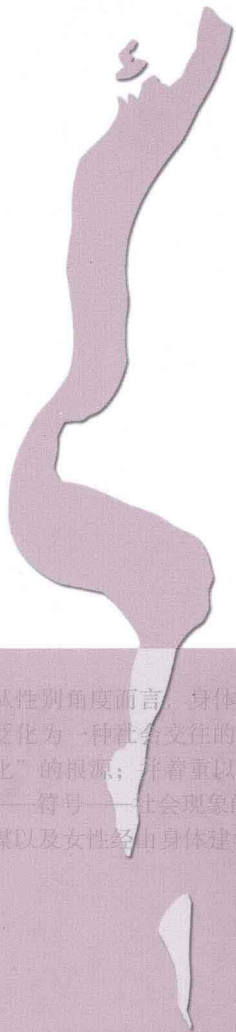


尹小玲 著



消费时代 女性身体形象的建构

CONSTRUCTION OF THE IMAGE OF FEMALE BODY IN CONSUMERISM

从性别角度而言，身体是性别建构和再现的最重要的载体，但身体常常首先与女性联系在一起。而女性身体形象普遍化为一种社会交往的通用形象和语言，却是在消费社会才凸显出来的。本书在中西文化之流中，追溯“女性身体化”的根源；并着重以“消费文化”为批评语境，以文学文本和广告文本中的女性身体形象为批评个案，采用文化——符号——社会现象的复合型分析和微观政治学分析方法，揭示出女性身体所遭遇的男权、美学、经济、技术的合谋以及女性经由身体建构自我身份的努力与困惑。

尹小玲 著

消费时代 女性身体形象的建构

CONSTRUCTION OF THE IMAGE OF FEMALE BODY IN CONSUMERISM



黑龙江人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费时代女性身体形象的建构 / 尹小玲著.
—哈尔滨:黑龙江人民出版社,2010.11
ISBN 978-7-207-08849-9

I. ①消… II. ①尹… III. ①女性—人物形象—文学
研究 IV. ①I106

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 220009 号

责任编辑:李 珊
装帧设计:滕文静

消费时代女性身体形象的建构

尹小玲 著

出版发行	黑龙江人民出版社
通讯地址	哈尔滨市南岗区宣庆小区1号楼(150008)
电子邮箱	hljrmcbs@yeah.net
网 址	www.longpress.com
印 刷	哈尔滨金业印刷有限公司
经 销	新华书店
开 本	787毫米×1092毫米 1/16
印 张	13.5
字 数	210千字
版 次	2010年11月第1版 2011年1月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-207-08849-9
定 价	36.00元

(如发现本书有印刷质量问题,印刷厂负责调换)
本社常年法律顾问:北京市大成律师事务所哈尔滨分所律师赵学科、赵景波



序

我们当今处在了一个可以从不同角度来命名的时代,譬如全球化时代、高科技时代、信息时代等等。在这若干命名的名单中,还可以有“消费时代”这样一个命名。

在这样一个时代,我认为社会身份的坐标系统正在发生深刻变化。相对于消费时代,过去的时代更多地是从“生产”的角度来划定人的社会身份,诸如传统的“士农工商”、“工农兵”等族群的划分,其实就是以不同的职业作为划分依据,而职业体现的是在生产领域中的个人位置。在今天这种职业定位还有影响,不过也可以有另外的划分标准,那就是依据人的消费状况。我们可以看到,同样都是已婚的没有在社会就业的妇女,如果是达到中产或者以上收入的,一般可以称为全职太太;而在此收入线以下,一般就被视为家庭妇女。这种差异实际上还不在于能够揣到钱包里的收入多寡,而是在于消费的档次。

在这样言说之后,我想进入到尹小玲《消费时代女性身体形象的建构》的书稿的议题。尹小玲是对消费时代问题的探讨,而探讨的角度是身体。那么身体涉及什么呢?这是一个涉及很深的理论的问题。

英国学者伊格尔顿提出:“现代化时期的三个最伟大的‘美学家’——马克思、尼采和弗洛伊德——所大胆开始的正是这样一项工程:马克思通过劳动的身体,尼采通过作为权力的身体,弗洛伊德通过欲望的身体来从事这项工程。”^①他所说到的三人,也是对于19—20世纪以来在社会思潮上有着最重大的影响的人物,而他们的思想都是通过与身体有关的论述来表达的。

① [英]伊格尔顿:《审美意识形态》,王杰译,桂林:广西师范大学出版社,2001年,第192页。



如果再往前追溯,身体问题其实是文艺复兴以来就在密切关注的问题,它也成为文艺复兴反拨中世纪思想的重要领域。在中世纪的神学体系中,人神之间的关系有些类似于肉体和精神的关系,人的存在本身代表了肉身,而人之所以高于普通动物,在于人可以聆听来自神的呼唤,神代表了精神的存在。在这种厘定中,人的存在本身是身体的属性规定的,而人的可以聆听神的声音的特质,则使得人超越了人的自然属性。在这个角度看,中世纪实际上把精神看成信仰世界的事情,即人信仰了神,获得了神的教诲,才会有健全的精神。文艺复兴就是打破了这样一个人神的界限,他认为人有身体存在的一面,也有精神存在的一面,于是大力彰显人的精神世界成为文艺复兴的思想亮点。但是文艺复兴对于人的精神的认识毕竟脱胎于中世纪,把肉体与精神加以隔离的想法还是隐约体现到力倡革新的思想家的见解中。譬如在笛卡儿就认为,“身与心是截然对立的,感性的身体、身体的感觉是虚假的,必须脱离一切感官,仅凭在我们心里的理智功能来领会物体”^①。笛卡儿这种思想成为后来欧洲理性主义的重要根基。笛卡儿代表的思想不同于中世纪的在于,他承认了人可以作为精神的主体,但是人的生理基础上的身体即通常说的肉体还是被放置在一个次要的地位,甚至也可以看成有可能影响到正确地认知世界活动的障碍。在这样一个思想框架中,身体还是具有“原罪”的性质,所谓“原罪”是因为,身体是受到遗传因素制约的,而身体的各种局限,也是遗传所带来的。

不过,笛卡儿所代表的只是欧洲的理性主义传统。在反对中世纪的只是强调信仰角度上,笛卡儿和其他文艺复兴的思想家处在同一阵线,可是接下来,文艺复兴还有另外一条不同于笛卡儿的思想路径,至少在伦理学意义它才成为了主流思想。文艺复兴重新规定了人的身体,“它把人从以前的彼岸世界夺了回来,让人做了自己的主人……人从而处于中心位置,而这是作为生理概念的人,而不是过去那种不灭的灵魂可怜巴巴的躯壳。‘虫蚁’啃噬的客体变成了主体”^②。在这里,人的身体与生命联系在一起,就如中世纪把人的灵魂和人的生命联系起来一样。既然身体可以摆脱原罪的尴尬境

① [法]笛卡儿:《第一哲学沉思集》,庞景仁译,北京:商务印书馆,1986年,第22~23页。

② [德]爱德华·傅克斯:《欧洲风化史——文艺复兴时代》,侯焕阁译,沈阳:辽宁教育出版社,2000年,第111页。



地,那么像呵护灵魂一样也来呵护身体,就是理所当然、势所必然的了。呵护灵魂是经常对于人的心灵世界加以关怀,包括祈祷等,那么呵护身体就是比较具体的琐事,包括身体本身的各种物质性的需要的看顾。中世纪伦理认为,只要超出了生理需求之外的身体的需求都是奢侈,是不道德的;而在文艺复兴之后的新的身体观念中,则认为身体的享乐性需求是正当的,只要这种需求不会损害社会的和他人的利益就无可非议。这种身体可以享乐的观点成为消费社会经济增长的助推器。

关于身体的有关认识可以作为一个知识考古学的问题来探讨。身体在文字出现之前具有独立的意义,即言说是从身体发出的,关于身体的言说也要借助于身体;而在进入到文字时代之后,文字作为一种文化力量,它具有超越任何个体的身体的能力,于是身体就在文字的表达中被对象化了,失去了主体的地位。在古希腊的“身体”,最初是采用“soma”,后来才演变为“body”,前面的意思突出的是有生命的物体的内涵,后面一种则是表达了容器的意思,可以看到在后面的意思中,所谓“酒囊饭袋”其实也是突出的容器的含义,它具有的贬义已经隐含其中。而在今天则走到了另外一极,我们可以看到各种呵护身体的广告铺天盖地,从外观的驻颜到关乎健康的保健比比皆是,它在告诉人们,身体是革命的本钱,身体才是你的本体!关于身体的思想,其实也就是一个时代的总体思想的某一侧面,这种侧面在很大程度上不是无关紧要的局部,而是对整体状况的浓缩!

围绕着身体的有关认识不仅是在身体—精神的二元框架中体现,身体问题也是涉及文化历史政治的问题。那些古老部落中的住民,经常会有身体彩绘乃至文身,这种身体上的图案包含有巫术意图,如祈福、辟邪之类,同时它也是很现实的一个举措,即通过身体图案表达某种认同,而这种认同成为部落的群体性的图腾之后,就有一种在群体中的个人的皈依感。这种身体图案在今天军队和球队的统一服装方面可以看到变异的痕迹。甚至,这种身体的问题可能成为国际交往中的事件。

1492年哥伦布航行到美洲,登岸之后一些水手与当地美洲妇女发生了性关系,而通过这种关系被传染了梅毒,水手回到欧洲时,又将此病传播到意大利、西班牙。有学者认为,1498年又一次出征的哥伦布的船队绕过好望角,到达印度。由于感染梅毒船员的到达,将梅毒也带到印度。通过商业往



来,梅毒从印度进入了我国,明代在1505年,广东省首先发现和记述了梅毒病例,此后,梅毒便从沿海到内地在我国广泛传播开来,此后几百年间成为在中国境内危害最大的性病。梅毒的病源来自美洲,可是,它所引起的社会反响却和族群政治联系在一起。英国人在口语上把它称为“法国花柳病”(French pox),法国人却把它叫做“日尔曼病”(Morbus Germanicus),由于梅毒在亚洲的传播是以印度作为中转站,所以中国早于日本输入此病,日本人竟称它为“支那病”(Chinese disease),甚至在同一国家不同地区之间也有龃龉,意大利的佛罗伦萨人把它看成是那不勒斯人带来的,称为“那不勒斯病”(Naples sickness)。而事件的起因与此都不相干,它只是美洲的一种人类疾病。正如从美洲给欧亚大陆带来了玉米、马铃薯、西红柿、烟叶等一样,从美洲也带来了梅毒。

关于身体的议题可以成为一种趣谈,也可以成为一个严肃的政治问题和学术论题。尹小玲在数年前的博士论文选题中选取了身体问题作为研究课题,经过一番艰苦努力,写出了论文《消费时代女性身体形象的建构》,论文顺利通过答辩,获得优秀的等级。转瞬之间,答辩已过去了三年,现在尹小玲在整理、充实的基础上,提交出版社通过了选题,在付梓之前请我作序。在我看来,这部书稿有几个特点值得推荐。

首先,它所言说的身体是放置在“消费时代”的语境中来看待,就是說在不同时代、不同文化状况下,身体可以体现出非常不同的含义。古希腊雕塑可以有裸体的运动员的塑像,因为在古希腊人看来,健康的人的身体是美的体现;而在中世纪的欧洲则把身体看成可能遮蔽神的光辉的存在,即使每个人都有与生俱来的身体,也往往把身体看成一个可能禁锢精神的囚笼,在这种认识下也就不会出现古希腊那种人体塑像和画像。那么,消费时代的身体问题可以说完全不同于以前时代。在身体的服务领域,它可以是采取一种结合到了现代人体科学、结合到了美学来对人体进行关怀、呵护,这种呵护是科学的、艺术的。另一方面,它又有一种消费主义倾向,在对身体的呵护中,其实服务的项目真正瞄准的是利润收益,在这种呵护中没有精神的抚慰。

其次,书中探讨的不是一般的身体,而是“女性身体”,这就有一些可以说道的了。如果只是讲身体,那么身体所联系到的另一面是精神,这里可以

讲究的就是中世纪、文艺复兴对于身体的不同定位,也可以探讨孟子的“苦其心志,劳其筋骨,饿其体肤,空乏其身”到道家养生中通过修身来达成某种精神境界的问题。可是“女性身体”使人容易想到的就不是身心二元对立的关系,而是性别问题。从中国宋代以后普及的妇女缠足到今天女性所青睐的高跟鞋,这里对于女性身体的型塑体现了性别政治和性别文化的深层次的内涵,它涉及政治、文化、历史等多个层面的综合考察。说到底,一个社会成员能够从社会得到多少财富,要看这个社会能够做出多少财富和财富如何分配,即“做蛋糕”和“分蛋糕”状况如何来定。那么女性在传统社会中就撇开社会分工来看也很不占优势,“做蛋糕”和“分蛋糕”依靠对“犁”与“剑”的掌握,在生理差异上男性普遍孔武有力,就可以取得性别优势,这也是人类社会由母系氏族走向父权社会的重要依据。因此,古代妇女的缠足、束胸到今天妇女的穿着高跟鞋、瘦脸瘦腰等行为,它体现了非自然的眼光,这种眼光很大程度上是男性观看女性的眼光,它要求要从妇女的身体形体上看到不同于男性自身的东西,于是就会夸大女性的某些身体特性甚至根本就是以男性眼光来把女性装扮成某种身体形态。女性在男性所需求的这种眼光中才形成了这种所谓性感的体态。女性在男性的眼光的这种“被看”中,遭受到历史意义的屈辱。^①可是,反过来这也体现了女性的一种狡黠,女性通过满足男性的眼光的行为,就可能在“犁”与“剑”方面力量不足的情形下,达成对于男性追求者的征服,于是才有白居易在《长恨歌》中“遂令天下父母心,不重生男重生女”的千年慨叹!在古代社会中往往实行的是家族地位继承制,男性的社会地位很大程度上要看父母地位如何,而在这种条件下,女性则可能通过婚配途径达成改善自身社会地位的效果。这在财产地位世袭制的历史条件下,也算是一种不得已的纠错机制。尹小玲书中女性的身体化、身体的视觉化,就涉及这些问题,读来是饶有兴味的。

其三,作为对女性问题的研究,由于有女性主义批评的思想背景,而且作者本人也是女性,那么书中表达出一种女性立场就是可以理解的。但是我们可以从书中看到,作者并不是简单地抒发情绪,而是有着严肃的理性的思考和女性意识上的自我省视。女性对于自身身体的关注,在男权文化中

^① 可以参见张荣翼《走向“被看”的美学》,《宁夏大学学报》(哲学社会科学版),1998年第1期。





是以男性眼光来进行自我打量的,女性既是被观看者,也是以观看者角度来对待自身。当女性以自身眼光来自我审视的时候,标志着女性意识的觉醒。可是在这一过程中,“女性对身体的关注,既是自我意识强化以及自我赋权的过程,又是自我身体物化的过程。”^①当女性在性别文化中正在取得了与男性之间的相对平等时,突然发现其实自己可能也在坠入消费文化的泥潭中,而在这一困境中,本来是作为对立力量的男性,现在也面临相同的困境,正好是可以作为坚定的同盟军!在消费文化语境的性别问题上,“从两性关系而言,女性及女性身体被赋予作为美丽、性欲、指导性自恋的优先载体,男性则被割裂了与鲜活的肉体的联系,被赋予更多精神的内涵。在这种文化语境中,不仅女性是被贬损者,男性也是被歪曲者。女性被物化,而男性被虚化”^②。我想,这样一种认识其实要比许多我所看过的女性研究论著表达得更为到位。如果我们把历史上对于女性的压迫看成一种异化过程,那么异化是一组双向乃至多向的关系,当男性作为主体异化女性时,男性自身也在这种关系中遭到异化!

其四,作为书序最应该说的是站在读者立场来说明书的特点、书的有关信息,那么我想它在两个方面都可以达成开卷有益的效果。一是书有可读性,在书中有不少的关于女性身体论题的个案分析,而且有不错的图片,图文并茂,在读图和案例分析中,渗透了学理因素,真正可以有所收获。二是作为对于消费时代的一种文化研究,它体现了多学科或者交叉学科的性质,如果只是作为一般阅读可以增广视野,如果作为研究中的辅助或参考,则这种研究视角对于多个专业的研讨都可能有一些启迪。

拉拉杂杂说了这些,这部书稿是尹小玲在过去几年思考的一个问题的小结。我期望在未来的时间里,尹小玲会有对于新问题的思考并且也拿出这样一个有内容的成果。

张荣翼

2010年5月于珞珈山

① 书稿第四章。

② 书稿结语。

目 录

引言 / 1

第一章 身体·女性·消费 / 5

第一节 身体的谱系 / 5

一、西方语境中的身体 / 5

二、中国文化中的身体 / 20

三、身体形态 / 31

第二节 女性的身体化 / 35

一、女性的不洁与原罪 / 35

二、女性之性 / 39

三、女性——聚焦身体 / 42

四、女性与男性身体 / 47

第三节 消费时代:与身体合谋 / 50

一、身体的视觉化 / 51

二、身体的欲望化 / 54



三、身体的商品化 / 57

第二章 文学叙事:女性身体的自塑与被塑 / 61

第一节 身体写作:“她”的身体 / 62

一、身体写作与书写身体 / 62

二、女性经验与自恋私语 / 65

三、身体狂欢与时尚物语 / 73

第二节 现实一种:“她们”的身体 / 79

一、“献祭”的女性身体 / 79

二、“窥视”中的女性身体 / 83

三、“语言”中的女性身体 / 89

第三节 “他们”与“她们”的身体 / 93

一、男性叙事中的“天使”形象 / 94

二、男性叙事中的“妖妇”形象 / 99

三、男性作家的女性关怀 / 102

第三章 广告:女性身体幻象的塑造与再生产 / 108

第一节 女性在广告中的身体呈现 / 109

一、局部人生:女性身体的碎片化展示 / 109

二、想象与象征:女性身体的物化 / 113

三、消费者和消费品:女性身体的双重性 / 116

四、女性身体与男性身体的空间分割 / 119





第二节 广告焦点:女性身体装饰的媒介 / 121

一、服装:欲盖弥彰的美学 / 121

二、高跟鞋:高度、速度与曲线 / 126

三、化妆品:美丽的幻象 / 131

四、瘦身与丰胸:性感的苗条 / 136

第三节 广告建构女性身体形象的叙事策略 / 142

一、刺激与诱导——身体焦虑与身体理想 / 142

二、引导与趋同——身体与身份 / 146

三、简化与神化——身体与幸福生活 / 151

第四章 身体政治:消费时代女性身体形象的建构 / 154

第一节 凝视 / 155

一、男性的凝视 / 155

二、全景敞视 / 160

第二节 消费意识形态的共谋 / 162

一、商品意识形态——身体拜物教 / 162

二、日常生活审美化——女性身体“美学化” / 165

第三节 媒介与身体 / 168

一、作为媒介的身体 / 168

二、作为媒介内容的身体 / 171

三、身体与媒介背后的权力关系 / 173

第四节 身体形象与女性自我身份认同 / 175

一、身体:他人的客体,自我的主体 / 176

二、目光:他人的凝视,自我的镜像 / 179

结语 身体解放? 女性解放? / 182

参考文献 / 189

后记 / 203





引言

身体在当下越来越凸现出它的重要性,无论是在日常生活场景中,还是在各种各样的媒介中;无论是对个人,还是对社会。与此同时,身体也越来越呈现出它的复杂性和矛盾性。我们的身体与我们同在,但我们却总是难以确切地说明如何同在。“作为爱恨情仇各种情感的对象,身体既是我们自己,也可以说是他者。对于精神分析学来说,它是主要的自恋对象。而对于虔诚的禁欲主义者来说,它是阻碍精神圆满的危险的敌人。在多数情况下,身体在诸如此类各个极端之间处于一个摇摆不定的位置,它既是快乐的主体和对象,又是无法控制的痛苦的化身,对理性的反抗,以及终有一死的载体。”^①因此,身体总是成为求知欲所探究的主题,有关“身体”的研究目前似乎成了一种“显学”。

有关身体的研究国内外学者有大量著述。概括地说,国外学者对身体的研究大致可以分为五类:一是从哲学的角度对身体的关注,这一关注其实在西方哲学中源远流长,只不过在这一关注的眼光中身体呈现出被贬抑和被高扬的双重形象。柏拉图首先将身体置于与灵魂对立并受灵魂宰制的卑贱位置,笛卡儿继续这一二元对立,在纯粹身体和纯粹心灵的二分中抑身扬心。其“我思故我在”将“我”定义为这样一种实体:“其全部本性或本质在于思维作用、而且为了它存在并不需要有场所或物质事物”^②。因此,灵魂与肉体全然两样,而且比肉体容易认识;纵然没有肉体,灵魂也会一如现状。

① [美]彼德·布鲁克斯:《身体活——现代叙述中的欲望对象》,朱生坚译,北京:新星出版社,2005年,第1页。

② [英]罗素:《西方哲学史》(下卷),马元德译,北京:商务印书馆,2003年,第88页。



而从尼采开始,身体开始成为个人的决定基础,他宣称:“我完完全全是身体,此外无有,灵魂不过是身体上的某物的称呼”^①,强调要以“肉体”为准绳。弗洛伊德的精神分析学则强调人的无意识和性本能,张扬了身体作为欲望的载体的一面。梅洛-庞蒂创立了以身体为基础的“知觉现象学”,通过强调心灵的肉身化和身体的灵性化而赋予身体以重要地位。上述各种有关身体的话语也成为目前各种身体研究的理论资源。二是社会学界对身体和社会的关系的研究,以及对身体在社会学理论中“缺席的在场”^②的状态的研究,前者的代表作如布莱恩·特纳的《身体与社会》,后者如席林的《身体和社会理论》。福柯对社会权力对身体的规训的揭示也可以算作这一类,如他的《疯癫与文明》、《规训与惩罚》。三是在消费文化背景中论及作为消费品的身体,如波德里亚的《消费社会》。四是女性主义者对身体的关注,如埃莱娜·西苏的《美杜莎的笑声》,杰梅茵·格里尔的《完整的女人》,简·盖洛普的《通过身体思考》。五是通过对具体的文学文本或绘画文本的分析关注身体的存在,如彼德·布鲁克斯的《身体活——现代叙述中的欲望对象》。

国内对身体的研究大致可以分为四类,一是注重身体的文化政治内涵,关注一种“身体的意识形态”,如汪民安编《身体的文化政治学》,以及他与陈永国合编的《后身体:文化、权力和生命政治学》,此书主要是编译了部分外国学者对身体各方面的论述,其中涉及身体与哲学,身体与生命政治,身体与性别以及身体与消费文化。二是立足于中国文化对身体进行跨文化观照,如周与沉的《身体:思想与修行——以中国经典为中心的跨文化观照》。三是以性别为基点的对身体的社会学研究,如沈奕斐的《被建构的女性——当代社会性别理论》,其中论及女性身体。四是对文学文本中的身体的解读以及对文学创作中的“身体写作”的研究。前者如南帆的论文《躯体修辞学:肖像与性》,葛红兵的专著《身体政治》,徐坤的专著《双调夜行船——九十年代的女性写作》,有关后者的论文近年大量见于各种期刊。《身体政治》中也有专章论及“身体写作”。

综上所述,目前国内外对身体的研究几乎涉及本选题的各个关键词,但大多从自己的学科背景出发,侧重一点,没有系统论述消费时代女性身体形

① [德]尼采:《苏鲁支语录》,徐梵澄译,北京:商务印书馆,1997年,第27页。

② Shilling, Chris: *The Body and Social Theory*, London: Newbury Park, 1993, p19.



象的建构问题,尤其是对女性身体形象建构中的意识形态内涵和女性的身份认同问题缺乏深入的理论研究。对本人而言,以何种方式进入对身体的言说就成了一个问题。消费时代无疑是身体的意义极度张扬的时代,在某种程度上它也为身体的解放提供了背景与土壤。因此,在时间的向度上,本文把对身体的言说定位在消费时代。“‘消费社会’这个深藏在19世纪中期的西欧大都市,在第二次世界大战后扩散到整个西方世界,并在随后以‘全球化’命名的历史进程中深入各种非西方文化传统腹地的‘白色弥撒’(鲍德里亚),是我们这个时代最为醒目的历史特征。”^①而中国,是伴随着20世纪90年代以来的全球化和市场化进程进入消费主义时代的。与此相应,身体研究的热潮是西方理论资源的输入与消费社会的现实语境合力的结果,对身体的反思既包括对以儒学为主流的传统文化中的身体的反思,也包括对市场化之前的革命的身体、政治的身体以及新时期作为人性解放表征的身体的反思。

身体,常常首先与女性联系在一起。正如波德里亚所说,“女性及女性身体被赋予作为美丽、性欲、指导性自恋的优先载体”^②。女性身体,在我们的文化传统中,常常是禁忌与不洁的象征,因此在各种叙事话语中经常处于被遮蔽的状态,而在消费时代的日常生活场景和各种媒介中,女性身体常常被置于“前台”,处于“展示”的状态。遮蔽与展现是女性身体遭遇的一个两难处境,也是历史之流中女性身体形象生成与变化的表征。因此可以说,本文在空间的向度上聚焦于女性,从理论上追溯女性身体化的根源,以及女性身体在中西方文化语境中的命运,并以此为逻辑起点与思想起点,在男性身体与女性身体的互文性观照下,分析消费时代女性的身体形象。而对消费时代女性身体形象的刻画与分析,并不是本文的最终目的,我们要探寻的是这种身体形象的建构过程,以及蕴藏于其中的意识形态内涵,进而揭示女性身体形象建构中的不平等的权力关系,并以此反观我们的日常生活图景和置身于其中的女性个体的生存处境。

本文研究的目光一直关注那些描绘身体,把身体嵌合在叙述之中从而

^① 蒋荣昌:《消费社会的文学文本——广义大众传媒时代的文学文本形态》,成都:四川大学出版社,2004年,第27页。

^② [法]波德里亚:《消费社会》,刘成富、全志钢译,南京:南京大学出版社,2000年,第149页。



使它体现某些意义的文本中,即关于故事里的身体和身体里的故事。也就是说,本文借鉴哲学、社会学、文化学、传播学、文学等领域的相关成果,采取文本细读的方法,一方面具体分析文本中对女性身体形象的表达与塑造,另一方面分析作为媒介的文本对现实生活中的女性身体塑造和身份建构的影响。当然,这里所说的文本已不仅仅局限于狭义的文学文本,而是指消费时代广义的文本。当代社会,随着数字化技术和图像化技术的普及,我们所接触的文本已不仅仅以“语言”为媒介。“丹尼尔·贝尔在20世纪70年代论述资本主义文化矛盾时,就敏锐地指出,当代文化是一种可视文化,即它是以眼睛的可视功能作为文化传输的途径。在这种视觉文化中,它是以感官的‘可视’为核心。”^①因此我们所选择的文本除了文学文本外,还包括视觉文本——广告。著名的传播学家麦克卢汉曾预言:“总有一天,历史学家和考古学家将要发现,我们时代的广告是日常生活最丰富、最忠实的反映,它们对一切活动领域的反映超过了过去的一切时代。”^②因此,我们有理由相信,选取广告文本作为对象剖析消费时代女性身体形象的建构,具有与文学文本同样的典型性。而作为一种新型媒介,广告对女性身体形象的建构也有着不可忽视的影响。

① 张荣翼:《在数字化与图像化之间》,《文史哲》,2002年第4期,第19页。

② [加]马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介——论人的延伸》,何道宽译,北京:商务印书馆,2000年,第289页。