



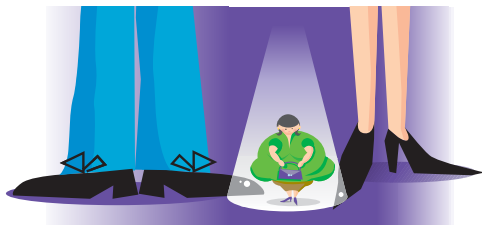
「第三屆消費文化考察報告獎」高級組季軍和最佳製作入圍獎得主——《瘦身傳說》，就是起始於佛教茂峰法師紀念中學一班中四同學有這樣的疑問：「為甚麼會出現這一種審美觀呢？」

## 不瘦身無以立足社會？

同學分析年青男女熱衷「瘦身」背後的心理，首先是因為傳媒在「影響着大眾的審美觀。……使這成了全民減肥，不瘦身無以立足社會的尷尬境地。」「使人以為瘦就是美、前衛、追得上潮流。」

反面而言，「肥胖的身軀給人一個懶惰、沒有活力的印象。這種不公平的待遇令肥胖惹人討厭。身型瘦削的人會享有更多的接納和認同。這進一步推動瘦身成為人們追逐的潮流，成為美的標準。」

影響所及，「為了表現自己有節制能力，控制自己的體重和身型是方法之一。一個瘦美的身體站出來已經象徵了高度自制和節約能力，是一種成功和值得自豪的表現。」



## 商人灌輸「瘦是潮流」的觀念

但終究「瘦身潮流是商業化的產物。……商人不留餘地向我們灌輸『瘦是潮流』的觀念，策略不外乎是將肥胖的後果事先張揚，加上傳媒的威力，最終目的離不開是希望大眾購買他們的產品。」

# 瘦身傳說

「當今世界，在人體審美的標準上，所有的觀點趨向驚人的統一：那就是以瘦為美的時代！」  
——《瘦身傳說》

## 瘦身是為健康還是想吸引人？

那其實肥或瘦有多重要呢？「瘦身的目的，是想健康些，還是想自己更加吸引人呢？」

為此，同學訪問了百多位年青男女，調查他們選擇伴侶時主要考慮甚麼條件。

原來，不論男女，考慮「身型」是重要擇偶條件的只有13%，遠遠不及「性格」重要。

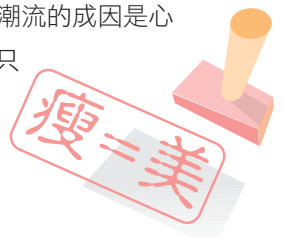
## 不滿自己身型的受訪年青男女僅6%屬肥胖

再者，據同學的調查，原來竟有7成的受訪年青男女是不滿意自己的身型。尤其介意自己腹部和大腿的肥脂。

然而，不滿意自己身型的人中，實際有多少人是真的過胖呢？同學特別取得受

訪者的身高和體重資料，以「人體質量指數」(Body Mass Index)來計算各人有否偏離標準。結果竟發現46%是屬於標準，34%甚至是偏輕。只有14%是偏重，真正稱得上「肥胖」的更只有6%。

那「瘦身」是否「庸人自擾」呢？正如同學們指出：「瘦身潮流的成因是心理多於實際因素！」只是受到「社會上主流觀點『瘦=美』的影響！」



## 運用獨立思考能力 不要被廣告的「心理攻勢」征服

同學更進一步以坊間常見的瘦身產品廣告為例，指出廣告中的種種誤導與陷阱，提醒我們作為消費者，不要屢屢為商家的「心理攻勢」所征服，更要留意產品的副作用，「不要因為『瘦身』而『傷身』」。

同學指出，我們現時面對的「處境」，好像變成了：「你可以自由選擇一肥或瘦，不過在我們不知不覺間，身體的美麗一早已被統一化、制度化，不容我們選擇了。」

「但是，作為一個有獨立思考能力的消費者，我們應該能客觀地從不同的觀點去看，不要被他人（如傳媒、廣告等）牽着走。」

那你又從甚麼角度來看這瘦身的「傳說」呢？