



永远的芭比



四十年的女性时尚

[美] M.G. 罗德 著 阎蕙群 译

内蒙古人民出版社 ☆ 百世·文萃 ☆ 女性成长空间

★★★★★

百世文库

永远的芭比

四十年的女性时尚

[美] M.G. 罗德 著

阎蕙群 译

内蒙古人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

永远的芭比/[美] M. G. 罗德著; 阎蕙群译. —呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1998. 10

ISBN 7-204-04414-2

I. 永… II. ①罗…②阎… III. 女性-社会心理-研究-美国 IV. D447.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 28502 号

永远的芭比

四十年的女性时尚

美] M. G. 罗德 著

阎蕙群 译

内蒙古人民出版社出版发行

(呼和浩特市新城西街 20 号)

天津蓟县印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 11 字数: 250 千字 插图: 26 幅

1998 年 10 月第一版 1998 年 10 月第 1 次印刷

印数: 1-10000 册

ISBN 7-204-04414-2/C·44 定价: 20.00 元

目 录

1/颠倒众生的芭比 1

有一个把芭比视为传统玩具并且热切地想要把芭比介绍给女儿的母亲，便会有另一个想把芭比扫地出门的母亲。但无论如何，如今全世界每一秒钟便会卖出两个芭比娃娃！

2/芭比横空出世 18

脱胎于“德国荡妇莉莉”的芭比，被其创始公司美泰儿所聘请的行销顾问迪希特定位为：有点邪恶……而迪希特则被某些美国文化史学家（尤其是女性主义者）定位为“剥削妇女的人”。

3/性隐喻与性角色 46

女性必须把自己一分为二：既是观察者，也是被观察者。她必须把自己变成“男人注视的对象”。当一个女孩拥有芭比娃娃时，也便是把自己投注于这个比自己更成熟的“女性”，从而学会一分为二，学会操纵自己的外在：容貌、衣着……学会生存。

4/现代女神 67

研究显示，女孩子在 9 岁的时候自信心十足；但到了高中，仍旧对自己信心十足的女孩却只剩下不到三分之一。为什么进入青春期的女孩会开始丧失自信？那也正是她们不再玩芭比的年龄。而芭比形象中远古女神的色彩，也延续到现代，让她成为“消费时代的女神”。

5/“芭比之母”——露丝 90

缔造了生产“大胸脯芭比”的美泰儿公司的露丝，在自己动了乳癌切除手术后，以 76 岁高龄又创办了“就像我”假乳公司。难怪她戏称自己“一辈子在乳房堆里打转”。我们无法用好或坏来形容露丝，她意气风发、坚忍不拔，自立于法律之外。

6/芭比带动风潮 111

身为 90 年代全美职位最高的女性主管——美泰儿总裁巴瑞德恰好也是一位绝色美女。也许这使她更深切地了解女孩、女性的消费需求：“她们会不断地去买最新上市的、最新奇的以及那些有趣的。”

7/玩具与现实 137

在孩子们心目中，芭比是上帝的使者，是活生生的、像神一样的存在。有时候，她们会坦率地说出她们的苦恼，恳求芭比不要让她们的爸妈离婚，或是帮她们减轻生活中的苦难。

8/像我的芭比 166

对于许多成功的黑人女性来说，芭比的第一批有色人种朋友娃娃是“上天遴选的朋友”。因为“芭比像我”给她们真实的安慰和自信——而这一点对于她们是何等重要。

9/窈窕淑女芭比 188

有时候大人对于芭比的矛盾心理其实并不是为了玩具本身，而是东岸对抗西岸、知性文化对抗肉体文化。谁说得清芭比是个上流社会的窈窕淑女？还是出身微贱的时髦女郎？

10/男人与洋娃娃 210

色情杂志女编辑韩森透露：“若某个男人很迷恋乳房，他其实是在追寻安全感和爱情，以及一种幸福且毋需忧虑的保护。”

11/我们的芭比、我们自己 233

在一个女性身体被物化和商品化的世界里，一个女孩子是应该追求一个定义抽象的“完美”标准？还是降低她自身的标准以避免失望？

12/你想成为芭比吗？ 255

辛蒂·杰克森，做过化学换肤术、腹部平坦术、眼部拉皮、脸部拉皮、丰胸以及抽脂术——大小小小 20 多次手术。她真的把自己变成了一个芭比，一个“生化女人”！

13/失控的芭比 263

独立艺术家主要在两个方向来表现芭比：一种是景仰式的，他们把芭比理想化；另一种则是愤怒式的，他们利用娃娃来作社会批判。

14/芭比收藏家群像 285

我们无法将他们分类，他们有男有女、有老有少，有的是财迷，有的天真烂漫，还有的只是出于善心……他们只有一点是共同的：拥有芭比——拥有物品和她所代表的、那已失去的或从未得到的美好。

15/芭比面对未来 304

.....

1/颠倒众生的芭比

假如你有幸受邀，免费出席一次主题是“婚礼之梦”的大型聚会，地点恰如其分地安排在蜜月之都尼亚加拉瀑布镇——有令人赞叹的天然美景，还有无数的快餐店和廉价的汽车旅馆——当然，你不必真的是新郎或新娘。那么，你会作何感想？

让我们来看看那些真正出席这次集会的人们吧：他们无视于湛蓝的天空以及各种有趣的户外活动，却宁愿挤在瑞迪森旅馆里的昏暗宴会大厅。他们有好几百人：有来自南方的妇女，穿着一丝不皱的套装，拖着她们那无精打采的老公；还有一些穿着T恤的妇女，来自加拿大萨斯卡通（Saskatoon）或匹兹堡；以及一些来自曼哈顿和西好莱坞的帅哥儿。妇女们当中有些是家庭主妇，有些是职业妇女；有些单身，有些已婚；有些人非常胖，有些人则长得仙风道骨。一位来自德州泰勒市的30多岁妇女，自称她的“三围”与名模特儿“崔姬”（Twiggy）一样，只有臀部多了那么一寸。还有一些人来自奥地利、墨西哥瓜达卢佩（Guadeloupe）和苏格兰。考察一下她们今天在此聚会的目的，令人惊讶的是，她们当中竟然只有少数是白皮肤、金发碧眼的西方标准美女。

这些人就是参加1992年芭比娃娃收藏家大会的成员。这个大会是为了一个最了不起的大胸脯美式娃娃而召开的。她是

永远的芭比

一个太过完美的偶像，根本不可能是血肉之躯，因此她是用不会腐朽、不怕玷污、不能生物分解的塑胶做成的娃娃。她纤腰细臀，大胸脯，是战后理想的美女。美泰儿公司在 1959 年推出芭比娃娃。我曾在其他类似的收藏家聚会中，目睹一种对芭比爱恨交织的矛盾情绪——例如，在 T 恤上面写着：“我希望能变成芭比。那贱人拥有一切。”不过参与这次大会的人士对这个聚乙烯做的女人的钟情倒是十分认真的。

当然，当事情牵扯到金钱的时候，人们便会慎重从事。而收藏芭比娃娃这件事，对那些经销商来说，可真是一桩大生意。最早期的芭比娃娃，也就是所谓的“一号”——特征是在脚底各有一个小洞。现在每个可以卖到 4000 美元。而留着齐肩头发的“美国小家碧玉”（Side-part American Girl），每个也可以卖到 3000 美元。此外，由于小孩子很容易会损坏一些小配件，使得一组名叫“罗马假日”（Roman Holiday）的芭比娃娃的粉盒（这个小玩意儿比一片婴儿指甲还大不了多少）竟然要价 800 美元。尽管收藏芭比娃娃并未取代棒球而成为美国的全国性娱乐，不过，自从 14 年前，第一届芭比娃娃收藏家大会在纽约的皇后区举行以来，芭比收藏热已经从边缘一跃而成为主流了。至少有两万人定期购买《芭比时尚》杂志（Barbie Bazaar），这是一份双月刊，全本彩印，里面全是一些芭比娃娃穿着诱人时装的照片，张张图片都经过精心设计，非常能引发读者的购买欲。这两万人可不是一个可以等闲视之的数字，想想看，当年基督教不过是从 11 名门徒起家的。

在阴暗的展售室里，排放着塑胶盒及硬纸板做成的梦幻房屋，无数个芭比娃娃和她的朋友们一个叠着一个——全都没有穿衣服——不禁令人联想起伍德史塔克演唱会以及卡文·克莱的迷恋香水（Obsession）的广告。另外一些则昂然挺立——全

颠倒众生的芭比

都穿着衣服——由台座支撑着。许多芭比娃娃放在原先的盒子里面，即收藏家所称的“从未开封的芭比娃娃”。当然，也有一些是缺腿的、断头的，或是少了一双手的芭比娃娃。一名经销商说：“这些娃娃的其他部位还是好的。”而那些买家，担心被狡猾的经销商所骗，用他们那老道的手，仔细地检查那些纤细但坚硬的身体，希望能明察秋毫地找出一些抓痕、齿印，或是更糟糕的，一些没有明说的修饰。即使是一些精细的修补也会大大减损娃娃的价值，更遑论那些重新植上去的头发了。

当交易成功的时候，大家的情绪都相当亢奋。有一名穿着牛仔装的矮胖妇女为一辆 1963 年的芭比玩具跑车气冲冲地在讨价还价。稍后我又在旅馆大厅见到了她，那妇女很珍惜地捧着那辆车子，仿佛那是她的第一个孩子。还有些人则跟一些可靠的、知名的经销商闲聊——例如洛杉矶的乔·布利特曼（Joe Blitman），他是《芳西万岁》（Vive La Francie）一书的作者。这本书是关于芭比那扁胸的小表妹芳西的，她在 1966 年问世，而且一直到 1975 年都还在生产。另外还有来自弗吉尼亚州布恩斯米尔市（Boones Mill）的莎拉·辛克·伊姆斯（Sarah Sink Eames），她是《芭比时装》（Barbie Fashion）一书的作者，这本书是一些芭比服装的图片集。我是在买了一套 1961 年出品的“舞会皇后”（Queen of the Prom）纸牌游戏之后，才了解到合格经销商的价值的。我是跟一位眼睛滴溜溜转的女人买来这本书的，此人并非收藏家大会的常客。她告诉我说：“这套纸牌游戏的价格看起来有点高，不过它可是真品。”——你说的没错，女士。但是当我开始玩这套游戏时，才发现芭比的零用钱只有 5 元，而她卖给我的这套游戏中的钞票面额最小都有 100 美元（显然，她卖给我的这些纸钞根本是属于另外一套游戏的）。

永远的芭比

不过收藏品交易并不是这次大会唯一的活动。

大会还安排了一场服装表演，由几位收藏家担纲演出。这些身材不像芭比那么玲珑有致的业余模特儿必须设法穿上芭比迷耳熟能详的芭比服饰系列。另外还有一项表现大会主题“婚礼之梦”的模型造景比赛。其中有件作品让我觉得它并不是一件愉快的创作，作品中的男主角（不是肯尼）在新婚之夜看到芭比时，居然害怕地一直往后退（男主角的脸都吓白了，两眼瞪得像牛铃般大）。而芭比其实就代表着女性。美泰儿的职员在大会中受到摇滚明星般的待遇。第二天刚入夜后不久，我看到自1963年起便为芭比设计衣服的资深服饰设计师卡洛·史宾瑟（Carol Spencer）在饭店大厅，为许多收藏家所购买的“慈善舞会芭比”（Benefit Ball Barbie）在包装盒上签名。这件作品是她为美泰儿设计的“典藏精品组”之一，这一系列乃是为了推广该公司自己的设计师。结果到晚上11点她还在签名。

不过，对芭比的强烈感情并非都是爱情，有一个把芭比视为传统玩具并且热切地想要把芭比介绍给女儿的母亲，便会有另一个想把芭比扫地出门的母亲。有一位穿着短裙，以一种夸大的性别角色挺胸跳跃的金发啦啦队美女，就有另外一个正在康复中的厌食症患者，她拒绝穿上漂亮的衣服，并且责怪芭比害得她吃了这些苦头。每有一位把收集芭比视为一件妙不可言的美事的收藏家，就必定会有另一位以芭比寄托冥想和隐喻的小说家、诗人或视觉艺术家——他们藉由芭比，传达出他们对于阶级不平等或是童年时期性经验的黑暗面的关切。

芭比可能是20世纪后期美国流行文化中最强有力的偶像。她是已过世的波普艺术家安迪·沃荷（Andy Warhol）作品中的主角，而且当我读到亚瑟·丹托（Arthur C. Danto）对沃荷在1989年于现代美术馆的回顾展所作的评论时，我便想到了芭

颠倒众生的芭比

比。丹托谈到了沃荷的目标是希望能提升这庸俗之物，但是他想，若庸俗之物不再庸俗，将会是怎样的一种情景呢？后代子孙又会如何诠释沃荷的画作呢？丹托的推论让我想到了当代偶像的非永久性，举例来说，范伦铁诺对我们现在的人来说是什么人？一个在黑白银幕上骤然跃过的身影，顶多是个同性恋者，但绝不是像蕾丝（Lassie）那样令人胸中燃起熊熊烈焰的性感偶像。玛琳·黛德丽又是什么人？对于数百万读过她女儿所撰写的、充满报复意味的畅销传记的人来说，她是一个吸食安非他命成瘾的酒鬼，而且还患有某种令人恶心的妇科疾病。她对医院相当猜疑，她宁可听任大腿上的伤口化脓而不予处置，直到整条腿险些被锯掉。玛丽莲·梦露又是何许人？一个漫画人物，一具死尸，那些繁琐的纪录文件把她和罗伯特·肯尼迪（RFK）以及约翰·肯尼迪（JFK）扯在一块。艾尔维斯是什么人？对于任何一个超过40岁的人来说，他可能仍旧是一个来自杜贝洛（Tupelo）的性感歌手，但是年轻一点的人，只会记得他是一个老爱穿着一身钉满水钻服装的肥胖吸毒者。

比起以上几位，芭比可就多了一些优势。她是绝不会变胖的，她也没有可去背叛她的小孩，她也不会腐坏、起皱纹、吸毒过量或是过时。美泰儿里面有数百人——设计师、业务员、市场调查专家——他们的工作就是要持续地将她翻新。在1993年，新版的芭比替美泰儿赚进了十几亿美元，依照其单位销量来看，美泰儿估计，全世界平均每一秒钟就卖出两个芭比娃娃。

鉴于芭比已开始在文学和艺术领域成为一种象征——更遑论她在商品的销售上形成一种独特的现象——现在该是仔细探究芭比究竟是如何产生的，以及她逐日提升的地位意味着什么的时候了，尽管任何一种研究也无法估算出她的影响力。当孩

永远的芭比

孩子们开始玩芭比的时候，他们身旁已出现了太多其他的因素，以至于我们无法把他们的某种行为特质与某一个特定的玩具连结起来。但是因为芭比是依据市场而形成和反应的，所以我们自然可以把她当作是美国流行文化价值观的一种反射以及女人味的概念来加以研究。她的房子、朋友和衣服都提供了一扇窗户，让我们得以窥见：文化经常把互相矛盾的要求加诸在女性身上。

芭比是仿照“画报莉莉”（Bild Lilli）做出来的，而莉莉是一个根据德国的《画报》（Bild Zeitung，是一家水准低俗的德国报纸）在战后刊登的漫画人物所做成的一个成年男人的玩物。莉莉娃娃主要是以立体的美女挂像在香烟摊贩售。在她的卡通版化身里，莉莉是一个德国的荡妇——一个淡金发色、鼻子小巧尖挺的标准欧洲美女——她也许经历过战争期间的艰苦岁月，但只要世上还有身上带着支票簿的男人，她就不会再吃苦了。

而芭比却是由一名女性发明的，她就是美泰儿的创办人之一——露丝·韩德勒（Ruth Handler），后来她还创立并且经营“就像我”公司（Nearly Me），这是一家专门设计和销售假乳的公司。（露丝曾自我调侃说：“我这一生就是在乳房堆里打转。”）当露丝和与她共同创建美泰儿的丈夫在1975年离开美泰儿之后，仍旧是由女性来接管芭比的生产线。公司目前的营运执行长（COO），是一位40岁左右的女性，她曾经担任化妆品的销售员，喜欢穿夏奈儿的套装。她对于芭比的业务非常投入，所以被《洛杉矶时报》调侃为“芭比最敬爱的姐姐”。在许多方面，这使芭比成为一种由女性为女性设计的玩具，以便用来教导女性（不管是好是坏）社会对她们有何期待。

美泰儿一位过度热心的公关在该公司工程师杰克·莱恩

颠倒众生的芭比

(Jack Ryan) 的讣文中将芭比的诞生归功于莱恩，莱恩曾与女星莎·莎·嘉宝有过一段短暂的婚姻关系。但事实上，他只不过拥有新版芭比腰部和膝关节的专利而已，最原始一型的芭比与他毫无关系。如果要认真追究究竟是谁发明了芭比，我认为芭比第一套服饰的设计师夏洛特·强森 (Charlotte Johnson) 应居首功。她原本教授服装设计，被韩德勒夫妇慧眼挖掘到美泰儿，并被派往东京待了一年，负责全权督导芭比最早的 22 套服饰的制作工程。

露丝对芭比酷似莉莉这点曾尽量轻描淡写，可是我认为她根本不必理会它。从外表上看也许这两个娃娃非常相像，可是骨子里两个人绝对是南辕北辙的。在芭比的创造过程中，露丝谦称她不过是将一个平面的纸娃娃予以实体化，不过这个说法对她的创造能力并不公平。因为是她把被杰克·莱恩称之为“婊子或不演戏的戏子”的莉莉娃娃重新塑造成一个健康的标准美国女孩。韩德勒知道她的市场所在，如果说美国的中产阶级有何特点，那就是他们非常坚持合礼仪的行为，不论是今日还是 1959 年那个时代。这并不是说中产阶级对性不感兴趣，而是他们认为自己与下层的人之所以不同就在于，他们在公众场合会显现合乎礼仪的举止。举例来说，瞄准中产阶级为销售目标的色情刊物，必须披上一层艺术性或文学的虚饰外表——因为有些男人也可以因为“其中的文章”而把几乎满是图片的《花花公子》杂志给买回家。

芭比和莉莉象征着旧世界和新世界之间的关联。美国乃是一个由一群下层人民殖民而组成的国家，当年的“五月花号”上面载的人不是些鸡鸣狗盗之徒，便是贫无立锥之地的穷光蛋。像当年来到美国的那个风骚女人莫尔·佛兰德斯 (Moll Flanders)，其实是个通缉犯。因此，还有什么比一个拥有卑贱

永远的芭比

欧洲祖先的完美公民更能彰显出美国味的事情呢？

对于那些拥有第一代芭比娃娃的人（本人幸为其中一员），芭比是一个启示。她并不教导我们如何养育小孩、成为一个依赖丈夫的女人，她教导我们要独立自主。芭比是属于自己的女人，她只要换件衣服就可以发明她自己：前一分钟还在聚光灯下独唱，下一分钟就变成驾驶太空船的飞行员。她可以是葛莉丝·史立克（Grace Slick）、雪莉·赖德（Sally Ride）、玛丽·奥斯蒙（Marie Osmond）和居里夫人。我们是什么样，她就能变成什么样，甚至超越我们，算一算比例就知道，她的胸围相当于真人的39寸。因此当她现身并且把她那鲜红色的爪子伸进我们的内在生活时，当然也超越6岁或8岁的我们。

她也侵入我的内心世界。我恳求母亲买个芭比给我，结果她勉强买了蜜琪（Midge）——芭比身旁那个丑陋的跟屁虫儿，她是依一种昆虫命名的，而且脸上还有雀斑。当我抱怨时，母亲为了补偿我，竟然同时买了一个芭比和一个肯尼给我，这无疑犯了双重错误。我还记得蜜琪的痛苦——她那被孤立的感觉——她必须整天跟在一对金童玉女的身边打转。因此在我后来的过家家游戏中，便让肯尼拒绝了芭比，而与蜜琪建立柏拉图式的感情，不过他并不排斥芭比的衣服——而且愈女性化的愈好。

若想研究芭比，有时必须把一些表面上互相矛盾的事物同时记在心里——这就犹如史考特·菲兹杰拉德（F. Scott Fitzgerald）所说的，是“一流的智力考验”。芭比的作用像是某种实验，人们将非常不同、甚至极端对立的幻想投射在她身上。芭比也许是一个全宇宙都认识她的人，但是她在一个孩子的内心世界中究竟代表什么，就和每个人的指纹一样无一相同。过去曾经有一段时期流行把芭比视为一个拜金的笨妞儿，

颠倒众生的芭比

而有些比较年长的女性主义者至今仍旧保持这种看法。专栏作家安娜·昆德兰（Anna Quindlen）和爱伦·古德曼（Ellen Goodman）两个便曾经竞相攻击芭比。不过像我们这些曾经玩过芭比的年轻一辈，便会了解这件事绝不是非黑即白这么简单。部分原因在于，想象力丰富的小女孩很少会照商人所期盼的那种方式去玩玩具。此外也与产品本身有关：就坏的一面来说，芭比投射出一种违反道德的讯息；就好的一面来说，她可算是女性主义的先驱。而且她的意义，就和她的脸蛋一样，不会长时间停滞不变。

60年代末期，在离婚的风气像传染病一样横扫美国之前，芭比的世界和郊区的小家庭之间相距甚远。在芭比的世界里没有父母、丈夫或子女。她并非经由与男性的关系或对家庭的责任来界定自己。芭比也不是傅利丹所著的《女性迷思》（*Feminine Mystique*）一书中那个麻木、沮丧的家庭主妇。在她刚问世的最初几年，韩德勒曾拒绝一家吸尘器厂商的建议（这家厂商表示愿意为芭比订做一个配合她身高的吸尘器），原因是芭比才不会去做这种被夏洛特·强森称为“粗活儿”的家事呢。当索斯坦·维布伦（Thorstein Veblen）提出他的“休闲阶级理论”（*Theory of the Leisure Class*）时，妇女被要求去从事代替性的休闲以及代替性的消费，藉以显示她们的丈夫很有钱。但是芭比并没有丈夫，以她的第一批上班服为基础，她所有的财产都是靠从事时装模特儿和服装设计的工作挣来的，她所从事的休闲和消费行为完全是为了证明她自己。

没错，她是有个男朋友，可是他是个平凡的家伙，只是一个附属品而已。事实上，美泰儿从未想要推出肯尼，因为男娃娃在市场上一向卖得不好。但是消费者却极力要求芭比应该有男友，最后美泰儿只得应顾客要求在1961年推出肯尼。她

们的要求是可以理解的，芭比教导女孩子们女性被期待应该表现出什么样子。而 50 年代的妇女身旁若没有男伴是会被看不起的，即便是一个生殖器严重简化而且根本在她生命中无足轻重的男人也聊胜于无嘛。

尽管女性主义方兴未艾，这种观念到今天依然存在。只是我那些拥有芭比的年轻朋友中，居然有好几个人对婚姻抱持着一种奇怪的多配偶心态，平均八个女性娃娃共同匹配一个负荷过重的肯尼。有些母亲开玩笑地表示，这就是所谓的“阴盛阳衰”。虽然苏珊·法鲁迪（Susan Faludi）在《反挫》（Backlash）一书中证明事实根本不是如此，但是到今天许多晚宴的女主人还时常引用这句话。不过我的看法是，聪明的小女孩会对 80 年代后期推出的新版肯尼感到不自在。他不像我小时玩的那个眼睛明亮、一派纯真的肯尼，新版肯尼令人联想到威廉·肯尼迪·史密斯（William Kennedy Smith）：他额头低、脖子粗、两眼靠得太近。

美泰儿在 1993 年推出的“神奇耳环肯尼”（Earring Magic Ken），却又似乎太过分地削弱了肯尼的男子气概。这个新肯尼的脸看起来的确比较聪明，但是他耳朵上戴的耳环、身上的淡紫色背心，以及被报纸委婉地说成“环形坠子”（因为如果直说是阴茎环的话，似乎有点老少不宜）的东西，他恐怕比较适合待在克里斯多福街吧。当我第一次在玩具大展上看到这个娃娃时，我的下巴几乎错愕地掉了下来。美泰儿的公关唐娜·吉伯斯（Donna Gibbs）见状便告诉我说在左耳上戴一只耳环没什么了不起的，我无可奈何地说：“没错，乔伊·布塔佛柯（Joey Buttafuoco）也是戴在这只耳朵上。”

这几年来，芭比也曾数度改头换面，虽然她的身体基本上仍保持原貌。从艺术史的观点来看——你一定想不到吧，芭比