

# 论时尚创意的民族性与世界性

文 / 张贤根

**摘要:**时尚创意及其生成,显然离不开一定的民族文化语境。在这里,民族性的存在不仅是基础性的,它还是经由民族间性通达世界性的前提。同时,作为时尚创意之源,民族性及其文化认同,是相关于这个世界及其广泛性而存在的,而且还是世界性文化认同所不可或缺的。在全球化的语境里,世界性的时尚文化应当成为基于民族性的多元时尚文化。而且,时尚创意与设计的实现,就是文化的民族性与世界性相互生成的过程。在这种生成性语境里,时尚与文化的民族性与世界性也将获得新的意义。

**关键词:**时尚创意;民族性;世界性;关系

在以时装为代表的时尚创意与设计之中,不可避免地会涉及到民族及其文化认同的问题。实际上,一种时尚创意既基于民族的日常生活与艺术表现,同时它又是以民族文化及其特质为语境与底蕴的。当然,对于时尚创意来说,还要考虑到时尚文化的民族性与世界性及其关系问题。作为一种当下与流行的艺术与文化样式,时尚及其创意涉及与揭示了民族性与世界性的关联。首先,时尚创意应该是民族性的,它要寻求并力图得到民族文化的认同与承认。同时,时尚创意还应该是世界性的,也即在世界性与全球性的语境里,获得不同民族广泛的文化理解与认同。在这里,时尚创意的民族性与世界性及其关系,显然就成为了时尚艺术与文化所要面对与亟待探究的重要问题。

## 1 时尚创意与民族文化语境

一般来说,时尚不仅关切于一般所说的艺术表现,它同时也是一个与生活、文化相关的问题,而且,创意无疑又是时尚的艺术与文

化表现的根本之所在。在这里,时尚在一定的时间与区域为人们所效仿,它不仅典型地、突出地表现在时装创意与设计之中,也广泛地存在于人们的艺术创造领域与日常生活世界。而且,时尚及其所表现出来的艺术风格,往往成为了创意文化的显著标志与独特表征。作为一种观念与思想的创新,创意是一切艺术、设计与文化的目标与旨归,当然更是时尚所凭借的基础与重要的规定。当然,这种时尚创意又在很大程度上改变着人们的生活方式。

作为一种祈新与盼变的衣生活,时尚不仅是一种重要的艺术与文化样式,同时,在推动经济社会与文化产业的发展方面,时尚也具有日益重要的地位、意义与作用。“到了今天,时装业更是成为了全球性产业,其产值巨大得难以估算;……”<sup>[1]</sup>因此,对某种时尚艺术与风格的原创,往往成为了艺术设计与创意产业的重要诉求。可以说,时尚创意甚至在根本意义上规定与影响着时尚产业在当代的发展。这里所

**基金项目:**教育部人文社会科学研究项目《时尚创意中的民族元素与文化认同研究》(12YJA760095)

**作者简介:**张贤根,武汉纺织大学传媒学院、时尚与美学研究中心教授

说的时尚创意,不仅是观念创新与艺术表现的问题,它还与一定社会族群的生活、文化密切相关。因为,时装设计与时尚衣生活,实际上不可能脱离一定的族群而存在。

与纯粹艺术相比,时尚设计与经济社会发展、人们的社会生活联系更加紧密。时尚所依凭的群体无疑是社会生活中的人,这些群体还常常呈现出某种民族性的特征。在传播过程之中,时尚总是被特定阶层的人们所追逐,之后又被不断的效仿并流行开来。在当代,时尚显然广泛的渗透进社会各个阶层之中,日益成为大众所青睐与关注的生活方式。时尚艺术与文化的传播,既存在于某个群体里面,又发生在不同群体之间。时尚服饰及其消费者,往往以一定的民族或族群的方式而存在。当然,时尚传播所依凭的群体与阶层也是变化的。对于各个民族来说,时尚与其特定的生活方式及其文化是密切相关的。

作为一种文化创意活动,时尚因为与人们的生活方式密切相关,而成为了一种极其重要的文化产业样式。当然,作为一种衣生活方式,时装也与着装者的宗教、文化和气质相联系。譬如,“在许多中东国家里,有关妇女的身体是否应当被遮掩的争辩仍然在反对者与虔诚的宗教信徒之间普遍存在,而在许多现代社会体制下的妇女仍将‘长裙裹身’视为想当然的出行装束;……”<sup>[2]</sup> 这些传统理应得到尊重与承认,当然也不能因此而将所有的民族服饰,都看成是一成不变的。实际上,各个民族的衣生活方式也处在流变之中。正因为如此,民族文化与传统显然是时尚创意所要考虑的问题。

在这里,时尚创意当然首先是观念性的,同时还要将新的想法加以视觉化表现,并与民族文化展开思想交流与互文性对话。比如说,创意的视觉化表现及其文化内涵,就是时尚设计应该给予思考与探讨的问题。一个民族的观

念、意识与精神,一般都潜藏在民族文化的语境里,并成为民族时尚文化的创意之源。而且,这些观念、意识与精神,都会以各种方式表现在时尚的创意与设计表现之中。当然,时尚创意及其与民族文化的关联性,并不是僵化的、封闭的与固定不变的,而是历史性变化与不断生成的。因为,民族文化也是历史性的,它为民族时尚提供了生成的文化语境。

在时尚创意的酝酿过程中,如何将各个民族艺术中的重要元素,加以借鉴与重构以揭示其时尚表现的文化可能性,这显然是时尚创意的根本着力点之所在。在全球化时代,时尚创意的民族性总是与地方性、区域性相关的。其实,“服装的起源可归入现今所公认的这个范畴:区域服装或民族服装。”<sup>[3]</sup>实际上,民族性与地方性、区域性总是不可分离的。当然,即使在时尚如此流行的今天,民族性在时装的设计里并没有也不应该消失。而且,对这些民族元素的发现与阐释,离不开对民族生活、文化观念与习俗习惯等的研究,尤其是各个民族的存在及其文化这一根本性语境。

## 2 民族性何以成为创意之源

无论是一般的自由艺术,还是设计的时尚艺术,都是人类文化在特定领域所展现的重要样式。而且,一切时代的时尚创意与设计,总是关联于一定族群或民族的存在、性格与文化,而且,这种关联并不只是局限于民族地区。因为,随着居住与生活之地的变化,一个民族与另一民族将共在于某些地域。同时,不同民族的文化也发生着相互的渗透与交织。因此,时尚文本的建构与生成,是不可能脱离民族与传统文化而实现的。显然,应当从民族元素及其生成所隐含的文化等方面,去揭示与彰显时尚创意与民族文化的关联性。这种民族性甚至成为了时尚文化的创意之源,当然也是后殖民时代地方文化及其差异的基础。

然而,时尚创意所涉及到的因素众多,各个因素之间的关系也异常复杂,而且,还存在着无所不在的文化及其语境。因此,在时尚创意的问题上,各种文化之间的复杂关联显然是难以回避的。而且,变化与求新总是时尚所企图表征的重要标志。比如说,1976年,圣洛朗推出的农民服装展,就充分地表明了时装业的易变性。同时,“通过融合丛林及热带形象,‘异国’人民和文化,‘民间’和‘民族’服装的因素以及重新利用以前的时装成分,异国情调成了时装新款式的潜在主题。”<sup>[4]</sup>这些异国的艺术情调与风俗,既表现了民族文化的特定意味,同时也是民族生活方式的风格化表达。

在这里,时尚创意的产生与艺术表现,无疑关切于观念与想法如何视觉化的问题,因为,时尚设计其实主要也是经由视觉艺术来传达的,当然,它同时还涉及到人的审美通感及其关联。因此,这里显然要关联到民族元素及其视觉性重构,以及基于这种重构的艺术表现等重要问题。为了创意的实现与传递,视觉艺术往往以可视化的方式来表达概念与文化。其实,这基于视觉本身的思维性与建构性特征,以及由此而实现的对观念的转换与重构。当然,这种视觉化传达,也应使得创意的概念易于理解与把握。同时,这种视觉化转换与表现,还应当有助于人们领会民族时尚艺术的文化语境。

在民族时尚创意与设计,元素的结构往往是由表观、浅层与内在等构成的,不同层次的可视化程度显然也是有所差异的。创意元素显然都要经由视觉化转换来表达,这样才能将观念、想法传递到时尚艺术及其表现中去。当然,不同元素及其创意的视觉化的方式与途径,当然也应该是有所区别与不同的。但是,能否得到民族文化的认同,却是所有民族时尚创意与设计所要面对的问题。当然,即使

“民族认同可能没有被清楚表达出来,但是它依然对人们的行为施加无处不在的影响。”<sup>[5]</sup>这或许是因为,民族文化的认同也具有某种不可见性。而且,这种认同不仅是基于民族精神的,它往往还沉淀在民族集体无意识的深处。

在这里,民族的生存及其民族性特质,既是民族文化重要的、不可或缺的基础,同时也是民族时尚观念与思想所发生的前提。当然,这并不是说,民族性简单的规定着时尚创意表现,而是旨在表明,民族性渗透在民族时尚创意及其相关文化的根基里。更为重要的是,民族元素及其向时尚艺术的渗透,还必须考虑究竟如何实现时尚化,以及怎样才能获得时尚感的问题。在艺术与文化的语境里,民族性及其元素得以创造性的重构,无疑是激活民族创意与设计灵感的重要方式。当然,这也是民族衣生活时尚感赖以建构的文化基础。同时,如何在视觉化中去表现民族意识与文化,也是民族时尚创意与设计的重要问题。

正因为如此,当代的时尚设计不仅应当关注主流文化,它也开始注重从民族文化语境里汲取灵感与得到启发。在各个民族的时尚创意之中,一定要充分重视各民族元素及其特征的深入揭释。比如说,“在一些新独立的国家,也有重新设计制作象征其国家特色的民族衣装的,这些民族衣装发挥着弘扬其民族文化的作用。”<sup>[6]</sup>当然,对于不同的民族来说,视觉思维与心理习惯也可能是有所区别的。因此,元素的视觉化表现,当然也要考虑到这些民族及其人类学差异。而且,视觉化不仅应将民族性加以一般的表现,更要揭示与彰显这种民族性所蕴藏的文化意义。应该可以说,这种民族性是民族时尚创意的艺术、思想与文化之源。

### 3 从独特的民族性到世界性

显然,民族性是一个民族时尚创意的基础,同时也是时尚表现所力图彰显的重要文化

语境。时尚创意不仅关涉特定的民族存在,而且还涉及到众多民族之间的观念沟通与文化理解。其实,任何民族的存在与文化都是独特与不可替代的,这既是民族时尚及其表现的特质的渊源,也是特定民族获得文化认同与自信的基础与前提。当然,任何民族与国家都不可能孤立地存在于这个世界上,都必然会与其他民族、国家交往与打交道,发生生活与文化方面的相互关联。在各个民族共在的生活方式里,不同民族的时尚创意也应该是彼此开放的。为此,各个民族在保存自身文化特质的前提下,还要以交流与对话打破民族之间的隔阂与壁垒。

因此,时尚艺术的创意与设计,必然关涉到民族性与世界性的关系问题。而且,时尚艺术不仅要致力于创意的民族性的研究与揭示,还要把民族性文化置身于世界性的文化语境之中去考察。因为,“我们共享一种独特的民族认同,这一信念依赖于我们对其他地方的人实际上如何生活一定程度的无知,……”<sup>[7]</sup>当人们克服了这种无知的时候,就要想到对其他民族的文化认同的问题。而且,这种创意的世界性本身,其实就与多元的民族性是不可分离的。可以说,每个民族自身的存在就是一个世界,这些民族的世界之间相互关联与依存,共同构成一个既有差异又应整合的大世界。

为了时尚创意的发生与展开,民族生存、生活及其文化的揭示显然是非常必要的,尤其要加以认真关注的是,在诸多的民族性元素之中,哪些是共同的或相似的元素,它们在何种意义上或语境里具有相似性。当然,即使是相似的元素,但在不同的文化语境里,其含义与理解也是有差异的。譬如说,西方视角对东方元素的重构,可能不同于东方文化语境里的东方元素的含义。特别是,哪些元素又是不一致的、有区别的,各个民族对那些不同的元素有

何独特的理解。在此基础上,促成各个不同民族在时尚创意上的关联,以及在民族文化语境里的沟通与对话等。正是这些民族创意元素,将不同民族的时尚文化表现与建构出来。

各个民族的时尚创意,既基于民族自身的存在,同时它又是以本民族为根据与依托的,并与其他民族的时尚发生关联,进而达到一种世界范围内的相互交流与沟通。一般来说,处于中心支配地位的体系,往往会对边缘的文化样式产生压抑与排斥,从而可能妨碍对不同民族文化的认同。其实,“如同我们所一再指出的,这个生活于人群中的人所投入的社会世界并非同质的,而是以多种方式被架构出来的,……。”<sup>[8]</sup>其实,各个民族所共同生活的世界的意义构成本身就是多元的。如果只有单一的认同体系,对不同民族的文化认同就难以实现与达致。因为,在某种意义上,文化认同取决于世界多元文化的开放性。

在这里,各个民族之间的关联性,在根本意义上表征为一种民族间性,它既是各个不同民族相关性(相似性、差异性)的彰显,同时又是民族性通达多民族性、世界性的根本性路径。比如说,中国各个民族的服饰虽然有所不同,但它们大都属于东方的平面结构。可以说,这种民族间性既是民族之间的基本区分,更是各民族在生存与文化上的共在与关切,它在本性上乃是不同民族文化互文的发生之处。而且,不同民族的艺术、文化之间的对话,以及它们与世界性之间的沟通与交流,实际上都发生在这种艺术与文化的民族间性里。当然是这种民族间性,使民族之间的交流与理解的实现得以可能。

同时,民族间性又促成了各个民族在世界上的独自存在,以及众多民族的共同存在。当然,民族的着装与生活方式也在发生不断的变化,例如,颇具普适与通用性质的世界性服饰

日益被认可。虽然,许多国家都有其独特的民族服装,“但大部分国家,人们在日常穿着国际服,到节日或盛典时则穿上自己的民俗衣装,过着双重的衣生活。”<sup>[9]</sup>这既是现代主义文化的一种表征,同时也彰显了人们向民族生活回归的诉求。实际上,这也是现代与传统在民族日常衣生活方式上的交织。其实,民族间性就是民族性与世界性的一种对话,以及在这种对话中所实现的各民族的文化互文。

#### 4 关涉世界性的民族性认同

各个不同民族的生存、生活与文化语境,显然都是有所差异与彼此不同的,但所有民族都共在于这个世界之中,因此,时尚创意的民族文化及其认同,无疑也是相关于这个世界及其广泛性而存在的。虽然,许多民族都曾经有着自己服饰文化的特质,并由此可以相互识别与区分开来,但这些差异正在全球化的趋势中式微、弥合,实际上,没有任何一个民族的衣生活方式,可以完全游离于这个多民族的世界而孤立自在。因为,在这个全球化的时代,任何一个民族都不可能完全摆脱其他民族而离群索居,民族文化的各种样式也不可能毫不相干地存在,而往往是相互交织并共同存在于人类文化的当代语境里。

自从进入近现代以后,西方主体论遇到了诸多难以克服的认识论与本体论的困境。为了消解主体论与理性形而上学,海德格尔曾用此在作为传统主体的基础与规定。当然,此在不应被理解为或等同于传统意义上的主体。而且,各个不同群体及其文化的主体,既是独特的,也是敞开的,更是彼此关联与相互影响的。“当然,亚洲的企业家都觉得他们是被迫学习西方科学,了解盎格鲁-撒克逊商务实践的基础,熟练使用英文或法文,穿西装打领带的。”<sup>[10]</sup>由此可以发现,经济社会的开放、交流与发展,促成了不同主体的民族在着装与服饰文化方面

的彼此借鉴,进而对人们的日常生活方式产生深刻的影响。

对于各个民族来说,作为群体性主体的规定乃是民族性的此在。因此,时尚文化的民族性认同,当然也是以这种民族性此在为基础的。在本性上,一切民族性的此在不再是封闭的、理性的主体,而是民族文化语境里的生活者,并共在于这个世界上。在这种共同在世之中,各个不同民族的生活、艺术与文化,也显现出自身的关联性、开放性与共通性。一些民族的服饰与习俗,可能被其他民族所借鉴与移用,也就是说,不同民族的时尚元素与设计方式,共同介入与构成了民族服饰艺术,并逐渐成为一种具有世界性的文化多样性。在这里,民族性此在不仅是群体性主体的规定,而且其自身也是祛主体的、开放性的与生成性的。

这里的祛主体化表明了,一个民族不应仅从自身的主观出发,也应将他者的存在纳入自己的眼光与视野。同时,这种民族性也是世界性文化及其构成的基础。其实,“不存在单独一元的‘族性’现象,而是存在着私人认同与公共认同的编阵,这些认同围绕着关于血统及文化的观念而结合在一起。”<sup>[11]</sup>例如,民国中后期就流行过中西合璧的时装样式,即长袍、礼帽与西裤、皮鞋的搭配与结合。当然,世界性的文化交流与思想对话,又在不断地走出血统及其对民族认同的原初限定,使各个不同民族的服饰艺术之间发生融通。在民族艺术与时尚的融合之中,民族认同也就成为了一种共同生活的文化前提。

其实,民族间的艺术与文化沟通,也是民族时尚及其世界性的存在与生成方式。就时尚创意而言,力求得到的不仅是各个民族自身内部的认同,还要尽可能获得其他民族的理解与认可,这就需要在不同的民族性此在之间,展开艺术与文化语境里的对话与沟通,这样才能

有效地促进民族认同的充分实现。这之所以可能,乃是因为任何民族性都是与世界性相关联的,而世界的这种整体性又将各个民族,共置于一种共在、互文与对话的文化语境里。各个民族时尚创意的认同,以及各民族之间的交往与融通的可能性,可以说就存在一种世界性的多元文化之中。同时,全球化却是这种世界性的文化多样性不得不面对的问题。

当然,对民族时尚创意的世界性关联的认识与揭示,也是一个有待于艺术与文化的研究而得以实现的过程。甚至可以说,任何一种具有文化认同性的民族时尚,都是世界性时尚的一种可能的特定样式。在这里,希望与渴求得到人们的普遍关注与接受,其实也是所有民族文化认同的一种心理预期。“在时装、音乐、艺术和写作中,边缘群体抵抗被变为隐形的命运的明显方式看来是坚持使自己被看见(和被听到)”<sup>[12]</sup>其实,世界性本身也会使各个民族性面临挑战,甚至迫使民族性及其文化加以重构,以应对全球经济一体化对文化多样性的贬抑。但无论如何,这种世界性都是民族性认同所不得不关涉与考虑的。

## 5 基于民族性的世界性文化

时尚创意不仅是民族性的,需要得到本民族文化的认同与接受,同时,它还应该得到来自不同民族之间的理解。当然,这种不同民族之间的相互认同,主要是经由民族间性实现的,从而让民族文化共在于世界性多元文化的谱系里。这里所说的世界性文化,并不是某种单一的、纯而又纯的文化,也不应该是某种同质性的精神抽象,它本身就应该是民族性共在的多样性文化。其实,艺术与文化的民族性往往是经由民族间性而通达世界性的。在生成的过程中,时尚文本还与某些特定的文化语境相关,当然,文本与语境的区分是相对的,它们之间其实也是互文的。在后殖民主义时代,弱势

民族的文化认同成为了一个重要课题。

在这里,民族性向世界性的这种通达,实际上是有条件的、语境性的,它取决于各个不同民族的民族性自身的开放性、历史性与生成性,这也是民族间性得以存在与发生的可能的的前提与基础。例如,牛仔装的传播与流行就是如此。“在工人之后,是艺术家开始穿牛仔裤,接着是左翼政治活动者和摩托党,这赋予了牛仔裤一种表达反对现状的特质。”<sup>[13]</sup>而且,世界性本身并不应该是民族性的终结或消失,而应该是对多元的民族文化的包容与接纳。任何一种时尚创意的发生,都有其独特而难以代替的观念及其可视化表达。而且,当代时尚生活方式的流行,正在不断消解与解构各个不同族群、阶层之间的界限。

当然,多民族文化在世界性文化中的融合,仍然关涉各个民族自身的文化存在,以及不同民族时尚与文化之间的关联。如果一个民族的民族性仅仅是既成的、封闭的、非历史性的,那么,时尚创意就不可能在不同民族之间得以交流。这种封闭的民族时尚创意,也不可能是世界性的,它仍然只是限定在该民族的本土生活方式之中。一个民族的艺术与文化要成为世界性的,就必须打通与实现民族性与世界性的关联。但这并非意味着,任何一种当代的时尚艺术都有明确的民族性特征,甚至是表面化的附加上某种民族符码,而是强调时尚创意与文化的民族性底蕴与基础。许多非民族性的时尚,其实也是对民族艺术与文化的一种另类回应。

时装风格的多元化趋势,无疑是当代世界时尚文化根本不可拒斥的。20世纪80年代以来,时装风格就已经呈现出日益多样化的态势,并传播与渗透到人们的日常生活之中。但是,民族风格却成为了一种重要的时尚样式与文化语境。“民族风格在时装发布会上登台亮

相,而年轻人在竭力找寻价格便宜的民族服饰。”<sup>[14]</sup>当然,这些民族服饰都经过了时尚化的再造与日常化的转换。其实,民族时尚不仅关联于艺术及其表现,它还关切于各个民族的独特文化,以及与时尚相关的诸多经济与社会因素。同时,所有民族、族群对时尚创意的认同,都难以摆脱民族的集体无意识与文化的前理解。

因此,一个民族的时尚创意与设计,要成为一种世界性与全球性的艺术与文化,它首先就要足够自觉地彰显与该民族生存相关的独特性,从而得到来自该民族自身的心理接受与文化认同,这是民族创意得到认可的根本性文化基础,也是民族时尚文化成为世界性文化的重要前提。应该可以说,民族间性使不同民族之间的理解得以可能,同时,它促成了不同民族的艺术与文化的相互尊重,并为世界性的文化认同作出了文化奠基,进而使多元的时尚艺术之间的对话得以可能。当然,世界性时尚文化的创意,也正是以各民族时尚创意为文化基础的。同时,民族时尚创意本身也是多元性的与语境性的。

当然,即使当民族的时尚创意得到了广泛的认同,而且还通达了世界的某种可理解性的时候,这也不表明这种创意就是高度统一的东西。“在这里,全球性结合将霸权的危机同它的主导性意识形态——现代主义的危机连在一起,同后现代主义的出现、前者的分裂和它的多元文化化连在一起。”<sup>[15]</sup>在全球化的语境里,世界性时尚文化应当成为基于民族性的多元时尚文化。全球化时尚创意的生成,当然是以各民族文化的多样性为前提的,它显然不能以

牺牲独特的民族文化为代价。而且,时尚创意与设计的实现,就是文化的民族性与世界性相互生成的过程。在这种生成性语境里,时尚与文化的民族性与世界性也将获得新的意义。

#### 参考文献:

- [1][英]普兰温·科斯格拉芙. 时装生活史[M]. 上海: 东方出版中心, 2006: 7.
- [2][英]苏·詹金·琼斯. 时装设计[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2009: 24.
- [3][美]杰·卡尔德林. 形式·适合·时尚[M]. 济南: 山东画报出版社, 2011: 18.
- [4][美]珍妮弗·克雷克. 时装的面貌——时装的文化研究[M]. 北京: 中央编译出版社, 2000: 130、52.
- [5][7][英]戴维·米勒. 论民族性[M]. 南京: 译林出版社, 2010: 27、158.
- [6][9][日]田中千代. 世界民俗衣装: 探寻人类着装方法的智慧[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2001: 36、36.
- [8][奥]阿尔弗雷德·舒茨. 社会世界的意义构成[M]. 北京: 商务印书馆, 2012: 181.
- [10][美]乔尔·科特金. 全球族——新全球经济中的种族、宗教与文化认同[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2010: 17.
- [11][英]斯蒂夫·芬顿. 族性[M]. 北京: 中央民族大学出版社, 2009: 190.
- [12][英]史蒂文·康纳. 后现代主义文化——当代理论导引[M]. 北京: 商务印书馆, 2002: 298.
- [13][挪]拉斯·史文德森. 时尚的哲学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2010: 41.
- [14][英]琼·娜. 服饰时尚 800 年[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004: 271.
- [15][美]乔纳森·弗里德曼. 文化认同与全球性过程[M]. 北京: 商务印书馆, 2003: 368-369.

(收稿日期: 2013年9月15日)