

[日] 川村由仁夜 (Yuniya Kawamura)

著

施霁涵

译

巴黎时尚界的

日本
流行
时尚

The Japanese Revolution

in Paris Fashion

清华大学出版社

巴黎时尚界的日本浪潮

The Japanese Revolution
in Paris Fashion

[日] 川村由仁夜 (Yuniya Kawamura) ——著

施霁涵——译

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

巴黎时尚界的日本浪潮 / (日)川村由仁夜著;施霁涵译. — 重庆:重庆大学出版社, 2018.9

(时尚文化丛书)

书名原文: The Japanese Revolution In Paris Fashion

ISBN 978-7-5689-1260-0

I. ①巴… II. ①川… ②施… III. ①时装—服饰文化—巴黎 IV. ①TS941.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第166547号

巴黎时尚界的日本浪潮

Ball Shishangjie de Riben Langchao

[日]川村由仁夜 著

施霁涵 译

策划编辑 张维

装帧设计 崔晓晋

责任编辑 李桂英

责任印制 张策

责任校对 邬小梅

重庆大学出版社出版发行

出版人: 易树平

社址: (401331) 重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

网址: <http://www.cqup.com.cn>

印刷: 天津图文方嘉印刷有限公司

开本: 880mm × 1230mm 1/32 印张: 9.75 字数: 223 千

2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5689-1260-0 定价: 79.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换

版权所有, 请勿擅自翻印和用本书制作各类出版物及配套用书, 违者必究

致谢 1

序 服装与时尚 5

第一部分

法国的时尚文化

31

第一章 33

法国的时尚霸权：历史与体制

第二章 57

法国现代时尚体系

第三章 93

法国时尚的全球扩散机制：过去与现在

第四章 118

高级定制、半定制和高级成衣之间的区别

第二部分

日本服装设计师和法国时尚体系的互相依存关系

143

第五章 145

1970年以来巴黎出现的日本时尚现象

第六章 182

类型1：高田贤三 对法国时尚体系的完全融入

第七章 203

类型2：川久保玲、三宅一生和山本耀司构建日本前卫时尚

第八章 245

类型3：森英惠 获得巴黎设计师的最高荣誉

总结 巴黎：时尚的战场 263

附件 A：研究设计 266

附件 B：采访提纲 275

附件 C：补充表格 279

参考文献 284

我特别想要感谢我的导师，哥伦比亚大学的普丽西拉·帕克赫斯·特弗格森 (Priscilla Parkhurst Ferguson) 教授；她从我的研究伊始便一直支持着我，还在我写作过程中的不同阶段抽出宝贵的时间来阅读我的手稿，并给出了宝贵意见。我要感谢她的智慧、友情和耐心。我还要感谢哈里森·怀特 (Harrison White)、瓦莱里·斯蒂尔 (Valerie Steele)、玛丽·鲁吉 (Mary Ruggie)、维拉·佐尔伯格 (Vera Zolberg) 和凯利·摩尔 (Kelly Moore) 对我的博士论文的审读，而那也正是我这本书的基础。

我还要感谢纽约州立大学时装技术学院 (Fashion Institute of Technology, State University of New York) 社会科学部的部长卡罗尔·普尔 (Carol Poll)，她阅读了本书的部分手稿，并且给出了非常重要的建议。无论是在个人生活还是职业生涯方面，她对我的支持都让我无以言表。此外，我还要感谢本部门里的其他同事，包括娅塞明·切利克

(Yasemin Celik)、冉埃伦·吉布林 (Jean-Ellen Gibling)、凯文·麦克唐纳 (Kevin MacDonald)、约瑟夫·马约尔卡 (Joseph Maiorca)、梅格·米勒 (Meg Miele)、罗伯塔·帕利 (Roberta Paley)、厄内斯特·普尔 (Ernest Poole) 和斯宾塞·施恩 (Spencer Schein)，他们一直对我的工作表示出了极大的兴趣，卢·赛拉 (Lou Zaera) 还帮我编辑了书中一些图片。与此同时，感谢我在纽约时装技术学院的那群学生，因为我的想法正是在与他们开展热烈而有趣的讨论中形成的。

我于 1998 年和 1999 年间在巴黎开展的调研也非常有建设性，为此我要感谢博任娜 (Bozena)、戈兰·布利克斯 (Goran Blix)、维罗妮卡·迪皮施 (Veronika Dürpisch)、池田卓二 (Takuji Ikeda)、安妮·玛丽 (Anne-Marie)、马蒂厄·罗马尼亚尼 (Mathieu Romagnani) 和杰弗里·图尔诺夫斯基 (Geoffrey Turnovsky)，是他们让我在那里逗留的时光变得愉快而难忘。巴黎社会学艺术中心 (Centre de Sociologie des Arts) 的皮埃尔-米歇尔·门格 (Pierre-Michel Menger) 先生让我参加了他在社会科学高等研究院 (Ecole des Haute Etudes en Sciences Sociales) 举办的研讨会，森敬 (Kei Mori) 也向我介绍了一些关于高级定制新的洞见，还带我参观了他母亲在巴黎的高级定制工坊。《国际先驱导报》(*International Herald Tribune*) 的苏西·门克斯 (Suzy Menkes) 女士向我介绍了很多关于时尚新闻报道的知识，迪奥高定时装屋的卡特尔·乐·伯西斯 (Katell Le Bourhis) 女士也和我分享了一些关于时尚产业很有趣的视角，还带我参观了迪奥沙龙那道著名的楼梯。在我刚到巴黎的时候，宾夕法尼亚大学 (University of Pennsylvania) 的戴安娜·克兰 (Diana Crane) 教授也在我的研究初期向我提供了非

常务实的建议。千叶大学 (Chiba University) 的阶川贤龙 (Kenryu Hashikawa) 教授经常和我交流关于这个项目的想法，同时也在知识方面给了我很多的建议和意见。对以上这些人，我致以衷心的感谢。

我也要感谢福尼图书馆 (Bibliothèque Forney)、巴黎国家图书馆 (Bibliothèque Nationale de Paris)、哥伦比亚大学 (Columbia University)、法国时尚学院 (Institut Français de la Mode)、纽约时装技术学院 (Fashion Institute of Technology) 和东京文化服装学院 (Bunka School of Fashion) 的图书馆工作人员向我提供的耐心且无私的帮助表示感谢。森英惠高级定制时装屋 (Hanae Mori Haute Couture) 的吹田泰子 (Yasuko Suita) 和深井桃子 (Momoko Fukai)，山本耀司工作室的卡拉·瓦赫特韦特尔 (Kara Wachtveitl) 和藤内真理 (Mari Fujiuchi)，还有 Comme des Garçons、三宅一生设计工作室，以及 FirstVIEW.com 的员工都非常慷慨地向我提供了本书中所使用的照片。此外，我要感谢帮我搜集了一部分照片的日笠三木 (Miki Higasa) 先生。

我还要感谢伯格出版社 (Berg Publishers) 的总编辑凯瑟琳·厄尔 (Kathryn Earle) 女士以及她手下的所有员工；《服装、身体和文化》 (*Dress, Body and Culture*) 系列书籍的责任编辑乔安娜·艾彻 (Joanne Eicher) 女士仔细阅读了我的原稿，而我也从她含金量很高的点评和积极反馈当中获益良多。另外，布鲁克林艺术博物馆 (Brooklyn Museum of Art) 的帕特里夏·米尔斯 (Patricia Mears) 女士也阅读了我书稿的部分章节，并且将本书的第五和第七章中的部分内容用作由她和卢浮宫博物馆的帕梅拉·戈布林 (Pamela Golbin) 女士一起策划的《二十一天》

(*XXIème Ciel*) 展览的编目说明，这可以说是我的荣幸。

另外，我还要衷心感谢所有那些在东京、在巴黎，以及在纽约愿意和我一起坐下来，谈谈他们的职业经历和个人感受的时装设计师和时尚从业人士。没有他们的帮助，这本书绝对不可能完成。

因为知道我对时尚的浓厚兴趣，《日本经济新闻》(*Nihon Keizai Shimbun*) 驻纽约办公室的苍田进 (Susumu Kurata)、冈井规道 (Norimichi Okai)、喜多恒雄 (Tsuneo Kita)、金子弘道 (Hiromichi Kaneko)、圆本裕二 (Yuji Sonomoto) 和齐田寿雄 (Hisao Saida) 给了我一个为他们担任时装记者的机会，而这最终引领我完成了自己的研究生学业，并写下了这篇关于时尚和社会学的博士学位论文。在很多年里，他们一直都鼓励我出版一本关于时尚的学术著作，而今天我终于做到了。

另外，我也要感谢菊池安艺 (Aki Kikuchi)，他在我最需要的时候给予了我很多的精神支持。

最后，我要将这本书献给我的家人：我的父亲川村伊予 (Yoya Kawamura)，是他在年少的时候带我去看这个世界，让我对生活有了国际化的视野，并给我提供了最好的教育，不论我们身在何处；我的母亲川村阳子 (Yoko Kawamura)，她是一个日本传统服饰的收藏家，并且是我认识的人里最时髦的，也是她在我年幼的心中激发出了对时尚的兴趣；还有我的姐姐川村摩耶 (Maya Kawamura)，她一直在背后默默地支持着我，耐心地聆听我对这本书的构想。没有他们就没有今天的我。

川村由仁夜

2003年9月于纽约

虽然经常被混用在一起，但是“服装”和“时尚”是两个完全不同的概念，因为它们在社会学上具有截然不同的影响和效应。虽然各种具体的潮流常常是时尚分析人士关注的焦点¹，但是具体时尚风潮的表征并不能够体现时尚的本质（Lang and Lang, 1961: 465），因为时尚和服装之间的关系其实并不大：服装是一种物质性产品，时尚则是一种符号产品；服装是实实在在的，时尚却是无可触摸的；服装是一种生活必需品，时尚则是一种额外的富余物；服装具有实用的功能，时尚却具备体现身份的功能。服装在任何人们会穿衣服的社会和文化形态当中都能找到，而时尚却必须经过系统性的建构和文化的传播才能形成。一个时尚体系的运作过程就是将服装转变为具有象征意义的时尚，并通过服装来展现的过程。时尚不是在真空中产生的，而是存在于具体的文化和机

构语境当中。

劳斯 (Rouse, 1989) 曾经指出, 一种特定风格的服装想要成为时尚, 就必须被某一部分人所穿着, 然后它才能被认为是一种时尚潮流。举例来说, 任何服装制造商都能生产白色的 T 恤, 也有很多人会穿白色的 T 恤, 但是白色 T 恤并不是一种时尚。要成为“最新的潮流”, 它就必须得到人们的承认, 那么它要如何才能做到这一点呢? 从一个系统性的角度来对时尚进行考察就能说明一种服装是怎么变得“时髦”起来的。我的研究就试图将时尚产生过程中的结构流程和由设计师们设计, 再由时尚体系当中的不同机构认可并合法化的各种风格的服装联系在一起。

因此, 这本书将时尚视作一个由机构、组织、团体、个人、事件和行为构成的体系; 也就是说, 所有这些外在因素合在一起构成了作为信仰的时尚。我的观点是, 这个体系的结构本质影响着设计师的创造力受到承认和认可的过程, 进而又影响外来设计师们²对这个体系的融入或离开。我的研究是以身居巴黎的日本设计师, 也就是我所谓的法国时尚体系当中的非西方“外来设计师”为对象而进行的一项实证案例研究, 同时我也对和时尚相关的社会机构进行了一次宏观社会学分析, 并对这些设计师进行了一次交互作用分析。我还对大型的时尚组织进行了考察, 同时也对它们对相关人士意味着什么予以了关注。此外, 时尚体系与该体系中的个人之间互相依存的社会关系也将被予以考察。事实上, 这些日本设计师进入法国时尚体系的过程就演示了这个体系的运行方式和统治地位, 以及更广义上的作为体系的时尚的运行方式。

一直以来, 巴黎都被默认为是全世界的时尚之都, 时尚设计师们——不论他们是不是法国人——也一直都在巴黎寻求发展, 但是很少有人从

社会学的角度考察过巴黎为什么、如何，以及是通过什么社会和文化进程成为时尚之都，并且维持至今的。这是因为法国设计师在设计服装方面与生俱来地更有天分吗？我们应该如何定义设计师的创造力？设计师们又是如何成名的？时尚文化在巴黎是如何传承至今的？这种对法国时尚的信仰是为何以及如何被建构起来，并且维持了数个世纪的？各个社会机构和独立个人又是如何让时尚发生的？为了探讨时尚的社会产生过程，也就是在我看来和“服装”截然分开的“时尚”这个概念，我们必须对时尚文化和巴黎时装设计师产生过程当中的机构和人际因素之间的联系进行考察。

我将“时尚”放入文化生成视角的社会形态学以及文化艺术的社会形态学这两个框架当中来进行考察，因为后两者是我研究问题的基础。文化视角的产生始于“文化客体的生成涉及社会协作、集体活动以及社会团体”这一假设，且它强调的是在制造具有象征意义的文化元素的过程中所用到的社会安排，而这些社会安排又会对由此产生的文化元素的性质和内容产生影响（Peterson, 1994 : 163）。

从文化生成这个视角来切入的研究实际上包含了一系列范围很广的研究领域，譬如艺术界、出版社和流行文化等³。正是因为时尚可以被当作一个人造制造出来的文化客体来对待，我们才可以从这些研究符号生成的文化制度当中学到很多。文化客体可以从消费或 / 和生产的角度来进行研究，所以同样的，时尚既可以是一件关乎个人消费和个人身份的事情，也可以是一件关乎共同生产和传播的事情。和关注文化生成层面的社会学学者一样，我也将在本书中讨论时尚文化的生成，而后者是由一个时尚体系来支撑的，所有参与其中的个人、机构和组织都从属于

这个体系。与此同时，时尚的消费层面也并非无关紧要，只是为了缩小我的实证研究的范围，同时也为了先把时尚的生成解释清楚，我才选择了将关注的重点聚焦于时尚的生成。

作为一个具有象征意义的文化客体和由社会组织制造出的产物，时尚是很有研究价值的。不过鉴于时尚既看不见也摸不着，因此它使用了“服装”作为其外在的表现符号。符号的产生强调的是这些机构的动态活动，而文化机构也支持了新的符号的产生。在对流行文化的剧烈演变进行厘清和考察的时候，这种方法非常有用，因为在流行文化当中，对新鲜事物进行解释比对沉疴故知的考察更有意义（Peterson, 1976）。相比之下，如果论及由新鲜事物所决定的概念，那简直没有比时尚更贴切的了。因此，在这样的理论框架之下，我将在本书中对定制服装和成衣进行一次系统性的比较，对市场结构在较长一段时间里的变化进行考察，对该体系之下的评价功能和时尚的扩散机制进行审视，并对该体系向服装设计师提供的回馈进行解释。

除此之外，鉴于我对时尚的分析是围绕着一个体制化系统的概念而展开的，因此我在文化生成的实证研究里吸收了大量的怀特夫妇对 19 世纪法国印象派画家的研究成果（White and White, 1965/1993），那就是：因为传统意识形态和风格戒律僵化的缘故，那些印象派画家的作品本来是不能为当时的皇家学术系统所接受的。但是因为当时的皇家绘画学院也没有能力去应对越来越多被视作边缘创作者的画家，所以到了后来，欧洲出现了一个艺术作品潜在买家的新市场。也就是说，是当时的画商和艺术评论家将一些新的画家和他们的作品介绍给了大众，并对他们给予了合法化和认可。随着艺术品学院体系的衰落，掮客一评

论家系统应运而生。而正是通过“制度体系”这样抽象的概念，我们才能从一团乱麻般的具体事件当中厘清它们的结构性的关联（White and White, 1965/1993: 159）。毕竟，任何体系都是由它下面的从属机构或子体系组成的。通过将时尚视作一个体系，我们才得以将其内在的框架视作一个整体，于是也能从中看到该体系内部的各个组织机构以及它们各自发挥的作用。

至于时尚到底能不能被算作艺术，这个问题已经有过很多的讨论，但它的确非常符合社会学家对艺术的假设。和艺术一样，时尚是具有社会性的，它具有社会基础并且存在于社会大环境当中。正因如此，我将我的观察和贝克（Becker, 1982）对艺术界的研究联系在了一起。在那份研究当中，贝克指出，艺术家的塑就并不是某一个人的责任，而是一项有很多人参与的集体事件。在本书中，我也将时尚组织机构和那些集体建构了时尚体系的人放在一起进行考察，因为社会结构和在人们一起工作的各种行为之间存在着深刻的相关性。正是这些互相之间开展合作的人际关系让时尚成为可能，并且一而再再而三地塑造出时尚的象征意义。时尚是一种群体现象，它并不是由某个设计师单枪匹马创造出来的，我们也不能脱离社会环境来对它进行解读。必须要说，在本书之前，很少有人尝试对时尚产生的组织机构和环境进行考察。

而将时尚和时装设计师放在艺术文化的社会学框架中进行考察的最大好处就是，他们都没有把考察对象视作某一个天才个人的创造物，而这也是我们对时尚体系进行社会学考察同样需要遵从的基本原则。和“文化产品仅仅是富有才华的艺术家的作品，通过筛选才能进入公众视野”这种看法不同，这些社会学家相信，文化元素是在从事符号生产活动的

职业群体和机构当中形成的。举例来说，贝克（Becker，1982）就曾经解释说，他的研究对象是社会机构而非审美，并且他认为艺术作品的生成有“共享的艺术传统”和“形成共识的定义”在其过程当中进行调和。艺术作品的文化艺术价值为创造性协作构成了条件，而这种协作正是被正式的文化机构所故意“发明”出来的。

此外，我的分析同样也涵盖了时尚制造者的分层维度——尤指时装设计师——来理解在法国发展的服装设计师的社会地位差异。布尔迪厄（Bourdieu，1984）对文化的分析强调了文化体系分层功能的重要性，因为社会群体是由他们各自的文化品位，或者说是他们创造出适合自己社会层级的文化机构的能力来进行区分的。不过，布尔迪厄关注的是消费不同文化符号的群体之间的区别，而我关注的则是设计师这个职业群体当中的等级结构。对文化差异的讨论从社会学角度来讲是很重要的，因为它们是和社會層級的根本模式聯繫在一起的，而後者是由來自不同層級的人們身上不同的文化特徵所維繫。時尚設計師在他們自己的層級系統內部認領的任務會影響到他們所創造出的產品，因為設計師的社會地位和位置會反映在他／她的受眾和消費者身上。

為了對巴黎的時尚體系進行一個全面的考察，我在本書中所採用的數據都來自我用了近一年時間進行的田野調查，它包含對巴黎和東京的時尚從業人士進行的採訪（參見附件 A 中表 A.1）和對時裝發布會、商品交易會的觀察（參見附件 A 中表 A.2 及表 A.3）。此外，我還嘗試過聯繫那些和巴黎的主要時尚貿易機構有著直接或間接關係的人士，好讓他們可以扮演整個體系的成員樣本。此外，還有一些數據來自機構文件和記錄。我挑選了五位在巴黎發展的日本設計師——他們是高田

贤三 (Kenzo Takada, 他以 Kenzo 这个品牌而闻名)、川久保玲 (Rei Kawakubo)、三宅一生 (Issey Miyake)、山本耀司 (Yohji Yamamoto) 和森英惠 (Hanae Mori) ——来建构不同类型的设计风格, 而这些不同的类型是和他们各自在法国时尚体系当中所占据的位置相对应的。此外, 虽然后面的内容并不是我研究的首要重点, 但我还是用一些高级定制 (Haute Couture) 和高级成衣 (Prêt-à-Porter) 系列的发布会视频采样对多个日本设计师的作品进行了一次内容分析, 并对法国、日本和美国出版的时尚杂志过刊进行了回顾⁴。

将“服装”和“时尚”定义为两个不同的系统

“时尚”这个概念并没有一个统一的定义 (Hollander, 1993:350)。巴纳德 (Barnard) 曾于 1996 年尝试对“时尚”“风格”“时装”“饰品”和“服装”这几个概念进行过界定和解释, 但同时又表示, 要将具体某件服装或衣服认定为一件时尚单品或许是不可能的。事实上, 要为以上这些词语当中的任何一个下一个终极的定义都非常困难, 因为这些词语并没有一个普适的含义或特征 (Barnard, 1996:9-10)。不过, 为了讨论的必要, 我将会把它们分成两大类: 时尚和服装/服饰。“服装”包含所有除了“时尚”之外的概念。所有“服装”的同义词和近义词, 例如“衣服”“衣物”“戏服”和“着装”等都属于“非时尚”这一类别, 所以我将其都归于“服装”或“服饰”一类, 因为本书主要关注的是“时尚”这个概念和它的实践。

从历史的角度, 罗奇 (Roche, 1994:47) 解释了在路易十三和路

易十四的统治时期，“时尚”这个概念具有的两个含义：一方面，它指的是习俗、生活方式、行事风格和处世因循的习惯；而另一方面，它又指的是任何随着时间、地点改变的事物。物品有时尚，地点有时尚，习惯也有时尚。这个概念涉及的不仅是服装和服饰，而且是每一种自我表现的方式（Roche, 1994: 47）。直到今天，时尚从最广义的意义上来说也可以被定义为某个特定社会在某个特定时间点当中被人们集体认可的行为、想法或装备。在更广义的时尚概念当中，改变和变革是它的本质特征，且这也几乎适用于任何社会现象，比如文学、艺术、姿态和态度（Sumner, 1906/1940）。从狭义上来讲，时尚尤其指的是“穿衣打扮的时尚”，也就是某个特定社会或是某些特定群体在那个社会的某个特定时间段当中经由系统制造、营销和定价的着装模式。作为 19 世纪欧洲现代工业社会的产物，服装时尚当中的“变革”成分也是与生俱来的。对时尚的社会学及其他角度的分析通常会在这两个视角之间来回拉锯，而正是这种语焉不详模糊了这个话题。从分析的角度来说，这两个概念应该被严格区分开来。

在大多数对服装和时尚的社会学分析——尤其是传统社会学的分析当中，对消费的强调一直以来都超过了生产。古典学派的社会学家（Simmel, 1904/1957；Spencer, 1896/1966；Sumner, 1906/1940；Sumner and Keller, 1927；Tarde, 1903；Tönnies, 1887/1963；Veblen, 1899/1957）都将时尚视作一个“模仿”的概念，而这也构成了时尚涓滴理论的基础，那就是：当社会的最高阶层采纳了某种特定的着装风格，那么紧挨着他们的那个阶层——不管他们是想要往上融入那个最高的阶层，还是想要装作已经融入那个阶层——都会紧跟上流社

会的步伐，也采纳那种新的风格⁵，而这种影响会沿着阶层继续向下“传染”，直到它达到经济上能负担得起这种风格的最低阶层。随着时尚沿着阶层一路向下传播，对它的复制通常也会采用越来越廉价的材料和越来越粗糙的做工。到了这种风格已经被大众消费得起的时候，它就已经失去了原来被用作彰显阶级地位的功能，而最高的社会阶层届时也已经兴起了一轮新的时尚，从而又会再次发起一轮这样的“传染”。最开始，这个过程是形成于中世纪晚期，因为当时的中产阶级正在欧洲的城市当中缓慢兴起，而18世纪晚期的工业革命更加促进了这个支持时尚缓慢下渗的社会阶层结构的形成（Sombart, 1967）。冯伯姆（von Boehn, 1932: 215）曾经对这种时尚现象进行描述，但是并没有在这种现象和时尚体系的本质之间进行区分，而这种现象和一个新兴的时尚体系一样，只可能在一个开放的阶层体系当中产生。

与此同时，当代的时尚学者各自对“时尚”的定义也相去甚远。波尔希默斯和普罗克托（Polhemus and Proctor, 1978: 9）曾经指出，“时尚”这个词在当代西方社会也被用作“装扮”“风格”和“衣服”的同义词，但是戴维斯（Davis, 1992: 14）又指出，任何试图将“时尚”与“风格”“习俗”“传统或可接受的服装”进行区分的概念定义都必须将重点放在它的“变化”这一要素之上。德皮埃尔（Delpierre, 1997）也曾表示，即便是在18世纪的法国，时尚的本质也有易变性。这种改变被视为是模糊不清的（Davis, 1992），因为它的发生似乎是非理性以及不具备规律性的。然而，假如我们像戴维斯建议的那样只关注时尚的模糊性和模棱两可，那么社会学家也就没有什么可以研究的空间了。没道理的变化无常和朝生暮死正是时尚不能被严肃对待的主要原因。