

论消费时代女性身体图像对审美意象的消解*

蒋继华

(盐城工学院人文学院,江苏盐城 224003)

[摘要]在感官欲望张扬、消费文化勃兴的时代,女性身体图像成为一道亮丽的风景,逐渐消解了传统文学作品中女性身体的艳美意象。表现在传统文学作品注重营造情意性、朦胧性的女性身体意象,令鉴赏者静观沉入的品味,当代女性身体图像则带来欲望的满足和形式美的冲击,呈现平面化、直观性、诱惑性。女性身体图像的增殖彰显出女性温馨浪漫、高贵时尚的一面,但也日益剥蚀着审美的深度感和本真性。

[关键词]消费时代;女性身体图像;审美意象;消解

[中图分类号]B83 [文献标识码]A [文章编号]1672-0598(2007)06-0115-04

我们正生活在一个感官欲望张扬、消费文化勃兴的时代,消费成为这个时代最显眼的社会活动。消费体现了人和物的关系,其突出的审美特性是物的符号性。博德里亚在《消费社会》一书中认为,人们在消费商品使用价值的同时,更注重商品对人的身份、地位、名望的象征色彩,即商品的文化意义,“消费者与物的关系因而出现了变化:他不会再从特别用途上去看这个物,而是从它的全部意义上去看全套的物”^{[1](P4-5)},从而消费是建立在物的符号价值和某种区分的编码之上,体现着社会文化行为。而物的符号意义正是通过视觉形象传达出来,消费商品的过程实际上是满足视觉享受和感官刺激的过程。消费为视觉文化的传播提供了必要的空间。在这样一个视觉文化盛行、由视觉符号构成的“眼见为实”的世界,我们正被一系列的图像所包围,从而进入了德国哲学家海德格尔所言的“世界图像时代”:^{[2](P899)}“从本质上看,世界图像并非意指一副关于世界的图像,而是指世界被把握为图像了”。文化的“图像转向”成为一个不可逆转的历史潮流,通过电视节目、网络、广告、漫画、时尚杂志等传播形式深刻影响当代人的生活方式、审美旨趣和道德观念。人们正以视觉化、图像化的方式来认定这个世界的存在,“看”被赋予了一种崭新的意义,那些现象背后的真理、本质、价值等被挤压成一

个平面,湮没在浩如烟海的符号世界中。由此,图像占据了生活的核心空间,成为这个世界的生动表达和真实存在。

身体图像无疑是这个时代视觉文化的一个显著表征,某种程度上可以认为我们的周围正在被身体图像所包围,身体无处不在,美丽也无处不在,身体借助美丽在当下风行。在美仑美奂的身体图像中,女性身体图像铺天盖地,纷至沓来,服装业、美容业、房地产市场、汽车行业、电视节目里,商场的化妆品柜前、洗衣机边、煤气灶旁,甚至菜市场周围,女性身体图像成为一道亮丽的风景,俘获无数观赏者(尤其是男性)的目光,男性则一厢情愿地陶醉在这香艳的世界里,面对眩晕的幻觉激动不已、兴奋不止,任凭对方控制自己的意识和自由。各种名人选秀、世界小姐活动更满足、刺激着男性的视觉需求。女性身体图像成为男性的视觉盛宴和快感主体已成为无可辩驳的事实。相比较于传统文学作品借助文字传达女性艳美身体的描写,当代的女性身体图像已趋于平面化、直观化,失去了深度感和意义,逐渐淡化、消解了文学作品中的女性身体意象。

首先,在审美创造上,从传统文学作品注重塑造情意性、朦胧性、想象性的女性身体意象转向当代平面化、商品化、诱惑性的身体图像。意象是艺术家创造出来的神与物游、回味无穷的艺术形象,

* [收稿日期]2007-09-23

[作者简介]蒋继华(1969—),男,江苏徐州人,盐城工学院人文学院,讲师,文艺学硕士,研究方向:文艺理论、美学研究。

是无象之意对有象之物的超越,强调含蓄无垠、思致微妙、“言有尽而意无穷”的审美效果。中国古代文学作品中有关女性形体的审美观念和身体意象的描写无疑体现了这一点。如楚辞作家宋玉在《神女赋》中对神女的惊世骇俗之美进行刻画:“须臾之间,美貌横生。晔兮如华,温乎如莹。五色并驰,不可殚形。详而视之,夺人目精。其盛饰也,则罗纨绮绩盛文章,极服妙采照四方。振绣衣,披袿裳,不短,纤不长。步裔裔兮曜殿堂,忽兮改容,宛若游龙乘云翔。媠披服,悦薄装,沐兰泽,含若芳。性合适,宜侍旁,顺序卑,调心肠。……貌丰盈以庄姝兮,苞湿润之玉颜。眸子炯其精郎兮,多美而可视。眉联娟以蛾扬兮,朱唇的其若丹……”神女含情脉脉,情意绵绵,冰清玉洁,情态活灵活现,极富生气,给鉴赏者以非同寻常的审美感受。汉代司马相如《上林赋》中的美女“绝殊离俗,妖冶嫋都,靚妆刻饰,便嬛绰约,柔桡嫋嫋,妩媚纤弱,曳独茧之褕褌,眇阎易以恤削,便姗嫫屑,与俗殊服。芬芳沤郁,酷烈淑郁;皓齿粲烂,宜笑的皦;长眉连娟,微睇绵藐;色授魂与,心愉于侧”。《上林赋》极具语言形式上的华丽,窈窕淑女的一颦一笑融雍容华贵与天姿国色于一体,不禁让人想起宋玉的《登徒子好色赋》中所写东家之子“增之一分则太长,减之一分则太短;著粉则太白,施朱则太赤。……嫣然一笑,惑阳城,迷下蔡”(《登徒子好色赋》)的迷人神态。三国时期,曹植《洛神赋》从审美角度对洛神宓妃的容色体态进行了逼真描绘:“肩若削成,腰如约素。延颈秀项,皓质呈露。芳泽无加,铅华弗御。云髻峨峨,修眉联娟。丹唇外朗,皓齿内鲜。明眸善睐,辅靱承权。瑰姿艳逸,仪静体闲。柔情绰态,媚于语言。奇服旷世,骨像应图。……余情悦其淑美兮,心振荡而不怡。”作者借助语言的力量,从人神双方的情意绵绵入手,对洛神的体态、容貌、举止进行细腻刻画,表现了洛神华艳、妖冶的色感,无疑具有勾魂摄魄的魅力。其它如《诗经·硕人》中庄姜“巧笑倩兮,美目盼兮”,《孔雀东南飞》中形容焦仲卿妻刘兰芝“指如削葱根,口如含朱丹,纤纤作细步,精妙世无双”,唐传奇《李娃传》中形容李娃“明眸皓腕,举步艳冶。生遂惊起,莫敢仰视”,《长生殿》中杨玉环的惊艳描述:“亭亭玉体,宛似浮波菡萏,含露弄娇辉。轻盈臂腕消香腻,绰约腰身漾碧漪。明露骨,沁雪肌。一痕酥透双蓓蕾,半点春藏小麝脐。”以及《金瓶梅》《红楼梦》中女性身体、情态的展现等,都揭示了女性美的内涵和标准。她们或雍容华

贵,卓绝突出;或羸弱善感,眉锁愁情;或华艳妖冶、媚味显豁,表现了女性特有的妩媚与风韵。

传统文学作品对女性身体的描绘可谓淋漓尽致,惟妙惟肖,具有朦胧感和深厚意蕴。这一切,靠的是语言的魅力。毕竟,女性有情有趣的身体美要靠语言媒介生成形象。这是一种以语言理解、掌握世界的方式。德国哲学家恩斯特·卡西尔曾这样形容语言的力量:“正是语词,正是语言,才真正向人揭示出较之任何自然客体的世界更接近于他的这个世界;正是语词,正是语言,才真正比物理本性更直接地触动了他的幸福与悲哀。”^{[3](P82)}而中国的语言文字“更易于张大语词的多义性、表达的隐喻性、意义的增生性,以及理解和阐释的多重可能性”^{[3](P24)},便于营造韵味悠长的情境,给人留下无尽的回味,“引人于冥漠恍惚之境”(《原诗·内篇》)。当代的女性身体图像则不然。女性身体图像以视觉媒介为中介,突出直观性和“看”的意味,图像本身即代表意义。其生成不通过语言的力量,省去了受众发挥、想象、阐释的机会,即想象中的意消失了,所指消失了,图像符号直接与现实生活同一。这是一种以图像、形象掌握世界的方式。这时,消费的对象是形形色色、眼花缭乱的的身体,于是美丽在当下风行。虽然现代社会男女分工不同,但与商业宣传有关的文化传播、影视传媒、时尚杂志大都由女性来完成,女性身体图像频频出现于充满浮躁、浮艳气息的现代社会,潜移默化地影响着、刺激着大众的消费行为,成为一种赚取受众眼球的商品符号。例如明星为商品促销:范晓萱成为“洁莱雅”的代言人,张曼玉以典雅般气质演绎爱立信手机的浪漫,赵薇的乐百氏广告、雅鹿羽绒服广告等;更有香车美女的经典消费模式,让人臣服于生命的快感。此外,美丽女性则成为城市形象的代言人,成为城市小姐、亚洲小姐、世界小姐、国际名模……。女性把身体交给了社会,变成走俏的商品。在无数闪光灯的聚焦下,在无数追星族的喝彩下,在面对面的刺激下,时代似乎永远钟情于青春女性,钟情于美丽的胴体所带来的激情诱惑。

女性身体图像满足了大众的物欲迷恋和心理快感,“所有的一切,都是在这样的对立结构中呈现的:男人/女人、主动/被动、积极/消极、看/被看、消费/消费品。男性中心的思维机器,必须依靠这样的二元对立才能运转起来,女人也就成了他们想像的产物,他们一厢情愿地面对这幻觉的影子兴奋不已。而如何无止境地制造兴奋,这是消费社会的

生产秘密”^{[4](P73)}。如此一来,女性只剩下了躯壳——身体图像紧裹下的精瘦躯壳,甚至女性自身都不是消费者,只是被消费的感性符号——文化领域中的图腾和最高形式的拜物教。女性在制造社会喧哗和骚动的同时,自身成为一处供奉着美丽形象、完成崇拜仪式的现代社会景观。和经典文学作品中传达女性身体美的语言文字相比,女性身体图像把文字引向身体外形、仪态,改变了 20 世纪人的精神生活和情绪状态,并且借助于现代传媒“克服了文学的有意而无色、无画的缺陷,克服了绘画的有形而无声的缺陷,克服了音乐的有声而无形的缺陷,克服了舞蹈的舞台单一的缺陷,把图像、颜色、声音、文字等因素迭加起来创造了一个新的艺术形式”^{[5](P374)},如果说语言艺术主要是一种时间性的存在方式,图像艺术则是一种空间性的存在,更具诱惑力、刺激感。这或许是女性身体图像风行的原因之一。

其次,在审美接受上,传统文学作品中的女性身体意象往往需要鉴赏者静观沉入的品味、咀嚼,当代女性身体图像则更多带来欲望的满足感和形式美的冲击。意象的观照要求审美主体持守始终处于一种静观地位,与客体保持一定距离,弃绝功利色彩,达到“相看两不厌,只有敬亭山”的自由洒脱的诗意境界,产生“入芝兰之室,久而不闻其香”之效。古人在审美活动中倡导“与天地精神相往来”,持守静观态度。如老子提出“涤除玄鉴”,画家宗炳在《画山水序》中提出“澄怀味象”命题,刘勰在《文心雕龙·神思》中要求审美活动“陶钧文思,贵在虚静;疏淪五藏,澡雪精神”。张彦远的“凝神遐想,妙悟自然”,苏轼的“静故了群动,空故纳万境”等内容都丰富了审美观照和审美活动的方式。总之,审美活动需要在静心体验中完成。鉴赏者也只有借助于这种方式,方能求得作品中的韵味,即蕴含在作品中的能激发无穷想象力的内容。古人已较早关注文学作品的韵味性,并予以形象地揭橥和阐发。钟嵘《诗品序》提出“使味之者无极,闻之者动心,是诗之至也”,刘勰《文心雕龙·隐秀》认为“深文隐蔚,余味曲包”,叶燮《原诗》云:“诗之至处,妙在含蓄无垠,思致微渺,其寄托在可言不可言之间,其指归在可解不可解之会。”古代文学作品营造的审美意象往往具有虚幻性、朦胧性,留有許多空白与未定点,等待鉴赏者在阅读过程中加以具体化。如乐府民歌《陌上桑》成功塑造了一个貌美可爱的女性罗敷形象:“头上倭堕髻,耳中明月珠。缃

绮为下裙,紫绮为上襦。行者见罗敷,下担捋髭须。少年见罗敷,脱帽著帩头。耕者忘其犁,锄者忘其锄。来归相怨怒,但坐观罗敷。”对于罗敷的形象美,作品没有进行正面描摹,而是采用侧面映衬与烘托手法,其艺术容量得到进一步增加,可供鉴赏者回味想象的余地更广阔。从符号学观点看,文学艺术包括语言体系和审美意象体系两套系统,意象本身的能指借助语言符号物化传达,而所指为鉴赏者发挥想象力和艺术再创造创设了无限空间。当鉴赏者不受心智欲望的干扰,走进作品的审美境界,罗敷的形象像一条看不见的红线,激活其心中的语词和情感,甚至在阅读过程中进行审美再创造,追寻交织于作品中的古典韵味。瓦尔特·本雅明曾用“灵韵(aura)”一词意指笼罩在古典作品中的这种“韵味”,认为“灵韵”是“遥远之物的独一无二显现”:“虽远,犹如近在眼前。静歇在夏日中午,沿着地平线那方山的弧线,或顺着投影在观者身上的一截树枝——这就是在呼吸那远山、那树枝的灵光。”

^{[6](P63)}本雅明用诗化的语言为灵韵营造出一种神秘氛围,我们似乎可以触摸到灵韵的所指:作品中纯粹、悠远的此在显现,有余意、至味、情性,充满鲜活的生命意识。观赏者怀着敬而远之的虔诚心理,与艺术保持一定的距离,若即若离,观照其散发的静穆、高雅气息,心灵自然与艺术息息相通。渗透于文学作品中的韵味又何尝不是如此呢?

而在消费时代,当视觉文化风行时,“语言的古典秩序现在自我封闭了。它已丧失了自己在知识领域中的透明性和主要功能”^{[7](P386)}，“词既不能拥有声音,也不能具有对话者,在那里,词所要讲述的只是自身,词所要做的只是在自己的存在中闪烁”^{[7](P393)}。视觉文化消解了传统作品的经典性、此在性,艺术退化到直接震动感官的地步,给观赏者带来的只能是“震惊”(shock)。当我们把目光投向广告中令人眩晕的女性身体图像,面对那亭亭玉立的身段、妩媚的眼神,你只有“看”的自由和权力,不可能再凝神遐想、静观沉入的思索,追求所谓的深层意蕴,体会“神与物游”的审美韵味;也不再指望“花看水影,竹看月影,美人看帘影”的朦胧景致出现。无疑,这一切都是在单向对视中完成的,失去了某种深度感和意义。面对强大的视觉流冲击,你投入的只是一刹那,收获的却是无尽的满足和自慰般愉悦,享受美丽原来也是这么容易!更有甚者,为各种各样的时尚杂志、影视传媒充当所谓的形象大使,大谈化妆、减肥、整容、丰乳(甚至改变性

别、再造处女膜),把女性身体浓缩成完美形象,使观赏者一次次陶醉于女性形体的绚丽诱人。这也使得不少女性对自己身体的美丽产生怀疑,于是仿照模特的样板,沉浸于身体的自我塑造,从而陷入到一种自缚之中,无法自拔。斯韦伦德在《芭比与人体测量学:通俗文化中令人不安的女性身体理想》一文中指出,成千上万名健康美国妇女认为自己的身体有缺陷,试图控制不听话的身体。每年至少有十五万名美国妇女做乳房填充手术,亚洲妇女则为了让自己外表少一点平淡去再造鼻子、加宽眼睛,甚至于九岁女孩中高达百分之八十在节食和为体重而担忧^{[8](P286)}。因此,身体已从传统的文化观念、社会观念走向拥有者的“意志”观念——为一种自恋式的需要,满足社会美丽标准的需要,从而成为可塑的对象和社会的稀有资源。而消费文化则悬置了女性身体的精神内核,放大其消费、享乐的一面。女性身体图像的增殖削弱了观赏者对传统美学中身体意象的回味,那些呈现意义的语言形式已日益淡出观赏者的视线。

“话语终止的地方也许就是劳动重新开始的地方。”^{[7](P401)} 审美和生活、商品的联姻促使文学作品中女性身体形象走下神圣的殿堂,从经典、严肃的字里行间还原为可视的、鲜活的供消费的商品符号,女性的躯体和灵魂分离了,臣服于视觉快感和商业利润,日益剥蚀着审美的自律和经典模式。固然,女性身体图像提高了女性性别意识和主体的独立性,彰显出女性温馨浪漫、高贵时尚的一面,有利于减缓受众的生存焦虑,但其终究是一个高度抽象

化的符号,是以男权为中心的社会女性作为主体不在场的表现。而且,女性身体只有被当作观照、赞叹的对象时,自身的美丽才能传达出来。从某种意义上说身体只是作为观赏的需要,观赏性是其主要特征。这种观赏体验过程尚未达到美学家李泽厚所言的“悦心惬意”“悦志悦神”状态,至多是“悦耳悦目”状态,而当审美一味地趋向“悦耳悦目”,只能抑制主体更高层次的精神需求。在这个审美悖论中,如何扬长避短,最大限度地发掘、提升女性身体图像、视觉文化的审美价值,实现马克思所言的“按照美的规律来建造”,确是值得深思的问题。

[参考文献]

- [1](法)让·博德里亚.消费社会[M].刘成富 全志钢译,南京:南京大学出版社,2001.
- [2]孙周兴.海德格尔选集[C].上海:三联书店,1996.
- [3]恩斯特·卡西尔.语言与神话[M].北京:三联书店,1988.
- [4]朱大可,张闳主编.21世纪中国文化地图(第3卷)[C].桂林:广西师范大学出版社,2005.
- [5]李山峰.艺术类型学[M].北京:文化艺术出版社,1998.
- [6](德)本雅明.迈向灵光消逝的年代:本雅明论艺术[M].许绮玲等译.桂林:广西师范大学出版社,2004.
- [7](法)米歇尔·福柯.词与物——人类科学考古学[M].莫伟民译.上海:三联书店,2001.
- [8]汪民安,陈永国编.后身体:文化、权力和生命政治学[C].长春:吉林人民出版社,2003.

(责任编辑:朱德东)

On female body images' deconstruction of aesthetic images in the consumption era

JIANG Ji-hua

(School of Humanities, Yancheng Institute of Technology, Jiangsu Yancheng 224003, China)

Abstract: In the era of sensory organ desire expansion and the rise of consumption culture, the female body images become a beautiful sightseeing and gradually deconstruct the beautiful and attractive images of female body in traditional literature works. The traditional literature works emphasizes female body images with affection and obscurity, which gives appreciators a taste of rapture. Contemporary female body images satisfy the desire of the masses with the impact of form beauty, which present planeness, visualization and temptation. The multiplication of female body images shows their romance and dignity but erodes aesthetic depth and authenticity.

Keywords: consumption era; female body images; aesthetic images; deconstruction