



找记者 上壹点
A13-15

齐鲁晚报

2022年5月14日
星期六

好
读
书
读
好
书

□ 美编：陈明丽
□ 编辑：曲鹏

俗话说“人靠衣装马靠鞍”，服装几乎是最容易彰显一个人性格、身份、品位的载体。《时尚及其社会议题：服装中的阶级、性别与认同》近日由译林出版社出版，该书作者是美国文化社会学家戴安娜·克兰。克兰将法国、英国和美国的服装变革历程进行了全面且详尽的比较，并以此向我们演示了服装所代表的社会意义是如何变化的。虽然如今潮流的引领者不再仅限于精英阶层，灵感往往来源于一般大众，且大多数流行趋势都十分短暂，但是服装依然与每个人的生活方式、性别、年龄等因素息息相关。

□ 其然

衣服曾经很贵重

在工业革命和服装的机械化生产出现之前，欧美世界里服装通常是人们最贵重的财产之一。穷人很难接触到新衣服，即使身上的旧衣服也是辗转多次才到他们手中的。《时尚及其社会议题》统计发现，1780年在巴黎及其周边地区被捕的278人中，只有28人有1套以上的衣服。

正因为如此，当时的有钱人将自己的大量服装视作宝贵财产，服装甚至成为遗产，被他们的亲人和仆人继承。当时的布料昂贵且珍稀，以至于服装本身就构成了一种货币形式，并能取代黄金而成为支付方式。当资金稀缺时，衣服还能随着珠宝和其他贵重物品一起被典当，卖个好价钱。

在工业社会之前，服饰能揭示出社会阶级、性别、职业、信仰和籍贯等信息。即使在19世纪，服饰在家庭财产中仍占据着很大比重。在法国，工薪阶层男性通常会结婚时买一套西装，并希望穿一辈子，以用于婚礼、葬礼等重要场合。年轻女性及其女性亲属，则一般会花几年的时间来准备自己的嫁妆，这是她为未来家庭所作贡献的重要部分，其中包括她将会用上数十年的衣服、内衣和床上用品。在英国，一些家庭以省钱买衣服为目的组建起俱乐部，搞起“团购”。相比之下，富人们因为财力雄厚，实现了“衣服自由”，能够随时购置新衣，也顺道成了整个社会时尚的引领者。

到了19世纪末，随着机械化生产技术的普及，衣服变得越来越便



《时尚及其社会议题：服装中的阶级、性别与认同》
[美]戴安娜·克兰 著
熊亦冉 译
译林出版社

服装史里的社会变迁

从阶级时尚到消费时尚

宜，普通人也很容易购买到。作为率先被广泛接纳的消费品，服装对所有人而言都是一种享受。当时，年轻的女工往往会把多数工资花在时装上，而中产阶级和上流社会的女性也会把家庭收入的很大一部分花在买衣服上。时尚的款式不再属于少数人独享，整个社会的面貌发生了很大变化。服装史学家对此的结论是，服装在19世纪得到民主化，因为所有的社会阶级都接纳了相似类型的着装。



Fashion and Its Social Agendas:
Class, Gender, and Identity in Clothing
Diana Crane

历史学家托克维尔曾评价1840年时的美国，“在任何时候，仆人都可以成为主人”。当时，移民们一到美国，就换下自己的传统服饰，以此作为摒弃原有身份并建立新身份的手段。伴随东西部大迁移，美国也经历了高度的地理流动，这意味着大量人口在新的地方建构起新的身份。

20世纪以来，随着成衣在各个价格层次上的大规模扩张，服装逐渐失去了经济意义，但并未失去其象征意义。如今，人们更愿意通过购置服装来寻求或创造个人风格，以表达自己对身份的认知，而不再单纯地模仿跟风，盲从“权威”。

帽子里的玄机

20世纪60年代以前，帽子是彰显欧美男性社会差异最重要的配饰。

整个19世纪到20世纪之初，欧美的所有社会阶层都特别喜欢戴帽子。在1900年拍摄于巴黎的一组拾荒者照片中，23人中有20人戴着礼帽或便帽。同一时期关于工厂下班工人和波士顿示威工人的照片均显示，几乎每个人都戴着礼帽或便帽。那时人们会在现在看来不合时宜的情况下戴头饰，例如，英国人会整天都在办公室里戴帽子。这是因为，大家普遍相信：“拥有一顶帽子是对进入特定公共生活领域之准则的认可。”

《时尚及其社会议题》研究发现，当一种新款的帽子风行时，通常各个社会阶层的人都会在某段时间集中地戴在头上，但它最终会找到自己的“定位”并成为特定社会阶层的专属符号。

高顶礼帽源自19世纪初的英国，它最初是供中产阶级和上流社会的人戴的。高顶礼帽从19世纪20年代开始向民间传播，其原因可能是当时的马车夫以及警察都开始戴这种帽子。到了19世纪中叶，它已普及至所有的社会阶层。在1861年拍摄的照片中，大多数英国男性都穿着最流行的休闲夹克，10人中有7人戴着高顶礼帽。

圆顶礼帽源自1850年的英国，它本来是猎场看守人和猎人所戴的一种职业帽，但很快被富人们用于体育运动。它在不到十年内传播至城市，并被人们广泛接纳。有研究指出：“戴圆顶礼帽的有修路工、报刊小贩、送奶工、磨刀工、卖兔子的、卖果汁和水的——各种各样的工人，他们似乎都把圆顶礼帽当作城市街头的徽章。”而第二次世界大战后，戴这种帽子的主要是商人。

像高顶礼帽一样，带有帽檐的鸭舌帽出现于19世纪初，它最初是军官戴的。到了19世纪中叶，鸭舌帽开始成为“工人们最常戴的头饰”。20世纪初，没有帽檐的布帽主要是由年轻工人佩戴，而富商们只在运动时才戴鸭舌帽或布帽。如果政客们戴着布帽，人们就会认为这代表着“激进的倾向”。

在法国，每个社会阶层戴帽子的方式同样存在差异。在19世纪中期，法国上流社会和中产阶级都戴高顶礼帽；在19世纪的最后25年里，他们会在正式场合戴高顶礼帽，在商务和非正式场合戴圆顶礼帽。到了19世纪末，他们仍然戴着高顶礼帽和圆顶礼帽，但会在夏天选择戴草帽、平顶硬草帽和巴拿马草帽。数据统计显示，在1875年之前，法国工人平均每人有2.2顶帽子；1875年后，平均每人有3.2顶帽子。在礼拜日和节假日，这些工人中约有四分之一佩戴了高顶礼帽。

在美国，帽子有着相似的重要性。19世纪60年代“没有帽子的人是不正常的”；在19世纪90年代，帽子则被描述为“几乎总能适得其所，即使在天太热而无法穿大衣打领带的时候”。据估计，19世纪80年代美国人平均每年都会买一顶帽子。

美国人所选择的帽子样式也存在地域和阶级差异。19世纪中叶，生活在美国城市通常需要戴高顶礼帽，工人有时也会将礼帽和工作服搭配在一起。此时“低顶宽边软毡帽”在美国西部各州非

常流行。到了19世纪70年代，富商偏爱戴丝质质地的高顶礼帽，深受铁路工人和农民欢迎的则是软毡帽。

穿在时尚之都

在时尚界，巴黎的地位是独一无二的。长期以来，巴黎处于欧洲社会变革和现代化的最前沿，同时也是法国国内移民的中心，因此对服装有着旺盛的需求。

在时尚圈，人们经常会提到高级服装定制，而沃斯则被称作“高级时装之父”。他虽然是英国人，但其时装业务却是在法国进行的。1858年，他在巴黎成立“价值之家”，这是19世纪和20世纪初最重要的时装屋之一。沃斯在服装设计上很有天赋，同时也擅长营销。他深知自己的设计华丽奢华，便将客户定位于上流社会人士，积极向欧洲皇室和贵族推销。

沃斯善于创新，他将传统样式的礼服加以改造，使之更适合日常生活，据说这是应他的客户欧仁妮皇后的要求进行的。沃斯还是第一个用真人模特取代时尚娃娃的人，以便向客户推广他设计的服装。

沃斯在艺术和经济上都非常成功，并为欧洲许多皇室和贵族、法国上流社会、女演员们提供服装，这些人反过来又成为时尚的领导者，带动沃斯的生意。到沃斯职业生涯结束时，他的时装公司雇了1200名员工。沃斯的成功，大大提高了服装设计师的地位。

当时，欧美时髦女性每天要换好几次衣服，并投身于广泛的社交活动之中。1887年公布的统计数字，显示了巴黎对服装的巨大需求：巴黎拥有200名一流或二流女装设计师，1800名女装裁缝，500家服装店和6家大型百货公司。此后，法国设计师为精英客户设计的高级时装，引领了西方世界的时尚之风长达一百年之久。在众多时尚杂志的宣传下，巴黎设计师的影响力至今仍不可小觑。

巴黎作为时尚之都的影响力，在20世纪60年代日渐式微，其原因在于媒体曝光率的提升以及各种流行风潮涌现于街头，时尚已经不再由少数设计师来定义。例如，嬉皮士风格为美国和欧洲的时尚界提供了强大的竞争对手，并拓展了公众的想象力。这种风格的普遍风行表明，截然不同的着装风格是可以共存的，严格的着装规则由此不再适用。

此后，人们更愿意从多重可能性中自由选择自己喜欢的着装类型。《时尚及其社会议题》指出，电视受众的数量在20世纪50年代迅速膨胀，这在态度和行为（文化阶层）而非社会经济群体的基础上强化了人们对社群的认同。

不过，服装设计师的光环并没有就此黯淡下去。经过几十年的探索，巴黎、纽约和伦敦三大时尚之都的服装设计师们渐渐找到了自己新的定位。

在巴黎，服装设计师更愿意把自己定义为艺术家、艺术从业者，在各种公开展出服装作品的场合，他们会充分利用与艺术的关联，来提升自己的职业声望，进而提高自己在充满激烈竞争的市场中的地位。

在美国，大多数服装设计师主攻日益分散的大众市场，其成功取决于能否找到与公众产生共鸣的生活方式。纽约的大牌设计师都是生活方式专家，他们擅长设计出能够表达特定生活方式的服装。

在伦敦，较为年长的设计师大多为艺术工匠，其客户大部分都处于上流社会，而年轻设计师则被排斥在外。在反抗性的街头文化和艺术院校环境的影响下，年轻设计师更具有反传统意识和叛逆精神。总体来说，伦敦设计师与青年文化、流行文化走得更近，其创作风格更倾向于反常、颠覆、不切实际，并不一味迎合主流消费市场。

一部服装史就是一部社会变迁史。服装引领时尚，而时尚正是社会发展的风向标。在越来越多元化之后，服装又将朝什么方向走呢？我们不妨拭目以待。