浙江省哲学社会科学规划课题

现代服饰与大众文化学研究

舒湘鄂　著

西南交通大学出版社
·成　都·

需要全本请访问 www.ertongbook.com

图书在版编目（CIP）数据

现代服饰与大众文化学研究 / 舒湘鄂著. —成都：西南交通大学出版社，2006.12
ISBN 7-81104-493-5

Ⅰ. 现… Ⅱ. 舒… Ⅲ. 服饰－关系－文化－研究
Ⅳ. TS941.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 161866 号

现代服饰与大众文化学研究

舒湘鄂　著

*

责任编辑　秦 薇
封面设计　张 劲
西南交通大学出版社出版发行
(成都二环路北一段 111 号　邮政编码：610031　发行部电话：028-87600564)
http: //press.swjtu.edu.cn
成都蜀通印务有限责任公司印刷
*
成品尺寸：185 mm×260 mm　　印张：10.5
字数：262 千字
2006 年 12 月第 1 版　　2006 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 7-81104-493-5
定价：36.00 元

图书如有印装问题　本社负责退换
版权所有　盗版必究　举报电话：028-87600562

前　言

“衣食住行”衣为首，从远古到现代,衣着服饰历来为人类构筑社会、走进社会的第一要素，是为生存、生活的必需。但随着人类社会的发展，服饰作为生存要素的物质意义已逐渐淡化，而作为人的精神需求的文化意义被凸显出来。人们对服饰的选择，其实是对文化的选择，个体是这样，群体、族群也是这样。服饰已经成为一种个性的形象符号，一种自由精神的表征，服饰文化也成了现代服饰企业产品、品牌、市场的灵魂并转化为经济价值、产业动力。那么，这种具有巨大的市场能量的服饰文化何以形成？属性如何？这样，对现代服饰文化的主流文化进行的思考与研究便成为话题的中心。

随着全球经济一体化和我国工业化社会进程的步伐，在伴随现代工业社会经济繁荣、充满物欲的同时所带来的精神压抑和灵魂空虚的通病中，人们谋求个性解放、精神自由的欲望油然而生，并企望于依附某种载体予以宣泄与承载。这时，服饰作为一种文化载体、一种精神表征，迎合了大众的精神需求，现代服饰文化的大众文化属性成为现代社会的必然产物。这种文化是对传统服饰文化的反叛，是一种市民经济文化、市民观念文化，是一种流行时尚文化，是一种“俗文化”、大众文化，而非“精英文化”、“高雅文化”、“严肃文化”。它摒弃一切等级、身份、政治因素，弘扬个性、人性，追求自由、浪漫、舒适，它具有流行变化快、地域广、族群差异小等特征。同时，这种文化因其载体的实用性、普遍性而具有任何文化载体无可比拟的大众性，成为大众文化品质和文化观念最直接的体现。它在满足大众个性需求的同时，也在改变着人们的观念和生活方式。因此，对现代服饰文化的大众文化主流的探讨与研究，于现代服饰的发展具有现实意义，对大众生活品质、文化品质的提高也不无意义。

正是鉴于这种思考，我们（课题组成员还有陈钦权教授、郑娟副教授两位老师）向浙江省哲学社会科学联合申报了题为“现代服饰与大众文化学研究方法”这一课题，并得到了省有关专家、领导的重视并得以立项。现作为结题的专著付梓出版，对书中的错误及不妥之处，尚祈有关专家、学者和广大读者不吝赐教。

书中部分图片引自《中西服装史》、《中西历代服饰图典》、《中国织绣服饰全集》及《中华旗袍》等书刊，由于种种原因，未能一一联系，在此特别致谢。同时还参考和借鉴了其他一些作者的研究成果，在此一并表示感谢！

舒湘鄂

2006 年 11 月

目　录

绪　论 …… 1

第一章　服饰是人类生存的物质形态 …… 9

一、服饰、服装的关联论证 …… 10
二、“垂衣裳而天下治”诠释 …… 28
三、“衣必常暖，而后求丽”的注释 …… 31

第二章　服饰形态的原始意义 …… 34

一、人性、社会性与物质化载体 …… 34
二、宗教、礼仪与服饰关系 …… 37
三、服饰的法律与惯例 …… 41
四、中西方比较：复杂的礼仪与平民的简约 …… 49

第三章　服饰图案化与符号的社会意义 …… 52

一、文身情结，图腾崇拜 …… 53
二、服饰图案程式化意义 …… 55
三、服饰成为一种语言符号 …… 61
四、服饰社会意义的存在形式 …… 64

第四章　大众文化集合性概念 …… 70

一、关注人类生活方式意义的大众文化 …… 70
二、大众认同与大众文化范式 …… 92
三、大众化与建制形式 …… 95
四、大众语式的文化观 …… 97
五、大众文化的艺术态度 …… 100
六、大众文化的自律 …… 104

第五章　大众文化是现代服饰的主流文化 …… 111

一、大众对现代服饰的文化态度 …… 112
二、现代服饰是大众文化的物化载体 …… 115
三、现代服饰直接反映大众文化心态与价值取向 …… 118
四、现代服饰反映大众文化品质与意识形态 …… 121

五、现代服饰的文化属性 …… 128
第六章　现代服饰文化与经济的关系 …… 133
一、现代服饰是一种文化产业 …… 134
二、文化消费观与服饰品牌的文化分析 …… 140
三、现代服饰异化与创新 …… 146
四、现代服饰与现代艺术思潮 …… 152
五、现代服饰的文化走向 …… 157
参考文献 …… 161

需要全本请访问 www.ertongbook.com



第四章　大众文化集合性概念

一、关注人类生活方式意义的大众文化

列宁说，对于人口以百万计的广大居民来说，艺术对其中几百人甚至几千人的贡献也是不重要的，艺术属于人民。它必须深深地扎根于广大劳动群众中间，它必须为群众所了解和爱好。我们必须经常把工农放在眼前，我们必须学会为他们所打算，为他们管理，即使艺术和文化的范围内也是如此。[①] 列宁所关注的人民艺术和文化在某种意义上说就是现在





① 蔡特金：《列宁印象记》。

意义上的大众文化和大众生活方式。我们认为，服饰的文化一定是一个大众的文化，而且服饰是最能反映大众生活方式的一种文化形态，大众的文明才是一个民族文明的真正意义。马克斯·韦伯说：“西方文明的决定性影响并不仅仅体现在对那些客观的物质文明与主观的精神文明的影响上，更重要的一点是我们城市最为重要的组成部分的市民是西方文明的真正载体。近代城市的市民所具有的特性与现代西方文明有着密切的契合关系。”① 马克斯·韦伯对市民的含义的描述是从西方社会发展演变的历史角度来界定的，他认为东方的中国、印度不会出现这样的情况。我们认为关于“大众”大可不必以马克斯·韦伯的方式来界定。中国现代的大众生活方式可以构成中国的大众文化结构，应该说身处在今天市场经济的环境下，已基本实现了大众的平等和无太大差别的生活水准。虽然有先富起来的人群，但也不足以使他们改变文化意义上的生活方式，而国家所提倡的文化精神与广大民众的文化精神是一致的。国家关注公民的文化价值观，提倡民众的生活方式以社会主义的新理想、新风尚为准绳，鼓励积极向上的生活态度的社会主义新风尚。弗兰克林在《新教伦理与资本主义精神》中说：在现代经济制度下能挣钱，只要挣钱合法，就是长于、精于某种天职的结果的表现。而这种美德和能力，可以说是资产阶级文化的社会伦理中最具代表的东西。而且在某种意义上说，是资产阶级文化的根本基础。尽管中国仍处在市场经济的完善期，大众的生活方式在发生不同变化。但蕴藏在大众文化中的中国传统美德，植根于社会主义精神文明中仍然是极深的。



① 马克斯·韦伯：《摆脱现代社会两难困境》，辽海出版社 1999 年版。



马克斯·韦伯在谈到中国的社会学基础时，十分称赞地说中国是东方古老文明的代表。中国在东方所扮演的角色，一切东方绅士的优雅风度，大都来源于中国文化。他说，我必须承认我并不是中国问题的行家里手。对中国问题研究，只有生活在中国的人才能做真正的研究。

在我们所说的大众文化中，儒家思想的深层结构影响着大众的伦理准则。如孔子说：克己复礼为仁，一日克己复礼，天下归仁焉。《论语·颜渊》认为，人们必须在生活中保持克己和中庸的态度，以小心谨慎的自我修养来减少人与社会的紧张。抑制由狂欢、极喜所引发的非理性情感，实现道德的自我完成和人格完满的境界。





儒家伦理影响了大众文化中的道德信条和日常生活的行为准则。三纲五常的纲常伦理既影响了中国人的生活态度，又成为中国政治生活的原则。忠、孝、礼、仁体现在大众文化的骨髓之中。

（一）文化、文明与大众文化

Culture——文化，它的原意是耕作、饲养、教育等人工创



造过程及其产物，和自然过程及产物相对立。《易 · 贲卦》曰：“观乎天文以察时变。关乎人文以化成天下。”《说苑 ·指武》中曰：“圣人之治天下也，先文德而后武力。凡武不兴，为不服也，文化不改然后加诛，夫下愚不移，纯德之所以不能化，而后武力加焉。”文治教化此意文化。

英国 E · B · 泰勒（E.B.Taylor）说：“文化是一种复合体，它包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗，以及其余从社会习得的能力和习惯。”马林诺夫斯基给出的文化定义，要比泰勒定义多了物质形态的文化部分。他说：文化是指那群传统的器物、货品、技术、思想、习惯及价值而言，这个概念实际包含着及调节着一切社会科学。社会组织除非视作文化的一部分，否则是无法了解的。一切对于人类活动、人类集团及人类思想和信仰的个别专门研究，必会和文化比较研究相衔接。而且得到相互的助益[①]。刘敏中先生曾摘录了不下 20 种关于文化的定义。对于文化概念的不同规定，涉及其背后作为依据的文化作用的基本观点，这里不作详细叙述。我们围绕服饰的文化性质和形态，来认识关于文化的定义是想在文化学中寻找到依据，用于证实服饰文化的真正意义。在以前关于服饰文化的书丛中，一开始就不假思索地自定了许多名词，如服饰文化、服饰艺术、服饰美学等。到底服饰的文化是什么？在文化的概念中哪些内容属于文化范畴，没有人认真地去研究。在此我们仅对有关服饰的文化内容作些诠释，以补充过去不够细致的文化分析。

服饰不是自然物而是人造物，人类创造器具构成——人工环境。服饰作用于人的生理的、精神的需要，即在人类生活最原始的方式中，都是靠工具间接地去满足的。马林诺夫斯基把人造物理解为文化的物质设备。他说，举凡器物、房屋、船只、工具以及武器，都是文化中最易明白、最易捉摸的一方面，它们决定了文化的水准。物质形态全部意义及全部价

① 马林诺夫斯基：《文化论》，费孝通译，华夏出版社 2002 年版。





值，都归于物质文化，所以他对文化定义为“文化是对一群传统的器物、货品、技术、思想、习惯及价值而言的”。这个概念包含着及调节着一切社会科学。

服饰具有的象征符号的意义，说明了文化的含义。A · L · 克罗伯说：文化包括各种外显的或内隐的行为模式。他们借符号之使用而被传播，而且构成人类群体的出色成就。包括体现在人工制品中的成就。文化的基本核心包括传统观念，又是其价值观。文化体系虽可被认为是人类活动之因素，但也可被视为限制人类作进一步活动之因素。吉尔兹说：文化意味着具体表现在符号中的、富有意义的、历史的传递模式。这个符号模式，是由人类传递、保存的、发展他们关于生活的知识和对生活的态度的一个继承性的观念系统。

服饰是人类物质生活和精神生活的设计产物，是人类有意义的创造性活动，克鲁克洪 · 凯利说：文化是在历史的进程中人们为了生活而创造出的设计图案，包括显性的和潜隐的，也包括理性的、不理性的及非理性的一切。在某特定的时间内，它是人类行为潜在的指针。基辛说，文化一词用来指某个民族的生活方式或所依据的共同观念体系，即该民族的概念性设计、共同的意义体系。贡恰连科说：文化是人在物质和精神生产中进行创造性活动的方式的总和。研究的重心应从价值问题转向人的创造性活动问题。

服饰与其他人造物不同的是它与表现人的特征具有不可分离性。我们很难对一个裸体的人做出表现性判断，只有当人与服饰统一时，才可能表现出人的社会性质。H · C · 兹洛宾在《文化革命的本质》中说：“文化……这是表现人的特征，而且仅仅是人的特征的概念。”

文明，泛指一种文化在其发展的进程中所达

成的状态。李渔《闲情偶寄》:“辟草味而致文明。”“文明”是在一定历史阶段，用于克服生存问题的社会工具总和，包括经济方式及有影响力的社会关系，还有政治上的社交举止、教育体系，同时也包括宗教价值体系和美学。总之，文明是涵盖社会实践的一个非常广泛的概念，那些具有共同重要特征的社会实践体系，应被视作相同的文明群体。

在中国，文明这个概念在本土化意义上是根深蒂固的，殷海光在《中国文化的展望》一书中介绍了中国的文化意识和文明含义。他曾用中国天朝模型的世界观与赖特（Arthur F. Wright）19 世纪中国文明之自我影像的相同观点分析中国之文明。

中国广土民众，并且是位居平地中央的国家，上覆苍穹。中国不独在地理位置上位于地球中央，而且在文化上也独具特色。中国的文字、道德、礼仪、制度，曾经无一不优于四夷。中国在历史上一度是政治的中心，万方来朝，四夷宾服。中国物产富饶，经济自足，无待外求，所以也就少与人通商。好古，并且圣化自己。中国的道德原则对于一切人民都有效，故圣人先贤的言行堪足为后世法。好古是第一要务。



赖特分析陈述说：中国人有理由抱着两种看法，第一种看法是认为中国位于地理位置上及文明生活之中心；第二种看法是以为中国文化在一切方面都优于别的一切文化——无论在礼仪上还是道德上，无论在国家上还是社会组织上，无论在技术上还是文学上，无论在人民性格的陶冶上还是知识的启发上，都优于其他一切文化。第一种看法则结晶为“中国”这个最常使用的名词，第二种看法反映为另一个常用的名词“中华”，位于正中的文化之华。

中国的“本土化”文明进入了一个反思的历史阶段。中国的文化事实上是在变迁的过程中“近一百多年来中国一切重大困难都是从文化出了问题衍生来的”[①]。理解“文

① 殷海光:《中国文化的展望》，上海三联书店 2002 年版。

需要全本请访问 www.ertongbook.com



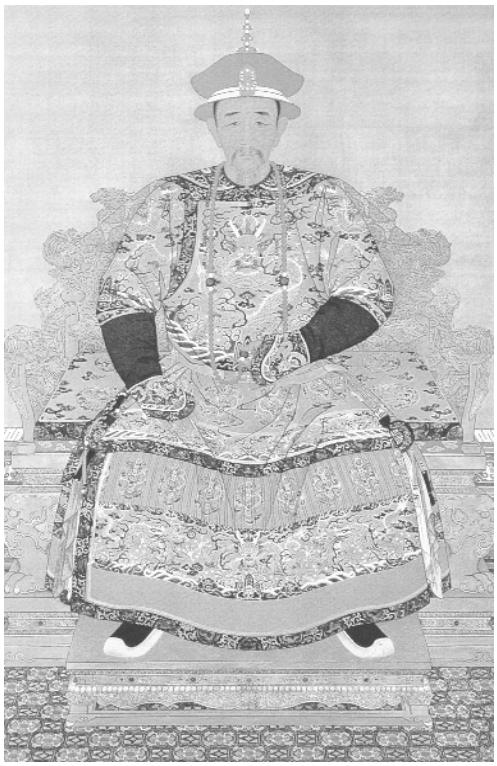
明”的意义，有利于我们了解现实社会在一种文明下提倡和传承的文化意识。在服饰文化研究中，文明的意义在于对一个共识的世界范围内各民族文化发展的不同，而需要在分析中注意到文明的尺度、进程。对于文明的“保留剧目”、“文明的仪器”要给予充分解释。

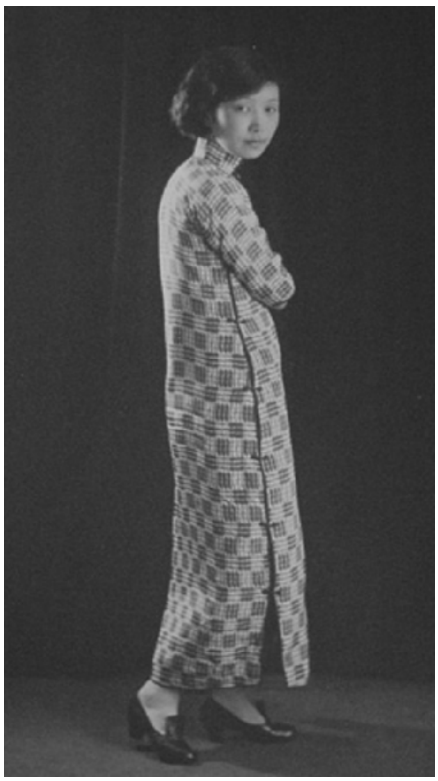
总的来说，人类社会从原始文明—农业文明—现代文明，这个发展历程都与前后两个社会变量的不断变化息息相关。假如忽视它们的作用，人们无疑会在一个新的时代里束手无策。我们在科幻影视中，所看到的时空倒流给人们带来的不适，反映了文明发展的尺度和进程的错位，“保留剧目”一定是通过两个文明时代的筛选而保留的精华，“文明的仪器”弥补了人类在生物性直觉方面的不灵敏，面对自然的挑战，人类如果要生存下去，就首先必然积累作为物质生活前提的生存经验，进行集体协作，从而产生集体概念。而集体协作必须培养起相互一致的看法，使得这种关系协调得以成功。

大众文化是一种新发明的表现，只是大众文化对于“保留剧目”和“文明的仪器”作了重新思考和省视。现代文明滋生在新的文化土壤中，经济全球化的世界文化对话时代显然产生了新的文化形式和文化的变异。工业时代的“大众社会”必然产生大众文化，随着工业革命的推进，“大众文明”和它的“大众文化”全面登陆。面对文化的创新与建立，必须思考两个问题：一是对传统的本土文化传承的反思与重构；二是对人类文明的世界性的考虑衡量。安吉拉·默克罗比在《后现代主义与大众文化》一书中说：“在一个新的批评视野里，以精英文化为主体的诸种文化现象不再作为分析和研究社会体制和意识形态的主要对象。恰恰相反，这种分析和研究把注意力转向了被以往的理论活动排斥或推向边缘的领域。大众文化，以及与大众文化密切相关的大众日常生活，作为理论分析和批评的主要对象。”[①] 威廉斯在《文化与社会关键词》中称大众的含义是，民有、民享、为民喜闻乐见。威廉斯区分了“大众”一词的三层意义：第一层是“为民众”；第二层是种生气勃勃的大杂烩；第三层是对事物的依赖。在文化研究中将认真的文化分析和美学问题延伸到日常生活。

① 安吉拉·默克罗比：《后现代主义与大众文化》，中央编译出版社 2001 年版。

研究普通民众经验的、形象的、风格化的和物质的反映，以及他们对自己真实的和想像中的从属地位作何反应。“大众文化至此还被认为是积极的过程和实践，以及对象和物品。它形形色色无所不有，包括邮购目录、汽车和其他耐用消费品设计、衣着和食品风尚。足球赛、音像制品、圣诞节，如此等等。有人暗示，大众文化是有颠覆，甚至颠倒既定霸权秩序的能力。”① 在对服装的文化研究中我们遇到一些问题，如服饰的主脉发展并不是连贯通畅的。传统的研究服饰方法有两条线：一是帝王贵族的服饰文化；二是大众的服饰文化。这两种服饰文化在现代社会服饰文化中，忽然地断链和模糊不清，谁也无法按过去的文化链来分清贵族与平民的服饰形式。另一个问题是民族服饰与世界服饰的共存性，二者不是矛盾的而是趋向统一的。在中国，某些民族的服饰在不断地趋于一致，在世界范围内，服饰文化也走向平民化和统一化。





① 伯尔·洛克：《新丰塔那现代思想词典》。



这些问题引起我们对服饰文化的反思和对文化研究转向的思考，在现代社会服饰中，真正意义的文化，应该是一个什么样的文化结构。

（二）大众文化现象及价值取向

大众文化现象的反思不仅是对大众文化、媒界文化与文化工业的回应，而且是对激变中的社会现象的回应和对新的社会实践的探索。“大众文化是大众社会的产物”，在《大众文化的神话》的导论中，有这样一个解释：大众文化具有流行（为大量受众而存在）、瞬间即逝、唾手可得、成本低廉、大量生产，主要以年轻人为诉求对象，诙谐而带点智慧、玩弄花招而又显得俏皮、浮夸，足以带来大笔生意等多项特质。美国评论家麦唐纳（D.macDonald）认为，大众文化就是文化由“商人雇佣的技术人员所编造，其收受者是被动的消费者，他们的选择只有买与不买两种。……单凭它那无所不在的影迹，他那让人难以言尽的数量，就已足够威胁‘高雅文化’的生机”[①]。尼采也认定“高雅文化”（哲学·艺术·文学与



① 阿兰·斯威伍德：《大众文化的神话》，生活·读书·新知三联书店 2003 年版。

科学）之所以饱受威胁，原因全在于平庸之“大众”无休无止的餍求与意识形态。“大众已经决定要走上社会生活的舞台，盘踞空间，并且搬弄道具，分享从前为少数人专擅的娱乐之情。”其结果也就不言而喻，就是“大众将要支配的政局了”。

陆杨在《大众文化面面观》中赞许大众文化是我们今天格外风光的产物，不但带有滚滚商业利润，就是在其精神内涵方面，也早已挺直了腰板，不但扬眉吐气，敢于向对它压迫已久的高雅文化叫板，而且差不多反客为主，一跃成了背后有政府推动的主流文化。这在全球化之风一路尽吹的今天，于中国于西方并没有太大的差别。就是法兰克福文化学派在对于大众文化的激烈批判中也不得不说：“真正的文化是一块乌托邦的天地……可悲的是‘真正的’文化也明显要给大众文化拖下水了。因为一个显见的事实是，‘真正的’文化即高雅文化也无法对利润盈亏无动于衷了。”大众文化现象不仅是文化人对文化视觉的转移和关注，更重要的它是一个现实世界的存在。因为，事物被称为“大众的”，就“是成群的人，听它们、买它们、读它们、消费它们，而且似乎尽情地享受它们，这是大众文化的“市场”或“商业”的概念。其次，







大众文化又指“大众”在做或者曾经做过的一切事情。大众的文化、社会习惯、风俗和民风，标志着他们“特殊的生活方式”。再有是大众文化和传统文化之间的关系，其相互影响和抗衡着，由此激发出绵绵不断的张力。

在文化研究中，结构主义认为大众文化是一种“意识形态机器”，其俨如法律的规则，是专横的、统治大众的思想。文化主义则恰恰相反，经常是不作辨别，一味浪漫地赞扬大众文化是真实表达了社会受支配集团或阶级的兴趣和价值观，不假思索地赞同阿多诺的《论流行音乐》的一些观点：流行音乐是文化工业的商业制作产品，其特点是标准化和伪个性化；流行音乐刺激的是被动消费；流行音乐是社会的黏合剂。同样地，大众文化背景中的流行服饰与流行音乐也有着异质同构的关系。

人类创造了一种文化，也就创造了一种价值，同时，也就产生了使用这种文化的价值意识。但是，我们往往在使用

这一价值时，“仅仅是为了利用这一价值去获得这些东西。而这些东西的价值来源甚至连想都不想一下”[①]。在我们的社会中，服饰是作为产品和商品的，这一点一般人都毫不怀疑。生产商与经销商也仅就为生产商品在流通中获取利润的动机产生价值意识，而不是对于服饰的文化价值进行反思，仅是对其所具有的一种使用价值的直接反映。

大众文化不断地影响着人们对于服饰的价值判断和选择，大众文化的出现和发展还在改变人类的整个社会结构，改变着人类生存的整个社会文化环境，造成与传统生活环境不同的“第二现实”（信息时代中的理解和瞭悟的共同性），深刻地影响着人们的价值心理和价值观念的变化。

首先，大众文化改变了人们的理解认知系统。在传统社会中，人们理解和认知社会文化系统主要是其所生存的相对区域中，从而形成区域的礼俗文化，如风俗、习惯、礼仪制度、民族的服饰样式和穿着习惯，并在整个过程中自觉不自觉地接受了相对应的区域文化的价值和意义。在半个世纪前，我们可以通过服饰穿着看出不同民族、不同地域，甚至不同社会角色的人物特征。而现在，我们谁也不敢说西装是白领



① 司马云杰：《文化价值论》，陕西人民出版社 2003 年版。

需要全本请访问 www.ertongbook.com