

身体消费与“灰姑娘”的童话梦 ——解读欧茨小说《浮生如梦》

李 庆 杨革新

内容提要: 欧茨的小说《浮生如梦: 玛丽莲·梦露文学写真》从女性心理的角度重构了玛丽莲·梦露这一历史人物。本文将小说纳入消费文化的语境, 分析诺玛·珍成名背后, 身体被消费文化规训和符号化建构的过程, 以及对她的命运造成的影响。消费文化借助电影媒介的意识形态操控作用和资本的权力运作, 营造童话梦境、规训女性身体, 将诺玛·珍的身体打成一个消费品符号; 然而身体消费的现代性悖论最终造成她自我认同的混乱和爱情、家庭、事业梦想的破灭。

关键词: 欧茨 《浮生如梦》 女性身体 童话 消费文化

作者简介: 李庆, 华中农业大学外国语学院讲师, 主要从事美国文学研究。杨革新, 文学博士, 华中农业大学外国语学院教授, 主要从事文学伦理学批评与美国文学研究。本论文系中央高校基本科研业务费专项资金资助项目“文化研究视角下的欧茨小说”(项目编号: 2662015RW002) 和国家社科基金项目“美国伦理批评的历时发展及其演变研究”(项目编号: 12CWW004) 以及中央高校基本科研业务费专项资金资助项目“西方伦理批评的复兴及其在21世纪的新发展”(项目编号: 2662015PY215) 阶段性研究成果。

Title: Body Consumption and “Cinderella’s” Fairy Tale: Analysis of Oates’s *Blonde*

ABSTRACT: In *Blonde*, Joyce C. Oates reconstructs the historical figure Marilyn Monroe from the perspective of female psychology. Interpreted from the perspective of consumer culture, this novel reveals the process of how Monroe’s body is disciplined and symbolized in consumer society and its influence to her destiny. Taking movie as the medium, consumer culture makes use of Patriarchic construction of female body embodied

in fairy tales to discipline Monroe's body, and turns it into a consumer product under the power operation of capital, and leads to the crisis of her self-identity and disillusionment with love, marriage and career.

Keywords: Joyce C. Oates, *Blonde*, female body, fairy tale, consumer culture

Author: Li Qing <lqeliza@163.com> is a lecturer at School of Foreign Languages, Huazhong Agricultural University, Wuhan, China (430070). Her major research area is American literature. Yang Gexin <yanggexin9388@163.com> is a professor at School of Foreign Languages, Huazhong Agricultural University, Wuhan, China (430070). His research focuses on American literature and ethical criticism.

《浮生如梦：玛丽莲·梦露文学写真》(*Blonde*, 2000) (以下简称《浮生如梦》)是欧茨(Joyce Carol Oates, 1938—)以美国影星玛丽莲·梦露为原型创作的一部小说。与以往关于梦露的传记或纪实性作品不同的是,欧茨在小说中采用独特的女性视角,通过细腻的心理刻画,将“灰姑娘”诺玛·珍·贝克(梦露的原名)追求童话梦想、成为电影中的“白公主”,并最终幻灭的心路历程表现得淋漓尽致。小说在出版后广受关注和好评,吸引评论界兴趣的更多的是作者在书写这一历史人物时采用的独特视角。评论认为小说通过梦露的眼睛讲故事“角度新颖”(Kloszewski 198),心理描写能“更好地让人们深入到她的内心世界”(Miller 6),而且叙述方式的转换“也表现了文化的——我们或他们的——观点”(Jacobs 115)。

作为一个文化偶像,梦露身上蕴含了丰富的时代和文化内涵,她那“美丽性感”又“脆弱天真”的身体形象已经抽象化为一种符号,代表了美国文化的一部分。从身体社会学角度看,身体从来就是一种社会文化的存在,身体形象和身体的活动方式受到特定社会文化的影响和控制。福柯更是将身体纳入权力运作的范畴,揭示了社会文化对身体进行的一系列规训、建构和改造等隐蔽的操控活动。而欧茨从心理角度对梦露的描写,为我们解读她成名背后的文化心理提供了契机。欧茨本人也多次在访谈中提到,玛丽莲·梦露是“被打造出来的”(“PW Talks with Joyce Carol Oates” 172),她在小说中试图还原一个被消费偶像“玛丽莲·梦露”所掩盖的、被人遗忘的“迷失而孤独的女孩”(Johnson 232)。因此,本文将小说纳入消费文化的语境,分析诺玛·珍成名背后,身体被消费文化规训和符号化建构的过程,以及对她的命运造成的影响:消费文化借助电影媒介的意识形态操控作用和资本的权力运作,营造童话梦境、规训女性身体,将诺玛·珍的身体打成一个消费品符号;然而身体消费的现代性悖论最终造成她自我认同的混乱和爱情、家庭、事业梦想的破灭。

一、身体规训和“灰姑娘”的童话梦

从小说可以看到,诺玛·珍走上电影之路,成为电影明星的过程中,电影童话发挥了重要的影响作用。诺玛·珍出生于好莱坞,年幼的她常被母亲带到电影院看电影。电影里永远都在上演的“白公主”和“黑王子”的爱情童话使得“灰姑娘”的童话梦从小在她脑子里生根发芽。后因母亲精神失常、外婆去世等一系列不幸遭遇,诺玛·珍被送进孤儿院,饱尝生活的困顿和无助,但她的童话梦想却因此变得更加坚定。她常常幻想自己就是童话中的女主角,期待有朝一日成为最美丽的公主,获得王子的爱情。小说中常常出现的“要饭女”、“小红帽”和

“睡美人”等童话故事中的人名,以及以童话人物和情节来命名的章节小标题,如“黑王子”,“王子与要饭女”等,都强调了诺玛·珍的童话情结。童话,特别是“灰姑娘”的电影童话是促使她去追求“白公主”的梦想、走上演艺道路的心理动因。

在消费社会,电影是消费文化价值观的载体和宣传工具,“灰姑娘”的电影童话背后传递的是一种身体消费的理念。消费社会是一个以商品生产和符号消费为特征的社会。在这样一个社会,一切都被物化和符号化,打上了商品消费的印记,身体也不例外。消费社会中的身体成为一种具有“交换价值”的功用性物品,一种与物品同质的符号和一种社会地位能指的资本,被鲍德里亚(Jean Baudrillard)称为“最美的消费品”(123)。对于身体在消费社会中的地位,鲍德里亚指出“消费是身体的消费,身体是消费的身体,身体变成了一种消费身体,变成了一种消费符号”(123)。为了实现身体的消费价值,消费文化往往通过建构符合男性审美眼光的女性身体,将其打造成为刺激消费的兴奋点,激发公众的消费欲望。欧茨对玛·珍的心理描写,揭示了电影童话在女性身体消费品化过程中起到的非常重要的规训作用。

欧茨曾在《当古老的愿望被许下:传统和当代童话》(“In Olden Times, When Wishing Was Having: Classic and Contemporary Fairy Tales”)一文中指出了童话在规训和建构女性身体方面所起的作用。她指出,年轻貌美是大多数童话女主人公必备的条件,而仅仅美丽是不够的,她必须是她的王国里“最美丽的人”,而且所有“善良美好”的女主人公都要毫不质疑地接受命运的安排(264)。在童话中,“美丽”和“驯服”的身体成为女性实现愿望和梦想的条件。童话对女性身体的这一内在规定和歌颂,实质是性别和话语权力对女性身体的父权制建构,它美化了女性的温顺和无助,强化了女性对男性权力的顺从及依附地位,在“看”与“被看”中彰显了男性的权力。正如小说中童话故事里的仙女告诉诺玛·珍的那样,要进入美丽的花园王国和王子呆在一起,得做个听话的孩子,因为女孩子身体娇弱,永远不能爬过围墙。只有用自己的身体赢得看门人的心,花园围墙里的暗门才能为她而开。仙女告诉她“你的身体就是玩具娃娃;你的身体是给别人欣赏和疼爱的;你的身体是给别人用的,你自己不能用;你的身体是甘美的水果,给别人咬、给别人享受;你的身体是别人的,不是你自己的”(《浮生如梦》55)。在童话话语的规训下,诺玛·珍从小就认识到,要想像“白公主”一样得到“黑王子”的爱情,她就必须成为美丽又温顺的公主。

在消费社会,电影是发挥童话对女性身体的规训作用、宣传身体消费价值理念的理想工具和载体。麦克卢汉认为“媒介即讯息”,媒介形式在塑造人的潜意识层面的思维习惯和感知模式方面能发挥重要作用。作为一种重要的媒介形式,电影能提供“最具有魔力的消费品,即梦幻”,它“篡夺了真实世界的地位”,将观众变成“梦幻人”(麦克卢汉 351, 358)。罗兰·巴特也曾说过,大众媒体是现代神话的制造者。以电影为代表的媒体文化“在内在逻辑上与现代神话相差无几,它们都试图为大众炮制一个适时的,充斥着各种意义的梦幻世界”(蒋原伦 96)。小说中的好莱坞就是一个梦幻工厂,而电影就像一架便捷的造梦机器,为诺玛·珍编织了一个又一个“王子”与“公主”的童话梦境。同时,电影的可视性特点使它在展现身体的观赏价值和审美价值方面具有先天优势,它在生产并展示大量美丽性感的女性身体形象的同时,“将‘看起来漂亮’的重要性传递给大量观众”,主宰了消费文化中人们对身体的理解(费瑟斯通 334)。

在诺玛·珍成长过程中,电影正是通过不断地讲述童话故事、营造童话梦境,将身体消费的理念以一种潜移默化的方式输送给她,影响了她对身体的理解。生活在电影制造的奇观中,在电影和童话的双重话语的影响下,诺玛·珍陷入童话梦里难以自拔,迷失了现实与虚构的界

限。她“多少次迷醉地盯着银幕上的金发公主和黑王子。她的心中渴望着那对命中注定的俊男靓女,渴望成为他们……”(631),觉得“生命的意义都在电影故事中”(9)。生活在童话梦幻之中的诺玛·珍把电影中的场景代入自己的生活,用童话的方式来对待爱情和世界,并决定在电影中追寻自己的童话梦。“黑王子,如果他存在的话,那他就在电影梦里”;她的黑王子“将在电影梦中等着她,这是她秘密的幸福”(70)。同时,电影里完美、理想的公主形象,作为身体展示的标准,成为诺玛·珍追求的目标。在她看来,公主就是美丽的象征,“白公主美丽无比,因为她美丽,因为她是公主”(10)。电影中美丽公主的形象就像一面镜子,成为诺玛·珍衡量自身身体的参考标准,使她时时处于对自己身体形象的监控之中。

消费文化借助电影童话营造的一种消费女性身体的氛围,作为对女性身体的一种规训力量,使诺玛·珍自觉地将身体纳入到男性“凝视”的目光下,强化了自己身体的物化和客体化地位。生活在童话梦里的“灰姑娘”决定在电影中追求自己的爱情梦和事业梦时,她的身体也进一步卷入消费的漩涡。

二、身体形象的符号化建构和“白公主”的诞生

鲍德里亚认为,消费社会的一个重要特征是对符号的消费。作为消费品的身体,它的外观和审美价值,而不是生产价值,获得了越来越重要的意义。越是符合人们审美需求的身体,消费价值也越大。理想的身体形象往往符号化,成为一种更高的社会身份、社会地位与生活方式的象征。因此,消费文化提倡一种“身体规划”,即通过对身体的塑造、维护与保养,来提高身体的符号价值和交换价值。诺玛·珍在电影童话的规训下进入电影行业后,她的身体便进一步成为消费文化包装、改造和建构的对象。诺玛·珍实现“灰姑娘”的童话梦、成为“白公主”玛丽莲·梦露的过程,就是她的身体被商品化和符号化,实现消费价值的过程,而电影是诺玛·珍实现梦想、完成“白公主”的身体形象建构的场所。

电影的这一功能是由其商品属性决定的,它的背后是资本对身体的权力运作。在消费社会,电影不仅是一种宣传媒介,也是一种由电影工业生产制作并在市场上发行的、能够满足消费者需要的消费品。电影的商品属性决定了它必须以盈利为目的,它的生产和制作要遵循一种被鲍德里亚定义为符号操纵的消费逻辑,而包装和改造女性身体,利用女性身体魅力吸引观众是资本获利的重要手段。如费瑟斯通所言,“电影业自消费文化诞生之时就已是形象的制造者和承办者”(334)。在身体的功用化过程中,“美丽”和“色情”是两个主导主题,它们是“资本”的两种不同形式,具有符号价值,能对身体进行“赋值”(鲍德里亚 124)。越是美丽性感的身体,就越能诱发公众的消费欲望。踏入电影行业后,诺玛·珍的身体就被电影工业资本遵照这两个主导主题,进行了符号化建构和改造。她的头发“由深褐色漂白成了淡金黄色”(836),不太均匀的发缝用电针除毛法进行了改进;牙齿和鼻子也进行了修补;在服饰上,给她设计的是能突出身体曲线的紧身衣。“她被有计划地缝进粉红色丝绸无带晚礼服,绝佳的哺乳动物身体的每一个优美流畅的弧线、每一处撩人的凸起,都在衣服的衬托下显露出来”(563)。她被安排去上嗓音课、表演课、舞蹈课,训练公众场合下的仪态。在美容、整形手术、化妆品、头发护理液以及假发、服饰等各种手段的修饰和改造下,一个有着发“Mmmm”性感声音的名字的金发美女“玛丽莲·梦露”诞生了。

玛丽莲·梦露美丽、性感的形象出现在电影后不久,就成功地吸引了男性的极大关注。电影公映结束后,到处是男性真诚而热切的询问:“那个金发女是谁?那个性感的金发女——她

究竟是谁？”（325）。她参演的电影备受追捧，大获成功，她也很快一跃成为好莱坞炙手可热的电影明星，她的美丽性感身体形象出现在各种电影和宣传海报中。诺玛·珍也由此演绎了自己的“灰姑娘”传奇，在电影中实现了自己的童话梦想，变成了美丽的“白公主”。她感到“从来没有这样开心过”，“因为她是灰姑娘，而且水晶鞋合脚”（350）。在好莱坞的电影里，她扮演着一个又一个公主角色；而她自己也深陷其中，不仅在电影里，也在生活中寻找她的黑王子，她“渴望他们爱她，被带到他们那个完美的世界，沐浴在他们的美和爱当中”（631）。这个出现在电影、广告等媒体中的“艳丽，性感，头向后仰着，迷迷糊糊地眯缝着眼睛，嘴唇挑逗地撅着”的玛丽莲·梦露形象（491），成为消费社会一个经典的、永久的符号化存在。

这个符号化了的身体形象被资本所生产，又成为资本增值的工具。如鲍德里亚所说，这个“‘被重新占有’了的身体从一开始就唯‘资本主义’的目的马首是瞻；换句话说，假如它得到了投入，为的就是使它能够结出果实”（123）。梦露被安排参演一个又一个“浮华粗俗”、制作成本低廉的电影，给她一些“泡沫橡胶性玩具”般的角色，像展示“鲜肉”一样展示、推销她的身体（583, 588）。除此之外，这个金发公主还为“牙膏、洗发水和消费品做广告”（642），被邀请去参加广告、杂志的拍摄。她那“美丽”和“性感”的身体形象广泛出现在电视、广告、宣传画册等其他可视媒体中，她的身体被摄影机和照相机所分割，头发、脸部、嘴唇、手、腿等身体的每一个部分都被物化为商品，挑逗着男性欲望的目光，刺激他们狂热的消费需求。这个依照男性的眼光打造出来的性爱天使，依靠她身体所带来的欲望消费，为电影业、为资本赚取了巨额利润。

同时，梦露符号化的身体形象通过电影的媒介效应，成为身体消费理念的宣传和代言工具。电影将梦露光芒夺目的身体形象，和童话梦幻般生活方式展现在观众面前，她的一举一动，连同她的服饰、发型、化妆品等引领着消费时尚，成为公众追逐和效仿的对象。梦露的“灰姑娘”经历更是吸引了无数年轻女性加入了身体消费的行列，为消费文化培养了永不满足地消费身体形象的需求。她的这个被消费文化规训和建构的身体，又成为规训和建构其他女性身体的工具。电影打造的这个完美的形象不仅成为其他女性日常生活举止和行为的参照对象，也使诺玛·珍更加自觉地投入到对身体形象的自我塑造和自我管理中去，进一步对其身体起到内在的规训作用。诺玛·珍在演绎自己“灰姑娘”传奇的同时，也将好莱坞电影的“灰姑娘”童话传统延续了下去。

消费文化利用电影等大众媒介的意识形态操控作用和资本的权力运作，成功地完成了对诺玛·珍的身体规训和身体形象的符号化建构。在这一过程中，诺玛·珍的身体被彻底地物化、性化和商品化，成为一个满载欲望交换符号的功用性客体。诺玛·珍在实现童话梦的同时，她的身体完成了向最美消费品的蜕变；她在成为无数男性心中的性感偶像和欲望对象的同时，她的身体成为了能带来巨额的经济利益的消费符号和资本。

三、身体消费的悖论和迷失的“梦中人”

消费社会对女性身体的符号化建构导致了身体与自我的分离。这个符号化的身体和物品构成了一个同质的符号网络，承担起体现消费价值的符号性功能，具有“非我”和异化的特质。然而消费文化是身体认同的文化。克里斯·西林（Chris Shilling）曾指出，在现代社会，“身体越来越成为现代人自我认同的核心”（1），即一个人是通过自己的身体感觉，来确立自我意识与自我身份。个体往往是通过对自己的建构，树立起良好的信心。在消费社会，被异化了的女性身体成为女性自我认同的标准，对外在形象的观照成为女性寻求身份认同的一种途径和方

式。它使女性身体获得某种解放和独立价值、给予女性更大的自我展示空间的同时,却消解了女性自身的审美标准与价值判断,造成了主体性的消解和自我认同危机,体现出一种现代性的悖论。

诺玛·珍被消费文化打造成“玛丽莲·梦露”后,这个符号化了的身体形象,就成为诺玛·珍异化了的“自我”。这个在镜子和电影中存在的、极度强调外表的自我,也就是被拉什(Christopher Lasch)称之为“表演性自我”(the performing self)^①,成为外界和诺玛·珍认识自我的方式和衡量自身价值的标准。她总是从镜子里和银幕上寻找自己幻想中的白公主形象,因为她觉得“只有用那种方法才能看见我自己”(37)。她意识到白公主注定要在众目睽睽之下寻求对自己生命的肯定,“因为如果没有人告诉我们是誰,我们就不是别人眼中的我们,不是吗?”(10)。

诺玛·珍对身体形象的迷幻作为一种自我异化的力量消解了她的主体性,使她远离自己真实的情感和愿望,造成了自我认同的危机。从很小的时候开始,诺玛·珍就有了一个“镜子里的朋友”(37),她想象着镜子也像电影一样,“里面漂亮的鬈发小女孩就是她”(91)。成为“玛丽莲·梦露”之后,镜子和电影里的金发女郎就成了她的“魔法朋友”,在化妆师的帮助下一次次应约出现。只要她的“魔法朋友”在镜子里一出现,诺玛·珍就慢慢“陷入恍惚之境”(736),而魔法就会在摄像机前发生,一个个公主角色就在她借来的身体内复活。然而,面对电影银幕上那个“像娃娃般、泡沫橡胶般巨大女人”,诺玛·珍常常感到一种身份困惑:“银幕上那个东西,就是我”(11),“银幕上那个东西,那不是我”(566)。同时,这个在镜像中存在的自我作为一种规训力量,将诺玛·珍囚禁于自恋般的、对身体实行自我监督和管制的形象世界。随着年岁的增长,她不可避免地陷入对外表形象严重的焦虑之中,她恐惧地发现自己需要越来越长的时间才能把“玛丽莲”这个魔法朋友从镜子中召唤出来,她的眼睛开始在陶瓷一般的玛丽莲面具里变得“呆滞无光”(637)。她努力地去修补可能会损毁她的外表形象的瑕疵,而电影里永远那么完美和光彩照人的“玛丽莲·梦露”形象让她精疲力竭、痛苦不堪。在片场,她开始怯场、迟到数小时;对表演感到恐慌,难以进入角色。在巨大的精神折磨下,她变得焦躁,甚至歇斯底里,几次试图自杀,只能依赖大量的药物使自己镇定下来。精神压力和药物依赖又再次损害她的身体,加深了她对身体的焦虑。处于恶性循环之中,诺玛·珍的精神面临崩溃。

身体认同的消费文化不仅造成诺玛·珍自我认同的危机,也使她对爱情和婚姻的追求陷入危机和悖论之中。诺玛·珍希望自己能像童话中的公主那样,在生活中和电影中找到自己的“黑王子”。然而在成为“白公主”梦露之后,她的爱情和婚姻梦想却难以实现。作为一个消费品符号,“玛丽莲·梦露”的爱情本身就是具有讽刺意味的消费品,是其身体消费的一部分。在消费文化的背景下,诺玛·珍对爱情的追求、她的隐私、绯闻、情变、结婚和离婚,统统因为“玛丽莲·梦露”的身份成为媒介产品的组成部分,进入消费视野。不论她如何努力,她的爱情和婚姻都注定成为消费社会娱乐大众的谈资,而她对爱情的追求也只能沦为男性的性爱游戏。例如诺玛·珍在与美国总统的交往中,她曾憧憬着自己这个“要饭女”,终于获得了王子的青睐,将要变成真正的公主。然而“玛丽莲·梦露”这个身体形象所蕴含的消费功能,决定了她只能像之前那样,再一次地成为男性的性玩偶。在经历数段失败的婚姻后,诺玛·珍可悲地发现,她的丈夫爱的“是他头脑中某个金发碧眼的玩意儿。不是我”(793)。因此,在消费社会,诺玛·珍的爱情和婚姻梦想只能是一个存在于电影和幻想中的泡沫,最终在现实中走向破灭。

诺玛·珍对电影表演事业的追求同样陷入身体消费带来的怪圈。本雅明(Walter Benjamin)曾经指出,电影是一种机械复制的艺术品,电影由于机械复制丧失了艺术的“原真性”和“永恒性”(8, 25)。而且电影演员的表演也成为对意义的机械模仿或单纯复制,并随着电影的消费品化沦为彻底的商品生产,具有符号消费的特征。作为一名电影演员,玛丽莲·梦露的成功来自于身体代表的欲望符号和视觉呈现,而不是表演本身,她所扮演的电影角色和在银幕上的形象已经符号化而被定型。而诺玛·珍却认为,表演是生活,是“一门艺术”(842),她厌倦了好莱坞制片公司给她安排的模式化的金发女角色和浮华粗俗的性爱电影。为了学习真正的表演,诺玛·珍到纽约剧团学习舞台戏剧表演,期望成为出色的艺术家。在镜头前,诺玛·珍一遍遍地重拍每一句台词、每一个动作,用心体会细微的差异,努力地追求表演的艺术价值。然而,这一切努力都被电影的消费和复制特征所消解,因为舞台表演所拥有的“原真性”和“不可复制”的艺术价值难以在电影表演中实现^②。诺玛·珍用心甚至用生命扮演的一个个电影角色,都只能生动地复活了观众心中对金发美女的想象;她越是严肃地对待表演艺术,越是强化了自己作为“玛丽莲·梦露”的消费符号地位,而她试图转型的电影无一例外地遭受票房失败。诺玛·珍感到被“这个有那张脸的金发人体模型困住了”,她“只能通过那张脸呼吸!那鼻孔!那张嘴巴!”(813)。正如小说中另一位女演员指出的:“你是梦露。你所做的都是梦露……你一辈子都是梦露。你死后也将是梦露”(841)。消费社会对诺玛·珍的身体消费造就了一代电影明星“玛丽莲·梦露”,却又讽刺性地限制和抹杀了她追求表演艺术的努力,造成了她对事业的幻灭。

结 语

在与格雷德·约翰逊(Greg Johnson)的访谈中,欧茨曾提到她要在这部小说中“创造一个如同包法利夫人一样,具有时代象征性的女性人物”(Oates, *Faith* 145)。欧茨对诺玛·珍“心理现实主义”式的书写,揭示了她成为电影明星背后,消费文化利用电影等大众媒介的意识形态的规训和建构作用,对她的身体和命运产生的巨大影响。她既是消费文化中身体消费的牺牲品,也是其典型代表和宣传工具。从这个意义上讲,梦露就是她所处时代和文化的象征和代表人物,她的悲剧也是时代和文化的悲剧。虽然作者在小说的内页强调了小说的虚构特征,小说却敏锐地抓住了时代和文化的脉搏,实现了一种“精神/诗意的真实”(Oates, *Faith* 148)。

欧茨对梦露这一历史人物的书写与重构,揭示了身体与历史之间复杂的互动关系:今日的历史是身体处于消费文化中被改造、被消费的历史,而身体则深深刻写了这一历史的印记。因此,小说承载了欧茨对历史的反思和对现实的关照,揭开了女性身体被消费文化规训和建构的隐蔽面纱,以及她们在消费时代所面临的被物化和商品化的境遇。在消费社会,女性看似拥有更多追求幸福和梦想的自由和权力,却难以逃脱父权制文化和消费文化加载在女性身体上的禁锢和羁绊。如何在消费的重围中摆脱对身体的控制,成为女性认识和解放自身的一个新的思考角度和空间。

注解【Notes】

- ① 参见拉什的《自恋的文化》一书。拉什认为自恋文化成形于20世纪20年代,它表明了身体与人自身之间的一种新型关系,其特点就是着重强调外表、展示和增强印象的技巧。

- ② 详见本雅明的《机械复制时代的艺术作品》中关于“电影演员”一章的阐述。在此章中,本雅明谈到了电影演员与舞台演员表演的本质不同。电影表演是演员在机器面前自我表演,具有机械复制性,演员会由于机械再现产生自我异化;而舞台表演是面对观众的,每次都是新鲜的,而且每次都具有原始意义,因此具有电影表演所不具备的艺术的原真性和不可复制性。

引用文献【 Works Cited 】

- Baudrillard, Jean. *The Consumer Society*. Trans. Liu Chengfu and Quan Zhigang. Nanjing: Nanjing UP, 2008.
[让·鲍德里亚:《消费社会》,刘成富、全志刚译,南京:南京大学出版社,2008年。]
- Benjamin, Walter. *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*. Trans. Wang Caiyong. Beijing: China City Press, 2002.
[瓦尔特·本雅明:《机械复制时代的艺术作品》,王才勇译,北京:中国城市出版社,2002年。]
- Featherstone, Mike. “The Body in Consumer Culture.” Trans. Long Bing. *Postbodies: Culture, Power and Biopolitics*. Ed. Wang Min’an and Chen Yongguo. Changchun: Jilin People’s Publishing House, 2003. 323–52.
[迈克·费瑟斯通:《消费文化中的身体》,龙冰译,汪民安、陈永国编《后身体、文化、权力和生命政治学》,长春:吉林人民出版社,2003年,第323–52页。]
- Jacobs, Rita D. “Blonde.” *World Literature Today* 75.1(2001): 115.
- Jiang, Yuanlun. *Media Culture and Consumption Era*. Beijing: Central Compilation & Translation Press, 2004.
[蒋原伦:《媒体文化与消费时代》,北京:中央编译出版社,2004年。]
- Johnson, Greg. “Fictions of the New Millennium: An Interview with Joyce Carol Oates.” *Joyce Carol Oates: Conversations 1970–2006*. Ed. Greg. Princeton: Ontario Review Press, 2006. 231–49.
- Kloszewski, Marc A. “Blonde.” *Library Journal* 125.3(2000): 198.
- Lasch, Christopher. *The Culture of Narcissism: American Life in the Age of Diminishing Expectations*. New York: Norton, 1979.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Trans. He Daokuan. Beijing: The Commercial Press, 2000.
[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。]
- Miller, Laura. “Norma Jeane.” *New York Times Book Review* 149.51346(2000): 6–8.
- Oates, Joyce Carol. “In Olden Times, When Wishing Was Having: Classic and Contemporary Fairy Tales.” *Mirror, Mirror on the Wall: Women Writers Explore Their Favorite Fairy Tales*. Ed. Kate Bernheimer. New York: Anchor Books, 2002. 260–83.
- . *The Faith of a Writer: Life, Craft, Art*. New York: Ecco, 2003.
- . *Blonde*. Trans. Zhou Xiaojin. Beijing: People’s Literature Publishing House, 2003.
- [乔伊斯·卡罗尔·欧茨:《浮生如梦:玛丽莲·梦露文学写真》,周小进译,北京:人民文学出版社,2003年。]
- “PW Talks with Joyce Carol Oates.” *Publishers Weekly* 247.7(2000): 172.
- Shilling, Chris. *The Body and Social Theory*. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1993.

(责任编辑:陈言)