

融合传媒改革创新论丛

媒介女性身体形象的 视觉传播研究

陈瑛/著

身体形象研究近年来越来越多地引起研究者的注意，它裹挟着视觉文化时代的劲风，正在引起人们的广泛兴趣。正如丹尼尔·贝尔（Daniel Bell）谈论当代文化特色时指出的“我相信，当代文化正在变成一种视觉文化，而不是一种印刷文化，这是千真万确的事实”，从报纸到杂志，从传统媒体到网络、移动终端媒体，人们理解自身与世界的方式越来越依赖视觉行为，视觉文化实质上是将自身生存本身转化为视觉化或图像化了。



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

媒介女性身体形象的 视觉传播研究

陈 瑛

著

身体形象研究近年来越来越多地引起研究者的注意，它裹挟着视觉文化时代的劲风，正在引起人们的广泛兴趣。正如丹尼尔·贝尔（Daniel Bell）谈论当代文化特色时指出的“我相信，当代文化正在变成一种视觉文化，而不是一种印刷文化，这是千真万确的事实”，从报纸到杂志，从传统媒体到网络、移动终端媒体，人们理解自身与世界的方式越来越依赖视觉行为，视觉文化实质上是将自身生存本身转化为视觉化或图像化了。



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

媒介女性身体形象的视觉传播研究/陈瑛著. —武汉:华中科技大学出版社,2017.3
(融合传媒创新改革论丛)
ISBN 978-7-5680-1678-0

I. ①媒… II. ①陈… III. ①女性-社会生活美-研究 ②传播媒介-符号学-研究
IV. ①B834.3 ②G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 073699 号

媒介女性身体形象的视觉传播研究

陈 瑛 著

Meijie Nüxing Shenti Xingxiang de Shijue Chuanbo Yanjiu

责任编辑:唐诗灵

封面设计:原色设计

责任校对:马燕红

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉鑫昶文化有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

印 张:11.5 插页:2

字 数:227千字

版 次:2017年3月第1版第1次印刷

定 价:49.80元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

序言

前些年还不太突出的身体形象研究,近年来越来越多地引起研究者的注意,它裹挟着视觉文化时代的劲风,正在引起人们的广泛兴趣。正如丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)谈论当代文化特色时指出的,“我相信,当代文化正在变成一种视觉文化,而不是一种印刷文化,这是千真万确的事实”^①。从报纸到杂志,从传统媒体到网络、移动终端媒体,人们理解自身与世界的方式越来越依赖于视觉行为,究其本质,视觉文化实质上是将自身生存本身转化为视觉化或图像化了。

视觉文化表现的不仅是用眼睛去看世界,更是要去建构眼睛与可见世界之间的关系。这里既有“看”的意蕴,也有“被看”的意蕴。作为人们每天必须接触到的自己的身体,也在这种看的系列之中。人们无论是直接地看自己身体的各个部分,还是借助镜子一类的中介看自己的身体,借助他人之口“看”自己的身体,甚至是借助于报刊文字、影视图画更加间接地“看”自己的身体,都属于“看”的范畴。人的身体的这种“看”与“被看”及其建构的形象,就融入到了社会的意识形态之中。

无论是历史的原因,还是社会文化的原因,甚至是社会心理的原因,女性身体及其形象往往是视觉文化中最突出的关注点。比如:在各类纸质媒体的封面上,美女图片占了一大半;在各类广告刊播中,女性身体及其形象往往是它们的一大卖点。有关女性主义的研究认为,在这种“看”中隐藏着一种男女之间的不平等现象,比如,电影中的女人往往是被展示的对象,而男人总是这些对象的观看者。这类问题也一直是学界反复讨论、不断研究的一个热点问题。

关于这方面的研究,在不同时期是不一样的,在不同领域也是不同的。对于女性的身体形象,文学中的小说有建构、有研究,影视中的电影、电视剧有建构、有研究,艺术中的歌曲、戏剧、舞蹈、绘画有建构、有研究,传媒中的报纸、广播、电视、

^① 丹尼尔·贝尔. 资本主义文化矛盾[M]. 赵一凡,等,译. 北京:生活·读书·新知三联书店,1989.

杂志、书籍有建构、有研究。从建构主体来看,有男人笔下女性身体形象的建构,有女人笔下女性身体形象的建构;有学者文章中的女性身体形象的建构,也有演员表演中的女性身体形象的建构,还有民众言谈中的女性身体形象的建构,等等。那么《中国妇女》作为全国妇联的机关刊物,又是怎样建构女性身体形象的呢?

从这样的研究视角入手,陈瑛博士的专著《媒介女性身体形象的视觉传播研究》,选取了《中国妇女》1949年至2013年的封面图像及插图开展研究,将女性身体形象的视觉传播放在特定的社会背景中加以考察。

她所做的思考是:各媒介中的女性身体形象意味着什么?女性身体符码的铺天盖地是女性在社会、政治、经济、文化中的地位和作用日益重要,还是女性进一步落入男权文化与消费社会的陷阱?是女性自我解放与发展的形象日益提升,还是进一步被物化、工具化、商品化的视觉呈现?在图像文本的表层叙事背后,体现了怎样的文化意义?对于《中国妇女》,它各个时期女性封面图像与女性身体形象再现的互动关系是什么样的,对女性身体的再现有着怎样的时代特征?女性媒介在女性身体塑造、女性话语建构和女性解放进程中究竟扮演了怎样的角色?

这样独到的研究视角,就使这个研究的选题具有比较重要的意义。既能够站在历史的角度审视半个多世纪来在社会变迁中我国媒体对女性身体形象的展示及其形象建构,也能考察作为主管妇女工作的全国妇联机关刊物是怎样既站在官方的立场上与政府的大政方针保持一致,又站在妇女的立场上展示女性话语,讨论女性解放。从这个视角观察60多年来《中国妇女》在女性观念、女性文化、女性话语方面的变化并探讨变化的原因。

研究一个媒体60多年的女性身体形象的建构问题,时间跨度大,资料庞杂,研究涉及的变量也很多,操作起来十分困难。陈瑛博士在课题研究中,使用了量化研究和质化研究相结合的方法,系统考察了1949年至2013年《中国妇女》的封面,借助相关理论进行了深入的研究,从纷繁复杂的各类关系中寻找出“政治文化”(1949—1968)、“性别文化”(1978—1990)、“消费文化”(1991—2013)三个文化观测点,以探讨《中国妇女》对女性身体形象的建构。这种巧妙的安排,化繁为简,抓住了关键,提升了研究的可操作性,为整个研究的顺利展开奠定了基础。

在考察政治文化主宰时期(1949—1968)媒介对女性身体形象的建构时,陈瑛博士发现政治化劳动型女性作为典型的代表,在《中国妇女》封面上占据了主要的位置,媒介塑造的女性身体形象为社会主义建设时期各个行业中的女性先进分子。封面往往以女性生产劳动的公共空间为背景,人物大都穿着工作服,昂首挺胸。她指出,在政治文化主宰的年代里,媒介遵从国家以促进妇女解放为目标的理想,在打造典型形象时最直接的方法就是打造劳动生产型女性的身体形象。这些女性身体形象的背后是女性当家做主的幸福,也是国家政治理念一体化的产物。这是中华人民共和国成立初期女性身体松绑和获得自由的社会政治空间,媒

介努力塑造“政治一体化”的女性角色,以及女性集体认知的无意识的结果。在政治文化主宰的年代里,我们看见的政治化劳动生产型的女性身体形象的视觉特征是“无性、无色、无情、无爱、无欲”,是媒体对女性形象“反身体”化塑造和政治一体化的有意遮蔽、忽略。在统一思想、统一意志的政治环境中,大众普遍表现为认同并仿效这种形象,女性群体“失落于历史视域之外”,这些观点有深刻的见解。

随后在考察性别文化凸显时期(1978—1990)媒介对女性身体形象的建构中,陈瑛博士发现,在“改革开放”大潮的推动下,在新的文化批评话语启蒙下,《中国妇女》的女性身体形象逐渐向传统的女性身份本位回归,甚至越来越性感化。它的封面在用生活化、日常化、人性化的力量唤醒女性性别回归的同时,大大推动了妇女真正解放的进程。传媒中的女性不再受过去生活的束缚,也不再展示她们对政治方面的要求了。她们有了自己的生活追求和兴趣点,按照自己喜欢的方式去生活。她敏锐地指出:这是这个时期社会生活去政治化后女性日常人生化的环境,性别文化场域形成的内驱力对女性性别的展示,以及媒介生存的多样性竞争对女性身体形象传播需求选择的结果。她认为,去政治化语境对女性身体形象具有视觉唤醒作用,这种宽容以及个性解放让女性角色多姿多彩,也让女性的意识更加开放,使女性身体形象得以更加自由的展现。这种身体形象在媒介封面上敢于自由展现,是一种自我释放,更是一种自我回归。

在考察消费文化主导时期(1991—2013)媒介对女性身体形象的建构中,陈瑛博士发现,在市场经济快速发展、消费主义文化兴起的背景下,在《中国妇女》的封面图像中,最常见的是著名演员、通俗歌手、时装模特的特写镜头,以及各种各样的明星。她们看上去个个“现代”、“美丽”甚至“性感”。她们展示的是女性的衣饰、容貌,以及自信的眼神等。她批评道:媒介塑造的图像主题就是“视觉狂欢化”,把女性身体形象作为消费的对象来看待。她指出,这是消费文化对女性身体形象的制造,媒介市场化对女性身体形象的异化和碎片化的塑造,以及女性自身在经济物化的环境里和在消费文化浸润的社会中的自身选择。在市场经济自负盈亏的压力下,在消费文化的裹挟下,《中国妇女》这份官方主导的女性杂志在对女性身体形象的独特呈现方面,也留下了消费主义文化的痕迹。她大声呼吁:这种媒介对女性身体形象的异化和工具化,是需要我们警惕的。

本书在研究方法上也有可圈可点之处。作者较好地结合量化研究方法和质化研究方法,尤其是引入“颜面指数分析方法”、“图像直观分析方法”、“符号阐释分析方法”等对女性身体形象的多维解读。这些方法在研究中互相映衬,彼此之间的交叉解读有助于理解不同社会环境下女性身体形象的视觉建构问题。

而从理论创新的尝试来说,本研究首次将女性媒介中的图像文本纳入系统的研究中,综合运用图像学、符号学、视觉传播学、视觉文化社会学等学科理论,考察女性媒介中的视觉文本,以探讨女性媒介中女性话语的生存样态及其背后的意

义。她尝试了多种理论的综合运用,弥补了图像研究方面的不足,尤其将图像转向理论方法应用于本研究,把图像提高到和语言相同的中心地位,从图像的符号学转向图像的在场和本体论。尽管研究尚有一些不足,但仍不失为一个比较成功的尝试。

作为陈瑛在华中科技大学攻读博士学位期间的指导老师,我为她的这种研究上的开拓精神而高兴,也预祝她的专著成功出版,并向广大关注媒介研究、女性研究的读者推荐这本值得一读的新书。

申 凡

2016年4月于喻园

目录

第一章 绪论 /1

第一节 文化转向与视觉传播 /1

第二节 身体形象的视觉化研究 /9

第三节 女性媒介样本 /38

第四节 身体形象研究的多维视角 /39

第五节 研究价值和创新 /45

第二章 理论基础和整合框架 /47

第一节 核心概念 /47

第二节 媒介女性身体形象视觉性研究的理论基础 /50

第三节 女性身体形象视觉传播研究的整合框架 /57

第三章 政治文化主宰:媒介女性身体 形象视觉性的“遮蔽” /62

第一节 引论 /62

第二节 图像直观分析:政治化劳动生产型女性 身体形象解读 /64

第三节 符号意义建构 /77

第四节 效果评价及成因探析 /81

第四章 性别文化凸显:媒介对女性身体 形象视觉性的“唤醒” /88

第一节 引论 /88

第二节 图像直观分析:女性身体形象的自我 释放与回归 /95

第三节 符号意义阐释:展示性客体与女性性别 形象的情感体验 /100

第四节 传播效果评价及成因探析 /104

第五章 消费文化主导:媒介女性身体 形象的视觉“狂欢” /110

第一节 引论 /110

第二节 图像直观分析:视觉狂欢化的媒介 女性形象的多样化 /123

第三节 意义建构阐释 /128

第四节 传播效果评价及成因探析 /130

第六章 结论:女性身体形象视觉 重塑的几个原则 /135

第一节 女性身体形象的主体性再认知原则 /139

第二节 媒介对女性身体形象的重塑原则 /140

第三节 视觉文化对女性形象的重构原则 /143

附录 /147

附录 A /147

附录 B /152

参考文献 /168

后记 /176

绪论

第一节 文化转向与视觉传播

一、研究动因

我们所处的时代是一个图像传播盛行的时代,图像传播盛行可以看作一个新型的视觉传播时代的来临。在视觉传播中,各种各样的媒介在选择图像时都不约而同地专注于一个重点——身体,其中,女性身体愈来愈显示其特有的复杂性和矛盾性。

有关视觉传播的研究,国内外学者著作颇丰,概括起来有三类:一是从传播的形态来命名的“视觉转向”或“图像转向”的研究。这一转向在美国哲学中体现为皮尔士的符号学,以及后来古德曼的“艺术语言”。二是从传播思想界为主的现象学派对图像想象的构建研究。例如,德里达对“语言中心论”的鄙弃和转而对人写作的关注,法兰克福学派对文化工业和媒介性质的思考与批判,福柯所揭示的权力/知识历史中话语的和视觉的事物之间的断裂,还有维特根斯坦从早期的“图像论”向后期理论的转变。另一位美国学者尼古拉斯·米而佐夫则在《视觉文化导论》一书中也指出,我们生活在一个充满图像的世界里,现代人们把观看图像看作生活中很重要的部分,“在这个图像的旋涡里,观看远胜于相信。这绝非日常生活的一部分,而正是日常生活本身”^①。三是从文化的发展主因来探讨的研究。南京大学周宪教授是国内较早关注视觉文化的学者,在多篇关于视觉文化的论文中,他分析了视觉文化成为我们时代文化主因的原因:一是视觉性成为当今一个突出的文化现象;二是图像对文字的优势地位越来越明显;三是对外观的关注尤其对身体的关注超过了以往任何时代;四是人们对视觉快感的普遍欲求。^② 复旦大学

① 尼古拉斯·米尔佐夫. 视觉文化导论[M]. 倪伟,译. 南京:江苏人民出版社,2006.

② 周宪. 视觉文化时代的来临[N]. 解放日报,2004-07-25. 以上观点还散见于他的其他相关论文。

视觉文化研究中心主任孟建教授也持相同看法,他认为,视觉传播以它的直观可感性见长,而以语言为中心的传播则以理性思辨耐人寻味。随着科技的发展,我们可以看出,现在的传播逐渐从理性的语言转向感性的图像。此外,还有一些学者将当今时代称为“读图时代”、“电子时代”、“图像时代”、“视像时代”、“图像社会”等等。虽然表述方式不尽相同,但大都对视觉文化成为当今时代文化的主要形式表示认同。

既然媒体内容的生产和消费已受到日渐强势的视觉文化的巨大冲击,视觉形象摒弃了非视觉化的文字、声音,并最终在传媒领域大行其道且呈现出迅猛发展的趋势,甚至形成了“视觉垄断”,那么这种文化的视觉转向带来的不仅仅是传媒的视觉化转型,更是整个传媒业的大变革。

在视觉文化占主导地位的媒介中,信息资源已被高度视觉化,人们获取信息资源时,更多地用眼睛“看”,也就是“可视化”。“可视化”是最自然、最直接、也是最重要的手段,通过“看”积累的视觉经验在人们大脑中产生的印象是便捷的且最易吸收的,为人们解决问题提供了重要经验和方法。视觉文化的转向不仅对人们的价值观产生了深远的影响,还在阅读与思维方式上给人们带来了意想不到的影响。

人们在“读图”时获得一种享受性的感官体验,当然,频繁的视觉体验会让大众表现出一种浅显思考、过度依赖、内心空虚甚至游戏人生的心理状态,还可能产生消费主义与享乐主义的思想,伴随而来的还有颓废和人生虚无。

总之,传媒文化的视觉转向已成为一种不可逆的趋势,对社会生活的影响也越来越明显。平面媒体及其延伸的网络媒体中图像化视觉传播如何在强调主题和内容健康、传播积极正能量的前提下,利用视觉传播的优势,扩大影响力,成为必须要面对的问题。同时,视觉文化转向对人们价值观与思维方式的影响,也是值得我们深入研究的课题。

虽然已有不少学者将文化的转向归结为消费社会的兴起,以及伴随而来的消费文化及市场的推动,但正如南京大学周宪教授指出的那样,视觉文化涉及当代文化的方方面面,从历史的维度看,它属于传媒发展与消费社会结盟的产物;从逻辑上理解,它是一种话语文化的建构;从表征上看,它是一种图像文化。还有学者认为,在人类所从事的实践活动中,感性经验处于最基础的地位,且视觉经验在感性经验中占据主导地位,感性经验与视觉需求及视觉文化之间的联系非常紧密,因而探讨视觉文化迅猛发展的势头成为重要的研究课题。笔者的思维焦点将着眼于女性媒介中的视觉封面选取,研究:是什么因素导致当下视觉文化的形成,又是什么原因带来如此迥异于传统特征的视觉选择?是什么导致当下视觉文化的浅显性、虚拟性特征?消费市场的形成、后现代文化的浸润、媒介大变革等因素都可能导致视觉文化形成稳定性特征,那些呈现肤浅化、虚拟化和表征化的背后蕴

含着丰富的文化积累和转型。在此,我们想进一步探讨的是:在当时的社会、文化和媒介背景下,视觉文化遵循了怎样的视觉审美理念和原则?这些理念和原则所创造的视觉性形象选择又何以吸引了当下人们的眼球?问题的切入需要了解视觉传播的转向并且寻找适当的文化观测点。美国学者米尔佐夫指出,我们在不同文化时期可以用不同的文化模式把握和再现世界。而今,当文化转向以视觉的方式把握和再现世界的时候,我们可以说,一幅画有树的画被用来指涉树,并非因为它在某些地方真的像树,而是因为观看者承认它是在再现树。因此,随着时间的推移,再现模式会发生变化,或是会遭到其他再现手段的挑战。简而言之,“看”并不是相信,而是阐释。他还进一步指出,视觉文化的主要任务之一是要去理解这些复杂的图像是如何汇聚在一起的,当再现现实的一种方式丧失基础后,另一种就会取而代之,但前一种也不会就此消失。也就是说,人们对视觉对象的再现方式和手段是在不断变化和转换之中的。当新的方式和手段出现时,人们往往会忽略以往的方式和手段。事实上,既有的方式依然存在,只是不在人们视线的焦点之中而已。在笔者看来,从纵向的维度和空间的维度来综合考量视觉传播中女性身体形象的视觉性选择及传播效果,是值得关注的重大而有趣的课题。

我们研究媒介女性身体形象的视觉传播,离不开当下的媒体呈现范式,尤其是视觉文化转向带来的生活方式及观看方式的转型。科学技术发展的高度视觉化,曾经或将进一步引起一系列关于如何界定文化的探讨与争鸣。研究女性身体形象的视觉传播就需要从历史的文化节点入手,更应该关注不同文化观测点对女性身体形象的视觉性选取的特别意义。在这种程度上,女性身体形象传播可以视为现代社会中的政治、经济、文化之间错综复杂的关系与图像转向之间的关联。这也意味着视觉文化是伴随着当代科技的发展和文化的转型而出现的一种新型的文化形态,它使人们对文字阅读的兴趣逐渐转向对图像的迷恋,在某种程度上标志着“后理论时代”的来临和理论功能的转变。

女性身体形象通过媒介封面图像中的各种奇观影像和封面故事提供神话和资源等,这些神话和资源背后隐藏的意识形态逐渐深入人们的日常生活,不仅成为人们无法逃避的符号追踪,而且成为亿万人形成道德和伦理观念的主要资源。杂志或各种视觉媒介通过以图像为主因的文化描述的各种奇观影像和封面故事,主宰着人们的休闲时间,塑造着政治观念和社会行为,为创造认同性提供了种种材料,促进一种新的日常生活结构的形成,参与形成某种今天世界上许多地方的多数人所共享的全球文化。这就是人们所称的“视觉文化”。在某种程度上,女性身体视觉形象成为进入互文性对话,并融入多元世界的窗口。詹姆逊指出,现代主义艺术的特征是深度的时间模式,而后现代则明显地趋向于平面的空间模式。这一判断实际上是主张后现代文化就是一种视觉文化,平面性和视觉化成为这一文化的“主因”。波德里亚强调,在从生产性社会秩序向再生产性社会秩序转变的

过程中,技术与信息的新形式占核心地位。媒介中的视觉形象选择和再造,就是在再生产性社会秩序中,人们用虚拟的、仿真的甚至是构建的形象不断扩展,按照既定的方式来构建社会,因而消解了现实世界与表象之间的区别。^①

研究女性身体形象的视觉传播离不开视觉文化传播的大环境,这种被认为来自人文社会科学研究的重要思潮,更像是一个硬币的两面:一面是来自时代变迁带来的政治、社会、经济和社会生活的转型;另一面是来自文化与传媒自身的转向。其中,文化与传媒自身的转向打破了传统学科的界限,为传播和媒介研究提供了全新的视野和研究方法,它要求我们深入探究传媒文本背后的权力关系,使传媒研究从“工具理性”转向“价值理性”。^②

如果说视觉文化的学术起点是重新认识人类围绕图像而获得的各种视觉经验,那么视觉文化研究在当前的发展,则使它以“视觉性”为基点去重新认识文化的形而上性质。当视觉文化兴起时,西方学术界正在经历“文化转向”,它受社会的推动并迅速波及其他学科,研究对象的社会文化结构成为首要考虑的因素。

研究女性身体形象的视觉传播的起点和前提是要厘清视觉经验的文化性。其学术理念注重当下日常经验,强调把对象语境化,跨越学科壁垒,以问题和对象为中心建构知识谱系,典型地体现了“文化转向”以来西方学术的走向,显现出与文化研究的亲缘关系,女性身体形象的视觉化传播研究的起源是多源性的,可从以下几个节点来考察:

其一,女性身体形象的视觉传播纳入艺术史研究的范畴。身体的视觉审美艺术研究受到“文化转向”影响,可以在具体的身体形象分析中引入社会学、文化学,把图像的形式、风格的形成作为一种历史文化现象来考察。

其二,女性身体形象的视觉传播纳入西方60年代以来的一系列艺术运动的考察中。在研究中引入的图像理论分析多次涉及传统的艺术制作、卓越的艺术审美等,也借鉴了西方的视觉艺术运动如波普艺术、极少主义、观念艺术、装置艺术等,极大地挑战了传统艺术观念,艺术品与非艺术品的区别模糊甚至消失了。

其三,女性身体形象的社会现实建构。随着科技的发展,社会从未像现在这样被视觉艺术裹挟,在艺术领域之外,视觉经验的丰富与复杂程度也是前所未有的。城市景观、数码拟像、大型购物中心、各种身体展示,不仅使海量图像充斥我们的感官,也实实在在地介入我们的日常生活。图像不只是对现实世界的再现、反映和表征,更是对社会现实的建构。

对视觉文化研究而言,文化研究是它的主要学术资源之一;对文化研究而言,

① 常新.“读图时代”的镜像——视觉文化当代转向的文化学考察[J].长白学刊,2013(4).

② 常新.“读图时代”的镜像——视觉文化当代转向的文化学考察[J].长白学刊,2013(4).

视觉文化是它一定要纳入的研究对象。“视觉文化”的提出,本身就是西方学术“文化转向”的一个知识成果,在经历“文化转向”的西方学术轨道上,视觉文化研究是后起之秀。无论它自己是否愿意承认,它确实从文化研究等先行者那里得到了诸多思想的半成品,但这并不意味着视觉文化研究缺少创见,缺少自己的宏观理论建构。最引人注目的是,视觉文化研究把当代文化阐述为一种新的文化模式。

当代文化发生了“图像转向”(pictorial turn),这是视觉文本研究的基本判断。立足于此,不仅研究重心转向着重分析图像和视觉经验的文化性,而且社会文化的发展本身也走到了新的历史阶段——由印刷文化转向视觉文化,因而“视觉性”(visuality)构成了当前文化的基本性质。由此,视觉文化研究扩大了自己的研究视野,指向的不是视觉对象本身的物质性或可见性,而是看的行为,是隐藏在看的行为中的全部结构关系或者说对象的可见性何以可能的条件。^①在此意义上,视觉文化研究如同符号学研究,已经从一个具体的研究领域转化为一种研究人类全部经验的方法论。这样的转变正好触及文化研究着力较少的区域。“文化转向”的初衷与文化研究的主要方向都集中于探讨人类实践及其产品中的具体社会文化结构,反对一切抽象化本质,是对后现代学术“反理论”倾向的回应。因此,文化研究的领域虽包含很多方面,却较少甚至放弃了对文化的总体性思考。

“视觉文化”的提出沿袭了图像的社会文化结构的方向,但当它提出文化的“视觉性”时,即已打开了“文化转向”的另一通道,有可能建立一种新的关于文化的总体性质的理论。这或许是视觉文化研究给“文化转向”带来的最大影响,使后者从探讨各种具体对象的文化性转而反思文化自身的性质与建制,而“文化转向”的学术思潮要继续发展,这也是必经的一环。视觉文化研究重启总体性理论建构的设想,追问文化的本质,追问“视觉性”的认识论意义,这是在“文化转向”和文化研究以社会学为主导的学术模式中重新恢复哲学的维度。

顺着文化的视觉转向研究和视觉传播学研究的脉络,可以得出以下结论:

首先,有关女性图像所构筑的世界丰富性和复杂性的研究需要深入。如今,各类图像充斥我们的世界,其中,女性图像已经成为社会生活中的一种重要力量,如同经济力量和政治力量。女性图像在视觉媒介中占据了重要位置,媒介通过选择女性典型视觉形象来传播一种文化理念,建构一种文化样态。在这里,图像已经占据了文化的大片领地,女性视觉形象中最重要的元素,便是女性视觉形象的丰富性和复杂性,从这种丰富性和复杂性的女性视觉形象角度来考察社会、经济、

^① 周宪.文化的转向:当代传媒与视觉文化——看的方式与视觉意识形态[J].福建论坛(人文社会科学版),2001(3).

历史、文化的变迁是可行的。

其次,视觉传播的研究可以带来思维范式的变革。视觉文化传播可以看作是对女性生态文化的开发和改善,也可以看作是女性生态文化的形成。而媒介中的女性身体形象的开发和利用更有可能带来一种新的传播观念的形成和变革,也就是说女性身体形象的传播研究就是探索一种新的思维范式。

总之,本研究基于以上学者丰富的研究成果,立足于图像本体,重点解读在视觉文化兴起的时代,媒介通过图像所建构的女性身体形象的本体及其生命意义,探讨在社会语境中,女性形象的文化功能和政治功能,注重女性图像中对象的意义或意识形态编码。我们在方法论上将运用图像直观分析法、颜面指数分析法、符号学和权力话语分析法。

二、问题提出

“女性身体”从来都是传播媒介中的一个有力符号,如今,各种大众媒介更是充斥着令人眼花缭乱的女性身体符码。那么,媒介中的女性身体形象意味着什么?女性身体符码的铺天盖地是女性在社会政治、经济、文化中地位和作用日益重要,还是女性进一步落入男权文化与消费社会的陷阱?是女性自我解放与发展的形象日益提升还是进一步被物化、工具化、商品化与格式化的视觉呈现?在图像文本的表层叙事背后,体现了怎样的文化意义,隐藏着怎样的意识形态企图?诸如此类的问题,都是女性主义媒介研究一直关注的问题,并且进行了大量的研究,其基本研究路径主要是内容分析。内容分析法对传播内容进行客观、系统的分析及量化,并对具体内容进行描述。它对传播内容进行表象的聚合、对焦,但有一定的局限性,那就是对文字的深层意义缺乏充分把握,对表层背后的隐含意义缺乏深入解析,对表象背后潜藏的意识形态缺少深入探究。显然,传统的内容分析方法和研究范式与图像文化和图像传播盛行的当今时代有些方面不相适应,这种方法只能说明社会不平等的表象,却不能检视为什么不平等。要揭示文本的深层意涵,如意识形态的权利操作分析,就必须在内容分析法的基础上适当运用新的研究方法,找寻社会性别偏见的原因,从背后的意义来阐释整个宏观社会的变迁,以及从性别的资源整合和分配中去考察文化的变迁,真正揭示社会性别不平等的内在机制。^① 符号学或语言符号学就是这样一种非常重要的“质的分析方法”,尤其是在当今图像文化和图像传播盛行的时代,它更能体现其特有的优越性

^① 曹晋. 媒介与社会性别研究:理论与实例[M]. 上海:上海三联出版社,2008.

与可操作性。符号学认为,几乎任何事物都可以看作一个符号。历史上,女性的身体提供了非常有力的“符号”,媒介产品也充满了那些符号,符号学家致力于研究符号体系中的符号如何结合建构意义,在符号编码中检视符号横向的联系和纵向的关系,从贯通中探求文化的意义,在文化意义的土壤中寻找符号的明显意义、潜在的文化意义和社会权力运作的意识形态。符号学方法能够对意义的结构进行深入揭示,从而超越了仅仅统计妇女在文化形式中出现频率的方法,因此正成为女性主义媒介研究中的一种重要路径与研究范式。

笔者认为,在视觉文化背景下,大众媒介高度发展,作为一种值得关注、解读的现象,身体成为最流行的话语。人们从谈受理性的灵魂到开始谈论身体,从理性的以语言为中心到直观可感的图像感性形态。媒介再现的女性形象是以女性的身体形象为主。在这种话语下,女性的主体性丧失的可能性值得关注和探讨。也就是说,女性话语的构建首先要正确对待女性身体这一实体,正确处置了媒介中的女性身体形象,也就摆正了女性话语的自身位置,争取到了真正的女性平等。各种媒介对女性图像的应用,必将使女性的力量逐渐从女性自身的革命转移至女性身体这个主体。

基于以上动因,在所有大众传播媒介中,最具有女性社会性别意识的传播媒介无疑是女性媒介。

本研究的核心问题是:

(1) 各个时期女性封面图像与女性身体形象再现的互动关系:在女性媒介的视觉性传播中,对女性身体形象的视觉刻画是怎样的?对女性身体的再现有着怎样的时代特征?

(2) 媒介中女性身体符码与意义生成及其表现:女性媒介在女性身体塑造、女性话语建构、女性解放进程中究竟扮演了怎样的角色?

(3) 媒介女性身体形象的视觉传播的环境及其原则探讨:女性媒介如何正确致力于女性身体形象的视觉传播?如何通过改善女性媒介的文化环境,进而改造女性的生存环境,消除两性差别,营造良好的女性生存生活环境,并在中国女性解放进程中发挥应有的作用,承担应有的责任?

围绕上述问题,笔者将以当代中国女性媒介(本文将选择1949年至今的《中国妇女》的封面及插图)为研究样本,借助符号学、图像传播学以及女性主义媒介研究的相关理论和研究路径,探讨在当代中国女性媒介中女性身体形象的视觉传播。换句话说,本研究将着重关注女性媒介中的视觉文本,探索女性身体形象在女性媒介的视觉世界的生成与传播,以及其意欲表达和无意表达的信息。我们不