

以1920—1930年《申报》为例浅谈民国女性地位提高

齐 冉

(华中师范大学 历史文化学院, 湖北 武汉 430079)

摘要 1919年五四爱国运动后,掀起了广泛的妇女解放运动,各种报纸杂志也纷纷发表有关妇女问题的文章。本文选取了1920—1930年的《申报》作为考察对象,分析报纸中刊登的广告展现的新女性形象,以及关于婚姻自由的报道。从这两个方面浅析当时女性形象的变化以及女性地位的提高。

关键词 《申报》; 广告; 婚姻自由; 女性

随着1919年五四运动的发展,同时也掀起了妇女解放运动,各种报纸杂志也纷纷发表有关妇女问题的文章。矛头指向了封建传统礼教,提出了“男女平权”、“反对包办婚姻”、“社交公开”、“大学开女禁”、“各机关开放任用女职员”等。五四时期人们也刻画了一个崭新的女性形象——娜拉,发出“女人是人”的呼声。当时到处上演《娜拉》,高喊着女子“不做玩物”、“要人格”、“要自由”的呼声,并有许多妇女以行动勇敢地冲破了旧有的藩篱^①。

本文就以1920—1930年《申报》中广告以及相关报道为例浅谈五四运动后女性形象的变化以及妇女地位的提高。

一、《申报》的发展及影响力

报纸是近代上海出现最早,发展最成熟的传媒。而在众多报纸中《申报》则是独占鳌头,发表的文章评论、刊登的广告多,影响力大,传播广泛,也成为了近代上海报纸的代名词。《申报》于1872年4月30日在上海由英国商人安纳斯脱·美查创办。《申报》的办报模式是“洋人出资,华人办报”,立意办成一张“给中国人自己看的报纸”,它不断地更新内容,报道大众关心的社会热点问题,采用当时先进技术,重视新闻报道的时效性。

《申报》经历了1872—1889年美查时期、1889—1912年产权更迭时期、1912—1934年史量才时期和1934—1949年风雨飘摇时期。“美查把《申报》打造成为近代上海报纸媒体的翘首,而史量才则把《申报》推向了世界级大报的位置。”^②纵观《申报》的发展历史,我们不难发现,它坚持面向大众,评论尽可能做到客观公正。翻阅了20世纪20

年代的《申报》,我们可以看到《申报》广告中出现的许多新女性形象,也有许多女性抗争追求恋爱婚姻自由、维护自己权利的文章报道。

二、《申报》广告中的平等观念

《申报》作为商业性质的纸媒,刊登了大量广告,作为收入来源。翻阅1920—1930年的《申报》广告,我们发现更多地体现出了平等观念,也意味着女性地位不断提高。《申报》广告中推出了更多的商品关注女性的健康与美丽,广告场景女性不仅仅出现在家庭生活中,也有许多是社交娱乐生活,广告中女性形象也更加靓丽,穿着时尚,不再是“小脚女人”。清末民初中国几千年的君主专制制度的崩溃,是产生这一变化的根本原因。社会制度的变迁,人们开始重视自由着装。此外,辛亥革命成功后,资产阶级自由、民主、平等观念的快速传播以及民国政府大规模移风易俗的社会运动的开展也极大地促成了这种转变。

(一) 关爱女性健康

报纸中刊登了许多关爱女性健康的营养品广告,这些商品强调女性健康的重要性,针对出现的女性病症对“症”下药,有治疗妇科疾病、补血、安胎、提高免疫力等效用。而且很多广告语提出了女性健康的重要性。

例如:利亚妇女补血汁的广告:“妇女一切苦痛,如经期不倒、干血癆病、子宫各症等,不妥善调治,则体质日弱,家庭幸福剥夺尽矣。”“治妇女百病,使身体健康”^③这则广告把女性健康放到了关乎家庭幸福的重要地位。

“强健之妇女其貌必扬,饭后服威龙丸养身补

药,虽劳觉有青年之精神。”^④

“她的友外用药片为避孕最可靠良剂。药性温妥无害,凡女子不宜生育者均可用之,及黯悉现代生活经济情形者皆公认之。”^⑤这则避孕广告,扛起节育大旗,打破传统女性“生育工具”角色。

(二)激发女性爱美天性

爱美是女性的天赋,《申报》中关于服饰的广告,大都围绕华丽,美观,新式展开。例如惠罗公司刊登的广告中有纱绢布等各种衣料,“大批新式夏季时式丝纱衣料,由欧西各国源源进到,所列名目众多,花式不等,均为欧美之最盛行衣料”,“花样最为入时,质地最为优美”,“颜色鲜艳,花样神奇”,“以美丽别致驰名中外”,“各种花式极为精致”^⑥。单看广告词我们很难了解到底什么是美丽、时尚、新式,文字显得很空洞。我们从广告中的插图就可以看出当时流行风尚,无论是服装广告,还是药品广告、香烟广告、化妆品广告,很多都会选取穿着时尚靓丽的女性做模特,她们也成为人们效仿的对象。

我们从这些广告图片中可以看出,当时的服装无论从质地还是款式都有很大进步,把女性的美丽展现得淋漓尽致。其中一个突出现象就是摆脱以往的保守穿着,开始展现女性形体美。不再做小脚女人,而是一个穿着高跟鞋的摩登女性。

废缠足可以说是女子解放的第一步,废缠足是易服的基础,它们在反封建过程中是不可分割的。民国时期受西方思想影响,进行服饰改革,其中最终的一个部分就是放足,之后便随之出现了与天足相配的放足布鞋、丝袜,高跟鞋在20年代也开始流行。高跟鞋使女性的身体显得更加高挑,身体线条更加妩媚,深受女性喜爱,从女界名流、明星到职业妇女、家庭主妇、女学生都纷纷登上高跟鞋。“脚上风光不再”就是民国服饰改革的重要成绩。妇女不用再饱受“三寸金莲”给她们带来的伤害痛苦,出现了各种时尚的鞋子。而且旧有的封建道德标准也渐渐被抛弃,女性的的心灵随着服饰的改变而得到释放,同时她们也通过服饰展示了自己崇尚自由、追求时尚、争取独立的新风尚。一批妇女解放运动的先行者,为摆脱女性柔弱之气,纷纷着男装来展示自己对男女平等的追求,对封建礼教的反抗。对男装情有独钟的女性比较典型的要数近代伟大的女革命家秋瑾,她穿着男装时的飒爽英姿,充分显示了她追求个性自由、男女平等的思想及革命的豪情、不屈的斗志。

在打造女性形体美的同时,各种西式化妆品广

告也大量出现,正如旁氏一则广告“十分姿色七分妆”。在广告插图中一个剪着短发身材窈窕,露出手腕的时尚女子,在化妆台前精心的打扮自己,化妆台上摆着旁氏白玉霜^⑦。

当女性有了健康的身体、美丽的形象,她们会更自信地走出封建牢笼,到社会中寻找自信。

(三)广告场景中的新女性形象

广告的家庭场景中,妇女仍然是承担家庭劳务,相夫教子,但是她们大都面带微笑,展现出一种快乐轻松的形象。她们也开始有自己的娱乐活动,读书、看报、抽烟、参加社交活动,不再是传统任劳任怨、依附丈夫,被家务劳动压得喘不过气的形象,而是美丽、微笑、时尚、快乐的新面容。她们走出了家庭,来到社会生活中展现出一种新的风貌。

她们有的在舞厅中翩翩起舞,有的穿着职业装工作,有的在灯下用功学习,有的在学校里,有的出现在体育场上。

例如:桂格麦片广告,一个女子一手拿着球拍,一手拿着奖杯,她是这次网球比赛的胜利者。广告语中写道因为她每日服用一杯桂格麦片,使她具备“智、力、勇”三个要素。^⑧

还有一则广告插图,一名女士留着短发,穿着西式长裙,站在演讲台上,面对着听众,口若悬河地发表演说。她之所以成为演说家是因她食用老人牌桂格麦片,使她有健康的体魄^⑨。这则广告中的女性形象就是自信,健康有活力。

传统的封建礼教“三从四德”使女子成为男子附庸,受到各种歧视,被束缚在繁琐的家务劳动中,被剥夺受教育权,还要从小缠足。当西方天赋人权、平等思想源源不断涌入我国,女权运动也随之兴起。特别是五四爱国运动之后,更是出现了一股大的女性解放潮流。因此笔者选取了20世纪20年代的《申报》广告作为研究对象。

三、关于恋爱婚姻自由的报道

在封建社会里,受传统礼教的影响,我国一直以一夫多妻的婚姻制度为主,也就是说男子可以娶妻纳妾,而女子只能有一夫。在这种婚姻制度下,男女地位是不平等的,家庭中的男女关系表现为主从关系和尊卑关系。广大妇女处于社会底层,地位十分低下没有独立的经济权,受教育权以及婚姻自由权。女子无权决定自己的婚姻,当时实行包办买卖的婚姻,大多是“父母之命,媒妁之言”。在这种婚姻制度下指腹为婚、童养媳、赐婚等现象屡见不鲜。女子结婚后也只是被当做生育工具,封建社会

结婚的目的就是传宗接代,古人云:“不孝有三,无后为大。”由此可见生儿育女的重要性。我们就把这种包办强迫、男尊女卑和漠视子女利益的婚姻制度称之为封建婚姻制度。

1840年西方殖民者用船坚炮利打开了中国的大门,给中国人民带来了沉重的灾难,但是西方文化也源源不断地传入了中国。自由、平等、人权的观念深入人心。中国社会诸多方面发生了重要变革,封建婚姻制度也受到了强烈冲击,人们要求婚姻自由,实现男女平等。1919年五四运动爆发,掀起了妇女解放运动的高潮,越来越多的进步人士为婚姻自由,妇女解放,男女平等而斗争,也取得了巨大成就。

瑞典妇女运动家爱伦凯的名言:“不论怎样的结婚,要有恋爱才算有道德。倘若没有恋爱,即使经过法律上的结婚手续,也是不道德。”《申报》中也出现了大量关于女性追求自由恋爱,保护自己合法权益的报道案例。经过广泛宣传,越来越多青年人重视恋爱,“婚姻须以恋爱为原则”的观念深入人心。解决妇女恋爱婚姻问题对解放妇女有至关重要的作用。女性有了幸福美满的家庭,夫妻关系和谐融洽,她们才能有精力更好地走出家庭,来到社会,更好地实现自己的价值。相反受到丈夫、婆婆虐待,繁重的家务劳动等,她们没有精力走出牢笼。

婚姻自由与女性解放有很重要的联系。为了实现自由婚姻,维护自己的恋爱权利。广大青年女性与封建传统做着顽强斗争,她们有的拿起法律武器采用积极手段,有的采取了逃婚、自杀等消极手段。但无论怎样,很多女性开始重视维护自己的爱情。

例如:

1927年8月在上海发生的女子控告舅舅阻其恋爱自由,浦东人徐月仙,因其舅舅张以楷从中作梗,不许她与恋人张志田结婚,因此徐月仙将舅舅告上法庭,要求“维持其神圣不可侵犯之爱情,以达有情人终成眷属之目的。”^⑩“徐月仙与张志田婚姻认为有效,被告张以楷不得干涉。”法院判决后,“从此有情人遂眷属矣”。^⑪

《申报》中关于女子为了追求自己的爱情采取了相应的手段进行反抗的报道很多,采用法律手段

也是非常有效的,不但体现出女性追求自由的心理,而且也反映出当时妇女的法律素质也在不断提高。她们不再忍气吞声忍受封建礼教的压迫,学会了采取积极手段维护自己的权利。

《申报》中的许多新闻报道以及广告都可以体现出,女性地位不断提高,在社会中扮演重要角色。这篇文章只选取了感兴趣的两个方面,一方面从1920—1930年的《申报》中关于婚姻自由的报道出发,探讨此时女性追求自由恋爱、自由婚姻,社会也大力提倡,《申报》大力宣传报道这样的典型事例,这也是女性应该获得的基本权利。有了幸福美满的婚姻家庭,才能摆脱封建牢笼束缚,走出家庭走向社会。另一方面在《申报》广告中我们都可以从中看到新女性形象,妇女的地位有所提高,他们越来越自信乐观,敢于走出家庭,摆脱封建牢笼的束缚。但是妇女受到歧视虐待现象仍旧存在,男女地位仍旧不平等,妇女解放,男女平等需要长期斗争努力才能实现。

注释

①陈素:《五四与妇女解放运动》,《五四运动回忆录》下册,北京:中国社会科学出版社,1979年,第1019页。

②庞菊爱:《跨文化广告与市民文化变迁》,上海:上海交通大学出版社,2011年,第49页。

③《申报》(影印版),第179册,第155页,利亚妇女补血汁广告,1922年4月27日。

④《申报》(影印版),第179册,第523页,威古龙丸广告,1922年4月25日。

⑤《申报》(影印版),第270册,第507页,她的友广告,1930年5月20日。

⑥《申报》(影印版),第191册,第122页,惠罗公司广告,1923年5月6日。

⑦《申报》(影印版),第245册,第66页,旁氏白玉霜广告,1928年4月3日。

⑧《申报》(影印版),第222册,第36页,桂格麦片广告,1926年4月2日。

⑨《申报》(影印版),第244册,第140页,桂格麦片广告,1928年3月6日。

⑩《申报》(影印版),第237册,第501页,《女子控舅舅阻止婚姻自由》,1927年8月24日。

⑪《申报》(影印版),第238页,第247页,《自由恋爱婚姻宣判有效》,1927年9月12日。