

女性心理金榜译丛

穿男人服装的女人

格尔特鲁特·雷娜特著

张辛仪 译

漓江出版社





女

性

心

理

金

榜

译

丛

穿男人服装的女人

格尔特鲁特·雷娜特著

张辛仪 译

漓江出版社



献给多丽斯·科勒什

桂图登字: 20—99—035 号

(c)1997 Deutscher Taschenbuch Verlag Munich/Germany

(c)for the Chinese edition:2000 Lijiang Publishing House,Guilin,China

本书已获得中文版授权, 版权专有。

图书在版编目(CIP)数据

穿男人服装的女人/(德)雷娜特著;张辛仪译.——桂林:漓江出版社,1999.12

ISBN 7-5407-2512-5

I . 穿… II . ①雷…②张… III . 妇女心理学 IV . B844.5

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第72536号

穿男人服装的女人

[德] 格尔特鲁特·雷娜特 著

张辛仪 译

漓江出版社出版

(广西桂林市南环路159-1号)

邮政编码:541002

广西新华书店发行

广西计委印刷厂印刷

开本850×1168 1/32 印张5.875 插页2 字数127千字

2000年1月第1版 2000年1月第1次印刷

印 数: 1-6000册

ISBN 7-5407-2512-5/G·859

定价: 10.00元

如有印装质量问题 请与工厂调换

自古以来,男人和女人便一向无视世俗与教会的禁止,换穿衣服同时也交换角色,而这种性别身份游戏也一直魅力不减。格尔特鲁特·雷娜特从数百年来小说、喜剧,从绘画、传记和电影中找到了关于易装的各种各样的甚至矛盾的观点。而无论是一个18世纪的女子扮成士兵投身战场,还是一个20世纪的女人通过“男性”打扮体现她的同性恋身份——易装始终是不同身份之间的过渡。人们无法将易装明确归类,而这正为了解性别差异提供了空间并有助于我们认识自己极为平常的性别伪装。

格尔特鲁特·雷娜特是文学及文化研究女学者、作家和大学讲师,现居柏林,发表了大量著作,最近著有《时装,模特,超级明星》(1996)和《玛格丽特·杜拉斯》(1996,与多丽斯·科勒什合写)。

目 录

引 言	.. (1)
女人,男人,易装者? 日常生活中的性别讨论	(1)
“女人不该穿男人的衣服……”	(5)
关于本书	(7)
 性别和易装	(12)
性别的导演 当代性别身份理论	(12)
“男性化的”女式服装	(15)
性别伪装	(22)
 文学想象	(26)
历史上渴求自由的妇女	(26)
文学中易装的作用	(35)
莎士比亚:《如愿》.....	(42)
性刺激:马里沃的《假女仆》,戈蒂尔的《莫班小姐》	(54)
1800 年左右的性别混乱:克莱斯特,席勒,维兰	

2 穿男人服装的女人

.....	(61)
谎言和真相:康拉德·费迪南·迈耶的《古斯塔夫·阿道尔夫的侍童》,胡戈·冯·霍夫曼斯塔的《露琴多》.....	(70)
易装和电影:《维克多/维多利亚》.....	(79)
 异类生活图景	(89)
女性同性恋身份和易装:威提吉,德·劳热提,凯斯,布特勒	(89)
历史上爱女人的女人.....	(104)
文学设计 柯莱特、蕾妮·维维安、裘娜·巴恩斯、格特鲁德·斯坦因.....	(109)
罗曼·布鲁克斯肖像.....	(123)
柏林的 20 年代	(132)
拉德克立夫·霍尔:《寂寞之泉》	(138)
易装的文章 珍妮特·温特森:《写在身上》	(147)

参考书目

引 言

女人,男人,易装者? 日常生活中的性别讨论

一个年轻女子一看即知在男友处过了夜,早晨起来手忙脚乱地拿他的体味去除剂喷了一遍后出了门。于是便开始了她极不寻常的一天。她碰到的所有的年轻女子——但没有一个男人!——对她的态度令人惊诧:她们向她卖弄风情,挑逗似的而又直截了当地向她示爱。让人筋疲力尽的一天结束了,她困惑又气愤地回到男友身边,把体味去除剂扔到他桌上。他迷人而又无辜地微笑起来,旁白中传来男性声音:“阿克西斯——只给男人的。”

这则男用体味去除剂广告中的女主角无意识地扮了一天男人——不像人们从电影、书籍、舞台剧和时尚照片中了解的那样借助衣服、化妆品和发型,而是借助“男用”香水。性别转换通常是通过视觉表现出来的。这则广告中产生了全新而出人意料的変化,因为这种性别转化无法看到,而只能由屏幕前的观众从片子中人物的反应推断出。女主人公使用的男用香

水如同男式服装或者小胡子一样明白无误地向周围的人表明她是个“男人”，它掩盖了年轻女子完全女性化的装束，以至她对周围的女人产生了“男性”吸引力。

这样的片子只可能出现在一个到处对性身份、易装、性和变性进行讨论以及关于这种话题的书铺天盖地的文化环境中。没有这些话题的广泛流传，这样一个有关性别伪装的游戏就让人无法理解。为了将性别转换表现出来，广告先假定，男女两性完全不同，两性是通过他们之间的性关系来定义的。只有在性别严格区分的情况下才能产生某种性别专用、另一种性别不可使用的产品——比如香水或服装。因此“只给男人的”也意味着“女人禁用”——广告中的香水之所以要这样是因为它据说对女性有致命的性诱惑。片子的内在逻辑就是，只有男人能产生这种效果。如果女人使用了她禁用的产品，那她的行为就会像 19 世纪着男装的女作家乔治桑一样。鉴于男女装的严格区别，人们认为这太有失体统，无论如何都具有挑衅意味。当然现在男装风格和特点已成为女装极其普通的组成部分，它们只能在一定条件下起伪装作用。因此一个女人想让自己像个“男人”就必须动用其他男性象征标志——比如香水。

易装的基本原则在这儿很清楚：在各种文化中，特定的识别特征都按社会群体和性别归类。它们可以是服装、发型、肢体语言要素或香水。只要一个女人有一个或几个男性标志，她就达到了易装的效果，因为这些标志不管是为男性所拥有还是为女性所拥有，它们都显示“男性特性”。它们可能比看得见的“女性”标志更强烈，就像广告上通过男用香水产生的无意识的易装压倒其他所有女性特性。

尽管在阿克斯所处的异性恋广告界中拿同性吸引现象开了个玩笑,但人们不难从女主角困惑而愤怒的表现看出,这打上了不自然的烙印。虽然其他妇女对女主角“不自然的”伪同性恋反应能让异性恋观众(他们是广告的针对群)会心一笑,但只是因为人们认定,那些妇女不是“真的”同性恋,而是嗅觉上了当。最终这一“错误”只是强调了片子所宣传的惟一“正确的”异性恋态度,它又直接归结为性归属问题。正如伪装成异性与同性恋在广告中等同起来并显得别扭一样,另一方面异性恋通过与动物界内在的相似而产生顺化。广告有这种暗示,男人对女人来说是不可抗拒的,因为男人用他们的气息表明了性欲。一种性别用荷尔蒙产生的(或像阿克斯例子中:人工制造的)性芳香物质吸引住了另一种性别。这纯粹是生理现象。两性的本质区别和异性之间的关系被视为“自然的”,因此被认为是不可更改的标准。

Calvin Klein 公司的 CK One 两性通用香水的黑白广告中却产生了相反的观点。摄像机镜头扫过一排年轻男女,他们都身穿牛仔 T 恤,装束上没有明显的男女差别。但他们作为个体却各不相同。其中一个绝不符合当今模特审美标准的较肥胖的女孩谈论香水说:“适合你,适合我,适合每个人。”这时这种个体差别就更加得到强调了。与阿克斯广告相反,Calvin Klein 广告没有针对人类的性行为(也就是最大可能的普遍性),而是在强调不计较性别归属(“女人还是男人”)意义上的普遍性的同时强调个性。(“适合你,适合我,适合每个人。”)这儿没有人易装,因为性别界限不(再)重要,而男女通用香水使易装完全变得多余。性别差别尽管是该广告的前提,但相同是通过不同,不同是在相同中强调出来的。

两则广告体现了当今关于性别、性身份、变性以及与此紧密相关的话题渴望及性欲的观念的两个极端。一方面传统性别概念得到了肯定,异性恋被视为标准。另一方面,两性同体成为典型,自由选择性身份和性定位被鼓吹为理所当然的基本权利。

几乎没有哪个脱口秀节目中没有易装者或变性者,没有一本新片中没有可爱的男性同性恋者。易装电影像《道特法尔太太》、《开关》或者几年前的《舞女》和《维克多/维克多利亞》都很卖座,易装表演也兴了起来。双性恋是时髦——当然只有(这儿情况变了)当它不过是个没有危害的游戏,没有损害传统家庭角色以及规定的性角色的情况下。因为表面上看似不受限制的公开和自由是被视为进步的后现代主义的重要特征,与此相反,两性之间的鸿沟不只在政治方面加深。日常生活中也早已可以看出“强烈和不利的反应”。街上、迪厅和广告中的女孩似乎只想挑逗男孩或是被他们挑逗,约会成了头等大事。尽管近年来单身男女数目急剧增加,“找乐”似乎成了所有男孩的终身目标,但传媒中的传统小家庭及其核心——异性恋人们仍然是占统治地位的社会楷模。相反到了一定年纪仍未结婚的人会被视为自私的自恋狂。双对立思想只在理论讨论中过时;日常生活中它比任何时候都强烈地决定着思想和生活方式。只有在游戏没有危害性而且毫不损害社会前提的条件下,时装才能使身份游戏成为可能。

性别研究、男女同性恋研究强调了易装的破坏潜力。男装使所有社会身份和性身份的结构一目了然,这样产生身份和产生与此相连的等级制度的权力结构也就一清二楚了。这确实如此——然而现在这种破坏性达到了极限,就如男用体味

去除香水阿克斯广告中表现的一样。易装现已成为这一占统治地位的观念的一部分,所以可以在广告中作为笑料,它不会破坏性别关系的传统双结构,相反只会巩固它。

“女人不该穿男人的衣服……”

易装作为另一种性别暗中向现存的性别秩序挑战并对其造成危害。这在性别秩序给每种性别指定固定位置的历史时期以及女性隶属男性的历史时期尤为明显。谁穿什么的问题成了权力问题。旧着装秩序和宗教禁令把这一点讲得很明白:“女人不该穿男人的衣服,男人也不该穿女人的衣服;因为如果谁这么做,那么主,你的上帝就会厌恶你。”这儿谈到的自然的、神赋的秩序维护了社会等级制度,这种等级制度是人们不惜代价一定要保障的。当然什么是男性特性、什么是女性特性的问题都随着时代而改变,因文化不同而不同。而身份、易装、“真实”、“不真实”的定义以及它们是如何表达的,都没有一定的标准。但只要规定了界限,就有人试图逾越界限,因此各个历史时期都有人将自己打扮成周围人(也包括自己)从未见过的样子。

这种情况下阈限这一概念很有帮助,这是民俗学家维克多·特纳在几乎所有文化礼俗中都运用的。像成年仪式和结婚等仪式意味着从一种状态到另一种状态的过渡:从儿童到成人,从单身到已婚。特纳把过渡阶段分为三个阶段:为了最终——在改变后——适应社会,脱离旧状态后的个体处于阈限状态,这就是指两个状态之间。主要是过渡自身——或者如

特纳所说的阈限——具有文化意义。人们在阈限中玩弄熟悉的东西,把它变成陌生的东西,重新连接它的要素,这样就产生了变化。可以把与性别相关的易装视为一种类似的阈限,视为熟悉事物的断裂和从一种性别到另一种性别的过渡。有时易装——主要在特定的场合如狂欢节——受到容忍,只要过后一如既往就行了。

20 世纪前有关通过易装改变性别的文学作品也是这样。它们显示出一个倾向,违禁(女性以男性角色自居)成了社会状况的证明,因为通常结果是,易装女子并不是更优秀的男人,而是对男性的蹩脚模仿,宁可在旧角色分工中坐她们的老位子。妇女易装为男人在历史上属于再三遭禁的易装形式。它被视为有害,因为作为社会进步追求的呼声事实上损害了规定的、被视为自然的角色关系。表面上似乎在开玩笑的阿克斯广告“只给男人的”是那种(只还是间接的且不再有威胁性的)禁令的最新变体。

如果写性别身份史,那不能简单认为,与性别有关的易装不是根本上有破坏性就是根本上是肯定的。必须反复问,这种游戏在特定历史时期、特定文化中有什么意义,这种意义又是如何、何时、为何改变的。谁出于什么原因易装,这涉及的是历史人物还是虚构的人物,谁在和谁谈这些?这是下一章的关键问题。除了文学作品、自传、绘画和电影外还涉及其他文化证明,比如医学和心理学论文。只有当人们将各种观念结合在一段对话中,才会形成一幅图片,揭示易装在特定历史时期和特定文化类型中的意义。我不是想写相关历史,而是要阐明特定现象方面的特征。我认为,这对于易装的简明特征来说比去设计一个连贯的发展要适当,文化往往正是在跳跃与断裂中改

变的。我的论述是以对文化的理解为基础的，它不只是静止而雄伟的代表辉煌过去的纪念碑。我把文化理解为意义产生的过程、人类创造的整体。所有人类行为都是文化的一部分，同时也产生了这么段话：“我认为(……)，人是在自己编制的意义织物中作茧自缚的生物，同时我把文化看作这种织物。研究因此不是寻求规律的实验性的科学，而是寻求意义的解释性的科学。”

关于本书

下面谈到的妇女都突破了规定的女性角色，以这样或那样的方式“伪装”成男人。易装可以是妇女真的被周围的人当作男人，也可以是妇女想被人当作男人，但无法令人相信；除此以外它还意味着，妇女尽管不想以男性形象出现，但添加了男性信号，这引起了旁观者的困惑——比如 1930 年约瑟夫·冯·司登贝格的影片《摩洛哥》中玛莲娜·迪特里希抽烟的场景。

大概没人以为玛莲娜真想扮男人或者她看起来像个男人。但习惯的感知模式遭到了破坏，因为女演员将平时分离的男女性别的标志系统结合在一起，她既不是典型的妇女形象也不是男人形象，性别特征不明确——尤其当她挑衅地吻一个妇女时。此处很明显：易装在过渡中发展或者说作为一种过渡而发展。一个稳固的状态受到了影响，另一个新的稳固的状态还未替代它。由于我们习惯看作是完整的（这是男性——那是女性）标志系统的分割，主要由于其表现方式的矛盾，易装

在一定程度上成了永动机,产生了永不停止的接受运动。女性旁观者永远不会得到一个明确的、排他的论断,而只会不断注意到易装中仍隐藏的东西。阈限就是能产生新意义的地方。

我会在四个主题群体中解释妇女易装为男人的现象;挑选的例子并不完整,只具有代表性。在“性别和易装”中会阐明性别身份和易装的理论以及时装史。在“文学和想象”中首先举几个易装妇女的历史例证,她们的例子是从自传、同代人的证明或者后人写她们的传记中找到的。中心问题就是:谁将自己打扮成异性,在何种历史条件下,有什么作用? 以下几段是关于欧洲文学中易装妇女题材的塑造,也就是一定方式上的“男性想象”。“男性”在这儿不是生理性别从属,而是指文化主体位置,有人从这一角度说,人们可以发现 20 世纪前几乎没有女作家采用易装题材。这儿一个中心问题仍是文学中塑造了些什么样的女性形象的问题,这又与关于性别和性别区别的社会观念(因为易装妇女在一定程度上代表了性别区别)有什么样的关系。妇女在此成了男性要求与男性写作的客体。为更好地突破界限,她们必须以异性角度来叙述,在文字上成为男性。这种文章的基本结构按照维克多·特纳的观点又可称为“社会剧”。社会剧可分三个部分:首先传统事物发生断裂,紧接着产生了危机以及克服方法,这又导致和解,也就是说,回归传统,或者导致变动。关于易装的文章中,社会剧也就总有一个在社会制度方面令人满意的结尾,现状达到了,对变动的恐惧得到了缓解。

第三部分(“异类生活图景”)谈“易装”的同性恋含义,这在 20 世纪成为所有关于性别的问题研究的核心。在此,各种研究结合起来了:传记、小说、电影和绘画。主体和情况都在改



玛莲娜·迪特里希, 1930(©电影集锦, 伦敦 1997)

变。只有在这种情况下,易装作为过渡和断裂的潜力才完全发挥出来,人们才不得不再次提出和探讨易装主体的问题以及所谓的模仿问题。

最后一部分研究的是可称为易装的叙述方法。在《浪漫的爱》范例中讨论了这一问题:文中叙述者“我”处于何种主体位置,文章是如何揭开、隐藏它所谈的东西的,又是如何设计性别和易装的?

尽管本书主要谈接受男性角色的妇女,但也一直可以看到相反的易装。重点设置有多种原因。欧洲文学中有女扮男装的独特传统,男扮女装是无法与之相提并论的。它只偶尔在文学作品中出现,只有到了 20 世纪才产生了男性易装文化。但它有与女性易装截然不同的原因和表现方式。有的男性易装文化是在淫荡的次文化中发展起来的,并在一个变更过的表演文化中生根。我们文化中的男人是“较强性别”这一事实导致了这一结果——如果男人扮成女人,他们通常被看作不成体统。它意味着社会特权的丧失,这在喜剧中经常出现,但根据西方悲剧概念,这类社会特权丧失几乎不含有潜在的悲剧性,它不是把社会的堕落而是把无法实现社会的非分要求看作潜在的悲剧,伊丽莎白时代戏剧中的少年演员现象就是在这一情况下出现的,我会联系莎士比亚的易装戏剧来讨论少年演员的同性恋作用。

对于历史上许多妇女来说,如果她们要求获得男性特权(她们可以以此逃避当妓女),那她们就可以得到社会利益。妇女在性别等级制度中低下的地位促使许多妇女扮成男人寻找工作,当水手或参战。在文学作品中扮成男人的妇女首先出现在滑稽戏和喜剧中;1800 年以后才有了改变,妇女易装一直

具有难以克服的悲剧性,尽管它在狭义上无法说明悲剧传统的原因(对比之下这一主题太“不体面”了)。人们还可以发现1900年左右一个范例转变,那时性别研究将女性的男性化和男性的女性化视为性变态的征兆,人们还臆造出“性对立”人这一类型。这是性身份游戏的一些基础,目前这些在后现代理论以及处于这种背景下的男女同性恋研究中发挥了重大作用。

撰写本书时,后者大大引起了我的认识兴趣。但首先必须声明,我的目的并不是详细地表达和讨论有关的理论论争、尤其是美国的理论论争。其中许多论争已经脱离了具体的文章和其他文化现象,成了一个自恋型的纯理论的内行研究,它们对于具体文化史的分析的认识兴趣颇有问题。

我在方法上没有遵循哲学范例和它的身份概念,而是遵循针对性别的文化理论。我认为除了符号学和史学学说外,心理分析理论也属于这一文化理论,我在论证中经常谈到心理分析模式。心理分析身份概念能对性别和易装研究产生很大帮助。因此在性别和同性恋研究中这也是个重点,但经常是在拉康方向的、极抽象的并经常围绕相同的中心问题的纯理论研究中,我在下面会尽量避免这一纯理论。我宁可遵循杰西卡·本杰明的自然改进的心理分析,与性别研究领域的一些其他理论学家的牵强附会相比,杰西卡·本杰明的心理分析对心理“圣地”的研究既有理论指导又联系实际,令人耳目一新,但这又具有一定理解难度。原则上我把心理分析看作文化史和文学的最有趣的证明,它们本身有待阐述,在历史文化证明方面急需社会史和精神气质史理论的补充。时装符号学的要素贯穿了本书,就像一根在织物中若隐若现的红线。