥削工具, 新的“力量感身体”审美形塑着新的一系列有关身体的话语、视觉等内容。自律健身中自我赋权的“自我”较难逃离数字技术操控下的“技术自我”, 只是“数字化自我”而已^[13], 女性主体建构在自我赋权与自我异化互构中仍存在自我剥削。

4 讨论

4.1 自律健身呈现中女性主体性的双重矛盾

根据以上分析可见, 社交媒介女性健身者的自律呈现与主体建构间相互作用、相互影响: 女性健身者的自律呈现是实现主体建构一种技术方式, 包括视觉呈现、话语呈现和互动呈现3方面, 在数字技术介入下, 女性健身者的主体建构在身体焦虑与自我规训互构、道德品质与数字资本互构、自我赋权与自我异化互构中进一步陷入“自我与技术”的矛盾张力。女性自律健身的主体建构实现于实践、感知、想象的“身体与技术”中, 最终指向数字技术驱动下自律健身中女性主体性具有“认同表达与资本规训”和“话语赋权与算法边缘”双重矛盾。一方面, 认同表达与资本规训的矛盾。社交媒体中自律健身常以“自律即自由”的自我赋权话语进行意义书写, 表面上看是女性个体表达和社会认同结果, 女性通过展示自律健身成果获得掌控身体的主动权, 但健身自律成果仍根植于消费主义逻辑中, 消费社会通过“符号-影像系统”将身

体转化为可交换的象征资本^[21]，当女性健身者以“自律健身者”人设推广蛋白粉、健身服装时，其自我赋权实则是身体与道德商品化的载体。另一方面，话语赋权与算法边缘的矛盾。女性健身者能够在社交媒体展示未经修饰的“失败”自律日常，展现反抗的主体性，如暴食后的愧疚感和反思等，试图挑战“完美自律”的平台话语叙事。但是，此类内容不能“过多”，太多会因为不符合主流标签推荐的算法逻辑而被边缘化，个体在利用平台展演自我的同时，女性健身者更多为了获得流量不得不妥协于“自律呈现”。总之，社交媒体铺设了一种崭新的自我观看的主体经验和塑造方式，但也主导着女性“标准”自我与社会主体性的生产，女性主体建构容易陷入“赋权幻象”和“隐形服从”的怪圈中。

4.2 主体建构中数字化的自我技术

福柯的“自我技术”强调个体通过训练、书写等主动实践活动塑造主体性，以此达成自我的转变，获得某种幸福、纯洁、智慧、完美或不朽的状态^[22]。波斯特认为，赛博空间正释放出巨大的幻想、自我发现和自我构建的潜能，应当能容许参与者进入想象中的世界^[23]。在社交媒体中，女性自律健身者的主体建构远比福柯提出的“技术-真理-自我”通路更加复杂。在社交媒体健身场域中，主体建构的自律呈现技术是社交媒体时代交往的艺术，用于描述当下社交媒体的这种新交往情境，形成女性健身交往方式和情境的理论规律^[24]。首先，可量化的数字道德自我技术形成，如健身笔记打卡系统、身材图片对比等技术，将“自律”转化为可量化、可比较的“数字道德”。“自律”也成为女性健身群体首要标榜和认可的伦理品质，是一项女性健身者愿意为之努力的目标，以及一种被认可称赞的人格品质。其次，数字道德的技术规训。如健身博主通过“马甲线对比图”“健身饮食控制分享”等视觉与文字内容结合，“自律”被贴上女性主体标准化生产标签，女性健身者不得不通过技术修饰迎合“完美身体”模板。社交媒体健身界面、自律标签等技术物不仅是工具，也是直接参与女性主体建构的“行动者”。最后，主体建构从自我技术转化为技术自我。在技术视角下，自律呈现的主体建构是社交媒体流量生产资料，作为平台健身经济价值链条的一环，是可以产生商业利益的道德货币。如健身 VLOG 中“凌晨 5 点起床训练”“健身 6 年后我发现……”的长期自律叙事，评论区“姐妹点赞和好评”的情感反馈，均因为高互动性内容被算法识别而获得流量倾斜，成为增加粉丝和商业价值的工具。总之，数字化自我技术中女性自律健身不再完全是女性主体能动性塑造自我的活

动，也成为连接个体、技术与资本的枢纽，在此枢纽中，女性的主体性既通过自律呈现主动建构，又被算法与数据标准隐性规训。社交媒体作为自我量化的重要媒介，不仅反映个体自我管理的理性化，也在一定程度上表现出科技对于主体的“赋魅”^[25]。在这一事实背景下，如何进一步推动算法透明化治理、对数字自我“祛魅”是女性健身者应该进一步思考的问题。唯有如此，数字化的自我技术才能真正实现福柯所言的“自我呵护”本质，而非沦为平台秩序的规训工具。

5 结语

自女性健身文化成为一种流行趋势以来，中国社会女性健身者正经历深刻的现代性意识、思想和文化塑造，社交媒体中女性自律健身呈现的是其中一个缩影。本研究提出社交媒体中自律健身的自我技术视角，不仅强调通过“视觉呈现、话语呈现和互动呈现”等自我技术构建女性主体性的积极意义，也进一步说明尽管自律健身已经成为当代女性健身者自我认同赋权的实践途径，但这其中女性主体建构容易陷入“自我与技术”的矛盾张力中，因为数字化自我技术把这一切变得更加复杂。进一步而言，女性主体建构可能在身体焦虑与自我规训互构、道德品质与数字资本互构、自我赋权与自我异化互构中对抗、抑制甚至自我剥削。那么，在当前中国社交媒体背景下，女性如何通过反思、批判和调整，减少技术、平台等外部依赖，促进技术手段与社会处境的共同改善^[26]，成为重构身体主权革命者，这还有待观察。

本研究是一次把自我技术、社交媒体和自律呈现等女性主体建构核心议题进行有机结合的尝试，以期推动对我国社交媒体女性健身文化的多重理解。还存在一些局限性：(1)仅限于对单一社交媒体的研究，未对其他社交媒体，如微信、哔哩哔哩等进行对比；(2)将自律健身视为一种普遍接受的观念，未对其进行更加细致的道德社会学和伦理学解读；(3)由于研究重点在女性，未能对男女自律健身进行更加细致的比较分析。未来研究可更细致深入对其进行道德社会学、伦理学和性别对比分析，进一步深化女性主体建构的理论探究。

参考文献：

- [1] CAMACHO M J, MACLSAAC S, RICH E. Postfeminist biopedagogies of Instagram: Young women learning about bodies, health and fitness[J]. Sport, Education and Society, 2019, 24(6): 651-664.
- [2] SOBIECH G, LEIPER S. Older women being active

- in fitness gyms: benefits or constraints? Results from a qualitative interview study (southern Germany and East Coast of USA)[J]. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 2021, 51(4): 457-467.
- [3] ERIKSEN I M. Duty, discipline and mental health problems: Young people's pursuit of educational achievement and body ideals[J]. *Journal of Youth Studies*, 2022, 25(7): 931-945.
- [4] CAMACHO M J, GRAY S. Pedagogies of perfection in the postfeminist digital age: Young women's negotiations of health and fitness on social media[J]. *Journal of Gender Studies*, 2021, 30(6): 725-736.
- [5] 贾晨, 涂炯. 身体觉醒与自我发现: 移动互联网时代城市全职主妇的数字化健身实践[J]. 体育与科学, 2023, 44(3): 42-49+41.
- [6] 张越, 杨海晨. 被拓宽的“极化”范畴: 刘畊宏全民“毽子操”健身动员的参与式观察[J]. 体育与科学, 2023, 44(2): 50-58.
- [7] 王茜. 社文化、认同与在场感: 运动健身类 App 用户的使用动机与行为研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018, 40(12): 149-156.
- [8] 张越, 翟林, 曹梅. 青年女性运动身体的在场、互动与意义生成——基于哔哩哔哩健身用户群体的网络民族志[J]. 武汉体育学院学报, 2022, 56(4): 21-27+41.
- [9] BERRY R A, RODGERS R F, CAMPAGNAC J. Outperforming ibodies: A conceptual framework integrating body performance self-tracking technologies with body image and eating concerns[J]. *RachelSex Roles*, 2021, 85(1-2): 1-12.
- [10] CASTILLEJO L A. The fitness dispositif in postfeminist healthism: Women empowerment discourses through body discipline[J]. *ASTROLABIO-NUEVA EPOCA*, 2023(31): 46-72.
- [11] MICHEL F. *Ethics: Subjectivity and truth*[M]. New York: The New Press, 1997: 238-239.
- [12] 福柯. 自我技术: 福柯文选Ⅲ[M]. 汪民安, 译. 北京: 北京大学出版社, 2016: 54.
- [13] 周永康, 马思奥, 郭立亚. 认同与承认: 青年健身群体在网络社交平台的身体表达与互动[J]. 首都体育学院学报, 2023, 35(4): 437-448.
- [14] HAYLES K, LAWTOO N. Posthuman mimesis ii-connections: A dialogue between nidesh lawtoo and katherine hayles[J]. *Journal of Posthumanism*, 2022, 2(2): 181-191.
- [15] MROCZKOWSKA D. The dialectic of freedom and discipline: An examination of the fitness field[J]. *Polish Sociological Review*, 2018(203): 345-358.
- [16] 姚云. 论康德自律的道德观[J]. 伦理学研究, 2014(1): 73-77.
- [17] TANG J, XIE Z L. Discipline and distinction in the age of the Internet: A sociological study of the fitness practice[J]. *The Journal of Chinese Sociology*, 2021, 8(1): 1-25.
- [18] 高婕. 当代消费社会中女性的消费与“被消费”的女性——基于批判的视角[J]. 国外理论动态, 2016(3): 84-92.
- [19] 汤塘. 数字资本的“生成性剥削”: 现实表征、运作机理及解构路径[J]. 中国地质大学学报(社会科学版), 2025, 25(2): 13-23.
- [20] 刘涛, 李昕昕. 如何观看自我?——作为自我技术实践的自画像及其观念的起源与流变[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(5): 10-21.
- [21] 鲍德里亚. 消费社会[M]. 全志钢, 刘成富, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014: 120-131.
- [22] 杨大春. 身体经验与自我关怀——米歇尔·福柯的生存哲学研究[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2000(4): 116-123.
- [23] 波斯特. 第二媒介时代[M]. 范静哗, 译. 南京: 南京大学出版社, 2001: 53.
- [24] 晏青, 支庭荣. 社交媒体礼仪: 数字关系情境下的伦理方案与效果辨析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 39(8): 127-132.
- [25] 王健. 自我、权力与规训: 可穿戴设备的社会学解析——以青年跑者为例[J]. 中国青年研究, 2019(12): 5-12.
- [26] 涂炯, 张超. “再造焦虑”: 数字技术嵌入下青年群体的饮食管理与身体实践[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2023(9): 132-148.