

『十二五』国家重点图书出版规划项目

20世纪上半叶女性文学 与时尚文化

○ 姜云飞 著

河南人民出版社

中国
传
统
文
学
与
经
济
生
活
研
究

『十二五』国家重点图书出版规划项目

上海财经大学『211工程』资助项目

20世纪上半叶女性文学 与时尚文化

○ 姜云飞 著

河南人民出版社

张觉 裴毅然 主编

中国
传
统
文
学
与
经
济
生
活
研
究
从
书

图书在版编目(CIP)数据

20 世纪上半叶女性文学与时尚文化 / 姜云飞著. —
郑州: 河南人民出版社, 2013. 6

ISBN 978-7-215-07800-0

I. ①2 I. ①姜… III. ①妇女文学 - 文学研究 -
中国 - 20 世纪 IV. ①I206.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 185534 号

河南人民出版社出版发行

(地址: 郑州市经五路 66 号 邮政编码: 450002 电话: 65788066)

新华书店经销 河南省瑞光印务股份有限公司印刷

开本 890 毫米 × 1240 毫米 1/32 印张 10.125

字数 280 千字

2013 年 6 月第 1 版

2013 年 6 月第 1 次印刷

定价: 29.00 元



总 序

2000年,在全国高校扩大规模的大背景下,向以财经专业见长的上海财经大学成立中文系。我校增设文史专业,既是借鉴伦敦经济学院的办学思路(这所全球知名的财经院校出了两位诺贝尔文学奖获得者),也是为了突破我校单一财经专业结构,从宏观上提高全校学生的人文素质。

至2006年,中文系的发展初见成效,除本科专业,先后建立三个硕士点。2007年,中文系向学校申请了与本校优势专业相结合的集体研究项目“经济社会发展与文学关系研究”。该项目的预期成果由15本系列专著组成(一套丛书),拟研讨上古至当代经济生活与文学发展之关系。是年,批准为我校“211工程”三期项目。

从经济生活与社会发展角度研究文学乃是一项具有相当穿越性的新论域。经济学与文学相结合,打通满足物质欲望与精神欲望的两大学科,以此拓宽文学研究领域,既关注文学作为艺术品的审美功能,又重视文学作为文化消费品的商品价值。这一思路视角虽新,论题虽灿,实际操作起来,终究筚路蓝缕,前无绳范坐标,后无依傍支撑,无法循阶而入山门,一切只能靠自己摸索。

事实上,经济与文学虽有一望而知的逻辑关系——一切形而上的人文学科终须依托形而下之物质基础,也即管仲所云“仓廩实而知礼节”,然“衣食用住”终究与昂然高蹈的文学间隔较远,即使其间有千丝万缕的联系,毕竟属于曲径通幽式的间接关联。从“吃穿用住”到文学艺术,“剪



不断,理还乱”,程序多多,路途漫漫,寻找两者之间多维度联系,确非易事。当然,这也是两大学科至今尚未正式联姻的客观原因。

风云际会,由我们历史性地蹉走这第一遭,真是望前路而惶恐,临迈步而徘徊,然靡不有初,自古成功在尝试。在学科大分化又大融合的当今,向着这新生之路,我们还是先迈出了第一步。当然,只有走的人多了,才会成为路。如果没有后来者,我们走过的这条路自会被荒草复蔓,所谓“成果”也将被埋没,我们的付出也将被遗忘。然而今天,我们只能只问耕耘不问收获,尽量走好第一步。我们的总体思路是从资料实证入手,立一论示一据,力避对空放论。如此这般,丛书至少在材料收集上会有所贡献吧。当然,我们究竟做得如何,还得让实践与时间去检验,或者说,得让这套丛书的实际发行量、重版次数及社会影响去确定其生命力之强弱。本丛书乃集体项目,各本著作的内容及文气文势会因作者而异,其间得失,当然也只能由读者去品嚼掷评。

无论如何,我们在经济生活与文学之交叉研究方面,作了一番拓荒性的努力,力图寻找经济生活与文学艺术的各种联系,以及文学对经济生活的反作用力。史料粗备,论点略新,或可为中文研究者及文化学者提供某种参考。

这一研究项目原由许建平教授负责,2008年已由上海古籍出版社出版了其主编的五本专著。2010年秋,许建平教授调离我校。年底,学校决定改由张觉教授、裴毅然教授负责这一项目,这一项目得以继续推进。由于张觉教授任中文系主任,工作繁忙,除一些必须共同商量解决的问题,这十本专著的组稿、出版等具体工作由裴毅然教授操持,并改与河南人民出版社合作。

本丛书虽自成体系,但种种不足,实为难免,有蒙各路方家拨点,感激不尽。

张 觉 裴毅然

2012年3月20日



目 录

导论	1
一、女性文学与时尚文化	2
二、时尚文化与意识形态	13
三、意识形态与女性主体性	21
第一章 时尚文化特征:时代主潮与女性审美	25
一、五四时期:国族、解放与“女学生”风尚	27
二、30年代:爱国、消费与“摩登女郎”	44
三、40年代:战争、沦陷与“职业女性”	72
第二章 五四时期(1915—1926):爱与解放的变奏	89
一、时代主潮与女性文学主题呈现	90
二、“遮蔽的身体”叙事与女性反抗	123
三、时尚生活方式与女性消费	148
第三章 1930年代:爱国与革命的歧音	163
一、普罗时代主潮与女性革命叙事	163
二、“革命的身体”叙事与女性经验	182
三、消费女性文化批判	200



第四章 1940 年代:沦陷区的时尚异峰与女性突围	211
一、张爱玲:都市时尚的制造者	211
二、苏青:女性欲望的自白者	253
第五章 时尚文化与女性主体性生成	271
一、意识形态话语涡流中的女性主体性探询	272
二、消费主义与女性主体性博弈	297
三、女性主体性建构:“大性别”	304
主要参考文献	308
后记:性别成长的启示与见证	317



导 论

研究文学近 20 载,由于对性别的敏感,关注到文学内外的两性关系,发现女性文学就像一个晴雨表,常表现出跟时代密切互动的性别问题,但却无法给出解决的方子,为了寻求答案,我自然地倾斜到社会学和心理学的领域,稍有所心得,却惊觉疏离文学很久了。偶一关注卫慧之后的最新代女作家们的作品时,有点吃惊里面对现代都市时尚生活情调的追逐和推崇,遂想起丁玲早年对电影时尚圈消费女性文化的犀利批判和张爱玲的“奇装眩人”,不由地想到一个问题:五四时期的女作家们对时尚的态度又是如何呢?百年中女性作家跟时尚的关系是怎样的呢?正是带着这样的好奇,开始了对女性文学与时尚文化这一课题的研究。本书是这一课题的上半部研究成果,聚焦的是 20 世纪上半叶的女性文学与时尚文化的关系。

一、女性文学与时尚文化

(一) 研究范畴

1. 女性文学

何为女性文学？可谓众说纷纭。有人认为凡是女性作家写的都是女性文学，也有人认为写女性题材的文学就是女性文学，还有人认为表现“婉约”、“阴柔”、“细腻”等风格的文学就是女性文学……这表明，要给女性文学下定义是困难的，甚至不可能。但为了大致确定研究范围，笔者采用乔以钢、林丹娅主编的《女性文学教材》中关于女性文学的定义：“女性文学诞生于一定的社会历史条件下。它以五四新文化运动为开端，是具有现代人文精神内涵，以女性为经验主体、思维主体、审美主体和言说主体的文学。”^①所以，对女性文学而言，现代人文精神，女性意识、体验和主体性都是极其重要的内涵和规定。至于题材，则小说、散文、诗歌、戏剧都无可。考虑到时间精力问题，本书关于女性文学的研究对象主要聚集在 20 世纪上半叶的中国女性作家和作品。

2. 时尚文化

什么是时尚？中文语境中，“时”指“一段时间”，“尚”指“风尚、崇尚”。时尚，简单而言，就是在一定时间内的风尚。英文中的“fashion”一词源自拉丁文“facio or factio”，意思是“making or doing”（制造或人为的）。考察一下时尚在西方社会的变迁，可以发现时尚在逐渐世俗化、大众化。大体而言，15—17 世纪，时尚是阶级地位、宫廷特权的标志，是贵族专利，与大众无涉。18—19 世纪，随着人口的增长、生产力的提升和资本主义的扩张等一系列变动，西方的社会结构发生了巨大的变化。中产阶级势力的抬升，使得他们开始在时

^① 乔以钢、林丹娅主编：《女性文学教材》，河北教育出版社 2007 年版，第 12 页。



尚舞台上逐渐扮演重要角色,贵族单独引领时尚时代一去不复返。20世纪,时尚日益大众化,不分种族、年龄、阶级和地位,都可以参与时尚文化。

与此同时,西方思想家从19世纪末开始,就对时尚文化进行了广泛而深入的研究。例如凡勃伦在《有闲阶级论》中通过对有闲阶级的炫耀性消费的研究,指出这种时尚其实是建构社会身份和地位的一种标记。西美尔在《时尚哲学》中指出,在时尚发展过程中兼具两种貌似矛盾的特色,一方面是个体模仿群体特征的“趋同”(imitation),另一方面是个体要在群体中突显自己的“标异”(demarkation),所以时尚始终处在一窝蜂又快速消散之间的二元性摆荡中。西美尔特别提到14—15世纪佛罗伦萨没有流行时尚,因为当时每个人都自有一套穿着方式,因此无法产生趋同。时尚的历史就是企图将上述两种对立的倾向越来越完美地调节为流行的个人与社会文化的历史。^① 凡勃伦、西美尔的理论一般被认为是“滴入理论”(trickle down),即时尚是由上流阶层开始带动,下层相继模仿的过程。波德里亚在《消费社会》中认为:“时尚是周期性的文化消费实践。”按照他的看法,时尚已成为当代社会的一种表征,从性到媒介、从艺术到政治,无一不渗透着时尚的逻辑。同时,克雷克也认为:“西方的时尚系统与西方的权力运作携手而行。”也就是说,时尚文化是各种意识形态、资本和权力斗争的场域。

笔者认为,在20世纪中国的语境下,时尚文化的概念和内涵都比西方社会及其理论家所讲的要大一些。它泛指一种流传广泛、盛行一时的大众心理现象和社会行为,常常是在特定时段内率先由少数人实验、而后为许多人所崇尚和仿效的行为观念和生活样式,涉及诸如衣着打扮、饮食、行为、居住、价值观念、情感表达等人类生活的各个方面。它既可以是流行的大众消费文化,又可以是当道的主流

① (德)西美尔:《时尚的哲学》,费勇等译,文化艺术出版社2001年版。



或精英倡导的意识形态理念呈现。

3. 女性文学与时尚文化的关系

西美尔对时尚心理的社会学研究认为,时尚“表达了平等化和个性化的冲动”^①,而下层对上层时尚的“模仿”一方面满足了“社会依赖的需要”,同时也满足了“差别的需要、变化和自我凸显的需要”,因此“一般说来,女性尤为强烈地追随时尚”^②。因为时尚貌似为处于文化底层的女性提供了一种自我表现的平等机会,同时又消解了特立独行带来的不安全感。此外,在男权制社会中,男性生产商品——女性消费商品——男性消费女性,所以女性很容易成为时尚的宠儿。尤其是,女性的身体和审美形象更是时尚文化争夺的焦点:比如什么是“好女人”?什么样的女人才有魅力?“摩登女郎”该有什么样的形象?什么样的身体欲望和行为模式?这些都受到时尚文化的形塑和规训;当然,女性身体和女性形象也是女性表达个体经验和欲望的场所。

而女性作家是女性中较为敏感的一个群体,她们身处时尚氛围,自然会通过自己的作品有意无意展现时尚文化元素。想想张爱玲的小说,哪一篇哪一个女主人公的出场少得了时装服饰的烘托。作家本人,年轻时就以“奇装异服”而出名,即使在与世隔绝的晚年却还在《对照记》里再现着个人的时装史和心灵史!可见时尚文化本身也经常成为女性文学表现的内容。而与此同时,女性文学几乎总是游离于精英和通俗之间,常会被消费文化的市场运作机制所利用,而不断被打造成一种流行,比如五四时期的“女学生”,1930年代的革命女性、“摩登女性”,1980年代的女知青、女知识分子,1990年代的“上海宝贝”与后来的“身体写作”、“美女作家”等,可见文学写作也

^① (德)西美尔:《金钱 性别 现代生活风格》,顾仁明译,学林出版社2000年版,第94页。

^② (德)西美尔:《金钱 性别 现代生活风格》,顾仁明译,学林出版社2000年版,第98页。



经常成为一种流行时尚。因此,女性文学与时尚文化之间,天然构成一种呈现与被呈现的交织关系。

基于此,本书所讲的时尚文化主要包括意识形态主潮、女性审美理想和女性生活方式三大块。笔者倾向于认同将时尚文化看作历史和现实的各种力量角逐的场域,时尚文化的潮汐运动中体现了各种意识形态的联合与斗争。关于意识形态与时尚文化的关系,下文将具体展开。

4. 女性主体性

首先让我们了解一下西方哲学家对主体性的探讨:柏拉图、亚里士多德所说的主体性是先验的或实体的,主体并不单单指人类。直到笛卡儿“我思故我在”的近代哲学,才将主体性定位于人,而黑格尔为此种主体性奠定了唯我独尊的地位。现代哲学中,胡塞尔为摆脱唯我论的困境,提出了交互主体性(或称主体间性)的概念,企图通过共现、配对和移情等确认他者的存在。这是对近代哲学关于主体性的质疑、修正和超越,在此之上拉康顺延而下,说出了“我思处我不在,我在处我不思”的反主体性话语。但是,需要注意的是,拉康在消解主体性的同时,反证了主体性的不断建构(虚构)过程。交互主体性的提出并不是要取消主体性建构的历史过程,而是要通过与各种主体的对话中合理建构自身的主体性,避免走向唯我独尊。

以上哲学家在探讨主体性时多从人的概念出发,而在男权制(男性支配、男性中心)背景下的这种讨论,实质上界定的都是男性的主体性,几乎与女性无关。女性主义者波伏娃从存在主义哲学吸取资源,对千百年来的女性的“第二性”历史进行了深刻洞悉之后,认为女性要想摆脱男权社会的客体与他者之地位,需要不断建构、重构女性主体性。因为女性的身份和地位不是天生的,是社会和文化塑造出来的,所以就有重构的可能。而“重构女性主体的后现代女权主义认为,女性必须立足于自己真实的经验基础上,在尊重每一个人(包括男人和女人)的基础上建构自己的主体性。它认为,女性的主



体性问题,应该从经验主体、思维主体与言说主体三个层面上进行思考。经验主体、思维主体、言说主体是相互联系的三个方面的主体性。^① 笔者以为,在考量女性主体性时,还应该加进实践主体这一维度,女性主体意识必须经过实践的检验才能确认主体性的存在,反过来实践主体的成就感和力量感也会推进前面三个主体的建构,但失败的实践可能也会削弱主体意识。

本书所讲的女性主体性,主要指女性文学中女作家的性别主体性。也就是说,通过女作家的人生实践和文字书写,透现出来的对时尚文化(包括时代主潮、女性审美和生活方式)的态度,比如人物塑造中对女性经验的传达、两性关系的把握,从中呈现的作家对性别身份的认同;对男性的评价;对身体、情欲、婚姻爱情的态度;以及对男权制的质疑、反思和批判等等方面,来体现出女作家的主体性。而且,这是一个不断解构、建构和重构的动态过程,因为即使同一个作家的女性主体性的四个层面(经验主体、思维主体、言说主体和实践主体)的发展往往并不均衡,方向也未必一致。通过女性主体性的重构,应走向平等、互换和协作的性别主体间性。

此外,女性主体性的建构过程中,由于受到政治意识形态、消费主义和父权制的多方召唤,所以也体现在反抗与改编这些意识形态的过程中。政治意识形态和消费主义很多时候与父权制合谋,性别主体需要锻炼一种特殊的敏感,以识别经过合谋改装后的父权制面孔。

(二) 研究综述

本书的研究重点在于女性文学与时尚文化及其背后体现出来的女性主体性建构,就目前的阅读所及,直接标示“女性文学与时尚文化”的研究成果不多,主要有对当代女性写作的单篇论文,但关于时

^① 张广利:《重构女性主体性:一种后现代女权主义理论》,载《湖南大学学报》2003年第4期。



尚文化的概念比本书狭窄。相关的研究成果更多体现在时尚文化理论、时尚文化与女性形象、女性文学中的女性主体性这三个方面。以下就这三个相关领域研究成果作一简要的综述。

1. 时尚文化的理论与应用

目前有关时尚文化的理论主要还是以译著为主,除了凡勃伦的《有闲阶级论》、西美尔的《时尚哲学》、鲍德里亚的《消费社会》等几部经典名著之外,珍妮弗·克雷克的《时装的面貌——时装的文化研究》、乔安妮·恩特维斯特尔的《时髦的身体》、罗兰·巴特的《流行体系》等更侧重从“时装”的角度阐述时尚流行的特性。

应该说,关于中国语境下的时尚文化研究还处于兴起阶段。从理论方面看,周晓虹的专著《社会心理学》和相关论文《社会时尚的理论探讨》、《时尚现象的社会学研究》、《模仿与从众:时尚流行的心理机制》等,从概念、主客观条件、表现形态、追随者的结构与社会心理以及社会功能等方面对时尚文化进行了较为深入的分析。贺雪飞在《潮起潮落:时尚文化解读》一文中,也对时尚文化的属性、释义、产生和形成条件、话语特征等方面作出了探讨。还有一些研究是将时尚文化跟消费文化概念交叉混用进行探讨的。如刘庆庆的硕士论文《时尚文化:消费社会的传媒叙事》认为时尚文化是一种符号消费,并对时尚文化消费的主要表现形式及其特点进行了较全面的探讨,并运用叙事学的基本原理对传播媒介在时尚消费中的作用进行了深入的分析。汪新建、吕小康《时尚消费的文化心理机制分析》也认为时尚消费本质上是一种文化现象,在消费过程中,消费者不仅接受着文化内涵,同时也通过自己的主动性重构了意义和自我。周韵的硕士论文《时尚文化的符号学解读——以女性化妆品广告为例》,通过广告来解读时尚消费现象背后的文化心理,强调时尚文化的符号学价值。

从应用方面看,中国语境下的时尚文化研究,较多的是关于服饰文化方面的,有吕美颐的《中国近代女子服饰的变迁》、周汛的《中国



服饰的演变历程》、万芳的论文《民国时期上海女装西化现象研究》等文章,但严格地说他们更多的是一种文化史研究。还有的侧重时装的演变,比如旗袍的兴衰史,旗袍的中国风审美特性等研究。如卞向阳的《论旗袍的流行起源》、王国桓等的《旗袍的演变和流行》、周爱红的《中国旗袍文化研究》、初艳萍的《20 世纪 20—40 年代改良旗袍与上海社会》都探讨了时装与社会政治经济文化变动的关系。这些研究对本课题定位 20 世纪上半叶三个历史时期(五四时期、1930 年代、1940 年代)的时尚文化特征中女性审美特性这一部分内容提供了有力的辅证材料。

2. 时尚文化与女性形象

与本研究比较相关的是与有关时尚文化与女性形象的研究成果。

刘慧英的《遭遇解放:1890—1930 年代的中国女性》和李子云等的《美镜头——百年中国女性形象》两本书,以大量的历史图片和私人照片,图文并茂地再现了百年来中国女性形象史以及与中国政治经济历史变动的互文关系。蒋美华的《20 世纪中国女性角色变迁》一书,重点梳理了辛亥革命、五四和改革开放三个时期的女性角色变迁,其中涉及了时代主潮对女性形象和生活方式的影响。以上三本书直接为本课题的研究提供了较多的资料信息。李晓红的《女性的声音:民国时期上海知识女性与大众传媒》通过现代传播史上的女性杂志的出版发行等历史细节的挖掘整理,着重研究了在国家现代化的建构中知识女性参与话语权并表现出了鲜明的女性主体性,其中对五四时期到 40 年代女性杂志上讨论过的女性问题的梳理,为本课题提供了相当有用的背景材料。刘芳的《时尚杂志与中产阶级妇女身份》通过对时尚杂志《ELLE》的个案研究,揭示当代大众传媒通过时尚话语,如何将女性重新定位塑造为娱乐和消费市场的客体身份。吴菁的《消费文化时代的性别想象》着重分析了当代中国影视流行剧中的 5 种女性形象呈现模式,揭示了时尚魅惑外衣下的媒介



文化中的男权“催眠术”。这本书虽然是女性主义媒介研究的成果,但由于研究对象是影视流行剧中的女性形象,也可以算是影视文学与时尚文化的一种研究。

随着“时尚写作”的喧嚣流行,研究文学与时尚的论文在近年逐渐出现了,比较有代表性的如王纪人的《大众传媒时代的文学与时尚》、谢中山的《时尚文学与“80后”写作》、黄忠顺的《中国时尚文学与杜拉斯、村上春树、日本动漫》、任湘云的《时尚写作再解读》、洪志纲的《浮浅的时尚写作》,他们大都对时尚文化所代表的消费主义削弱文学的诗性空间表现出忧虑和对肤浅化的批判。而林丹娅的《解读所指:从“身体”到“宝贝”》和孙桂荣的《错位:在消费时代的女性小说和女性主义理论之间》,是两篇难得探讨女性文学与时尚文化的文章,但都把时尚文化与消费文化或都市生活方式混用,且时间上聚集在20世纪90年代以来的女性文学作品。

还有一些关于女作家作品中的服饰描写、服饰审美的研究,如对张爱玲小说中的人物形象与服饰的关系,范昕的《〈传奇中〉的服饰服饰中的传奇》,张如安、王玉香《于细微处见功夫——张爱玲与苏青小说中的女性服饰描写》,平原的《张爱玲的服饰话语》等单篇论文,还有付静的《张爱玲的服饰审美》和林勃的《张爱玲的服饰观》两篇硕士论文,他们大多通过张爱玲的服饰描写来研究人物的身份性格、心理处境,以及作者本人的服饰审美观念。比较成熟的要算邓如冰的专著《人与衣:张爱玲〈传奇〉的服饰描写研究》,从“衣”到“人”,探讨了张爱玲本人对女性身体、女性欲望、女性与他人、女性与社会等多角度的复杂思考。这些研究比较接近本书的范畴,但只是局部的时尚文化与女性文学的研究。

综上大概可以看出,在女性文学与时尚文化研究领域尚有大片空间可待拓展,尤其是从包含时代主潮、女性审美和生活方式这样综合意义上的时尚文化这一独特视角,研究20世纪上半叶女性



文学中女性主体性建构的脉络,大约也算得上是开垦学术处女地的努力吧。

3. 女性文学中的女性主体性

女性主体性是女性文学研究中的一个重要课题。孟悦、戴锦华、刘思谦、李玲、于闵梅、林幸谦等在这个课题上都作出了许多贡献。笔者的思考也从她们的著述出发。

孟悦、戴锦华的《浮出历史地表》是最早勾勒现代文学 30 年女性文学中的主体性发展脉络的著作。她们认为自“五四”开始,女性浮出历史地表,走向性别觉醒、身体觉醒的成长与解放之道,并在张爱玲、苏青那里获得了相当成熟的性别主体性,之前和之后都一再地被淹没在民族国家的宏大叙事之中。戴锦华后来在《涉渡之舟》一书中又尝试对新时期的女性写作进行梳理,发现当代女性追求主体性时总是掉入“花木兰式”女子雄化和“第二性”的本质主义的双重困境,最后她肯定王安忆等以民族历史和家族史叙述来实现对性别叙述的超越。但在当下中国语境中,以非/无性别叙述来超越性别叙述,是否同样也是一种“木兰”歧途?

刘思谦在《女性文学这个概念》一文中指出女性主体性是女性文学概念的核心,也是女性文学研究运用性别视角阐释文本意义的一种必要的价值尺度和价值支点。^①并提出只有建立双性主体间性的性别视角,才能超越男女二元对立的思维模式,才能实现文学研究者、作家与文本间的平等对话。^②另外,通过对 20 世纪 90 年代女性散文的研究,她在《生命与语言的自觉》一文中指出此时的女性散文总体倾向上体现了主体间性的理论自觉,中国女性已经走向一个独

① 刘思谦:《女性文学这个概念》,载《南开大学学报》(哲学社会科学版)2005 年第 2 期。

② 刘思谦:《性别视角的综合性与双性主体间性》,载《河南大学学报》(社会科学版)2006 年第 2 期。