

SERIES BOOKS OF FEMINIST STUDIES
BY NEW GENERATION

新生代女性主义 学术论丛



主编◎荒林 刘兵

The Fashion Magazine and The Middle-class Feminine Identity——“ELLE” as a Special case

时尚杂志与中产阶级女性身份 ——以《世界时装之苑—ELLE》为个案 刘芳◎著

新生代女性主义学术论丛

主编：荒林 刘兵

时尚杂志与 中产阶级女性身份 ——以《世界时装之苑——ELLE》为个案

刘芳 著

九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

时尚杂志与中产阶级女性身份：以《世界时装之苑——ELLE》为个案
/ 刘芳著. — 北京：九州出版社，2010.3

(新生代女性主义学术论丛 / 荒林，刘兵主编)

ISBN 978-7-5108-0344-4

I. ①时… II. ①刘… III. ①期刊—关系—女性—文
娱活动—文集②期刊—关系—女性—消费—文集 IV.
①G237.5-53②C913.68-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第031678号

时尚杂志与中产阶级女性身份——以《世界时装之苑—ELLE》为个案

作 者 刘 芳 著

出版发行 九州出版社

出 版 人 徐尚定

地 址 北京西城区阜外大街甲35号 (100037)

发行电话 (010) 68992190/2/3/5/6

网 址 www.jiuzhoupress.com

电子信箱 jiuzhou@jiuzhoupress.com

印 刷 北京领先印刷有限公司

开 本 880毫米×1230毫米 32开

印 张 8.9

字 数 234千字

版 次 2010年3月第1版

印 次 2010年3月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5108-0344-4

定 价 390.00元 (全套十五本)

★版权所有 侵权必究★

新生代女性主义学术论丛

总序

荒林 刘兵

“新生代女性主义学术论丛”，顾名思义，特点在于一个新字。这是继2004年10月“中国女性主义学术论丛”和2007年9月“海峡两岸女性主义学术论丛”之后，九州出版社再度推出的中国女性主义学术成果集展。

既然是“新生代”，和前两套丛书之间，自然有相继相承的关系，它们共同体现出中国女性主义学术的知识生产自觉，如同一切创造性劳动所呈现出的创新和不重复特点，三套丛书各不相同、互为补充，以三年一波浪的形式推动着女性主义学术的成长与发展。

“新生代女性主义学术论丛”之新首先在于：推出了年轻的新的女性主义学者阵营。这是前两套丛书所没有的。时下社会上流传着对高知女性极为歧视的“北大荒”之说，甚至有将人分为“男人”“女人”“女博士人”之说，把女性的高学历和学问进行故意贬低，以孤立女性求知求真的人生实践，使得知识女性被妖魔化。丛书展示了年轻的女博士女硕士们丰富多彩的精神生活，读者将能够从她们独特的发现和深刻的思考中，体会到女性主义知识生产的魅力。也能够从她们美丽的思辩语言中，发现她们对于现实压力的抵抗能力，以及她们在专业学科研究领域中出现出来的创造性和主体性。

“新生代女性主义学术论丛”之新其次在于：丛书的新生代并不仅指年轻的新生的女性主义学者队伍，更强调女性主义学术思想的不断新生特点。正是在更强调女性主义学术思想的不断新生的意义

上，本套丛书收入了华南师范大学博士生导师王宏维教授的全新哲学论集《谁来讲出关于女人的真理？——哲学视域下的性别研究》、湖南商学院杨虹校长的《性别·商业·文学》论文集，和骆晓戈教授的江永女书研究续集《潇水流域的江永女书》，以及张红萍研究员的《中国女人的一个世纪》。王宏维教授哲学论集呈现出女性抽象思辩的力量，让人感受哲学领域中发出的女人的声音以及女人对知识生产和对当代学术的贡献。杨虹校长的学术团队把握现代商业社会的文学脉动，解读商业文化语境中兴盛的商业文学现象及其审美特性，揭示商业经济发展与文学变革的本质关系，言说风格多元，阐述见解独到，体现了女性学术合作的新成就。江永女书被认为是世界唯一尚存的女性文字，流传于湖南省江永县潇水流域，骆晓戈教授长期以来坚持实地考察与田野调查，她这本新著接续第一套丛书中她的《楚地与女书》学术工作，用更加深入的思考和全面的资料对前期的学术工作做了全新补充与论述，新的观点论及女书与明清江南才女诗歌的关系，令人耳目一新。张红萍研究员的《中国女人的一个世纪》也同样可以与她第一套丛书中的《女人，做自己》比较阅读，在新的著作中，作者有了更加开阔的思维和广阔的历史视野，由女人做自己到女人自己如何在历史中做自己，研究更加具体而有说服力。

当然地，从书所收女博士女硕士们的博士和硕士论文，既让我们看到女性主义学术师承的脉络，也让我们看到女性主义学术思想新生的丰采。这便是“新生代女性主义学术论丛”之新的第三层含义：深入独特的学科前沿专题研究构成丛书突出特色。

我们已经生活在一个光影时代，电影不只是像过去那样仅以电影院的方式影响我们，它已经通过网络时时渗透在我们今天日常生活中，电影意识形态前所未有的普及力量，考验着女性主义强有力的反思精神，柯倩婷《光影之间的性别叙事》呈现给我们几个主要的思考脉络：性别研究、跨艺术研究、重读经典。重读大师级导演伯格曼、法斯宾德电影中的女性形象，梳理茶花女、小红帽、爱丽丝、卡门等形象的流变，探讨特洛塔、萨米拉、布蕾雅、贾曼等导演颠覆（男权、异性恋）主流文化的策略，重新诠释里芬斯塔尔、斯凡克梅耶、绍拉等导演

的美学风格……全书采纳新的理论视角与方法，观点新锐、材料详实，兼具学术性与趣味性。张敬婕《女性主义媒介批评》依托传播学与性别研究的理论视角，以影像、观念、媒介形态为研究维度，对日常生活中人们习以为常的现象展开女性主义的媒介批评。对媒介制作者、传播者及受众都极具启发。得益于作者先前的文学研究功底，媒介理论批评文字优美，加上专业图片配合，给人思想阅读的愉悦。

刘芳的《时尚杂志与中产阶级女性身份》研究指出，20世纪90年代中期以来，中国的大众传媒的市场化，伴随了一个明显的性别化转型。这个转型包括两层含义：一是将女性的“时尚化”，视作“现代化”的必然条件，二是将女性的“时尚化”，作为女人本身价值的一部分加以大肆宣扬。她在专著中通过对大众传媒的女性时尚化的类型，描述和概括女性的时尚化对女性理念的影响，提出在全球消费主义的主导下，大众传媒用“现代化”话语构建的女性时尚的社会与文化的互动宣传，其实质仍是将女性“化约”为媒体娱乐和消费市场的载体，阻碍了女性真实个性的发展，以及由女性经验主导的文化实践的呈现。

自2002年博客始入中国，中国博客已经历“圈地运动”到“深耕资源”的社会化过程，对中国大众生活尤其对女性生活产生了重要影响。尽管西方女性主义提出了博客时代的女性主义说法，但国内针对女性博客进行专题研究的成果很少。余迪《中国知名女性博客的女性主义探析》试图采用文学研究与文化研究双管齐下的方法，从中国博客发展史以及当代中国女性文化入手，通过对知名女性博客的分析，对中国博客展开女性主义解读。全书在分析博客作为新技术革命的重要成果在女性空间营造、身份建构、话语实践方面所起的积极作用后，展示出女性网络生活的无限丰富与精彩，让人体会出博客时代女性主义的自然风貌。

文学领域的性别研究一直是中国当代女性主义学术的先锋和主力。本套丛书中，于闽梅《谁背叛了谁？——符号的象征与现代女性的身体》、杜凡《阁楼里的衣柜——21世纪以来大陆女同性恋文学初探》，可说是女性文学前沿专题探讨的力

作。前者从冰心、凌叔华、林徽因、石评梅到庐隐、丁玲、张爱玲、苏青、萧红，再延伸到当代的女性写作极端个案，探讨身体作为女性灵魂无可回避的他者，如何引导着现代女性叙述的展开和我们的阅读，全书展现了中国现代女性的身体为何、如何变成了整个社会欲望、不安和忧虑的生死之场，同时还说明了中国女性主义的身体写作的欲望驱动力和原理，作者用她自己的方式参与和回应了当代“身体写作”热点话题，指出：认识身体的欲望是现代女性作家以各种方式讲述故事的强大动力。“让身体被听见”，“你的身体必须被听见”，这不仅是现代的要求，也是美杜莎的微笑中所蕴含的真理。后者对于那些对女同性恋圈子颇为好奇的朋友来说，可说是一面虽然不大但绝不“走形”的镜子，它以文学之光映射出一个真实的女同世界；她们正努力走出衣柜，她们能否昂首走下阁楼？作为中国内地首部专涉女同性恋群体的同性恋研究著作，文学的想象力和研究的扎实功夫较完美结合，加上真实资料的丰富精彩，为阅读提供了相当吸引人的看点和思考面向。

当代中国艺术一直走在中国思想和人性解放的前沿。罗丽《女性主义艺术批评》为我们展示了性别视野下的当代中国艺术概貌，并从艺术史和批评史的角度，提出了女性主义艺术批评的必要与意义。全书所做的女性主义艺术批评梳理，不仅体现了作者特有的艺术敏感和性别嗅觉，也体现了当代女性艺术批评家良好的理论素养。书中精彩的艺术文本分析与美术作品一起，把读者引领到当代艺术审美前卫空间。李仲如《慧眼兰心——中国学院背景女雕塑家创作研究》则以专题研究的精深，对中国学院背景女雕塑家深厚艺术修养和精湛艺术技艺进行了细致展示，分专题进行的个案研讨，呈现出中国女雕塑家成长成才的性别特色，其中的重要作品细读，也可说是当代中国女性生活细读，既表现了研究者自身良好的艺术造诣，也反映出性别解读所具有的力度。当代女艺术批评家正在成长成熟之中，她们对于中外艺术的研读审视越来越有自己的眼力。申子辰《“她”在镜中——古希腊民间艺术的性别特征》以

古希腊艺术的暗线民间艺术为例，从生态女权主义的视角剖析了四百多件自荷马时期到希腊化时期的小雕刻（小陶像、陶灯、小铜像、铜镜装饰、宝石雕刻、珠宝首饰、货币浮雕）和瓶画，认为这些作品一方面受到官方艺术（大型雕刻和建筑绘画）和官方意识形态即奥林匹亚神统的影响，另一方面又体现出伊奥尼亚民间文化和前希腊女神信仰的强烈联系。相对于官方艺术的公共性、教育性和纪念性而言，伊奥尼亚文艺注重装饰性和日常生活，贯穿了和平的主题，表现了平民和底层大众的生活，涌现出积极的女性群像，展现了起源于爱琴文明的伊奥尼亚文化的女性精神——典范的民主、宽容的政治、平等的思想、兴旺的贸易、自由的学术。在她看来，如果没有民间的伊奥尼亚文化作为基础和推动，崇尚战神、提倡男权的古希腊人将同文化艺术永世隔绝。她并提出，在希腊人的世界这种文化遭遇着被异化的危险，希腊化时期女性形象的色情化就是这种异化的镜像，随着社会制度由母系转为父系，对人体艺术（男人体、女人体和另类裸体）的欣赏也发生了审美的变迁。

如果说影像世界、网络空间有着新媒介新传播的工具优势，文学艺术永葆着想象力的无限潜能，那么，女性学的研究则依赖着对女性历史和现实的不断重新发现而获得新意，而像人类学这样的领域，同样可以为女性主义提供更新的视角、方法和理论资源。刘世凤《索玛花的叙事——四川凉山彝族女性研究》，便是一本选题独特，研究深入的优秀博士论文。索玛花是彝族女性生活的自然环境也是彝族女性生命和爱的象征，论文以人类学的方式探讨了彝族女性生活婚恋的方方面面，对于彝族女性文化独特的历史与现实做了深入浅出论述，提供了另一种解读女性生命和权力的密码。

女性主义并不是只关心女人的问题，它更加关心人类的走向和价值取向，关心生命在不同状态的处境。女性主义是全新的世界观。人类过去和现在都是在巨大和多元的历史空间生活，在父权文明的阶段很长，有过很多成绩，值得我们研究的东西很多。典典的《阅读父权史、孔子及其他》，是第一本综

合国学和性别双重视野的文集。作者以历史为阅读研究对象，思考着历史为何如此而起作用的思想究竟源于何人，论文对于中国历史不同阶段的阅读颇多新意，如细读孔子思想，发现其教育思想中强烈的平民意识和平等自由思想，认为其仁爱理想中包含有母爱精华，并对其与当时统治者格格不入的民主思想在后来中国儒家思想体系中起到的重要作用进行分析，认为儒家思想作为意识形态在稳定国家大局中起到关键作用。而与之相对的法家思想则可能是专制统治模式的源起。也许作者的思考尚未成熟尚需完善，但用反思的方式特别是性别反思的方式阅读历史，无疑给人焕然一新的体验。

2004春天，当《中国女性主义》学术丛刊创办，中国女性主义学术生长的广阔空间已经被打开，如今六年过去，中国女性主义学术生长的迷人风景，呈现于一套接续一套的女性主义学术丛书，和众多其他性别研究丛书及专著。女性主义历来是多元的、丰富多彩而且富于解释力和强调实践的理论集合，这些中国学者的研究，也将汇入到世界女性主义研究之中，成为世界女性主义潮流的组成部分。

我们怀着心中的欣慰，迎来了世界妇女节的一百周年。在此特别感谢学者型领导朋友刘延宁大姐，她始终不渝地支持中国女性主义学术事业并常常引导中国特色的发展方向。还要感谢九州出版社和广西师范大学出版社及风入松书店，长期友好地合作使得女性主义学术获得信心和光荣。而学术与学者们同在，祝福所有致力于中国女性主义学术建设的学者朋友们，感谢读者朋友们的支持和互动。

马克思曾经设想过共产主义社会就是消除了父权（等级 / 特权）制度的“按需分配”并有“真正自由爱情”的平权社会。马克思恩格斯都认为“历史的进步是以女人的解放为尺度”。生活在社会主义国家的我们都理解“男女平等”国策与我们信仰共产主义的渊源。我们所做的一切，是为了这个世界和在这个世界上的生活与生命更加美好。

目录

1 新生代女性主义学术论丛总序

第1章 导论

- 2 第一节 研究缘起
- 10 第二节 女性主义媒介及时尚杂志研究综述
- 21 第三节 个案选择与研究问题
- 26 第四节 主要理论框架
- 35 第五节 研究方法

第2章 杂志的历史定位与社会使命

- 46 第一节 杂志简史
- 51 第二节 印刷·改革·民主化
- 54 第三节 女性杂志的出现
- 57 第四节 中国近现代杂志的肇始与妇女杂志概况
- 61 第五节 现代杂志的功能转折
- 67 第六节 桦榭—菲力帕契集团刊群及《ELLE》

第3章 时尚杂志与社会性别

- 74 第一节 性别与中产阶级文化
- 80 第二节 时尚与时装
- 87 第三节 从身体回到身体
- 94 第四节 时尚杂志的女性论述

目录

第4章 传媒中的中国女性

- 100 第一节 遭遇西方“女人”
- 105 第二节 媒介中的女性形象
- 110 第三节 “可见与不可见”

第5章 大众生产时代的文化与分层

- 118 第一节 大众文化与品味文化
- 124 第二节 文化工业的组织、生产与分配
- 130 第三节 媒介化社会中的中国期刊

第6章 从想象到现场

- 138 第一节 《ELLE》的总体描述
- 145 第二节 《ELLE》的文本解读
- 161 第三节 《ELLE》的受众研究

第7章 大众文化的意义与解读

- 176 第一节 被建构的女性气质
- 183 第二节 时装的压迫
- 189 第三节 化约与观看的美丽
- 196 第四节 玻璃鞋里的爱情

CONTENTS

目录

- 200 第五节 幸福的家庭主妇
204 第六节 一个时代的梦想、焦虑、幻想和不安

第8章 女性与认同

- 212 第一节 徘徊在边缘
217 第二节 消费与性别
223 第三节 女性与父权父系制度
229 第四节 齐美尔的女性文化论
233 第五节 解放“爱欲”

第9章 结论与讨论

——做人，也做女人

- 251 参考文献
259 附录一 访谈及参与观察对象资料
260 附录二 阅听人访谈提纲
264 附录三 杂志社访谈提纲
265 致谢

第1章：

导 论

研究缘起

女性主义媒介及时尚杂志研究综述

个案选择与研究问题

主要理论框架

研究方法

第1章 导 论

第一节 研究缘起

一、一个现象

20世纪90年代以来在中国大众传播的当代转型过程中，期刊杂志的市场化转型，呈现了两个明显的趋势：一是比较长于表达文化中抽象力量的文学期刊和学术期刊整体式微，二是大众流行期刊也出现了明显的分化重组现象。十几年前，中国大陆市场上流行的阅读刊物还仅限于《大众电影》、《中外电视》、《上海服饰》等初级阶段的大众刊物，阅读的等级制度和性别制度还没有建立起来。经过10年的发展，不仅以女性为主要目标受众的杂志占据了杂志业的大半壁江山，而且出现了明显的依受众群体的消费能力和鉴赏品味的杂志区隔和分化现象。

以1988年在上海创刊的《世界时装之苑——ELLE》（以下简称《ELLE》）、^①1993年创刊的《时尚》、1995年创刊的《瑞丽》及2005年创刊的与人民画报社合作的国际顶级时尚杂志《Vogue》^②为代表，这类女性时尚杂志（因其绝大多数消费者是女性，以下简称时尚杂志）都有着与西方发达国家进行版权合作的背景，印刷精美、定价高（20元左右），内容上侧重于服装、美

① “elle”，法语，意为“她”。

② 来自法语，意为时尚。以上3种期刊均在北京创刊。



容、情感、都市生活，明确将自己定位于有一定教育水平和经济水平的女性读者（“白领”阶层），并自我标榜为中产阶级话语的叙述空间以区别于传统的妇女生活类杂志如《家庭》、《女友》等。时尚杂志在商业上的大获成功，^①不仅使其经营方式、运作机制和出版理念急剧扩张；更重要的是这种市场化成功转型的典范对杂志业

^①2004年时尚类期刊占据了38.5%的期刊广告总量，仅《ELLE》每年约有1200万美元的广告收入。

产生了极大的影响。仅2003年就有340余种杂志改刊与创刊，全是冲着广告来，如《读者》推出《读者欣赏》，《三联生活周刊》推出《竞争力》，均将目标受众定位为高收入群体。而女性杂志更是引领风潮，如《知音》杂志社推出的《好日子》、《家庭》杂志社推出面向30岁以上知识女性的时尚期刊《风韵》、上海人民美术出版社在原有的面向成熟女性《今日风采》之外推出面向18~25岁年轻女性《今日佳丽》……这种明显的以市场定位为主导、由发行竞争转向广告竞争，期刊专业化、窄众化的趋势，形象地说明了时尚杂志已完成了对曾经风光一时的妇女生活类杂志（《知音》、《女友》、《家庭》为代表）和青年读物（如《中国青年》、《青年一代》）的取代与替代。

时尚杂志的崛起，在时间上恰好与阶级分化消费分层、中产阶级浮出水面同步；它表达的所有内容与倾向，都可视作中产阶级利益的体现；时尚杂志的性别设计，无不固守传统的“爱情、婚姻、时尚”主题；时尚杂志的受众定位，直言不讳地立足于倡导高消费，并且还要为消费附着内涵与意义。因此时尚杂志不仅标志着中国期刊的市场化转型、商业意识的培育和时尚工业的发展，而且由于其努力地将消费与人特别是女性的文化品味和素质联系在一起，自我标榜为白领丽人的标志性符号，时尚杂志便俨然成为中产阶级女性的代言人，并以具体而形象的方式创立、阐释了中国的中产阶级的女性身份定义。

二、女性的媒体再现

性别是人类社会中一项最显著的符号资源，由于媒体对形塑人们的认知有重大影响，就我们研究的时尚杂志而言，讨论社会结构、两性关系是如何通过其中介作用得到处理，就要触及到台湾学者林芳玫提出的客观真实、象征真实和主观真实三者之间的关系。^①一般认为，所谓客观真实就是类似于权威机

^①林芳玫：《女性与媒体再现》，巨流图书公司1996年版，第11-12页。

构公布的调查数据，象征真实就是媒介反映的内容，而主观真实一般被化约为媒体阅听人对社会的看法。三者相互独立，而以客观真实为最终归依。这就把客观真实看作是外在于人、自给自足如民意调查结果之类的东西。但舒茨的现象学社会学认为，人们在日常生活中积累常识，并视之为想当然、不必置疑社会真实及置身其中的行事方法。也就是说客观真实可能是一种想当然的、约定俗成的社会真实，客观、主观、象征真实三者不仅并非相互独立，而是具有互相影响、互相重叠的辩证关系。客观真实是指经长时间历史沉淀或是制度化、正当化而形成被人们视为理所当然的现象，客观真实必然已经存在于符号（象征）真实之中，才得以被保存、流传、学习，同时客观真实也必须被人们的主观意识所接受、内化，再用个人行动表达出来。媒体反映的内容是一种符号（象征）真实，媒体的象征真实是一种社会建构。既然是一种社会建构，那么就产生了一系列有待考察的问题：（1）媒体如何透过客观的社会真实来限制或决定人们的行动；（2）人们如何透过使用媒体来维持或修改自己所能了解的主观真实；（3）人们如何能以其主观的意识活动来改变它们所遭遇的客观真实。

讨论性别必须首先回到主体性问题。主体性是由语言建构的，因为，在既定的社会中语言和意义系统，已预设了限制和可能性，我们只能通过这些限制和可能性来了解自己和社會经验。拉康认为象征秩序就是父权社会秩序，父亲与语言中的位置相同，介入母子之间，扰乱了幻境中的母子一体性。父亲和律法，建构了主体性和理性的前提。屈服于父亲的律法，表示接近社会权力，对女性而言，就是进入“无”“女性”的社会位置和言说空间的父权社会秩序。既然语言并非能真正传递个人真正经验或事实的透明媒介，而是有建构主体和事实的功能的工具；那么媒介作为当代文化的中介者，是会生产出某种具有特定倾向的意识形态。可以认为，时尚杂志极力渲染、代言的中产阶级女性的文化趣味和生活方式，既是一种阶级的话语