

现代流行大观

——流行现象探奇

邓明东 贺冲 著



中南工业大学出版社

内容简介

现代流行大观

——流行现象探奇

邓明东 著
贺 冲

中南工业大学出版社

88.5183
PND

【湘】新登字 010 号

现代流行大观——流行现象探奇

邓明东 贺冲 著

责任编辑：文援朝

*

中南工业大学出版社出版发行

平江县印刷厂印装

湖南省新华书店经销

*

开本：787×1092 1/32 印张：5.75 字数：129千字

1994年3月第1版 1994年3月第1次印刷

印数：0001—5200

*

ISBN 7-81020-641-9/Z·019

定价：4.00元

内容简介

该书从美学、心理学、社会学、市场学的角度,对与人们的实现生活密切相关的各种流行现象作了系统的分析。它阐述了流行的概念,流行现象的特征和要素,流行的层次和种类,流行的过程、效应和规律,流行设计的原则和方法;流行采用的动机、原因和原则,流行采用者的类型,接纳流行的心理趋向,流行心理的异化及矫正,流行预测的基本方法,流行与消费,流行服装的魅力,流行与企业经营决策,流行与美等问题,初步建构了流行学的基本框架。该书文字生动优美,把学术性与通俗性有机结合起来,可读性强。

养
水
泉

序

当今社会，现代人生，各种热潮风涌而至，接踵而来。流行大潮，有时以迅雷不及掩耳之势向你扑来。令人眼花缭乱，手足无措；有时象虚无缥缈的缕缕迷雾姗姗来迟，令人渴慕不已，焦灼不安。你我他有如无根的浮萍，经常不由自主地卷入各种莫明其妙的潮流，陷进各种高深莫测的漩涡。

文学的寻根热、琼瑶热尚未冷却，通俗文学热又开始升温。影视界的流行大潮更是风起云涌，急剧变幻，武打片热，枪战片热，港台言情片热，美国西部片热，北京民俗白话剧热，一股股热象流星般涌现，继而消逝在银屏的舞台；理论界在《第三次浪潮》的冲击下，各种流派应运而生，走马灯式地登台表演，哲学界的萨特热、弗洛伊德热，传统文化热，命相占卜热，与经济界的特区热、经商热遥相呼应之后，有的归于令人害怕的寂静，有的时冷时热。伴随着迪斯科热、摇滚热更新交替，流行乐曲由“嘞嘞嘞”的节奏强旋律转为“黄土高坡”式的粗犷嗓音，继而又冒出个随心所欲、自我表现的卡拉OK狂潮，牛仔裤、健美衫纷纷由时装的行列让位于蒙特姣、情侣衫；绿装热、女着男装热，男蓄女发热风头正盛，健美热、美容热、自然纹身热又起；样板热的虔诚刺得一个个红卫兵的心里发痒，追星热的狂迷擦得一群群中小学生内心不安；60年代的青年一个个怀着崇敬的心情吟着“学习雷锋好榜样”，80年代的青年则毫不隐晦地狂吼“生活需要七色

阳光”，90年代的青年在马年伊始就在大叫“人生需要冒险”，纷纷下海做弄潮儿；80年代初期的大学生热衷于书本知识，蜚诸书斋，80年代中期有的大学生高喊“六十分万岁！”而将人生最美好的时光消磨在“修长城”、“开拖拉机”上，80年代末期有的大学生则津津乐道于“阴阳学”、“命相学”、“占卜学”；唐老鸭和米老鼠在电视屏幕上的精彩滑稽表演逗得一个个独生子女哈哈大笑之后，商店里的唐老鸭玩具顿时告罄，而米老鼠高粱饴也一反常态倍受孩子们的青睐，室内装饰热、选美热、保健热、公共关系热一浪高一浪，不一而足。这就是滚滚而来的流行大潮，就是我们熟悉而陌生的流行现象。

我们所处的时代是流行的时代，我们所处的环境无时无刻不受流行大潮的拍击。流行不仅是当今社会的大趋势，而且是现代人生的主旋律，它所反映的、昭示的不仅仅是封闭保守、单调枯燥的生活方式一去不复返了，而且是一种开放的、变幻的、充满活力的崭新的现代生活方式的降生。随着历史的车轮跨入20世纪90年代，人类早已进入现代气息浓烈的文明时代，流行作为一个古老而又崭新的领域，也日益以其倔强的生命力向世人昭示她的存在。从原始人的崇尚纹身、树叶兽皮装饰到现代社会各种各样的热潮，流行已日益渗透于人们生活的各个角落。

在流行大潮里，你溺过水吗？你被淘汰过吗？你想知道流行的奥秘、驾驭流行大潮吗？你想做急流勇进的弄潮儿吗？笔者在各种流行大潮的波谷浪尖广事搜集，并经大脑的优化组合、凝炼之后，谨向读者推出颇具现代风采的《现代流行大观》一书，它将以独辟的蹊径，指点你通过流行大潮走向辉煌瑰丽的海底迷宫，并伴你走向五彩缤纷的人生彼岸。

(90) 向新观念的转换
 (101) 五科及升表制取必行

目 录

(111) 既融而思
 (111) 既融而思
 (811) 既融而思

序 (1)

一、牛仔装何以风靡全球 (1)
 ——什么叫流行 (1)

二、迷你裙为什么迷你 (7)
 ——流行现象的特征 (7)

三、一根琴弦弹不出协奏的和音 (16)
 ——流行现象的要素 (16)

四、从“方寸世界”、“算命王国”到麻将风云” (28)
 ——流行的层次和种类 (28)

五、洋货冲击波是怎样形成的 (39)
 ——流行的过程 (39)

六、流行与模仿 (46)
 ——流行的效应 (46)

七、诱人的交响曲 (64)
 ——流行的规律 (64)

八、圣·洛朗何以能成功 (74)
 ——流行的设计 (74)

九、永恒的主题 (81)
 ——流行的采用 (81)

十、“西北风”刮临台湾歌坛

——接纳流行的心理趋向..... (99)

十一、凡勃伦效应

——流行心理的异化及矫正..... (107)

十二、敏感的触觉

——流行的预测..... (112)

十三、时尚消费

——流行与消费..... (118)

十四、五彩缤纷的世界

——流行服装..... (135)

十五、企业如何领导新潮流

——流行与企业经营决策..... (148)

十六、美的透视

——流行与美..... (162)

后记..... (174)

录 目

“云从足下生”“国王命算”“祝世十式”从四
 (33) 美林味太氣清計系——
 (38) 曲如引并感景如击新贵料,五
 (41) 曲如引并感景如击新贵料,五
 (44) 曲如引并感景如击新贵料,五
 (47) 曲如引并感景如击新贵料,五
 (18) 曲如引并感景如击新贵料,五

一、牛仔装何以风靡全球 ——什么叫流行？

蓝色的牛仔装是20世纪青年服饰文化的主旋律。不仅如此，在当今世界的大街小巷里，密密麻麻的男腿女腿、肥腿瘦腿、黑腿白腿上，放眼都是昔日不登大雅之堂的牛仔装的用武之地，并随着时代的推移，牛仔裤也不断以各种崭新的姿态出现在世人面前，赢得一代又一代人的青睐，成为称霸世界、风靡全球的时装。好个牛仔装，它不仅征服了小伙子、大姑娘，而且征服了中年男士、半老徐娘；甚至也征服了领导时装新潮的红歌星、大明星，这些最讲究穿戴的时代宠儿也一个个套着它招摇过市。

牛仔装何以称霸世界、风靡全球？冥冥之中，一股什么样的魔力使当今世界的人们发疯似地争穿牛仔裤？沿着牛仔裤从诞生而兴盛的脉络，我们会惊奇地发现，是“流行”这个魔女在疯狂地为牛仔裤的普及做着鬼不知、神不觉的怂恿和推动！

1848年，美国加利福尼亚州发现了金矿，这消息对世界各地做梦也想发财的冒险家，不啻是一个具有强磁性诱惑力的福音，一剂强刺激的兴奋剂。一时间，世界各地的冒险家，纷纷涌向美国西部，涌向美国西部的加利福尼亚州，掀起了历史上最引人注目的“淘金热”。在“淘金热”的喧嚣声中，一个德国犹太青年利拜·斯特劳斯也慕名而来，他从德国的西柏林匆匆地赶到美国的圣弗朗西斯科。但他是所有“淘金仔”中唯一一个不是为淘金而来的。而是来向淘金的“冒险家们”推销自己的衣服和纺织品

的。他是这个美国西部城镇的第一个商人。来到美国，他发现那些梦想一镐千金的淘金者们最感头痛的是“裤子不结实，一条裤子穿不了几天就磨破了。利拜觉得发财的机会来啦！他以帐篷用的帆布为原料，设计制作结实耐磨的裤子——牛仔裤。这种裤子一经问世，顿时受到淘金者们的欢迎，成了众口皆碑的畅销货。从此利拜公司专门生产经磨耐用的牛仔裤，并引进了牛仔裤生产流水线。

牛仔裤的经营曾因本世纪 20 年代末期出现的经济大恐慌而一度萧条。但到 1933 年以后，随着经济的复苏，牛仔裤也跟着冲出加利福尼亚，而普及到整个美国西部和中西部的农村。这时美国好莱坞拍摄的影片，也多以穿着粗糙、潇洒、神气十足的牛仔裤的牛仔们为主题，替牛仔裤做着无偿的广告宣传，电影明星们不仅将牛裤作为工作服来穿戴，而且作为一种时髦的服装样式而竞相模仿。第二次世界大战期间，牛仔裤作为美军的军用服装在全球撒下了“繁殖”的种子。50 年代，随着美国文化向世界的渗透，牛仔裤也朝着世界范围高速发展。特别是 1964 年在加利福尼亚大学巴克莱校举行的反对侵略越南战争的大集会上，几乎所有的年轻人不论男女都穿着牛仔裤。在纽约郊外的伍德斯托克举行的摇摆舞大会上，约有 50 万男女青年都穿着牛仔装。

从此，牛仔装作为一种流行时装在人们生活中获得日益稳固的地位，至今仍魅力不衰，而且风头日盛，并形成了非常可观的牛仔装家族而称霸世界。牛仔装从它诞生到传播、普及、兴盛以至在时装行列独占鳌头的过程就是一种流行过程。象这种穿牛仔装最初是凤毛麟角的个别现象到风靡全球的普及现象，就是流行起作用的结果。

流行也称“时髦”或“时尚”。某种现象一旦流行，人们往往以

追赶、适应、采用这种现象为“时髦”或“时尚”。“流行”一词在现实生活中运用很广泛，如“流行色”、“流行式”、“流行时装”、“流行发型”、“流行歌曲”、“流行舞蹈”、“流行文学”等，这里所讲的流行就是普及的、时髦的、时尚的、符合时代潮流的意思。英文中“fashion”一词就是指流行式，意思是指人们崇尚的服饰方式、生活方式或娱乐方式等。“fashionable”是指流行的、时髦的、时尚的。

我们这里所讲的“流行”与上面所讲的“流行”概念有相似之处，但也有本质的区别。我们讲的“流行”是把它作为一个社会学范畴来界定的。作为一个社会学范畴，它是指某种事物由于被人们采用而得以推广、生根以至消亡的过程。它既是一种社会现象，也是一个社会互动过程，是社会心理的一致趋向过程和社会观点、社会文化的变迁过程。象牛仔装的流行，它也是经过由个别到普及的过程，在牛仔装的普及过程中，人们对牛仔装的喜爱程度和式样要求也经常发生变化，先是少数人欣赏并率先采用牛仔装，在少数人的影响下，社会多数人都对穿牛仔装感到新奇，感到美，并随之在行为上出现模仿，甚至竞相攀比，以穿牛仔装为时髦、为荣耀。后来欣赏和穿戴牛仔裤的人越来越多，形成了一股“牛仔装热”，于是乎，牛仔装迅速在世界各地、各色人种中普及和流行起来。可见，流行作为一种社会现象，它不仅伴随着社会文化的变迁，而且伴随着社会心理的运动。我们研究流行现象，就是为了透过多种表层的热潮，去揭示流行的一般规律，揭示流行现象与其他各种社会现象的内在联系和本质区别，把握流行的脉搏，并寻找适应流行大潮的最佳方式和途径。

流行既是一种古老的现象，又是一个常新的话题。随着时代的变迁，流行越来越以全新的姿态出现在人们面前，现代的流行潮流往往有以下几种发展趋：

1. 阵热化趋势

旧的流行现象尚未普及，新流行大潮就接踵而来；东南风余波未尽，西北风风头已盛；健美热刚刚流行，时装表演热又开始风靡，青年文化圈的摇滚热、卡拉OK热、桌球热、追星热，老年文化圈的太极热、中老年迪斯科热、气功热、秧歌舞热，伴和着商品经济大潮中的开发热、股票热、房地产热、期货热，似一阵阵狂风席卷中国大地。

2. 多样化趋势

随着时代的发展，流行现象也日益朝着多样化的趋势发展。流行已不再仅仅局限于时装，发型，歌曲的流行，而且人们的嗜好、生活方式，甚至走路的方式，家用电器的使用等也都以流行的方式出现。

有人编写了《现在什么最流行》这首歌，形象生动地说明了流行的多样化趋势：

现在什么最流行？

什么最流行？

你要我说我也说不清。

流行石磨兰的牛仔褲，流行柠檬黄的超短裙，流行新衣服打“补丁”，流行军大衣裹着大围巾。

流行本地的热炸糕，流行洋味儿的冰点心，流行臭豆腐抹“热狗”，流行天津味儿的煎饼就果珍。

流行皇冠牌的“大豪华”，流行明星牌的“小五零”，流行全自动的洗衣机，流行电冰箱“美菱——阿里斯顿”。

流行《苏三起解》加吉他，流行《黄土高坡》加摇滚，秧歌改成了“迪斯科”，如今是霹雳舞满台立大顶。

流行《少年犯》《悔恨的泪》，流行费翔《故乡的云》，过去的歌曲人们都忘记，如今又出现了我们这些新歌星。

流行电脑算“八字”，流行麻将赌输赢，流行假烟、假“茅台”，流行假气功治天下病。

流行办事走后门，流行花钱托人情，四条“阿诗玛”，两瓶“五粮液”，事成以后，还得上餐厅。

流行人人做买卖，流行家家搞“流通”，你卖给我，我卖给你，早晚把市场上的东西都卖空。

流行做官的当倒爷，有权就是有资本，调拨的物资归他管，他批条，你回扣，赚钱对半分。

一年一个新花样，去年的花样今年不时兴，今年的花样又要被淘汰，明年的花样还要再翻新。

3. 全方位化趋势

流行的发起不再是人们对明星或名流的模仿，流行的采用也不再属于一般市民的专利权。随着社会的飞速发展，流行从各个方位渗透到各个阶层、各个色种人们生活的各个侧面。从现代服装到室内装饰，从吃的、玩的、乐的到骑的、拿的、用的，从个人的时尚消费到企业的追逐行为，从明星的典型示范到骗子的假冒诱惑，无不打着时髦的烙印，贴着新潮的标签流行的触角无所不及，流行的锋芒无孔不入。服饰领域的流行，榜中新秀辈出，饮食摊里的时髦味层出不穷，闲暇文化的夜消费，流通中的信用卡，通讯中的BB机、大哥大，企业行为中的公关热、礼仪热，市场经济中的股票热、期货热，行行业业、方方面面都有流行的魔女在起舞。流行以全方位的态势向我们涌来，日益频繁地影响我们的爱好、婚姻、家庭，影响我们的兴趣、气质、个性。

4. 时狂趋势

随着经济的发展，人们更有了选择生活方式的自由，更有了表现自己存在价值的承受能力。因此，现代的流行现象往往以猛烈的势头出现，引起一个又一个时狂现象。当流行大潮到来时，

二、迷你裙为什么迷你

——流行现象的特征

在 1965 年，英国青年女设计师玛丽·古温特大胆设计了第一件超短裙——“迷你裙”，并亲自试穿。这一行动如同比基尼泳装的出现，轰动了整个时装界。迷你裙因为能充分表现女性的曲线美，展示现代女性的风采和青春活力，很快迷住了许多少女并风行于世。1968 年夏季，迷你裙的风行更是达到了高潮，不仅英吉利海滨的黄昏，放眼都是身着迷你裙的金发女郎，而且美国西部的农家妇女，也以争穿迷你裙为荣，即使在中国大多数少女当时尽管还沉迷于轰轰烈烈的红卫兵大串联，一个个在正式场合以争穿草绿军装为荣，但一些比较敏感的姑娘，也情不自禁地在不十分引人注目的傍晚，穿起了舒心悦意的迷你裙。一时间，迷你裙畅销世界各地，受姑娘们的青睐，琳琅满目的各色迷你裙下，展现出了不同风格少女的神韵，曾令多少小伙子顿足瞩目，曾令多少汽车司机兴奋走神。古温特自豪地把自己设计的迷你裙称之为“伦敦外观”，而且宣称现在是“伦敦外观”女装的历史。60 年代后，它遍及了全世界的天涯海角，英国妇女界也把迷你裙的流行视为英国妇女的骄傲，并宣称：“迷你裙将迷你 20 年！”但实践证明，任何一种现象的流行都不可避免地会被时代的风浪所淘汰。迷你裙也不例外，正如人们象得偏嗜症似地突然争穿迷你裙从而使之风行一样，时过不久，外国女郎就对迷你裙感到厌倦。1976 年，超短裙——迷你裙迅即丧失自己的市场，急剧

地从时装界消失，而为一种崭新的长到膝盖的中外衣所代替。难怪古今中外的文人墨客会发出“大江东去，浪淘尽，千古风流人物”的感慨！任何一种流行现象在流行的大潮中，也不过是一簇小小的浪花，在流行的交响曲中，只不过是一个美妙的音符。

迷你裙为什么会迷你，而现在为什么不再迷你呢？透过“迷你裙”兴衰的历史，我们可以看到流行现象的几个特点：

1. 新奇性

这是流行现象的一个基本而首要的特点。任何一种现象只有新奇才会使人耳目一新，才会引人注目，才会吸引人们，并为人们所接受采用，从而流行起来，风行于世。玛丽·古温特第一个穿着自己设计的迷你裙在大街上招摇过市的时候，大多数英国姑娘还停留在穿拖地长裙和戴面纱的美梦里。古温特身着超短裙，充分展示其女性大腿的白晰和神韵，以推销自己的迷你裙，谁能否定，这不是因其新奇，别出一格，独出心裁而为姑娘们所艳羨、模仿呢？也只有新奇的东西，稀有的现象才能广为人们所采用。

根据心理学的观点，凡是新异的刺激较易引起人们的注意。相反，那些司空见惯或习以为常的东西则往往为人们所忽视，甚至出现熟视无睹的现象。流行作为一种社会现象，它要广泛地被人们所接受，从而普及社会各界，首先也必须具备新奇的特点。只有新奇，才能引起大多数人的注意，才能使大多数人对之作出反应。如果大多数人对某种新奇的社会现象的反应是良性的，印象是良好的，这种现象就可能为人们所接受，从而流行起来；如果大多数人对某种新奇的社会现象的反应是恶性的，印象不好，这种现象就会为世人所唾弃，遭人非议而象流星般迅即殒落。由此可见，流行的东西必须是新奇的，但新奇的东西不一定能流行，新奇性是流行现象的首要的、基本的特点。

2. 冲动性(或称情绪感染性)

人们对某种流行现象的采用往往不是基于某种社会效用或实际用途,而是基于对这种现象的盲从或群体气氛的感染。一旦某种现象流行起来,它的推广和普及就可能带上非理性的色彩,而不受个人理智或意志的控制和约束。也就是说,流行现象中的个人或社会普遍受到某种群体情绪感染,及至产生盲从心理,不受理性、理智或意志的约束、指导或引导,没有任何社会目的、社会动机,也不被某一特殊团体作社会政治宣传所利用,它并不是对社会有效事物的普及,而是非理性的产物,甚至还会产生使社会权力统治惶恐的时狂现象。如当迷你裙流行时,英国国会下议院曾就穿迷你裙展开了激烈的辩论,保守者和寻求社会稳定者对“迷你裙”大加责贬,甚至视为异端,立法禁止穿迷你裙,因为穿迷你裙的性感女郎会使汽车司机走神,致使交通事故增加。尽管如此,但迷你裙的流行仍然冲出了国界而风行于世。又如魏晋南北朝时期,道教的盛行。《抱朴子·内篇》里用很多篇幅从不同角度反复论述服药求仙必成、仙人必有的观念,他以历代神仙故事以及仙经所记载的说法为依据,夸大药物和道术的作用,认为仙丹药能够令人长生不死,道术能使人升天,得道成仙后,“饮则玉醴金浆,食则翠芝朱英,居则瑶堂瑰宝,行则逍遥太清。”^①正是由于人们对于这种美妙虚幻世界的幻想,对不平等、不自由的现实社会的恐惧,才形成了这个时期炼丹服药,追求长生不老,幻想羽化成仙的社会风气,道教才得畅行。可见流行是不依赖于社会效益的,而是基于群体气氛的感染而产生的非理性的冲动。

3. 表层性(或称非本质性)

它一方面是由流行所适用的领域所决定的,另一方面也是

^① 《抱朴子·内篇》。