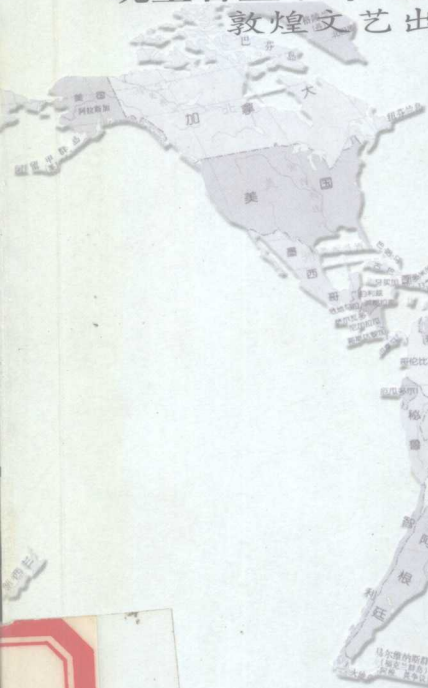


20世纪

眺望者丛书 / 蓝克林
敦煌文艺出版社

谁创造了我们的时尚



20
世纪

眺望者丛书 / 蓝克林
敦煌文艺出版社

策划 / 刘兰生
主编 / 包亚明 林少雄

谁
创
造
了
我
们
的
时
尚

G112
L4

三
四
五

图书在版编目 (C I P) 数据

20 世纪谁创造了我们的时尚/蓝克林著. —兰州: 敦煌文艺出版社, 2000
(眺望者丛书)
ISBN 7-80587-548-0

I. 2... II. 蓝... III. 群众文化: 现代文化-研究-世界 IV. G112

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 39705 号

眺望者丛书

书 名 20 世纪 谁创造了我们的时尚

作 者	蓝克林
责任编辑	刘兰生
装帧设计	刘惠星
责任校对	曹小强
出 版	敦煌文艺出版社(730000 兰州市滨河东路 296 号)
发 行	甘肃人民出版社发行部发行(730030 兰州市第一新村 123 号) 各地新华书店经销
印 刷	甘肃地质印刷厂
开 本	850×1168 毫米 1/32
印 张	5.5 插 页 2
字 数	130 千字
版 次	2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷
印 数	1—2,200
书 号	ISBN 7-80587-548-0/C·3
定 价	8.50 元

(敦煌文艺版图书若有破损、缺页可直接与印刷厂联系更换)

版权所有·翻印必究

序

20世纪是当代绝大多数人诞生和成长的时代。

20世纪是我们每一个人正在亲身经历的时代。

20世纪是即将挥手作别我们远去的时代。

20世纪人类经历了两次大的战争与无数次地区、种族战争的毁灭，尸横遍野，血流成河；20世纪又是人类有史以来自身繁衍最快的时代，人口爆炸，能源危机。

20世纪人类跨出了自身赖以生存的这颗蓝色星球的大气层，踩在了月球的面面；20世纪人类却为空前的疾病与精神折磨，迈不出心灵的牢笼。

20世纪科技的发展为人类带来了无数的福音，20世纪人类发明的武器却可以将人类栖息之地毁灭数百次。

.....

20世纪人类经历了无数的浩劫，也出现了空前的繁荣；经历了无数的苦难，也演绎着不尽的温情。

“眺望者”丛书，顾名思义，即站在一个较高的视点，对20世纪人类的生存与境遇、思想与观念、文化与艺术、科学与技术、风习与时尚等进行全面的“盘点”，以期对21世纪人类文明的发展与进步提供借鉴。这套丛书最初的编辑思想，主要有以下几点：

一是史论结合。20世纪是一个刚刚过去的时代，无论从历

20世纪，谁创造了我们的时尚

史还是文化的角度看，它同既往的任何一个世纪一样，都是以一系列具体的事件或现象为其外在表征，因此对 20 世纪的描述与把握，就要求我们必须站在历史的高度、通过历史的视角、按照历史的线索、透过历史的现象去进行宏观把握；另一方面，这套丛书又不是历史教科书，因此与普通历史学关注历史事件的过程、总结历史的经验和探讨历史的规律不同，它又不仅仅侧重于具体现象或事件，而是对其进行论述。因为就“历史”而言，它一般包含了两个层面的含义：其一，真正发生的事件（Geschichte），即我们通常所言的“历史”；其二，对这些事件的报道和描述（Historie），即我们通常所言的“历史叙述”。作为当下社会生活中的人，我们对于已经过去的事情，本质上无法还原，因此我们只能以“历史叙述者”的身份出现，对已经发生的事件进行主观上的“还原”，因此这种描述将不可避免地会受制于个人的视角、境遇、对事件的熟悉程度乃至对事件的把握能力。因此就书中的内容而言，时间的过程与其说是一条发展线索，毋宁说是事件的逻辑因果关系，是我们纵览人类文明创造的背景，而我们力图所表达的，则是我们对事件描述的视角、态度及观念。

二是个人体验。对于 20 世纪所发生的一切事件和所存在的一切现象，不同地域、不同种族、不同政体、不同信仰的人们相信一定会有不同的感受与体悟。在书中，我们无意强调或凸显任何一种形态或意识，我们只是想个体日渐衰微、个性日益模糊的时代，特别地提出彰显个体的存在、张扬个性的地位和表达个人的感受；另一方面，这套丛书的每一位作者，基本上都是 20 世纪人类文化的“在场者”和“见证人”，因此对于这一阶段的事件与现象的描述，总是力图淡化地域拘囿、超越种族隔阂、弱化意识形态、忽略个人信仰，将历史还原为个人的生活阅历与生命体验。

三是民间视角。一方面，这套丛书的策划、选题与写作，既没有受命于某个组织或团体，也不是出于其他的动机；另一方面，这套书也不是正统的科学研究的成果表述，而是对20世纪既往的过程与事件，通过个人的契合、民间的组织、平民的视角来观察、感受与描述，而尽量不带有倾向鲜明的价值判断。

四是文化评述。对于人类文明史上既往的事件或现象，由于描述者的出发点与目的的不同，可以有政治的、经济的、宗教的、伦理的、实用的等视角和观点。本丛书的立足点，则是文化述评。所谓文化述评，一是将20世纪人类历史上发生的一切事件或现象，首先都作为文化现象来看待；二是运用文化学、人类学的观点对其进行分析和论述；三是作者都是作为青年学者的文化人，因此对书中所涉及到的内容，基本上都是运用一些学术话语在学术范围内进行探讨。

这套丛书共有五册，力图分别从不同的侧面对20世纪的一系列重要现象、问题或事件进行梳理与述评。20世纪是人类生存充满希望而又危机四伏的时代，政治体制的多元与单一、经济状态的危机与勃兴、文化格局的建构与解构、科学技术的飞进与运用、人与自然的对抗与对话，以及犯罪形式的花样翻新、家庭功能的日益多元、商业消费的……所有这一切，都极大地改变着人类的生存状态，同时又严重地威胁着人类的生存空间，出于对这一现状的积极思考，便形成了李安东博士的《20世纪，谁改变了我们的生存》一书。在“生存”的主题下，该书内容涉及到了20世纪人类的经济、政治、战争与和平、人与自然、社会与家庭、商业与消费、科技与文化、以及社会犯罪诸方面。作者视阈开阔、举重若轻地对这些影响和改变了人类生存方式的具有历史意义的方面与事件，进行深入的思考与精炼的评述，而渗透其中的，则是当代一个人文学者对人类生存状态的热切关注与对人类生存危机的深深忧虑。

从一定意义上来说，20世纪是一个思想的时代，这主要以思想家的层出不穷和思想观念的庞大繁盛为其外在表征，从弗洛伊德对人类潜意识的发掘，到海德格尔对人类存在本质的追问；从爱因斯坦对时空关系的探讨，到霍金对宇宙成因的探究；从维特根斯坦对语言的痴迷，到巴特从文本中寻求到欢乐；从为资本主义繁荣进行精心设计的凯恩斯，到对货币作用与功能有着清醒认识的弗里德曼；从苦苦寻找自己房间的伍尔夫，到发誓让女人走出厨房和卧室的弗里丹；从体认与疏离第二性的波伏娃，到高擎女性主义旗帜的巴特勒；从对人类既往文化进行深情关注的列维-斯特劳斯，到对当下文化资本价值欣然发现的布尔迪厄；从图灵人工智能思想先驱地位的确立，到麦克卢汉“地球村”精神导师身份的认可……正因为有这样众多的思想者与多元的思想，于是便有了何佩群女士的《20世纪，谁在指导我们的思想》。也正是因为有了这样丰富复杂的内容，同时也为作者视阈的选择与立论的展开带来了极大的难度。该书力图在梳理人物思想形成、发展的历时性脉络时，同时注重其思想影响的共时性意义，因而可以看作是一种新的尝试。

20世纪也是人类在科学技术领域不断开辟新纪元的时代。从对宇观世界放眼观瞻，到对微观世界的凝目审视；从可以在地球上畅行无阻，到第一步踏上月球表面；从抗生素的不断被发现而使得人类生命不断延长，到核武器的发明而使人类时时面临被毁灭的威胁；从“试管婴儿”开始的人类在身体之外的不断被孕育，到“克隆”技术产生后生命的开始被制造；从控制人口的人类生产计划的制订，到“伟哥”发明后人类性爱至上的快乐原则的确立……所有这一切，都依赖于当代科学技术的发展与运用。甚至在今天，人们的衣食住行等日常生活，也日益变成了“科技生活”，对这一人类特有文化现象的思考，就形成了韩王荣先生、龚静女士的《20世纪，谁教会了我们行走》。该书不

仅在于对 20 世纪人类科学技术发展的路线进行勾勒,而是从宏观、宏观到微观的思路对其进行梳理,并且充分地考虑到了读者的接受面与阅读兴趣,力图做到由浅入深、深入浅出,实属不易。

如果说有一种人类的文化行为贯穿 20 世纪始终,那么毫无疑问是被称之为“时尚”的东西。“时尚”犹如自然界的风一样,在人们现实生活中是一种来无影去无踪而每一个社会成员又能切身感受到的事物,因此也称之为“流行”,这说明了其具体形态维持时间的短暂;然而一次次的时尚潮汐,又成为了人类社会所特有的连续不断的文化现象,在充分表现人生的美丽与人性的无奈的同时,也构成了贯穿人类社会始终的文化行为。特别是对于 20 世纪而言,简直就是“一个被时尚和流行所充斥的时代”(作者语),对于这一时代特征进行思考的独特视角的选择与新颖成果的表述,构成了蓝克林博士的《20 世纪,谁创造了我们的时尚》的核心内容。作者紧扣题目,从时装与时尚开始,举凡时尚与消费、广告、权势、语言、身体、性等内容,并专列出“时尚在中国”一章,对时尚的文化特性及其本质进行了多元思考,因为在作者看来,“捡拾起‘时尚’与‘流行’的碎片,我们差不多就能轻易地拼接和复原出一部生动、感性而又丰富多彩的 20 世纪的历史画卷和人类的生活图景”。作者观察敏锐、思路清晰、感悟良多、新见迭出,值得一读。就本人陋见,这部书也是第一部从时尚的角度对 20 世纪人类文化进行理论思考的专著。

作为 20 世纪文化发展的独特表征,与时尚密切相关的,则是人类视听享受形式上的极度多样与内涵上的不断拓宽。视听方面除了延续上一个世纪既有的视听形式,而在这一个世纪形式上不断出新、内涵上大放异彩、意蕴上更加丰富的绘画、音乐、建筑、印刷、广播、广告等之外,20 世纪也出现了诸如电影、电视、卡拉 OK、VCD(DVD)、INTERNET、MP3 等全新的视听娱乐形式,这在极大地拓展人们的视觉与听觉享受的同时,也在不断

地改变着人们的观念、思维和意识。对这一转型轨迹的把握与现象的描述，形成了龚静女士的《20世纪，谁左右了我们的视听》。

作为一套丛书，其整体的编辑思路如上所述。而作为每一位作者的个性化写作，书中的内容与表述风格又有着不尽相同之处，这主要是为了保持作者的个性与风格，充分发挥其能动性。就内容而言，一方面有一些话题同时有几位作者都或多或少不同程度地涉及到了，如一些思想家，一些政治事件，人与自然的关
系，以及一些新的发现与创造等，然而由于作者思考问题的角度不同、知识背景的不同、表述风格的差异，以及这些内容在书中所处地位的不同，因此不但不使人感到重复，反而说明了这些内容的重要性，同时也为我们提供了对于同一事物的多元文化视
阔。另一方面，有一些十分重要的内容书中却没有提到，如被称之为生命“登月计划”的人类基因排序工程就没有进入我们的视
阔，这也许源于作者的当代性处境影响到了对其关注与评价，然而从另一个方面恰好表明了这套丛书的时代烙印。当然，由于20世纪人类社会文化发展的纷繁多样与书中篇幅的限制，相当一部分内容侧重了对事件的叙述，从而在一定程度上影响到了对事件的评论。总之，对于一套集体合作的项目，尽管丛书的策划、主编和作者进行了很大的努力，但全书内容、形式、风格上一定会有许多不足之处，还望读者多提出宝贵意见。

我们坚信，20世纪是人类文明与文化的集大成者！20世纪也必将是人类文明全新境界的庄重序幕！因此该丛书如能成为20世纪人类文化研究的引玉之作，于愿足矣！

林少雄

2000年5月于西北师范大学

前言

当你津津有味地观看《拯救大兵雷恩》或《美国丽人》等好莱坞大片时，你实际上在潜移默化中接受着西方资产阶级的文化灌输和意识形态熏陶。这样的说法搁在当前，或许会被当作是极左或保守的老派人士的偏见。然而，当资产阶级文化阵营里的人本身也同样如此笔走偏锋地批判起自己的文化时，问题肯定要复杂得多。

20 世纪全球文化尤其是西方文化发展一个不可避免的事实就是，具有鲜明美国特色的文化产品在精英文化与通俗文化之间寻找到沟通和融合的空间，从而以“大众文化”的名义铺天盖地地波及到世界的各个角落：尽管 1983 年的法国文化部长杰克·朗曾经宣称《豪门恩怨》是“美国文化帝国主义的象征”，但这却阻止不了阿尔及利亚的游牧民族在炎热的沙漠里悠然地收看着这部冗长的肥皂剧；每年奥斯卡奖颁奖之时，不仅出现了大量的美国影迷翘首等待颁奖典礼的盛况，而且整个全球似乎都在关注着奥斯卡，据说在第 71 届奥斯卡奖颁奖时，非洲某个贫困的城市竟也在广场上支起电视，万人空巷地观看格温妮斯·帕特罗的出场；而即使是在喜马拉雅山区最偏僻的小村庄里，我们也经常可以看到当地人穿着印有电影明星史泰隆头像的 T 恤衫。

大众文化产品在 20 世纪尤其是它的后半叶日长夜大不断蔓延，成为一个能够带来巨大经济效益和商业利润的产业，这样的

20 世纪，谁创造了我们的时尚

事实足以刺激和推动具有独立品格的大众文化批判理论的生成与发展。在此，稍稍扯开来谈一谈“批判”可能是必要的，因为在“与天斗与地斗与人斗”的社会文化氛围中浸泡长久，往往使人感觉“批判”就是棍棒和大字报，从而使我们自觉不自觉地更倾向于用“批评”一词取而代之。而实际上，作为一种强势话语的西方大众文化对我们本土文化的自主性打击极大摧毁甚巨，对这样的大众文化产品抱有成见作出批判，不正是知识分子文化自觉意识的体现吗？

现代欧洲知识阶层的不同批判态度，也许能够为我们的文化批判活动提供一定的理论资源。在现代欧洲，两个不同的读书阶层——即所谓的“知识阶层”（doctes）和所谓的“文化名流阶层”（mondains）——之间的远近亲疏，也决定了他们不同的文化批判态度，从而最终在很大程度上决定了西方文化发展过程中大多数的思想流派、文化景观之样式的不同；法国著名社会学家皮埃尔·布丢（Pierre Boudier）就认为，从17世纪以降，法国的“知识阶层”和“文化名流阶层”即和和和气气抱成一团，因而才促成了以法语、礼仪、风格、品位见长的“具有正当性的文化”，而在德国，这两个阶层则始终处于敌对状态，“知识阶层”似乎天然地以批判资产阶级文化为己任。这种基本的高合关系最终导致德法两个读书阶层对大众文化的批判态度不尽相同，比如，法兰克福学派对所谓“文化产业”的批判总是显得义愤填膺和不遗余力，而罗兰·巴尔特的大众文化批判却是那样的趣味横生和“玩”味十足。

应当说，以法兰克福学派和巴尔特分别为代表的西方大众文化批判理论，对我们本土的理论工作者和文化批评家们产生了十分重要的影响，尤其是巴尔特影响更甚——这位脚踩结构主义与解构主义两大阵营的大师在其《神话——大众文化诠释》一书中写道：“我站在那儿，面对大海，当然，大海本身并不负载任何讯息，沙滩上呢，却存在着那么多符号学材料！旗帜、标语、广

广告牌、衣服，甚至日晒赤褐的皮肤，对我来说都是讯息。”脱衣舞、葡萄酒、牛奶、肥皂粉、玩具甚至占星术都能够进入巴尔特的分析视野，成为其大众文化批判的文本对象，这种自由的理论活动着实极大地鼓舞了我们本土的职业批评家纷纷起而仿效。

在世界的东方，我们的社会形态中是否出现了所谓“大众文化”样式？诸如此类的问题现在再来争论显然已经不合时宜了，这是因为，“可口可乐”、“万宝路”和“飘柔”之类的跨国公司产品在我们内地偏远的任何一家小卖部里几乎都能够随处可见，这样的事实足以表明我们的社会形态某种程度上已经跨越了“卡夫丁峡谷”，同时也就为大众文化产品的流动性和穿透力作了最好的佐证。面对如此情形，本土知识分子倘若仍然保持以往对“大众文化”毫无兴趣不屑一顾甚至充满敌意的那张面孔，即使算不上是文化作秀，起码在生动变化了的社会现实面前也是显得过于严肃了。

知识分子们是到了有必要从埋头研究中抬起头来了解一下商业规律的时候了。换言之，我们确实需要一种“大众文化批判”，在日益纳入全球化进程的当今中国社会，大众文化批判活动尤其显得必需和紧迫。正是出于这样一种愿望，我才不再迟疑地加入到“眺望者丛书”的写作者行列，尝试对20世纪的“时尚”说三道四。因为就对“时尚”的理论兴趣远远大于实践热情的笔者而言，把“时尚”分析置于大众文化批判理论的框架和视野之下，显然可以反过来弥补本人在日常生活中与各种各样的“时尚”样式（比如名牌）有所隔膜因而“不领市面”的不足。这是笔者接受本书写作的最主要理由之一，同时也是本书从一开始构架就表现出来的一种努力。另外的原因就是，“时尚”与“大众文化”以及大众文化批判理论似乎天然地有着某种内在关联，没有什么对象能够像内涵模糊外延又宽广无边的“时尚”那样成为大众文化批判理论的极好投射目标了。

事实上，考察 20 世纪“大众文化”的生成与发展历史，我们不难发现，随着社会政治经济文化的向前推进，“大众文化”的产品和成果日益以“时尚”的样式表现出来，两者相互间不断走向融合与同一。包括商业电影、畅销小说、流行歌曲、产品广告、时装表演、商业化体育比赛在内的大众文化产品，在逐渐摆脱纯粹的文化意味和文化形式、沦为与工业生产须臾不可分离的经济活动、从而获得文化和经济的双重品格的过程中，逐渐被涂上了“时尚”的色彩。时至今日，诸多大众文化产品和成果甚至不得不借助“时尚”的面貌来表现自身，以求在大众之中能够得到更好地理解、接受和撒播。可以说，如果抽掉了“时尚”的种种样式，实际上就等于是抽掉了“大众文化”的精髓。

“大众文化”与“时尚”概念的重叠性，意味着两者某种程度上会遵循相同的逻辑与游戏规则。当利润最大化原则和金钱原则深刻地左右着 20 世纪人类社会、文化、艺术和科学的路线，几乎把人类的一切行为和成果都铸造到“文化工业”的齿轮之上时，“大众文化”和“时尚”终究也难以幸免。另一方面，技术的发展也在相当大的程度上改变了“大众文化”与“时尚”的品性与容颜，录像带、电视表演、电影、脱口秀直至因特网实质上都起到了传播和型塑“大众文化”与“时尚”的重要作用。就此而言，似乎没有什么说法比德国法兰克福学派思想家们所提出的“文化工业”概念更能够把握 20 世纪“大众文化”和“时尚”的内在走向了。这一概念深刻地蕴涵着，要做到不随波逐流，就只能在社会历史发展的潮流面前丧失露脸和表现的机会；而所谓的“波”和“流”，就是市场需求和大众的口味，对此不加理会，必然会没没无闻。类似于创作的自由和美学生的理想主义，则完全成了空谷足音。归根结底，“大众文化”是一种工业，“时尚”也是一种工业。只有在“工业”一词的原本意义上，我们才能更好地理解“大众文化”，理解“时尚”。

消费社会所特有的游戏规则也赋予“大众文化”和“时尚”以特殊的性格。在消费社会，空气里都是“大众文化”的味道，“时尚”的味道，最终也就是欲望的味道。“大众文化”和“时尚”生成、繁殖、撒播、毁灭。它们浮现晃动的时候，只有欲望在行走；“大众文化”和“时尚”赋予世界以暧昧的面目和无穷无尽的可能。跨国资本对“大众文化”和“时尚”的精心打造，最终实现了消费社会文化策略与商业策略的同一。欲望以其在消费社会中无时不有的普遍存在展示了自身的一体化和整合性力量。

诚然，强调“大众文化”与“时尚”的相容和概念的重叠，并不意味着“时尚”在“大众文化”面前完全丧失了自身的独立性和自主性。从渊源上看，绝大多数的“时尚”样式最初几乎都是西方上流社会宫廷里或沙龙里费钱费时间的种种游戏而已。与这些游戏相“链接”的，是一个人的身份、社会地位、财富、档次、品位和格调，甚至是智力和道德上的种种优越性。随着城市布尔乔亚阶级的崛起，“时尚”越来越呈现为西方社会经济发展到一定阶段所引发的种种文化回响。新兴的城市有产阶级占据了政治和经济上的有力地位，必然会同时谋求在文化上表达自己的愿望和趣味，最早起源于贵族社会的“时尚”样式经历改变已是在所难免。可以说，“时尚”的发展变化同时也见证了社会政治的民主化进程。今天，出自无名之辈的一次漫不经心的拼凑或随手的涂鸦最终之所以可能在全球引发一场普遍认同的“时尚”潮流，全拜城市布尔乔亚阶级及其文化精英的努力所赐。

不过，“时尚”从贵族化向平民化的转变，并不是像它的表面所显示的那样，似乎人人都可以轻易地骑上“时尚”的座鞍。1948年第18届奥斯卡奖颁奖仪式上，最佳女主角琼·克劳馥由于感冒，竟然身着睡衣上台领奖，这一事件并不能像许多人所做的那样用来为“时尚”的平民化做注脚，恰恰相反，它一方面表明“时尚”在当时那个年代尚未达到“文化工业”或“时尚

工业”在今天所达到的高度，另一方面表明，“时尚”本质上还是与大多数的普通百姓不怎么搭界的劳什子，“时尚”终究还是权势们的游戏；一个平头百姓身着睡衣招摇过市固然可以被看作是具有后现代意味的“行为艺术”，但它终究上不了台面，肯定无法获得大多数人尤其是主流社会的喝彩。而时到如今，一块挂在“超级名模”辛迪·克劳馥或凯特·莫斯身上的抹布都有可能被视为“时尚”，更是清楚不过地表明了“时尚”与权势的网谋关系。至少，在名模与“时尚”的绝佳配对里，我们起码可以享受视觉上的愉悦。说到底，平头百姓只有在“时尚”潮流面前亦步亦趋的份，芸芸大众对“时尚”的狂热追求，仍然体现着一种根深蒂固的对贵族、宫廷生活及其标准的不可遏制的向往和冲动。因此，如果有人断言，“时尚”是一种将流行的款式强加于普通百姓的行为，是一种压迫工具、一种与穷人为敌的武器，这样的论调并不是有意跟大多数人过不去，相反，消费社会中的“结构性压迫”有可能从“时尚”分析中得以凸现。

H. 布鲁默(H. Blumer)在《社会科学百科全书》中为“fashion”这一词条概括了以下三个特点：对某种时髦形式及其正统性的统一认识；有规则的观察和标示社会生活变化的方式；通过对新风格的认可和对旧风格的抛弃而提炼出的“普遍感受性和趣味”。(引自[美]珍妮弗·克雷克著《时装的面貌：时装的文化研究》，舒允中译，中央编译出版社出版。)这一概括既适用于“时装”，也适用于“时尚”。它首先意味着：“时尚”的东西必定就是流行的东西，只有在最广泛的流行过程中，“时尚”才能获得自身的品格与形式。但是反过来看，流行并不一定能够完全归结到“时尚”谱系之中。比如，因特网的普及使“.com”在如今可以称得上是流行，但倘若以“时尚”冠之(我们的报刊杂志事实上就是这么做的)，即使算不上对“时尚”内涵的无知，起码也是对“时尚”一词的滥用。“时尚”与流行的

相互区别与关联，同时也蕴涵着“时尚”的即时性和当下性。

“时尚”不是大幕合起尘埃落下之后的盖棺论定，无须经过时间的淘洗和历史的过滤。作为当下及时的一种判断和论定，“时尚”注定就是反经典的。诚然，也有众多的“时尚”样式能够超逸出自身的领地而最终加入到经典的行列之中，这与其说是“时尚”本身的内在力量使然，不如说是随着文化工业力量的不断壮大、经典与“时尚”之间的界限日益模糊和混同的结果。

其次，作为“有规则的观察和标示社会生活变化的方式”，“时尚”在很大程度上成为社会成员的身份意识、文化认同和社会类型的标志。“时尚”象征着一个人的地位与个性，或者象征着一个人对某种生活方式投靠的倾向。而当社会成员的“普遍感受性和趣味”在这种群体认同和文化归属感之中得以体现时，“时尚”实际上充当了人们的观念、欲望和信仰的美学表达样式。就此而言，“时尚”体系的变化可能意味着社会文化的重大变革。在对我们的社会进行政治分析、经济分析、文化分析的同时，加上一个“时尚”分析的维度，显然有助于我们更全面地把握时代精神。

如此看来，问题已经不再是凭借何种理论来从事大众文化批判活动和“时尚”分析，而是怎样进行这种批判和分析活动了。因为从德国法兰克福学派到英国伯明翰学派的学说已经足以构建一座“大众文化”的理论大厦，而大众文化批判和“时尚”分析毕竟不只是把大众关心的文本对象或“时尚”样式同某种文化理论捆绑嫁接起来就算完事的活儿。它实际上有一种综合分析的内在要求。本书的写作一开始就搭出了“时尚与消费”、“时尚与广告”、“时尚与权势”、“时尚与身体”、“时尚与语言”、“时尚与性”的框架，就是想做出这样一种尝试。当然，开得出菜单并不一定能够摆得出宴席。本书匆忙完成，许多构想难以体现，许多应该纳入“时尚”分析范畴的材料和现象不在作者的视野之内，学识与兴趣的局限所造成的遗憾只能留待以后再说了。

目 录

前言/1

1. 从时装到时尚/1

打开时尚图谱/3

眺望大师/11

打量名模/17

记住长裤/22

解读比基尼/25

2. 时尚与消费/29

百万富翁·成功指数·炫耀性消费/30

平民百姓·吉尼斯·代理性消费/37

新人类·高尔夫·后发性消费/41

3. 时尚与广告/47

可口可乐·亲和力·巴尔特/49

电视·文化傻瓜·鲍德里亚/56

克莱恩·欲望·德勒兹/64