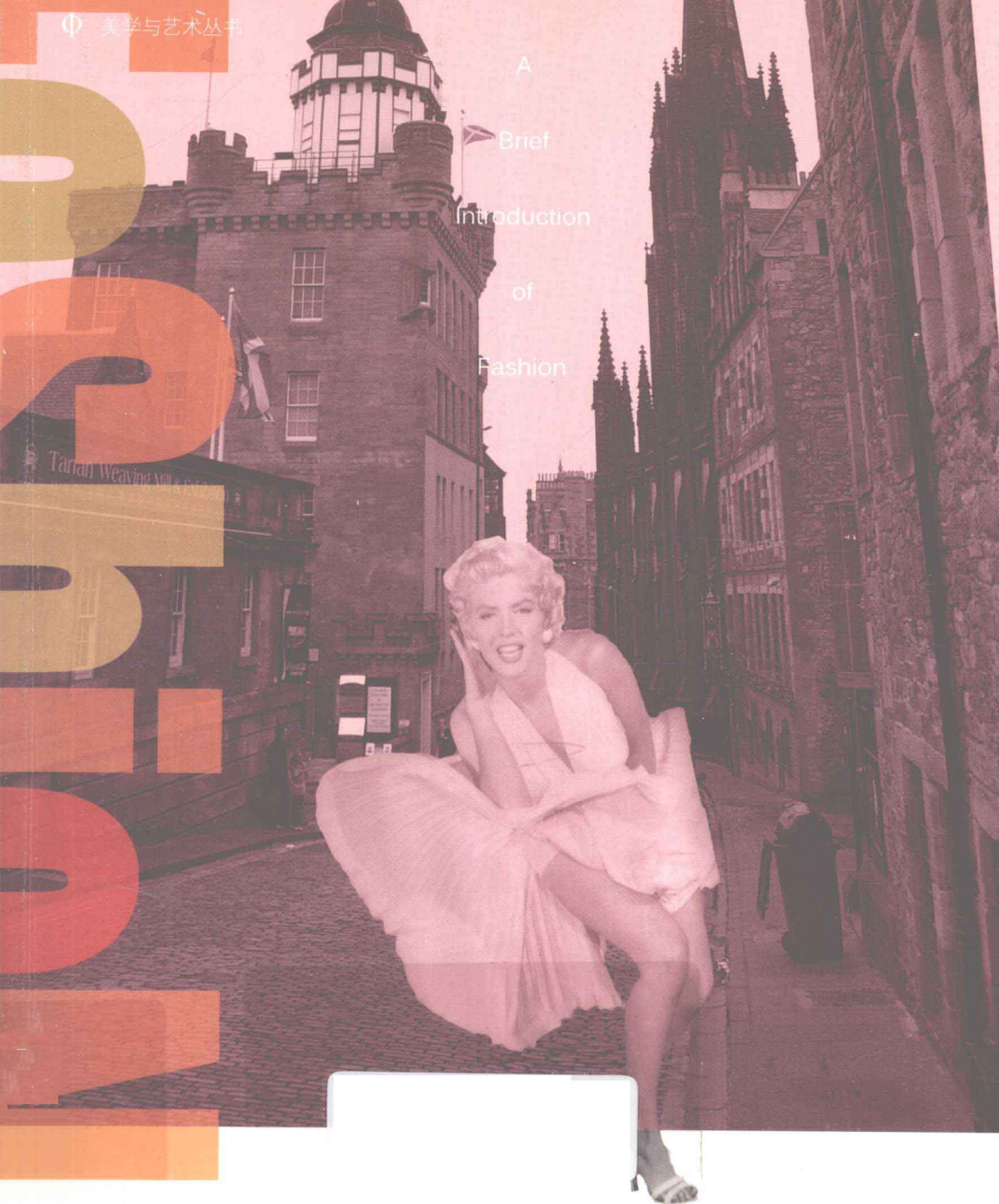


美学与艺术丛书



A

Brief

Introduction

of

Fashion

时尚的历程

杨道圣 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

此书为北京市教委科研项目

“时尚研究”最终成果，项目号 AJ2006-11

杨道圣 著

时尚的历程



A

Brief

Introduction

of

Fashion



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

时尚的历程/杨道圣著. —北京:北京大学出版社, 2013.1

(美学与艺术丛书)

ISBN 978-7-301-21475-6

I. ①时… II. ①杨… III. ①生活—美学—研究 IV. ① B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 254879 号

书 名: 时尚的历程

著作责任者: 杨道圣 著

责任编辑: 王立刚

标准书号: ISBN 978-7-301-21475-6/B·1075

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: pkuphilo@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

出版部 62754962 编辑部 62755217

经 销 者: 新华书店

印 刷 者: 北京汇林印务有限公司

650 毫米 × 980 毫米 16 开本 16.25 印张 210 千字

2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

时尚之美

绪言



很多人可能从来没有想过什么是美，但却很清楚该为自己选择什么样的服装和发式。他可能无法用语言准确表达自己对于美的看法，而他的打扮装饰，言谈举止又非常直接明白，生动活泼地将他对于美的认识毫发不爽地传递出来。如果要去了解一个时代或者一个民族的审美观，看看他们的服饰可能要比读美学家的著作所获得的认识容易得多，可能也要清楚和丰富得多。你读康德和黑格尔的美学，可能无法了解19世纪德国人的审美观念；正如读朱光潜和李泽厚并不能知道50年代到80年代中国人的审美观念一样。但如果了解了这些美学家所处时代的时尚，则对于他们那一时代的审美观念会了然于心。每一个时代的时尚所体现的正是这个时代的人们对于日常生活形式的美化，他们的审美观念渗透到日常生活的各个方面，表现出与以前的相同或相似，与以前相同的就是传统，而与以前相异的，就是时尚。

时尚的一个重要的特点是求新、求异。时尚从来不会停止在某一种形式上，而会不断地寻求新的形式。有人把时尚描述为一种有规则的变化，这种变化不一定是一种形式转变为另一种完全不同的形式，而在于对已经

存在的形式某些细微的方面做出改变，比如衬衫的领子，裙子的长度，室内家居摆设的细节等。作为日常生活形式的美化，时尚总会呈现为种种风格，简而言之，时尚就是持续而有规律变化的风格。传统的社会往往会赋予已经存在的形式某种价值或权威，而不允许随意地改动，好像“存在的就是合理的”，而新的形式往往需要通过各种手段争取被接受、承认。这需要很长的时期。在这期间，新的变成旧的，人们逐渐习惯了，也就不再把其看成新的，过去的新现在也因为成为旧的而获得了存在的权利。已经存在的事物往往会与同时代的习俗，同当时的道德甚至法律结合在一起，被视为理所当然的，具有不可侵犯的权力；而新的事物则会被视为反常的、不道德的、堕落的。在现代的社会中，变化、革新被赋予了积极肯定的价值。当然，这一观念也是逐渐实现的。随着城市的产生、商业的发展和资产阶级的出现，新的事物出现的频率越来越高，无论怎样排斥也无济于事，只好无奈地承认了新的合理性。

这种革命的历史观也会影响到对于具体事物形式的接受。人们的心灵和思想也不再以无论多么完美的现存的事物为满足，而把没有变化当成一种缺憾，没有发展的前景，因而是无生命力的，是呆板、枯燥的；把变化视为充满希望的、生机勃勃的，因而是有趣的、生动的，值得追求的，哪怕过去视为堕落的变化现在也被赋予了积极的价值。总之，一句话：“凡是新的都是值得赞美的”。这句话也可以说成“凡是新的都是美的”。相反，“熟悉的地方没有风景”，“距离产生美”，这都在表明美与新，美与变化，因此与时尚之间紧密的联系。有人甚至说“时尚就是美”。英国的服装史家拉弗（Laver）看到了服装中一个微小的细节变化可能给的心理带来的巨大满足：“对于变幻无常的欣赏为生活增添了快乐。一个时代的时尚中的流行、疯狂、时尚的情绪和时尚的愚蠢会带来短命的娱乐。一直做同样的事情，穿同样衣服的人会使自己厌倦，也会使别人厌倦。每种时尚

仅仅存在一段时间，没有人能够准确地知道它的流行是在什么时候，为什么，突然产生，又总是像它的到来一样迅速消逝。”¹这些看似无聊的、偶然的变化很可能是与社会变革联系在一起的。法国的历史学家布罗代尔在历史的进程中看到这样一个有趣的现象：“不知是否纯属巧合，事实上未来属于这样一类社会，它们既关心改变服装的颜色、用料和式样这类琐事，又关心社会等级制度和世界秩序——就是说未来属于那些勇于与传统决裂的社会。因为一切都是相互关联的。”²

虽然追新逐异一般被认为在文艺复兴之后才被视为合理的，但我们发现这种行为在人类的历史中一直就存在，哪怕是为此付出惨重的代价也在所不惜。因此不能不说对于新奇的追求是人类普遍具有的一种深层的强烈的冲动。在一种状态中存在久了，人的内心之中会生出一种厌倦，自我的价值被淹没在一成不变之中。政治上的变革者和艺术家或者是具有改变现状的现实的现实的力量，或者具有改变现状的梦想的力量，这不是每个人都能够做出来的，最便捷最容易的改变现状的方式就是对于自己外在装饰的改变，这也就是为什么时尚最容易出现在服装领域的原因。一种发式的改变，一个细小的饰物的出现，这些看似琐碎的事物或行为对于一个人来说却是为他开起了一道穿越现状的大门，引导他进入了一个新的世界。所以时尚最重要的功能既非阶级隔离，也非虚荣心的满足，而是对于日常生活的超越，使人们获得进入一个陌生世界的契机。对于不同的人，这个陌生的世界具有不同的内容，比如获得心上人的青睐，使自己与众不同，打破烦琐的现实世界的束缚，获得一种自由的感觉等。所以我并不认为等级社会中贵族和皇室成为时尚的发起者是因为他们想区别于那些模仿者。即便没有人对他们的服饰进行模仿，他们会满足每天都穿着同样的衣服吗？他们难道不是也需要通过对于服饰的改变给自己提供一种新奇和变化，从而获得一种想象中的满足吗？总之，无论是贵族、平民，男人、女人，年轻

人、老年人，都希望在这种简易的改变中获得一种想象中的满足。“追求时尚就是，比如说，追求不可达到的理想。”“追求时尚的行为表明还有些许的偏离和不完善，似乎某些东西没有完全得到实现，又像是一种没有达到完全标准的成就。对时尚的追求表明了在所渴望的和已实现的之间存在着距离，也正是由于这些额外的细微差别使得时尚这个词得以应用。”³弗吕格尔也指出“时尚的形成不但需要代理人的影响力，还需要事物本身具有特殊的形式”⁴。

有人会说时尚不一定都是在追求新异，有的时尚就是在复古，把过去若干年以前的东西拿到今天，也能变成时尚。首先，任何过去的东西拿到今天来都不会是原封不动地拿过来，总会对其中某些部分，哪怕是极其细微的部分作出改变，将其打上今天的烙印。比如今天出现了对于汉服的喜爱，穿汉服，甚至在特殊的节日里恢复古人的一些习俗。认真去看你会发现，无论是汉服的样式，还是他们所恢复的古人的习俗，都不可能完全是过去的翻版，而都或多或少表现出当代人的特点。其次，过去的东西经过一定时间再拿出来就有可能成为新的东西，这就是所谓的“距离产生美”。这里所说的新并非是指第一次出现，而是指对于当事人而言陌生的东西。30年代的旗袍在今天也能成为时尚，是因为对于今天的人来说，那种服饰样式已经陌生了，因此具有了一种新鲜感。而且旗袍也不仅仅作为一种服装样式，它也成为一个时代情感的积淀，引发了人们对于30年代的印象。

时尚是通过传播而形成的。没有传播就没有时尚。一个人的言语和行为方式不可能成为时尚，只有某种具体的物质或某种行为方式被一群人所崇尚，所追求之时，时尚才真正产生。时尚就是在人与人之间的相互追随和模仿中，也就是在人群的传播中产生的。在这个传播过程中，被传播的对象获得了超出它本身以外的价值。一个具体的事物怎么在传

播过程中获得它本身以外的价值的呢？只能说传播本身就是一种价值赋予的过程，也就是说，事物在传播的过程中，价值逐渐地增加以至于远远超出它本身。什么样的传播方式会使事物获得远超出自己本身以外的价值呢？正如时尚这个词本身所表达的，非常直接地表现了特定社会的价值倾向，尤其是对于视觉形象的价值判断的那些事物和行为。人们所期望的视觉形象往往是通过公众人物表达出来的，因此时尚的形成同人们对于这一时期特定的公众人物形象的关注相关，所谓“城中好高髻，四方高一尺，城中好广眉，四方且半额。城中好大袖，四方全匹帛”。在古代社会，公众人物就是那些特权阶层，他们的形象往往会受到人们的瞩目而被模仿，这种形象因此就得以传播。这种形象的价值并不在于其特殊的社会地位，而在于他们创造出一种新的可供模仿的形象。我们前面谈到时尚产生于日常生活的审美化，并非所有的阶层都有能力追求审美化的生活形式，墨子说：“食必常饱，然后求美，衣必常暖，然后求丽，居必常安，然后求乐”，就是说审美化的生活形式是奢侈的产物。之所以特权阶层常常成为时尚的发起者，是因为他们有能力，有闲暇，而且在审美趣味上确实又有一定的优势，所以他们对于生活形式的改变就给人们提供了追新逐异的契机。正是因此，时尚的变化才总是通过模仿而实现。既然不是每个人都具有创造新鲜行为和样式的能力，不妨就借助现成的行为和样式（但一定是有别于自己已经拥有的）获得一种变化，获得一种想象中的满足。

研究美学的人会研究艺术，但却很少想到研究服装和服装时尚。实际上，在那些依赖绘画、雕塑作品研究服装的服装史著作中，我们不仅看到服装的变化，而且也看到艺术的变化，或者说服装的变化本身就是艺术变化的一部分。如果我们能够看到艺术的变化同服装的变化一样都是人的求新求异心理的表现，我们就可以很轻易地把艺术也包括进时尚的领域。更

进一步，无论是艺术，还是服装，实际上都是人们在追求日常生活美化而发展出来的物质形式。这种求新求异如果还要加上符合人们感觉的形式，时尚就是日常生活美化的形式，或者说是日常生活中持续的不断变化的美化的形式，这种形式可以是家具、室内装饰、服装、建筑、绘画、雕塑，再进一步扩大，就是任何一类的日常生活用品。

如果把我们传统的艺术同时尚相比的话，会发现美的变幻在时尚中比在艺术中表现得更为明显，因此时尚同艺术相比更适宜作为美的表达。时尚表明了美的广大的领域，而艺术却将美限制在一个非常狭窄的领域内。时尚表明了美的领域所具有的统一性，而艺术却生硬地将这种统一性分割开来，将一部分称之为高雅的，而另一部分称之为低俗的。有人将这一分离看成是社会阶级区分的结果，是上层阶级的审美品味同下层阶级的审美品味之间的分离。但事实上，对于上层阶级而言，艺术曾经就是时尚中的一部分，绘画和雕塑与服饰家具给他们提供的是同样的愉悦，也都是对他们特殊的社会地位的表达。但实际上这种区分有着更为悠久也更为深远的背景，简单地说就是柏拉图-基督教禁欲主义在美学上的反映，也是强调以理性统治感性，以精神统治肉体的理性主义的哲学在美学上的表达。但问题在于，很难有充分的合理的根据来将艺术从时尚中分离开来，单独赋予一种特殊的神圣性，而将时尚的其他领域抛弃。无论从个体的审美经验，哪怕是那些理性主义者的审美经验，还是从时尚与艺术产生的历史来看，艺术都是时尚中的一部分。其实这一观点早在19世纪已经由巴尔扎克在《风雅生活论》中指出：“不过在今天，时尚不再局限于个人的奢侈享受。……时尚决定风雅的原则，同时包含所有的文艺，是所有文学著作及工艺品的原则。”⁵

艾柯在他的《美的历史》中以“穿上衣服的维纳斯”和“穿上衣服的阿多尼斯”，即各个时代的穿衣的女性男性的艺术形象来展示美的历史变

化，不同时代的美从这些艺术形象中一望而知。如果大致可以对其划分类型的话，我们可以把时尚依据其体现出来的美的特点区分为古典时尚、现代时尚和后现代时尚。古典时尚大约出现于14世纪，一直持续到18世纪，指的是由宫廷贵族所形成的时尚。古典时尚主要体现宫廷贵族的高贵的身份、地位，无论男性女性的服饰一律风格华丽，装饰繁复，色彩鲜艳。现代时尚形成于18世纪，指的是由资产阶级上层和艺术家形成的时尚，男女服饰有明显的差异。男性服饰渐形成稳定的风格，更多的变化体现在女装上面，风格追求简约、典雅、方便，强调做工的精致，色彩渐趋内敛。后现代时尚形成于一战之后，二战之后表现得更为突出，指的是由青年亚文化群体形成的时尚，性别差异又被放弃，追求反叛。表现形式多样，有的优雅精致，有的却怪异粗鄙。当代的时尚逐渐为商业和媒体所操纵，从古典到后现代的时尚形式皆可利用，却失去其特质，不再能够形成体现时代精神的风格，而更像是把各种风格混杂拼贴在一起，形成一种炫目之美。无论美的概念本身如何的变化，它总是在不同时代的时尚中清楚明白地表现出来，尤其是在服饰时尚中表现出来。正如波德莱尔所言：“人类关于美的观念被铭刻在他的全部服饰中，使他的衣服有褶皱，或者挺括平直，使他的动作圆活，或者齐整，时间长了甚至会渗透到他面部的线条中去。人最终会像他愿意的样子。”⁶这就是所谓“服装使人成为人”，或者说“人靠衣装”。

注释

1. James Laver, *Costume and Fashion*, Thames and Hudson World of Art, 1982, p.44.
2. 布罗代尔：《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》，三联书店，1992年，382页。

时尚的历程

3. Joanne Finkelstein, *Fashion: An Introduction*, New York University Press, 1998, p.6.
4. J.C. Flügel, *The Psychology of Clothing*, The Hogarth Press LTD, 1950, p.152.
5. 巴尔扎克:《风雅生活论》, 江苏人民出版社, 2008年, 30页。
- 6.《波德莱尔美学文选》, 人民文学出版社, 1987年, 458页。



绪 言 时尚之美	001
导 言	001
第一章 宫廷时尚与品味	005
第一节 宫廷社会与时尚的形成	006
第二节 宫廷爱情与时尚	016
第三节 宫廷时尚的变迁	023
第四节 法国的宫廷时尚	037
第二章 资产阶级的时尚与品味	071
第一节 从宫廷品味到资产阶级的品味	072
第二节 资产阶级品味的形成	076
第三节 新古典主义女装的品味和时尚	085
第四节 18世纪的“男性大放弃”	099
第五节 纨绔主义时尚	111
第六节 唯美主义时尚与女装改革	122

时尚的历程

第三章 街头时尚与品味	136
第一节 20世纪以来欧洲艺术和品味的变化	137
第二节 青年亚文化群体的产生与特点	148
第三节 几种典型的街头时尚	153
第四节 街头时尚的前景	181
第四章 时尚制造与品味消费	186
第一节 时尚明星	187
第二节 时尚媒体	202
第三节 品味消费	211
第五章 时尚理论	215
第一节 理性主义的时尚理论	217
第二节 审美主义的时尚理论	222
第三节 后现代主义的时尚理论	227
第四节 时尚理论的方向	234
结 论 从品味理论到时尚理论	240
后 记	247

导 言



理论都有以偏概全的特点，那些理论持有者的背景、思考方式和他们的经历经验都决定了理论的有限性。但理论家习惯于罔顾理论的有限性，得出一种理论就想使之放诸四海而皆准。时尚理论也有这方面的特点，有人认为时尚表现了社会中的人普遍的心理，就是既要出众又要出众；也有人认为时尚表现的是人人都具有的求新求异的心理；还有人认为时尚根本就是商家制造出来的结果。无论哪一种理论，似乎都不能解释在历史中存在的各种时尚形式，或者说每一种理论似乎就是对某一特定时尚形式研究归纳出来的。正是因为有不同的时尚形式，所以会有不同的时尚理论。要想考察时尚，必须先具体考察时尚的各种形式，然后分门别类地对其作出归纳，方才作出比较合理的解释。所以，本书考察了时尚在不同的历史时期的表现形式，追溯其形成的各个方面的因素，希望通过具体的研究来理解时尚，而不是得出一个固定不变的时尚概念，或者揭示时尚的什么本质。

无论时尚的概念如何变幻，从外面来看会发现时尚还是有一个领域，无论任何时代的时尚，总会表现出一个特征，即它们都是生活形式的美化，因此我们对于时尚的研究实际上就是对历代生活形式的美化的研究。

看每个时代人们以什么样的观点来美化自己的生活，是哪些人，出于什么目的来美化他们的生活，又形成了什么样的风格。这是对于时尚的研究，同时也是对于美的研究，对于各个时代的审美品味的研究。这样的研究一方面会注意每个时代形成的特殊风格，但更会关注是什么人如何形成这种风格的。所以这本书严格地说可以称为风格的社会史或品味的社会史。从这些方面来看，本书可能称为“时尚与品味”更为合适。从这一方面来看，时尚绝不仅仅限于服饰，建筑、雕塑、绘画、室内装饰、日常用具、行为举止等等均会表现出具有一定规律的持续变化的风格，但服饰却是时尚最典型最易见的表达方式。所以我们在论述时尚时，会兼顾和品味相关的各个领域风格的变化，但是最主要的还是以服饰风格的变化展示不同时代的时尚。

由于本书主要讨论西方的时尚，这会让人产生疑问，时尚仅仅是特定历史和特定地域的产物吗？难道不是所有的社会中都会形成时尚吗？在本书的论述中，有意围绕时尚与现代性的关系展开，现代性是由于城市和资本主义商业的兴起而形成的一种对于新特别关注的精神体验，它首先诞生于受资本主义商业影响的宫廷，然后蔓延于城市之中。现代性的体验因此是西方社会特有的产物。比如中国的宫廷虽然也有对于新奇的追求，对于奇装异服的选择，但基本上都是受到贬斥的，被认为是有悖礼制，不合常理的。而且这些变化也没有能够形成持续的有一定规律变化的风格。在今天的中国人的服饰中，很少能找到这一类变化的痕迹。但西方的服饰发展却呈现出了明显的规律性。最关键的是，西方服饰风格的变化已经影响到全球的各个社会之中，包括特别保守的穆斯林社会。严格地说今天的服饰时尚就是西方服饰时尚。虽然可能有一些中国的，或其他民族的要素加入其中，但这改变不了整个时尚体制的性质。据此，我们认为以西方时尚的发展为代表的这种发展的趋势，形成

的风格特征以及对此的阐释对于今天其他的社会也具有一定的适用性。

全书共分六章：

第一章 宫廷品味与时尚。阐述宫廷社会的形成如何促使贵族在对内与对外的竞争关系中追求生活形式的华丽和奢侈，来展示自己的权力和荣耀。这一方面使得审美感官越来越细腻，另一方面形成了风格化的生活形式。勃艮第宫廷、西班牙宫廷尤其是法国宫廷的时尚成为当时具有国际性影响的时尚。

第二章 资产阶级的时尚与品味。阐述资产阶级革命以来，创造风格的使命如何由贵族落到了艺术家的头上。艺术家们成为品味的权威，他们不但创造艺术作品，而且追求生活的艺术化。古典艺术成为生活仿效的对象，这带动了女装时尚的变化，也使得三件套成为男装固定的形式。

第三章 街头时尚与品味。西方文化的衰落，使得青年亚文化群体抛弃高雅的资产阶级文化，追求反叛和奇异的风格。摩登女、特迪男孩、嬉皮士、朋克，各种亚文化时尚以惊世骇俗的形式竞相挑战西方传统文化的底线，但因着媒体和商业的宣传逐渐被人们所接受。

第四章 时尚制造与品味消费。在当代商业文化中，时尚不再是自发地形成。先是媒体和商业通过制造明星的手段将时尚制造出来，然后强加于消费者。消费者通过消费而非自己主动地选择来表达自己的品味。设计师、娱乐明星。大众媒体和商家形成了一个制造时尚的商业体系。

第五章 时尚理论。在前面历史叙述的基础上，概述自18世纪以来西方理论界形成的各种时尚理论。大约分为三个方面：第一是理性主义的时尚理论，把时尚作为一种社会现象，探究其中所蕴涵的人类心理。第二是审美主义的时尚理论，把时尚作为美的形式或者艺术形式，认为对于美的追求是时尚发展最主要的动力。第三是后现代主义的时尚理论，把时尚看做是媒体和商家制造的产物，批判其背后的商业意图；也有理论家把今天

时尚的发展看成是民主社会发展的契机。

从各章的叙述中我们看到时尚的问题同美的问题，艺术的问题，尤其是美学中核心的品味的问题密切相关。对于时尚的研究可以帮助我们重新思考传统的美学问题，可以使当代的文化研究集中于一个典型的载体。