

摩登女郎現象作為啟發式研究方法： 合作、關聯性比較與多向互引^{*}

全球摩登女郎研究小組

摩登女郎於20世紀上半葉在全球範圍可以說是同時出現。從北京到孟買、東京到柏林、約翰內斯堡到紐約，她們時或耀眼、總是時髦地出現在都市之中。讓摩登女郎具有辨識度的，是她們使用的某些特定商品，以及她們直率的情色風韻。摩登女郎在世界各地有着不同的名稱：飛來波女郎 (flappers；英語)、噶鬆女郎 (*garçonne*；法語)、摩女 (モガ，音「moga」，即「*modan gāru*」的縮寫，音譯自英語的「modern girl」；日語)、摩登小姐 (中文)、中學女生 (schoolgirls；南非英語)、女大學生 (*kallege ladki*；印地語)、吸血僵尸女孩 (vamps；英語，取自「vampire」) 和新女性 (*neue Frauen*；德語)。摩登女郎穿着前衛並追求浪漫愛情，似乎並不在意女兒、妻子和母親這些傳統角色。當時的記者、政客、社會科學家甚至普羅大眾，都曾辯論過摩登女郎到底追求的是性解放、經濟獨立還是政治訴求。他們也曾提到，也許摩登女郎只不過是一個形象，一個新商品文化時代裏取巧

* 本書所有作者共同承擔了本章和第二章的撰寫工作，以及整個英文原本文集的編輯校對工作。

我們這項研究的重要貢獻在於：我們發現在1920到1930年代，摩登女郎其實是一個全球現象。我們合作式的研究和寫作持續了七個春秋，研究小組的成員是華盛頓大學文學批評、歷史、文化和女性研究以及政治經濟學多個領域的學者，研究地域跨越非洲、亞洲、歐洲和北美洲。我們試圖追溯摩登女郎在全球各種殖民或民族國家語境中的化身，並揭示她所出現的不同地域之間的聯繫。這種努力體現在本章的概述、第二章的個案集體研究以及之後的每一章。這本文集的總結部分還包含了其他學者的評論文章。他們雖然不屬於本研究小組，但他們在性別、現代性和消費領域的研究一直影響着我們，同時我們也一直保持和他們對話。我們邀請這些學者考慮或者重新審視他們的研究，以我們小組的兩個中心問題為出發點來思考：摩登女郎的全球性體現在哪裏？又是什麼使得她成為全球現象？

為了回答這兩個中心問題，並參與到性別與全球化這個更大的辯論議題中，本研究小組發展出兩個研究方法：¹把摩登女郎現象作為**啟發式的研究方法 (heuristic device)**和**關聯性比較法 (connective comparison)**。²本章的第一小節將詳述這兩個方法，而之後的小節會討論本文集其他的章節。這些章節裏有六大主題反復出現在我們小組和本書其他作者的研究中：現代性、女郎、視覺經濟、民族主義、商品和消費。

摩登女郎現象作為啟發式研究方法和關聯性比較方法

我們研究小組從一開始就有目的地把摩登女郎作為一個啟發式研究對象。「啟發式」(heuristic)意味着「旨在尋求答案或者發現」。啟發式的研究工具肯定不會是先驗的；相反，它在研究過程中浮現，貫穿整個過程，並有着面向未來的取向。摩登女郎在公眾領域的視覺再現讓我們能夠在全球追蹤她的行跡。大量標誌性的視覺元



APEX GLOSSATINA
The Master Straightener for use with the straightening comb or iron. It imparts to the hair that smooth, satiny, shimmering finish that no other preparation can duplicate. It is also an excellent dressing for the hair and used by men, women and children.

APEX SPECIAL GROWER
(Double Strength)
This is a special preparation for stubborn cases of dandruff, thin and falling hair. It nourishes and stimulates the hair-roots. Produces a healthy, quick growth and is excellent for thin temples.

APEX SKIN BLEACH
It not only bleaches but is a skin purifier. Removes tan, freckles, liver spots, blackheads, pimples, collar marks, sunburns, acne, etc. It beautifies, making the skin soft, clear, and its consistent use brings to the skin new life and color. Instantly lightens complexion.

THE APEX HAIR Co., Inc.
1725 Arctic Avenue
Atlantic City, N. J.

Join the **APEX SCHOOL OF BEAUTY CULTURE & HAIRDRESSING**
It will make you independent by giving you a valuable profession.
Write for particulars:—
APEX HAIR Co., (S.A.)
P.O. Box 5731, JOHANNESBURG.

圖 1.1

南非報紙《班圖世界》(*Bantu World*) (1933) 的一則化妝品廣告，畫有一位身材修長的摩登女郎，正在推銷由非裔美國人持有的艾派克斯 (Apex) 公司的產品。

素，比如波波頭、塗了口紅的嘴唇、前衛的衣飾、修長的身材以及她輕鬆的露齒微笑，讓我們可以將摩登女郎全球現象的時間鎖定在一戰和二戰之間。通過這些視覺元素，我們得以辨識那些跨地域、跨政治邊界的特殊現象之間的聯繫。另一方面，我們小組的成員更能相互借鑒地域專長，洞悉那些造成了各類民族國家、不同的殖民和半殖民主權，以及本土公司和跨國公司的策略之間的共性和特殊性的底層結構。

同樣重要的是，通過將摩登女郎作為啟發式研究對象，我們得到了意外的收穫。例如，本書作者普莉提·拉瑪牧提 (Priti Ramamurthy) 和琳·M·托馬斯 (Lynn M. Thomas) 分別追蹤了美容產品大公司在印度和南非進行的廣告宣傳部署。她們發現早在 1920 年代末至 1930 年代初，就已經出現了印度裔、非洲裔或者混合族裔的摩登女郎，這比以往的學術研究所建議的時間早了十餘年。之前被廣泛接受的商業資本主義、消費和視覺文化方面的歷史研究認為，「現代性」是在二戰後，以歐美為中心向世界各地傳播的。而我們的研究發現，



圖 1.2

印度報紙《政治家》(Statesman) (1930) 刊登的一則溫玉莎 (Ven-Yusa) 香水公司面霜廣告，展示了一位有着顯著摩登女郎特徵的女性。

這些現象。相反，它實踐了費邊 (Johannes Fabian) 的洞見，即現代性的時間是橫向的、共時的，而不是演化的、階段性的。⁴ 將時間維度置於優越地位的做法在某種程度上導致了線性因果論，關聯性比較法則避免了這個陷阱。⁵

合作研究尤其能促進關聯性比較研究法的開展。很少有單個學者能夠掌握我們這類研究要求的所有語言和歷史背景。關注全球化的多樣性和共性不是口頭上說說而已，地域研究和各學科的專家必

摩登女郎在一戰和二戰之間在全球幾乎同時出現，從而挑戰了之前的預設。

將摩登女郎作為啟發式研究對象，使得我們能夠互相學習，了解到在我們各自的研究區域之外的世界其他地區的政治和經濟進程，並得以發展出「關聯性比較」這個研究方法。³ 關聯性比較研究法避免了對抽象分類的依賴，而是着眼於具體的地方進程如何互為條件。通過將全球不同地點的本土發展置於相互對話中，它得以審視時空差別這一思路。很多以前被認為是地方性的事物其實是通過複雜的全球互動而形成的，關聯性比較法突顯了事物起初混沌的形成方式。它既不將地方的特殊現象解讀為對抽象「規範」的背離，也不用現代化不可避免這種理論所派生出的標準來衡量

須願意，像我們所嘗試的一樣，將個人專長與共同問題相關聯。我們團隊成員的工作語言包括中文、英語、法語、德語、印地語和史瓦希利語。我們共同實踐了關聯性比較研究法，進而能追蹤摩登女郎在各地具體的體現，並展示各種現代性審美和期望的共時性，而不是把這種共時性解釋為同一性或者等同性。

我們最重要的發現之一是，在任何地緣政治地點，摩登女郎與其他類型的女性人物及其媒介再現是有區別的，其區別在於她不斷地將本土元素和他方元素結合在一起。我們把這種結合稱為**多向互引 (multidirectional citation)**。我們將多向互引定義為那些相互影響和循環交換的元素，儘管這個相互過程是不對等的。它們在世界多個地點產生共同的形象再現和實踐。我們研究中的多向互引包括兩個方面：**真實的摩登女郎**，即那些結合世界各地元素、創造和演示新的外表形象與多樣主體性的歷史推動者；以及這些新形象和主體性的**媒介再現**，例如本章的圖 1.1 到 1.5。本書第二章是我們對化妝品廣告的一個合作式案例研究。通過鎖定摩登女郎形象和相關觀點在具體殖民地、國家和國際等級體系中的流通、互動與糾纏，我們例證了關聯性比較研究法，並證明了多向互引在研究材料中的廣泛存在。

將作為啟發式研究對象的摩登女郎、關聯性比較研究方法和相關的多向互引概念放在一起考慮，使我們能夠加入當下有關全球化的辯論。最近這些年的學術研究中，全球化被描述成 20 世紀下半葉全世界範圍的經濟融合和文化融合的過程。與以前的研究不同，這本書是研究在「全球化」這個術語被發明前便已出現的全球化。儘管有些學者認為經濟全球化可以被追溯到資本主義開始的時候，⁶ 本書的關注點不是全球化的起源，而是對全球商品和文化流通如何在不同的地緣政治地點塑造現代女性特質進行細緻入微的分析。為了達到這個目的，我們對全球湧現的摩登女郎現象進行研究，旨在能夠

超越之前固有的邊界。之前對於日本摩女、法國噶鬆女郎、中國摩登小姐、德國新女性或者英美飛來波女郎的研究往往只集中在一個國家，或至多是一個國家和它的正式殖民地之間的雙邊關係。⁷ 本書下一章有關化妝品廣告的合作研究，以及之後每章的案例顯示，由於美國在廣告和電影的國際發行佔顯著地位，美國大公司是摩登女郎形象的主要來源和最重要的國際發行商。然而，美國化的過程並不是統一且一成不變的。相反，要理解這些過程，我們應該把它們放到和英國、歐洲以及日本殖民主義的關係中去理解，同時關注大公司、文化工作者和形象製造者運作的國際迴環。⁸ 在這一點上我們的分析和理查德·維克 (Richard Wilk) 的觀點相呼應。他認為全球化是由一系列社會經濟進程組成的，而這其中的共性卻是通過差異化來表達的，並將此過程稱為「共同差異的多種結構」(structures of common difference)。⁹ 對於我們來說，塑造了摩登女郎的多向互引恰恰體現了這種「共同差異的多種結構」。

我們小組的成員之前各自獨立在性別、政治經濟學和消費文化領域做研究，時間和地點涵蓋20世紀的非洲、亞洲、歐洲和北美，通過此番合作發現了一組有關摩登女郎的共同問題。合作的過程中，在如何提出問題和回答問題方面，我們有過各種分歧。有的時候，不同的學科框架令我們無法在某些問題上調和，這些差異在本書第二章之後的獨立研究章節裏會有所體現。但我們認為，這些合作過程中的差異恰恰是一個無價之寶。今天反思起來，這一點顯得尤為真切。通過分享各自的區域和學科專長及研究成果，我們每一個人都會時常提醒自己：沒有任何一個單獨的研究地點或事件進程，可以成為摩登女郎全球化的唯一模板或者決定性力量。這種分享所發展出的研究方法，使得我們拒絕將時間的線性演進作為比較的基礎。

我們的研究小組基於西雅圖，自2000年組成以來，組織了多年的系列講座，邀請其他大學和研究機構的學者到華盛頓大學就我們的



圖 1.3

在面向中國精英階層的《良友》雜誌(1937)刊登的「窩多露」(Oodorono)狐臭水廣告。該產品由一家美國公司在全球特許經營。



圖 1.4

在德國雜誌《萊比錫畫報》(Leipziger Illustrierte Zeitung) (1928)刊登的「窩多露」狐臭水廣告。廣告畫突出了女郎抽象的面部特徵和裸露在外的肌膚。

研究問題和發現進行探討。米麗亞姆·斯芙伯格 (Miriam Silverberg) 是我們邀請的第一位學者。她對兩次世界大戰之間日本摩登女郎的開拓性研究啟發了我們初始的工作。¹⁰ 她對本書的評論，以及蒂莫西·伯克 (Timothy Burke) 和凱西·派斯 (Kathy Peiss) 的評論，對本文集進行了總結。本導論之後收錄了由其他和我們共享研究成果的學者所寫的章節。2001年，白露 (Tani E. Barlow) 在御茶水女子大學性別研究所六個月的訪學期間，和本書另一作者伊藤露莉 (伊藤るり) 建立了一個基於東京的姊妹研究組——「東亞摩登女郎與殖民現代性研究小組」。2004年9月，我們兩個小組在御茶水女子大學聯合主辦了一個研討會，期間本書中的幾個章節第一次參加公開報告和討論。¹¹ 可以說，讀者此刻讀到的開篇章節正是對我們這段研究歷程的回顧：通過總結的方式進行開篇。



圖 1.5

美國雜誌《時尚》(Vogue) (1928) 刊登的法國瑪麗·厄爾(Marie Earle)化妝品廣告。廣告裏的摩登女郎身型修長苗條，穿着1920年代流行的「摩天樓直筒長裙」(skyscraper frock)，手中捧着一枚地球儀，代表掌握着整個世界。

現代性

把摩登女郎現象作為啟發性研究方法，便開啟了一個很難回答但又必須回答的問題：「是什麼使摩登女郎『現代』？」為了回答這個問題，本書的作者們探討了摩登女郎是如何被單獨挑選出來，成為「現代性」(modernity)的標誌。「現代性」是眾多人文和社科領域的學者長期以來試圖描述和定義的一個概念，之前已有一些學者挑戰了更早期那些將「現代」和「西方」混為一談的思路。這些學者認為，擁有這種思路的學界和大眾對於現代性的討論不可避免地製造出等級差別，即認為有些社會是「先進的」，而其他社會需要「奮起直追」趕上那些「先進」社會。¹² 有些學者則研究了法西斯現代性，以及它和資本主義及自由民主之間的關係。¹³ 更有學者挑戰了單一現代性這個思路，認為應該把現代性理解為「多樣化的」，帝國和本土的社會構成和政治的複雜互動中形成了「具有替代性的」，或者「平行的」多

種形式的現代性，共同構成了這種多樣化的現代性。¹⁴ 一些在亞洲地區做研究的學者提出了「殖民現代性」(colonial modernity) 的概念，認為革命現代化有其殖民根基，而市場和公民制度將「半殖民地」地區，包括中國的一些地區，與更廣大的資本主義世界體系相聯結。¹⁵ 還有些學者提醒我們，近幾十年，那些遭遇着嚴重經濟衰退的非洲人民，體會到的是被現代性的承諾所「欺騙」的感覺。¹⁶

通過對摩登女郎出現的場所裏意識形態、審美和物質等多面向聯繫的分析，本書得以介入對西方現代性去中心化的討論。我們關注摩登女郎在不同的語境下怎樣被理解為**具有現代性**。同時，我們也探索摩登女郎在全球是如何在佔主導地位的現代主義意識形態，例如個體自主權、科學種族主義和社會改革的條件下出現的。這本書特別關注來源於不同語境的現代主義審美觀和我們稱為「摩登女郎外表」之間塑造與被塑造的關係，不論是摩登女郎的表象或者形象，還是它的媒介再現。的確，本書大部分作者研究的是摩登女郎作為真實的歷史行動者或者媒介再現策略，是怎樣獲得辨識度、被大眾消費以及在本土被消化的。我們最終的論點是，有關摩登女郎的爭論總是建立在具體地點的現代性和女性特質(最終也包括男性特質)的概念之上，並且不斷地更新對這兩個概念的詮釋。對於當時的人來說，摩登女郎既代表了現代生活的各種可能，也預示着現代生活的各種危險。¹⁷

本書聚焦於一戰和二戰之間那個動蕩的時代。這個時代被兩種互相矛盾的力量所左右：全球經濟日益增強的相互依賴性和各種形式政治民族主義的抬頭，而後者常常挑戰前者。從1919年到1939年，消費產品的生產進一步工業化，着眼於本國和國外工人階級的新市場也隨之誕生。這種全球市場的互相依賴也使得美國經歷了1929年的華爾街大股災及經濟大蕭條，並且給全球勞動市場和經濟重組帶來了一系列不穩定影響。其中，德國和英國通過提高關稅來