

民族时尚创意研究:现状、问题与对策

文 / 张贤根

摘要:近些年来,具有民族特质的当代民族性时装的创意与设计,日益引起设计师与学术界广泛与持续的注意,同时成为了艺术、审美与文化所探究的重要问题。这里首先从民族时尚创意问题的重要性、时尚创意研究的视角与层面、民族性与世界性、现代性的关系、创意的表现、传播与文化的认同,以及民族元素与文化的意义与精神价值,揭示了民族时尚创意研究的进展与现状。其次,指出了目前创意研究存在的根本问题与困境,即对“民族的就是世界的”的误读、民族元素及其审美表现的浅表化、缺乏对民族文化意义的深入揭示、理论基础的薄弱与方法仍显单一、时尚与社会、文化关联研究欠深刻。最后,就推进创意研究发展所提出的思路与对策是,创意与传统文化关联的深入探究、民族元素与文化的生成性关联的揭示、跨学科研究与创意的自由氛围的营造、基于民族生活方式的时尚审美创意,以及全球化与民族文化认同的当代建构。在此需要充分强调的是,应努力通过民族时尚创意与设计的独特表现,推进民族艺术与文化认同在全球化时代的传承、重构与当代发展。

关键词:民族; 时尚创意; 现状; 问题; 对策

近些年来,具有民族特质的当代民族性时装的创意与设计,日益引起设计师与学术界广泛与持续的注意,同时成为了艺术、审美与文化所探究的重要问题。虽然说,国内外民族时尚创意研究有了不少的进展,取得了许多颇具艺术与学术价值的研究成果,但也存在着一些不可忽视甚至亟待深入研究的课题。而且,关于民族时尚创意研究的不断拓展与推进,显然也是以这些问题的思考与探索为基础的。在这里,基于民族时尚创意的现状与存在的问题,旨在就时尚创意的生成与发展对策加以探究,以期推动中国当代民族时尚创意与设计研究的日趋深化。

1 民族时尚创意研究的进展与现状

随着当代艺术与文化创意产业的发展,国

际时尚界更加重视民族时尚的创意与设计问题。在民族时尚的创意、设计及其研究上,国内外都取得了不少有意义、有价值的成果与学术进展,但与此同时,这些研究也存在着自身的缺陷与尚未解决好的问题。因此,这里拟对目前的研究作一简要的梳理与评述,并力图揭示民族时尚创意研究的进展与现状。

1.1 民族时尚创意问题的重要性

在当今的国际时尚界,民族时尚创意与设计问题成为了学术探讨的热点话题。同时,这一问题在理论上也得到了日益深入的思考与研究。在民族时尚创意的重要性问题上,克雷克认为,时装系统从传统服装等具有异国情调的文化中,掠夺“奇异”的技巧与规则。或许正是这种新奇感,构成了时尚不可分离的新视觉

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);武汉纺织大学《时尚、审美与创意文化学科创新团队》项目

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

印象,但这种所谓的异国情调又往往被建构为西方时尚界的他者。刘军认为,丰富多彩的少数民族服饰,既是中华民族服饰文化的重要组成部分,也是人类服饰文化不可多得的瑰宝。同时,这些关于传统服饰及其文化的创意与设计,还是当代服饰艺术表现与时尚创意的文化之源。譬如说,民族服饰图案无疑具有特别重要而又不可替代的价值,因为它源于民族的精神图式与文化的内在特质。周莹对少数民族服饰图案审美特点与应用意义,进行了较为系统与详细的分析与揭示。对传统服饰的时尚元素的发现与挖掘,在当代时尚创意与设计显得尤为重要。刘天勇、王培娜认为,民族服饰饱含着许多时尚的因素,而且完全符合现代人的审美需要,设计师通过吸收、消化民族服饰中的时尚元素,然后可以融入到自己的创意设计中去。当然,这里仍然涉及到重构与再设计的问题。虽然说,民族时尚创意已受到艺术家与设计师普遍的重视,但更为系统与深入的研究还暂付阙如。

1.2 时尚创意研究的视角与层面

应当说,时尚的创意、设计及其文化的研究,既是多视角切入与展开的,同时也在各个层面上得到阐发。在创意与设计过程中,当然首先必须经由观念的视觉化表现来创制的,但这种视觉化又关涉到自我与文化的问题。科斯特格拉芙不仅揭示了时装的历史性特征,还将时装的真正含义理解为自我表达。当然,这种自我表达也离不开视觉的传达与设计表现,以及他者的视觉与审美及其对自我的文化建构。米尔佐夫认为,正是视觉而非文本正在日益成为了解世界的重要方式。但米尔佐夫在此尚未意识到,视觉建构本身其实也可以文本化,它甚至就是一种重要的艺术文本样式。艺术、审美与文化的关联问题,也是视觉表现应当考虑与揭示的。梅尔维尔、里汀斯认为,艺术史和视觉文化研究主要以图像作为研究对象。这里所说的视觉图像及其意义与文化,正在成为西方图

像学研究与探讨的根本性课题,并在时尚创意与审美文化建构中得到广泛的借鉴。而且,民族元素的揭示与表现从来都离不开视觉与图像的重构。但就时尚创意与设计来说,这种关于视觉的研究仍然缺乏图像学方面的缜密考虑,以及视觉表象及其与社会、历史、文化语境关联的揭示。郭丰秋以身体为视角,利用文本与图像等资料,结合历史学、艺术学与社会学研究方法,探究了民国女性服饰变革背后的丰富内涵。同时,对原创性的任何强调,其实对所有的时尚创意与表现都是不过分的,而不少的时装创意与设计往往缺乏这种原创性。然而,原创性之所以成为原创性,乃是因为创意从来就没有固定不变的程式可循。为此,基尼反对将成功的要素配方基于效仿某个榜样之上。因为,光靠复制、效仿与简单的拼凑与组接,是根本不可能产生好的、独特的创意的。这些研究显然提出了许多有意义与价值的见解与启示,但创意的审美表现如何在时尚中得以充分实现,却依然缺乏针对性的与视角交互的学术研究与思想阐释。

1.3 民族性与世界性、现代性的关系

在当前的时尚创意研究之中,时尚的民族性与世界性、现代性的关系是难以回避的重要问题。尤其是,当代艺术与设计对不同文化的创造力的表现的关注,突显了民族性与世界性、现代性关系问题的深刻影响。在民族性这个问题上,米勒强调了民族意志的取向所具有的重要性。当然,这种民族意志也是民族精神与文化的一种表达,它浸润在传统艺术与设计的历史性语境里。周宪认为,以文化现代性作为理解现代性的重要契机,并逐步聚集于与审美、艺术相关的审美现代性问题。但是,民族时尚审美的现代性与后现代性的复杂关联尚未被深入研究。在史文德森看来,时尚与政治、艺术、哲学之间的关系耐人寻味。在时尚的民族性与世界性、现代性关系的研究上,显然也离不开这种学科多样性与社会、文化语境。根据

格罗,当代时尚的主要特点,就是用途的普遍化与流行趋势的多样化和全球化。然而,在大众文化的语境里,民族时尚与大众艺术、现代文化的关系的研究亟待深化。同时,时尚创意的民族性是如何表征与实现自身的,以及它与世界性、现代性所发生的交织与互文,依然需要在文化上给予更广泛的讨论与探究。特别是,比较缺乏源于文化深层对话意义上的创意研究,以及在艺术的民族性与世界性之间恰当文化张力的建构。

1.4 创意的表现、传播与文化的认同

在这里,民族的艺术与审美创意表现、传播与文化认同,无疑是一个民族与国民性认同的文化前提与基础。针对全球化可能带来的同质化问题,民族时尚及其文化认同之于当代时尚的多样性是不可或缺的。在反对西方文化霸权方面,这种民族文化认同也具有独特的意义与价值。其实,创意灵感的来源离不开民族艺术与文化的语境,以及世界各民族设计艺术的交流与传播。马蓉主张,从世界各民族、各地区的文化中挖掘灵感,并以之对民族风格作出新的诠释,这种新的诠释包括对本民族传统服饰文化,以及对异域服饰文化的挖掘和整理而运用于设计中,最终形成新的服装样式。当然,文化认同还涉及到个人与群体的社会与文化心理,以及本土文化与异质文化的区分与关联等问题。王沛、胡发稳认为,民族文化认同是获得、保持与创新自身民族文化的社会心理过程,是文化变迁和融合中的必然现象。关于时尚设计的一切当代讨论,都不可能离开创意传播、文化多样性与文化认同。在卡斯特那里,作为意义与经验的来源,认同无一例外都是建构性的,全球化与认同的对立、冲突得到了揭示与阐发。应引起注意的是,文化认同上的对立应在全球化中加以消解或缓冲。这些研究成果也表明了,民族艺术传播与文化认同在全球化时代是极其重要的课题,同时这还涉及新殖民主义与后殖民主义的学术旨趣与文化态度,以

及对极端民族主义与各种殖民主义的思想批判。但是,时尚创意的民族性与世界性文化认同的关系问题,尚未得到系统的研究与在理论上富有意义的思想建构。

1.5 民族元素与文化的意义与精神价值

对于民族文化的世界性认同来说,民族元素在时尚创意设计里的表现与阐释具有不可替代的意义与精神价值。哈登认为,任何地方人类的心智都习惯于一定的地方图案、造型与结构。这其实也意味着,人类的精神图式对于视觉表现所具有的独特规定性,以及艺术与时尚创意所蕴含的意义与精神特质。古维烈看到了,为了在彼此雷同的同质化竞争中脱颖而出,所有时尚企业都一改在拥挤市场上奋力打拼的辛苦做法,转而以恶俗手法偷看并偷学别人的设计风格。实际上,趋同的与同质化的时装设计是导致艺术与文化个性消失的根本原因。陈志椿认为,中国的“世界遗产”是中国传统审美文化的创意结晶。例如,中国的神话传说与文化象征,为艺术与设计创意提供了取之不尽的灵感源泉。显然,缺乏民族性与个性的时尚创意与设计,难免陷入雷同而得不到审美与文化上的认同。在张利群看来,民族艺术事实上已经成为当代美学的重要范畴,它以艺术的形式体现了文明的冲突和审美的抵抗。在反对全球一致性的过程中,民族元素与创意正在被赋予独特的精神与文化价值。梁一儒从美学、心理学、民族学和文化学出发,对民族审美心理发展的一般规律和特殊性,进行了全方位、多角度的总结与探讨。尽管说,这些研究强调了中华民族元素与文化的意义与精神价值,但究竟如何通过民族元素在创意里的运用来实现这种认同,并没有得到较为深邃的研究与基于当代重构的实践拓展。关于民族元素与文化在时尚创意中的借鉴与重构,以及这种运用与民族文化认同的关系等问题的研究,显然还存在着许多有待于深入探讨的设计与理论问题。

2 创意研究存在的根本问题与困境

对民族元素与文化如何在时装中加以重构与应用,无疑有了较为自觉的意识与有意义的探索活动。但与此同时,也存在着不少制约与限制研究深入下去的问题。产生这些问题的主要原因,既有认知与理论上的,也有社会与文化层面的。正是这些制约因素以及由此而导致的创意困境,约束与扼制了服饰艺术与时尚创意业的发展与兴旺。

2.1 对“民族的就是世界的”的误读

在民族性与世界性的关系问题上,人们通常持有的观点与见解是,“只有民族的才是世界的”,并成为了某种所谓的文化共识。而且,这种观点还被公式化与无限外推,甚至还往往被理解为:一切民族的都必然是世界的。但是,这一看似不错的观点却是没有得到深思的。尤其是,这个命题中的必要条件被误读为充分条件。一般而言,艺术不仅具有某种特定的民族性特征,常常还必须经由民族间性而通达世界性。虽然说,民族的东西往往也是世界性的,但并不必然一定是世界的。张贤根认为,只有当民族性具备历史性、文化性、开放性、互文性与对话性等特质时,艺术与时尚的民族性向世界性的通达才有可能,我们也才能说民族的就是世界性的。也就是说,只有在一定的条件下与语境里,民族的成为世界的才是可能的与现实的。作为与全球化相关联的一种概念,本土化关注的是地方性与特殊性而非全球性。但对本土化的过分偏重与极端强调,又可能导致一个民族与世界的疏离与隔绝。但对民族性通达世界性之必备特质的探究,其实仍然是非常初步的与尚未深入推进与展开的。

2.2 民族元素及其审美表现的浅表化

在这里,时尚创意、设计与艺术表现,实际上并不只是视觉化的与唯美的,它必须考虑到与功能相关的实际因素,以及社会、历史与文化等诸多关涉与语境。对各个民族或族群来说,这些可以时尚化的民族要素其实又是有所

不同的,同时,民族艺术与服饰成为了具有象征意味的文化标志。因此,视觉表现应当成为一种灌注民族精神的审美文化,只有如此,这样的视觉表现才是有民族文化底蕴的,也才能获得广泛的社会、历史与文化认同。如果仅仅停留在表面与外观上,所谓的时尚创意最多只是一种视觉表象,从而被预设与定格在某种乏味的象征性符码之中。在克雷看来,作为一项整体性很强的规划,设计无法剥离其中的任何部分,美也无法在功能问题解决后才得以添加。在艺术与设计之中,视觉表现将那些不在眼前或不可视的因素,以形象与可视的方式表现在视觉建构中,从而传播出时尚创意及其文化认同的内涵。但许多时尚创意在审美表现与文化传播方面,实际上都存在着各种亟待探究与解决的问题,如,元素的应用常常过于单一与粗鄙,不管什么地方、场所与文化语境,都对民族元素作几乎同样的处置。不可避免的问题就是,民族元素的表现可能陷入浅表化的思维模式,也不可能摆脱西方艺术与视觉文化及其表象化的困境。

2.3 缺乏对民族文化意义的深入揭示

还应注意,民族时尚创意与设计所关联的元素无疑是众多的,而民族元素却是这些众多元素中至关重要的要素。对时尚设计来说,民族元素及其文化彰显了创意的潜在特质,也生成了创意的艺术品质与文化意义。同时,一个民族元素究竟有何意味与旨趣,以及这些元素又是如何得到审美表现的,显然是创意设计所应关注与探究的重要问题。近年来,人们日益注重各个民族所特有的民族元素,以及它们在服饰与时装设计上的创造性应用,当然也对这些民族元素有了不少一般性的研究。然而,对时尚所关联的民族文化的研究仍然缺乏深入,特别是未能将创意纳入到民族的精神图式加以深究。在张志春看来,改革开放以来,虽然时装潮风起云涌,但支持民族特色与格局的中国服饰文化研究却迟迟没有起步。这里存在的

主要问题是,人们往往只是注意了这些元素基本与通常的含义,而缺乏对隐藏在这些元素背后的文化的透彻思考。对各个不同民族的特定元素及其文化建构,也缺乏关切于独特文化语境的针对性研究。作为少数民族的一种生活记录,各种民间艺术对设计师的灵感启发尚未从文化深处得到关注。与此同时,对来自不同民族、不同视角的创意的跨文化比较研究仍不多见。

2.4 理论基础的薄弱与方法仍显单一

由于我国艺术与服装教育自身长期存在的问题,以及对理论视角、思想建构与文化积淀的轻视,能否培养出既具有创新品质与持续的原动力,又不乏历史感与文化涵养的设计人才,一直是人们极为关注与非常担忧的重要问题。在时尚创意与研究中,艺术及其相关的美学与哲学理论没有受到应有的重视,这导致了在观念原创上视野的局促、偏狭与突破乏力。因此,缺乏关于艺术与时尚的理论探讨与思想建构,也是制约民族时尚创意与研究的重要原因。而且,民族时尚文化及其在当代的重构尚未得到充分的展开,更没有建构出有世界性学术与思想影响的时尚理论。与此相关的问题还有,创意研究与探讨的方法比较简单与单一,既不能揭示史论间深刻与复杂的关联,又难以推进创意与研究的深化与拓展。巴纳德揭示与强调了,当任何单一研究视觉文化的方法,都将不大可能从诸多竞争对手的纷争中脱颖而出时,那么这就意味着有这些方法所具有的优势与弱点。其实这旨在表明,各种不同的研究方法都有其特定的价值与局限。在民族时尚创意的研究中,除了常见的心理学、社会学与人类学外,西方现当代众多的思想、理论、观点与研究方法,如现象学、解释学、符号学与修辞学等,以及女性主义、东方主义与后殖民主义等批评视角,其实都没有被充分地借鉴到时尚创意与设计的探讨中去,当然更缺乏在理论与文化深层上的中西思想对话。正因为如此,影响

与制约了民族时尚产业与创意文化的纵深发展。

2.5 时尚与社会、文化关联研究欠深刻

作为艺术家的自由创造,艺术往往相关于艺术家的审美经验与精神世界的建构。但是,艺术并非只是存在于艺术家的精神世界里,它还要作为作品进入到人们的日常生活世界。尤其是,当艺术与设计走出了唯美与象牙塔之后,就更广泛地介入了人类生存与生活领域,并与社会、文化发生多维度、多层面的生成性关联。海默尔的观点是,巴特的《流行体系》所建构起来的时尚修辞体系,忽略了穿戴衣着的人的身体的现实性关涉。如果说,艺术与社会、历史、文化的密切关联,其实早已存在于一切艺术样式的生成与表现之中,那么,无疑这种关联又在时尚艺术里表征得更加紧密。虽然说世界日趋全球化,但人们依旧相对稳定地生活在特定的地区,当然也就离不开与这种地方性相关的社会与文化。奥康诺认为,艺术与创意产业并不是我们惯常所理解的一个简单的术语,它们都涉及一些当代经济、文化和社会的根本性问题。不同于一般的自由艺术,时尚的创意、设计与人们着装的实用性,以及日常生活方式具有某种具身性关联。比如说,在社会学的语境里,时尚创意与族群、社区生活的关联乃是不可忽视的问题。但在许多创意的研究之中,时尚的这种社会、历史与文化关联性未能得到深刻的揭示。

3 推进创意研究发展的思路与对策

针对时尚创意研究的现状与问题,有待于在中外艺术、文化的传播与交流中,从各个相关学科与领域出发将研究深化下去,探究基于艺术与文化的学科交叉研究与互文式对话。同时,还要注重创意与族群的社会、历史、文化语境的生成性关联。这里旨在探究与提出既具有建设性的,同时又切实可行的思路与对策,以期推进民族时尚创意及其研究的发展。

3.1 创意与传统文化关联的深入探究

一般来说,许多关于时尚创意与设计的传统研究,大多局限在视觉表象的关注与传达方面,往往缺乏对民族审美与文化认同的语境关联性的深思,因此,这些研究难以揭示时尚所具有的深刻的民族精神与文化内涵。其实,任何时尚创意研究都不可能与传统文化分离开来。在本博看来,阿玛尼风格并未在潮流与传统之间作出细致的区分。显然,这种严格区分也是没有什么实质性意义的。基于如此考虑,应对时尚规定及其与传统文化的关联展开深入的研究。尤其要意识到,切忌把时尚仅仅归结为某种纯粹及时的当下感,而忽略了创意生成的传承性与文化的历史性关联。卡尔德林认为,在时装设计中,从历史演变而来的风格通常都会经久不衰,因为所有的设计都是以传统为基础的。这是因为,时尚不仅涉及到人类生活的诸多方面,甚至还关联到民族的审美心理与思维方式,以及儒道释等传统美学、哲学与文化思想,这些显然都是创意研究必须充分考虑的问题。可以说,传统文化是时尚创意发生与研究不可忽视的语境,创意也应将传统文化嵌入与重构到时尚之中。巴纳德认为,朋克可以被看成是挑战与反对关于美的主流的、中产阶级的观点的一种努力。但一切被反对与颠覆的艺术风格与传统文化,也同时在这种反离中构成了新时尚的文化语境。在时尚文化与产业里,民族创意为什么是不可忽视甚至是至关重要的问题?同时,民族时尚创意与其它领域的创意又有何不同呢?关于这些学术与设计问题的研究与探讨,常常并没有周到地考虑到传统文化这一根本性特质,民族时尚创意与传统文化的深刻关联也未能受到应有的重视。在民族艺术与传统语境的里,探究民族元素与时尚创意在文化上的同构,以及民族创意元素及其构成的路径、方式与旨趣,对于揭示时尚与传统文化的密切关联具有重要意义。

3.2 民族元素与文化的生成性关联的揭示

当谈及富含中国元素的经典服饰与时尚

款式时,人们都会自然而然地想到旗袍、马褂、坎肩,以及盘扣、刺绣等装饰图案及其所具有的象征意味。同时,中华民族包括汉族和众多其他少数民族,创意必须考虑到民族文化的多元性与统一性及其关系。因此,设计不应只是为了某种整合与简单化的诉求,而对不同民族的元素及其文化差异视而不见。除了中华民族核心的价值观与文化外,各少数民族还有其自己悠久的历史与民族文化,也不乏丰富的、独特的时尚元素与设计传统。因此,创意设计应着重研究各个民族独特与不可替代的元素,以及这些民族元素在时尚设计里的表现方式,进而经由创意来表征这些元素所关切的民族文化。在艺术与时尚的创意和设计里,既要有质料(面料)所呈现出的形式感与肌理美等,又应不乏对审美与文化的深度阐释。而且,舒斯特曼还主张与强调,在艺术的感性表面与深度分析之间、经验的直接性及其潜在文化框架之间保持张力的重要意义。当然,这里所说的张力在本性上也是生成性的。实际上,各民族的元素及其融合所生成的中国传统文化元素,既应保存着各个民族元素自身的艺术与文化特质,同时又要彰显和谐与融洽的民族心理与文化性格。当然,民族时尚元素与民族文化之间的密切关联,并非封闭的、静态的与固定不变的,而是开放性的、历史性的与相互生成的,这种关联与交织还在不同的语境里彰显出各自的独特意义。可以从元素分类、艺术特性与文化内涵等方面,对汉民族与各少数民族典型的、具有代表性的,尤其是标志性的创意元素进行分析与研究,同时,应注重对民族元素的独特性与差异性的承认与认同。除此之外,还要特别关注那些濒临消匿危险的民族元素与文化的挖掘、整理与重构。民族元素深厚的文化底蕴、各民族元素之间的文化关联,以及民族元素意义生成的社会与文化机制都是有待研究的课题。基于时尚与艺术、文化的生成性关联,生成论将对民族元素与民族文化研究有所助益。

3.3 跨学科研究与创意的自由氛围的营造

在服饰与时装设计之中,民族元素的时尚创意还必须有与之相应的视觉表现,这样才能创造出具有审美意味、文化内涵的时尚产品。但民族时尚创意显然不只是为了产业与经济之需要,它应将民族性意义作为一种文化符号与象征的旨归。考虑到创意研究的极其复杂性,一种跨学科的思路与研究方法值得大力提倡。麦克德莫特认为,通过设计师与社会科学家、心理学家、营销和管理人才一起工作,设计研究已经发展成为一种丰富的跨学科的文化。在时尚设计中,如何对民族元素在时尚创意中加以视觉表现,成为了时尚艺术与文化研究的关键性问题。诸多美学与视觉文化的研究方法均可借鉴到创意研究里,并力图经由民族与传统的当代重构来实现创意突破。同时,创意研究要针对时尚所涉及的民族元素与文化,以及与民族的生存、日常衣生活相关联的各种因素。在如何营造创意的社会与文化环境的问题上,佛罗里达认为,创意社会结构的一个组成部分,就是一个欢迎并支持所有形式创意活动的社会环境,包括对艺术与文化创意的扶持。其实,一切创意的生成与研究都离不开宽松与自由的氛围,以及来自于艺术、文化与思想深处的对话与讨论。与此同时,创意的自由氛围的营造也是与跨学科思想力量的介入分不开的。此外,还应探讨民族元素之间的生成性关系与开放结构,以揭示出它们是如何影响(制约或促进)时尚创意的产生的,以及如何才能更好地激活这些民族元素及其文化,推进时尚创意的视觉表现及其在产业上的独特实现等。在民族时尚创意的视觉化与审美表现上,如何才能有针对性地选择与利用具体的艺术表现形式,也是时尚创意与设计研究所不可忽视的审美与文化问题。在一种自由的氛围里,跨学科为创意及其研究提供了宏阔与宽广的视域。

3.4 基于民族生活方式的时尚审美创意

应该说,时尚创意总是与一定民族的生活

方式相关联的,并成为该民族对生活情趣的一种新的揭示与发现。因此,在时尚创意的研究过程中,应把时装等时尚艺术样式的创意与设计构思,拓展到众多民族的整个生活方式与文化中去。同时,还应充分揭示与借鉴各种传统文化的内在特质,从而使得当代创意与设计更有历史感与文化底蕴。齐志家认为,从文化精神的角度看,礼仪精神正是在千年冠服制度的演进中得以生动具体地践行。其实,并没有完全抽象的、脱离民族文化语境的时尚创意和审美,也不可能存在脱离民族生活方式的时尚审美创意。在从事时尚创意研究之时,必须考虑到民族生活方式与文化习俗及其建构的问题。需要进一步阐明的是,为什么只有民族的东西才是世界性的,探究如何才能使民族的时尚创意获得世界性的文化认同。这些问题的研究都是与民族生活方式相关的,也离不开不同民族在日常生活方式上的关联。在社会与文化对人们的日常生活施加构造的问题上,英格利斯认为,社会学与人类学的回应是,强调一个人必须接受常规和非常熟悉的事物,并且试图将其祛熟悉化与返魅,使其看来显得陌生和特别,而不是一般的普通和平常。而且,这种特别的与陌生的感觉印象,既是时尚艺术创意与设计的心理驱动力,同时也是时尚创意与设计的旨归与诉求。这里需要着重研究的问题当然还有很多,比如说,在日常生活方式中,各个民族有什么样的价值取向、传统文化、宗教习俗与审美心理等,以及这些因素与民族的时尚样式及其风格、特点的相互影响等。另外,还要研究在民族的当代生活方式里,时尚的个性与民族性如何才能得到视觉传达与审美表现。同时,时尚创意与民族生活方式关联的社会与文化语境,当然也是时尚创意与设计不可忽视的重要研究课题。

3.5 全球化与民族文化认同的当代建构

在经济与文化全球化的时代,曾经有着悠久历史的中华文明理应创新出自己的时尚话语,同时也必须在时尚创意里建构民族当代的

表现方式与审美文化。在此,全球化是民族时尚与文化认同所不可避免的问题与语境。需要特别注意的是,任何对西方采取简单的拿来或排斥的态度都是不可取的,因为那样难免陷入殖民化或狭隘的民族主义而不能自拔。重要的研究课题仍然是,怎样才能激活这些民族元素及其精神与文化内涵,进而实现与丰富民族时尚创意与文化的当代创新。在弗里德曼看来,文化上自我建构的其它实践,如族群的修饰与着装等,都在消费特定的物品与建构生活空间。同时,这里还涉及到民族衣生活的文化认同的问题。在全球化的审美与文化语境里,基于时尚视觉表现的民族审美文化的当代建构,主要包括不同民族的视觉表现与文化、民族的审美趣味与接受习惯,以及文化认同的理论基础之间的沟通与对话。当然,这也关涉到怎样才能保持与坚守民族精神与文化特质的问题。只有对民族文化认同的坚持与强调,创意才不至于迷失在全球一体化与同质化的潮流之中。在张贤根看来,基于跨文化传播,不同民族的时尚文化间发生着密切的关联,并共同参与时尚传播与全球文化认同的建构。在这里,现代性的完成及其所关联的全球化趋势,虽然可能以同质化、一体化给民族时尚带来挑战与抑制,但它同时也可能凭借文化多样性的思想执态,为不同民族与国家的时尚创意设计提供获得认可的契机。意娜认为,在一个全球化的世界格局中,要想建成全国乃至世界的文化中心,必须关注全国人民特别是青年一代的时尚消费需求。作为对全球化进程的一种关切与回应,民族或地方的文化自觉与自信得以被激发与再度兴起。在此需要充分强调的是,应努力通过民族时尚创意与设计的独特表现,推进民族艺术与文化认同在全球化时代的传承、重构与当代发展。

参考文献:

[1][英]贾斯汀·奥康诺. 艺术与创意产业[M]. 北

京:中央编译出版社,2013.

[2][英]马尔科姆·巴纳德. 理解视觉文化的方法[M]. 北京:商务印书馆,2005.

[3]Barnard, Malcolm. Fashion as Communication. London: Routledge, 1996.

[4]Benbow-Pfalzgraf, Taryn (ed). Contemporary Fashion. Detroit: Gale Group/Thomson Learning, 2002.

[5]陈志椿. 中国传统审美文化[M]. 杭州:浙江大学出版社,2009.

[6][美]理查德·佛罗里达. 创意阶层的崛起[M]. 北京:中信出版社,2010.

[7][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.

[8][法]弗朗索瓦·玛丽·格罗. 回眸时尚:西方服装简史[M]. 北京:中国纺织出版社,2009.

[9][法]多米尼克·古维烈:时尚不死?——关于时尚的终极诘问[M]. 北京:中国纺织出版社,2009.

[10]郭丰秋. 身体视角下民国女性服饰变革探析[J]. 服饰导刊,2015, (3).

[11][英]阿尔弗雷德·C·哈登. 艺术的进化:图案的生命史解析[M]. 桂林:广西师范大学出版社,2010.

[12][英]本·海默尔. 日常生活与文化理论导论[M]. 北京:商务印书馆,2008.

[13][英]玛格德琳·基尼. 时尚与广告[M]. 杭州:浙江摄影出版社,2008.

[14][美]曼纽尔·卡斯特. 认同的力量[M]. 北京:社会科学文献出版社,2006.

[15][美]杰伊·卡尔德林. 时装设计 100 个创意关键词[M]. 北京:中国青年出版社,2012.

[16][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.

[17][英]罗伯特·克雷:设计之美[M]. 济南:山东画报出版社,2010.

[18][英]普兰温·科斯格拉芙. 时装生活史[M]. 上海:东方出版中心,2006.

[19]梁一儒. 民族审美文化论[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2007.

[20]刘军. 中国少数民族服饰[M]. 北京:中央民族大学出版社,1999.

[21]刘天勇,王培娜. 民族·时尚·设计——民族服饰

- 元素与时装设计[M].北京:化学工业出版社,2010.
- [22]马蓉.民族服饰语言的时尚运用[M].重庆:重庆大学出版社,2009.
- [23][英]凯瑟琳·麦克德莫特.设计:核心概念[M].北京:清华大学出版社,2014.
- [24][美]史蒂芬·梅尔维尔,比尔·里汀斯.视觉与文本[M].南京:江苏美术出版社,2009.
- [25][英]丹尼尔·米勒.物质文化与大众消费[M].南京:江苏美术出版社,2010.
- [26][美]尼古拉斯·米尔佐夫.视觉文化导论[M].南京:江苏人民出版社,2007.
- [27]齐志家.时尚与身体美学[M].北京:人民出版社,2015.
- [28][挪]拉斯·史文德森.时尚的哲学[M].北京:北京大学出版社,2010.
- [29][美]理查德·舒斯特曼.表面与深度:批评与文化的辩证法[M].北京:北京大学出版社,2014.
- [30]王沛,胡发稳.民族文化认同:内涵与结构[J].上海师范大学学报,2011(1).
- [31]意娜.加快建设“国家时尚创意中心”[J].中国国情国力,2013(6).
- [32][英]戴维·英格利斯.文化与日常生活[M].北京:中央编译出版社,2010.
- [33]张利群.民族区域文化的审美人类学批评[M].桂林:广西师范大学出版社,2006.
- [34]张志春.中国服饰文化[M].北京:中国纺织出版社,2009.
- [35]张贤根.论艺术的民族性向世界性的通达[J].美术界,2010(10).
- [36]张贤根.论时尚的跨文化传播与文化认同[A].时尚与传播评论[C].武汉:湖北人民出版社,2014.
- [37]周宪.文化现代性与美学问题[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
- [38]周莹.少数民族服饰图案与时装设计[M].石家庄:河北美术出版社,2009.

(收稿日期:2015年6月8日)