

女性主义文学/性别研究

从“新女性”到“封面女郎”

——由女性期刊封面看现代性话语之嬗变*

黄继刚

(华中师范大学 文学院,湖北 武汉 430079)

摘要:女性期刊封面作为一种有效传播媒介,选择并塑造了不同女性形象作为当时社会所认可的“理想女性”。具体而言,分别是启蒙叙事阶段的“新女性”形象、革命叙事阶段的“女劳模”形象和消费叙事阶段的“封面女郎”形象。各个时期“理想女性”之间迥然异趣的生活方式和审美观念既表征着社会职业和民众心理演进的规律,也清晰呈现出现代化进程中文化价值观念的嬗变轨迹。

关键词:女性期刊;新女性;女劳模;封面女郎

中图分类号:I206;I0-03 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-5981(2013)04-0131-05

女性期刊封面作为一种公共媒介资源,是社会文化生活的选择性图像标本,它构建出来的媒体女性形象是国家意识形态、媒介权力以及社会性别话语三者共同作用的结果,其文化意义远超过图像本身。女性期刊封面在表达呈现当时社会主流价值观念的同时,也以图像叙事的方式记录并见证了时代话语的变迁。大致来说,20世纪中国女性期刊的发展和当代文学的轨迹是相契合的,集中呈现为三个阶段,即“20世纪初的启蒙叙事阶段、解放和改革开放前后的革命叙事阶段以及90年代末期以后的消费叙事阶段”^[1]。这三个阶段封面女性形象的嬗变既体现出各时期对“理想女性”不同的希冀与总体性想象,也标示出各时期现代性话语的不同层次。有鉴于此,女性期刊封面及其文化蕴涵将成为我们审视现代性思想谱系的一个独特视角。

一、“新女性”的“政治身体”和启蒙叙事

20世纪初期,在“新文化运动”和“五四运动”的启蒙叙事背景下,中国诞生了一批真正意义上的女性期刊,如《女铎》(1912-1951)、《妇女杂志》(1915-1931)、《玲珑》(1931-1937)、《女星》(1932-1937)、《女子月刊》(1933-1937)、《妇人画报》(1933-1937)和《妇女月刊》(1945-1949)等

等;同时一些知名刊物也开设专栏,如《良友》(1926-1945)的“女子声音”。这些刊物配合着启蒙叙事中“民主”、“解放”、“自由”等主流话语,着力批判当时社会中“节孝名教”、“蓄妾弊风”、“男女有别”等丑陋恶习,努力争取女性在家庭和社会中的相应权益并宣传崇尚一种崭新的现代生活方式,如《妇女杂志》以介绍“世界上最新的关于女性的知识,并鼓励妇女通过社会的高尚娱乐来追求美好生活”^[2]为办刊宗旨;《玲珑》自觉承担起“女界之喉舌”^[3]的历史使命,主张通过体育运动的方式来培养女性健康阳光的内在精神气质。同时,这些刊物还利用“封面”这一特殊的媒介形式,借助“镜像的力量”来逐步改变女性贤妻良母,温柔娴静的传统形象,以塑造“新女性”为审美标尺掀起一场轰轰烈烈的女性自立自新运动。

“新女性”是20世纪20年代出现的具有时代特色的女性名词,而期刊封面则有效构建了对“新女性”的文化想象,这种“想象的真实”形成对“新女性”的基本设定:“她们以知识女性和职业女性为主要代表,接受过一定的文化教育,拥有强健的体魄、新颖的思想、不作‘性’的依赖、注意集体生活、结婚不要妨碍前程,追求并崇尚一种新的生活方式。”^[3]

* 收稿日期:2013-02-28

作者简介:黄继刚(1980-),男,四川资阳人,华中师范大学文学院在读博士,安徽阜阳师范学院文学院副教授,主要从事文艺美学研究。

基金项目:教育部人文社科青年基金:空间的现代性想象——新时期文学中的城市景观书写(编号:12YJCZH075);阜阳师范学院青年基金:空间文化背景下的文学书写和城市叙事研究(编号:2011FSSK03)。



(图1 - 图4)



(图5)

大致而言,这一时期封面对“新女性”的想象性塑造整体呈现出两个特点。首先是对封面人物身体的选择上,出现了以体态丰腴为美,以运动健康为美的审美新风尚。传统审美观念一直以杨柳细腰、弱柳扶风作为对女性身体的要求,并通过“足不出户”、“笑不露齿”、“裹脚束胸”等规范和限制来完成对女性身体的规训。而这一时期封面中的“新女性”则为我们呈现出焕然一新的女性身体形象,“真正的美观还是在结实的肌肉和健康的身体”。^{[3]14}“林黛玉式的女子是我们的耻辱,现代人如果没有刚强的体格,便不会有远大的目光和伟大的希望。”^{[3]15}包括许家惺在《最新女子修身教科书》中也表述过相同看法,“妇女之身以康健为最要,容貌之美丽,服饰之明艳,其后也。”^{[4]68}由此看来,在20世纪30年代,女性走出阁楼去参加户外运动以锻炼体魄(如图1)逐渐成为“新女性”形象塑造的核心要义,而《玲珑》、《良友》等

女性期刊在提倡求知向上、独立坚强的“新女性”精神的同时,也寄希望在改变传统女性生活习惯的基础上使她们最大程度接受现代生活方式。

其次是对封面人物的表现上,以《玲珑》、《妇女杂志》为代表的女性期刊提议推行“新女性”的“文明新装”,即重整洁质朴而轻靡丽浓妆。与此对应的是封面中发簪、镯环、耳坠、项链、玉佩等女性传统装饰物的逐渐淡出,取而代之是钢笔、手表、运动球类、自行车、眼镜等作为现代生活象征(知识、运动、健康)装饰物的出现。譬如《良友》的69期和75期封面分别是健康阳光的网球女士和排球女士的图像;《玲珑》的104期封面是一位青春开朗的骑自行车户外运动的女士图像(如图2)。佩戴装饰物是女性强化“娇柔柔弱”形象并以此在男性社会中求得立足生存的措施手段,而淡化女性的传统装饰实则关系到“新女性”所谓的“人格独立”。这种新的审美风尚打破了传统女性“养在深闺人未识”的自我局限,展现出职业女性群体走出家庭、参与更广阔的社会公共空间的愿望。由上述封面中的变化可以看出,“新女性”形象体现出积极的启蒙意识,在兴办女学,知识教化,道德培养,气质涵养等方面都发挥着有益的社会导引作用,这种潜移默化的熏陶不仅有助于知性大方的“新女性”气质的塑造,还有助于文明生活习惯和现代生活理念的养成。

但是启蒙叙事对“新女性”的塑造也不时体现出“双重标准”,即“封面上的新女性”和“家庭中的旧妻子”这种理智和情感上的矛盾对立。以《玲珑》、《妇女杂志》、《妇人画报》开展的相关讨论为例,“新女性”不仅要具备思想道德层面上的“人格的伟大、精神的高尚、思想的进步,女子不是花瓶、玩物,有对于国家社会应尽的责任和义务”^{[3]9},还包括家庭生活细节的“有相当学问(不一定进过大学,但至少要有中学程度,对于各种学科有相当的了解),在交际场中,能酬对,态度大方,而不讨人厌;稍懂一点舞蹈,能管理家政,会管仆人、自己会烹饪、能缝纫(简单的工作,不须假手他人)”^{[3]10}。这种“新贤妻良母”的形象在一定程度上体现出女性启蒙的虚妄,只是简单地将“解放了全社会,等同于解放了(女性)自己”^{[5]132}。由此“女人的解放”几乎体现为对“人的解放”的趋同。这种传统守旧的认识并不能在真正意义上开启“人为与为女的双重自觉”。^{[6]261}尤其是男性在女性启蒙中所表现出来的知识分子固有的精英意识和传统文化习俗中的性别优越感,决定了男性和女性在这次启蒙中的不平衡地位,而启蒙与被启蒙、主体与客体、话语与失语、拯救与被拯救等角色的设定使得女性的身体被塑造成典型的“政治身体”,“既以身体(改造、塑造、新生)为目标,也以身体为工具”。^{[7]50}客观来看,“新女性”的塑造希望通过女性对启蒙运动的广泛参与来摆脱对女性弱者的指认,这一逻辑恰恰忽视了女性作为性别存在的合法性依据,单纯只标举男女平等而否认男女差异,使得“新女性”处于一个十分尴尬的境地,既迷失了自己,又丧失了寻找女性主体性的权利和理由。而女性期刊中反复颂扬的“新式家庭”、“婚恋自由”、“爱情神圣”更像是一个话语陷阱,体现为对多重女性生命体验的遮蔽,戴锦华用“花

木兰境遇”^{[8]13}来比喻这一时期妇女的处境。最终,“新女性”对自身经验的真实书写和探寻成为匿名的存在,而启蒙叙事则成为一曲幻想中的女性解放凯旋曲。

二、“女劳模”的“生产身体”和革命叙事

新中国成立后,社会主流话语完成了从启蒙叙事到革命叙事^①的转变,在建设社会主义新中国的主旋律背景下,女性期刊也从关注抗战解放转向为宣传建设生产。并且,这一时期在各地方妇联的积极推动下涌现出不少新时代的女性期刊,如《时代姐妹》(吉林妇联)、《广东妇女》(广东妇联)、《现代妇女》(上海妇联)、《山东妇女》(山东妇联)等等,但是这些期刊中所谓的“女性色彩”由于政治意识形态的因素并没有完全得以彰显,其办刊思路也基本上受政治因素的影响,大部分内容成为革命叙事的符号图解,或者将女性问题置换为生产建设和阶级革命问题。正如毛泽东为女民兵的题诗:“中华儿女多奇志,不爱红装爱武装。”^{[9]1034}尽管作者的主观意图是希望女性能进入到革命建设的宏大叙事当中,但是在对话语的仔细解读当中,我们还是能够找到那个如影随形的“潜文本”：“红装”无疑是被否定的性别局限性,而“爱武装”就是要消灭女性性别来向男性看齐。总之,类似于这样的对女性性别身份的否定性指认,逐渐成为一种文化潜意识。所以,“女劳模”、“女英雄”也成为这一时期(新中国成立后至70年代)期刊封面重点呈现的内容。

以全国妇联主办的《中国妇女》(1956年前曾经名为《新中国妇女》)为例,根据笔者的统计,从1949年7月到1966年5月的《中国妇女》的杂志封面(共计99位封面女性)来看,其中以纺织姐妹、钢铁姑娘等为代表的各行业“女劳模”出现多达48次,占总比例的48.5%;宋庆龄、蔡畅等女性领袖共计出现9次,占总比例的9.1%;女通讯员、家属、女指导员、家庭妇女和思想积极分子各出现了1次,占总比例的1%。从以上的统计中可以看出,在《中国妇女》封面上占据主导地位的是奋斗在各个生产一线的以“女劳模”为代表的女性劳动者。此外,受革命叙事的影响这些封面女性的着装出现惊人的一致性,她们尽管来自不同行业,但是标志性工作服是这一时期社会公认的标准着装,这体现出个人服饰的社会公共属性。更准确地说,“衣着的控制是身体政治的非常重要的手段,在革命叙事中,衣着和身体属性一样都处于革命的控制之下,它们不是追求生命个性的领域,相反是革命表现其功利性的领域,因而也是政治必须照看的非常重要的领域”。^{[7]50}由此看来,女劳模的“生产身体”实际上是按照劳动美学的要求刻画出来的。此外,封面还渲染再现了生产劳动的场景,在这些身着各行业标志性工作服的女性背后通常是她们的工作场所,如田地、纺织车间、冶金炉、手扶拖拉机上(如图4)、十字路口等等。这其中我们不难看到一个革命叙事的基本逻辑,即劳动成为当时最重要的价值观念和美学标准,只有劳动的场景、劳动着的人才能成为审美观照的

对象。可以说,为响应当时“发动妇女参加经济建设”的号召指示,“女劳模”的身体同男性一样被建构为无性别差异的“生产身体”,并同他们一道融入到现代化建设的洪流中去。

但封面中以“女劳模”为主要表征的趋势在20世纪80年代出现了一个明显的回落。我们先用数据来说话,还是以《中国妇女》为例,从1980年到1988年这8年间随机抽样的70份《中国妇女》期刊封面中,女劳模、三八红旗手出现9次,只占总比例的12.9%,这一比例相较之前的48.5%已经大幅下降,并且值得一提的是这12名女劳模当中还出现了2位商场女售货员;此外,《中国妇女》在1985年第2期的封底开始刊登消费类广告,在第8期内文中刊载商业广告。这些都从一个侧面说明国家从强调生产建设到关注日常生活的意识形态转型。而那些职业未知也无明确工作场景的美女在《中国妇女》的封面上出现了26次之多,占总比例的37.1%,并且这一比例还在随之不断地增大;另外一些明确职业身份的封面女性,如主持人、演员、运动员、播音员等等,其职业都是和文化生活密切相关而远离生产劳动第一线的。

对这一时期封面人物做进一步梳理后可以总结出以下两个特点:首先是人物的活动空间由生产车间、田间地头等劳动场所到淡化背景直至无背景。若从编辑美学的角度来看,这种背景“退隐”的构图方式是为了更好地突出画面中的人物,或者说从以前的突出集体劳动场面改为突出主人公的人物形象,让读者真正是为其人而不是为其背景所吸引,引导读者由关注这一封面人物的外形到关注其具体内涵,从而饶有兴趣地再从内页的文章做进一步阅读。若从社会文化蕴涵来看,背景的“退隐”显现出媒介从彰显集体主义到强调个人主义的现代性话语转换。“女劳模”在田间地头、工厂车间与其他同志忙碌的场面,传达的是社会主义建设初期为祖国奋力工作的集体主义精神,尤其是对各种不同行业女性工作场景的采风,更是表现出现代化建设初期阶段的冲天干劲和饱满热情。而80年代以后,这种背景“退隐”的封面折射出国家现代经济体制的转换以及对社会价值观念的影响,包括国家思想环境的开放包容程度。由此而言,这一时期对女性生命个体的关注已经远超前对集体主义的颂扬。

其次是对封面人物的表现越来越具有都市现代性的特色,农村女性的“出镜几率”越来越小,直至到后来封面人物变为全是城市的现代女性。此外,对“理想女性”的塑造也是随着现代话语的变迁而各自有所侧重。简单来说,女性期刊中封面人物的外貌由长相朴实兼具“雄化”到相貌姣好,秀色可餐的时尚气质;人物年龄由中年女性到青年女性;人物的化妆程度,由素面朝天到粉黛妆容;人物穿着由传统的标志性职业装以及套装到潮流时装,这种强调着装上的个性差异性和纯粹审美性充分体现明确的女性性别意识。以当时颇具女性影响力的《大众电影》为例,80年代初的《大众电影》封面开始推出女性个人写真照,背景一般是纯色的风景,

① 根据时间跨度的区分,葛红兵将革命叙事分为两个阶段:20世纪初以解放、进步为话语中心的启蒙主义革命叙事和20世纪中期以国家、阶级为话语中心的无产阶级革命叙事。详见《身体政治》上海:三联书店2005年版。本文中“革命叙事”涉及的内容主要是第二阶段。

主人公穿戴时尚,略施粉黛,或持花伞、或戴丝巾,摆一个僵硬但甜美端庄的姿势(如图3)。这些封面形象受到当时众多女性的追捧,在直接影响她们审美观念的同时,还启发了她们的性别身份意识。这也是80年代“新启蒙叙事”对“革命叙事”的一个反拨。整体而言,自80年代后,女性期刊封面逐渐实现了由“女劳模”、“纺织女工”、“女插秧能手”、“三八红旗手”到“女明星”、“女艺人”的转型,洛文塔尔将这一现象表述为从给予型的“生产偶像”向索取型的“消费偶像”的过渡。^[10]而这一过渡昭示着从“革命叙事”到“消费叙事”的现代性嬗变。

三、“封面女郎”的“符号身体”和消费叙事

20世纪90年代,城市现代化的发展给女性期刊的集中涌现提供了物质基础,以“老三样”(《知音》、《女友》、《家庭》)和“新三样”(《瑞丽》、《ELLE世界时装之苑》、《时尚》)为代表,女性期刊作为消费社会中的审美景观表现出典型的消费文化特性。以《瑞丽》为例,笔者随机抽样了2003-2009年间共计40期的《瑞丽》封面,并对这40位封面人物的社会角色做了一个统计。其中影视明星出现21次,占到总比例的52.5%;模特8次,占到总比例的20%;歌星7次,占到总比例的17.5%;舞蹈家和主持人各2次,占到总比例的5%。从以上数据可以看出,无论是“新女性”的“政治身体”还是“女劳模”的“生产身体”都已经被消费叙事中“封面女郎”(cover girl)全面超越。作为一个颇具现代性意味的概念,“封面女郎”在消费文化背景下随着印刷业和服装业的发展而出现,其既充满赏心悦目、令人玩味的精致,又具有“只可远观而不可亵玩焉”的落寞。对大多数读者而言,可以与封面人物“盈盈一纸间,脉脉不得语”的双向凝视中完成了一段美艳的邂逅(如图5)。并且,那些“女人味”十足的“封面女郎”作为现代城市的肖像构建出一幅幅饶有意味的城市现代景观,并“营造出关于都市现代性的一整套想象”。^[11]

但是消费叙事的逻辑却并非这表象呈现出来的那么简单,其复杂性在于意义的多元性。消费叙事在一定程度上帮助女性复苏了主体性并打破了女性在之前“启蒙叙事”和“革命叙事”中僵化的身体形象和性别身份,但同时又将女性引入到另一个陷阱。具体而言,消费文化的商品拜物教特质决定“封面女郎”在展示身体的同时也建构和生产了欲望,而这些生产出来的欲望再由过度消费的方式来得以释放。所以,表面看来与“封面女郎”发生意义关联的词语是:性感诱惑、楚楚动人、妩媚娇嗔、健康快乐、幸福满足、高贵优雅等等不一而足,但实际上这些概念是典型的“不及物动词”,其终极所指与文化程度、学历知识、道德心灵等意义范畴无任何关联指涉。鲍德里亚将其称之为基于“编码规则要素和媒介技术传播的匮乏的‘符号身体’”。^[12]所以,“封面女郎”是电脑图形处理技术、摄影技术和化妆手段三者合力打造出来的极富技术含量的产品,其生产出超越于现实真实的审美感受,而这种乌托邦的感受成为对无数女性过度消费行为的鼓励、诱惑和奖赏。由此可以看出,“封面女郎”作为“身体工业”产生经济利润的有效契机,就是要构建出消费文化的

迷思(myth),从而引导那些仰慕者参与到具体的商品消费活动中去。

以2004年度《时尚》(共计24期)上“封面女郎”所营造的“化妆品神话”为例,“封面女郎”强烈的视觉冲击力和形式上的完美无缺表征的正是“化妆品神话”的乌托邦想象。“封面上模特或明星的照片……标志着完美的形象,皮肤表面平整而光滑,加之灯光效果更强调了化妆品之神奇,面容上的缺陷或瑕疵则根本不存在。”^[10]在这里,化妆品的精粹并不在于是自然精华的凝露,也不在于是集研磨、蒸馏、浓缩于一身的先进工艺,而是在于被赋予了一种提升女性自信的神奇力量。所以,几乎所有的女性都是需要化妆品来赐予自己光芒的,化妆品俨然成为女性青春的最佳守护神,是现代女性价值呈现的重要生产资料,而绝非是简单的生活资料。在消费语境中,封面对这种无内容、平面化身体的不断美化使得“封面女郎”成为脱离真实环境的“符号身体”,纵然是封面人物自己也能够觉察到真实个体和理想形象之间的明显差距,但是这种差距在消费叙事中是被有意忽略和遮蔽的,其目的就是强调乌托邦想象的真实性和真实性。另外,“封面女郎”的光彩照人映照出平凡女性普遍存在的身体缺憾,在“她”的善意提醒下,整容、针灸、瘦身、汗蒸、塑形等技术手段则帮助普通女性对这些缺憾进行修复和补偿,正如铺天盖地的整容广告“上帝欠你的,xx还给你”,这实际上更像是在“美”的霸权性要求中强化对身体的物质投入并完成了对身体的规训。所以“封面女郎”与其说是展示身体不如说是建构身体,这正如波伏娃的名言:“女人不是天生的,而是后天形成的。”^[13]由此,“封面女郎”作为消费叙事对“理想女性”的塑造和想象,其吊诡之处在于,不是“封面女郎”更加逼真地模仿现实中的女性,而是相反,现实中的女性以一种媚俗的姿态逼真地模仿“封面女郎”这一理想化、程式化的图像标本。这一图像标本作为“身体符号”的展示,既要指引“封面女郎”的“粉丝团”(fans group)加入到具体的消费中来,又要将这一过程全然淡化,使人深信不疑、浑然不知,而对女性歧视、性别不平等这些问题,则采取有意回避或全社会有组织的沉默态度。更有甚者,部分“封面女郎”不断激发女性疯狂的购物冲动以及自恋般的物质占有欲望,诱导女性如何按照男性的凝视来塑造着自己被观看的形象或去投合男性的想象。从这个层面上来说,“封面女郎”俨然已经成为女性冲破性别局限的束缚和羁绊。

结语

女性期刊封面作为社会内容的解释性透镜,它选择性地截取生活中的特定图像并成为解读主流话语的绝佳范本,无论是“新女性”、“女劳模”还是“封面女郎”都是大众传播媒介所塑造的“理想女性”形象,其意义在于建构女性身体形象的标准范式,引导群体参与“理想自我”的虚拟想象,同时,从更深层面为现代性生活方式的解读提供了具有历史意义的文本。所以,这些理想形象既体现出特定阶段社会性的内涵(从“女人”-“人”-“个人”这样一个曲折发掘的过程),也展示出特定阶段的时代精神。“新女性”作为启蒙运动中

的“政治身体”，表达的是女性走出阁楼、自食其力并参与公共社会生活的愿望，展现出自由平等的启蒙主义价值观；“女劳模”作为高亢的浪漫主义“生产偶像”，其展现的是艰苦奋斗、以苦为乐的理想主义价值观；而“封面女郎”作为张扬个性，注重享乐的“消费偶像”，彰显的是一种快感的、功利的消费文化价值观。由上述分析可以看出，封面人物之间迥然异趣的生活方式和审美观念既表征着社会职业和社会心理演进的规律，也清晰地呈现出现代性过程中文化价值观念的嬗变轨迹。

参考文献：

- [1]葛红兵. 启蒙叙事、革命叙事之后：“身体”的当下处境[J]. 当代文坛, 2005(3).
[2]梁令娴. 敬述吾家旧德为妇女杂志祝[J]. 妇女杂志, 1915(1).
[3]黄柳霜. 女性的权威[J]. 玲珑, 1931(11).
[4]许家惺. 最新女子修身教科书[M]. 上海: 上海群学社, 1936.

- [5]鲁迅. 南腔北调集[M]. 北京: 人民文学出版社, 1980.
[6]周作人. 谈虎集[M]. 石家庄: 河北教育出版社, 2002.
[7]葛红兵. 身体政治[M]. 上海: 三联书店, 2005.
[8]戴锦华. 涉渡之舟: 新时期中国女性写作与女性文化[M]. 北京大学出版社, 2007.
[9]毛泽东选集[M]. 北京: 人民出版社, 1991.
[10]周宪. 作为象征符号的“封面女郎”[J]. 艺术百家, 2006(3)
[11]李欧梵. 上海摩登[M]. 毛尖, 译. 北京大学出版社, 2001.
[12]让·波德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 译. 南京大学出版社, 2008.
[13]西蒙娜·德·波伏娃. 第二性[M]. 陶铁柱, 译. 中国书籍出版社, 1998.

责任编辑: 万莲姣

From “New Woman” to “Cover Girl”: To See Modernity Evolution by Female Journals Cover

HUANG Ji - gang

(Department of Chinese, Central China Normal University, Wuhan, Hubei 430079, China)

Abstract: Female journals cover as a medium of communication, select and shape the different woman image as social “ideal woman”. Specifically, the image of “new woman” in Enlightenment narrative stage, the image of “female model workers” in Revolutionary narrative stage and “cover girl” image in consumer narrative stage, the different lifestyles and aesthetic concepts in three periods reflect the variation of the occupation and mass psychology, also reflect the transformation of the values in the process of modernization.

Keywords: female journals; new woman; female model workers; cover girl

(上接第 124 面)

The Self - Fashioning of Marginalized Discourse

——An Interpretation of Evelina from the Perspective of New Historicism

LIAO Hui, WANG Jian - xiang

(1. English Teaching Department, Xiangtan University, Xiangtan, Hunan 411105;

2. Foreign Languages Institute, Xiangtan University, Xiangtan, Hunan 411105, China)

Abstract: Fanny Burney focuses on the predicament and paradox that women as the other in patriarchal culture are plunged into. Meanwhile, Burney reveals the social context that marginalized groups are confronted with and challenges the patriarchal system and dominating ideology. Finally, Burney tactfully expresses her desire of reconstructing female subjectivity by employing sensibility as women's cultural armament to deconstruct the dominating ideology.

Keywords: new historicism; Evelina; self - fashioning