



# “女博士”是怎样“炼成”的 ——考察一种性别视觉形象的衍生

孙 琳

**摘要:**作为一种视觉形象的“女博士”,有着漫长的衍生过程:首先是作为文字符号的“女博士”获得了群体性涵指,继之被纳入文字叙述领域的话题生产,进而经由电视真人秀节目的视觉再现,一种具有性别意味的视觉形象得以生成。“女博士”的刻板视觉形象昭示了陈旧性别文化心理与大众文化的“合谋”,其后续多样态的发展也未能超越男权想象的限度。在正视大众传媒话语优势的同时,需要认识这种形象制造的虚妄。

**关键词:**女博士;大众文化;性别;视觉形象

波兹曼认为,“有两种方法可以让文化精神枯萎,一种是奥威尔式的——文化成为一个监狱,另一种是赫胥黎式的——文化成为一场滑稽戏”<sup>①</sup>。今天的中国文化图景似乎更接近于后者。图像技术的普及使这场滑稽戏高潮迭起,人物栩栩如生。“草根”“屌丝”“富二代”“公知”纷纷拥有了自己的形象代言人。在“真人”的面前,“梦想”从未如此触手可及,“现实”从未如此意义丰满,视觉形象制造成为当下中国突出的文化症候。本文试图以“知识考古”的方式,追索一种重要的视觉形象——“女博士”的衍生过程,解码新世纪的一种带有娱乐催眠术意味的文化现象。

## 一、“女博士”词源考与群体性涵指的获得

追根溯源,“女博士”一词古已有之。《三国志》等书中均有关于“女博士”的相关记载。“博士”最早为一官名,始见于战国时代。秦汉时,博士掌通古今,为决策者提供顾问。汉武帝独尊儒术,设立五经博士,并置博士子弟学习经术。闺中女子若喜爱读书且颇具文才,则被谑称为“女博士”,本有讥讽之意,后来却成为对“才女”的美称。黄庭坚有诗云:“相看绝叹女博士,笔砚管弦成古丘”。然而,如同很多古老的词汇在近代经历了“旧瓶装新酒”的置换一样,我们现在所谈论的“女博士”,更多的是一个“舶来品”,一个西方现代教育制度的产物。钱锺书的《围城》就叙述了这样一位女博士。与方鸿渐所拥有的子虚乌有的克莱登大学博士身份不同,苏文纨是货真价实的里昂大学博士。虽然作者对苏文纨的附庸风雅不无刻薄,但他仍旧让苏小姐以文化精英(或“伪精英”)的姿态周旋于男人之间。与方鸿渐不欢而散之后,苏文纨以“希腊打猎女神”的胜利姿态再次出现。她

收稿日期:2016-11-19

基金项目:国家社会科学基金重点项目(14AZW015);吉林省社会科学基金项目(2014B51)

作者简介:孙琳,东北师范大学文学院(吉林 长春 130024)在站博士后,主要从事性别与中国现当代文学、文化研究。

① 尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,章艳译,北京:中信出版社2015年版,第185页。



“旗袍掺和西式,紧俏伶俐,袍上的花纹是淡红浅绿横条子间着白条子,花得像欧洲大陆上小国的国旗”,如此的“进口风尚”令“内地出口”的孙柔嘉相形见绌,顿生嫉妒。<sup>①</sup>即便明知苏文纨精明算计不过是利用自己贩运私货,赵辛楣仍然受惑于她举手投足中流露的时尚风雅,方鸿渐愤恨之余也不由得产生今昔之感。传统的内核披上西方文明的外衣,即便乔装张致似是而非,仍然具有居高临下的文化优越。

尽管《围城》后来遭到来自女性主义立场的非议,被认为作者性别意识落后,对众位女性的叙述充斥着男权话语的偏见,但我们不得不承认苏文纨这个女博士形象具有某种复杂性,她的外表摩登内里腐朽,对爱情既简单固执又精明世故,故事的全程体验者方鸿渐在面对她的时候也难免矛盾丛生、五味杂陈。如果不是仅仅聚焦于有关女性人物的描绘,而是跳出“男性-盲视”的分析取向,我们必须承认,那种时而嘲讽时而怜悯的笔致不仅仅是针对苏文纨、孙柔嘉等知识女性,同时也是弥漫于整部作品的叙事气氛,它既带有喜剧的轻逸,又带有悲剧的沉重。《围城》对女博士形象的嘲讽和贬抑与其说是作家囿于男性视角的狭隘,不如说是知识女性在那个“骨子依旧”的“新时代”所遭遇的困境和尴尬。这种困境和尴尬除了来自女性特殊的性别处境之外,更带有一种普遍的意味,即小资产阶级知识分子在“乡土中国”的文化失落和精神创伤。这些家境优渥的青年虽然难以摆脱传统幽灵的纠缠,但毕竟已经沁入新的价值观念。他们“海归”之后少有精神返乡的愉悦,更多的是又一次的价值剥离,成为故乡中的“异乡人”。苏文纨“胜利女神”的姿态不仅仅是“娜拉走后”的现实出路,也是方鸿渐等男性知识分子安之不甘、求之不得的“鸡肋式”选择。而方鸿渐在女博士面前的“败北”和艳羡,嘲讽和自怜,或多或少也源自这种“自我镜像”的潜意识。

从某种意义上说,这种人物之间的潜隐互喻造就了女博士形象的复杂和偶然,后来的文学创作也证实了这种偶然。晚清至“五四”,虽然知识女性形象曾经广泛存在于文学叙述中,但她们的身份多为“女学生”。受限于当时女子教育的范围和程度,这个“女学生”多指传统女学堂、民国时期官办的女子小学堂、女子中学、女子师范和高等师范中的女学生。在《围城》之后的很长时间内,文学作品中的“女博士”似乎行迹杳然。直至20世纪80年代,张洁、张辛欣等女作家才集中探讨了知识女性的生存处境。这些思考有具有某种性别的自觉,但是她们大体是在“知识女性”的统称下进行讨论,“女博士”并未作为一个具有特殊意义的身份被区隔出来。一类人物形象进入文学想象领域的频率和规模,往往受制于特定时代的现实处境。在那个“女学生”刚刚走出家门的时代,高学历女性作为一个群体尚未浮出历史地表,“女博士”一词也尚未获得群体性的指认,只是偶然地作为个体形象出现在文学想象中。

在相当长的一段时间里,“女博士”仅代表人物通过专业训练所获得的学位身份,通常与人物在该领域的独特贡献相联系,更多地用于凸显其为社会创造的正面价值(当然,将“女”加诸“博士”之前,本身也表现了对其性别身份的强调)<sup>②</sup>。20世纪80年代以来,随着高等教育的发展,女性对自身专业能力的要求逐步升温,越来越多的女性选择继续深造,高学历的女性群体逐渐生成,“女博士”一词也逐渐获得了群体性指称的内涵。

## 二、文字叙述领域的话题生产与“平反”的悖论

一个词汇能够走入公众视野成为话题,并非仅仅取决于其所指的存在,以及这种存在的规

① 钱锺书:《围城》,北京:生活·读书·新知三联书店2002年版,第315页。

② 根据在北京大学语料库和中国学术期刊网“报纸期刊”类题目的检索,直到2000年左右,“女博士”一词大多用于个体人物的描述和限定,并且直接与其所在专业领域的贡献相关。



模。<sup>①</sup>只有当这个词汇固定地与一些问题捆绑在一起时,它才具备被“打包销售”的可能。最初,关于女博士话题的讨论局限于文字叙述领域,主要以媒体报道为主。

报道起初涉及多个方面:就业、婚恋、学业、生育、经济、心理状况等等。虽然以负面居多,但其中毕竟不乏严肃的思考。如2005年初《女博士因生育被劝退学》《女博士为读书被迫做人流》的新闻,将高学历女性所遭遇的制度性壁垒摆上桌面,引发了关于高学历女性生育权的讨论。<sup>②</sup>但是很快,媒体将讨论的焦点转移到婚恋问题上。2005年3月,《新周刊》“女研究生为什么成为婚姻的弱势群体”的专访,以看似客观的“报道事实”面目出现。它以专家的权威指出女研究生在婚姻市场这个意义上已经成为“高知弱势群体”。之后更有种种运用社会学、经济学等理论将问题数字化、学理化的努力。所有这些努力都在试图借助科学话语,证明女博士婚恋存在困难是个普遍现象。然而2009年一项针对上海女博士生存现状的调查表明,在一百余名年龄在26-45岁之间的文科、理科专业(包括医学专业)的女博士中,平均结婚年龄为29.8岁,结婚并生子的占48%,未婚且没有男朋友的只占21%,女博士恋爱和婚嫁情况与正常女性没有明显差别。<sup>③</sup>这个区域性调查符合我们的日常经验:女博士群体在构成上与本科生和硕士生有明显的不同,其中有工作经历者占很大比重,她们往往人到中年,已经建立了家庭,甚至有了子女。而未婚女生中,没有男朋友的也只是一部分。可以肯定的是,大众传媒在使用“女博士”这个词汇的时候,以个体代群体,未加甄别,夸大了女博士择偶问题的普遍性,一定程度上所构筑的是“想象性的现实”。

传媒进而通过不断的复制类似事件来创造真实感和需求感。2004年2月29日,《光明日报》刊登了《女博士征婚何缘隐瞒高学历》的文章:“1971年出生的韩小姐,5年前到玄武区社区服务中心婚介部入了会。刚开始,她的期望值挺高,要求男方至少硕士以上学历。可是,当工作人员跟符合她要求的男士联系时,人家一听说是博士,就不愿意见面了。……眼看自己年纪一年比一年大,无奈之下,韩小姐只得降低自己的学历来试试。”这条报道很快被搜狐、雅虎等多家网络媒体转载。此后,故事内核相同,只是人物身份变成“四川女博士”“‘海归’女博士”的类似报道层出不穷。这些“同故事”叙事又被重新排列组合反复征引,作为“女博士婚嫁难”的“铁证”进入各种网络评论。大众传媒以拼贴、复制和高频率传播为手段,构筑出“女博士婚嫁难”的“现实”。与此同时,这种狂轰乱炸式的过度言说又虚拟出一种特别的关注需求感。大众传媒并不关心受众到底在多大程度上需要了解一个极少数群体的生存状况,制造话题、打包销售、获得利润是他们的追求。对于孤独的现代人,群体性的共时感成为越来越匮乏的经验,而大众传媒通过提供高频集中的共同信息来满足这一心理需求,使人们获得一种“活在当下”的假象。女博士话题与所有的“恶搞”口水话题一样,它的存在以八卦娱乐的方式弥合着人们的焦虑与孤独。在这个意义上,不必区分主动和被动、生产者和消费者,大众文化与媒介大众“共谋”了一个关于“女博士”的话题,“女博士”一词于此获得了别样的感情色彩和性别形象。

不可否认,在强大的多种攻势面前,“平反”的声音也时有出现,而它的叙事却呈现出令人啼笑皆非的悖论。大多数声音认为女博士受到非议的原因是对家庭责任的规避,于是会做家务成为女博士“平反”的重要理由。在一篇“平反式”报道中,作者评论一位女博士说:“再拿刘玲本人来

① 比如“女农民”也是一个群体性的词汇,并且具有更广泛的指称范围,“女农民”的土地问题,在家庭内部的经济地位和性别角色问题,“女农民”进城务工所遭遇的生存问题,诸如此类更加具有敏感度和延展性的问题,却很少进入公众的讨论。

② 报道之后,法律专家学者的积极介入,试图争取法律的保障。同时北京大学法学院妇女研究与服务研究中心迅速召开研讨会,探讨妇女的教育权和生育权问题。

③ 沈慧婷:《上海一高中生调查女博士生存现状发现——女博士会做研究更懂得生活》,《中国妇女报》2009年8月13日。



说,她每周都要通过书信或电话和家人交流情感,还在固定的美容院做护理。放假一回家,她凡事抢着做,把家务安排得井井有条,尽显贤妻良母本色。坐在记者面前的刘玲平凡可爱得像邻家大姐,不听她讲学术,你不会想到她是个博士生。”<sup>①</sup>似乎只要当一个贤妻良母,就可以不被归入面目狰狞的女博士之中。2009年8月13日的《中国妇女报》也刊发了题目为《女博士会做研究更懂得生活》的文章。尽管对女博士婚恋难的真实性的真实性有所质疑,该文章仍然一再强调“高学历与做家务并不矛盾”。这些主流媒体试图为女博士的刻板形象进行辩解,但它们的叙事思路都是极力宣称女博士不过是普通人,也会做家务,也会相夫教子,并没有因为学业忽视家庭。这些声音共同构成了一个关于“回归”的叙事——女性只有回归家庭才能避免被“妖魔化”,才能躲避大众文化的悠悠之口,也即为女博士提供了一个显而易见的选择,那就是回到“母亲-妻子”的文化理想中去。因此,这些“平反”的声音在对方的逻辑框架中左奔右突却不得要领,反而悖论性地巩固了原有的意识形态。

### 三、视觉形象的出现和演绎

大众文化的商品性要求它节约成本,尽量生产一种能够循环消费的产品。而话题的“可贵”之处在于它不仅仅是被动构建的,而且能够在消费过程中进行二次生产,大众文化的多样性使这种生产成为可能。电视娱乐节目使女博士形象逐渐走出文字叙述的想象,获得了“现场”演绎的机会。在此不妨以收视率极高的江苏卫视“非诚勿扰”这一节目为例。

#### 1.“女博士”刻板印象的复制

节目中第一位引发热议的女博士叫做许贺,在她的身上我们几乎可以看到大众文化对“女博士”所有的想象。<sup>②</sup>广告语说,“‘非诚勿扰’是个展示个性的舞台”,事实上,为了制造话题,保持高收视率,“非诚勿扰”更倾向于窄化女嘉宾的个性,将其类型化。“非诚勿扰”在有限的空间和时间中,采取“参差对照”的手法,强化某些并不真实的类型。马诺的类型是“拜金女”,谢佳的类型是“中性女”,马伊咪的类型是外表时尚内心保守的“骨感美女”,而许贺的类型则是“‘海归’女博士”。<sup>③</sup>站在众多骨感美女之中,许贺本来正常的身材显得臃肿不堪,她带着方言的口音在众多“莺莺燕燕”中显得土气粗鲁。与其他女嘉宾频繁变换的造型相比,许贺的服装和发型都显得过于中规中矩,甚至枯燥乏味。在舞台互动阶段,许贺很少表现出机警智慧的一面,与名言警句不离口的谢佳相比,她老实得近乎愚钝了。而我们不应忘记的是,所有女嘉宾都是经过节目组精心挑选的,她们的介绍简历也是经过节目组配置的,女嘉宾们的造型也是由节目组的造型师统一包办的,我们看到的极具现场感的画面更是经过后期剪接的。某种程度上说,许贺恰恰是作为马伊咪等美女的陪衬物出现在舞台上的。

尽管许贺努力展示她会做菜、性格随和等等背离“女博士”形象的一面,她在舞台上的遭遇和结局仍然落入大众的想象期待。她是台上黯然孤独的一个,她比较挑剔,很少把灯留到最后,男嘉宾也很少对她表示兴趣。最终许贺不顾“非诚勿扰”节目的挽留,自动隐退。这与女博士难获爱情的想象何其吻合?“非诚勿扰”标榜自己是个制造神话的舞台,灰姑娘可以找到“富二代”、母女可以同台召唤爱情、分手多时的情人可以当场订婚,唯独女博士难以找到对象。“非诚勿扰”以戏剧化的叙述再次巩固了关于女博士的想象——高知,相貌平庸甚至丑陋,性格古板难以接近。她的结局也必然是在婚

① 吴阳、蔡敏:《女博士:自嘲与传言修饰古老的歧视》,《新华每日电讯》2005年3月8日。

② 许贺:2010年“非诚勿扰”女嘉宾,上海交通大学生命科学技术学院讲师,美国布朗大学哲学博士。

③ 据报道,许贺原本对“女博士”这一标签并不情愿,但“非诚勿扰”的编导一再坚持要保持女嘉宾之间的“差异性”,经过沟通,许贺才勉强接受(张强:《体验“非诚勿扰”:“海归”女博士电视相亲记》,《广州日报》2010年5月27日)。



姻的舞台上落落寡欢,黯然退场。当一种文化想象以如此“真实”的方式再现眼前,我们还有多少免疫力和抵抗力?

## 2.“个性化”女博士的出现及其接受的差异

当然,大众文化的生产并非如此机械,它在复制固有文化想象的同时也进行着某种“变形”,甚至以“自我反拨”的方式生产新的话题。许贺之后,“非诚勿扰”有意打破女博士的刻板印象,接连选取多位不同类型的女博士登台:有“柔美化”的女博士(如陈晨);有“恶毒化”的女博士(如崔丽波);有“幼齿化”的女博士(如刘五朵);同时,“灭绝师太”式的女嘉宾也并未“绝迹”(如张晓晨)……在众多倾向中,女博士“个性化”的倾向尤为值得关注。相对而言,几位以“个性化”而著称的女博士引发了更多的话题,她们一扫“第三种人”的刻板面目,为女博士的视觉形象提供了新的质素。

李诗娴是许贺之后另一位引人注目的女博士,同为高知女性,两人在舞台上的境遇却有天渊之别。<sup>①</sup>李诗娴屡屡发表独立见解,被乐嘉称为“我所见过的最聪明的女孩之一”。她在台上表现出与161的高智商相得益彰的机智敏捷,语言风趣而富有诗意,加上时尚靓丽的外表,吸引不少男嘉宾专程为她而来。她最终牵手一位“千里走单骑”的传奇男子,为自己的“非诚勿扰”之旅划上了圆满的句号。“非诚勿扰”众多的男女嘉宾虽然容易火热一时,但大多是毁誉参半,唯独李诗娴是少有的鲜见恶评。网友们喜爱她独立勇敢的“个性化”表达,她的“经典语录”至今在各大论坛上转载不息,她的离去被网友称为“‘非诚勿扰’一个时代的终结”,甚至有人仿照《史记》体例为她立传,其受追捧程度可见一斑。然而,正像那篇“今古杂糅”的《非诚勿扰·李诗娴本纪》所呈现的那样,李诗娴的大众接受也流露出一种奇怪的“混搭”。一方面,她在场上的机智和幽默被当做现代女性表达自我的能力和勇气而被赞赏;另一方面,这种机智幽默又被纳入相当传统的“才女”言说系统中,所谓“清眸皓齿,漆发柳眉”,“珠语常沁馨,濯然而不妖”。<sup>②</sup>这种接受与李诗娴本人“特立”而不“独行”的舞台表现有关。李诗娴的诸多言论看似“独立”,其实仍然是一种“小女人”心态的表达,她从来没有触及过任何与现实有关的话题。那句最常被征引的名言——“我说我想解套自己未知的人生,因为我不想用那些太现实的东西去束缚住自己,我也想许自己一个灿烂的丰富的一辈子”——本质上就像梅艳芳的那首《女人花》,低沉粗犷,以不流俗于女声的纤细造就一种反传统的“女性主义”风格,却吟唱着淡淡的忧伤,反复表达寂寞中待人采摘的古典情怀。她们都有着最现代趣味的表面措辞,但在情感内核中却与传统女子的闺阁抒情别无二致。正是在这一点上,李诗娴毫无障碍地为大众所接受,富于女性主义意味的表达被改造成一种时尚标签,烙印在最传统的心态之上。

与此相关,另一位北大女博士刘苏曼的舞台境遇可以作为一个反面的“注脚”。<sup>③</sup>刘苏曼与李诗娴在各个方面都非常类似。她也有温柔的外表,机智的言语,异于常人的高智商<sup>④</sup>,但她却未如李诗娴那般受到“完全的接纳”。很少为她而来的男嘉宾,她现场的敏捷对答也被网友们评价为“爱现”。除却相貌等差异,同样是现场对答,李诗娴与刘苏曼的差异何在?为何同样“个性化”表达在刘苏曼这里却成为恶评的源头?对照二人,李诗娴表达的时候习惯于抽空交谈对象,形成一种自问自答。且不论内容,仅就这种自问自答的姿态而言,李诗娴显得更加缺少攻击性,更加顺服,也更容易为人接受。而刘苏曼则倾向于更直接地展示自己,她常常在与男嘉宾的互动中抓住问题,提出质疑。乐嘉曾把刘苏曼和刘五朵这两位高知女性直接对比,指出刘苏曼因过于犀利而

① 李诗娴:2011年“非诚勿扰”女嘉宾,天津大学管理学院管理学专业博士。

② 大蠢猪猜:《非诚勿扰·李诗娴本纪》,天涯杂谈, <http://www.tianya.cn/publicforum/content/free/1/2183321.shtml>。

③ 刘苏曼:2012年“非诚勿扰”女嘉宾,北京大学日语专业博士生。

④ 刘苏曼在节目现场曾有过惊人的展示,在12秒内背诵出圆周率小数点后一百位(“非诚勿扰”2012年9月9日,第266期)。



不讨好(有意味的是,乐嘉本人却恰恰是以言辞犀利而著称,在乐嘉身上,同样的犀利却成为值得赞美的个人能力,甚至是整个节目不可或缺的特色)。可见,问题不在于是否有能力表达自己,而在于表达主体的性别身份。对于女性而言,个性化的表达要依赖于委婉的方式,反之,则易遭人诟病。相形之下,男性却无此顾虑。刘苏曼缺少李诗嫻那种可以被整合入传统的特质,因此她只能在舞台上独自面对尴尬。<sup>①</sup>主持人孟非曾评价李诗嫻说,她内心当中,其实并不喜欢那种循规蹈矩的生活。但是这种“冒险的气质”恰恰要以欲说还休的“不表达”为前提才易于为人接受。在大众娱乐的舞台上,一个主体自由言说的语境还远远没有到来。

#### 四、视觉形象衍生背后的文化偏执

从女博士视觉形象的衍生过程,可以窥见大众文化生产中的某种文化偏执。经过大众文化的拣选塑造和不遗余力的维护,“女博士”一词的所指已经脱离了能指,成为一个有着清晰面目的文化想象,一个被固化的消费符号,首先在文字叙述中获得种种刻板面貌,继而搬演为一种视觉形象。人们谈论着它,消费着它,又继续生产着它。

一种文化现象的生成并非“无本之木,无源之水”,其背后隐藏着对某种现实的问询和某些深层文化心理的暗合。对女博士乐此不疲的言说背后有着对高知人群生存状态的猎奇,对高校教育体制的质疑,对高等学历社会功用的拷问……然而事情又不仅仅是如此,否则就无法解释高知人群的另一半——男博士,为何没有成为焦点话题?“形象就是对一个文化现实的描述,通过这种描述,制造了(赞同、宣传)这个形象的个人和群体,显示或表达出他们乐于置身其间的那个社会的、文化的、意识形态的、虚构的空间”<sup>②</sup>,当女性成为叙事的焦点,当性别要素被嵌入一种形象塑造时,其背后隐藏着怎样的文化心理和期待?

一个早已有之的词汇,如此晚近才成为话题,获得视觉形象的演绎,大概也与这一群体现实状况的变化有关。当今时代,接受高等教育的女性不再是凤毛麟角,而是群体式的增长。她们不再满足于传统的贤妻良母角色,而是有机会也有能力走上一条发展多元社会角色的道路。她们走进公共领域,与男人们共同分享社会权力;她们作为各个领域的高端人才获得承认和荣耀,她们的个人成就不再仅仅依据为家庭做出的牺牲程度来衡量;她们不必像花木兰那样,一番血泪拼杀之后仍要解甲归田,她们有机会去朝堂上争得自己的一席之地。于是她们成了一群“僭越”的女性,触动了男权文化敏感的神经。经过自杀问题的报道,女博士群体的心理问题被夸大,经过就业困难的报道,女博士的努力得不到应有的承认……通过一番造势,一个“不幸福”的群体浮出水面,但大众文化终于在婚恋问题上成功地塑造了女博士的形象。

大众文化对婚恋问题的选取并非偶然。首先,婚姻恋爱是多数人的必修课,具有广泛的相关性;其次,婚姻恋爱属于个人隐私的范畴,私人领域公共化更容易获得“眼球效应”;更重要的是,“僭越”女性打破的是“母亲-妻子”的文化理想。这个文化理想“表现为美德、自我牺牲和对男性优势的屈从。家庭被看成是女人的生命目标,或者是女人的终极职业”<sup>③</sup>。而家庭角色的承担正是男权文化质疑“僭越”女性的焦点所在。还有什么比塑造丑恶的女性形象,并且预言她最终难以获得婚姻家庭更具惩戒性的呢?通过对“僭越”女性的嘲讽和丑化,男权文化仍然试图以功能性的叙事

① 同样,在崔丽波、许亚丽等女博士身上我们都可以看见类似的尴尬。

② 伊瓦·戴维斯:《妇女、族裔身份和赋权》,陈顺馨、戴锦华编选:《妇女、民族与女性主义》,北京:中央编译出版社2004年版,第42页。

③ 谭少薇:《妻子VS二奶:跨境的女性异化想象》,荒林主编:《中国女性主义》第九辑,桂林:广西师范大学出版社2007年版。



逻辑来定义女性,将女性的生存空间限制在家庭,将女性生存的意义限制在妻子和母亲角色上(“平反式”报道流露的思维也是鼓励女性以继续承担家庭义务的方式摆脱流行话语的惩戒,却从未考虑对家庭义务的重新分配)。陈旧的性别观念伙同急功近利的大众文化,一同制造了“女博士”这一性别形象。大众文化的问题在于不加区分地重复原有的性别偏见,形成一种流行话语对女性进行压抑。不单单是“女博士”,“女强人”“女研究生”“女教授”以及诸如此类的词语都有着相似的感情色彩和叙事逻辑。陈旧的性别观念借大众文化之手对“僭越”的女性施以惩罚。在这里,女性仍然是被凝视的对象,大众文化所展示的依然是男性的命名权。

如果说许贺这个形象复制了有关女博士的种种刻板印象,那么李诗娴等“个性化”女博士的登场则彰显大众文化中另外一种“凝视”。近年来,电影、报刊、杂志等娱乐媒介上温柔贤淑的模特已经让位于“个性化”的女性。“个性化”本身蕴含着女性经济独立、主体自觉、敢于表达等题旨,也是女性现实处境转变和个体自觉的重要表征。女博士作为经济能力、知识占有等方面都占据一定优势的群体格外拥有“个性化”的可能,作为现实可能性的反映,女博士视觉形象所表现出来的“个性化”倾向原本不足为奇。但是在消费娱乐的摄影机下,女博士的“个性化”遭到具有“性意味”的凝视<sup>①</sup>,女性主义与消费主义短兵相接,进退两难。当“个性化”被过度复制和传播,作为一种时尚标签流行的时候,它就变成了一种新的挑逗方式——表面上是对驯化女性形象的反拨,实际上却增加了女性的妩媚——“个性化”成为具有性意味的挑逗目光的新的来源,一种被抽空了政治反抗能量的“伪个性”。另一方面,从大众对李诗娴和刘苏曼的不同接受也可以看出,如果没有传统的底色,大众对相对真实的个性表达的接受是相当有限的。只有当女博士的“个性化”成为一种空洞的时尚标签,其内核被置换成传统的闺阁心态的时候,才能更广泛地为人接受。李诗娴获得热捧的背后,与其说大众期待的是一位具有独立意识的女性,毋宁说他们需要的仍然是“红袖添香夜读书”的柔情蜜意。

随着网络、手机等私人媒介的发展,大众传媒中传播者高于接受者的基本格局被打破。<sup>②</sup>媒介大众直接加入大众文化的生产和传播,他们不再是被动的接受者,每个人都可以变成一个“电台”,生产自己的节目,发出自己的声音。网络上充斥着男性对娶女博士的疑虑,而那些娶了女博士的男性的感受却很少得到重视。媒介大众对大众文化生产的参与使得他们在妖魔化女博士过程中难辞其咎。尽管媒介大众并非丹尼尔·戴扬意义上的民主公众,他们不过“是由‘媒介事件’聚拢起的一群人,缺乏固定的交往和稳定的联系,他们在网络上匿名随意地表达个人的喜好和情感”<sup>③</sup>。在当代中国女性法定权利与现实性别意识不合拍的怪诞事实面前(戴锦华语),媒介大众仍然显示出强大的话语压力。正如女性主义者所担心的那样,“女孩在习得语言能力的过程中,也习得了自己被贬低的形象和隐喻。她们学到的语言损害着她们长大后作为妇女的名声”<sup>④</sup>。

## 五、结 语

“女博士”视觉形象的生成有赖于“非诚勿扰”的舞台。“非诚勿扰”节目“真人+秀”的特殊演绎形式,模糊了文化制作与真实存在的边界,让人真假难分。“真人秀”容易被看做是现实可靠的,但形象和文字一样,都要经历同样的选择和编辑。“非诚勿扰”把自己变成一个大型的“造梦机器”,制

① 劳拉·穆尔维在《视觉快感与叙事电影》(<http://www.docin.com/p-288041643.html>)中曾分析摄影机通过“凝视”制造“性快感”。相对于男嘉宾,“非诚勿扰”的24位女嘉宾处于相对静止的状态,这是一个利于被“观看”的状态。每次节目开场,她们类似T台模特的登场,被摄影机以仰角拍摄,大大夸张女嘉宾的长腿丰胸,充满了“性”的期待。

② 关于“私人媒介”对传统大众文化的颠覆性,参见周志强:《“私人媒介”与大众文化的裂变与转型》,《文艺研究》2007年第5期。

③ 何平、吴风:《超级女声与性别政治——西方马克思主义女性主义视角》,《南开学报》(哲学社会科学版)2005年第5期。

④ 穆丽尔·舒尔茨:《妇女:关于妇女的术语》,荒林主编:《中国女性主义》第十辑,桂林:广西师范大学出版社2008年版。



造现代都市中最为稀缺的资源——爱情神话。大众媒体改变了日常生活的庸常,给了人们一个“盗梦空间”,每个人都可以在这个空间中找到适合自己口味的故事,然后把它偷盗出来,移植到自己的梦境中,从中获得想象性的满足。这种“移情”是如此安慰人心,让无数为爱情烦恼的女孩从中看到希望。“非诚勿扰”甚至以婚礼视频的方式来力证自己的成功,令这场美梦有一个看似真实的结局。

因此,日常生活中我们看到的世界在很大程度上是大众媒介为我们选择的。某种意义上,它不过是“高高的四角的天空”,只提供非常有限的可能,可是我们常把它当做了无穷。大众文化所呈现的,往往是一些“女博士”受到想象性的“惩戒”,一些“女博士”的婚恋问题得到了轻松的“解决”。类似“非诚勿扰”节目的大众文化场像一个“盗梦空间”,各种意识形态在这里互动、交织,人们的潜意识从中得到释放。然而,这样的“解决”仿佛一支安慰剂,很可能只是暂时掩盖了真实的需要。关于“女博士”的想象渗透到日常生活中,它的狭隘和偏执同时损害着男女两性的精神生活和个人选择。因而,在正视媒介大众话语优势的同时,我们需要认清这种话语背后的虚妄。

## The Coinage of the Term “Female PhD”: A Study of the Evolution of a Gender Visual Image

Sun Lin

**Abstract:** As a visual image, “Female PhD” has been through a long process of evolution. At the beginning, the term “Female PhD” as a signifier signifies a general group of people. It is then incorporated into the topic production of narrative in words and will finally visualized by TV reality shows. A visual image that is strongly characterized by its gender connotation is then made. The stiff image of “Female PhD” shows that conspiracy between outdated gender cultural psychology and mass culture. Even its further development cannot escape the imagination of male. While we are looking at the advantages of mass media discourse, we need to know the falsehood of this image.

**Key Words:** Female PhD; Mass Culture; Gender; Visual Image

【责任编辑:陈 宏】