

# 艺术生产体系中服装书写的价值表述

## ——基于符号学的视角

周子恒

(四川大学 文学与新闻学院, 四川 成都 610064)

**摘要:** 服装在今天已经不只是生活中功能性的必需品,而是含有美感判断的价值。这种价值在服装本身的生产结构中从何而来?其内容如何?本雅明认为生产技术的提升是一个被关注的要素。罗兰·巴特阐明了作为符号的服装如何传递其价值内容,并且给予结构性分析。服装书写作为服装生产体系的枢纽,在服装生产体系上游至下游的特征传递情境下,标示着流行的确立。我们还可以看到,服装美学的特殊价值结构如何开展,并且作用于人们的日常生活之中。

**关键词:** 艺术生产体系; 服装书写; 符号学; 本雅明; 罗兰·巴特

**中图分类号:** H0

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1008-6382(2016)03-0020-06

### 一、服装生产体系的结构

本雅明认为,艺术价值或艺术的先进与否来自于作品所具有的政治作用,这个政治作用根源于技术,尤其是生产技术的表现。政治作用指的是艺术作品对于大众的影响效力<sup>[1]</sup>。现代机械复制技术兴起以后,艺术作品的政治作用的推广力增强了。由于大量生产和产品成本下降,艺术作品进入人们的一般生活之中,灵光虽然随之消逝,但提升的是对于大众启蒙的可能性。

“服装情境”可大体区分为三种:高级服装、书写与媒体服装、成衣。它们各自具有不同对象和政治作用,其技术展现有所不同,其生产关系所导致的价值效力也有所差异。在服装生产体

系之中,技术与美感特征的传递基本上是由上而下的,高级服装或上游服装接近于传统艺术作品,到了成衣时就完全是复制技术的产物。每一季的“服装秀”会提早展现未来流行的趋势,这种展现可以说是一种创造,创造流行的承载物。上游服装本季的流行特征,例如特殊样式的领口、颜色或搭配风格,会被服装书写和媒体切割出来,进一步流传并展现在成衣之上。成衣的售价往往便宜很多,消费大众透过这个终端得以拥有上游服装那样的特征。这个过程即是一般性的服装美学特征在生产体系中的流通过程。如果说服装具有启蒙的效果,那么接触群众的媒体、服装书写与成衣必然是重要环节。

收稿日期: 2016-04-28

作者简介: 周子恒(1993—),男,河北邯郸人,四川大学硕士研究生,主要从事艺术学理论研究。

成衣之于群众的消费选择大致有两种模式:透过媒体传达价值而选择,或透过个人品位而选择。后者不在我们讨论的范围内。对于前者的探讨要回归到媒体传播、生产价值判断的方法中。本文主要选择服装书写加以论述,因为这对于它本身的政治作用具有比较稳固的确认,在价值创造性上服装书写拥有非常稳固的作用。服装书写难以被其他媒体所取代的根本原因也基于此。单纯的符号结构使得它在面对观者时,透露的意指作用是容易被理解的,并且明确表达出什么是流行的或合适的,服装书写本身构成了一种特殊语言。这种特殊语言所带来的价值判断针对真实的服装本身,或者说是针对真实服装的语言化结果。罗兰·巴特的工作即是在肯定了此点以后,描绘出真实服装语言化的方法与结构。如同符号学的前提,是作为一种价值区隔的结果,那么服装书写的创造性便是提供真实服装的价值区隔<sup>[2]</sup>。

一件服装作品虽然也如同所有的艺术作品一样具有审美性,但是在服装生产体系中,特殊的价值结构在于“流行”与否。流行性并没有在服装作品被创造出来时就内在于服装本身,这是流行的一个特色:决定流行的是产品的结果<sup>[3]</sup>。所以,即便服装书写创造出真实的服装的价值区隔,但是否流行还要看整个服装生产体系对于特征结构的传递结果,以及市场接受的程度。因此,服装书写位于服装价值结构的一个重要环节,它联系了真实市场、实体与符号化以后的价值区隔,是判断的客观依据。

## 二、服装与媒体

关于传达服装价值的媒介,除了传统的时尚杂志外,还有其他的媒介也具有承载服装价值叙述的功能,比如时尚摄影和纪实摄影,比如名人或明星等名流。服装书写价值判断的对象指向

大众,以及服装特征传递后的下游服装与消费者。而对于作为流行的追随目标的名流而言,服装有两方面的作用,对内是满足与表达个人价值选择,对外则是生产流行。此时生产的流行指向的是名流本身,而不是服装。这时服装本身就远离大众而成为一种工具。服装书写与之最大的差别在于,服装不会成为媒体,而是成为媒体所描述的对象。

在名流造成的流行服饰引发风潮以后,成衣工厂便制作出具有相似特征的衣服,进一步通过广告加以推销。服饰广告和服装书写的最大差异是发生时间与价格描述。服装书写往往在成衣生产之前,它成为成衣生产的价值资料来由;而广告的推销对象在于成衣,它在成衣生产之后出现。此外,服装书写通常不会标出作品的价格,而广告(尤其越接近下游成衣时)有较大可能标写出了价格。

## 三、服装与符号

服装书写是接触服装和大众这两端的中介点,并且是真正传递和表达服装审美价值的工具。我们就以服装书写为主要观照,通过罗兰·巴特的《流行体系》来理解服装书写是如何传递服装价值的。

在《流行体系》一书中,罗兰·巴特采用符号学方法来阐释服装。他区分了三种服装,分别是书写服装、意象服装以及真实服装。真实服装即是服装的实体,具有物质广延性。书写服装和意象服装在描述同一件作品时表现出同一性。更重要的是,他区分出了各种服装的限制:书写服装停留在语词层面上,意象服装停留在形式层面上,真实服装则不可能存在于语言层面,因为语言并不是现实的摹写。这里所谓的“语言不是对现实的摹写”,可解释为语言并不是对于现实的复制,而是转化为符号的过程。从另一层面

讲,符号所具有的任意性和现实事物的客观确定性之间的关系,导致了语言与现实彻底的不同之处。因此,我们无法将语言现实化,但是现实却可以被语言化。这种结构可以说是罗兰·巴特关于服装书写的理论基础。

### 1. 服装书写的表述系统

按照符号学的理论,一个符号可以区分成能指与所指。能指是指符号本身具有的外在形象或语音,而所指则是符号的意义所在,也就是符号所指涉的物件、概念或对象。符号中的能指和所指之间的关系具有任意性,即任意一个能指不见得就联结固定的所指,反之亦然。

服装书写与所有的符号表达一样,也具有能指、所指和意指作用。真实服装往往作为服装书写的所指,而价值结构则表现在意指作用之中。毕竟从能指和所指的表示里面,我们实际上不见得能够看到价值评价的内容,例如“带有黄色碎花的短裙”这种描述。但由于它所放置的位置和此种书写本身所包含的政治作用,导致了价值传达的可能性。我们也可以说,罗兰·巴特谈论的艺术的政治作用是源自符号的意指作用。

罗兰·巴特将服装书写区分为指涉两种系统,一种是指涉世事的,另一种是指涉流行的。而这种表述又可区别为两种信息系统,一为特定的语言,一为服饰系统<sup>[4]</sup>,这两种系统不是截然分开的。他认为服饰信息系统已经被语言系统所取代;服饰信息系统包括了技术的层面,包括在服装制作时所使用的版样与设计图,以及生产时所采用的技术语言。无疑,这些语言也可以作为传达服装样式的信息系统。而现在的语言系统不仅仅可以表述流行,同时也可以作为服装样式的表述。从这个观点来说,语言系统的信息含量高过了一般服装信息的内涵。

例如“戴这顶帽子显得青春”,“这双鞋子适

合在城市中漫步”这类语句,单纯的对于服装本身信息的描述难以表达其蕴含的效果,但作为一种与某些事实的联结,语言系统所受到的局限就较少。因而在这样的描述中,服装进入了世事进而也能够由一般符号学原则进行分析。因此,我们看到的服装——世事描述,通常是建立在表现一种服装的使用方法或适宜的使用场合。

指涉流行的服装书写,因为不与世事联系而是较为单纯地描述服装的内容或特征,因此是偏向服饰信息系统的。最基础的服装信息系统表达是专业的,须是对于服装设计具有专业知识的人才易于理解。但在服装书写中,只有把专业知识转换为一般语言,大众方能轻易取得信息的内容。这个转换的过程实际上就产生了一种意指作用。为什么需要把服装信息转换成服装书写,并且放置在大众媒体之上呢?因为这些服装书写实际上描述的是流行的内容,而非单纯的服装信息。

### 2. 意指单元和意指母体

与服装的价值结构直接相关的很重要之一环,在于服装符号中的意指作用,以及放置在服装生产体系中所产生的政治作用部分。罗兰·巴特的书写服装之所以能够传达价值,其要点也就在于书写符号作为真实服装的特征转换,将实体的美感要点转化为价值并且加以确立。此时,这些特征在符号中可以被区分为意指单元和意指母体。

杂志中对于服装的表述可以当作一种服饰符号的能指,这意味着一种服装书写的内容已经反过来同等或替换真实服装作为符号的能指。例如,将“戴一顶露出前额的帽子显得人青春朝气”这样的句子作为替换真实服装时,就将服饰符号与特征提出来了。而另一方面,在“青春朝气”这个部分,作为一种价值联结,将青春朝气等

同于某种形式的帽子,这种联结即是简单的服装书写意指作用之表现。它将各种服装符码进行价值区隔,而实际上却是以疏离价值的客观世事进行比对。意指作用提供了能指与能指之间,或所指之间某些内部的同义关系,以及透过表述内容所联结到的外在所指。

罗兰·巴特指出“如果所指的每一次更迭都必然会导致能指的内部嬗变。比方说,每个所指都能支配自身的能指,而能指又如影随形地依附在所指身上,那么,意指单元之间的区别也就立竿见影了。意指单元也就能有一个像能指表述一样的测量标准。有多少不同的单元,就有多少不同的表述。”<sup>[5]</sup>同时他也指出,透过收集不同的表述来建立起意指单元清单的可能性是微乎其微的,简单来说即是因为各个语句的独一无二的表达形式还是趋于无限的,要找出意指单元与表述之间的聚合关系本身是无结构可言的。但在书写服装之中,服装能指间可以互相比较,进而造成一种事实,即在这些比较中寻找出相同的要素,透过这种方法来寻找意指单元,可能是能够对各种意指单元区隔方法进行理解的路径。

举例说,“一件长袖羊毛衫或轻松随意,或庄重正式,取决于领子是敞开还是闭合的”这句话,就可以拆解成两种表述:

长袖羊毛衫、领子、敞开=轻松随意

长袖羊毛衫、领子、闭合=庄重正式

意指作用的结果依循着如此路线:从某个选择项出发,然后经过一个部分要素,最终达到这件衣服。透过这个过程,一件服装或服装书写才透露出服装本身以外的意义信息,这也就是意指作用发生在服装之上的效果。也就是说,领子敞开与否造成的轻松或庄重最终是成为羊毛衫具有的意义内容<sup>[6]</sup>。罗兰·巴特在此又区分出了

服装书写的几个意指要素,即对象物、支撑物以及变项。在上述例子中,对象物即是羊毛衫,支撑物是领子,变项则是领子的开合。这里的每一个要素都能够进入不同的实体中加以分析,他称之为意指的母体。母体也是意指单元的一类。这实际上是建构出一种寻找意指作用的理论模型,在服装与服装书写传达的价值内容中,这种模型可以加以利用,以解析出一种价值结构的内容。

### 3. 意义结构与价值传达

支撑物和对象物总是由物体、衣服或饰品所组成的,而变项则不同,乃是非物质性的。变项直接接触到支撑物,起到改造支撑物的物质性意义的作用。例如,开合情况是直接对应到领子的,而非直接对应到衣服整体。但作为物质的支撑物和对象物,在理解上可能会出现混淆的状况。面对这个问题,用简单的方法即可理解:支撑物是作为对象物的部分。当一个语句中出现了两种以上的物质能指,区分何者为支撑物,何者为对象物要看其所指的内容。作为部分的是支撑物,作为整体的是对象物。服装书写所透露出来的意义,最终是指向对象物的。

在实际的情境中,我们可以看到“今年流行立领”这种句子,在这里好像没有对象物的存在。而实际上并非所有的服装都有领子,因此这种句子实际上表达的还是“某种服装今年流行立领”。此外,我们还可以看到好像连支撑物都不出现的句子,例如“红色是本季的流行”。在这里,我们可以理解到的是,凡是局部的服装特征都有可能在意指作用中扮演支撑物的角色,即使只是整体中的颜色。在罗兰·巴特的理解中,支撑物并不能表达任何意义,仅仅只是作为意义传递的必要条件之一。与语言不同,服装本身并不具有意指作用<sup>[7]</sup>。

由此,我们可以把罗兰·巴特对于服装书写的意指结构理解为由三种符号物件所构成,真正决定意义内容改变的是变项与对象物。变项是一个非物质性的叙述,而对象物是变项所描述的某种特征,支撑物则是维持对象物存在的实体物件。最终描述出一件衣服的样子,然后在叙述中给予一个评价,这即是一个简单形态的服装意义传达系统。我们也可以说这是一个价值传达系统,因为在叙述中最后往往给出一个适合与否的结论,将服装书写论述转化成一种价值论述,而服装书写的结构即是这个论述的结构。从书写服装而来的价值表述结构,对于真实服装的价值结构是具有根源性的影响力的。

#### 四、流行与符号

服装美学与流行的联系部分,可以从流行对于服装生产者造成的影响来看。流行不只是影响服装生产体系的终端,同时也影响了生产端的设计。从整个服装生产体系来看,关于服装的美学问题还可以进行区分,区分成专属于服装的价值,以及其他一些不仅仅发生在服装之上的美学价值。从审美的角度看,均衡、和谐、庄重或是壮丽等,这些传统的美感要件都可以在服装以及其他的艺术作品中找到,但有些则仅为服装所独有,例如领口、裙摆、腰线,等等。这些对象物的表现,也可以包含传统审美要件的内容,但是它们所造成的效果却不同于其他品项的作品<sup>[8]</sup>。

流行与符号之间可能拥有非常重要的联系。从流行的本质来看,它是透过各种媒体进行传播以后的结果,没有媒体便没有流行。媒体实质上乃是各种符号化的结构系统,对于一种流行的解析最终会回到此类物件的符号系统中。

在学理研究层面,流行与符号的关系远比以上所述来得更为广阔,除了罗兰·巴特以外,布尔迪厄、让·鲍德里亚、吉尔·德勒兹等学者也

对这个议题提出过许多见解。在这些研究之中,与流行息息相关的关键词除了媒体以外,还有消费的部分,让·鲍德里亚在《物体系》中说“物必须成为符号,才能成为被消费的物”。这意味着一种流行的前置条件,即是一个物具有成为符号的可能性,具有这样的可能性才能进入因消费产生的流行体系。虽然罗兰·巴特在文本中没有特别强调,但依然可以窥见其中隐含的对于服装书写最终也指向消费的脉络。

#### 五、流行神话的意指作用

符号的动机与流行神话的意指作用之间,具有相当程度的互相关联。一般来说,一个符号动机的功能性越强,能指所指之间意指作用的特性就越弱<sup>[9]</sup>。例如,“羽绒大衣适合寒冷的冬季”这种对世事的表达,可以很明确地知道其功能性诉求,那么暧昧的与扭曲符号原意的那种神话性,在这样的表达之中就显得稀少了。绝大多数的上游服装流行诉求,都远离这种功能性的动机。从价值体系来看,这种因功能满足而来的价值也并非是基于服装美。

反过来说,在符号动机的功能性看起来暧昧的情况下,例如“夹克适合粗犷的骑士”,或许因为长期以来的文化熏陶,我们已经认为皮夹克与骑士间具有形象的关联,但客观来说这两者并无绝对的功能性取舍,而是服装对于人的一种文化作用。这个时候,一种“夹克—骑士”的神话便诞生在语句的连接之中。用本雅明的话来说,这也是服装与服装书写的政治作用。

#### 六、结语

流行可视为是一种世事,而世事表现了流行。从这个角度讲,就可以理解为什么服装与两者的连接虽然语法结构上有着差异,却是可以改写的。进入到社会生产层次时,真实的服装决定了服装书写的描写物,服装书写则进一步去对应

世事及创造流行。这个过程也近似于本雅明对于文学所生产的理解,即认为文学作为社会生产的一部分,对于社会具有主动的建构作用,并且直接接触到大众。在此,我们对于服装书写在其生产体系中的位置,可以给予一个结论:它关系到意识形态表现与物质生活的连接,同时也是具体化展现特属于服饰的价值的描述。这种专属性区别开了服装与其他物品,并且建立在接近艺术审美的基础之上,最终作用于社会,对大众具有政治效力或影响效力。

---

参考文献:

- [1]蔡曦.本雅明《机械复制时代的艺术作品》研究[D].武汉:湖北大学,2013:27-31.
- [2]张智庭.罗兰·巴特文艺符号学浅析——解读其《文艺批评文集》[J].文艺理论研究,2009(2):73-80.
- [3]李雪垠.着装意向审美生成研究[D].重庆:西南大学,2010:15-18.
- [4]仰海峰.符号—物、虚像与大众文化批判——巴特《流行体系》解读[J].求是学刊,2003(5):14-19.
- [5]罗兰·巴特.流行体系——符号学与服饰符号[M].敖军,译.上海:上海人民出版社,2000:57-65.
- [6]杨简茹.罗兰·巴特的符号学理论探究——以《流行体系》为例[D].北京:中央美术学院,2008:15-17.
- [7]屠友祥.罗兰·巴特与索绪尔:文化意指分析基本模式的形成[J].西北师范大学学报(社会科学版),2005(8):7-13.
- [8]王蕾,代小琳.霓裳神话·媒体服饰话语研究[M].北京:中央编译出版社,2004:75-77.
- [9]郝永华.罗兰·巴特文学文化批判中“神话学”方法[J].江西社会科学,2009(2):205-211.

(责任编辑 冉红)