

芭比:女性的造梦空间以及权力对身体的操纵

——女性身体、消费社会、权力操纵

范睿一

(四川大学 文学与新闻学院,四川 成都 610064)

摘要:作为通俗文化中一个充满影响力的文化偶像,芭比自诞生之初就与特定社会的政治文化相关联。芭比的设计、生产、销售主要面向女性,其对于女性身体的想象,在很大程度上左右着女性对于自身的认识和评价。在应对性别、种族运动的冲击时,芭比通过利用身体和服饰不伤及根本的举措,得以生存下来。事实上,由于消费和政治的化入,芭比周围环绕着一个暴政集团。

关键词:芭比;女性身体;消费社会;权力操纵

中图分类号:G0 **文献标识码:**A **文章编号:**1005-5312(2011)18-0274-02

52年前,芭比娃娃诞生在美国威斯康星州。在经过半个多世纪的风雨沧桑之后,她依旧那样光彩焕发,性感可人。事实上,她早已不再是一个单纯的娃娃,而是美国女性、美国文化的象征,更是全球女性理想的化身。在她身上承载了所有女性对于美、享受的渴望。她给所有平凡女性以信心和憧憬,她让每一个女人可以在自己的童话王国里成为公主,承载着每个女人心底最幸福的梦想。

作为通俗文化中一个至今仍旧充满影响力的文化偶像,我们不禁好奇:芭比何以能在半个多世纪的社会历史巨变中生存下来?她是如何随着时代语境的变迁而获得新的意义的?芭比传递了怎样的女性身体理念呢?在这躯体化的女性特质中包含有怎样的政治和话语言说呢?

芭比的出现直接层面上是基于一位母亲对于女儿的爱,是一个想象的产物。但其流行并产生意义却是与特定的社会政治文化密切相关的。她是以德国娃娃“丽莉”为原型创造出来的,其材料和外形的设计师杰克·瑞安曾是军事武器设计师;她诞生在二战后的美国,于尼克松和赫鲁晓夫发生“厨房辩论”的同一年投放市场。所有这些都使得芭比不同于其他的玩偶,而是牵涉到冷战意识形态及军事工业综合体系的研究与技术交换。在那个时期,不再是军事实力,而是制造的产品和市郊住宅模式成为美国民主和自由的主要象征。芭比的形象作为物质富足、家庭和睦、性别角色划分明确等等各种理想的集中体现出现在杂通俗文化领域,这与战后美国蓬勃发展的消费经济和在美国在世界范围内建构的梦幻象相契合。同时,也与战后美国青少年独特的生活方式步调一致。这批青少年连同其品位、行为、手中的零花钱一起受到社会和家庭的密切关注,青少年犯罪和性自由带来的社会压力使得社会阶级话语中出现了两个高度分化的青少年形象:健康向上、升大学、有出息的模范少年;难以驾驭、街头游荡的不良少年。杂志、广告、电视、电影等传媒手段强化了这一话语现象,而芭比的出现自然是一种较为有利方向引导的方式,芭比衣着考究,社会观保守,她的世界和生活被建构地合乎社会和家庭对于青少年的要求。

一、芭比与女性身体、女性气质的获得

拥有芭比的人几乎都是女性,她们,尤其是那些从儿童时

期就开始有芭比陪伴的小女孩,在长大之后就会更加强烈地渴望拥有芭比那样傲人的身材。在当下语境中,女性身体理念的建构受到多方面因素的左右:艺术中的形象,自然包括通过现代传媒、时尚杂志等对于女性身体的极端引导;科学与医学文献;商业利益或者直接个人利益的诱导;男性心理及喜好的左右等等。与身体欲望相伴随的是对于消费的渴望。芭比除了身材之外,那千姿百样的配件也是诱惑女性的关键所在,这将进一步刺激她们的消费购买欲。芭比本身既是个出色的消费者,又是一件包含复杂内容的消费品。家长将之作为教化子女的独特方式,而零售商则在其身上寄托了对利益的幻想。

芭比的身体到底可以给女性带来什么,尤其是在这个消费占据主导的当下语境中。女性自我的心理满足?异性与社会眼光的赞赏?品位、气质、身份的象征性传递?对生活优越、富足、安逸的憧憬?消遣与消费带来的快感?在心理层面上,芭比暗示了时尚、品位对于女性获得社会地位的重要性,并将无休止的消费与女性气质的获得、性征得体的外形连接起来。不同款式的芭比意味着不同场次的商品展示表演,因而在这个意义上,芭比不只是一个娃娃,而是由包装、派生产品、卡通片、商业广告片、杂志、派对、活动的全套装备等等组成的一个庞大话语体系,而言说的对象是所有女性。现实中的女孩们可以通过想象进入到芭比的世界,而最根本的是通过消费参与到已被预设的芭比世界中,女性体会到鲜明、得体的女性特征对于获得个人幸福、赢得好感的重要性。在20世纪,性别本身就已经变成了商品,它可以借助消费等方式来建构,性别气质的获得直接与商品消费相关联。女性特征可以通过衣着、发型、化妆、整形等消费方式获得并强化。而且,女性成为某种类型的人直观地与消费和特定商品联系在一起,例如服装的款式、化妆品的牌子、汽车和手机的型号等等。身份已由拥有或者想要拥有的商品来界定,社交圈的建构亦与此紧密相关,这是一个消费的社会,人们已经自觉地用商品来表现人与人之间的社会关系。

芭比是女性的一个造梦空间,而这个梦一直都是关于闲暇和消费的,而不是关于生产的,所以芭比不止是女性得体气质的培训基地,更是在后福特经济体制下,美国公民即将面对的知识与社会关系的一种有效前期宣传手段。

二、芭比如何得以生存下来

二十世纪六七十年代,世界范围的性别和种族运动冲击了众多的领域。妇女权益者们对于许多领域表现出极大的斗争热情,她们的自我意识不断增强,对任何带有性别(包括同性之间)歧视意味的女性形象充满仇视,这极大地冲击了媒体和通俗文化各个领域。因而芭比也经历了自己黑暗的十年:销量锐减,质量也由于产地的变迁而下滑。马特尔公司顺应社会大气候的变化,采取了积极的应对措施。首先,为芭比设计了更加多样化的服装,使其形象更加现代。此外,1990年8月,马特尔在《哈泼儿》刊登了芭比从1959年起的个人简历——时装模特、芭蕾舞演员、空姐、志愿护士、教师、时装杂志编辑、飞机乘务员、医生、奥林匹克运动员、杂技教练、新闻记者、时装设计师、企业管理人员、香水设计师、动物权利志愿者、宇航员、水手等等,这众多职业身份的设定是为了“恭维”现代妇女所涉足的众多领域和行业,是马特尔公司在尽最大的努力去避开女性运动者的责难,通过职业的拓展以求获得放行和社会的宽容,他们将芭比装扮成一个获得解放的进步女性,被赋予了社会良知,而事实上不难发现环绕在芭比身上的仍旧是一个浮华的光圈。

在职业身份多样化的同时,芭比的朋友圈子也发生了重大的变化,原先纯粹由城郊白人组成的世界加入了黑人朋友,而当时的社会背景是马丁·路德·金遭到暗杀,底特律、瓦茨发生激烈的种族骚乱。但是芭比的这些黑人朋友从1967年上市后一直表现不佳,直到20世纪80年代才收到了效果,这是因为此时马特尔公司“走向文化多元化”的决心和理念与《埃拉》、《时尚》等前卫杂志的偏好相一致。

黑人莎妮的诞生可谓芭比发展史上一件重要的事件,她被定性为“明天的非裔美国妇女”的典型形象,这与其他种族消费者市场份额比例的增加、黑人妇女进入公司高级雇员阶层、以及日益增长的专业知识(以心理学为突出代表)所具有的权威性和带来的可信性有着密切的关系,似乎文化的多元性已经真正步入芭比王国。但是,我们还是发现芭比形象中那占主导地位的盎格鲁式美人标准与身体形象并没有被动摇,当我们将所有的娃娃放在一起时,它们看起来完全差不多,职业、种族多样化的前提是她必须胸部丰满、蜂腰窄臀、长发飘逸、双脚纤细、特别苗条。文化的差异被弱化到最浅层面——肤色和可随意调换的服饰,这与同时期时装模特超种族多样化发展的趋势是一致的,差异被明显地转化成同一性,民族性屈从于女性美,尤其身体美的狭窄范围。

马特尔公司在应对诘难时表现出了高超的应对技巧,它将性别不平等、种族多样性带来的挑战转化成规模不断扩大的时装展示会,这就是芭比成为幸存者的根本原因。正如苏珊·威利斯所说,20世纪大众文化的偶像都满怀变化的欲望。芭比的活力、魅力与利润很大一部分来源于其职业身份的变化,因为她的身份主要是通过幻想来界定的,因而易于变化和再阐释,可以通过服饰和肤色的变化来再造身份。身份千变万化,身材却几乎始终如初,在这个喜新厌旧、崇尚进步的社会中,这个事实意味深长。

三、芭比身体带来的暴政——一个利益、控制、压抑集团

在“芭比”受到公众广泛欢迎的同时,也受到了来自各方面的批评。美国妇女组织首先表示,芭比娃娃过于“性感”,过于“完美”,为小女孩设置了不可实现的目标,最终结果就是伤害了她们的自信与自尊,使得她们对自己的容貌和身材感到自卑,因此她不是妇女解放的象征,而是起着“迫害妇女”的作用。

这是一个众人皆知的事实:在父权制社会中,女性的相貌、身体受到社会更苛刻的审视。女性的饥饿、欲望被看作极具威胁力,是必须被控制的。而事实上,女性也在自觉地服从、在意以性别为特征所传达的健康和美丽标准。芭比那异乎寻常的瘦身材已经被人体测量学证明是极难实现的,这一理想化的标准带有严重的偏见和压迫性,尤其是在将之外化为制成品,并放到展览馆、刊登在杂志上,这将产生一种福柯所说的“标准化效果”,进而以一种极不健康的方式作用于个体对其身体的评价上。

在女性的身体中,对消费的极度渴望和对社会谴责的小心规避这一结构性矛盾同时并存。瘦身材与无休止的消费欲、变化欲是相抵触的,而对于欲望的控制还是要到身体那里找答案。现代医学技术成为女性诉诸解决这一矛盾的主要武器。女性将整形术与控制自身肉体、生活自主权的获得相联系,这似乎又暗含了成为芭比是女性获得权力的重要手段。要求女性永远年轻苗条的文化规范使得女性对自己的身体抱有偏见,情愿经历痛苦的整形手术、节食,将身体看作文化塑料,可被切断、注模、重塑的原料,借助科技实现对身体的改造。身体不再具有任何本质性的真谛,变得肤浅。女性重塑自我的行为是为权力和欲望所左右的,严重剥夺了女性身体的自然性,可在这样一个社会中,这似乎是必然的,根本不存在任何解救的希望。

四、结语

彰显身体是人回归自身幸福的重要起点,没有身体的快乐、满足和健康,任何所谓精神、意识的存在都是预设性、虚假和缺乏根据的。芭比的确是个幻象,但她又包含着某些有关权力和自我塑造的意义,芭比的身体是一个意义系统,在这个系统之中涉及民族、种族、性别等因素。这个通俗文化的经典偶像所带来社会学、人类学、文化学思考还没有被很好的揭示出来,在她身上还有许多值得我们深思和研究的症候。

参考文献:

[1]汪民安编,《后身体:文化、权力和生命政治学》[M],长春:吉林人民出版社,2003。

芭比:女性的造梦空间以及权力对身体的操纵——女性身体、消费社会、权力操纵

作者: [范睿一](#)
作者单位: [四川大学, 文学与新闻学院, 四川, 成都, 610064](#)
刊名: [文艺生活·文海艺苑](#)
英文刊名: [LITERARY GALLERY](#)
年, 卷(期): 2011(6)

参考文献(1条)

1. [汪民安](#) [后身体:文化、权力和生命政治学](#) 2003

本文读者也读过(10条)

1. [张建](#), [ZHANG Jian](#) [后现代消费社会身体的转向与去向](#)[期刊论文]-[涪陵师范学院学报](#)2007, 23(1)
2. [方英](#), [Fang Ying](#) [消费社会中女性的身体消费](#)[期刊论文]-[河南社会科学](#)2006, 14(4)
3. [侯隽](#) [中国没人爱芭比?](#)[期刊论文]-[中国经济周刊](#)2011(11)
4. [黄医](#) [中国女性时尚类杂志中女性角色的建构——以消费文化为研究视角](#)[期刊论文]-[东方艺术](#)2007(z2)
5. [宋洁](#) [游戏、自恋与救赎——解读消费时代女性身体写作](#)[期刊论文]-[北方论丛](#)2005(5)
6. [夏燕](#) [有梦想的地方, 就有芭比](#)[期刊论文]-[观察与思考](#)2009(5)
7. [罗昕](#) [媒体品牌建构中的女性角色](#)[期刊论文]-[当代传播](#)2002(4)
8. [汪慧敏](#) [消费社会的女性身体消费](#)[期刊论文]-[文艺生活·文海艺苑](#)2009(7)
9. [王洁](#) [浅释设计中的女性主义](#)[期刊论文]-[文艺生活·文艺理论](#)2011(5)
10. [吴加才](#), [Wu Jiakai](#) [身体消费的现代性悖论](#)[期刊论文]-[前沿](#)2011(6)

本文链接: http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_wysh-why201106210.aspx