

消费主义文化下的女性主义媒介批评研究

——以《东京女子图鉴》为例

刘楚君

(作者单位: 郑州大学新闻与传播学院)

摘要: 近些年来, 女性主义的思潮席卷而来, 但在如今的消费主义文化视角下, 女性主义却并不如它最初所倡导的那样被表现出来, 2018 年有大量都市女性剧热播, 如《北京女子图鉴》《上海女子图鉴》等, 衍生出许多热议话题, 而这些都借鉴于女子系列的“鼻祖”《东京女子图鉴》。本文将《东京女子图鉴》为案例, 分析在消费主义文化下影视剧中所体现的女性主义, 总结其中女性主义表达的特点以及女性形象的表达, 并通过消费主义视角以及女性主义视角对电视剧《东京女子图鉴》进行媒介批评, 以期为该类电视剧中女性主义的建构进行反思。

关键词: 女性主义; 消费主义; 《东京女子图鉴》

1 相关概念界定

本文主要通过消费主义文化环境对《东京女子图鉴》中的女性主义进行媒介批评, 下面将简要梳理相关消费主义文化以及女性主义的概念。

1.1 消费主义文化

消费主义文化是出现在西方社会的一种生活态度和文化思潮。消费主义文化兴起于 20 世纪二三十年代, 是一种以市场为主要动力, 以消费至上的价值观为核心的消费行为与文化观念, 它还表现在对物品的绝对占有和追求享乐主义的特征, 消费主义把消费当作唯一的目的, 为了消费而消费, 是一种极端的文化现象。本文引入消费主义文化的概念, 并从消费主义视角下研究女性主义, 旨在分析女性在影视剧中表现出来的消费主义文化特征, 探究其传播观念的好处以及不足之处, 进行媒介批评和反思。

1.2 女性主义

女性主义一词的最早出现是伴随着西方妇女参与政治运动而展开的, 表达了妇女争取政治权利的要求。简而言之, 女性主义就是打破男性话语权, 以女性的视角来看待形形色色的世界, 结束性别主义、性剥削、性压迫等, 进而实现真正的性别平等。本文引入女性主义视角, 旨在通过其理论视角去探究影视剧中女性的呈现特

点, 由于媒介在塑造女性形象时仍存在男权主导的现象, 因此, 从女性主义理论的视角去探究其存在的问题以及进行媒介批评很有必要。

2 《东京女子图鉴》简介

《东京女子图鉴》是一部 2016 年底上映的日剧, 讲述了一个女性在不断迷茫和努力中找到自己的故事, 是女主人公绫从 20 岁到 40 岁, 从偏僻的城镇到繁华的东京打拼工作生活的经历, 她从东京的底层工作做起, 经过努力、运气, 一步步踏入光鲜亮丽的时尚行业, 结婚又离婚, 最终在物质中迷失自己又重新回到家乡找回自我。《东京女子图鉴》是一部标准的都市女性奋斗图景, 以女性为主体展开人物的故事经历。本文选取该剧为案例, 主要是由于其展现了部分女性主义理论的内核, 但也违背了女性主义理论的一些特征, 希望通过对该案例的媒介批评进行一定的反思。

3 《东京女子图鉴》的媒介批评分析

本文主要是以《东京女子图鉴》中女主人公绫的人生经历作为分析对象, 通过从消费主义文化视角以及女性主义视角对绫和该剧进行探讨以及批评。

3.1 从消费主义文化视角研究

3.1.1 在消费中寻找身份认同

在消费主义文化场景中, 城市女

性的消费是消费文化中的典型, 都市女性以高价商品、标志性物品, 甚至远远超出其消费能力的奢侈品消费来满足她们并非必需的欲望。吉登斯认为: “随着现代性的出现, 某种类型的身体外貌和行为举止, 明显地具有特殊的重要性。” 绫一直希望摆脱小城镇到东京这样繁华的地方去生活, 最初她在东京的生活很快乐, 但是有一天她看着内裤上的毛球开始迷茫, 并选择逃离, 随后, 为了和精英男去高档餐厅约会, 绫不惜承担高额利息分期付款买了高档礼服。人们作为社会成员, 希望通过消费实现与阶层的关联, 追求品牌成为都市职业女性群体的消费特征, 她们希望在消费中体现自己的身份, 表达个人的品味。虽然绫并没有足够承担高昂餐厅费用的能力, 但是却希望通过高档礼服这样的消费方式去实现自我的尊严以及上层社会的归属感。在消费主义文化环境下, 消费行为的核心不是对商品的实际选择、购买或使用, 而是试图通过消费商品的符号价值、意义以及其象征性来完成自己身份的建构、地位的确立和个性的展示。

3.1.2 女性消费符号化

鲍德里亚提出的符号价值理论认为, 消费社会中的物或者商品作为一

个符号被消费时,是按照其所代表的社会地位和权利及其他因素,而不是按照其物的成本或者劳动价值来计算的。《东京女子图鉴》中,绫最初刚到东京的时候,居住在出租屋里,某天绫看到自己起球的内裤选择逃离,抛弃过去的自己,之后绫花六千多日元为自己购置精致的内衣;之后又透支购买奢侈品等等。这里面以消费主导的消费已经被彻底符号化了,绫去购买这些东西或者希望得到这些于她而言没有使用价值的奢侈品,只是想通过这些产品背后的符号价值去满足她的野心和虚荣心。剧中所体现的女性消费更多的被符号化了,这些物品所隐含的符号价值大于其使用意义。

3.2 从女性主义视角研究

3.2.1 女性主体性凸显

这部《东京女子图鉴》中虽然充斥着消费主义的金钱观和变了形的女性主义,但她还是很好地凸显了女性的主体性。在剧中,女性始终是自己选择的主体,无论是感情还是工作都是在自主选择,绫虽然是一个充满物欲和虚荣心的人,但她的感情和工作是分开的,绫并没有依靠男人去完成自己在职业上的攀升,工作也不是靠男人们获得的,这部剧中将女性的独立以及进取的事业心展现得淋漓尽致,可以看出其中都市女性的特质,在一定程度上剥离了男权社会的一些特点,例如女性依赖于男性、女性的工作不独立,等等。

3.2.2 女性话语表达体系自相矛盾

《东京女子图鉴》触及了女性主义的范畴,但却并没有接触到其中的内核。剧中虽然将女性的工作和与男性之间的情感剥离开,也体现了一些女性主义的意识,但是其话语体系表达却存在自相矛盾的地方。《东京女子图鉴》中体现出的女权意识,比如,绫工作时遇到的女性上司,时常念叨着平权法案1985年就通过了,女性不再是只能端茶倒水了。提倡女性只有通过自己的努力工作才能获得自身的幸福,但之后,故事又迅速回落到男

权世界的现实,即使是坚持独立工作的绫,当周边的朋友在谈论孩子和丈夫时,她也会向现实妥协并将结婚对象明码标价,这种“病态的婚恋观”与女性主义所倡导的平等背道而驰。除此之外,纵观绫在东京打拼的这一整条线,就会发现她经历过的7个男人就像一个个引领者,初恋男友引领她在繁华都市不至于手足无措,之后的6个人,让绫见证了一次比一次奢侈的生活,让绫所幻想的生活变得看得见、能得到,进而也改变了她。一路走来,绫的成长还是伴随以及依赖着男性,这也使得整部剧中所包含的女性话语体系前后矛盾。

3.2.3 女性形象被“物化”

在《东京女子图鉴》中,绫虽然在自己不断的努力拼搏中,一步步改变自己的境遇,她通过名牌产品、高档服饰试图摆脱过去的城镇女性的影子,她寄托于消费去寻找自我,实现自我价值的认同,但是也在不同程度上迷失了自我。剧中将这种迷失塑造为“物化”的女性形象。绫在第二次与商业精英男的交往失败之后,选择做和服店老板的秘密情人,于是绫拥有了情人送的昂贵的鞋,可以出入高档餐厅,这些让绫成为一个游走于有钱人的世界、一身名牌的时尚女郎。在消费社会中,人的感官被量化的物来满足,商品成为人们追求的中心,人沦为商品、物质的陪衬,最终人也被物质化。

4 由《东京女子图鉴》引发的反思

4.1 塑造正确的价值观,形成良好的消费文化

消费主义盛行全球,都市女性的周围充斥着各种有形无形的消费文化,是选择随波逐流寻求尊严,还是坚持本我,令很多都市女性在希望获得身份认同的时候进退两难,如今的女性对自我形象的追寻具有很大的自主意识,但是错误的消费文化氛围会将她们引入歧途。就像《东京女子图鉴》中的绫一样,怀揣梦想来到东京,但是由于错误的消费观念,最后绕了一

大圈又回到了起点。所以,电视剧在讲述女性奋斗故事的时候,应该塑造正确的价值观念以及消费观念,将正确的思想传递给受众。

4.2 媒体正确传播,宣传正确的女性形象

近些年,由于媒介环境的开放,以“女性”“女权”为题材的影视作品越来越多,媒介试图改变媒介环境中女性边缘化的现象,让女性话语进入到主流渠道,所以中外涌现出一大批以女性为主体的影视剧作,例如美剧《绝望主妇》、国产剧《欢乐颂》《北京女子图鉴》《上海女子图鉴》,等等,但是,这些题材却包含了很多病态的消费观、婚恋观、女权观,从东京到北京,充斥着被妖魔化的都市职场、物欲以及女性角色,而这些塑造出来的女性形象过于片面,因此,媒体应当传播宣传正确的女性形象以及社会观念。

5 结语

在消费社会中,女性对于自我的追求被激活,女性虽寄希望于消费来证明自己的社会存在以及社会地位,构建自我社会认同,但由于某些错误消费观念的引导,导致女性丧失自我,迷失在不当消费中。女性主义的日益崛起,女性呼吁独立、平等,摆脱男权社会束缚,但由于长期的社会积淀,并不能一蹴而就,所以导致现下大肆宣传的女性主义出现扭曲变形。本文以“女子图鉴”系列电视剧的源头《东京女子图鉴》为例,尝试通过消费主义文化视角以及女性主义视角来进行分析,以探究女性形象的建构以及女性消费特征。

参考文献:

- [1] 吉登斯.现代性与自我认同[M].赵旭东,方文,译.北京:生活·读书·新知三联书店,1998.112.
- [2] 曾文婕.消费社会背景下的女性消费研究[D].武汉:华中师范大学,2009.
- [3] 艾玉波,庞雅丽.女性主义视角下的中国女性消费文化研究[J].社会科学家,2015(1):154-160.